

mejeriåret

MEJERIFORENINGEN 2020-2021

NYE OSTE PÅ HYLDEN

De unge lader sig ikke spise af med de velkendte klassikere

Side 23-25

Sket i året: Stort og småt fra mejeribranchen i 2020-21 / **Ingen vej udenom mælken:** Mejeriprodukter er en vigtig del af de nye klimakostråd / **Laaaaang holdbarhed:** Forskning i nye teknologier

Det næste vindmølleeventyr



Klimaet fylder mere og mere i nyhedsbilledet og på de politiske forhandlingsborde. Med god grund, naturligvis. Det er altafgørende for vores, vores børns og børnebørns fremtid, at vi får bremsset den globale opvarmning i tide.

Her har vi alle et ansvar for at bidrage. Men det er samtidig vigtigt, at vi gør det klogt. At vi fokuserer på løsninger, som udnytter den innovationskraft samt vilje og evne til omstilling, der findes i dansk mejeribrug og i det danske landbrugs- og fødevarerhverv generelt.

I forbindelse med præsentationen af regeringens landbrugsudspil slog fødevarerministeren fast, at man ønsker at udvikle frem for at afvikle, når det handler om at reducere landbrugets klimabelastning. Der skal i udstrakt grad investeres i både velkendte og nye teknologiske løsninger på problemerne, og det er efter min mening den rigtige tilgang. Den eneste rigtige, faktisk.

Som det fremgår af artikler i dette årsmagasin, er vi i dansk mejeribrug godt på vej mod at nå 2030-målene i regeringens klimaplan. Det kan lade sig gøre. Vi har løsningerne og dansk mælkeproduktion har i årevis været blandt de mest klimaeffektive i verden. Den position skal vi forstå at udbygge, og hvis vi gør det klogt, har vi alle muligheder for at kunne eksportere vores bud på et økonomisk bæredygtigt og mere klimavenligt mejeribrug til resten af verden. Så begynder det virkelig at batte noget. Både for dansk økonomi og i særdeleshed for klimaet.

Det kan - i al beskedenhed - blive vores næste vindmølleeventyr.

I den forbindelse er jeg nødt til at pege på de negative konsekvenser, som en eventuel CO₂-afgift vil have for vores erhverv. For eksporten. Hovedparten af dansk mejeriproduktion afsættes i udlandet, og hvis man lægger ekstra afgifter på vores produktion, vil dansk mejeriekseport blot blive overtaget af nogle andre - og givetvis mere klimabelastende - mejerinationer.

På et regneark ligner en CO₂-afgift sikkert en god måde at sænke fødevarerproduktionens klimabelastning på, men ude i virkeligheden vil den være direkte skadelig. I virkelighedens verden skaber dansk mejeriproduktion udvikling og arbejdspladser i de områder af Danmark, som ligger langt væk fra vækstcentre omkring de større byer.

En tommelfingerregel siger, at én arbejdsplads i mejeribrug trækker 3,4 arbejdspladser i forskellige bierhverv. Men ikke nok med det. Arbejdspladserne i selve mejeriindustrien er en god blanding af uaglærede, faglærede, ingeniører og andre med lange uddannelser, og de ansatte bosætter sig i meget høj grad i lokalområdet. Det skaber en hel unik dynamik derude - og det skal vi bakke op om. Fx gennem kloge investeringer i klimaløsninger, der understøtter innovation og vækst.

Steen Nørgaard Madsen, formand for Mejeriforeningen

Indhold

Det næste vindmølleeventyr Mejeriforeningens formand byder velkommen	2
Fra skrækscenarie til lovende udsigter Brexit: Ingen told på eksporten til UK	3
Sket i året Store og små nyheder fra 2020-21	4-7
Mejeriåret i coronaens tegn Covid-19 satte sit præg på mejeriverdenen ...	8-9
Skolemælk er meget mere end en kvart liter mælk til madpakken Om Mejeriernes Skolemælksordning	10-11
Der er ingen vej udenom mælken Nye kostråd slår fast: Mælk er en del af en sund og klimavenlig kost	12-13
Mejeribranchen spiller fortsat en vigtig rolle Mejeriforeningens direktør har ordet	14
Der skal skrues på alle håndtag Klimachef Hans Roust Thysen om indsatsen for at nedbringe landbrugets klimabelastning	15-18
Priser og eksportværdi Året i tal	19
Grøn dagsorden i pandemiens skygge EU spiller ud med Green Deal	20-21
På vej mod ens afregning af mælken Danskere bag ny international metode til måling af mælkekvalitet	22
De unge har andre ostevaner Der skal nye varianter på disken, når de yngre generationer køber ost	23-25
Lang holdbarhed er ikke målet i sig selv Teknisk set er det muligt at give mejeriprodukter længere levetid i køledisken ...	26-27
Holdbarhed handler også om bæredygtighed Mejeriprofessor fortæller om forskning i længere holdbarhed	28-29
Mærkeregn over europæiske fødevarer EU-Kommissionen på vej med nye mærkningsordninger	30-31

mejeriåret udgives af
MEJERIFORENINGEN

MEJERIFORENINGEN
Agro Food Park 13
8200 Aarhus N
www.mejeri.dk

REDAKTION
Peter Blisgaard
Ulla Kjer
Henrik L. Rasmussen

OPLAG
1.200 stk.
ISSN 1604-1259

LAYOUT
Marie Fynbo, LaserTryk A/S

TRYK
LaserTryk A/S

FORSIDEFOTO
Claus Bonnerup

Fra skrækszenarie til lovende udsigter

MEJERIPRODUKTER UNDGÅ HØJE TOLDAFGIFTER I BREXIT-AFTALEN, OG DANSKE MEJERIER MELDER OM FORNUFTIGE EKSPORTTAL TIL STORBRITANNIEN EFTER LANDETS FARVEL TIL EU.

Af Henrik Lomholt Rasmussen



Arla Foods forventer en god eksport til Storbritannien i 2021. Foto: Kirsty Wigglesworth/AP/Ritzau Scanpix

Pyh, det var godt! Et lettelsens suk gik gennem den danske mejeriverden, da EU's og Storbritanniens forhandlere juleaftensdag sidste år enedes om, at handelen med varer skulle ske told- og kvotefrit efter Brexit.

Og nu, knap et halvt år efter Storbritanniens farvel til EU, er der pæn optimisme med hensyn til eksport af mejeriprodukter til briterne.

”Vi har kunnet fortsætte vores eksport stort set uden problemer og har mulighed for at fastholde og udbygge den position som markedsleder, vi har opbygget med mærkevarer som Lurpak, Arla og Starbucks,” fortæller Peter Giørtz-Carlsen, vicedirektør i Arla Foods, der er langt den største danske eksportør af mejeriprodukter til UK.

’ET UNIKT ÅR’

Arla eksporterer årligt 170.000 ton mejerivarer til Storbritannien, som er selskabets absolut største marked med en omsætning på 20,2 mia. kr. – en fjerdedel af hele Arla-koncernens salg. Sidste år steg afsætningen i det nu tidligere EU-land med 13 pct.

Det skyldes en drastisk stigning i salget af mejeriprodukter i supermarkeder og andre dagligvarebutikker, da coronalukningen af Storbritannien tvang landets 66 mio. indbyggere til at indtage alle måltider hjemme. Det gav et ’unik’ år, siger Peter Giørtz-Carlsen. Han forventer dog en mere ’normal’ vækst i 2021.

”Størstedelen af Arlas salg i UK sker i detailhandelen. Genåbningen af Storbritannien betyder, at briterne igen begynder at spise på restauranter og i kantiner og gå på pub. Derfor vil vores rigtig gode fremgang på 10 pct. i første kvartal ikke fortsætte resten af året.”

Ifølge Peter Giørtz-Carlsen skal Arla nu holde fast i og udbygge de markedsandele i detailhandlen, som selskabet erobrede sidste år, og styrke selskabets position i foodservicesektoren.

KLAR TIL EKSPORTCERTIFIKATER

Forude venter den endelige Brexit-prøve, når Storbritannien implementerer de endelige grænsekontroller den 1. oktober. Den dag indføres også de eksport- og sundhedscertifikater, hvis oprindelige introduktion den 1. april

blev udskudt efter ønske fra de britiske myndigheder.

Den nyhed blev modtaget positivt hos Arla. Her havde man siden årsskiftet været klar til at påtage sig det ekstra arbejde med årligt at udarbejde anslået 15.000 ekstra dokumenter med certifikater for eksport og sundhed såvel som ingrediensens oprindelsesland.

”Udskyldelsen giver os endnu mere tid til at samarbejde med myndighederne om at optimere papirarbejdet og gøre så meget af det som muligt elektronisk,” siger Peter Giørtz-Carlsen.

Han understreger, at Arla har mange års erfaring med at håndtere administration ved eksport til tredjelande uden for EU. Derfor forventer han ikke de store forandringer i den britiske eksport efter 1. oktober ud over ansættelse af en række administrative medarbejdere.

”Ligesom det er tilfældet for alle andre virksomheder, bliver det dyrere for os at eksportere til Storbritannien pga. mere administration, forventede ventetider og flere kontroller,” siger Peter Giørtz-Carlsen.

NORDEX FOOD ER PARAT

Øgede omkostninger forventer man også hos Nordex Food, som primært producerer hvid ost til ca. 70 lande og har det britiske marked som en af de største aftagere.

Ifølge adm. direktør Martin Aagaard Pedersen har det nordjyske mejeri været klar til arbejdet med eksport- og sundhedscertifikater siden årsskiftet. Han oplyser, at ’det ekstra bøv’ ikke vil kræve ansættelse af flere medarbejdere, men anslår, at det årligt vil koste selskabet 50.000-100.000 kr.

”Det er småting i forhold til, hvad told på vores produkter ville have kostet. Det er vi selvfølgelig glade for. Den ekstra udgift vil sammen med andre stigninger i omkostningerne blive pålagt vores produkter,” siger Martin Aagaard Pedersen, der kan melde om afsætning til Storbritannien efter Brexit inden for normalen.

Arla lancerer tre
plantedrikke under
brandet Jörd.



MAJ

Den 11. maj lancerer Arla de første plantedrikke i form af tre varianter af havredrik under brandet Jörd.

To dage senere fortæller Arla i en pressemeddelelse, at selskabets salg af laktosefri mejeriprodukter er steget med 24 pct. i løbet af det seneste år; den laktosefri serie tæller nu 25 produkter.

Der er også nyt fra Them Andelsmejeri, som midt i maj relancerer sine oste med bl.a. nyt design af emballagen og nyt logo med det formål at understrege mejeriets lokale rødder.

Efter nogle måneders forsinkelse pga. coronakrisen indleder Mejeriforeningen i samarbejde med Arla Foods, Thise Mejeri og Them Andelsmejeri en treårig, EU-støttet kampagne, der har navnet 'Økologi i Kina 2020-2022'. Med et budget på 30 mio. kr. skal kampagnen promovere økologisk modernælkserstatning og ost i Kina.

Mejeriforeningens generalforsamling den 28. maj må for første gang afvikles som et videomøde på grund af risikoen for coronasmitte, og af samme grund uddeles Mælkeprisen 2020 ikke. Fra et mødelokale i Mejeriforeningen aflægges organisationens formandskab og direktion beretninger m.m., mens omkring 30 mejerifolk følger med på computerskærme rundt omkring i landet.



En ny kampagne skal løfte eksporten af økologiske mejeriprodukter til Kina.



Forårets nedlukning af foodservicesektoren rammer Naturmælk ekstra hårdt.

JUNI

Mellem den 28. maj og 2. juni bliver mindst 154 personer på Bornholm smittet med campylobacter. Statens Serum Institut og Fødevarestyrelsen peger efterfølgende på drikkemælk fra Bornholms Andelsmejeri som den mulige smittekilde, selv om der ikke bliver påvist bakterier nogen steder i mejerikæden fra gård til forbruger.

I løbet af maj og juni bliver Danmark gradvist genåbnet efter nedlukningen den 11. marts, og det kan mærkes på mejeriernes salg til foodservice, der stort set har været sat i stå i flere måneder. Ikke mindst Naturmælk har været hårdt ramt, fordi foodservicesektoren udgør omkring en tredjedel af mejeriets omsætning.

Arla fortsætter arbejdet med at gøre selskabets emballage mere 'grøn': Fra den 3. juni hældes alle A38-produkterne på en ny type karton, der reducerer CO₂-udledningen med 22 pct., og samtidig skæres mængden af plast til skyrbottener ned med 40 pct., hvilket reducerer CO₂-udledningen med 30 pct.

JULI/AUGUST

Ved årets skolestart er leveringen af skolemælk igen oppe på normalt niveau efter markant nedgang under forårets coronanedlukning. Med en ny undervisningsaktivitet 'Rekord i sport' sætter Skolemælksordningen fokus på bevægelse i 0. til 3. klasse.

Den 10. august ringer det også ind til skolestart for nye mejeristelever på Kold College. Skolen kan samtidig melde 'udsolgt' på studiet: Med 180 elever optaget på uddannelsen er alle pladser besat, og derudover står mere end 70 på venteliste.

Efter en gradvis åbning af det danske samfund hen over sommeren skærpes restriktionerne igen i august. Også mejerierne øger beredskabet. Fx sender Arla 1.500 kontormedarbejdere på hjemmearbejde, efter at antallet af smittede i Østjylland er steget voldsomt, og på Hobro Mejeri bliver alle 400 medarbejdere testet to gange, efter at en enkelt medarbejder er testet positiv.

Kærgården har i 2020 været på markedet i 30 år, og det fejres midt i august med en ny og mere miljøvenlig emballage.



'Rekord i sport' er en ny undervisningsaktivitet fra Skolemælksordningen.

SEPTEMBER

Coronasituationen er fortsat årsag til, at stribevis af planlagte arrangementer i september bliver aflyst, det gælder bl.a. Food Festival i Aarhus. Andre arrangementer, som Ost & kos kokkekongurrence 'Danmarks bedste osteret', bliver gennemført uden tilskuere, mens Åbent Landbrug kun holder åbent for 400 tilmeldte familier og i stedet præsenterer landbruget ved hjælp af små film på nettet.

Den 5. september meddeler Thise Mejeri, at en af selskabets 10 tank- og distributionsbiler i 2021 vil blive skiftet ud med en brintdrevet lastbil som et forsøg.

På de sociale medier dukker den første af fem film op med overskriften 'Mit liv med mælk'. Kampagnen 'Mælk er for livet' står bag filmene, hvor en dagplejemor, en far og hans søn på en gård med malkekvæg, to ældre fiskere og en ung barista fortæller om, hvordan mælk indgår i deres hverdag.

Arlas nye el-lastbil skal distribuere selskabets produkter i København.



Den 25. september præsenterer Arla en ny el-lastbil, der samtidig er Danmarks første el-lastbil over 18 ton. Bilen, der skal distribuere selskabets produkter i København, kører på vindmøllestrøm.

Årets nok vigtigste begivenhed i mejeriverdenen, International Food Contest, skulle være skudt i gang den 29. september, men arrangementet er aflyst og udsat i mere end et år – til den 5.-7. oktober 2021.



De to pensionerede fiskere Per og Erik optræder i en af fem små film om forskellige danskeres hverdag med mælk.



Arla vinder CSR Prisen 2020; den overrækkes af HKH Kronprinsesse Mary til CMO Hanne Søndergaard.

OKTOBER

Mejeriforeningen inviterer den 5. oktober landbrugselever, et folketingsmedlem og repræsentanter fra SEGES på besøg hos landmandsparret Jørga og Ebbe Hvelplund, der har fokus på biodiversitet og bæredygtighed i deres økologiske mælkeproduktion.

Foreningen Danmarks Privatmejerier afholder den 8. oktober generalforsamling. Af beretningen fremgår det, at de privatejede mejerier i 2019 indvejede 378 mio.

kg mælk (0,7 pct. mere end året før), og producerede 42 mio. kg ost, hvilket svarer til 9 pct. af den samlede produktion i Danmark; i 2018 udgjorde andelen 8,6 pct.

Naturmælk lancerer den 21. oktober en ny minimælk, 'Økologisk Gårdmælk 0,4 %', hvor der er lagt ekstra vægt på dyrevelfærd, biodiversitet og klima ude hos landmanden. Mælken er en relancering af den såkaldte 'klimamælk', som mejeriet måtte trække tilbage i foråret efter kritik

fra flere eksperter. Den nye mælk markerer samtidig startskuddet på mejeriets nye bæredygtighedsinitiativ 'Mælkebevægelsen'.

Arla vinder CSR Prisen 2020, som uddeles af Revisorforeningen FSR for de bedste Corporate Social Responsibility-rapporter; der er denne gang lagt særlig vægt på virksomhedernes klimarapportering. Prisen overrækkes af HKH Kronprinsesse Mary den 26. oktober.



Mejeriforeningen inviterer landbrugselever, et folketingsmedlem m.fl. til at besøge et landbrug, hvor biodiversiteten har gode betingelser.



Madanmelder Rasmus Palsgaard og kok Trine Hahnemann bedømmer sammen med to andre dommere de mejeriprodukter, der kæmper om Gourmetprisen. (Foto: Ost&ko/Liv Kastrup)

NOVEMBER

International Dairy Federation afholder den 2. november sin årlige generalforsamling. Det sker virtuelt, hvilket har krævet en ændring af sammenslutningens vedtægter. IDF's årsmøde, World Dairy Summit 2020, er aflyst.

I 2004 begyndte Arla at sætte skruelåg på selskabets mælkekartoner. Ca. 16 år senere, den 4. november 2020, meddeler selskabet, at det fjerner skruelågene fra de 74 mio. en-liters kartoner med økologisk drikkemælk, som selskabet sælger årligt. Dermed reduceres emballagens CO₂-aftryk med 30 pct.

Bornholms Andelsmejeri modtager i begyndelsen af måneden en 'mundtlig indskærpelse' fra Bornholms Regionskommune, efter at procesvand fra mejeriet er strømmet ud i en regnvandsledning og derefter er løbet ud i vandløb og søer i et område ved mejeriet.

Normalt afvikles Mejeribrugets Gourmetpris i forbindelse med International Food Contest, men da IFC er aflyst, afvikles konkurrencen denne gang i København, og kun dommerne er til stede. Til gengæld bliver bedømmelsen af produkterne sendt direkte på nettet den 7. november. Vinderne af de fire kategorier er: Hård ost: Arla Nr. Vium Mejeri; Blød ost: Mejeriet Midtlyn; Smør og blandingsprodukter: Lindved Mejeri; Konsum og iscreme: Arla Christiansfeld Mejeri.

Den 10. november offentliggør Thise Mejeri sin nye bæredygtighedsstrategi for 2021 til 2023. Nogle af målene i strategien er: Importeret soja skal helt udfases, antibiotikaforbruget skal halveres,

og biodiversiteten skal øges med 10 pct.

For tredje år i træk afholder Mejeriforeningen en klimakonference, som denne gang foregår i et digitalt format den 11. november. Konferencen med titlen Fremtidens Klimaneutrale Fødevarersektor byder på indlæg fra forskere, politikere og en repræsentant for dagligvarehandlen.

Den 12. november meddeler Arla, at selskabets tre friskmælksmejerier i Slagelse, Hobro og Christiansfeld samt fire terminaler er blevet 100 pct. CO₂-neutrale. Det sker gennem køb af grøn strøm fra danske vindmøller og biogascertifikater svarende til 100 pct. af mejeriernes energiforbrug.

Få dage senere kan Arla fortælle, at alle produkter i Arla ØKO-serien bliver CO₂e-neutrale ved hjælp af klimakompensation. Det betyder i praksis, at udledningen fra 90 mio. liter økologisk mælk udlignes gennem investeringer i klimaprojekter, der binder lige så meget CO₂e, som Arla udleder i produktionen.



Arlas tre friskmælksmejerier bliver 100 pct. CO₂-neutrale.



Brexiteftalen giver den bedste mulige løsning for den danske mejerieksport.

DECEMBER

Efter et enkelt år med tilbagegang for eksporten af økologiske mejeriprodukter i 2018 viser nye tal fra Danmarks Statistik, at eksporten i 2019 satte rekord med knap 1,7 mia. kr.

Mens julefreden sænker sig over Danmark (dog stadig i coronaens skygge) får de danske eksportmejerier en rigtig god julegave: Den 24. december indgår EU og Storbritannien en aftale om det fremtidige samarbejde efter Brexit. Et helt centralt element i aftalen er, at varehandlen mellem de to parter kommer til at foregå toldfrit og uden kvoter, så efter flere år med skrækscenarier om høje toldmure kan mejerierne endelig ånde lettet op.

Der er plads til både mælk og ost i Fødevarestyrelsens nye klimakostråd.



JANUAR

Den 5. januar sender fem andelshavere og medlemmer af Arlas repræsentantskab en række spørgsmål til retten i Aarhus vedrørende grundlag og principper for tillæg i Arlas prisafregning for mælken. Sagen er en foreløbig kulmination på længere tids utilfredshed i Landsforeningen af Danske Mælkeproducenter med manglende åbenhed fra Arlas side.

Fødevarestyrelsen lancerer den 7. januar de nye klimakostråd. Ifølge anbefalingerne skal der kort sagt

mere grønt og groft ind i danskernes måltider, men der bliver fortsat plads til mælk og mejeriprodukter på spisebordet. Anbefalingen for mejeriprodukter lyder således på cirka 250 ml mælk og 20 g ost om dagen.

Storbritannien er nu ude af EU, og den nye handelsaftale er trådt i kraft. To af landets store mejerieksportører, Arla og Nordex Food, erklærer sig 'lettede' over løsningen, der ganske vist giver en del mere dokumentations- og papirarbejde, men det er til at håndtere, lyder det fra begge mejerier.

Arla meddeler den 12. januar, at selskabet vil fremskynde sine planer om at blive førende inden for salg af mejeriprodukter på det europæiske marked for onlinehandel. Målet er at fordoble selskabets salg på dette område til EUR 600 mio. Baggrunden er, at den globale coronakrise har ændret forbrugernes købsadfærd markant i retning af onlinehandel.

FEBRUAR

Mejeribrugets Dag må – som så meget andet – afvikles virtuelt, og den 3. februar følger et par hundrede tilhørere med i fem faglige indlæg under overskriften 'Corona – fra lockdown til det nye normal' ved deres computerskærme.

Mejeribrugets ForskningsFond udvælger 7 ud af 36 – et rekordstort antal – indsendte projektforslag. To af projekterne bevæger sig ind på nye områder inden for mejeriforskning; et projekt skal således forsøge at skabe mælk i et laboratoriemiljø på basis af mælkeceller fra en ko, mens et andet skal udvikle en produktionsproces for plante- og mælke-baserede ostetyper.

Arla offentliggør den 11. februar sit årsregnskab for 2020. Det viser, at selskabets samlede omsætning steg med EUR 100 mio. – fra EUR 10,5 mia. i 2019 til EUR 10,6 mia. Ikke mindst mærkerne Lurpak, Puck og Arla var med til at øge omsætningen.

I lighed med kampagnen 'Økologi i Kina 2020-2022', indleder Mejeriforeningen nu nye fremstød for økologiske mejeriprodukter i Mellemøsten. I første omgang deltager Nordex Food og Arla Foods i den treårige, EU-støttede kampagne med et budget på 30 mio. kr.



Mejeriforeningens fremstød for økologi i Mellemøsten bliver skudt i gang med en stand på fødevareressenen Gulfood i Dubai.

MARTS

Den 2. marts stiger prisindekset på den internationale mejeribørs Global Dairy Trade med 15 pct. – den største stigning siden september 2015. De højere priser på mejeriprodukter skyldes især en stigende kinesisk import og et lille fald i den europæiske mælkeproduktion i årets første måneder.

I begyndelsen af måneden indleder Mejeriernes Skolemælksordning et nyt tiltag, der giver elever i indskolingen gratis adgang til læsning af populære bøger som 'Gummi-Tarzan' og 'Pippi Langstrømpe' i læseappen Maneno. Målet er at styrke børnenes lyst til at læse i en tid, hvor bøgerne ofte bliver udkonkurreret af computerspil og YouTube.

Efter at den danske eksport af mejeriprodukter stort set er steget hvert år siden 2010, viser tal fra Danmarks Statistik, at eksporten i 2020 faldt med 1,2 mia. kr. – fra 21 mia. kr. i 2019 til 19,8 mia. kr. i 2020. Den væsentligste årsag til faldet var coronakrisen, der betød, at afsætningen til foodservice stort set forsvandt fra den ene dag til den anden. Blandt andet kunne mejerierne ikke længere eksportere dyre oste til restauranter og hoteller, men generelt blev alle produktgrupper ramt.

Midt i marts offentliggør Thise Mejeri sine nøgletal for 2020, og de viser, at omsætningen endnu engang satte rekord, denne gang med 1,158 mia. kr. Også årets resultat satte rekord med 31,7 mio. kr. – en stigning på 16 pct. i forhold til året før. I 2020 opnåede mejeriet



20 år efter at Aabybro Mejeri lancerede Ryå Energitæt Is, godkender Lægemiddelstyrelsen alle varianter til recept.

desuden en rekordhøj vækst i eksporten på 20 pct. på grund af et øget salg i dagligvarehandlen på mejeriets kernemarkeder i Europa.

Lægemiddelstyrelsen godkender samtlige ni varianter af Ryå Energitæt Is til Grøn Recept. Det betyder, at syge og småt spisende personer, der har en lægeordineret recept, kan få 60 pct. tilskud ved køb af isen fra Aabybro Mejeri. Isen, der blev lanceret i 2001, har et højt indhold af protein, fedt og fibre.

Danske forbrugere kårer for tredje år i træk Thise Mejeri som Danmarks mest bæredygtige brand inden for fødevarer. Der var 224 varemærker med i den danske del af undersøgelsen.

APRIL

Mejerierne får bedre tid til at forberede sig på de nye regler for eksport til Storbritannien som følge af Brexit. Efter planen skulle mejeriprodukter fra den 1. april udstyres med eksportcertifikater, men briterne udskyder kravet til 1. oktober.

Den 12. april kl. 10.00 lancerer Thise et crowdfunding-projekt, hvor selskabet beder om 1 mio. kroner til en ny, bæredygtig foderstrategi, der indebærer udfasning af importeret soja. 35 minutter senere har 147 forbrugere investeret og sikret Thise lånet. Det er Coop Crowdfundings hidtil hurtigst tegnede lån.



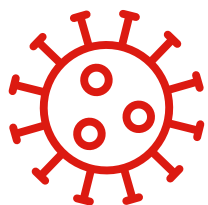
"Det er en fantastisk oplevelse," siger fødevarerminister Rasmus Prehn, der som en af de få danskere får lov til at se de økologiske køer blive lukket på græs. Foto: Økologisk Landsforening.

Den nye chef for Arla International, englænderen Simon Stevens, fortæller i et interview til dagbladet Børsen, at hans mål

er at øge selskabets omsætning uden for i Europa fra ca. 15 mia. kr. til op mod 30 mia. kr. på fem år.

Briternes stigende efterspørgsel efter laktosefri mælk får Arla til at flytte produktionen af 'Lactofree' til det britiske marked fra Esbjerg Mejeri til selskabets mejeri i Settle.

Den 19. april er det Økodag, men for andet år i træk må det populære arrangement afvikles som en digital begivenhed. En enkelt dansker får dog lov til at være til stede, da de økologiske køer bliver lukket ud på græs: Fødevarerminister Rasmus Prehn besøger Ny Lundgård ved Tjele, der leverer mælk til Thise Mejeri.



Mejeriåret i **coronadens** tegn

I ET ÅRSMAGASIN FOR 2020/21 MÅ CORONASITUATIONEN NØDVENDIGVIS HAVE EN PLADS FOR SIG SELV. HER SLÅR VI NED PÅ SEKS OMRÅDER, HVOR MEJERIBRANCHEN HAR MÆRKET KRISEN.

Af Ulla Kjer

DETAILHANDLEN

Supermarkederne har haft kronede dage under krisen. Siden den 11. marts 2020 har rigtig mange danskere spist morgenmad, frokost, aftensmad og alt der imellem derhjemme, og derfor har forbrugerne lagt flere fødevarer i indkøbsvognen end normalt. Det har smittet af på mejeriernes salg af mælk, smør og ost til detailhandlen, som er steget markant.

Ikke kun danskerne opholdt sig mere i hjemmet. Over hele kloden brugte forbrugerne mere tid på at lave mad og bage derhjemme, og det kunne Arla aflæse på salget af Lurpak, der nåede en vækst i omsætningen på 14,6 pct. i 2020.

Foto: Niels Åge Skovbo



OSTEHANDLEREN

Coronakrisen øgede også danskernes lyst til at forkæle sig selv med gode fødevarer. Det kunne mærkes hos landets ostephandlere, som i løbet af foråret og sommeren solgte betydeligt mere ost end normalt. Martin Vorsøe (billedet), formand for Ostephandlerforeningen for Danmark, er en af de ostephandlere, der har haft væsentlig flere kunder i sin butik. Fx i juli, hvor mange danskere måtte holde ferie derhjemme, steg salget i hans butik i Holbæk med 70 pct. sammenlignet med året før.

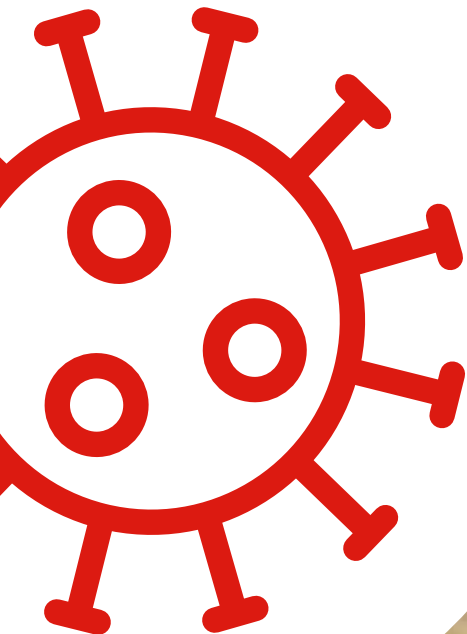
Foto: Jakob Vind

SKOLEMÆLK

Først blev al skolemælk sat på pause, så skulle der leveres mælk til nogle skoler, så ville alle skoler have skolemælk, så skulle al skolemælk igen stoppes ... De mange måneder med corona har været noget af en tur i rutsjebanen for Mejeriernes Skolemælksordning i takt med, at skolerne er blevet lukket og åbnet igen.

Foto: Ernst van Norde/Ritzau Scanpix





FOODSERVICE

Restauranter og hoteller er nok den branche, der har været hårdest ramt under krisen, og det har selvfølgelig smittet af på leverandørerne. Blandt dem er mejerierne, hvis foodserviceforretning skrumpede voldsomt ind fra den ene dag til den anden. Naturmælk mærkede det i særdeleshed, fordi foodservicebranchen udgør cirka en tredjedel af mejeriets omsætning. Dagen efter lukningen af samfundet den 11. marts brændte mejeriet inde med produkter til en samlet værdi af 800.000 kr., som ikke kunne afleveres til grossister og det var første skridt mod et brat

fald på 25 pct. i indtjeningen. For at reducere omkostningerne valgte man at fyre ansatte i produktionen, mejeriets ledelse gik 10 pct. ned i løn i april, mens andelshaverne i en periode fik udbetalt mindre for deres mælk.

Over hele verden blev hoteller og restauranter lukket, og dermed forsvandt eksporten af de profitable mejeriprodukter som for eksempel de dyre oste. Det kom tydeligt til udtryk i tallene fra Danmarks Statistik, der viste, at mejeriernes eksportindtægter faldt med 1,2 mia. kr. i forhold til 2019.

Foto: Niels Åge Skovbo

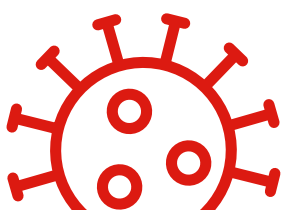


SKÆRMEN

Teams, virtuelt, digitalt, online. I stedet for at mødes fysisk lærte vi at mødes på skærmen – også til større arrangementer. I løbet af det seneste år er møder som Mejeriforeningens generalforsamling og privatmejeriernes generalforsamling foregået på Teams. Også Mejeribrugets Dag, der normalt samler omkring 500 mejerifolk på Kold College, foregik digitalt: Søren Jensen (billedet) var vært og ordstyrer ved arrangementet, der blev sendt live på nettet fra Arlas hovedkvarter i Viby J.

MUNDBIND

For to år siden var mundbind noget, der kun blev brugt ude i Fjernøsten. Nu har alle danskere et mundbind klar i tasken eller lommen. Også når dommerne mødes til bedømmelserne af Lurpak og BGB-ostene, skal der bæres mundbind, indtil de har sat sig i deres aflukke – selvfølgelig med behørig afstand til hinanden.





Mælken kommer bedst til sin ret i et miljø, hvor der er fokus på gode madvaner og sundhed og trivsel i det hele taget. Derfor tilbyder Skolemælk lege og andre aktiviteter, der understøtter dette. Foto af børn, som spiller 'Den magiske madkasse', der tilbydes både i indskoling og børnehaver. (Foto: Skolemælk)

Skolemælk er meget mere end en kvart liter til madpakken

QUIZZER, LEGE, KONKURRENCER, MADOPSKRIFTER, KLISTERMÆRKER, BØGER, SPORT OG ANDRE AKTIVITETER. SKOLEMÆLK TILBYDER MEGET MERE END MÆLK. MEN HVORFOR EGENTLIG? FÅ FORKLARINGEN HER.

Af Peter Blisgaard

Mejeriernes Skolemælksordning har igennem 30 år leveret en kold, kvart liter mælk til hundredvis af skoler landet over. Dermed lægger ordningen sig i forlængelse af en over hundrede år gammel tradition med at sørge for mad og drikke til elevernes spisepause.

Som det er beskrevet i artiklen 'Fra fattighjælp til velfærdstilbud' (se modstående side), var skolemælk i starten af 1900-tallet nærmest en form for nødhjælp til underklassens børn, der ellers risikerede at gennemleve skoledagen på tom mave. Det handlede om at sikre børnene en basal, nærende kost og dermed en chance for at kunne tage imod undervisningen.

I dag er samfundet et helt andet, og spørgsmålet er, om der overhovedet er brug for skolemælken i en hverdag, hvor

udfordringen ikke er sult, men snarere overvægt og mangel på motion.

"Det er der i høj grad," lyder svaret fra Louise Basic Poulsen, Senior Marketing Manager i Mejeriforeningen.

"Den daglige skolemælk er sammen med børnenes medbragte madpakke en vigtig del af en sund skoledag. Læring kræver næring, som man siger. Børn, der fået en god morgenmad og senere på dagen en næringsrig frokost, har mere energi til at modtage undervisning og i det hele taget deltage i klassens aktiviteter. Her bidrager skolemælken med vigtige mineraler og vitaminer, og derfor har den stadig relevans. Det er i virkeligheden ret banalt."

SUNDHED I BRED FORSTAND

Men når det nu er så banalt, kan man

omvendt spørge, hvorfor skolemælksordningen så ikke nøjes med at levere de små mælkekartoner? I dag har skolemælken udviklet sig til et helt katalog af aktiviteter og konkurrencer. Det er lige før, mælken er det mindste af det.

"Mælken er stadig det vigtigste, men der er faktisk en dybere mening med de andre tilbud," svarer Louise Basic Poulsen.

"Det handler alt sammen om sundhed. Men i modsætning til for 100 år siden er sundhed i dag meget mere end et måltid, der sikrer, at barnet har energi til at klare sig gennem skoledagen. Sundhed er også, at den kvarte liter skolemælk indgår i en spisepause, hvor der er tid og ro til, at børnene får indtaget deres mad- og drikkevarer. At børnene oplever glæden ved at spise en hjemmelavet madpakke i fællesskab med deres klassekammerater."

I Mejeriernes Skolemælksordning vil man gerne bidrage til børnenes sundhed i skolen i bred forstand. Derfor tilbyder man tips til lækre og sunde madpakker, inspiration til den gode spisepause og en lang række materialer og konkurrencer med fokus på leg, læring, motion og sunde kostvaner.

"Sundhed er også at bevæge sig," siger Louise Basic Poulsen.

"At børnene oplever, at man uanset fysik kan have fornøjelse af at gå, løbe, klatre, hoppe, spille med bold og andre fysiske udfoldelser. At lege sig til en sund krop."

MÆLKEN KOMMER TIL SIN RET

Nogle vil måske mene, at man dermed breder sig over for meget – og måske ligefrem fjerner sig fra kerneopgaven med at levere mælk. Men netop ved at inddrage mange aspekter af begrebet sundhed skaber man de helt rigtige betingelser for at få mælken ind i børnenes spisepause.

"Det bedste argument for at drikke mælk er, at den bidrager med nogle helt essentielle næringsstoffer, og derfor kommer mælken bedst til sin ret, når den indgår i en sammenhæng, hvor der er fokus på sundhed. På lækre og nærende madpakker, som eleverne har tid og lyst til at spise. Vi vil gerne medvirke til at fremme en sund livsstil. Det er godt for børnene og for mælkens placering i den daglige kost"

I modsætning til tidligere er der i dag blandt nogle forældre en vis skepsis over for de officielle kostråd om mælk som en del af en sund og varieret kost. Af samme grund lægger man i skolemælksordningen stor vægt på at servere lodig og afbalanceret information om mælk og ernæring i materialerne til både børn og forældre.

LØDIGE REKLAMER

Skolemælkens mange tilbud om leg og aktiviteter er i sagens natur også med til at skabe opmærksomhed om tilbuddet – og i den sidste ende flere kunder til ordningen.

"Vi er overbevist om, at skolemælk er et rigtig godt tilbud, og derfor ønsker vi selvfølgelig, at så mange som muligt får glæde af det. Samtidig er det vigtigt for ordningens bæredygtighed, at der er et vist antal brugere på hver skole. Det er selvsagt spild af ressourcer at køre en varebil med ganske få kartoner skolemælk ud til fordeling i klasserne. Derfor afvikler vi med jævne mellemrum kampagner for at sikre en fornuftig tilslutning til ordningen," fortæller Louise Basic Poulsen.

Hun understreger samtidig, at kampagnerne, ligesom det øvrige materiale fra ordningen, skal have en vis kvalitet.

"Skolemælk er et lodigt produkt til børn, og dette skal naturligvis afspejles i vores reklamer og markedsføring. Vi ønsker ikke at lokke nye kunder til med smarte reklametricks. Det ville slet ikke hænge sammen med indholdet, og det ville helt sikkert ikke holde i længden."

"Dertil anser vi det som et stort privilegie, at skolerne har valgt at give vores produkter adgang til klasseværelserne i det store spisefrikvarter. Det ser vi selvfølgelig som en anerkendelse af skolemælkens kvaliteter og den logistik, vi tilbyder, men med denne særstatus følger også et særligt ansvar. Og det ansvar vil vi gerne leve op til ved at bidrage til, at mælken, vores kampagner og materialer indgår naturligt i en sammenhæng, som giver mening for både børn, lærere og forældre."

Skolemælken, som mange børn kender den fra det store spisefrikvarter. Ud over den lille kvarte leverer Skolemælksordningen også inspiration til sunde og lækre madpakker og den gode spisepause. (Foto: Skolemælk)



Fra fattighjælp til velfærdstilbud

Den første 'skolemælk' blev leveret i starten af 1900-tallet, hvor mælken var en del af et kosttilskud, som nogle skoler tilbød børn fra fattige familier. Der blev serveret retter som plukfisk, øllebrød og sødsuppe, og det handlede primært om at sikre, at de pågældende børn fik noget at spise og drikke i løbet af skoledagen og dermed havde en chance for at få noget ud af undervisningen. Tilbuddet var især udbredt i kommuner ledet af Socialdemokratiet, der dengang havde skolebespisning som en mærkesag.

Efter Anden Verdenskrig og opbygningen af velfærdsstaten i 1950'erne fulgte et årti med højkonjunktur, hvor skolemælk gradvist blev udbygget til at være et tilbud til alle danske skolebørn.

I løbet 1970'erne og 1980'erne blev skolemælken endnu mere udbredt. Den gang var det typisk de mindre købmænd, der leverede mælk til den lokale skole, men i 1991 etablerede Mejeriforeningen det første landsdækkende tilbud: Mejeriernes Skolemælksordning – i daglig tale kaldet Skolemælk. I dag er ordningen den ubetinget største i landet og leverer dagligt mælk til 100.000 børn på 1.300 skoler. Rent praktisk fungerer den gennem et abonnement, som børnenes forældre tegner, hvorefter Skolemælk via et netværk af grossister leverer mælken pakket og kold til skolerne, hvor pedeller og dukse sørger for, at kartonerne når frem til de rigtige klasseværelser i spisefrikvarteret.

Sidst, men ikke mindst, spiller en lille gruppe konsulenter og kundeservice-medarbejdere i Skolemælksordningen en helt afgørende rolle for, at logistikken med at få de små mælkekartoner frem til eleverne fungerer. De er i løbende kontakt med skoler, pedeller, grossister og de forældre, som skriver eller ringer ind.

Skolebespisning på Københavns skole omkring år 1905. (Foto: Skolehistorisk Fotosamling, AU)



Der er ingen vej udenom mælken

MÆLK HAR STADIG EN CENTRAL PLACERING PÅ DE DANSKE SPISEBORDE. DET STÅR FAST EFTER LANCERINGEN AF DE NYE KOSTRÅD MED FOKUS PÅ BÅDE SUNDHED OG KLIMA. "AT MÆLK OG MEJERIPRODUKTER NU OFFICIelt ER EN DEL AF EN KLIMAVENTLIG KOST VISER, AT MÆLKEN KAN NOGET HELT SÆRLIGT," SIGER ERNÆRINGSCHF MERETE MYRUP.

Af Peter Blisgaard

Mejeriforeningens kommunikation om mælk og mejeriprodukters sundhedsprofil har gennem adskillige år taget afsæt i de officielle kostråd fra myndighederne. Det var derfor ventet med en vis spænding, da Fødevarestyrelsen i begyndelsen af dette år lancerede en række nye kostråd, som ikke kun byggede på måltidernes ernærings- og sundhedsmæssige egenskaber. Som noget nyt indgik også fødevarernes klimabelastning i beregningerne bag anbefalingerne. Og da mælk og mejeriprodukter ikke kan frasige sig et vist klimaaftryk, var man i brancheorganisationen selvsagt spændt på, hvordan de nye anbefalinger for mælk og mejeriprodukter kom til at se ud.

FORVIRRING OM DAGLIGT INDTAG AF MÆLK

Den gode nyhed er, at mælken stadig har en vigtig plads i anbefalingerne. Den knap så gode er, at anbefalingen er sænket fra 5 dl til 3,5 dl mælk om dagen – og at en lidt upræcis kommunikation herom fik mange til at tro, at anbefalingen i virkeligheden var sænket til 2,5 dl. Altså en halvering.

Forvirringen skyldes, at det ikke blev meldt klart ud, at den nye anbefaling lyder på 2,5 dl mælk plus 20 g ost. Og såfremt man ikke spiser ost, skal man i stedet lægge ekstra 100 ml syrnet mælkeprodukt eller drikkemælk oveni sit daglige indtag.

"Det er lidt træls, at det ikke står klokkeklart for forbrugerne, at den nye anbefaling faktisk er på 3,5 dl, når alt regnes med. Men så må vi jo gøre en indsats for at kommunikere det ud," si-

ger ernæringschef for mejeriområdet i L&F Merete Myrup.

STOR VÆRDI I DEBATTEN

Overordnet set er det en god idé, at myndighederne nu kommer med nogle officielle og letforståelige retningslinjer for, hvordan man kan sammensætte en kost, der både er sund og klimavenlig, mener ernæringschefen. Det er der behov for.

"Set fra vores eget hjørne af verden betyder de nye kostråd, at vi nu med myndighedernes blå stempel kan gå ud med budskabet om, at mælk og mejeriprodukter er en del af sund og klimavenlig kost. Det har stor værdi i den aktuelle og fremtidige debat om bæredygtighed og ernæring."

"Derudover er klimakostrådene et stærkt signal om, at mejeriprodukter indeholder nogle næringsstoffer, som er essentielle i danskernes kost. Og som det kan være svært at få i tilstrækkelige mængder fra andre kilder. Der er med andre ord ingen vej udenom mælken," siger Merete Myrup.

SVÆRT AT FÅ CALCIUM NOK

Merete Myrup understreger, at hun og kollegerne i ernæringsteamet altid tager udgangspunkt i de officielle kostråd i den

kommunikation og de materialer, de udvikler til fagpersoner og forbrugere.

"Vi holder dog fast i at mene – og kommunikere – at det med de nye anbefalinger for mælk og mejeriprodukter kan være svært for mange forbrugere at få tilstrækkeligt af flere vigtige næringsstoffer. Det gælder især calcium, som er vigtigt for knogler og tænder. Den anbefalede mængde mejeriprodukt på 2,5 dl mælk og 20 g ost giver nemlig kun 434 mg calcium, og både små børn og teenagere har brug for langt større mængder," siger hun.

CALCIUM. ANBEFALET DAGLIGT INDTAG:

Børn 2-5 år: 600 mg

Børn 6-9 år: 700 mg

Teenagere: 900 mg

"For at nå op på den anbefalede dosis calcium skal der hver dag indtages pænt store mængder spinat, broccoli og grønkål. Det kan godt blive en udfordring i mange familier at sammensætte måltider, der sikrer, at alle får calcium nok på den måde. Her kunne fx en skål yoghurt eller et ekstra glas mælk være en stor hjælp," mener hun.



Ernæringschef Merete Myrup: "Set fra vores eget hjørne af verden betyder de nye kostråd, at vi nu med myndighedernes blå stempel kan gå ud med budskabet om, at mælk og mejeriprodukter er en del af en sund og klimavenlig kost. Det har stor værdi i den aktuelle og fremtidige debat om bæredygtighed og ernæring."

De officielle klimakostråd anbefaler pr. dag:



**3,5 dl
mælk**

eller:

2,5 dl mælk



20 g ost



2,5 dl mælk



1 dl yoghurt



Så burde enhver tvivl om de nye mælkeanbefalinger være udryddet: Tre eksempler på, hvordan mejeriprodukter passer ind i Fødevarestyrelsens nye retningslinjer for en sund og klimavenlig kost.

Mejeribranchen spiller fortsat en vigtig rolle

DANSK MEJERIBRUG STÅR ET GODT STED OVENPÅ EN CORONANEDLUKNING, HVOR FORBRUGERNE TILVALGTE DE KLASSISKE MEJERIPRODUKTER, OG MÆLKEN BLEV EN CENTRAL DEL AF DE NYE KLIMAKOSTRÅD. FORUDE VENTER EN RÆKKE AFGØRENDE DEBATTER OM BÆREDYGTIG FØDEVAREPRODUKTION – BÅDE I DANMARK OG PÅ INTERNATIONALT PLAN, FORTÆLLER MEJERIFORENINGENS DIREKTØR JØRGEN HALD CHRISTENSEN.

Af Peter Blisgaard



Jørgen Hald Christensen,
direktør for Mejeriforeningen

Et usædvanligt år er gået siden den seneste ordinære generalforsamling i Mejeriforeningen. I maj 2020 blev generalforsamlingen og det tilhørende medlemsmøde for første gang nogensinde afviklet over nettet - en mødeform, som ret hurtigt blev den 'normale' for de mange danskere, der arbejdede hjemme under coronanedlukningerne hen over året.

Nu samles Mejeriforeningens medlemmer igen på god gammeldags vis, ligesom man gør på landets arbejdspladser og uddannelsessteder, mens der ude på landets restauranter er rift om at få et bord og samles omkring et måltid eller over en drink.

"Lige nu ser det hele ud til at åbne igen, og det er da glædeligt. Det har vi trængt til. Set med mejeribriller er det en særskilt god nyhed, at der nu kommer gang i afsætningen til restauranterne og de andre kunder i foodservicesektoren," siger Mejeriforeningens direktør Jørgen Hald Christensen i en kommentar til det forgangne og det kommende år.

HANG TIL MÆLK OG SMØR

"Coronanedlukningen var en udfordring for mange. Men den viste samtidig, at mejerisektoren spiller en helt central rolle i fødevareforsyningen. Vi leverede fra dag ét – både mælkeproducenter, tankbilchauffører, mejerister og alle de andre faggrupper i forsyningskæden, og det synes jeg faktisk, at vi kan være stolte af," fortsætter han.

"Samtidig kan man konstatere, at de danske forbrugere i den grad tilvalgte mejeriprodukter under nedlukningen. Salget af mælk og smør og andre klassiske mejeriprodukter steg i detailhand-

len, sandsynligvis som et udtryk for at vi vender os mod det trykke og velkendte, når familierne skal have en anderledes hverdag til at køre derhjemme."

MÆLKEN ER EN DEL AF EN BÆREDYGTIG KOST

I forlængelse heraf glæder Mejeriforeningens direktør sig over, at mejeribranchen, i modsætning til en række andre erhverv, generelt set er kommet godt gennem Covid-19-krisen.

Branchen står solidt, men det er der også brug for, når man ser på de udfordringer, der venter, mener han.

"Vi skal stå fast på mælkens styrker. At mejeriprodukter indeholder en rigdom af næringsstoffer, som også fremover kan spille en central rolle i danskernes kost."

"I øjeblikket ændres kostvanerne i en mere grøn retning, og her skal vi forstå at spille med. Samtidig med at vi skal kæmpe imod de nemme løsninger, hvor man hovedløst skærer de animalske fødevarer ud af måltiderne. Det er vigtigt at fastholde en balance. Det giver faktisk rigtig god mening at have mælken med i en bæredygtig kost, hvilket vi for nylig fik bekræftet med Fødevarestyrelsens såkaldte klimakostråd," siger han.

INGEN SNUPTAGSLØSNINGER

Samme balance mener han, at det er vigtigt at fastholde i forhold til arbejdet med at reducere mælkeproduktionens udledning af klimagasser.

"Vi har mange af værktøjerne klar og en plan for, hvordan vi når i mål. Det betyder ikke, at det bliver nemt og uden omkostninger, men vi har ikke brug for hurtige snuptagsløsninger, som blot sender mælkeproduktionen ud af landet. Vi

har brug for innovation og langsigtede planer, der sikrer, at mejeribruget fortsat har den økonomiske styrke til at klare de nødvendige omstillinger," siger han.

MEJERIFORENINGEN BAG IDF-KONFERENCE

Kost og klima er i høj grad med på en række internationale dagsordener i den kommende tid. I EU arbejder man med emnet i forbindelse med forhandlingerne om Green Deal og Farm to Fork, mens man på globalt plan, i FN-systemet, afholder Food System Summit, der har til formål at sikre en bæredygtig produktion af sunde fødevarer til verdens befolkning.

Sidst, men ikke mindst, bliver Mejeriforeningen vært ved og arrangør af dette års udgave af IDF Global Dairy Conference. Det kommer til at foregå på Axelborg i København, og på grund af Covid-19 bliver der tale om en neddroset udgave af den store event med omkring 350 deltagere på Axelborg og et tilsvarende antal eller flere, som er med via nettet.

"Også her kommer vi til at diskutere mejeribrugets klimaindsats og mælkens placering i en bæredygtig kost set i et internationalt perspektiv. Klimaudfordringen er global og kræver derfor globale løsninger, og jeg er overbevist om, at alle deltagerne ser frem til at høre, hvordan man arbejder med udfordringerne i andre lande. Samtidig glæder de sig selvfølgelig til at møde hinanden igen på tværs af nationerne. Så vi krydser fingre for, at det stadig er muligt, når konferencen finder sted den 13.-15. oktober."

Der skal skrues på alle håndtag for at nå klimamålet



"Går alt godt, kan vi komme tæt på, men det kræver en indsats på alle områder," siger SEGES' klimachef Hans Roust Thysen om dansk landbrugs mulighed for at nå klimamålene i 2030. Foto: Steven Achiam

TILSÆTNINGSSTOFFER TIL FODER, PYROLYSE OG EMHÆTTER TIL OPSUGNING AF METAN. DANSK LANDBRUG ER I FULD GANG MED AT UDVIKLE EN LANG RÆKKE VIRKEMIDLER, DER VIL KUNNE MEDVIRKE TIL AT REDUCERE CO₂-UDLEDNINGEN MED 7,1 MIO. TON, INDEN ÅRTIET ER OMME.

Af Henrik Lomholt Rasmussen

Det bliver hårdt arbejde, alle midler skal tages i brug, men vi kan komme tæt på. Sådan siger Hans Roust Thysen, klimachef ved Center for Bæredygtighed & Klima, SEGES, om dansk landbrugs mulighed for nå målet i regeringens klimaudspil om at reducere sin CO₂-udledning med 7,1 mio. inden 2030.

"Går alt godt, kan vi komme tæt på, men det kræver en indsats på alle områder. Vi har en del forskellige virkemidler til at løse opgaven – både på marken og i stalden – og arbejder konstant på at udvikle nye tiltag. De har forskellig virkning, men til sammen vil de kunne bringe os langt," siger Hans Roust Thysen.

Han nævner udtagning af kulstofrige lavbundsjord som et af de initiativer, der virkelig kan batte i det samlede klimaregnskab. Af Danmarks i alt 170.000 ha lavbundsjord – fugtige områder som enge og moser – mener regeringen, at det vil

være praktisk muligt at tage 88.500 ha ud af drift.

PULVER BEGRÆNSER KOENS UDLEDNING

Ser man på mælkeproduktionen, er SEGES dybt involveret i en række projekter, der skal reducere klimaaftrykket. Fokus ligger især på koen, som i landbrugets samlede klimaregnskab tegner sig for hovedparten af metanudslippet med dens udånding og bøvser.

I praktiske forsøg i stalden har to tilsætningsstoffer til foderet – X og Bovaer – vist sig at kunne nedsætte metandannelsen i koens vom med 10-30 pct.

Bovaer forventes at blive godkendt til brug i år eller 2022. En anvendelse i praksis kræver dog fortsat meget arbejde. Bl.a. med at udvikle en model for, hvordan de 1,5 gram af stoffet, der skal bruges pr. ko pr. dag, skal fordeles i foderrationen.

Hans Roust Thysen vurderer, at de såkaldte foderadditiver ved fuld implementering vil kunne fjerne metan svarende til op imod 1 mio. ton CO₂ inden 2030.

Andre tiltag til sænkning af koens udledning af metandannelse er fodring med fedt fra bl.a. rapsfrø, som nogle landmænd er i gang med, og fodring med tang. Laboratorieforsøg har vist lovende resultater med tang, der kan vise sig at blive et vigtigt foderemne. Især for de økologiske mælkeproducenter, som ikke må bruge kunstige tilsætningsstoffer.

Desuden vil avl kunne bidrage til et mindsket klimaaftryk ved at avle efter de køer, som producerer mindst metan, mest mælk og det bedste kød med mindst forbrug af foder.

EMHÆTTER OPSUGER METAN

I den mere Ole Opfinder-prægede afdeling er SEGES i gang med at udvikle ►

en form for emhætter, der kan opsuge metan; ikke bare fra koen, men også fra dens gylle.

Teknologien bag 'emhætterne' vil tillige kunne bruges til overdækkede gyllebeholdere, hvor koncentrationen af metan er højere end i stalden. Her er målet at kunne omsætte ca. 80 pct. af metanen ved hjælp af metanædende bakterier.

"Vi er på et tidligt udviklingsstadium, men hvis 'emhætterne' kan bruges i praksis, vil de give et godt løft," siger Hans Roust Thysen.

Retter SEGES' klimachef blikket mod muligheder for at begrænse klimaafttryk på marken, nævner han bl.a. dyrkning af efterafgrøder. De binder kulstof i jorden og begrænser derved CO₂-udslippet. Desuden har pyrolyse – iltfri afgang af halm og gylle – et stort potentiale for at fjerne CO₂ fra luften og danne biokul.

Endvidere vil nitrifikationshæmmere tilsat til gødning kunne reducere dannelsen af lattergas.

"Landbrugets udledning af lattergas er forholdsvis lille i mængde, men lattergas er en drivhusgas, der medfører en

opvarmning, som er knap 300 gange stærkere end CO₂. Pga. gassens styrke vil begrænsninger af udledninger have en relativt stor effekt," påpeger Hans Roust Thysen.

BRED VIFTE AF MULIGHEDER

Til 'mejeriåret' har SEGES' klimachef udarbejdet en oversigt over de virkemidler, der kan være med til at nedsætte bedriftens og mælkenes klimaafttryk. Den kan ses under denne artikel.

Listen er lang, og det er nødvendigt, understreger Hans Roust Thysen. Dels ud fra et princip om, at mange bække små gør en stor å, dels pga. et behov for at prøve alt af.

"Der vil selvfølgelig være risiko for, at ikke alle nye virkemidler vil kunne bruges. Men vi må gøre op med vanetænkningen og nogle gange nå derud, hvor vi tænker: 'Wow, det her er vildt!'," siger Hans Roust Thysen.

Desuden er det nødvendigt at have en bred vifte af klimatiltag, fordi nogle muligheder ikke vil være tilgængelige for alle landmænd. Det gælder fx biogasanlæg,

der kan ligge langt fra en bedrift, eller forsuring af gylle, som er en effektiv, men kostbar investering.

"Derfor er det vigtigt, at den enkelte landmand har meget at vælge imellem, så han kan bruge de virkemidler, der passer den enkelte landmands strategi," forklarer Hans Roust Thysen.

FOKUS PÅ UDVIKLING

SEGES' klimachef fulgte nøje med, da regeringen i april præsenterede sit oplæg til landbrugets grønne omstilling. Udspillet indeholdt et mål om, at erhvervet skal have reduceret sit CO₂-udslip med 7,1 mio. ton i 2030.

Regeringens udspil fordeler de 7,1 mio. ton CO₂ i tre puljer. En af dem bygger på en allerede indgået aftale om reduktion på 0,5 mio. ton, bl.a. gennem udtagning af lavbundsgrunde. Desuden skal en indsats mod kvælstof, krav om tilsætning af fedt i foderet og andre konkrete tiltag give 1,6 mio. ton. Endelig skal langt den største del, 5 mio. ton, fjernes med udvikling af ny teknologi såsom tilsætningsstoffer til foderet og pyrolyse.

Ned med emissionerne

I samarbejde med universiteter og virksomheder arbejder SEGES med at udvikle virkemidler, som kan bidrage til at reducere bedriftens klimabelastning og mælkenes klimaafttryk.

REDUKTION AF METAN FRA KOEN

FODRING MED FEDT

SEGES arbejder med at få en større andel af fedt i foderet (f.eks. raps) til at fungere i praksis.

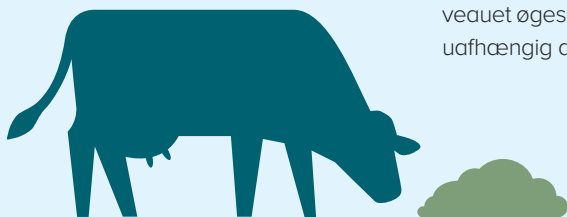
Effekten af at fodre med fedt er en reduktion af metan fra omsætningen af kulhydrat i maven med ca. 3,3 pct., hver gang fedtsyreindholdet øges med 10 g pr. kg tørstof, uafhængig af fedtkilde.

FODERTILSKUD

SEGES samarbejder med Aarhus Universitet om stoffet X og med producenten af foderadditivet Bovaer om produkterne, hvor der kun skal bruges få gram pr. ko pr. dag. Bovaer forventes at blive godkendt i år eller 2022.

SEGES samarbejder med DLG, Aarhus Universitet og Teknologisk Institut om at gøre tang til et metanreducerende fodertilskud til køer.

Foderadditiver kan potentielt nedbringe metanudledningen fra koen med 10-30 pct. Ingen fodertilskud er endnu godkendt til brug i praksis.



I arbejdet med at finde veje til at reducere dansk landbrugs klimaaftryk skal der gøres op med vanetænkningen, mener SEGES' klimachef Hans Roust Thysen. Foto: Steven Achiam



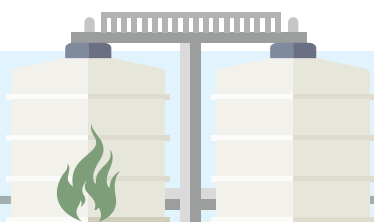
Hans Roust Thysen bemærker, at landbruget allerede er i gang med mange af de forslag, der nævnes i oplægget. Endvidere hæfter han sig ved, at ny teknologi skal veje tungt i landbrugets arbejde med at sænke klimaaftrykket.

GLOBALT POTENTIALE

Efter Hans Roust Thysens mening markerer det store fokus på udvikling regeringens ambition om, at Danmark skal blive endnu dygtigere og kunne vise vejen frem på klimaområdet. Også i et globalt perspektiv.

"Jeg håber virkelig, at den danske regering og offentlighed er opmærksom på, at det ikke bare gælder om at reducere den danske emission og bruste sig af, hvor lille den er. Vi kan opnå en kæmpe effekt ved at vise verden, hvor langt man kan nå med teknologi. På den konto kan der samtidig være muligheder for eksport af teknologi og fødevarer," siger Hans Roust Thysen og understreger vigtigheden af at opretholde en høj dansk produktion:

"Jo mere vi kan producere i Danmark ►



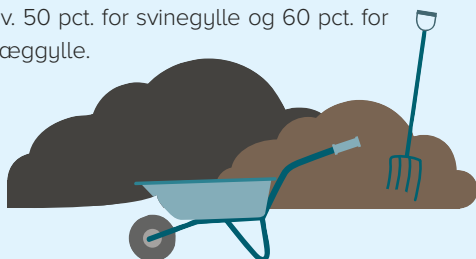
REDUKTION AF METAN

BIOGAS

Gylles indhold af organisk materiale omdannes til metan i stald og på lager. Afgasses gylle i et biogasanlæg bliver metan i stedet til brændsel. Samtidig reduceres metanudledningen med ca. 40 pct.

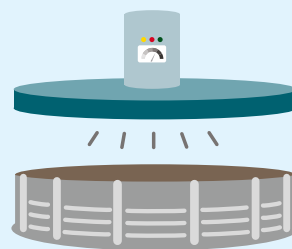
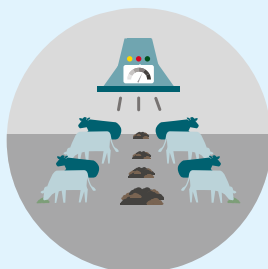
STALDFORSURING

Staldforsuring af gyllen med svovlsyre reducerer gyllens tab af ammoniak og metan i stalden såvel som under lagring af gyllen uden for stalden. Forsuring af gyllen reducerer emissionen af ammoniak og metan fra stald og lager med hhv. 50 pct. for svinegylle og 60 pct. for kvæggylle.



KO-EMHÆTTER

SEGES er – på et tidligt stadie – i gang med at udvikle en form for emhætte, der effektivt kan opsuge metan fra køernes udånding og gylle i stalden. Indtil nu er det lykkedes at opsuge 25 pct. udskilt metan, målet er 40 pct.



GYLLEBEHOLDERE

Emhætter i stalden vil også kunne anvendes til overdækkede gyllebeholdere, hvor koncentrationen af metan er højere end i stalden. Her forventes det muligt at kunne omsætte ca. 80 pct. af metanen vha. biofiltre. Man er i begyndelsen af udviklingsfasen.

med et lavt klimaaftryk, jo mindre vil vores samlede klimaaftryk være globalt. Den form for dansk produktion kan andre lande lære af, og her har vi langt den største effekt."

Netop evnen til at skrue op for fremstillingen af mælk, kød, korn og grønt med lav effekt på klimaet er vigtig for landbrug overalt i verden. I en ny rapport fra maj forventer World Resources Institute således, at produktionen skal øges med 45 pct. frem mod 2050 for at kunne brødføde klodens stadig større befolkning.

SE UDEN FOR LYSKEGLEN

Landbrugets evne til at følge med den voksende efterspørgsel efter fødevarer skal vel at mærke ske parallelt med en reduktion af klimagasser, der skal gøre

erhvervet klimaneutralt i 2050. En vigtig faktor i den opgave er 'radikal innovation', siger Hans Roust Thysen:

"Det er ikke nok at optimere eksisterende løsninger, ligesom landbruget ikke kan løse problemet alene. Derfor skal vi samarbejde med partnere, der er anderledes end os."

I en dansk sammenhæng nævner han som eksempel samarbejdet med bl.a. DTU om forskningen i pyrolyse.

"Det gav pludselig en løsning, vi ikke havde set i første omgang. På den måde svarer arbejdet med at reducere klimaaftrykket til at lede efter noget i mørke med en lommelygte. Man kan kun se, hvor lygten lyser, men hvad der ligger uden for lyskeglen, skal man også undersøge," siger Hans Roust Thysen.

HURRA FOR EFFEKTIVITETEN

Dansk landbrugs tradition for effektivitet er et godt redskab i arbejdet med at reducere erhvervets klimaemission. Det mener Hans Roust Thysen, klimachef ved Center for Klima & Bæredygtighed, SEGES, og nævner dansk mælkeproduktion som et eksempel.

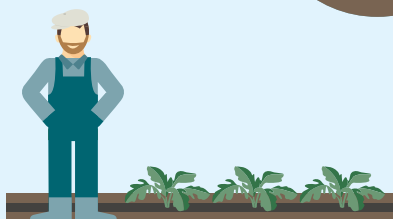
"I dag yder danske køer dobbelt så meget mælk som for 30 år siden. Den høje ydelse har en enorm effekt i forhold til at give et lavere klimaaftryk pr. produceret kg mælk," siger han og tilføjer:

"Meget af det, vi i årevis har arbejdet med på forsknings- og innovationssiden, hænger godt sammen med klima – det gælder fx effektivitet og evnen til at bruge ressourcerne maksimalt og undgå spild. At forskningen har båret frugt, er kun sket, fordi danske landmænd er omstillingsparate og klar til at tage nye metoder og viden i brug."

REDUKTION AF CO₂ OG LATTEGAS

UDTAGNING AF LAVBUNDSJORD

Den samlede effekt af udtagning og vådlægning af kulstofrige jorde skønnes at være en reduktion på mellem 15 og 40 ton CO₂e/ha/år afhængigt af jordens kulstofindhold. Estimaterne er forbundet med stor usikkerhed.



EFTERAFGRØDER

Efterafgrøder reducerer tabet af kvælstof fra rodzonen og derved emissionen af lattergas. Efterafgrøder opbygger kulstof i jorden, men øger også mængden af kvælstof og dermed lattergasemissionen. Samlet set giver efterafgrøder dog en positiv effekt.

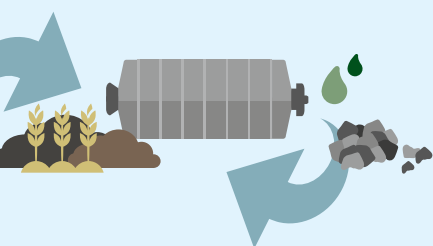
NITRIFIKATIONSHÆMMERE

Markforsøg skal dokumentere effekten og den praktiske anvendelse af nitrifikationshæmmere. Pt. er der ingen produkter i handelen til handelsgødning og gylle.

Tilsætning af nitrifikationshæmmere til handels- og husdyrgødning kan potentielt give 40 pct. reduktion i emission af lattergas.

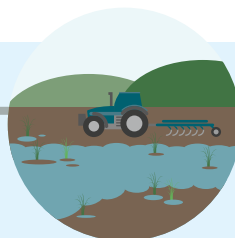
HALMNEDMULDNING

Når halmen snittes på marken, bliver en del af kulstoffet i halmen indbygget i jordens organiske pulje.



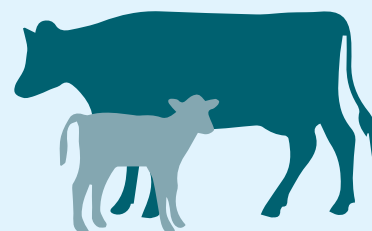
PYROLYSE

Iltfri forgasning – pyrolyse – af halm og gyllefibre giver biokul. Det er en effektiv metode til at hive CO₂ ud af luften via planters fotosyntese, der forventes at kunne indeholde op til 50 pct. af halmens og gyllefibrenes kulstof. Der er planer om at bygge flere prototypeanlæg i Danmark. Foreløbige forsøg med praktisk anvendelse af biokul ser lovende ud.



AVL

Ved at selekttere dyr til avlsarbejdet, der er genetisk disponeret til at udlede mindre metan, kan køerne avles til at udlede op til 1 procentpoint mindre metan pr. år.



Priser og eksport påvirket af corona

CORONAPANDEMIEN BETØD ET FALD I EKSPORTVÆRDIEN FOR MEJERIPRODUKTER PÅ GODT 1 MIA. KR. I 2020, OG MARKEDSPRISERNE BØLGEDE OP OG NED I LØBET AF ÅRET.

Af Niels Ole Nielsen, non@lf.dk

INDVEJNING

2020 lagde ud med et mindre fald i den danske mælkeproduktion i årets første fire måneder. Herefter begyndte indvejningen at stige, og i det meste af andet halvår var der tale om en stigning på 1,5-2,0 pct. Samlet set endte indvejningen i 2020 med at stige med 0,9 pct. til i alt 5.666 mio. kg.

I de første måneder af 2021 er mælkeproduktionen igen faldet, hvilket primært skyldes en kold periode.

MARKEDSPRISER

Fornuftige markedspriser i begyndelsen af 2020 blev hurtigt afløst af store prisfald, da den første bølge af Covid-19 i marts ramte Europa, og det meste af foodservice-sektoren lukkede ned. Dette medførte prisfald på 20-30 pct. i løbet af ganske få uger, fordi markedet var præget af frygt og uvished. Relativt hurtigt begyndte priserne dog at stige igen, da det viste sig, at efterspørgslen stadig var der. Faldet i afsætningen til foodservice blev nemlig i stort omfang udlignet af en tilsvarende stigning i salget til detailhandlen. Dertil kom, at flere lande i nogen grad åbnede op igen ved sommerens begyndelse.

I løbet af efteråret ramte anden bølge af Covid-19 store dele af verden, men på baggrund af erfaringerne fra foråret var der ikke nogen reaktion på markedspriserne overhovedet. Fra august og året ud var priserne stort set uændrede, men efter årsskiftet begyndte markedspriserne at stige kraftigt. Dette skyldes primært, at de indenlandske priser på mejeriprodukter i Kina har været stigende over en periode, hvilket har øget den kinesiske import af mejeriprodukter; som følge heraf er markedspriserne uden for Kina blevet påvirket i en opadgående retning. Siden januar er de europæiske priser således steget med 20 pct. for smør, 15 pct. for sød- og skummetmælkspulver og 5 pct. for ost (primo maj). Bortset fra skummetmælkspulver betyder det, at prisniveauet i Europa i dag ligger på et højere niveau, end før Covid-19 gjorde sit indtog.

De kommende måneder må det også forventes, at salget til foodservice gradvist øges i takt med, at folk bliver vaccineret og landene åbner op igen.

EKSPORT

I 2020 endte eksportværdien for mejeriprodukter på 19,9 mia. kr., hvilket er et fald på godt 1 mia. kr. i forhold til 2019. Den primære årsag er, at Covid-19 stort set lukkede for salget til foodservice og derved medførte et større fald i priserne i foråret. Ganske vist steg priserne hurtigt igen, men markedspriserne i 2020 nåede aldrig det samme niveau, som de lå på i begyndelsen af året.

Covid-19 medførte dog også et øget salg i detailhandlen, hvilket betød, at en større del af mejeriprodukterne blev afsat på det danske marked. Dette indebærer, at mængden af mejeriprodukter til eksport kun var stigende for ost, mens den var faldende for de øvrige produktgrupper. Der var dog tale om fald i eksportværdien for alle fire produktgrupper.

Mælkeindvejning

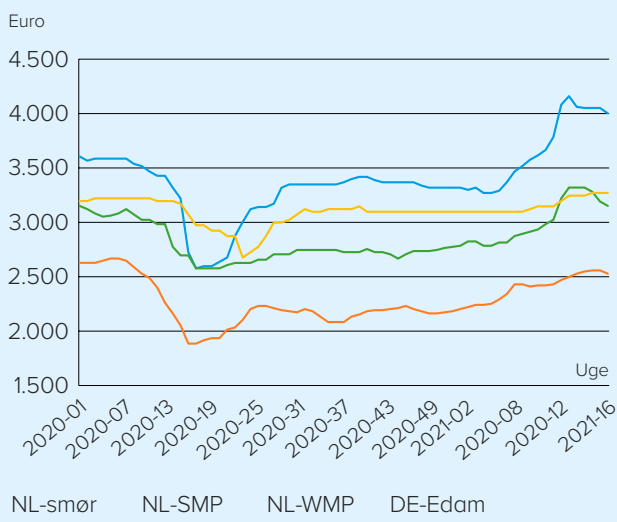
I Danmark – ændring i forhold til året før

Bemærk: Februar 2020 er korrigeret for skuddag



Markedspriser

Noteringer i Holland og Tyskland – EUR/ton



Eksport

Af mejeriprodukter fra Danmark

	1.000 ton	2019	2020	Ændring i %
Mælk og konsummælkeprodukter		416	400	-4%
Mælkekonserves		225	194	-14%
Ost		388	399	3%
Smør og smørolie		53	50	-5%
Mia. DKK		2019	2020	Ændring i %
Mælk og konsummælkeprodukter		2,8	2,7	-3%
Mælkekonserves		5,5	5,0	-10%
Ost		10,8	10,5	-3%
Smør og smørolie		2,0	1,8	-11%
Eksportværdi i alt		21,0	19,9	-6%



Grøn dagsorden i pandemiens skygge

KORT FØR CORONAKRISENS INDTOG LANCEREDE EU-KOMMISSIONEN SIN STRATEGI FOR AT GØRE EUROPAS LANDBRUGS- OG FØDEVARESEKTOR KLIMANEUTRAL INDEN 2050. ET ØGET FOKUS PÅ MERE PLANTEBASERET KOST ER ET AF FLERE KONTROVERSIELLE TILTAG FOR MEJERISEKTOREN.

Af Henrik Lomholt Rasmussen

Covid-19-krisen har fyldt meget på EU's dagsorden siden lukningen af Europa, men EU-Kommissionen har stadig stort fokus på et andet presserende emne, nemlig klimaet.

Lige inden Europa blev lukket i marts sidste år, præsenterede Kommissionen sin grønne pagt – Green Deal – der skal gøre Unionen klimaneutral i 2050 og skabe en bæredygtig økonomi. I pagten har landbrugs- og fødevarersektoren sit eget strategioplæg, Farm to Fork – fra jord til bord – der hurtigt er blevet forkortet til F2F.

F2F-strategien har fire overordnede prioriteter:

- Sikre en bæredygtig primærproduktion
- Fremme bæredygtig fødevarerproduktion, en bæredygtig detailhandel og en generelt bæredygtig håndtering af fødevarer
- Fremme bæredygtigt fødevarerforbrug og facilitere et skift hen imod sund og bæredygtig kost
- Reduktion af fødevarespild

'Mejeriåret' bad Kirsten Holm Svendsen, adm. direktør for Mejeriforeningens kontor i Bruxelles, om at vurdere F2F-strategiens betydning for mejerisektoren. Svaret er klart: En lang række af oplæggets tiltag er kontroversielle for branchen.

"I udgangspunktet er de fire prioriteter svære at være uenige i, men djævelen ligger som bekendt i detaljen. Ser man på baggrunden for prioriteterne, skinner det allerede i de indledende faser igennem, at Kommissionen lægger op til at presse på for mere plantebaseret kost," konstaterer Kirsten Holm Svendsen.

Et træk i den retning kan komme til at berøre mejerisektoren på mange politikområder. Blandt andet den generelle landbrugs politik og landbrugsstøttens fremtidige udformning, men også hvad fx angår afsætningsfremme af fødevarer. På alle fronter kan mejerisektoren risikere, at midlerne kanaliseres over til plantesektoren i større eller mindre grad.

"Fra dansk mejeribrugs side arbejder vi selvfølgelig på at påvir-

ke denne udvikling. B.l.a. andet med argumenter om, at vi i Danmark er langt fremme med grønne løsninger,” siger Kirsten Holm Svendsen.

25 PCT. ØKOLOGISK PRODUKTION

Når det kommer til at fremme en bæredygtig produktion, er følgende tiltag på banen i F2F-strategien: Økologi skal fremmes, og inden 2030 skal 25 pct. af EU's landbrugsareal have økologisk produktion.

”Dette er måske nok miljømæssigt bæredygtigt, men spørgsmålet er, om det også er den klimamæssigt rigtige vej,” bemærker Kirsten Holm Svendsen med henvisning til debatten om klimafordele og ulemper ved hhv. konventionel drift og økologi.

Kommissionens forslag til reform af den fælles landbrugspolitik skal desuden føre til en mere resultatorienteret støtteordning. Derfor vil Kommissionen og medlemsstaterne skulle arbejde sammen om at sikre, at de nationale, strategiske planer indeholder en ambitiøs tilgang vedrørende for eksempel reduktion af brug af pesticider, kunstgødning og antibiotika.

Set med mejeribriller er en positiv vinkel på dette område, at reduktion af brug af kunstgødning kan fremme behovet for naturgødning, der blandt andet kan komme fra malkekøer.

Samtidig vil Kommissionen facilitere markedsføring af innovative fodertilsætninger, som kan bidrage til reduktion af CO₂-udslip, vandforurening og metanudslip fra den animalske produktion. Allerede nu er EU-Parlamentet i gang med at udarbejde en egen-initiativ rapport om metanreduktion.

Endvidere skal dyrevelfærden tilgodeses i F2F-strategien, og Kommissionen vil overveje at indføre et fælles dyrevelfærdsmærke.

Overordnet set peger Kirsten Holm Svendsen på, at F2F-strategiens hovedvægt ligger på fødevarerens og forbrugernes valg af sunde og bæredygtige fødevarer. Det er således 'fork-siden', der skal lægge pres på producenterne. Det kan ses som et udslag af, at det ikke er EU's landbrugskommissær, der har førertrøjen på i dette udspil, men sundhedskommissæren, vurderer Kirsten Holm Svendsen.

FORBEREDELSE TIL FN'S FØDEVARETOPMØDE

Som led i forberedelsen af FN's Food Summit (fødevaretopmøde) i efteråret forsøger Kommissionen at få de enkelte fødevarerivirksomheder til at forpligte sig til flere områder af F2F-strategien med fælles udvikling og senere underskrivelse af et EU-kodeks (et regelsæt, red.). Dertil kommer dannelsen af en overvågningsramme for ansvarlig forretnings- og markedsføringsadfærd allerede inden den 1. juni.

”Mejeribrugets lobbyister søger som altid maksimal indflydelse på den kommende lovgivning på disse områder. Enten via samarbejdet i den Europæiske Mejeriorganisation (EDA) eller sammen med udvalgte andre ligesindede organisationer såvel som på egen hånd,” siger Kirsten Holm Svendsen.

I den sammenhæng har hun og kollegerne på Mejeriforeningens kontor i Bruxelles jævnlige møder med danske EU-parlamentarikere, ligesom der er fast kontakt til de danske forhandlere på området.

”Vores væsentligste overordnede budskaber er, at dansk mejeribrug er helt klar til at medvirke til at opfylde klimamålsætningerne i F2F-strategien. Der skal dog være tale om balancerede klimatiltag, som tilgodeser mejeriprodukternes rolle i en sund og varieret kost,” siger Kirsten Holm Svendsen.

Endvidere har man brug for at samarbejde om innovation og udvikling af metoder til mere CO₂-venlig animalsk produktion. Her opfordres der fra dansk hold for tilføjelse af ekstra ressourcer til området. Fx fra den store europæiske genopretningsfond, som skal bruges til genstart af økonomien efter coronakrisen.

EU-Kommissionens Farm to Fork-strategi indeholder også fire forslag til mærkning af fødevarer, der skal indføres inden 2024. Mærkerne skal lette forbrugernes valg af sunde fødevarer og reducere madspild. Læs om de fire mærker på side 30-31.



Kirsten Holm Svendsen, adm. direktør for Mejeriforeningens kontor i Bruxelles

FAKTA

GREEN DEAL

Green Deal er EU-Kommissionen køreplan for, hvordan Unionen bliver klimaneutral i 2050 og allerede i 2030 har reduceret udslippet af klimagasser med 50-55 pct. Der skal udarbejdes en ny plan for cirkulær økonomi, hvor Kommissionen bl.a. vil fremsætte forslag om en politik for mere bæredygtige produkter. Dette indebærer retningslinjer for 'grønt design' og genanvendelse af produkter og emballager. Endvidere vil man prioritere økologi og have fokus på biodiversitet.

UBERØRT MEJERIPRODUKTION OG STABIL FORSYNING

Produktionen af mejeriprodukter i hele EU har stort set været uberørt af Covid-19-krisen. Enkelte mindre producenter har oplevet vanskeligheder, og der blev hurtigt åbnet for støtte til privat oplagring i foråret 2020. Ingen danske mejerier har dog gjort brug af ordningen. I perioden med corona er det desuden lykkedes at holde det indre marked åbent for forsyninger. Det skyldes, at fødevarersektoren hurtigt blev erklæret for en essentiel sektor. Det sikrede, at der ikke har været nævneværdige brud på forsyningskæderne.

FYSISKE FORHANDLINGSMØDER

Det forløbne års arbejde i EU's hovedstad Bruxelles har været stærkt præget af Covid-19-krisen. Byen har været mere eller mindre permanent lukket i mere end et år. Det har bl.a. gjort virtuelle møder til hverdag i EU's institutioner, men når det kommer til forhandlinger, har det vist sig nødvendigt med fysiske møder. ”Uden dem var det nok ikke lykkedes at lande en Brexit-aftale i sidste øjeblik,” vurderer Kirsten Holm Svendsen, adm. direktør for Mejeriforeningens kontor i Bruxelles.

På vej mod ens afregning for mælken i EU

ET NYT REDSKAB FRA DEN INTERNATIONALE MEJERIFORENING IDF KASTER LYS OVER OPGAVEN MED AT MÅLE KVALITETEN AF RÅ MÆLK. VÆRKTØJET STØTTER ARLA FOODS' PRINCIP OM AT SIKRE MÆLKEPRODUCENTER ENS PRIS FOR DERES MÆLK PÅ TVÆRS AF LANDEGRÆNSER I EU.

Af Henrik Lomholt Rasmussen



Den rå mælks kintal – antallet i bakterier – måles på forskellige måder i EU. Det giver forskellige afregningspriser til landmændene fra land til land for mælk af den samme kvalitet. En ny bulletin fra IDF skal bidrage til at rette op på skævvridningen. Foto: Arla Foods

Hvordan måler man kintallet – antallet af bakterier – i den ubehandlede mælk fra EU's mælkeproducenter? Det har i årevis været et følsomt debattemne i mejerisektoren. Nu kan en ny bulletin om sagen fra den internationale mejeriforening IDF hjælpe med at skabe fælles fodslag – og sikre ens afregning af mælken for europæiske landmænd.

Det fortæller Berte Asmussen og Tove Asmussen, der er konsulenter i mælkehygiejne i virksomheden Raw Milk Connect. De har assisteret med at udarbejde *Guidance on the Application of Conversion Equations for Determination of Microbial Quality of Raw Milk for IDF*.

"IDF's bulletiner er en vigtig kilde til viden for mejeribranchen. Den seneste af slagsen skal lette arbejdet med at måle kintallet i rå mælk bedst muligt. Desuden skal bulletinen øge mejeriers fokus på mælkekvaliteten, når de for store pengebeløb handler rå mælk med hinanden og dagligt sender millioner af liter mælk på tværs af landegrænser i Europa," siger Berte Asmussen.

ARLA TÆNDTE GNISTEN

Baggrunden for udgivelsen af IDF-bulletinen var som nævnt talrige diskussioner om fælles EU-regler for målinger af kintallet. Men det var Arla Foods' erfaringer på området, som satte skub i arbejdet med at lave bulletinen. Mejeriet har leverandører i syv europæiske lande og ville udvikle en model, der skulle give det samme kvalitetstillæg til alle koncernens landmænd.

"For at kunne bruge rå mælk til human ernæring skal mælken, ifølge EU's hygiejnedirektiv, have et kintal på under 100.000 CFU (måleenhed, red.) pr. ml. Over for IDF påpegede Arla, at der er forskel på, hvad 100.000 CFU er fra land til land. Det skyldes, at man bruger forskellige beregningsmetoder til at måle kintal rundt om i Europa, hvilket fører til forskellige mælkepriser," forklarer Berte Asmussen.

Forskellen i CFU-tallene skyldes ikke snyd på vægten med mælkeprøverne, men har historiske rødder. Omkring 1980 gik man over til en automatiseret målemetode, hvor man ikke talte antallet af bakterier efter enheden CFU (Colony Forming Units), men som IBC (Individual Bacterial Counts) og derefter omsatte dette tal til CFU.

Denne omregning kunne give forskellige og mindre præcise tal fra land til land – i nogle tilfælde fra region til region – fordi hvert land eller region havde sin egen omregningstabel. I 1980'erne og 1990'erne havde det ikke den store betydning, fordi handel med rå mælk over landegrænserne, bl.a. i EU, var langt mindre end i dag.

"Desuden mente man dengang, at der var forskel på floraen i mælk i forskellige lande. Derfor var der accept af, at hvert land eller region havde sin egen konvertering, hvilket fungerede fint i praksis," fortæller Tove Asmussen.

TYSKLAND GIK FORREST

Med tiden blev ordningen med 'hvert land sin omregning' dog udfordret i takt

med, at mejerierne blev mere internationale, og rå mælk blev handlet over grænserne i stadig større mængder. Det gav behov for ens konverteringstabeller til omregning af bakterietallet.

Tyskland var blandt de første til at indføre den nye analysemetode såvel som en fælles omregningstabel i landets 16 delstater. Desuden har man fra tysk hold været primus motor i at udvikle en ISO-standard for omregningsforholdet.

Brugen af en fælles konverteringstabel er ikke gjort obligatorisk i EU, og derfor bruger flere medlemslande stadig deres egne konverteringer.

GAVNER ALLE PARTER

Her kommer Arla ind i billedet med sit princip om, at selskabets landmænd skal afregnes ens for at levere mælk af den samme kvalitet. Arla kunne nemlig påvise, at man ved at måle den samme mælkeprøve i to laboratorier, der anvender hver sin konverteringstabel, får to forskellige resultater. I CFU vel at mærke, ikke i IBC.

Løsningen for Arla blev at anvende IBC målt med de automatiske bakterietællere til afregning af mælken. Kontrolprøver og tests sikrer, at apparaterne tæller ens, så Arlas leverandører afregnes på samme måde for den samme mælkekvalitet.

Samtidig sikres det, at producenternes mælk overholder EU's hygiejnedirektiv, der måles i CFU. Det sker ved hjælp af den omregningstabel, som gælder i det land, hvor mælken produceres.

"Arla har således udviklet en hybrid løsning til gavn for såvel mejeribruget som myndighederne. At denne metode nu bliver nævnt i en IDF-bulletin, kan få stor betydning for at sikre, at mælkeproducenter i EU får ens priser for deres mælk," siger Berte Asmussen.

Uden for EU bruger en række lande udelukkende, og problemløst, IBC til afregning og lovgivningsmæssig bestemmelse af mælakens kvalitet. Det gælder bl.a. Canada, Island, Norge og Storbritannien.



De unge har nye ostevaner

DANSKERNES TRADITIONELLE OSTEMAD – EN SKIVE GUL OST PÅ ET STYKKE BRØD – ER IKKE LÆNGERE EN SELVFØLGE BLANDT DE UNGE FORBRUGERE. I STEDET FINDER OSTEN VEJ TIL MADLAVNINGEN, OG NYE VARIANTER AF DE KLASSISKE DANSKE OSTETyper VINDER FREM.

Af Ulla Kjer

Når de unge skal købe ost, falder valget ofte på specialoste og ost til madlavning. Den tendens mærker man tydeligt i ostebutikkene – som her hos Jama Ost i Risskov. Foto: Claus Bonnerup.

Der var engang ... hvor en skive gul skæreost på et stykke brød var en fast del af danskernes morgenmad og frokost. Sådan er det ikke nødvendigvis længere. Især de yngre generationer spiser ikke 'ostemad' i samme grad som de ældre, og det har udfordret mejeriernes salg af især den klassiske Danbo-ost.

Men ost kan så meget andet end at blive lagt på en skive brød – ost kan bruges på utallige måder i madlavningen. Det arbejder både mejerierne og Mejeriforeningens kampagne Ost & ko på at lære især fremtidens forbrugere.

Senior Marketing Manager i Mejeriforeningen, Lars Witt Jensen fortæller, at de ændrede forbrugsmønstre, ikke mindst blandt de unge, er baggrunden for Ost & ko-kampagnen. Siden den så dagens lys i efteråret 2015, har kampagnen fokuseret på de gule ostetyper.

"Især de unge kender ikke de generiske ostetyper som Danbo og Havarti. Derfor arbejder vi på at øge kendskabet til og interessen for de klassiske danske ostetyper ved at præsentere dem i et inspirerende univers, hvor vi lader kokke og bloggere bruge ostene i nye, spæn-

dende madretter. Madkulturen flytter sig, og vi skal inspirere danskerne til at få osten med," fortæller Lars Witt Jensen.

OSTEVANERNE ÆNDRER SIG

Hos landets største producent af gul ost, Arla Foods, kan man ikke genkende til, at forbruget af den klassiske skæreost er faldende hos de yngre forbrugere.

"Den unge generation har ikke de samme oste-vaner som de ældre. Hvor danskerne generelt gerne spiser et stykke brød med ost til deres morgenmad eller i løbet af dagen, er den unge generation glad for specialostene, som kan bruges i flere forskellige sammenhænge. Vi ser også, at det er mere populært blandt de unge at købe ost til madlavning, end i de øvrige aldersgrupper," siger Anette Boye, som er Senior Category Manager i Arla for ost på det danske marked.

For at hjælpe den tendens yderligere på vej, lancerede Arla i begyndelsen af 2020 kampagnen 'Just Add Some Cheese', der henvender sig specielt til de unge. Baggrunden var en undersøgelse, der viste, at de 19-29-årige spiste mindre ost end fem år tidligere.

"Det er vigtigt at få fat i og fastholde de unge, som jo er fremtidens forbrugere. Det gør vi i kampagnen ved at italesætte ost på en ny måde og inspirere til, hvordan forskellige ostetyper kan bruges i madlavningen og tilføre ekstra smag," fortæller Anette Boye. ►

CORONA ER GODT FOR OSTEN

Danskernes vaner har på mange områder ændret sig under coronakrisen, og det gælder også indkøbsvanerne. Flere mejerier har i 2020 oplevet en stigning i salget af ost i detailhandlen. Det gælder blandt andet hos Arla.

"Mange danskere har været meget hjemme under coronakrisen, og det har øget salget af ost generelt og især af mærkevarer-ostene. Den tendens har vi set i alle aldersgrupper," siger Anette Boye, Senior Category Manager i Arla.

OST I DEN GRØNNE BØLGE

Både Arlas kampagne og Mejeriforeningens Ost & ko-kampagne har fået indrekte hjælp af den voksende interesse for at spise bæredygtigt. Lars Witt Jensen forklarer, at den grønne bølge indgår i Ost & kos strategi.

"Når vi ser på, hvad der interesserer de unge, så fylder bæredygtighed rigtig meget. Samtidig går flere op i madlavning, så der ligger et potentiale i at lade ost erstatte kød i maden. Ost har både et højt proteinindhold og kan samtidig være en smagsforstærker i maden, ikke mindst i form af umamismagen. Hos Ost & ko siger vi, at osten kan være en ingrediens i maden – ikke bare et drys på en ret, og vi kommer med forslag til, hvordan man kan bruge Danbo, Havarti og Esrom i madlavningen for at få mere volumen," siger Lars Witt Jensen. Han bakkes op af Anette Boye:

"I takt med at den kødfri trend breder sig, tror jeg på, at flere og flere forbrugere vil se ost som et godt alternativ til kød, og at ost vil blive en mere naturlig del af måltiderne, end vi ser i dag."

BEHOV FOR FORNYELSE

Hos Thise Mejeri har man også observeret de unges interesse for at bruge ost i madlavningen, og derfor øger mejeriet hele tiden udbuddet af varianter til madlavning, bl.a. i form af revet ost og ost i skiver, oplyser selskabets salgs- og marketingdirektør Peder G. Jessen.

Mammen Mejerierne er landets næststørste producent af gul ost. Her fortæller salgsdirektør Karsten Føgh, at mejeriet fortsat har fokus på de traditionelle ostetyper som Danbo, og at salget har været jævnt stigende over en årrække. Men han også bemærket, at danskerne også har fået nye ostevaner.

"Folk bruger i højere den gule ost på andre måder. Som snack, til mellemmåltider, til øl, vin, tapas, som ingrediens i maden og til dessert. Det betyder, at vi skal udvikle og forny os, så vores sortiment passer til trends i tiden. Det handler om smag, udskæringer, pakkestørrelse. Fx kan vi se, at der er en stigende efterspørgsel efter skiveost, og vi arbejder med at udvikle andre typer hårde oste end vores Tange Sø-ost," siger Karsten Føgh.

KVALITET FREM FOR PRIS

'Kvalitet frem for pris' ser også ud til at være en ny trend blandt danskerne, når de køber fødevarer, og det mærkes tydeligt hos landets ostephandlere.

"Salget har aldrig været bedre," konstaterer Martin Vorsøe, formand for Ostephandlerforeningen og indehaver af to osteputikker på Sjælland.

"Mange danskere er blevet mere kvalitetsbevidste. Det gælder især den yngre generation, som gerne giver lidt mere for en ost, men tendensen spredt sig også til de ældre forbrugere. Den oplevelse, vi kan give forbrugerne i osteputikken, betyder meget – især det at de kan få lov at smage på forskellige oste og få råd og vejledning. Så betyder prisen mindre," mener Martin Vorsøe.

Fra blød til hård

DEN KLASSISKE BLØDE DANBO BLIVER UDFORDRET AF NYE HÅRDE GULE OSTE. ISÆR DE YNGRE FORBRUGERE FORETRÆKKER SPECIALOSTENE.

I 2011 lancerede Thise Mejeri en helt ny ost: Vesterhavsosten – en hård gul ost, der lagrer omtrent dobbelt så lang tid som en mellemlagret Danbo. Seks år senere var osten blevet så populær, at mejeriet måtte tredoble lagerkapaciteten til Vesterhavsosten. Også andre mejerier er begyndt at producere deres versioner af hårde gule ostetyper, som mange forbrugere, især de unge, har taget til sig til trods for, at ostene, især på grund af den lange lagringstid, har en noget højere kilopris end en traditionel gul ost.

"Vesterhavsost og andre hårde oste har de senere år vundet frem på bekostning af de traditionelle, mere bløde typer som Danbo og Havarti. I dag udgør de hårde og dyre typer således ca. 20 pct. af salget," fortæller Lars Witt Jensen, Senior Marketing Manager i Mejeriforeningen.

Den tendens bekræftes af formand for Ostephandlerforeningen, Martin Vorsøe, som driver to osteputikker i henholdsvis Holbæk og Espergærde.

"Efterspørgslen går mere i retning af specialoste, og det gælder også inden for de gule oste. Interessen for hårde oste som for eksempel Vesterhavsost og Gammel Knas er meget større end for bare fem år siden."

Martin Vorsøe fortæller, at han har 'storsatset' på ostepapas, og at det i høj grad har været medvirkende til at skabe interesse for ost og få den yngre generation til at komme ind i osteputikken og smage på forskellige oste.

På Them Andelsmejeri produceres der udelukkende gule oste. Adm. direktør Torben Aarris fortæller, at man på mejeriet har erkendt, at markedet for traditionel gul ost er stagnerende, og at produktionen derfor er ændret, så mejeriet har skruet ned for mængden af de klassiske, kitmodnede Danbo-oste til fordel for produktionen af specialoste især af de hårde typer.

"Det handler om, at vi skal henvende os til morgendagens forbrugere og komme med produkter, som det yngre segment efterspørger. Vi prøver at fortælle vores version af, hvad man kan bruge gul ost til, men det er en kæmpe opgave at vende udviklingen."

Tapasanretninger har været med til at øge de unges interesse for ost.

Kampagnen Ost & ko lader bloggere og kokke udvikle nye madretter med de danske BGB-oste for at øge forbrugernes kendskab til og interesse for de fire ostetyper Danbo, Havarti, Esrom og Danablu.



Fakta om Danbo:

Hver voksne dansker spiser omkring **14 kg** ost om året, og heraf udgør Danbo-osten ca. **5 kg**.

I løbet af **2018** havde **88 pct.** af alle danskere købt Danbo-oste.

I **2017** fik Danbo-osten EU's prestigefyldte BGB-mærke (Beskyttet Geografisk Betegnelse), der placerer osten i samme liga som italienske Parmigiano Reggiano, franske Emmental de Savoie og danske Danablu. Det betyder, at Danbo-osten blandt andet kun må produceres i Danmark med dansk mælk.

Der produceres gul ost på **21 mejerier** i Danmark.

Klovborg er bedre kendt end Danbo

DANSKERNES NATIONALOST HAR FÅET EU'S KVALITETSSTEMPEL, MEN DANSKERNE VED IKKE, HVAD EN DANBO ER.

Af Ulla Kjer

Danbo-osten, også kaldet Danmarks nationalost, er den klassiske gule skæreoost, som danskerne traditionelt har spist – og stadig spiser – på en skive brød. I 2019 fik Arla lavet en undersøgelse, der viste, at danskerne hvert år spiser 24 mio. kg Dan-

bo-ost; det svarer til, at 37 pct. af al den ost, der spises i Danmark, er Danbo-oste.

Ikke desto mindre er det kun de færreste danskere, der ved, hvad en Danbo-ost egentlig er – om det er et brand, en ostetype, eller om osten kommer fra et bestemt sted i Danmark.

Både mejerierne og Mejeriforeningen arbejder derfor med at øge forbrugernes interesse for og kendskab til Danboen og de andre danske ostetyper.

"Vi ved, at kendskabet til ostetyperne er minimalt, fx er et mærke som Klovborg bedre kendt end ostetypen Danbo," siger Senior Marketing Manager Lars Witt Jensen, som står i spidsen for kampagnen Ost & ko. Den sætter fokus på de fire danske BGB-oste, som ud over Danbo omfatter Danablu, Esrom og Havarti.

"Der ligger mange spændende historier

i de danske oste, som er ukendte for de fleste forbrugere. De historier og informationer om ostetyperne bygger vi videre på, når vi lader kokke og bloggere bruge ostene i nye, spændende madretter."

Senior Category Manager for ost i Arla Danmark, Anette Boye, oplever, at der er en voksende interesse for lokalt fremstillede produkter blandt forbrugerne, men at danskerne mangler viden, når det kommer til de klassiske gule oste.

"Mange – især unge – kender ikke historien bag Danbo og Havarti. Vi skal derfor sætte mere fokus på, dels at der er tale om to danske ostetyper, dels på selve BGB-mærket for at skabe forståelse hos forbrugerne for, at de to ostetyper er geografisk beskyttet – at de kun må produceres i Danmark og efter bestemte krav."

Det handler om at ramme rigtigt, når mejerierne skal finde balancen mellem lang holdbarhed, der kan mindske madspild og øge eksportmulighederne, og så forbrugernes ønske om friske produkter, forklarer innovationsdirektør for forbruger- og produktdesign i Arla Foods Anne Evers Nikolajsen. Fotos: Claus Bonnerup.

’Lang holdbarhed er ikke målet i sig selv’

LÆNGERE HOLDBARHED PÅ MEJERIPRODUKTER KAN BIDRAGE TIL MINDRE MADSPILD OG UDVIDE EKSPORTMULIGHEDERNE, OG MEJERIERNE HAR TEKNIKKERNE TIL DET. SPØRGSMÅLET ER, OM FORBRUGERNE VIL KØBE PRODUKTERNE

Af Ulla Kjer

På Arla Foods' Innovationscenter i Skejby bliver der hele tiden forsket i nye metoder til at øge mejeriprodukternes holdbarhed, men medarbejderne samler også viden om forbrugernes holdninger til produkter med lang holdbarhed. Og den er ikke nødvendigvis positiv, fortæller innovationsdirektør for forbruger- og produktdesign Anne Evers Nikolajsen:

"Mange forbrugere i Norden vil gerne have friske produkter, og her kan produkter med lang holdbarhed blive opfattet som mindre friske. Derfor er forlængelse af holdbarhed ikke målet i sig selv. På mejeriet kan vi sagtens forlænge mejeriprodukternes holdbarhed gennem procesbehandlingen, men det vil af mange forbrugere blive opfattet negativt eller mindre naturligt; de ønsker, at produkterne er så lidt forarbejdede som muligt. Så hvis de ikke vil købe produkterne, er lang holdbarhed jo ikke nogen fordel. Forbrugernes indstilling er afgørende, og vi er nødt til at forstå dem, inden vi går ind og løser alting med teknologi."

Forbrugernes forventninger til friskhed og holdbarhed er også forskellige fra land til land. Drikkemælk er et godt eksempel: Mens danskerne går meget op i, at mælken skal være så frisk som mulig, er holdningen en helt anden på den anden side af den dansk-tyske grænse, hvor forbrugerne generelt anser langtidsholdbar UHT-behandlet mælk som den 'normale' drikkemælk.

MÆLK TIL FJERNE EGNE

I 2020 solgte Arla mejeriprodukter til 'fjerne markeder uden for EU' for 14,7 mia. kr., og mejeriselskabet lægger ikke skjul på, at vækstmarkederne fremover kommer til at ligge uden for Europa. Lang transporttid og risiko for ekstreme temperaturforskelle undervejs stiller meget store krav til produkternes holdbarhed.

I den sammenhæng er varmebehandling fortsat den mest benyttede metode, men det er ikke altid problemfrit bare at

skruer op for temperaturen. Behandlingen skal nøje tilpasses det enkelte produkt, og den udfordring bliver der løbende arbejdet med på innovationscenteret.

"Produktet skal selvfølgelig behandles tilstrækkeligt i forhold til fødevarer-sikkerheden, men for meget varme kan ødelægge vitaminerne og sætte gang i nogle uheldige processer, f.eks. kan farven eller smagen ændre sig. Vi er nødt til at forstå hvert enkelt produkt, og hvordan det reagerer på behandlingen," siger Anne Evers Nikolajsen.

Et godt eksempel er langtidsholdbar laktosefri mælk, som er et særdeles interessant eksportprodukt til f.eks. Afrika og Asien, hvor befolkningen – i modsætning til f.eks. Nordeuropa – har problemer med laktoseintolerance. I begyndelsen gav varmebehandlingen det problem, at mælken i løbet af den lange holdbarhed fik en brunlig farve og en anderledes smag.

"Det problem har vi nu fundet en løsning på, så mælken holder sig hvid og fortsat smager af mælk i hele holdbarhedsperioden. Dermed kan den eksporteres til lande uden for Europa," siger Anne Evers Nikolajsen.

Hun fortæller videre, at en anden udfordring med varmebehandling er, at metoden er energikrævende, og det trækker ned i bæredygtighedsregnskabet.

"Det er vores mål, at produkterne skal bevare mest mulig friskhed og smag ved brug af så lidt energi, vand og forarbejdning som muligt, og derfor giver vi dem kun lige nøjagtigt den behandling, der er nødvendig."

NYE KULTURER PÅ VEJ

Holdbarhed handler blandt andet om at uskadeliggøre de uønskede mikroorganismer i produktet. En ny måde til at undgå dem på er ved hjælp af såkaldte 'protective cultures' (beskyttende kulturer), som Anne Evers kalder 'den lille hjælper'.

"I produkter som ost, yoghurt og andre

syrnede produkter, der i forvejen indeholder kulturer, kan man tilsætte kulturstammer, der beskytter produktet mod vækst af uønskede mikroorganismer – man kan sige, at de tager pladsen op for de uønskede mikroorganismer. Det er en udvikling, vi i øjeblikket holder meget øje med, og som vi arbejder sammen med vores leverandører om," fortæller Anne Evers Nikolajsen.

SØGER AFLØSER FOR PLASTIK

Arla samarbejder desuden med forskellige virksomheder og universiteter om at finde ny indpakning til produkterne. Emballagen spiller nemlig en afgørende rolle i forhold til et produkts holdbarhed, og her møder mejeribranchen en af de helt store udfordringer.

"Plastik er et fantastisk materiale til at beskytte produktet mod lys og ilt og samtidig mod lugt og udtørring, fordi det danner en rigtig god barriere. Plastik er altså med til at sikre holdbarheden og dermed undgå madspild. Men samtidig vil vi gerne i videst muligt omfang undgå plastik af hensyn til miljøet. Derfor følger vi rigtig meget med i udviklingen af emballage, der yder samme beskyttelse som plastik, men som er baseret på fornybare, ikke-oliebaserede materialer, der samtidig har plastikkens gode egenskaber. Det er et område, der kræver ny teknologi," slutter Anne Evers Nikolajsen. ▶

HUSK AT:

Al mælk bliver pasteuriseret, inden den bliver til drikkemælk, ost (undtaget råmælksoste), yoghurt eller et helt andet mejeriprodukt. Derfor er produkterne ikke sygdomsfremkaldende, selv om de bliver for gamle; de kan derimod ændre lugt, smag, konsistens eller farve.

Et mejeriprodukt bliver yderst sjældent dårligt, dagen efter at holdbarhedsdatoen er overskredet. Hvis produktet har været i uåbnet emballage og ikke har været udsat for høje temperaturer, kan det ofte holde sig langt ud over sidste holdbarhedsdato. Mejerierne skriver derfor 'bedst før' og 'ofte god efter' for at mindske madspild. Det er op til forbrugeren at bruge sanserne til at fornemme om mælken er frisk eller den er blevet sur.



Danskerne foretrækker frisk mælk, og derfor findes der kun nogle få langtidsholdbare mejeriprodukter, som fx kakaomælk og koldskål, på markedet.

Holdbarhed handler også om bæredygtighed

MERE SKÅNSOMME OG MINDRE ENERGIKRÆVENDE METODER ER NOGLE AF MÅLENE, NÅR DER FORSKES I AT GIVE MEJERIPRODUKTER LÆNGERE HOLDBARHED.

Af Ulla Kjer

Når danske mejeriprodukter skal sælges på fjerne markeder i fx Fjernøsten og Mellemøsten, kræver det, at kvaliteten stadig er helt i top efter at have været længe undervejs. Her er lang holdbarhed afgørende, og det er samtidig et nøgleord til at undgå et af klodens store problemer: Madspild.

Mejeribranchen forsker derfor hele tiden i, hvordan produkternes holdbarhed kan forlænges, samtidig med at fødevarerens sikkerheden fortsat er optimal. Der arbejdes både på at videreudvikle og forbedre velkendte metoder som varmebehandling, tørring og membranfiltrering, og på udvikling af nyere teknologier som trykbehandling.

En af dem, der beskæftiger sig aller mest med det, er professor i mejeriteknologi ved Københavns Universitet, Institut for Fødevarevidenskab, Lilia Ahrné. Når hun skal fortælle om forskningsarbejdet, begynder hun dog med at slå fast, at

danske mejerier allerede er meget langt fremme, fordi de opfylder det allervigtigste udgangspunkt for holdbarhed.

"Mejerierne er eksemplariske i forhold til høj hygiejnestandard og mikrobiologisk kvalitet, hvilket også er meget vigtigt i forhold til holdbarhed," siger hun.

VARME ER VELKENDT

En del af forskningen er koncentreret om at videreudvikle eksisterende teknikker. Det gælder ikke mindst den velkendte varmebehandling, som er en effektiv metode til at slå de skadelige mikroorganismer ihjel og derved give mælken længere holdbarhed. De tre mest benyttede metoder i dag er pasteurisering, UHT (ultrahøj temperatur) og ESL (Extended Shelf Life):

I Danmark pasteuriseres næsten al mælk i henhold til lovgivningen. Ved lavpasteurisering opvarmes mælken typisk til 72 grader i 15 sekunder, hvor efter den nedkøles til 5 grader.

I den anden ende af behandlingsskalaen finder man UHT, hvor mælken typisk opvarmes til 135 grader i 1-3 sekunder. Forbrugerne kan nogle gange opleve, at metoden giver mælken en lidt 'kogt' smag.

Derimellem ligger den nyere behandlingsmetode ESL. Her opvarmes mælken typisk til 128-135 grader i 0,5-2 sekunder, hvilket kun påvirker mælkens kvalitet og smag minimalt, men i modsætning til UHT skal produktet efterfølgende opbevares på køl. Arla benytter metoden til bl.a. laktosefri minimælk til det danske marked.

NYE MULIGHEDER MED MIKROBØLGER OG TRYK

I arbejdet med at udvikle teknologier til længere holdbarhed stilles der også krav om bæredygtighed, og i den forbindelse er det oplagt at udvikle og forbedre den energikrævende varmebehandling.



2 ARGUMENTER FOR LANG HOLDBARHED

Groft sagt er der to rigtig gode grunde til at forsyne danske mejeriprodukter med en lang holdbarhed.

Dels kan det hjælpe med til at mindske madspild, et emne der er stort fokus på for at begrænse klimabelast-

ningen og samtidig skaffe fødevarer til verdens voksende befolkning.

Dels bliver kun en tredjedel af de 5,6 mia. kg mælk, der årligt produceres herhjemme, solgt på det danske marked. Resten, altså 3,7 mia. kg, bliver for-

arbejdet til produkter, der eksporteres til nære og fjerne markeder, herunder Fjernøsten og Mellemøsten, hvor transporten, temperaturen og opbevaringen ikke altid er optimal.

På Københavns Universitet forsker Lilia Ahrné, professor i mejeriteknologi ved Institut for Fødevarervidenskab, i forskellige teknikker til at forlænge mejeriprodukternes holdbarhed. Foto: Mikkel Østergaard



"Opvarmning af mælken kan også ske ved hjælp af mikrobølger, der kan bruge strøm fra vedvarende energikilder, og måske kan det bruges som et mere bæredygtigt alternativ til UHT," siger Lilia Ahrné.

Af samme grund videreudvikles og forskes der i helt andre metoder, hvor man ikke bruger varme til at fjerne mikroorganismerne.

"Mejeriindustrien er allerede nået rigtig langt med membranfiltrering (en teknik der kan adskille molekyler af forskellige størrelser og egenskaber, red.), som har været anvendt i mange år. Her mener jeg, der er et enormt potentiale at arbejde videre med. En anden metode, som der stadig forskes i, er trykbehandling af mælken, men den metode kan give udfordringer med inaktivering af enzymer, hvilket påvirker kvaliteten, og de problemer mangler fortsat at blive løst," forklarer hun.

FREMTID MED YOGHURTPULVER OG TANG

Lilia Ahrné deltager selv i et igangværende forskningsprojekt, der undersøger mulighederne for at producere yoghurt i pulverform, som forbrugeren så selv skal røre op med vand. Målet er at kunne transportere og opbevare produktet udenfor køl (se også '3 forskningsprojekter om holdbarhed').

"I Danmark kan vi jo i forvejen lave fantastiske mælkepulverprodukter, og pulver er en rigtig god måde til at undgå spild. Se bare på pulverkaffe – det er et virkelig godt produkt, der er praktisk og fungerer. Sådanne convenience-produkter er et interessant område. Spørgsmålet er, om man kan få forbrugerne til at købe yoghurt som pulver, for det er altid svært at ændre folks vaner. Men jeg tror, det er muligt, for vi lever i en tid med forandringer, hvor mange ting skal ændres for at blive mere bæredygtige."

Men ville det ikke være lettere bare at tilsætte konserveringsmidler til mejeriprodukterne? Måske, men den tanke ligger fjernt for de danske mejerier, som er meget bevidste om, at deres produkter fortsat skal være så naturlige som overhovedet muligt. Derfor – og på grund af lovgivningen på området – optræder konserveringsmidler sjældent på ingredienslisterne. Lillia Ahrné mener dog, at naturen måske kan bidrage på det punkt.

"For eksempel har både tang og krydderurten timian nogle egenskaber, der kan være med til at øge holdbarheden, fordi de reducerer harskning af produktet. Omvendt kan det give smag til produktet, hvilket kan være både godt og skidt, så det er et område, der kræver yderligere forskning, og som derfor ligger noget ude i fremtiden."

3 FORSKNINGSPROJEKTER OM HOLDBARHED

Mejeribrugets ForskningsFond støtter en række projekter, der på meget forskellig vis beskæftiger sig med holdbarhed. Her er tre eksempler:

Projektet **'MicroLink'** beskæftiger sig med de kvalitetsproblemer, der kan opstå i UHT-behandlet mælk. Bakterierne overlever ganske vist ikke varmebehandlingen, men det gør deres enzymer, og de kan efterfølgende mindske produkternes holdbarhed og kvalitet.

'Improve Dairy Life' En af de væsentligste årsager til kvalitetsforringelse og reduceret holdbarhed af syrnede produkter er mikrobiel fordærvelse, og ofte er gær hovedårsagen. Projektet går i dybden med at undersøge fordærvelsesgær.

'Tørring og genopløsning af yoghurtpulver' Yoghurtens høje indhold af mælkesyre er sandsynligvis grunden til, at den er svær at tørre, og når pulveret genopløses, får det ikke samme tekstur som frisk yoghurt. Projektets mål er at udvikle teknikker, der gør det muligt at producere yoghurtpulver af høj kvalitet til fjerne markeder.



En obligatorisk mærkning af oprindelseslandet vil medføre øgede produktionsomkostninger og gøre fødevarer dyrere for de europæiske forbrugere. Foto: Adobe Stock

Mærkeregn over europæiske fødevarer

I EU-KOMMISSIONENS PLANER OM AT INDFØRE FLERE MÆRKNINGER AF FØDEVARER INDGÅR EN IDÉ OM AT GØRE OPRINDELSESMÆRKNING OBLIGATORISK. DET VIL VÆRE I STRID MED DET INDRE MARKED OG IKKE TIL GAVN FOR DANSK MEJERIBRUG, MENER MEJERIFORENINGEN.

Af Henrik Lomholt Rasmussen

Som led i sin grønne Farm to Fork-strategi vil EU-Kommissionen stille forslag om flere mærkninger af fødevarer, der skal gælde i Unionens 27 medlemslande. Sidst i 2022 forventes Kommissionen at præsentere konkrete forslag om mærkerne, men allerede nu kritiseres dele af planerne.

Det gælder bl.a. overvejelserne om at indføre obligatorisk oprindelsesmærkning – der angiver, hvilket land produktet stammer fra – for visse fødevarer, herunder mejeriprodukter. En realisering af idéen kan få alvorlige følger for den europæiske mejerisektor. Det siger Kirsten Holm Svendsen, adm. direktør for Mejeriforeningens kontor i Bruxelles. Hun mener, at et obligatorisk oprindelsesmærke er i modstrid med EU's indre marked.

"Det er de europæiske mejerier dybt integrerede i. Derfor indeholder mejeriprodukter ofte ingredienser, som mejerierne køber i forskellige lande alt efter pris, sæson og tilgængelighed. Obligatorisk oprindelsesmærkning vil fjerne fleksibiliteten i forsyningskæden og stille krav til måder at adskille ingredienser med forskellig nationalitet. Det vil føre til øgede produktionsomkostninger," forklarer Kirsten Holm Svendsen og tilføjer:

"Regningen vil ende hos forbrugerne, som kommer til at betale mere for mejeriprodukter."

Hun understreger, at hensynet til det indre marked bør være det primære. Desuden advarer hun om, at et oprindelsesmærke kan give indtryk af, at der er forskel på kvaliteten af fødeva-

rer i EU. Det er der ikke, da oprindelse intet har at gøre med de fælles EU-regler for fødevarer sikkerhed og kvalitet.

"Derfor bør oprindelsesmærkning fortsat være frivillig," siger Kirsten Holm Svendsen.

FRANSK ANNULLERING

Andre end Mejeriforeningen ser skeptisk på krav om obligatorisk oprindelsesmærkning. Det viser en sag fra Frankrig, hvor myndighederne i marts annullerede et nationalt krav om obligatorisk angivelse af oprindelsesland for mælk og kød, der anvendes som ingrediens.

Baggrunden for annulleringen var EU-Domstolens afgørelse i en sag mellem Frankrigs fødevaremyndigheder og mejeriselskabet Lactalis om oprindelsesmærkning for mejeriprodukter. Domstolen fastslog, at de franske myndigheders krav var i strid med Fødevarereinformationsforordningen.

"Det skal blive interessant at se, hvorledes Kommissionen kommer til at forholde sig til EU-Domstolens afgørelse i forhold til Farm to Fork-strategien," konstaterer Kirsten Holm Svendsen.

SPILD AF MÆLK

Heller ikke set i et perspektiv om bæredygtighed er der meget godt at sige om et krav om obligatorisk oprindelsesmærkning.

Som eksempel nævner Kirsten Holm Svendsen et større mejeri, som indsamler mælk fra flere lande.

Mejeriet vil få behov for at indrette produktionen, så mælk med forskellig oprindelse kan adskilles. Det vil typisk medføre etablering af flere adskilte mælketanke.

"Alt i alt vil det være dyrt for mejeriet og spild af mælk. Det hænger ikke sammen med Kommissionens ønske om at reducere fødevarerspild og CO₂-emissioner," konstaterer hun.

NEM AFKODNING, MEN ...

Ud over oprindelsesmærkningen har Kommissionen planer om et ernæringsmærke, der skal sidde på forsiden af emballagen og give Unionens forbrugere en idé om fødevarers sundhedsgrad.

Den slags systemer findes allerede rundt om i EU. I Norden er Nøglehulsmærket velkendt og omfatter 33 fødevarergrupper, deriblandt mælk, syrnede mælkeprodukter og ost. Det franske mærke Nutri-Score er blevet udbredt til Tyskland, Schweiz og Belgien. Spanien, Holland og Luxembourg ventes at følge trop.

Udbredelsen har ført til teorier om, at et fælles EU-mærke vil kunne tage udgangspunkt i Nutri-Score. Scoren for det enkelte produkt beregnes ud fra indhold af energi, sukker, mættede fedtsyrer og natrium samt indhold af fx frugt, fibre og proteiner og går fra A til E. Som den bedste score er A grøn, mens E får advarselsfarven rød.

I mejeribranchen er man ikke begejstret for Nutri-Score. Især fordi systemet ikke inddrager mejeriprodukters næringsværdi.

"Følger man kun Nutri-Score, kan der være risiko for, at man ikke får dækket behovet for en alsidig og varieret kost. Det går ikke. En letforståelig hjælp skal gavne forbrugernes diæt og understøtte nationale kostråd," siger Kirsten Holm Svendsen fra sit kontor i Bruxelles.

Hun mener, at det fortsat skal være frivilligt at forsyne produkter med et ernæringsmærke. Dog med den tilføjelse, at store supermarkeds kæders brug af ernæringsmærker som et salgsblikfang har resulteret i krav til fødevarerleverandørerne om at anvende et ernæringsmærke.

"Det vil derfor være bedst at kunne enes om et fælles europæisk mærke, som tager højde for behovet for en alsidig og balanceret kost," påpeger Kirsten Holm Svendsen.

NEJ TAK TIL 'ET TRAFIKLYS'

Også fra andre sider er der rynkede bryn over Nutri-Score. En række sydeuropæiske lande har således sagt klart nej og – med den italienske landbrugsministers ord – meddelt, at 'vores gode kvalitetsmad ikke skal straffes med et trafiklys.'

Kritikken handler især om, at olivenolie i Nutri-Score vil blive markeret som gul. Det vil kunne ses som en advarsel og ramme salget af en vigtig handelsvare for sydeuropæiske lande.



I blandt andet Belgien bruger man ernæringsmærket Nutri-Score, der giver kildevand den grønne topscore A som en ernæringsrigtig fødevarer. Også selv om kildevand ikke indeholder et eneste gram næring.

Fire mærkningsregler

EU-Kommissionens grønne jord til bord-strategi indeholder en række forslag til mærkningsregler for fødevarer, som efter planen skal være klar sidst i 2022.

1) ERNÆRINGSMÆRKNING

EU-Kommissionen vil foreslå at indføre en harmoniseret og obligatorisk ernæringsmærkning på forsiden af fødevarers emballage. Det såkaldte front of pack-mærke (FOP) skal kobles med ernæringsprofiler (se nedenfor) og lette forbrugeres valg af sunde fødevarer.

Mejeriforeningen mener, at ernæringsmærkning på forsiden dels skal være frivillig, dels harmoniseret – altså ens i alle EU-lande – for at sikre lige vilkår på det indre marked. Et FOP-mærke skal støtte (nationale) kostanbefalinger, sikre bedre oplysning til forbrugere og være baseret på videnskabeligt grundlag.

2) ERNÆRINGSPROFILER

Ernæringsprofiler forventes at skulle definere øvre grænseværdier for fødevarers indhold af salt, sukker og mættet fedt og forhindre, at produkter, der overskrider grænserne, anpriseres som nærende eller sunde. Ernæringsprofiler forventes at skulle kombineres med FOP-mærket (se ovenfor).

Mejeriforeningen forholder sig afventende, indtil den endelige udformning af ernæringsprofilerne kendes; det er blandt andet afgørende, om profilerne omfatter calcium og andre vigtige næringsstoffer.

3) OPRINDELSESMÆRKNING

EU-Kommissionen overvejer at indføre krav om obligatorisk oprindelsesmærkning for mejeriprodukter. En vedtagelse af det forslag vil blive kostbar for mejerier med leverandører i flere EU-lande.

Mejeriforeningen mener, at det fortsat bør være frivilligt at angive oprindelsen, da obligatorisk oprindelsesmærkning er i strid med det indre marked. Derfor skal et forslag om et udvidet krav om obligatorisk oprindelsesmærkning analyseres i forhold til virkninger for det indre marked.

4) DATOMÆRKNING

10 pct. af de 88 mio. ton fødevarer, der hvert år går til spilde i EU, antages at blive smidt ud af forbrugere, der ikke forstår deres holdbarhedsmærkning. Som et tiltag mod madspildet har Kommissionen fået lavet en vejledning til europæiske fødevarerproducenter om, hvornår et produkt skal mærkes med 'Use by' (Anvendes før) eller 'Best before' (Bedst før). Anvisningen minder om det danske system, man blandt andet kender fra drickemælk.

Mejeriforeningen mener, at vejledningen til fødevarerproducenter er en god hjælp til at vurdere, om et produkt skal 'anvendes før' eller er 'bedst før'.



Pigeon Brand
M/Mandler
Pr. 100 g
12,50

SALAMI SALAMI
TS PY. LAG
5 LAG
60,- 13,-



195,-

Saint Agur
L'INTENSIF

140,-

295,-