

mejeriåret

MEJERIFORENINGEN 2019-2020

DANSK MEJERIFORSKNING I INTERNATIONAL TOP

Fond, branche og universiteter i unikt samspil
Side 14-16

Sket i året: Stort og småt fra mejeribranchen i 2019-20 / **Tæt på forbrugerne og deres følelser:** Mælken slår gnister på Facebook / **Mejerierne invaderer planteriget:** Nye råvarer i kartonerne

Omstilling

Velkommen til en ny udgave af magasinet mejeriåret, hvor vi i en række artikler samler op og sætter perspektiv på aktuelle aktiviteter og tendenser i mejeribrug.

Magasinet udgives som vanligt i forbindelse med Mejeriforeningens årlige generalforsamling, så på den måde er alt, som det plejer. Og dog. På grund af Coronakrisen bliver selve generalforsamlingen helt usædvanligt ikke afviklet på den gode gamle manér, hvor mejeriernes repræsentanter samles i et mødelokale for at lytte, diskutere og udstikke kursen for det kommende år.

I stedet sætter vi hinanden stævne på nettet til et videomøde. Det har vi jo efterhånden vænnet os til, så det skal nok komme til at fungere, selvom mange af os vil savne de uformelle samtaler over frokosten og i kaffepausen. Dem må vi tage en anden god gang.

Det handler om at omstille sig, hvilket vi altid har været gode til i mejeribrug. Et helt aktuelt eksempel er de plantedrikke, som flere mejeriselskaber netop har sendt på markedet. Det var ikke nogen let beslutning, og jeg tror, at mange mælkeproducenter ligesom jeg har mærket et lille sug i maven: Bliver jeg nu overflødig?

Det er jeg nu ret sikker på, at vi ikke bliver. Der vil altid være et marked for en så unik og naturlig fødevarer som mælk. Men nogle forbrugere bevæger sig i øjeblikket væk fra komælken, og så skal vi ikke stå stille og kigge på, mens andre producenter stikker af med et voksende marked for plantebaserede drikke.

Vi skal være med og levere nye spændende produkter baseret på al den viden og erfaring, som mejerierne er kendt for. Det bliver spændende at følge med i – og hvem ved? Måske kommer der noget helt nyt og uventet ud af mejeristernes forsøg med de vegetabiliske råvarer.

Der er i hvert fald masser af udviklingskraft ude på de danske mejerier. Det har vi set gennem de senere år, hvor store og små mejerier har sendt en strøm af spændende og originale oste ud på markedet. Til stor begejstring for både madprofessionelle og forbrugere. De danske høj kvalitet oste har for alvor markeret sig i folks bevidsthed, og intet tyder på, at interessen er aftagende. Her er noget at bygge videre på.

Og når vi er ved de danske oste, skal vi også huske at glæde os over, at Havartien for nylig fik tildelt EU's BGB-mærke. Hermed er vi oppe på fire danske BGB-oste. Gode, gamle klassikere som på den måde også er med til at vise, at det betaler sig at satse på værdiforædling og kvalitetsarbejde.

Det er vigtigt at huske på – ikke mindst i den nuværende situation, hvor tiderne kan føles lidt mere usikre, end vi er vant til. Vi står på et godt fundament. Med en solid kerne af store og små mejerier, der formår at samarbejde og har en lang tradition for at kunne omstille sig, når det gælder.

Steen Nørgaard Madsen, formand for Mejeriforeningen



Indhold

Omstilling	
Mejeriforeningens formand byder velkommen.....	2

Ny virkelighed	
Mejeriforeningens direktør vurderer konsekvenserne af coronakrisen.....	3

Sket i året	
Store og små nyheder fra 2019/20	4-7

En dansk kvartet af helt særlig kvalitet	
Fire danske oste må nu bære EU's BGB-mærke	8-9

Hemmeligt stof med store klimaperspektiver	
Stoffet 'X' kan reducere koens udslip af metan	10-11

Madkasse-leg skal give appetit på skolelivet	
En 'magisk madkasse' forbereder børnehavebørn til skolens spiseafdeling.....	12-13

Dansk mejeriforskning i den internationale top	
Mejeribrugets ForskningsFond fylder 30 år.....	14-16

Fra stabilitet til usikkerhed	
Årets tal: Mælkeindvejning, markedspriser og eksport.....	17

Danske mejerier invaderer 'planteriget'	
Mejeriernes lancering af plantedrikke betegnes som 'nødvendig'	18-19

Store udfordringer på den europæiske dagsorden	
MF's Bruxelles-direktør samler op på det forgangne år i EU	20-21

Mejeriernes hotline	
Fire specialister sidder klar til hjælp	22

Tæt på forbrugere og deres følelser	
De sociale medier skaber kontakt til forbrugere.....	23-25

En god kanal til styrkelse af danske interesser	
IDF er et vigtigt sted at gøre sig gældende.....	26

Osten skal være både gul og grøn	
Ost & ko inspirerer til at bruge ost i grønne retter.....	27-29

Mejeribranchen bliver ikke bæredygtig uden hjælp udefra	
Et treårigt projekt skal hjælpe mejeribranchen til at nå sit klimamål.....	30-31

mejeriåret udgives af
MEJERIFORENINGEN

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

REDAKTION
Peter Biisgaard
Ulla Kjer
Henrik L. Rasmussen

OPLAG
1.200 stk.
ISSN 1604-1259

LAYOUT
Mette Laustsen, LaserTryk A/S

TRYK
LaserTryk A/S

FORSIDEFOTO
Niels Åge Skovbo

Ny virkelighed

CORONAKRISEN HAR PÅ KORT TID VENDT OP OG NED PÅ VORES HVERDAG OG DEN GLOBALE ØKONOMI. DET STORE SPØRGSMÅL ER, HVORDAN VERDEN SER UD PÅ DEN ANDEN SIDE AF PANDEMIEN, SIGER MEJERIFORENINGENS DIREKTØR JØRGEN HALD CHRISTENSEN.

Af Peter Biisgaard

Når Mejeriforeningens direktør Jørgen Hald Christensen bliver bedt om at samle op på tiden siden organisationens generalforsamling i maj sidste år, er der helt åbenlyst én begivenhed, der rager op over alt andet: Coronakrisen. Siden smitten med den hidtil ukendte Covid19-virus bredte sig internationalt i begyndelsen af i år, har verden ikke været den samme. Land efter land har lukket grænserne, og virksomheder og institutioner er helt eller delvist lukket ned. Alle mennesker er berørt, og ingen kender endnu de langsigtede konsekvenser af pandemien.

VIGTIG FORSYNINGSKÆDE

I Danmark og mange andre lande kom mejeribranchen sammen med resten af landbrugs- og fødevarerektoren til at spille en nøglerolle under krisen.

"Motsat en række andre brancher fik vi lov til at opretholde produktionen for at sikre forsyningen af fødevarer til befolkningen. Det var både et privilegium og et stort ansvar," siger Jørgen Hald Christensen.

"Det er samtidig et godt billede på, at mælkeproducenter og mejerier er en vigtig del af samfundets infrastruktur. At landmændene, mejeristerne og chaufførerne og en række andre fagfolk er med i den kæde, der sørger for fødevarerforsyningen. Det er der måske ikke så mange, der tænker over til hverdag," fortsætter han.

"Samtidig kan jeg med tilfredshed notere, at vi levede op til vores ansvar. Mejerierne leverede. Også selvom man mange steder fik mere end almindelig travlt med at omstille produktion og logistik, efter at afsætningen til foodservice næsten forsvandt fra den ene dag til den anden, samtidig med at salget ude i butikkerne oplevede et boom, der overgik de vildeste indkøbsdage i jul og påske."

"I nogle lande havde man så store problemer med at tilpasse produktionen, at millioner af liter mælk gik til spilde. Det oplevede vi heldigvis ikke i Danmark, hvilket for mig at se er endnu et bevis på, hvor velorganiseret mejeribrug er her i landet," tilføjer direktøren.

MANGE UBEKENDTE I HORIZONTEN

Denne artikel skrives i midten af maj, hvor Danmark og en række andre lande er begyndt at åbne store dele af samfundet

igen – inklusive restauranter og resten af foodservicesektoren. Det går med andre ord den rigtige vej, men vejen tilbage til en normal markedssituation kan godt blive lang og udfordrende, understreger Jørgen Hald Christensen.

"Selvom det nok varer et stykke tid, før mejeriernes afsætning til foodservicesektoren er tilbage på det tidligere niveau, så er det vigtigt, at der kommer gang i den del af hjemmemarkedet igen. Men mejeribranchen i Danmark er i høj grad også et eksporterhverv, og når man kigger ud på de internationale markeder, er der mange ubekendte i horisonten," siger han.

"Nogle landes økonomi kan blive så hårdt ramt af krisen, at det får mærkbar effekt på vores eksportmuligheder. Truslen om en global økonomisk krise er i den grad til stede."

KLÆDT PÅ TIL KLIMAINDSATS

Men coronakrisen kan også få negative konsekvenser for det internationale samarbejde i al almindelighed, mener direktøren.

"I et lidt større perspektiv kan man frygte, at nogle lande kommer under så hårdt et pres, at de begynder at lukke sig om sig selv. Det vil være ødelæggende både politisk og økonomisk. Vi er i den grad afhængige af en åben verden, der samarbejder og handler hen over grænserne," siger Jørgen Hald Christensen.

"Men heldigvis er der også tegn på, at det kan gå den anden vej. At de forskellige hjælpepakker hurtigt får sparket gang i økonomien igen, og at pandemien samtidig gør det åbenlyst, at vi alle har brug for et tæt internationalt samarbejde. Det sidste får vi høj grad brug for, når vi i de kommende år skal løse en anden fælles udfordring: Den globale opvarmning."

Ifølge mejeriforeningsdirektøren er klima allerede nu tilbage på den politiske dagsorden. Han understreger samtidig, at både mejeribrug og den samlede landbrugs- og fødevarerektor er godt klædt på til de udfordringer, der venter. Dels har sektorerne udarbejdet deres egne planer for at blive klimaneutrale i 2050, dels har man via det såkaldte klimapartnerskab for fødevarerektoren fået lavet nogle konkrete beregninger på, hvad der skal til for at nå i mål – og hvad det koster.

"Når det gælder klimaudfordringerne, er vi faktisk rigtig godt på vej både i fødevarerektoren og i Danmark som sådan. Her er al mulig grund til at være fortrøstningsfuld. Men selvom vi som nation er rustet til at finde nye løsninger, batter det ikke så meget, hvis ikke resten af verden også er med. Det bliver måske i virkeligheden den største udfordring på klimafronten."

I forbindelse med nedlukningen af Danmark blev det tydeliggjort, at mælkeproducenter og mejerier er en vigtig del af samfundets infrastruktur. At landmændene, mejeristerne og chaufførerne og en række andre fagfolk er med i den kæde, der sørger for fødevarerforsyningen.

"Det er der måske ikke så mange, der tænker over til hverdag," siger Jørgen Hald Christensen.



MAJ

Den 6. maj har Mejeriforeningen inviteret daværende miljø- og fødevarerminister Jakob Ellemann-Jensen til at besøge Ejer Møllegård, som er en af de malkekvægsbesætninger, der arbejder med bæredygtighed. Bl.a. vil gården indenfor de næste par år være 90 pct. selvforsynende med foder. Baggrunden for besøget er at vise ministeren, at der er gang i den bæredygtige omstilling i hele mejerisektoren.

Them Andelsmejeri beslutter at gå ind i produktion af modernælkserstatning. Mejeriet skal levere økologisk mælk til produktionen, der skal varetages af den fynske virksomhed Fipros Nutrition. Modernælkserstatningen skal sælges under Thems eksportbrand Dairy of 1888, og kunderne skal først og fremmest findes i Kina.

I forbindelse med Mejeriforeningens generalforsamling den 21. maj overrækkes Mejeriforeningens Initiativpris (også kaldet Mælkeprisen) til Fødevarerbankens direktør Karen-Inger Thorsen. Prisen gives for – siden 2016 – at have leveret gratis morgenmad til 600 skoleelever i socialt udsatte områder på Lolland-Falster.

Ved månedens udgang forlader de sidste medarbejdere Arla Foods Lillebælt Mejeri, efter at mejeriets produktion af hvidskimmeloste er blevet overført til Troldhede Mejeri. Mejeriet var i funktion siden 1902, de seneste 13 år med Arla som ejer.



Mejeriforeningens direktør Jørgen Hald Christensen overrækker 'Mælkeprisen' til FødevarerBankens direktør Karen-Inger Thorsen og driftschef Jesper Kinnerup, FødevarerBanken i Aarhus. (Foto: mejeri.dk)



I en af web-filmene 'Mælken desserthelte' besøgte Marie Holm Naturmælk, hvor hun sammen med mejeriets salgs- og marketingchef Nelly Frees Riggelsen laver koldskål. (Foto: Mejeriforeningen)

JUNI

Siden 2001 har den 1. juni været FN's World Milk Day – på dansk kaldet Mælken Dag. I 2019 bliver begivenheden fejret over hele fire dage, hvor der gennem en række digitale initiativer sættes fokus på mælken betydning for ernæring, madkultur og samfundsudvikling verden over.

Et af både Danmarks og verdens største biogasanlæg indvies. Anlægget ved Videbæk kan producere 27,5 mio. kubikmeter CO₂-neutral biogas, der sendes direkte til Arlas mælkepulverfabrik Arinco.

Den 4. juni meddeler Arla, at produktionen af 26.000 ton smelteost på Bislev Mejeri og 18.000 ton steriliseret fløde på Akafa i 2020 vil blive flyttet til selskabets nyerehvervede produktionsanlæg i Bahrain. Flytningen kommer til at berøre 75 medarbejdere på de to danske driftsteder.

'Mælken desserthelte' er titlen på en række nye webfilm, hvori Mejeriforeningen hylleder de klassiske mælkedessertyper, der er i fare for at gå i glemmebogen. I filmene tager Marie Holm rundt i landet og laver forskellige mælkebaserede dessertyper som koldskål, budding og en isdessert sammen med andre dessertglade mennesker.



I små animationsfilm arbejder figurerne Mette og Myte på at komme myterne om mælk til livs.

JULI/AUGUST

Hen over sommeren får de danske mælkekartoner tilføjet en ny tekst under datomærkningen. Med det formål at mindske madspild bliver der – ud over den traditionelle mærkning 'bedst før' – tilføjet 'ofte god efter', og forbrugere opfordres til at lugte til og smage på mælken i stedet for bare at hælde den i vasken, hvis bedst før-datoen er overskredet.

På Mejeriforeningens hjemmeside mælken.dk forsøger man at komme nogle af de myter, der florerer om mælk, til livs. I fire små animationsfilm forklares og aflives myter som fx 'tre glas mælk om dagen dræber' og 'mælk giver

knogleskørhed' på en humoristisk og karikeret måde.

Flere mejerier benytter sommerferien til anderledes aktiviteter, for eksempel mixer Naturmælk mælkedrinks både med og uden alkohol på Roskilde Festival; Thise og Aabybro inviterer på mejerirundvisninger, og mange af landets mejerier deltager på sensommerens store madfestivaler i København, Aarhus og Odense.

I slutningen af august meddeler Arla, at selskabet har planer om at producere plantebaserede fødevarer, og både Thise og Naturmælk erklærer sig indstillet på at følge trop.



Der var masser af mennesker og masser af ostesmagningsprøver på Food Festival i Aarhus. (Foto: mejeri.dk)



De ikoniske grønne mælkekasser bliver fremover sorte. (Foto: Arla Foods)

SEPTEMBER

Tilmeldingen til Skolemælk er på det højeste niveau i fire år. 110.000 danske børn får hver dag en kvart liter mælk, og tilslutningen er på indeks 105 i forhold til samme periode året før.

Flere års indsats for at få flere til at tage uddannelsen til mejeriingeniør ser ud til at bære frugt, da 27 studerende begynder på uddannelsen ved Københavns Universitet. Målet er mellem 25 og 35 nye studerende hvert år.

Tal fra Coop Analyse viser, at forbruget af mejeriprodukter uden laktose er steget med 250 pct. siden 2015, og hos Arla Foods kan man notere sig en vækst på 22 pct. på tværs af alle kategorier i serien 'Laktosefri' de seneste 12 måneder.

Den 20. september meddeler Arla, at de ikoniske grønne mælkekasser ændrer farve til sort, efterhånden som de skal udskiftes. Det sker, fordi kasserne fremover skal produceres af ren genbrugsplast, hvilket ikke kan lade sig gøre i den grønne farve.

1.300 deltagere fra 55 lande mødes i slutningen af september i Istanbul i Tyrkiet til International Dairy Federations årsmøde, World Dairy Summit. Overskriften for dette årsmøde er 'The Future of Dairy'.

OKTOBER

Den 1.-3. oktober er det tid for årets store mejeridyst, International Food Contest, i Herning. Her løber tre Arla-mejerier med sejren i mejeridysten:

Ost: Arla Trolldhede Mejeri med 65+ 'Creamy White'.

Konsum: Arla Slagelse Mejericenter med kærnemælk 0,5 pct.

Smør/blandingsprodukter: Arla Holstebro Mejeri med Lurpak 500g saltet smør.

Vinderne af de fire kategorier under Mejeribrugets Gourmetpris er Tebstrup Gedeosteri, Thise Mejeri, Lindved Mejeri og Den Gamle Foderstof.

Den 2. oktober beslutter USA at lægge strafold på en række varer – herunder ost – fra EU. Straftolden på 25 pct. indføres, fordi der er givet ulovlig statsstøtte til den franske flyproducent Airbus. Et af de hårdest ramte mejerier er Bornholms Andelsmejeri, som henter ca. en tredjedel af sin omsætning på det amerikanske marked.



Fødevareordfører Anders Kronborg (S) var blandt gæsterne, da Jens Krogh viste sit økologiske og klimabevidste landbrug frem. (Foto: Mejeriforeningen)

Trolldhede Mejeri vandt ostekategorien ved International Food Contest; teamleder Søren Videsen (tv.) og Site Director Torben Pradsgaard modtog prisen. (Foto: Tony Brøchner)



Naturmælk fejrer den 4. oktober sit 25-års jubilæum med en fest på mejeriet i Broderup.

For første gang udnævner Arla eksterne rådgivere til at deltage i bestyrelsens arbejde. De to rådgivere får dog ikke stemmeret.

Mejeriforeningen har den 7. oktober inviteret fødevareordfører Anders Kronborg (S) sammen med landbrugslever og unge landmænd til at debattere, hvordan landbruget bedst muligt imødekommer den grønne omstilling. Debatten foregår på Kroghsminde ved Ølgod, hvor Jens Krogh driver et økologisk og klimabevidst landbrug.

Den 23. oktober afholder Mejeriforeningen for andet år i træk en stor klimakonference på Christiansborg. Her diskuterer fagfolk og politikere, hvordan den danske mejerisektor kan nå sit mål om at være klimaneutral i 2050.

Omkring 1.200 osteglade mennesker møder den 26. oktober op til Cheese Copenhagen, der er arrangeret af kampagnen Ost & ko. Billetten, der koster 100 kr., giver bl.a. adgang til at smage på 140

forskellige danske oste leveret af 43 producenter.

I slutningen af måneden får endnu en dansk ost tildelt EU's BGB-mærke. Det er osteklassikeren Havarti, der nu kommer i BGB-selskab med Danablu, Esrom og Danbo som oste, der skal være fremstillet i Danmark efter ganske bestemte retningslinjer.

Barrit Mejeri bliver udvalgt til at levere økologiske flødeoste til Lidl's WH-serie med kvalitetsvarer til discountpriser, og mejeribestyrelsen og hans kone optræder i den forbindelse i en kampagnefilm.



I Lidl's kampagnevideo besøger Lars (tv.) mejeribestyrer Brian Madsen og hans kone Helle Madsen på Barrit Mejeri. (Foto: Lidl)

NOVEMBER

Stoffet 'X' bliver for første gang nævnt, da L&F den 6.-7. november afholder delegeretmøde i Herning. Det nye, hemmeligholdte stof, der er under udvikling, kan ifølge forskerne eliminere den skadelige drivhusgas metan, som køerne udleder, når de bøvser.

Professor Arne Astrup fra Københavns Universitet er den 14. november en af oplægsholderne på den årlige ernæringskonference på Axelborg, der afholdes af L&F og Mejeriforeningen. Emnet for konferencen er fødevarerematrixen i ost, yoghurt og andre mejeriprodukter: Forskerne ved, at samspillet mellem proteiner, calcium og fedt giver en ekstra sundhedseffekt, men de ved endnu ikke hvorfor.

I løbet af måneden afslutter Ost & ko en rundtur til mange af landets gastronomiske erhvervsskoler. Ca. 1.000 studerende kommer gennem to timers workshop, hvor de bliver præsenteret for en række danske oste og får en opdatering om, hvad der sker i den danske ostebranche.



Kampagnen Ost & ko præsenterede ca. 1.000 studerende på de gastronomiske erhvervsskoler for forskellige danske oste. (Foto: Ost & ko)

DECEMBER

Fra den 1. december kan danskerne møde 'Danmarks ostestjerner' på Ost & kos sider hos hhv. Facebook og Instagram. Der er tale om en serie videoportrætter, hvor en række af landets ostemagere fortæller om deres passion for at lave ost.

For første gang i 12 år kan Danmarks Statistik notere, at der i 2018 var en mindre tilbagegang i eksporten af økologiske mejeriprodukter. Eksporten endte på 1,5 mia. kr., hvilket var 75 mio. kr. mindre end året før. Tilbagegangen skyldes først og fremmest hård konkurrence.



Arla Foods Ingredients' kommende innovationscenter i Nr. Vium skal efter planen åbne i sommeren 2021. (Foto: Arla Foods)

JANUAR

Arla Fonden tager hul på det nye år ved at åbne madlejrskole nummer to, som ligger i Højer. 8.100 børn har allerede været igennem den første madlejrskole på Sydfyn.

Midt i måneden fortæller Thise, at mejeriets mælk fremover vil blive tappet på kartoner, der helt igennem er baseret på træmasse fra Skandinavien. Det er ifølge mejeriet første gang i Danmark, at en sådan karton kommer i handlen.

Den 24. januar bliver det første spadestik taget til Arla Foods Ingredients' nye innovationscenter i Nr. Vium tæt på Danmark Protein. Centeret bliver på 9.000 kvadratmeter og forventes at åbne i sommeren 2021.

Normalt begynder der et enkelt hold mejeristelever på Kold College i januar, men denne gang går to hold i gang, og skolen melder om en markant stigende interesse for uddannelsen.

Nick Nørreby og Ib Madsen fra Thise Mejeri optræder i den første film i serien 'Mød Danmarks ostestjerner'. (Foto: Ost & ko)



Frisk, dansk mælk er en af de ting, danskerne savner mest i udlandet. (Foto: Mejeriforeningen)

FEBRUAR

Nye tal viser, at Kinas mejeriimport i 2019 satte rekord for tredje år i træk ved at stige 11 pct. til USD 11,3 mia. (DKK 76,4 mia.). Tallet er vigtigt, fordi Kina i dag aftager en så stor del af verdens mælkeproduktion, at ændringer i landets import kan påvirke prisudviklingen på verdensmarkedet.

Der er også interessante tal fra Mejeriforeningen som viser, at den danske mælkeindvejning for første gang siden 2011 ikke er steget. Indvejningen i 2019 landede på nøjagtigt samme mængde som året før: 5,615 mia. kg. Stagnationen skyldes først og fremmest tørken i sommeren 2018, der medførte en reduktion i foder-mængderne og dermed en reduktion i antallet af malkekøer.

Den 6. februar samles 500 folk fra mejeribranchen til Mejeribrugets Dag på Dalum Landbrugsskole. Overskriften på dagen er 'Mejeriernes muligheder i den grønne bølge'.

Arla offentliggør den 19. februar sit årsregnskab for 2019, som viser en stigning i den samlede omsætning på EUR 100 mio. i forhold til året før. Omsætningen lander på EUR 10,5 mia., og især mærkevarer som Lurpak, Arla-brandet og Puck får æren for fremgangen.

En undersøgelse fra Mejeriforeningen viser, at mere end hver tiende dansker savner frisk, dansk mælk, når han/hun er i udlandet; mælken bliver kun overgået af vand fra hanen og rugbrød som de produkter, der er sværest at undvære.

Mejeribrugets ForskningsFond udvælger 9 ud af 31 indsendte projektforslag. Af den samlede pulje på 16,7 mio. kr. er 2,7 mio. kr. denne gang øremærket til at forske i, hvordan mælkeproducenterne kan fodre deres køer klimavenligt og samtidig bevare mælkens funktionalitet og gode egenskaber.

MARTS

Den 5. marts melder Arla ud, at selskabet er klar til at lancere tre plantedrikke inden sommeren. Jörd er navnet på selskabets varemærke for plantebaserede produkter, og det er planen løbende at lancere flere planteprodukter under paraplymærket. De tre plantedrikke, der skal produceres på Esbjerg Mejeri, er alle baseret på havre og skal stå på køl.

Herefter melder Thise sig også klar til at lancere plantedrikke; på mejeriet er en lille afdeling blevet indrettet specielt til produktion af en havrebaseret drik, og mejeriet regner med, at flere vegetabiliske produkter vil følge.

Desuden samarbejder Naturmælk med en partner, der har udviklet et planteprodukt, som ifølge mejeriet kan komme i handlen i nær fremtid.

Den 5. marts er også dagen, hvor Lurpak vinder VM i smør. Ved den store internationale mejerikonkurrence, World Champion Cheese Contest i Wisconsin, USA, vinder Bornholms Andelsmejeri kategorien 'saltet smør', mens Arla Holstebro Mejeri tager førstepladsen i 'usaltet smør'. Ved mesterskaberne er der også guld til to danske oste: Bornholms Andelsmejeri vinder kategorien 'blå ost' med Danablu 60+, og Arla Birkum Ost vinder med Pikant 60+ kategorien 'smøreost med smagstilsætning'.

I begyndelsen af måneden lancerer Mejeriforeningen 'Den Magiske Madkasse', der skal gøre overgangen fra børnehaven til skole lettere i forhold til



Jörd er Arlas nye brand for plantebaserede produkter. (Foto: Arla Foods)

spisepausen. 150 skoler og institutioner når at bestille materialet, inden corona-krisen rammer.

Den 11. marts meddeler statsminister Mette Frederiksen, at Danmark lukker ned på grund af coronapandemien. Trods statsministerens forsikringer om, at der ikke er grund til at hamstre fødevarer, går mange danskere ud og køber meget stort ind – også af mejeriprodukter. Det giver travlhed på mange mejerier, for samtidig med at salget til detailhandlen stiger, går produktionen til foodservicesektoren stort set i stå, da hoteller og restauranter lukker.

Dagen efter, den 12. marts, lukkes landets skoler, og Mejeriernes Skolemælksordning sætter al leverance af skolemælk på pause. I stedet for at levere mælk tilbyder skolemælksordningen hjælp til hjemmeundervisningen. På hjemmesiden skolemælk.dk kan forældre og lærere bl.a. hente et alternativt skoleskema samt opgaver og inspiration til fx dansk og matematik, og en høj klikrate viser, at mange benytter sig af tilbuddene.



Flere danske mejeriprodukter høstede guldmedaljer ved oste-VM i USA. (Foto: World Champion Cheese Contest i Wisconsin)



Efter seks ugers corona-pause er der igen mælk til eleverne på de fleste skoler.

APRIL

Søndag den 19. april bliver de økologiske malkekøer lukket på græs, men på grund af coronakrisen må køerne undvære de mange tilskuere, der de senere år har overværet begivenheden. I stedet bliver Økodagen transmitteret live på arrangementets hjemmeside og Facebookside, så de forårsskåde køer kan følges på skærmen hjemme i sofaen.

Fra den 27. april kan eleverne på langt de fleste skoler igen få mælk til deres madpakke. Mejeriernes Skolemælksordning har ladet det være op til den enkelte skole, hvornår de ønsker at få leveret mælk igen. Langt de fleste skoler takker ja til at modtage mælk med det samme, mens enkelte skoler foretrækker at vente.

I slutningen af måneden begynder Thise at levere økologisk havredrik til Irmas butikker. Hovedingrediensen er økologisk havre fra mejeriets egne andelshavere, og derudover er drikken tilsat ærteprotein og rapsolie for at øge indholdet af fedt og protein. Den nye havredrik skal opbevares på køl, da den er et frisk produkt med en kortere holdbarhed end de langtidsholdbare plantedrikke på markedet.

Produktionen i fødevarerbranchen kører videre, men mejerierne begynder at kunne mærke effekten af coronakrisen. Selv om afsætningen til detailhandlen fortsat ligger over normalt niveau, er salget til foodservice fortsat kraftigt reduceret, og priserne på de internationale markeder falder i løbet af måneden.



Thise Mejeris første plantebaserede produkt er en økologisk havredrik.

En dansk kvartet af helt særlig kvalitet

FIRE DANSKE OSTE – HAVARTI, DANBO, ESROM OG DANABLU – ER NU TILDELT EU'S BGB-MÆRKE, DER ANERKENDER OSTENS UNIKKE KVALITETER OG DANSKE HERKOMST. DEN STATUS GAVNER BÅDE DANMARKS OSTEEXPORT OG DET INDENLANDSKE SALG.



Af Henrik Lomholt Rasmussen

'Jeg er ikke som de andre, jeg er noget for mig selv'. Hvis Havarti kunne tale, havde den sikkert sunget med på dette omkvæd i efteråret 2019. Dengang blev den danske ost – som den fjerde af slagsen efter Esrom, Danablu og Danbo – nemlig tildelt EU's BGB-mærke.

Forkortelsen står for 'Beskyttet Geografisk Betegnelse' og betyder, at ostene skal være fremstillet i Danmark efter bestemte retningslinjer for at måtte blive kaldt ved deres navn.

At have fire oste på BGB-listen har stor betydning for dansk mejeribrug, ifølge Hans Henrik Lund, der frem til marts 2020 var formand for Producentforeningen af Danske BGB- og BOB-oste. Som mangeårig formand har han spillet en vigtig rolle i arbejdet med at få danske oste BGB-certificeret:

"Det er både en anerkendelse af deres danske oprindelse og af, at Danmark efterhånden producerer en fin variation af spændende, nationale oste," siger han.

GARANTI MOD KOPIER

Hans Henrik Lund tilføjer, at BGB-titlen er med til at fastholde og udvikle et fagligt miljø for kontrollen af de fire godkendte oste. Det skyldes det kvalitetstjek, som producenterne og producentforeningen står for, anført af Lars Johannes Nielsen, sekretær i Producentforeningen for Danske BGB- og BOB-oste.

Han forklarer, at alle BGB-oste løbende udtages til stikprøve for at sikre, at de lever op til produktions- og kvalitetskravene for den pågældende ost.

"Der er ikke alene tale om en faglig vurdering, for vi arbejder ud fra en EU-lovgivning, der berettiger producenterne til at sætte unionens kvalitetsmærke på de fire oste. Det giver stolthed, og samtidig sikrer det os mod, at udenlandske mejerier begynder at kopiere den klassiske danske ost," lyder det fra Lars Johannes Nielsen.

Det er især relevant for Danablu og Havarti, som er store eksportvarer. Mammen Mejerierne producerer begge oste, og baseret på 17 års erfaring med Danablu – der blev BGB-mærket i 2003 – har mejeriernes ejer, Lars Staunsbæk, store forventninger til eksporten af Havarti som BGB-ost.

"BGB-mærket giver en garanti for, at der er tale om et ekstra godt produkt, som ikke alle kan lave. For Danablu har det bidraget til, at vi og de andre danske mejerier, som fremstiller Danablu og samarbejder om at lave det bedst mulige produkt, kan få en højere pris for den på eksportmarkederne. Den udvikling kommer vi også til at se for Havartis vedkommende. Det opvejer mere end til fulde de omkostninger, vi har til BGB-kontrollen af vores oste," siger Lars Staunsbæk.

RYGEOST KAN FÅ SÆRSTATUS

Rygeost kan blive den næste – og femte – danske ost efter Danablu, Havarti, Esrom og Danbo, som bliver beskyttet mod at blive fremstillet i udlandet under sit specifikke navn.

"Vi arbejder i øjeblikket på at sende en ansøgning ind for at få gjort rygeost til en kandidat under ordningen BOB, beskyttet oprindelsesbetegnelse. Den gælder produkter, som stammer fra og produceres i et bestemt geografisk område, som er Fyn for rygeostens vedkommende," siger Lars Johannes Nielsen, sekretær i Producentforeningen for Danske BGB- og BOB-oste.



BGB-certificeringen af Danbo, Havarti, Esrom og Danablu giver ostene et kvalitetsløft. Det kan bringe dem højere op i forbrugernes bevidsthed og give et øget salg. Det mener Martin Vorsøe, formand for Ostehandlerforeningen i Danmark. Foto: Jakob Vind

KUNDERNE VIL HAVE DANSK OST

Også på det hjemlige marked kan BGB-certificeringen gavne salget af Havarti, Esrom, Danablu og Danbo. Det siger Martin Vorsøe, formand for Ostehandlerforeningen i Danmark, og indehaver af to oste- og delikatessebutikker i hhv. Holbæk og Espergærde.

"Vi mærker en stigende interesse blandt kunderne for danske specialoste. Både fordi de har rykket meget kvalitetsmæssigt, og fordi kunderne gerne vil købe dansk ost frem for eksempelvis fransk ost. Den tendens passer BGB-certificeringen af mere 'almindelige' danske oste som Danbo og Havarti godt til, fordi mærket og fortællingen, man kan knytte til det, kan give den slags ost et løft og placere dem i forbrugernes bevidsthed. Men historien skal fortælles mange gange for at bide sig fast og nå bredt ud, fx til supermarkederne. Det tager tid," siger Martin Vorsøe.

KENDSKABET SKAL ØGES

Ostehandler Vorsøes gode erfaringer med BGB-mærket glæder Lars Johannes Nielsen fra Producentforeningen. Men han ser en udfordring i at få øget danskernes kendskab til BGB-mærket og andre endnu mere specifikke EU-certificeringer af fødevarer, og hvad de står for.

"EU vil gerne udbrede kendskabet til specielle fødevarer, der har rødder i unionens forskellige lande og regioner. Systemet er vidt udbredt i det sydlige Europa – hvor det når helt ned til enkelte producenter af fx en særlig type løg – men er mindre kendt i bl.a. Danmark. Derfor ligger der en opgave for de danske fødevaremyndigheder i at gøre opmærksom på, at et BGB-mærke gør en fødevarer til noget helt særligt. Det er lykkedes med Ø-mærket for økologi, ligesom mærkningsordninger for dyrevelfærd vinder hurtigt frem herhjemme. Med den stigende interesse for at købe danske fødevarer burde en certificering som fx BGB også kunne slå an," siger Lars Johannes Nielsen.

Firebanden

FIRE DANSKE OSTE ER CERTIFICERET SOM BGB-OSTE: ESROM, DANABLU, DANBO OG HAVARTI.

BGB-MÆRKET BETYDER, AT DISSE OSTE KUN MÅ KALDES VED DERES RESPEKTIVE NAVNE, HVIS DE ER PRODUCERET I DANMARK EFTER FORSKRIFTERNE FOR DEN PÅGÆLDENDE OST.

ESROM



Esrom fik BGB-mærket i 1996. I Danmark havde den halvfaste komælksost sin storhedstid i 1950'erne og 1960'erne, men i dag eksporteres næsten hele produktionen til Tyskland. Esrom produceres på Arla Nr. Vium Mejeri og Thise Mejeri.

DANABLU

Danablu blev BGB-certificeret i 2003. Det meste af Danablu-produktionen eksporteres, og blåskimmelosten er kendt i store dele af verden. Danablu fremstilles af Arla Høgelund Mejeri, Bornholms Andelsmejeri og Mammen Drøbro Mejeri.



DANBO

Danbo opnåede BGB-titlen i 2017. Osten sælges stort set kun på det danske hjemmemarked, hvor den udgør ca. to tredjedele af det totale ostesalg. Danbo produceres af Asaa Andelsmejeri, Them Andelsmejeri, Thise Mejeri, Mammen Mejeri, Jernved Mejeri, Nørup Mejeri, Arla Tistrup Mejeri og Arla Taulov Mejeri.



HAVARTI

Havarti blev BGB-mærket i 2019. To tredjedele af produktionen af den mildt syrlige ost eksporteres, primært til EU-lande. Havarti fremstilles af Arla Nr. Vium Mejeri, Grøndal Mejeri/Uhrenholt, Bornholms Andelsmejeri, Nørup Mejeri, Mammen Mejeri, Them Andelsmejeri og Arla Taulov Mejeri.





Hemmeligt stof

med store klimaperspektiver

GENNEM FORSØG MED AT TILSÆTTE DET HEMMELIGE STOF 'X' TIL KØERS FODER
STÅR DANSKE FORSKERE NÆR EN LØSNING, DER DRASTISK KAN REDUCERE
DRØVTYGGERS UDLEDNING AF DRIVHUSGASSEN METAN.

Af Henrik Lomholt Rasmussen

I klimadebatten bliver køerne ofte tildelt skurkerollen på grund af deres udslip af drivhusgassen metan. Men sådan behøver det ikke at være, lyder det fra en gruppe forskere på danske universiteter.

"Vi kan reducere metanproduktionen ved at påvirke det foder, vi giver køerne. Men vores metoder skal raffineres," siger Mette Olaf Nielsen, professor ved Aarhus Universitet.

Dette raffinement har hun og forskerkolleger fra Københavns Universitet opnået i en række forsøg med et tilsætningsstof, som på grund af patentrettigheder er hemmeligt og indtil videre kaldes 'X'.

Kort fortalt gør 'X' nogle særlige mikroorganismer i vommen inaktive, så de holder op med at danne metan ved nedbrydning af koens føde.

I første omgang arbejdede forskerne i laboratoriet, hvor 'X' viste sig at kunne fjerne dannelsen af metan i væske fra malkekøernes maver fuldstændig.

Et mildt sagt opsigtsvækkende resultat, som professor Peter Lund fra Aarhus Universitet præsenterede med disse ord i et indlæg på Kvægkongressen i Herning i februar:

"Dataene er en verdenspremiere, og konklusionen er entydig: Det virker," sagde han.

REDUKTION PÅ 35-40 PCT.

Efter laboratorieforsøgene har forskerne afprøvet stoffet på to levende køer i en stald på Aarhus Universitet Foulum.

Der kom det frem, at 'X' – når det blev indført direkte i vommen gennem et lille hul i siden af køerne – omgående reducerede udviklingen af metan i dyrenes formaver med op til 50 pct. afhængig af dosis, hvorpå effekten af stoffet aftog gradvis efter 6-8 timer.

"Vores første forsøg med levende køer tyder på, at 'X' realistisk kan nedbringe dyrenes daglige udledning af metan med 35-40 pct. Det giver os en idé om, at stoffet har et stort potentiale – også globalt. Men foreløbig har vi som nævnt kun arbejdet med to køer. Det er selvfølgelig et alt for spinkelt grundlag at konkludere noget ud fra," fortæller Mette Olaf Nielsen.

For at kunne iværksætte et stort projekt og få et mere omfangsrigt datamateriale at arbejde med har de danske forskere søgt om penge hos Innovationsfonden.

"Vi vil teste effekten af stoffet på en større mængde køer, som skal optage 'X' naturligt som en del af deres foder i forskellige doser. Det projekt forventer vi at kunne begynde på i efteråret," siger Mette Olaf Nielsen.

KVÆG OG METAN

Ca. 35 pct. af dansk landbrugs årlige udledning af CO₂ kommer fra 1,5 mio. kvæg, hvoraf godt en tredjedel er malkekøer.

Som følge af kvægets store andel af CO₂-udledningen forskes der i metoder til reduktion af de mellem 200 og 650 g metan, en ko dagligt udleder ved nedbrydning af føde i dyrets vom.

Dansk landbrug udledte i 2018 15,6 mio. kg CO₂.

Kilder: Landbrug & Fødevarer, mælken.dk



På Aarhus Universitet Foulum undersøges køernes udledning af metan i specialbyggede klimakamre. Typisk opholder køerne sig i kamrene ét døgn ad gangen. (Foto: Aarhus Universitet)



De første forsøg med at tilsætte 'X' i foderet til køer tyder på, at stoffet kan nedbringe dyrenes daglige udledning af metan med 35-40 pct. (Foto: Niels Hougaard)

ger for kvaliteten af mælken. Det rejser spørgsmålet om, hvordan koen optager stoffet, og hvor det bliver af.

"Når 'X' i praksis blandes i foderet og optages på naturlig vis af koen, vil det – afhængigt af doseringen – give en større eller mindre effekt hele døgnet. I den forbindelse skal vi have styr på, om det ryger ud med gødningen, eller om koen kan absorbere stoffet, og – hvis det er tilfældet – hvor i dyret det så ender. På samme måde som med andre typer af tilsætningsstoffer i foderet, som fx salt, A- og D-vitamin, kan der være tale om noget, der er sundt i små mængder, men skadeligt i for store mængder," påpeger Mette Olaf Nielsen.

Derfor kan det ikke udelukkes, at der vil blive indført grænser for, hvor meget 'X' man må blande i foderet.

"Træerne vokser som regel ikke ind i himlen. Der er øvre tolerancegrænser for koncentrationen for rigtig mange foderadditiver, der kan ende i fødevarer til konsum, af sundhedsmæssige årsager. Men 'X' har gode muligheder for at blive en vigtig faktor i det samlede arbejde med at reducere landbrugets udledning af drivhusgasser," siger Mette Olaf Nielsen.

VIL TAGE PATENT

Og hvad er 'X' så? Det holder hun for sig selv.

"Vi går efter at få patent på stoffet og vil derfor ikke komme ind på, hvad det består af. Men da det er godkendt af Den Europæiske Fødevareautoritet (EFSA) til at blive brugt i fremstillingen af en række fødevarer, går vi ud fra, at det vil være muligt at få det godkendt som et foderadditiv til dyrefoder," siger Mette Olaf Nielsen.

Fordi hun og de øvrige forskere arbejder med et allerede blåstempelt EFSA-stof vurderer hun, at 'X' muligvis allerede vil kunne komme på markedet om halvandet til to år.

"Vi har sparet tid, fordi vi ikke skal bruge måske fem-seks år på at udvikle et nyt stof, men står med noget, som er i produktion og virker," påpeger Mette Olaf Nielsen.

STØRRE EFFEKT

Når forskerne går i gang med det store projekt om 'X' – formentlig til efteråret – er hun overbevist om, at forsøg med stoffet og andre tiltag, der vil indgå i undersøgelserne, vil vise, at man kan sænke køernes metanudslip med mere end de 35-40 pct.

Tanken om et måske næsten metanfrit dansk kvægbrug bremses dog af, hvor store doser 'X' man kan tildele køerne uden føl-



Professor Mette Olaf Nielsen, Aarhus Universitet. (Privatfoto)

SÅDAN VIRKER 'X'

Drøvtyggere danner metan (CH₄) ud fra CO₂ og brint (H₂), når føden nedbrydes i dyrenes formaver af en særlig type mikroorganismer; metanogene arkæer.

Forsøg med det hemmelige stof 'X' har vist, at det kan bremse den kemiske proces med de metanogene arkæers dannelse af metan, fordi 'X' gør arkæerne inaktive. Det har ingen betydning for koens tilstand.

I laboratorieforsøg var effekten af tre forskellige doser af 'X' tæt på en reduktion på 100 pct. af dannelsen af metan i væske fra køers vom.



Med hjælp fra Den Magiske Madkasse og de fire 'supernasker'-figurer kan gode kostvaner leges ind i en tidlig alder. Den blå figur hedder Avi. Hun ved alt om mad, og hvad maden kan gøre for kroppen.
(Foto: Mejeriforeningen)

Madkasse-leg skal give appetit på skolelivet

'DEN MAGISKE MADKASSE' ER NAVNET PÅ ET NYT TILBUD FRA MEJERIFORENINGEN, DER SKAL LETTE OVERGANGEN FRA BØRNEHAVENS FROKOSTPAUSE TIL SKOLENS SPISEFRIKVARTER. INDSATSEN SKAL VÆRE MED TIL AT GIVE BØRNENE GODE MAD- OG DRIKKEVANER RESTEN AF LIVET.

Af Ulla Kjer

God tid og trygge rammer til at spise sin mad. Sådan oplever de fleste børn frokostpausen i børnehaven. Så når klokken ringer ind til 0. klasse, er det en af mange omvæltninger, at madpakken skal spises på forholdsvis kort tid. Ud over at spisepausen er kortere, er der typisk kun én voksen til stede, mens børnene spiser, og det forventes, at de er i stand til at klare sig selv.

Som et redskab til at lette overgangen fra børnehave til skole har Mejeriforeningen i samarbejde med pædagoger og forskere udviklet 'Den Magiske Madkasse' med aktiviteter og lege, der kan hjælpe børn med at udvikle sig i forhold til mad, smag, fællesskab og evnen til at klare sig selv.

"I børnehaven bliver børnene på mange områder forberedt på at skulle begynde i skole – bare ikke på det kostmæssige plan," forklarer projektleder hos Mejeriforeningen Louise Basic Poulsen og fortsætter:

"På det område har der manglet brobygning mellem børnehaven og skole, for i skolen betyder det meget for barnets koncentration og indlæringsevne, at der bliver tanket op med sund mad og drikke i spisepausen."

TRIVSEL HÆNGER SAMMEN MED MAD OG DRIKKE

Louise Basic Poulsen bakkes op af Karen Wistoft, professor i smag, madkundskab, læring og trivsel ved Aarhus Universitet. Ifølge hende er det vigtigt at styrke børnenes madglæde, mad-

fællesskab og madkundskab frem mod skolestart, fordi det at spise og få energi er afgørende for, om børn trives i skolen – både fagligt og socialt.

"Når børn skal begynde i skole, er der meget fokus på, at de skal kunne koncentrere sig, så de kan lære noget fagligt. Men det er i ligeså høj grad vigtigt, at de lærer at koncentrere sig om at spise. Forskningen viser nemlig, at der er direkte sammenhæng mellem det at spise og det at lære noget. Samtidig kan spisepausen for mange børn være rammen om deres sociale trivsel," fortæller Karen Wistoft.

MÆLKEN HAR EN NATURLIG PLACERING

Selv om Mejeriforeningen er drivkraften bag projektet, handler Den Magiske Madkasse om hele kostpaletten, hvor mælk indgår på lige fod med andre sunde fødevarer. Louise Basic Poulsen forklarer, at materialet tager udgangspunkt i Fødevarestyrelsens kostråd, hvoraf det fremgår, at drikkevarer som mælk og vand har en naturlig placering i en sund kost.

"Vi er ikke tilhængere af løftede pegefingre eller smarte reklametricks, men foretrækker, at forbrugerne – både børn og voksne – vælger deres føde- og drikkevarer på et oplyst og sagligt grundlag. Når målgruppen er børn, er det vores erfaring, at formidlingen virker bedst, når det saglige er kombineret med leg eller andre underholdende elementer."

LANGSIGTET STRATEGI

Selv om 'madkassen' henvender sig til børn i en kort periode af deres liv, er den led i en langsigtet, strategisk indsats, der skal få de gode kostvaner ind under huden på børnene, så de hænger ved resten af livet.

"Overordnet set handler det om sundhed og madkultur på langt sigt," forklarer Louise Basic Poulsen.

Hun kan kun se fordele ved, at man allerede i børnehaven kan



I børnehaven skal børnene – også – lære at koncentrere sig om at spise, for når de begynder i skolen, er mad og drikke af stor betydning for deres trivsel.
(Foto: Mejeriforeningen)

øge børnenes lyst til at vide mere om mad og få indsigt i, hvad der er godt for kroppen, herunder at mælk er sundt:

"Det giver større chance for, at de tager de gode kostvaner med sig op i voksenalivet, hvor de selv skal købe ind og stå for madlavningen."

BUDSKABER SKAL LEGES IND

Indholdet i 'Den Magiske Madkasse' lægger op til pædagogiske aktiviteter og leg, for gode kostvaner læres ifølge Louise Basic Poulsen ikke ved hjælp af pres så som at 'spise op' og 'spise broccolien, før der er dessert'.

"Budskaber, der leges ind, lagres bedre i bevidstheden, og de giver også et mere lystbetonet forhold til mad og drikke. Derfor håber vi, at 'madkassen' kan være med til at skabe nysgerrighed og glæde omkring spisepausen, så børnene får lyst til at smage noget nyt og får gode spisevaner," siger Louise Basic Poulsen.

Den Magiske Madkasse er blevet evalueret af Danmarks Pædagogiske Institut bl.a. gennem observationer og interviews i seks daginstitutioner, og i evalueringen beskrives konceptet som 'super godt tænkt og gennearbejdet'.

En af de institutioner, der har ændret tilgangen til spisepausen, er Børnehuset Klatretræet i Tranbjerg. Her er børnene i højere grad begyndt at udforske maden og smage nye ting, hvilket har resulteret i en ny interesse for måltidet.

"Det har samtidig skabt en større tryghed, som er helt afgørende for, at børnene spiser og får en bevidsthed om, hvad de spiser og hvorfor," siger Carina Ardal Evers, pædagogisk leder i Børnehuset Klatretræet, og tilføjer:

"Samtidig er vi i højere grad begyndt at kombinere samtale og spisning for at lære børnene at fokusere på flere ting på én gang. Det er vigtigt, at de tidligt lærer ikke at blive distraherede og får den bevidsthed frem mod skolestart, hvor rammerne om spisepausen er en del anderledes end her i børnehaven."



DEN MAGISKE MADKASSE

I 'Den Magiske Madkasse' arbejdes der med fire pædagogiske pejlemærker: Madklogskab, madmod, madfællesskab og madglæde. Dem møder børnene i form af fire 'supernaskere' med særlige superkræfter. Fx repræsenteres madmod af figuren Chili, der tør spise alt, og Avi, der ved alt om mad, og hvad maden kan gøre for kroppen, står for madklogskab.

Materialet er lavet i to versioner: én til daginstitutionerne og én til skolerne, begge med udgangspunkt i de samme budskaber. 'Madkassen' blev lanceret kort før coronavirussen bl.a. medførte lukning af skoler og børnehaver. Alligevel havde over 200 skoler og daginstitutioner i begyndelsen af maj tilmeldt sig, og meget af materialet er dermed uddelt.

Dansk mejeriforskning er langt fremme set i internationalt perspektiv. Det skyldes ikke mindst, at branchen de seneste 30 år har stået bag Mejeribrugets ForskningsFond. (Foto fra Arla Foods' Innovationscenter: mejeri.dk/ Niels Åge Skovbo)



Dansk mejeriforskning i den internationale top

MEJERIBRUGETS FORSKNINGSFOND HAR GENNEM 30 ÅR SKABT ET HELT SÆRLIGT SAMARBEJDE MELLEM FORSKNINGSVERDENEN OG MEJERIERNE. ET SAMARBEJDE, DER BÅDE HAR GAVNET MEJERIERNE OG FORSKNINGEN.

Af Ulla Kjer

"Jeg ved slet ikke, hvor fødevarer sikkerheden på mejeriområdet havde været i dag, hvis vi ikke havde haft Mejeribrugets ForskningsFond. For eksempel har forskning i listeria gjort det muligt

at forudse, hvor der vil opstå problemer med den type bakterie i produktionen."

Direktør Poul Pedersen, Thise Mejeri, er ikke i tvivl om, at Mejeribrugets ForskningsFond (MFF) har gjort en afgørende forskel for de danske mejerier – store som små. Som eksempel peger han på forskning i vallens værdistoffer. I dag er Arla Foods Ingredients en af verdens førende specialister på området, men forskningen har ikke kun gavnet den store mejerikoncern.

"Langt de fleste mejerier i Danmark sælger deres overskydende valle til Arla, og det ville jo ellers have været et restprodukt for disse virksomheder. På den måde giver forskningen også værdi for andre," påpeger Poul Pedersen.

Professor i mejeriteknologi Richard Ipsen: "Når forskere og mejerifolk arbejder tæt sammen, er det til glæde for begge parter."



Direktør Poul Pedersen Thise Mejeri: "Forskning i listeria har gjort det muligt at forudse, hvor der vil opstå problemer med den type bakterie i produktionen."



UNIKT SAMARBEJDE

MFF har gennem de 30 år, fonden har eksisteret, bakket op om forskning inden for hele mælkespektret: fra køernes foder, til mælken mindste, mikroskopiske dele og til vandforbruget og rengøringen på mejerierne.

Men MFF udmærker sig ikke kun ved at støtte en bred vifte af danske forskningsprojekter med relevans for mejerierne. Selve måden, man samarbejder med universiteter og andre forskningsinstitutioner på, er faktisk ret unik inden for forskningen – også på internationalt plan.

Sådan lyder vurderingen fra Richard Ipsen, professor i mejeriteknologi ved Institut for Fødevidenskab på Københavns Universitet. Han har beskæftiget sig med mejeriforskning på universitetsniveau i 29 år – altså næsten lige så længe som MFF har eksisteret.

”Forskere og mejerifolk arbejder tæt sammen – til glæde for begge parter. Det har faktisk stor betydning både for forskerne og forskningen som sådan, at vi er så tæt på brugerne i processen,” forklarer han og tilføjer:

”Repræsentanter fra mejerierne er med i MFF's koordinationsgrupper, som løbende giver os feedback både ved at sætte vores resultater i sammenhæng med, hvad der er praktisk muligt ude på mejerierne, og i forbindelse med at opnå en større grundlæggende forståelse for de dybereliggende mekanismer. Det er ikke noget, man er særlig vant til i forskningsverdenen.”

NØDVENDIG GRUNDFORSKNING

”Samtidig er man ude på mejerierne indforstået med, at det også er nødvendigt med mere basal forskning. Vi har en fælles interesse i at vide ’hvorfor sker det her’. Det er en stor fordel,” siger Richard Ipsen.

Han bakkes op af Lars Dalsgaard, som, ud over at være Senior Vice President Product & Innovation i Arla Foods, blev ny formand for MFF i november 2019.

”Det er stærkt, at vi i mejeribranchen har et fælles ejerskab for grundforskning indenfor mejeri. For eksempel har hele branchen god nytte af projekterne om ’genbrug af vand’, som har givet input til branchekoden. Et andet godt grundforskningsprojekt omhandler mælkeproteiners struktur og funktionalitet, hvilket giver os viden om bl.a. ost og mælkepulvers egenskaber og ernæringsmæssige forhold,” siger Lars Dalsgaard.

FORSKNING OG UDDANNELSE HÆNGER SAMMEN

Forskningsindsatsen har også betydning for fødevareruddannelserne i Danmark – både for rekrutteringen af nye studerende og fordi den bidrager til et højt uddannelsesniveau.

”Mejeribrugets ForskningsFond har medvirket til, at den nyeste viden hele tiden er tilgængelig på uddannelserne, og samtidig lærer de studerende at forholde sig kritisk til den nyeste viden. Det har været med til at skabe nogle meget kompetente studerende – og næste generation af forskere og medarbejdere,” konstaterer chefkonsulent i Landbrug & Fødevarer, Grith Mortensen.

Ud over at de færdiguddannede kan tage den nyeste viden med sig ud i virksomhederne, bidrager forskningen også til at gøre uddannelserne attraktive, hvilket bl.a. kan ses i et øget optag af mejeriingeniørstuderende i København.

”Et højt vidensniveau kombineret med en meget virkelighedsnær uddannelse, hvor de studerende bl.a. kommer ud i praktik, skaber en stærk og attraktiv uddannelse,” siger Grith Mortensen.

Skimmelsvampe er blandt de vigtige forskningsemner for mejerierne. (Foto: mejeri.dk/Niels Åge Skovbo)



SÅDAN ARBEJDER MEJERIBRUGETS FORSKNINGSFOND

Hvilken betydning har mikroorganismer for ostens smag og kvalitet? Hvordan påvirker klimavenlig fodring af køerne den mælk, de producerer? Og hvilken effekt har mælk på tarmfloraen hos underernærede børn i Uganda?

Disse tre spørgsmål er eksempler på emner, som er blevet undersøgt i de langt over hundrede forskningsprojekter, som har kørt i regi af Mejeribrugets ForskningsFond (MFF) gennem de seneste 30 år. Fondens mission er ’At fremme dansk mejeribrugs konkurrenceevne ved at støtte mejerividenskabelig forskning på højt niveau’, og ud over at give en beskedent økonomisk støtte sørger fonden for, at forskere og mejerifolk arbejder sammen – til glæde for begge parter.

FORSKNING FOR EN MIA. KR.

Hvert efterår åbner MFF for den årlige indkaldelse af interessetilkendegivelser, hvor der efterlyses forskningsprojekter inden for MFF's fire fokusområder: ’Fødevaredesign, teknologi & bioteknologi’, ’Fødevaresikkerhed & analyser’, ’Sundhed & ernæring’ samt ’Fødevarehjælp og bedre fødevarer til flere’.

Når et forskningsprojekt går i gang, følges det tæt af to koordinationsgrupper bestående af repræsentanter fra universiteterne og mejerierne. Dermed sikres et tæt samarbejde og udveksling af viden.

Der igangsættes hvert år forskningsprojekter for 12-14 mio. kr., og mejeribrugets fonde bidrager med op til halvdelen af et projekts finansiering. I løbet af de 30 år, MFF har eksisteret, er der blevet forsket i mejeri for omkring 1 mia. kr. i alt (inklusive støtte fra MFF, Mælkeafgiftsfonden, det offentlige og andre kilder).

Læs om MFF's omtumlede start på næste side ➔

Mejeribruget havde en plan

– indtil det fik en ny



Arla Foods' Innovationscenter i Skejby ligger omtrent på det sted, hvor der var planer om at bygge en ny uddannelsesinstitution som erstatning for Landbohøjskolen. (Foto: mejeri.dk/Niels Åge Skovbo)

I ÅR ER DET 30 ÅR SIDEN, AT MEJERIBRUGETS FORSKNINGSFOND SÅ DAGENS LYS EFTER EN OMTUMLET START, HVOR STORE PLANER BLEV FORKASTET. SIDEN HAR FONDEN ARBEJDET FOR AT SKAFFE DEN DANSKE MEJERIBRANCHE VÆRDIFULD VIDEN.

Af Ulla Kjer

Der blev tænkt store tanker i mejeribruget i 1989: Når Statens Mejeriforsøg året efter ville blive lukket, skulle Aarhus være det nye center for mejeriforskning og samtidig skulle uddannelsen til mejeriingeniør flyttes fra København til Aarhus.

Det var i hvert fald mejeribrugets plan – en plan, der længe så ud til at blive virkelighed. Faktisk var man nået så langt, at byens borgmester havde reserveret jord til opførelsen af den nye uddannelsesinstitution, ligesom man havde ansat forstanderen for det kommende mejeriforskningscenter. Et år senere stod det imidlertid klart, at det store forarbejde havde været 'skønne, spildte kræfter'.

MEJERIERNE VILLE HAVE EGET FORSKNINGSCENTER

Kim Tram Sørensen, der i dag er chefkonsulent i Mejeribrugets ForskningsFond, var med i det omfattende planlægningsarbejde. Han fortæller, at idéerne opstod, efter at den daværende regering under Poul Schlüter havde besluttet, at Statens Mejeriforsøg i Hillerød skulle lukke i 1990. Det var blevet for dyrt at drive institutionen, der havde eksisteret siden 1923, og i øvrigt mente Landbrugsministeriet, at mejerierne nu var blevet så store, at de selv havde råd til at forske.

"Da den beslutning blev meldt ud, begyndte vi i mejeribruget selvfølgelig at diskutere, hvad der så skulle ske," fortæller Kim Tram Sørensen.

Han var med i en arbejdsgruppe, der kom frem med forslaget om at opføre Mejeribrugets ForskningsCenter i Forskerparken ved Aarhus Universitet.

"Idéen fik opbakning fra de store mejeriselskaber, MD Foods, Kløver, Tholstrup og Randers-Viborg, og vi var også blevet enige med Aarhus Kommune om opførelsen. I en meget detaljeret rapport blev centerets opgaver og samarbejde med mejerierne beskrevet, og vi var langt fremme med byggeplanerne – selv hvordan tankbilen skulle køre ind på centeret – og vi havde allerede ansat Børge K. Mortensen som forstander."

UDDANNELSE KNOCKOUTEDE PLANEN

Der var dog lige én betingelse, for at mejeribruget ville opføre centeret: Uddannelsen til mejeriingeniør, der var placeret på Landbohøjskolen i København, skulle også flyttes til Aarhus.

"Det blev faktisk foreslået at flytte hele Landbohøjskolen til Aarhus; det virkede meget naturligt, fordi det meste af dansk landbrug jo findes i Jylland ligesom Forsøgscenter Foulum ligger ved Viborg. Planen nåede da også så langt, at den daværende borgmester i Aarhus, Thorkild Simonsen, havde reserveret jord til byggeriet – i øvrigt omtrent samme sted som Agro Food Park ligger i dag. Men så gik det hele i hårdknude," husker Kim Tram Sørensen.

Planen blev i begyndelsen af 1990 afvist af regeringen, fordi det ville blive for dyrt, og man ville heller ikke flytte en enkelt uddannelse (mejeriingeniør), fordi man mente, at det ville udhule uddannelsesmiljøet i København.

Dermed blev de store planer lagt på hylden, og i stedet blev mejerierne enige om at oprette Mejeribrugets ForskningsFond (MFF), som fik til opgave – i samarbejde med mejerierne – at udlicitere forskningsopgaver til tre af landets universiteter – Aarhus Universitet, Københavns Universitet (Landbohøjskolen) og DTU.



Efter at det i 1989 blev besluttet at lukke Statens Mejeriforsøg ved Hillerød, lagde mejeribruget store planer for forskning og uddannelse.

Fra stabilitet til usikkerhed

EFTER ET FORHOLDSVIS POSITIVT OG STABILT 2019 BYDER 2020 PÅ FALDENDE PRISER OG USIKKERHED FOR MEJERIBRANCHEN PÅ GRUND AF CORONAKRISEN.

Af Niels Ole Nielsen, non@lf.dk

INDVEJNING

Mælkeindvejningen i Danmark endte i 2019 på 5.615 mio. kg, hvilket er præcis den samme mængde som i 2018. Det er første gang i knap 10 år, at indvejningen ikke er steget.

I begyndelsen af 2020 blev der også indvejet lidt mindre end sidste år, og i 1. kvartal skete der et fald på 0,3 pct. (korrigeret for skudår). Den væsentligste årsag til den lavere indvejning er et fald i antallet af køer. Tørken i sommeren 2018 medførte mangel på foder, og mange mælkeproducenter reducerede derfor deres besætninger.

I modsætning til Danmark steg indvejningen i EU svagt gennem hele 2019, hvor den endte med et plus på 0,6 pct., og tendensen ser ud til at fortsætte i 2020.

MARKEDSPRISER

Gennem det meste af 2019 var der et fornuftigt forhold mellem udbud og efterspørgsel, hvilket resulterede i prisstigninger for skummetmælkspulver på 45 pct., for sødmælkspulver på 15 pct. mens ost steg med 5 pct. Smørprisen faldt derimod fra ca. 4.000 EUR/ton i første halvår til ca. 3.500 EUR/ton i andet halvår (i alt 13 pct.) bl.a. som følge af en voksende europæisk smørproduktion.

I de første måneder af 2020 var priserne relativt stabile i Europa, men i løbet af marts og april begyndte frykten for konsekvenserne af coronakrisen at brede sig. Fald i den kinesiske import har sammen med en øget mælkeindvejning og stort set intet salg til foodservice resulteret i kraftige prisfald for alle fire produktgrupper. I slutningen af april ser det dog ud til, at prisfaldene er stagneret.

Samlet set er priserne for både ost, sød- og skummetmælkspulver tilbage på omtrent samme niveau som i begyndelsen af 2019, mens smørprisen ligger på det laveste niveau i fire år.

EKSPORT

Der blev i 2019 eksporteret mejeriprodukter til en værdi af i alt 21,04 mia. kr., hvilket er 20 mio. kr. mindre end den hidtidige rekord fra 2018 på 21,06 mia. kr. Mængdemæssigt blev der ganske vist eksporteret mere, og stagnationen skyldes derfor mindre prisfald samt faldende mælkeindvejning i løbet af året.

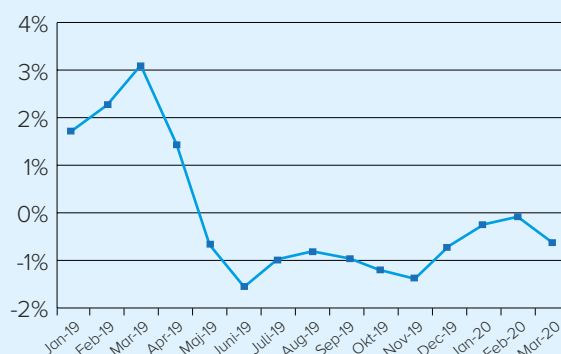
Smør og smørolie var den produktgruppe, der blev hårdest ramt af prisfald: Volumenmæssigt blev der i 2019 eksporteret nøjagtig lige så meget som i 2018 (53 mio. kg), mens eksportværdien faldt med hele 13 pct.

Eksporten af mælkekonserves (pulverprodukter) steg både i mængde og værdi, hvilket især skyldtes, at Kina købte mere ind. Denne produktgruppe opnåede den største værdistigning med 9 pct.

Mælkeindvejning

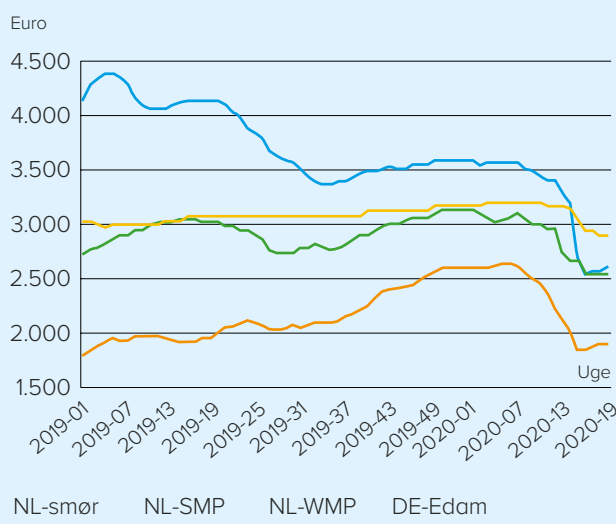
I Danmark – ændring i forhold til året før

Bemærk: 29 dage i februar 2020



Markedspriser

Noteringer i Holland og Tyskland – EUR/ton



Eksport

Af mejeriprodukter fra Danmark

	1.000 ton	2018	2019	Ændring i %
Mælk og konsummælkprodukter		344	416	21%
Mælkekonserves		208	225	8%
Ost		387	390	1%
Smør og smørolie		53	53	0%
	Mia. DKK	2018	2019	Ændring i %
Mælk og konsummælkprodukter		2,66	2,75	4%
Mælkekonserves		5,08	5,54	9%
Ost		11,05	10,77	-3%
Smør og smørolie		2,26	1,97	-13%
Eksportværdi i alt		21,06	21,04	0%

Danske mejerier invaderer 'planteriget'

ARLA OG THISE MEJERI LANCEREDE PLANTEDRIKKE I FORÅRET, OG NATURMÆLK FØLGER SNART TROP. TILTAGET ER NØDVENDIGT, HVIS MAN VIL HAVE DEL I ET HASTIGT VOKSENDE MARKED, LYDER DET FRA DE TRE MEJERIER.

Af Henrik Lomholt Rasmussen

Der var et, der var to, der var tre danske mejerier, som i februar meldte sig klar til at lancere plantebaserede, økologiske drikke inden for de kommende måneder.

Thise Mejeri var først på markedet – i Irmas butikker – med 'Havredrik fra Thise' i slutningen af april. Få uger senere præsenterede Arla Foods tre varianter af plantedrik baseret på havre under det selvstændige mærke 'Jörd' i dagligvarehandlen landet over. Endelig forventer Naturmælk at sende sin udgave af en plantedrik i handlen først på sommeren.

"Selvfølgelig skal vi ind på et marked, som kan forventes at have sat sig på måske 10-20 pct. af markedet for mælkeprodukter om 10 år," siger Naturmælks direktør Leif Jørgensen.

EKSPLOSIV VÆKST

Sammenligner man det nuværende forbrug af plantedrikke med komælk, udgør plantedrikkene kun 3 pct., men salget af dem vokser eksplosivt. Alene for økologisk plantedrik viser de nyeste tal fra Danmarks Statistik en stigning på 22 pct. fra 2018 til 2019 i detailomsætningen.

Ifølge Landbrug & Fødevarers rapport 'Plantebaserede drikke' fra 2019 vil fremgangen fortsætte de kommende år, blandt andet grundet danske mejeriers entré på markedet for plantedrikke.

At man som mejeri vil gå ind i et område, der har etableret sig som en direkte konkurrent til mælk, er ikke kun et klogt, men også nødvendigt træk. Det siger Hanne Harbo, foodplanner i bureauet nørgård mikkelsen:

"Mejerierne er nødt til at hoppe med på bølgen med plantedrikke. Forbruget af mælk er faldende, og kravet og retorikken om at være 'grøn' – med Greta Thunberg som det tydeligste eksempel – er hård. Det gør det ekstra vigtigt at vise sig som innovativ og proaktiv ved at flytte sig i samme retning som forbrugerne og imødekomme deres behov; her kan mejerierne med fordel tage afsæt i deres status som producent af fødevarer med høj kvalitet."

Overgangen til at blive producent af plantedrikke kan dog medføre nogle udfordringer.

"Man flytter sig væk fra sit dna – mælken – og fremstiller noget, som minder om den, men ikke er det. Det kræver slugning af nogle kameler og kan udfordre selvforståelsen; ikke mindst hos andelsmejeriernes ejere, landmændene," påpeger Hanne Harbo.

Louise Byg Kongsholm, trendekspert og ejer af strategihuset pej gruppen, ser også opgaven med at få leverandørerne af den klassiske komælk med på at fremstille plantedrikke som den største hurdle for mejerierne:

"Der kan komme et indadvendt opgør om klassiske brancheskel, hvor mejerierne må stå fast og forklare, at 'ja, vi laver mæl-

keprodukter, men vi laver også plantedrikke, fordi vi må følge med tiden og kan tjene penge på det."

TIDLIG DIALOG

Hos Arla Foods har Commercial Management Director Claus Bech Nørgaard været med til at udvikle Jörd-serien. Han fortæller, at man tidligt i processen gik i dialog med Arlas ejere.

"Det gjorde vi for at skabe forståelse for Jörd og høre andels-havernes syn på sagen. Vi fik positive tilkendegivelser," siger Claus Bech Nørgaard og kalder introduktionen af Jörd et 'naturligt skridt':

"Planter har længe spillet en rolle i mange af vores produkter, og i et marked i vækst er det vores opgave at afdække trends, der kan give indtjening og skabe en bedre forretning for vores ejere."

Jörd-produkterne, der er økologiske og skal opbevares på køl, produceres på Arlas mejeri i Esbjerg. Der fremstiller man et bredt sortiment af produkter og havde, med Claus Bech Nørgaards ord, kun brug for 'små justeringer og investeringer' for også at kunne levere plantedrikke.

ÉN SAMLET KATEGORI

Introduktionen af Jörd-mærket ser han som et opgør med ideen om plantedrikke og mælk som to adskilte kategorier.

"Nogle vil gerne polarisere og skabe et sort-hvidt billede af forholdet mellem de to produkttyper. Vi opfatter dem som én stor kategori, og vores kunder i detailhandelen forventer, at Arla tager ejerskab inden for plantedrikke. Det har vi gjort nu. Desuden præsenterer vi med to af varianterne, byg og hamp, noget nyt, man hidtil ikke har set i Danmark," siger Claus Bech Nørgaard.

Trendekspert Louise Byg Kongsholm tror, at Arlas Jörd-produkter vil vende op og ned på markedet for plantedrikke:

"Det bliver et helt andet *game*. Arla har gode samarbejdspartnere i detailhandelen og vil gennem tilskud og aftaler vende situationen til sin fordel og få Jörd til at fylde godt op på hyldeerne."

”

Plantedrikkene bliver ikke nødvendigvis en ny pengemaskine for mejerierne. Men et faldende forbrug af mælk tvinger dem til at orientere sig mod dette område.

Louise Byg Kongsholm, trendekspert, pej gruppen

Danske mejerier gør klogt i at gå ind i et område, der har etableret sig som en direkte konkurrent til mælk, mener flere trendforskere. Først på markedet var Thise Mejeris havredrik, der siden sidst i april har gjort mælken selskab i Irmas butikker. Foto: Jakob Vind



Den vurdering får Claus Bech Nørgaard til at understrege, at mælk stadig er kernen i Arlas forretning, mens Jörd udgør en niche:

”Men vi har den viden, der skal til for at udvikle serien og komme med nye produkter. Det venter vi dog lidt med, for vi har ikke ambitioner om at tromle ind på markedet for planteprodukter. Derfor har vi heller ikke sat tal på, hvor stor en markedsandel vi ønsker at opnå. Men vi forventer at se en tocifret vækst for markedet for plantedrikke i de næste mange år.”

’HVID SOM MÆLK’

Louise Byg Kongsholm ser også kun en opadgående kurve for plantedrikke og forventer ingen undren hos forbrugerne over, at mejerier fremstiller plantedrikke.

”Mange vil i grove træk tænke ’Den er hvid som mælk’ om en plantedrik og hælde den over cornflakesene,” siger hun og tilføjer:

”Selvfølgelig kommer mejerierne til at konkurrere lidt med sig selv, men man skal huske, at brugen af drikkevarer – som så meget andet – bliver stadig mere differentieret. Nogen vil hælde plantedrik i kaffen, slukke tørsten med mælk og af og til have lyst til at springe over laktosen. Derfor vil der være plads til både mælk, laktosefri mælk og plantedrikke i køleskabet.”

Den vurdering er Thise Mejeris direktør, Poul Pedersen, enig i. Han har fået virksomhedens ejere med på, at et økologisk mejeri godt kan lave en plantedrik, som for Thises vedkommende er baseret på havre fra ejernes marker.

”Det passer fint med formålet for en virksomhed som Thise at forædle andre andelshaverbaserede råvarer end mælk. For eksempel havre. Desuden har vi tilsat ærteprotein og rapsolie til vores produkt. Det giver et højere protein- og fedtindhold end andre havredrikke på markedet,” siger Poul Pedersen.



Midt i maj præsenterede Arla Foods tre varianter af plantedrik baseret på havre under det selvstændige mærke ’Jörd’ i dagligvarehandlen landet over. Foto: Arla Foods

INVESTERING I FREMTIDEN

Havredrikken fremstilles på det nordvestjyske mejeri i et afsnit, der er døbt ’Planteriget’. Herfra kan man godt regne med at se andre plantebaserede produkter.

”De er en investering i fremtiden. Men der kommer ikke flere produkter inden sommerferien. Nu skal havredrikke først bide sig fast,” siger Poul Pedersen og understreger, at mælk vil være Thise Mejeris hovedprodukt i, om ikke evigheder, så mange år fremover.

”Jeg regner da med, at der også kommer mælk fra Thise i september. Men vores mejerifolk synes, det er spændende at lave plantedrikke. Samtidig har de også fundet ud af, at det er nemt at være klassisk mejerist. For man behøver ikke at tilsætte noget til mælk,” bemærker Poul Pedersen.

Netop mælken status som et ’rent’ og godt naturprodukt skal mejerierne blive ved med at slå på, siger foodplanner Hanne Harbo.

”Vi lever i en tid, hvor stadig flere efterspørger enkle og nærende fødevarer. Derfor kan der ikke fortælles nok om mælken sunde egenskaber. Det skal mejerierne gøre igen og igen i et spor, der løber parallelt med deres agitation for plantedrikke,” lyder det fra Hanne Harbo.

Landbrugskommissær Janusz Wojciechowski præsenterer 'Farm to Fork':
EU's nye bæredygtighedsstrategi for landbrugs- og fødevarerektoren.
(Foto: EC - Audiovisual Service)



Store udfordringer

på den europæiske dagsorden

KLIMATILTAG, FLERE KRAV TIL LANDBRUGETS GRØNNE OMSTILLING,
BREXIT OG HANDELSKRIG MED USA. DIREKTØREN FOR MEJERIFORENINGENS BRUXELLES-KONTOR
SAMLER OP PÅ DET FORGANGNE ÅR I EU-SYSTEMET.

Af Henrik Lomholt Rasmussen

2019 var et EU-valgår, hvor både Europa-Parlamentet og EU-Kommissionen blev skiftet ud. Den danske kommissær Margrethe Vestager fik dog en ny femårig periode, ovenikøbet som viceformand i Kommissionen. Endvidere fik en dansk mælkeproducent – Asger Christensen fra den liberale gruppe – plads i Europa-Parlamentets landbrugskomité.

"Det bør i udgangspunktet give mulighed for god dialog om mejeribrugets mærkesager," vurderer adm. direktør Kirsten Holm Svendsen, Mejeriforeningens Bruxelles-kontor.

Ifølge hende havde EU-Kommissionen lidt svært ved at komme i gang, da de 'sædvanlige' fordelingsmagtkampe, der præger et valgår, skulle udkæmpes, før alle pladser var besat.

"På landbrugskommissærposten fik polakken Janusz Wojciechowski med møje og besvær kørt sig igennem Parlamentets høringsproces. Hans manglende viden og visioner på landbrugsområdet var åbenlyse i høringen," konstaterer Kirsten Holm Svendsen.

Sundhedskommissær Stella Kyriakides fra Grækenland og den hollandske viceformand Frans Timmermans kommer til at arbejde tæt sammen med landbrugskommissæren, der som den øvrige EU-Kommission formelt kunne begynde sit arbejde 1. december 2019.

KLIMAUDFORDRINGER DOMINERER

Ved årsskiftet stod den nye EU-Kommission under ledelse af Ursula von der Leyen over for en altoverskyggende udfordring,

nemlig klimaforandringerne. Det gennemsyrede da også Kommissionens seks prioriteter, hvoraf den første var den såkaldte 'Green Deal' – den grønne aftale – som dels skal dække alle politikområder, dels sikre bæredygtighed på alle fronter.

For landbrugets vedkommende vil den grønne aftale blive udmøntet i en strategi, der benævnes 'Farm to Fork'. Der er endnu ikke konkrete tiltag i strategien, men de mest markante udmeldinger handler om reduktion af forbruget af pesticider, reduktion af forbruget af kunstgødning og sikring af en mere sund og bæredygtig kost til Europas befolkning via ordninger om mærkning af fødevarer.

Andre ambitioner er en mere cirkulær økonomi, dvs. øget genbrug og reduktion af forbruget af emballage og plast samt reduktion af madspild. Det understreges, at strategien samtidig skal være en vækststrategi.

STRID OM FØDEVAREMÆRKNING

Fødevaremærkning har længe været et stridspunkt i EU-politikken. Mange lande kører deres eget løb, og flere har indført obligatorisk oprindelsesmærkning for bl.a. mælk og mejeriprodukter, selv om det ikke er i overensstemmelse med det indre marked. EU-Kommissionen har dog givet tilladelse til mærkningsordningerne som et 'pilotprojekt'.

Samtidig har en række lande desuden indført nye ernæringsmærkningsordninger i form af forskellige 'trafiklysordninger' som for eksempel 'NutriScore'.

"Disse ordninger er ikke optimale for mejeriprodukter, og i øvrigt har man fra de danske fødevarermyndigheders side udtalt, at ord-

ningerne ikke hjælper forbrugere til at sammensætte den sundhedsmæssigt optimale kost,” påpeger Kirsten Holm Svendsen.

På mærkningsområdet var der dog også gode nyheder, idet Danmark efter næsten 10 års kamp fik godkendt sin ansøgning om at få beskyttet betegnelsen 'Havarti' som en geografisk betegnelse (BGB).

Der er dog en overgangsperiode, hvor spanske og tyske producenter, som har produceret Havarti inden ansøgningen blev indgivet, må bruge betegnelsen i fem år. Herefter er betegnelsen Havarti forbeholdt dansk producerede oste, der overholder BGB-reglerne for produktionen.

RISIKO FOR BUREAUKRATI

Den nye landbrugskommissær Janusz Wojciechowski fastholdt sin forgænger Phil Hogans forslag til revision af den fælles landbrugspolitik Common Agricultural Policy (CAP).

”Der er ikke tale om en omfattende reform, når man ser på den med mejeribrugets briller, idet de gældende regler i markedsordningen om intervention og støtte til privat oplagring fastholdes,” lyder vurderingen fra Kirsten Holm Svendsen.

Efter hendes vurdering kan et forslag, der dukkede op i forhandlingsforløbet, give anledning til bekymring.

”I EU-Parlamentet er der røster, som ønsker at få indført en ny mekanisme til at begrænse udbud, ligesom der fortsat er pres for både at få udlignet støtteniveauerne mellem medlemslandene og internt mellem sektorerne. At landbrugspolitikken skal være mere grøn, klimavenlig og bæredygtig er der vist ikke nogen overraskelse i. Spørgsmålet er, hvordan man skal opnå dette uden at iværksætte yderligere besværlige bureaukratiske procedurer,” siger Kirsten Holm Svendsen.

TILTAG MOD 'URIMELIGE HANDELSPRAKSISSER'

Som led i den tidligere Kommissions tiltag for at øge primærproducenternes forhandlingsposition blev der i 2019 vedtaget et direktiv om 'urimelige handelspraksisser' (UTP-direktivet).

Dette direktiv har til formål at sikre, at der i samhandelen i fødevarerækeden ikke bruges en række urimelige praksisser, som for eksempel lange betalingsfrister, afbestillinger af ordrer med kort frist, ensidig forlængelse af betalingsfrister m.m.

Direktivet gælder i udgangspunktet kun for virksomheder med en omsætning på op til EUR 350 mio., men medlemslandene kan selv beslutte at anvende direktivet for alle aktører, hvis dette ønskes. I Danmark er det mejeribrugets ønske, at direktivet skal anvendes for alle virksomheder.

”Det bliver taget med i de forhandlinger, der pågår om direktivets implementering i dansk lovgivning,” bemærker Kirsten Holm Svendsen.

FORTSAT RISIKO FOR HÅRD BREXIT

På handelssiden har det altoverskyggende tema været Brexit, hvor man efter tre års intense forhandlinger blev enige om 'skilsmisseaftalen' i oktober 2019. Selv om Storbritannien formelt udtrådte af EU 31. januar 2020, er der lang vej endnu, før regnebrættet kan gøres endeligt op.

Forhandlingerne om det fremtidige handelssamarbejde mellem EU og Storbritannien er komplicerede og har en meget kort tidsfrist. Hvis parterne ikke bliver enige om en aftale i 2020, kan det ende med en hård Brexit ved årets udgang. Det vil medføre samhandel på WTO-vilkår med høje toldsatser på mejeriprodukter.

EU-Kommissionen har været særdeles aktiv med forhandling af frihandelsaftaler i løbet af 2019, og det er lykkedes at få nye handelsaftaler på plads, bl.a. med Mexico, Vietnam og det sydamerikanske handelsfællesskab Mercosur bestående af Argentina, Brasilien, Paraguay og Uruguay.

Mindre godt er det gået i forholdet til USA, som har indført strafold på en række europæiske produkter, bl.a. mejeriprodukter, som følge af en ulovlig statsstøtte ydet af Frankrig til produktionen af Airbus-fly.

”Vi er naturligvis stærkt fortørnede over, at en overtrædelse af reglerne i flyindustrien skal gå ud over mejerisektoren. Derfor har vi bedt EU-Kommissionen om hurtigst muligt at få sikret sig, at den ulovlige statsstøtte er blevet bragt til ophør og få forhandlet en aftale på plads med USA,” siger Kirsten Holm Svendsen.



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

CORONAKRISEN TESTER EU

Coronakrisen har sat EU-samarbejdet på prøve. Blandt andet fordi arbejdet i unionen har skullet ske på afstand og møderne i både EU-Kommissionen, Rådet for Den Europæiske Union og EU-Parlamentet foregå pr. videokonference.

Mere væsentligt har det dog været, at krisen har vist landenes tilbøjelighed til at søge til nationale foranstaltninger i stedet for fælles løsninger. Det siger adm. direktør Kirsten Holm Svendsen, Mejeriforeningens Bruxelles-kontor:

”Tendensen til at gå enegang har været en udfordring – også for mejeribruget, som er særdeles afhængigt af åbne grænser, både i det indre marked og til eksportmarkederne.”

ALVORLIG SITUATION

Nu vil tiden vise, om EU og det internationale handels-samarbejde klarer udfordringen.

”Hvis ikke, er det en helt ny og alvorlig situation for dansk mejeribrug, vi kigger ind i,” advarer Kirsten Holm Svendsen.

Hun påpeger, at coronakrisen desuden har forsinket en række nye tiltag, bl.a. på klimaområdet.

”Måske kan det vise sig, at 'der ikke er noget, der er så skidt, at det ikke er godt for noget' ved, at man bliver opmærksom på, at faldet i CO₂-udslippet under coronakrisen er sket på trods af, at køerne har produceret mælk på fuld kraft,” konstaterer Kirsten Holm Svendsen.

Mejeriernes hotline

PÅ ET KONTOR I AGRO FOOD PARK SIDDER FIRE SPECIALISTER KLAR TIL AT HJÆLPE MEJERIERNE MED ALT FRA INFORMATION OM MÆRKNINGSREGLER TIL FAGLIG BISTAND VED UDENLANDSKE INSPEKTIONER.



Dialog med medlemsmejerierne er en central del af arbejdsdagen for chefkonsulent Christian Bruun Kastrup og hans tre kolleger. "Faglig sparring er en stor del af vores job," fortæller han.

Af Peter Blisgaard

"Man skal kunne lide at tale i telefon," smiler Christian Bruun Kastrup og tager sit headset af. Han sidder i den fjerneste ende af et lyst og åbent kontorlokale i Landbrug & Fødevarers mejerisektion i Skejby. Kontoret deler han med tre kolleger, som er specialister på hver sit felt inden for fødevarerlovgivning og fødevarerikkerhed. Tilsammen fungerer de som en slags vidensdatabase, der hjælper fagfolk ude på mejerierne med alt lige fra spørgsmål om korrekt mærkning af emballage til at være virksomhedens ambassadør i forbindelse med kontrolbesøg af myndigheder eller udenlandske kunder.

Christian Bruun Kastrup er uddannet mejeritekniker og har blandt andet eksportcertifikater og tilsætningsstoffer som arbejdsområde.

"Folk henvender sig om utrolig mange forskellige ting. Typisk har de forinden selv søgt oplysninger om emnet fx på PLInet (database om produktlovgivning) eller i Mejeriforeningens branchekode, men har lige behov for at vende sagen med os. Faglig sparring er en stor del af vores job," fortæller han og tilføjer: "I løbet af et år har vi tilsammen været i kontakt med samtlige medlemsmejerier mindst én gang."

BINDELED MELLEM MEJERIER OG MYNDIGHEDER

Ud over Christian Bruun Kastrup består kontoret af seniorkonsulent Charlotte Ruby (kommercielle fødevarerstandarder, branchekode), chefkonsulent Claus Heggum (fødevarerikkerhed, branchekode) og seniorkonsulent Louise Myhre Utzen (mærkning, beskyttelse af mejeribetegnelser).

"Vores kompetencer supplerer hinandens rigtig godt, og vi er i al beskedenhed gode til at dele viden og i det hele taget hjælpe hinanden," fortæller han.

En central arbejdsopgave for alle på kontoret er at fungere som bindeled mellem virksomheder og myndigheder. At 'oversætte' regler og lovgivning, så de giver mening i en konkret hverdag ude i produktionen.

"Nogle gange opdrager vi sågar lidt på medlemmerne for at sikre, at de har styr på alt det formelle, der skal være på plads i en fødevarerproduktion med høj hygiejnestandard. Det tager de som regel godt imod," konstaterer Christian Bruun Kastrup.

"Andre gange forsøger vi at påvirke myndighederne. Enten i en konkret sag eller i forhold til noget lovgivning, der er på vej. Lobbyisme er en del af vores job, og her gælder det i høj grad om at være seriøs og troværdig i dialogen."

BISTAND VED INSPEKTIONER

Kontakten med myndigheder og virksomheder foregår ofte 'ansigt-til-ansigt' ude på mejeriet, hvor Christian eller en af hans kolleger er inviteret til at overvære en inspektion.

"Alene det, at vi er til stede, kan nogle gange være tilstrækkeligt til, at inspektionen forløber uproblematisk. Det sker også, at vi er med, fordi vi på forhånd ved, at der er problemer. Der er måske opstået en uenighed mellem en tilsynsførende og mejeriets kvalitetschef om fortolkningen af nogle regler, og i de situationer er vi selvfølgelig mejeriets ambassadør. Men vi fungerer også som mægleren, der kan byde ind med løsningsforslag."

I andre tilfælde er der tale om en inspektion eller besøg af en udenlandsk myndighed eller kunde, der ønsker at sikre sig en vis standard i produktionen. Her handler det mere om at være eksperten, der kan svare på spørgsmål om dansk fødevarerlovgivning, branchestandarder etc.

INTERNATIONALT ARBEJDE

Ud over den løbende dialog med myndigheder og medlemsmejerier deltager Christian Bruun Kastrup og hans tre kolleger jævnligt i møder med en række danske og internationale organisationer og komitéer.

"Den danske mejeribranche er i høj grad orienteret mod udlandet og derfor er det vigtigt for os at holde os opdateret på, hvad der sker på det internationale område. Vi er faktisk meget aktive på den front, hvilket betyder, at vi på visse områder har stor indflydelse på fx globale produktstandarder, samtidig med at vi har opbygget et ret stort fagligt netværk, som vi kan trække på i vores arbejde herhjemme. Det er meget værd."

DE ØVRIGE EKSPERTER

Seniorkonsulent Charlotte Ruby (kommercielle fødevarerstandarder, branchekode)

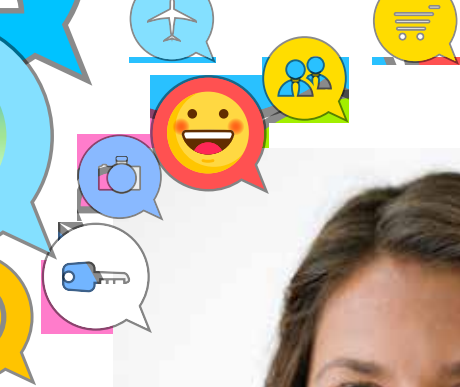


Chefkonsulent Claus Heggum (fødevarerikkerhed, branchekode)



Seniorkonsulent Louise Myhre Utzen (mærkning, beskyttelse af mejeribetegnelser).





Anja Rasmussen: "Når vi får en positiv respons på et af vores svar, fylder det mere end ti sure kommentarer." (Fotos: Niels Åge Skovbo)



Jane Ernst Nielsen: "En af vores opgaver er at informere og rette misforståelser, så tvivlerne ikke fravælger mælken."

Af Ulla Kjer

Uanset om det gælder lækre opskrifter med ost eller facts om mælk og bæredygtighed, er sociale medier som Facebook og Instagram vigtige medier, når Mejeriforeningen skal nå ud til forbrugerne med kampagner og informationer.

Siden Facebook-siden skolemælk.dk blev etableret i 2012, er 'mælken.dk' og kampagnerne 'Ost & ko' og 'Mælk er for livet' kommet på de sociale medier. Formålet med de enkelte kanaler er selvsagt forskelligt, ligesom indholdet er tilpasset de forskellige målgrupper – fx henvender Ost & ko sig til de lidt yngre madnørder med bl.a. lækre opskrifter, skolemælk.dk skal bl.a. opbygge og bevare loyaliteten hos forældrene, mens mælken.dk ofte tager fat på nogle aktuelle og lidt bredere emner, der kan lægge op til debat.

22.449.132

Så mange gange har budskaberne på Mejeriforeningens fire sociale mediekkanaler været vist.

Kampagner og opslag på kanalerne bliver løbende evalueret, blandt andet ved at se på, hvor mange klik og delinger bliver der foretaget, og dermed hvad prisen er for det enkelte klik.

PLADS TIL FORSKELLIGE HOLDNINGER

Det gælder fx emner som sundhed, bæredygtighed og dyrevelfærd – emner, som er vigtige for mange forbrugere i forhold til mælk og mejeri, og som mange samtidig har holdninger til. Det kommer jævnligt til udtryk i både positive og negative kommentarer.

"Der skal være plads til at give udtryk for forskellige holdninger. Vi kan jo ikke ignorere, at der er en anti-animalsk trend blandt forbrugerne, og Mejeriforeningen skal turde gå ind i debatten. Det er så vores opgave at nuancere tingene. Fx er emnet bæredygtighed jo ikke sort-hvidt – faktisk er det meget komplekst, hvad en bæredygtig kost er," siger digital kommunikationsmedarbejder Anja Rasmussen, som sammen med kommunikationsmedarbejder Jane Ernst Nielsen står for indholdet på Mejeriforeningens digitale medier.

TROVÆRDIGT OG SAGLIGT

Mælkekritikere har i de senere år sået tvivl om mælkens sundhedsværdi, og de to kommunikationsmedarbejdere fortæller, at tvivlen er blevet mere udbredt i takt med, at der er kommet nye kostretninger til, og at flere og flere privatpersoner har udnævnt sig selv til 'eksperter' inden for sundhed og ernæring. Sociale medier som Facebook har gjort det væsentligt nemmere for de selvudnævnte eksperter at ytre sig, og derfor skal kommunikationen fra Mejeriforeningens side hele tiden være en nøje overvejelse balancegang.

"Vi skal først og fremmest være troværdige. Når vi lægger noget ud, benytter vi derfor kilder med høj troværdighed, som vi regner med, at forbrugerne har tillid til. Det gælder fx de officielle kostråd og FAO's definition af bæredygtig kost. Vores udfordring

er så ind imellem at gøre 'tunge' informationer tilgængelige for alle," siger Jane Ernst Nielsen.

EMNER TILPASSES MÅLGRUPPEN

Kommentarer, likes og øvrige aktiviteter på kanalerne giver et godt indblik i, hvad der rører sig blandt forbrugerne. Det bliver sammenholdt med resultater fra holdningsanalyser, når der skal vælges emner til kommende kampagner.

"Vi ser på, hvilke interesser målgruppen for den enkelte kanal har, hvad de er i tvivl om, og hvad der fylder i deres hverdag. For eksempel er mange forbrugere usikre på, hvordan de kan spise mere bæredygtigt. Den tvivl danner udgangspunkt for vores kommende bæredygtighedskampagne. Her fortæller vi, hvilke fødevarer, der er mest bæredygtige, hvordan man kan mindske sit madspild, og vi bekræfter tvivlerne i, at mejeriprodukter også er en del af en bæredygtig kost," forklarer Anja Rasmussen.

Målgruppen for alle fire kanaler udgøres først og fremmest af kvinder og især kvinder med børn.

"Der er virkelig mange i den målgruppe, der bruger rigtig meget tid på de sociale medier. Derfor er det vigtigt, at vi er til stede og aktive med både informative og mere underholdende opslag. Kvinderne er ofte familiens 'projektleder' – det er dem, der tager langt de fleste beslutninger i forhold til mad, sundhed og familiens trivsel. Fx udgør kvinder 93 pct. af følgerne på skolemælks Facebook-side," siger Jane Ernst Nielsen.

Hun tilføjer, at kvinderne i målgruppen dog også er dem, der ofte sætter spørgsmålstejn ved mælken og dens egenskaber:

"Her er det vores opgave at informere og rette misforståelser, så mælken ikke bliver fravalgt."

KAMP MOD MYTER

Ved at svare på indlæg og kommentarer med veldokumenterede, saglige forklaringer håber Jane Ernst Nielsen og Anja Rasmussen, at især mælketvivlerne vil lytte mindre til myter og pseudovidenskab.

"Men vi kan ikke tage for givet, at folk tror på os. Det kommer også tydeligt til udtryk i negative kommentarer fra modstandere af animalske produkter," supplerer Anja Rasmussen.

Hun forklarer, at modstanderne kan være meget engagerede og aktivistiske, så når der for eksempel kommer en ny kampagne på mælken.dk, spreder de den til deres venner, hvilket hurtigt kan resultere i ekstra aktivitet i kommentarsporet.

"Vi sorterer i, hvem vi vil ramme med vores kampagner, og vi gør, hvad vi kan, for at mælkekritikere ikke skal blive provokeret af vores opslag, men vi kan selvfølgelig ikke forhindre, at de ser dem."

MANGE FØLELSER INVOLVERET

Anja Rasmussen og Jane Ernst Nielsen fortæller, at tonen i kommentarerne til tider er hård, fordi der er mange følelser involveret i forhold til emner som dyrevelfærd, sundhed og bæredygtighed.

"Vi kan ikke argumentere mod følelser, og det er som sagt vigtigt, at vores svar og opslag altid er saglige og troværdige. Vi ved godt, at vi ikke kan omvende mælkekritikerne, men det er vigtigt, at vi er rummelige i vores kommunikation til og med forbrugerne – også dem som ikke altid er enige med os," siger Jane Ernst Nielsen.

Tonen kan dog blive så grov, at det er nødvendigt at sortere nogle kommentarer fra.

"Det er vigtigt for os, at debatten foregår i en ordentlig og rummelig tone på vores sociale mediekkanaler. Derfor er vi en sjælden gang imellem nødt til at moderere debatten ved at skjule enkelte kommentarer," siger Anja Rasmussen.

Hun tilføjer, at det ofte er de samme mennesker, der skriver negative kommentarer, og at angrebene kommer meget i bølger.

"Men det er vigtigt at sige, at vi heldigvis får mest positiv respons – oftest i form af likes og delinger. Og når vi får en positiv respons på et af vores svar, fylder det mere end ti sure kommentarer," siger Anja Rasmussen.



Ost & ko's Facebookside henvender sig især til lidt yngre madnørder med lækre opskrifter og tip – fx til at lave en smagfuld osteolie af osteskorper.



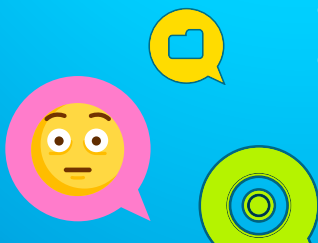
Facebooksiden 'Mælk er for livet' fokuserer på mælk som en naturlig og sund drik for mennesker gennem hele livet.



På Facebooksiden mælken.dk tages der fat i nogle lidt bredere emner, blandt andet om sundhed. Fx har man med nogle små animationsfilm forsøgt at komme myterne om mælk til livs.



På Skolemælks Facebookside kan forældre og andre interesserede både hente tips til madpakken, sjove idéer til julepynt og – som her – vigtig information om mælksens næringsindhold.





En god kanal til styrkelse af danske interesser

Ud i verden. Globale standarder for mejeriprodukter er med til at sikre eksportationen Danmark gode adgangsveje til de udenlandske markeder. (Foto: Colourbox)

SOM EN STOR MEJERINATION HAR DANMARK GODE MULIGHEDER FOR AT FÅ SINE MÆRKESAGER IGennem I DEN INTERNATIONALE MEJERIFORENING IDF, DER HAR EN CENTRAL ROLLE I UDARBEJDELSEN AF GLOBALE FØDEVARESTANDARDER.

Af Henrik Lomholt Rasmussen

Et vigtigt sted at gøre sig gældende – og et sted med gode perspektiver for at få tilgodeset sine interesser, hvis man er aktiv. Sådan kan en kort beskrivelse af IDF (International Dairy Federation) lyde, ifølge Mejeriforeningens direktør, Jørgen Hald Christensen.

”Både i historisk og nutidigt perspektiv har medlemskabet af IDF haft stor betydning for Danmark. Og som et stort mejeriland har vi tyngden til at være en drivende faktor på en del områder. Det udnytter vi især på de felter, hvor IDF har stor indflydelse, og som prioriteres af os og vores producenter,” siger Jørgen Hald Christensen.

Som et af de nyere eksempler nævner han etableringen i 2017 af den første internationale standard for mælkepermeatpulver. Standarden blev fastlagt af Codex Alimentarius (levnedsmiddelkodeks). Det er et samarbejdsorgan mellem FN-organisationerne FAO og WHO, der har til opgave at udarbejde internationale fødevarestandarder med IDF som teknisk rådgiver inden for mejeriområdet.

”Fraværet af retningslinjer havde gjort det vanskeligt for bl.a. Arla at komme ind på markedet for mælkepermeatpulver i en række lande. Det blev ændret af det fælles regelsæt, som Mejeriforeningen og den øvrige danske mejeribranche havde brugt megen energi på i IDF-regi, fordi det lykkedes at få en stor del af de danske formuleringer med i Codex Alimentarius,” fortæller Jørgen Hald Christensen.

Et lignende forløb fandt sted, da man tidligere indførte en proteinstandard for mælkepulver.

”Det havde dansk mejeribrug stort udbytte af,” siger Jørgen Hald Christensen.

UNIK POSITION

Han har ad flere omgange siddet i IDF's bestyrelse og kalder organisationens rolle som teknisk rådgiver i Codex Alimentarius for 'unik'.

”Mejeribranchen er den eneste industri med den rolle. På alle andre levnedsmiddelområder, fx kød, fisk, mærkning og emballage, varetager forskellige landes regeringer den tekniske rådgivning,” siger Jørgen Hald Christensen.

Ifølge ham efterkommer IDF's rådgivning som oftest uden større debat og bliver dermed på sigt til lovgivning globalt såvel som i EU og de enkelte IDF-medlemslande.

”IDF's særstatus bruger vi fra dansk hold bl.a. til at presse på for at få internationale standarder. De har stor betydning for Danmark og vores eksport af mejeriprodukter til over 150 lande,” siger Jørgen Hald Christensen.

DANSK AFTRYK

Klima, CO₂-udledning, fælles normer for vandbesparelse i mejerisektoren, ernæring, monitorering af plantebaserede fødevarer, kortlægning af produkter og beskyttelse af navne er andre felter, som IDF er engageret i. Til tider med et dansk aftryk.

”Eksempelvis var Danmark sidste år vært for en international konference om mastitis (yverbetændelse, red.), fordi vi er langt fremme på det felt,” siger Jørgen Hald Christensen.

Han påpeger, at IDF som en global organisation med 1.200 eksperter inden for alle områder af mejerisektoren giver et stort netværk og mange forbindelser.

”Det har stor værdi for arbejdet i mejerisektoren. Af samme grund lægger vi vægt på at dyrke de faglige fællesskaber på tværs af nationerne – både i vores daglige arbejde og på IDF's årsmøder, hvor branchefolk fra hele verden mødes,” siger Jørgen Hald Christensen.

Dette års IDF World Dairy Summit var planlagt til at finde sted Cape Town i Sydafrika 28. september til 1. oktober, men er som så meget andet aflyst pga. coronavirus.

Osten skal være både **gul** og **grøn**

KAMPAGNEN OST & KO HAR FÅET MADBLOGGERE TIL AT UDVIKLE NYE OPSKRIFTER PÅ HVERDAGSMAD MED OST OG GRØNTSAGER. MED STOR SUCCES. OPSKRIFTERNE ER INDTIL VIDERE BLEVET DISTRIBUERET I NYHEDSBREVE OG MAGASINER MED OVER 200.000 LÆSERE.



Ost på nye måder. Et par af de madbloggere, som har været med til at udvikle retter for Ost & ko til opskriftsserien 'Ost i grønne hverdagsklæder'.
(Foto: Karl Ejnar Jørgensen, Ost & ko)





1.200 osteglade gæster fik stimuleret deres smagsløg til Ost & kos festival Cheese Copenhagen sidst i oktober 2019. Gule oste var omdrejningspunktet på 10 af festivalens 14 stande. (Foto: Liv Møller Kastrup)

Af Henrik Lomholt Rasmussen

Nordisk inspireret bruschetta med ostecreme af rød Krystalost. Græskarrøsti med gul ost, palmekål, svampe og jordskokker. Pandekager med pære, blå ostecreme og honningristede valnødder.

Begynder tænderne at løbe i vand? Går tankerne i retning af "Det lyder lækkert, så det kunne være spændende at prøve at lave"?

Den slags fornemmelser lagde onlinesupermarkedet nemlig.com – i samarbejde med Ost & ko, Mejeriforeningens kampagne for dansk ostekultur – op til sidst i marts.

Der fik de 70.000 abonnenter på nemlig.coms ugentlige nyhedsbrev opskrifterne på i alt ni grønne retter med ost, som alle var udviklet i Ost & ko-regi. Det fortæller Camilla Lund, opskriftsspecialist og projektleder for nemlig.com.

"Det passede helt perfekt, da Ost & ko kontaktede os med forslag om at bringe nemme opskrifter, hvor hverdagsoste bruges i andre sammenhænge end fx at drysse revet ost over en pizza. Mange danskere er interesserede i at spise mindre kød i hverdagen. Derfor har vi fokus på det i vores ugentlige madplansmail ved at give inspiration til grønne retter med den dybde, fylde og smag, som ost kan levere, og som minder meget om kød. I den sammenhæng er det en styrke ved Ost & kos opskrifter, at de er tænkt anderledes," siger Camilla Lund.

Som eksempel nævner hun ideen med at bruge smeltet blå ost i en ret med pandekager.

"Det viser, at ost og dens salte islæt kan tilberedes i en dessert i stedet for 'kun' at blive serveret på et ostebord," forklarer Camilla Lund.

STOR UDBREDELSE

Hos Ost & ko glæder kampagnechef og marketing manager i Mejeriforeningen Lars Witt Jensen sig over den positive reaktion hos nemlig.com.

"Lige siden Ost & kos begyndelse i 2015 har det været et centralt punkt for os at give inspiration til at bruge ost i hverdagsmaden," siger Lars Witt Jensen.

Han tilføjer, at nemlig.com-opskrifterne er skabt af ni anerkendte madbloggere i kok og kokebogsforfatter Trine Hahneemanns køkken i København:

"Der fik de til opgave at udvikle nye opskrifter med 'Ost i grønne hverdagsklæder' baseret på grøntsager med fire økologiske, danske oste – Danbo, fast modnet ost, blåskimmel og friskost."

Ud over nemlig.com blev opskrifterne publiceret på ostogko.dk, i bloggernes egne medier, på samvirke.dk, der i marts havde 1.240.000 unikke brugere, og i den seneste udgave af Ost & kos magasin 'Ostekultur'.

Bladet udkom sidst i marts i 120.000 eksemplarer og blev om-delt med ugebladet Alt for damerne såvel som til landets oste-handlere.

"Det er et eksempel på, at vi når ud til et bredt publikum, der kan få forstærket interessen og viden om ost," konstaterer Lars Witt Jensen.

GUL OST I CENTRUM

Martsudgaven af 'Ostekultur', der udkommer to til tre gange årligt, byder bl.a. også på et seks siders tema om Danmarks fire BGB-oste – Danbo, Havarti, Esrom og Danablu. Bortset fra Danablu er der tale om gule oste.

"De gule oste er kernen i den danske ostekultur. Derfor giver

det mening, at Ost & ko har et øget fokus på dem i sine egne medier såvel som i aktiviteter som events og uddannelse. Fx er gule oste i centrum, når vi afholder ostekurser for tjener- og kokkeeleverne på flere af landets erhvervsskoler,” påpeger Lars Witt Jensen.

Endvidere kunne de 1.200 deltagere i Ost & kos festival Cheese Copenhagen sidst i oktober 2019 smage gule oste på 10 af 14 stande.

”I alt havde gæsterne mulighed for at stifte bekendtskab med over 150 danske oste. Vi havde uddannet osteværter, der kunne fortælle om ostene, og der blev holdt oplæg, bl.a. om kitmodne skæreoste. Festivalen foregik i Kødbyen, som vi havde om-døbt til Ostebyen, og den fik solid omtale i både trykte og sociale medier,” siger Lars Witt Jensen.

Pressedækning og gæster var der også masser af til efterårets tre store madtræf Copenhagen Cooking, Spis! Odense Food Festival og Aarhus Food Festival. Her havde Ost & ko iværksat, at fortolkninger af den klassiske danske ostemad var et gennemgående tema.

Et fast element i Ost & kos festivalaktiviteter var kampagnens Ostevogn.

”Det var første gang, vi turnerede med den. Vi havde stor succes med at lade vognen være beværtet af anerkendte gastronomistjerner, bl.a. til Street Food om Søerne i København, der havde 80.000 gæster,” siger Lars Witt Jensen.

Perlespeltssalat med Thybo-ost, granatæble og jordkokkechips. Retten er et eksempel på, hvordan ost kan give et grønt måltid dybde, fylde og smag, der minder meget om kød. Opskriften på perlespeltssalaten og andre retter med ost kan findes på www.ostogko.dk.
(Foto: Thomas Alcayaga)



FOKUS PÅ BÆREDYGTIGHED

Mejeriforeningens kampagne Ost & ko udføres i samarbejde med Marie Sainabou Jeng, pr- og kommunikationsrådgiver i Koalition. Hun fortæller, at Ost & ko ud over at lave parløb med etablerede madkunstnere også evner at dyrke nye skud på den danske madiværksætterscene.

Som et eksempel herpå nævner hun et forløb med spisestedet Minimer på Vesterbro i København, som i fire uger i det tidlige forår satte fire forskellige vegetariske hverdagsretter med ost på menuen.

”Minimer åbnede i januar og har fokus på at lave bæredygtige måltider med et minimalt spild af råvarer. Ud over at præsentere retterne i Ost & kos medier delte en række madbloggere dem også i en konkurrence, hvor deres læsere kunne vinde en middag ud af huset fra spisestedet,” forklarer Marie Sainabou Jeng.

Ifølge hende er tiltaget et eksempel på, hvordan Ost & ko kan iværksætte en aktivitet, der slår an i traditionelle og sociale medier, og samtidig skaber samtaler om, hvilken rolle osten kan spille i ’grønne’ retter.

VIRTUEL PÅSKEFROKOST

Påskesøndag blev ost en del af et specielt festmåltid, da Ost & ko leverede ost til ’Danmarks største påskefrokost’. Det var en virtuel begivenhed arrangeret af bloggerne bag Gastromand.dk, hvor danskerne satte sig til påskebordet derhjemme og delte begivenheden på Instagram og Facebook.

Ideen om ’Danmarks største påskefrokost’ opstod pga. corona-krisen, der gjorde møder i fysiske fællesskaber umulige. Virussen betød også aflysning af en række af Ost & kos egne arrangementer samt begivenheder, kampagnen skulle have deltaget i; deriblandt Roskilde Festival, Copenhagen Cooking og Aarhus Food Festival.

”Vi håber selvfølgelig, at vi kan komme stærkt igen, når det bliver forsvarligt og tilladt at gennemføre arrangementer med fysisk deltagelse. Og så vil vi naturligvis fortsætte vores aktiviteter på de sociale medier, hvor vi stadig kan arbejde for at øge og stimulere osteinteresserede danskeres viden og smag for dansk ostekultur,” siger Marie Sainabou Jeng.

MANGE VILLE TÆT PÅ STJERNERNE

”Mød Danmarks ostestjerner” lød opfordringen fra Ost & ko i december og januar, da kampagnen på de sociale medier lancerede en videoserie. Den bestod af fem afsnit, hvor en række af landets bedste ostemagere og mejerister fortæller om deres passion for at lave ost.

”Af vores tal for besøg kan vi se, at serien om ostestjernerne nåede bredt ud. Det viser, at folk gerne vil se, hvem der står bag de forskellige produkter og få indblik i deres håndværk,” konstaterer Marie Sainabou Jeng, pr- og kommunikationsrådgiver i Koalition, der samarbejder med Mejeriforeningen om Ost & ko.

Mejeribranchen bliver ikke bæredygtig uden hjælp udefra

GÅRDBESØG OG KONFERENCER PÅ CHRISTIANSBORG INDGÅR I ET TREÅRIGT PROJEKT, DER SKAL BRINGE POLITIKERE, FORSKERE OG ANDRE FAGPERSONER SAMMEN, SÅ DE KAN HJÆLPE MEJERIBRANCHEN TIL AT NÅ SIT KLIMAMÅL.



Jakob Ellemann-Jensen (t.h.), daværende miljø- og fødevareminister, fik indblik i mejeribrugets arbejde med bæredygtighed, da han besøgte Ejer Møllegård, som drives af mælkeproducent Holger Hedelund Poulsen (i midten). Mejeriforeningens formand, Steen Nørgaard Madsen (t.v.) bød velkommen.
(Foto: Peter Blisgaard)

Af Ulla Kjer

I 2050 skal den danske mejerisektor være klimaneutral. Det har branchen selv sat som mål, vel vidende at det vil kræve en kæmpe indsats både hos mælkeproducenterne og på mejerierne. Rigtig mange steder arbejdes der allerede hårdt med omlægningen til en bæredygtig produktion, men branchen erkender, at den ikke kan klare udfordringen alene. Derfor har Mejeriforeningen siden 2018 arbejdet med et treårigt fælles-europæisk projekt om bæredygtighed i mejerisektoren.

"Projektet handler først og fremmest om kommunikation og om at komme i dialog med en lang række stakeholdere – politi-

kere, forskere, ngo'er og andre med faglig indsigt i bæredygtighed, som vi gennem forskellige tiltag også forsøger at få bragt sammen," fortæller ernæringschef/mejeri Merete Myrup, som sammen med marketingchef i Mejeriforeningen Lars Witt Jensen arbejder med den danske del af projektet.

Det er foreløbig sket gennem to stort anlagte konferencer på Christiansborg, tre gårdbesøg hvor bl.a. politikere og landbrugsstuderende har oplevet, hvordan mælkeproducenterne arbejder med bæredygtighed, samt to 70-siders magasiner hvori nogle af de meget forskellige initiativer, der skal gøre mejeriproduktionen bæredygtig, er beskrevet.

"Gennem projektet er vi kommet i dialog med rigtig mange

SAGT AF POLITIKERE

”

Vi skal hylde det gode, danske landbrug. Hvis erhvervet flytter til udlandet, er der intet der peger på, at vi opnår bedre forhold for hverken miljø, dyrevelfærd eller bæredygtighed.

Anders Kronborg, fødevareordfører (S),
ved Mejeriforeningens arrangement på
gården Kroghsminde, oktober 2019.

”

Hvis den danske mejerisektor skal holde sin position på verdensscenen, skal man også selv gå forrest og være proaktiv i forhold til at debattere, hvad vi skal gøre. Og jeg må sige, at jeg er imponeret over de tiltag, der foregår i mejerisektoren i disse år.

Jakob Ellemann-Jensen,
fhv. miljø- og fødevareminister, ved Mejeriforeningens
bæredygtighedskonference november 2018.

stakeholdere, vi har fået taletid og sat gang i diskussioner, så det har allerede været meget givtigt,” siger Merete Myrup.

TILTAG DER KAN INSPIRERE

Ud over at få virksomheder, politikere, forskere, ngo'er og andre med faglig indsigt i bæredygtighed til at samarbejde, er formålet med projektet også at vise over for fagfolk, hvordan mejerisektoren bidrager med positive tiltag.

”Landbrug og fødevareproduktion er kendt som en af de brancher, der har en forholdsvis stor udledning af drivhusgasser og derved påvirker klimaet negativt. Derfor er det vigtigt, at vi får fortalt om nogle af de gode eksempler på, at både landmænd og mejerier prioriterer bæredygtighed, og at sektoren rykker sig. Det har vi vist gennem de forskellige tiltag, og som en sidegevinst kan andre mejerier og mælkeproducenter blive inspireret af de initiativer, vi bl.a. fortæller om i magasinet,” siger Merete Myrup og understreger:

”Alle i branchen er nødt til at være bevidste om, at der skal ske noget. Ingen må hvile på laurbærrene.”

SKAL TURDE GÅ FORREST

Det er ude hos mælkeproducenten, at den største klimabelastning finder sted, men i forhold til bæredygtighed er det vigtigt at kigge på alle aspekter af produktionen – både på gården og hos store såvel som små mejerier, understreger Merete Myrup.

”Det handler om at sætte ind på mange områder, og både landmænd og virksomheder skal hele tiden tænke bæredygtighed ind, for eksempel når de skal foretage en ny investering. Det vil både give goodwill og ofte også resultere i en økonomisk besparelse,” siger hun og tilføjer:

”Mejerisektoren skal også turde gå forrest og tage nogle skridt, selv om vi hverken er blevet bedt om eller pålagt at gøre det. Sådanne tiltag kan i sidste ende føre til opfindelser, der kan blive eksportemner.”

ET MULIGT KRAV FRA KUNDERNE

Merete Myrup mener, at bæredygtighed sagtens kan gå hen og blive et parameter på niveau med bl.a. sporings- og hygiejnekrav fra kundernes side.

”Når supermarkeds kæderne skal vælge en leverandør, kan det blive en afgørende faktor, at mejeriet og dets mælkeleverandører kan vise, at de arbejder på at gøre deres produktion bæredygtig. Selv om det vil kræve økonomiske investeringer at komme i gang, viser det over for kunderne, at man er en ansvarlig og troværdig samhandelspartner.”

FORBRUGEROPGAVE VENTER

Projektet henvender sig – helt bevidst – ikke til forbrugerne, men der bliver hvert år foretaget en forbrugerundersøgelse af danskernes holdning til bæredygtighed, og om den flytter sig. Undersøgelserne har vist, at forbrugernes viden om bæredygtighed er steget, og at de er blevet mere bevidste. Det kan blive afgørende fremover, når branchen skal forklare forbrugerne, at mejeriprodukterne bliver dyrere som følge af investeringer i bæredygtig produktion.

”Danskerne er meget prisbevidste, og derfor skal vi øge vidensniveauet hos forbrugerne om de omkostninger, der er forbundet med mejeriproduktion. Men det er ikke en del af dette projekt,” siger Merete Myrup.

Projektet slutter med udgangen af i år, 2020, men Mejeriforeningen har søgt EU om støtte til at fortsætte projektet i yderligere tre år.

MANGE AKTIVITETER

’European Sustainable Dairy’ er overskriften på tre-årigt projekt under EMF (European Milk Forum), der løber fra 2018 til og med 2020. Projektet modtager støtte både fra Mælkeafgiftsfonden og fra EU.

Repræsentanter fra EMF’s syv medlemslande har samarbejdet om indholdet, men projektet er tilpasset hvert enkelt land.

I Danmark har der i både 2018 og 2019 været afholdt stort anlagte konferencer på Christiansborg under overskriften ’Bæredygtig mejerisektor’ med deltagelse af bl.a. politikere, repræsentanter fra myndigheder og ngo'er. Begge år er også blevet udgivet et 70 sideres magasin, som beskriver en række af de meget forskellige initiativer, der skal gøre produktion og forbrug af mejeriprodukter mere bæredygtig. Derudover har politikere, landbrugsstuderende og andre fagpersoner været inviteret på gårdbesøg på tre gårde, hvor der på forskellig vis arbejdes med bæredygtighed.

Også i år, 2020, er der planlagt en konference på Christiansborg samt forskellige aktiviteter rundt om i landet, men pga. coronakrisen er der endnu ikke fastlagt en dato for arrangementerne.

