

fødevarer

NR. 7 / AUGUST 2018

magasinet

**Stort ønske til ændringer
i slagteruddannelse**

Se side 4

**Kaffen kommer
fra Brasilien og
Bjæverskov**

Se side 8

TEMA

**ONLINESALG
og distribution
AF FERSKVARER
og frostvarer**

Manglen på håndværkere nærmer sig katastrofen

Det er næsten som med vejret: Alle taler om det, men ingen gør noget ved det. I hvert fald ikke noget, der virker.

Allerede i 2007 skrev formanden for Danske Slagtermestre Leif Wilson Laustsen og daværende undervisningsminister Bertel Haarder (V) i fællesskab en kronik i Jyllands-Posten om behovet for at få flere unge til at vælge en håndværksmæssig uddannelse. De bragte bl.a. et citat af den gamle kommunist og landsretssagfører Carl Madsen, der angiveligt skrev i en af sine bøger, at det kræver "10% hoved og 90% røv" at blive jurist. Jeg er selv jurist og kan bekræfte, at der noget om det. Alligevel er både gymnasiet og akademiske uddannelser i højere kurs – også blandt dem, der vælger dem fra – end erhvervsuddannelserne; og det endskønt man ikke kan klare sig med "10% hoved", når man skal bygge et hus eller en bro eller reparere en flyvemaskine eller fremstille sunde og indbydende fødevarer.

Siden dengang i 2007 er denne sandhed sagt og skrevet af rigtig mange, og skiftende regeringer har villet flytte de unges interesser over mod erhvervsskolerne. Målet er, at 25% af folkeskolens afgangselever skal vælge en erhvervsuddannelse i 2020, men jeg kan med sikkerhed forudsige, at målet ikke bliver nået. Det går nemlig den forkerte vej. I 2009 var der 61 kommuner, som opfyldte dette mål, i 2017 var der 19. Behovet er ellers ikke blevet mindre i mellemtiden, og i fremtiden kan behovet for faglært (og ufaglært) arbejdskraft bliver et meget alvorligt problem for det danske samfund.

Når det ikke for længst er blevet det, skyldes det især, at vi har dækket denne del af arbejdsmarkedet af med især østeuropæisk arbejdskraft. Det har vi nemt kunnet, for arbejdsomme østeuropæere har søgt til os i meget store tal, fordi lønningerne i Danmark har været meget højere end i Østeuropa. Sådan er det ikke mere, og snart vil incitamentet for en polak og for unge i Baltikum til at tage til Danmark for at arbejde være væk.

Hvad gør vi så? En reserve, som vi måske kan trække på, er de mange mellemstilige indvandrere, især kvinder, som p.t. er uden arbejde. Kan de fylde pladserne ud som murere, tømrere og slagteriarbejdere m.v., efterhånden som østeuropæerne rejser hjem? Det kan vi jo håbe, for ellers er det svært at se, hvordan vi skal skaffe den arbejdskraft, som vi kommer til at mangle. Så er der faktisk kun den vej, som forgæves har været forsøgt i mere end ti år: At få flere unge til at vælge en erhvervsuddannelse.

Måske er det nødvendigt at gå lidt mere håndfast til værks for at dække samfundets behov? Måske skal der lægges et eller andet loft for, hvor mange gymnasieelever, der må være? Det vil jo næppe gøre det mindre præstige fyldt at komme i gymnasiet, men vi kan ikke blive ved med at vente på, at anseelsen vender – navnlig ikke, når udviklingen går i den modsatte retning. For det nytter jo ikke, at regeringen og Folketinget laver en lind strøm af forlig om at få flere iværksættere og om at fremme små og mellemstore virksomheder, hvis det er umuligt for dem at få arbejdskraft. Med den nuværende udvikling og med udsigten til også at mangle østeuropæere er det på tide, at vi ser i øjnene, at samfundet som sådant står over for noget, som efterhånden ligner en katastrofe.

(Dette indlæg har tidligere været bragt på Altinget.dk, hvor det i en periode var det mest læste på hele portalen.)

” ... Målet er, at 25% af folkeskolens afgangselever skal vælge en erhvervsuddannelse i 2020



Torsten Buhl
Direktør, FødevareDanmark

Nyheder

Gourmentslagteruddannelsen, ændring af lov om fødevarer, efteruddannelseskurser og landsmødeomtale

Slagterfagets Fællesudvalg arbejder på at få en mere specialiseret gourmentslagteruddannelse opdelt i moduler, som er mere målrettet. Læs her i denne udgave om formandens visioner for fremtidens uddannelse. Læs også om specifikke efteruddannelseskurser som afholdes på ZBC her i efteråret og om ændring i fødevarerlovgivningen, som giver større muligheder for sanktioner ved gentagne overtrædelser. Læs endelig også om det kommende landsmøde i DSM, som afholdes i slutningen af oktober.

On-linevirksomhed med mere end 50 mio. kr. i omsætning, plantagekyllinger fra Bangs Fjerkræ og kaffe fra Kaffeværkstedet

For snart 10 år siden satsede 2 visionære slagtere på onlinesalg af kød. Nu er virksomheden næsten nået en årsomsætning på 50 mio. kr. Læs om udfordringerne undervejs men også om den spændende virksomhed, kyllingeproducenten Bangs Fjerkræ, som via udvikling har skabt en omsætning på knapt 10 mio. kr. Læs også om Kaffeværkstedet som har etableret eget risteri, flytter til større lokaler og nu går ind i detail- og delikatessemarkedet.

Emballageløsninger til måltidsbokse og madkasser, optimering af opvarmning af fødevarer, slagtehusmøder og meget mere

Det stærkt voksende onlinesalg direkte til forbrugere kræver intelligente emballageløsninger og nytænkning. Læs om fordelene ved Antalis' "madkasse" løsning samt om måltidskasseløsninger. Opvarmning af fødevarer kan ske på forskellig vis. Læs her i Fødevaremagasinet om fremtidens energioptimerede opvarmningsløsninger. For landets slagtehus afholdes møder i september. Læs om mødeindhold og tidspunkter.

Synlighed i fødevarebranchen

Husk at med en tekstsideannonce i Fødevaremagasinet, en annonce i leverandørlisten og/eller med et banner på hjemmesiden, når du ud til hele fødevarebranchen. Kontakt Birthe Lyngsø på tlf. 5150 6717 eller på mail bi-press@mail.dk og få en snak om, hvordan din virksomhed, dine produkter eller dine ydelser bliver synlige i branchen i hele 2018.

God læselyst!

Redaktionen



- 4 **Stort ønske til ændringer i slagteruddannelse**
- 6 **Bangs sidder tungt på markedet for hønniker**
- 8 **Kaffen kommer fra Brasilien og Bjæverskov**
- 10 **Smartbake køber Faber Brød og får foden indenfor på lukrativt økomarked**
- 10 **Ændring af lov om fødevarer**
- 11 **Aktuelle efteruddannelser på ZBC i Roskilde**
- 13 **Potentialet er stort hos fødevare-smv'erne**
- 14 **Online-slagter i fremgang efter hård start**
- 16 **Friske fødevarer leveret til døren hiter som aldrig før**
- 18 **Energiøptimeret varmebehandling af fødevarer - hvad er på vej?**
- 20 **FoodTech styrkes af international kongres om genbrug af vand**
- 22 **Slagtehusmøder i september**
- 22 **Ost & ko skydes i gang - igen**
- 24 **MIDT-VEST Slagtermesterforening konkurrerede på gokartbanen**
- 24 **Formildet SamMark**
- 28 **Navnenyt**
- 29 **Messeoversigt**



August 2018

REDAKTIONEN / ANNONCER / PRODUKTION Grafisk Produktion Odense ApS, Peder Skrums Vej 4, 5220 Odense SØ
tlf. 66 14 08 52, post@foedevaremagasinet.dk
www.foedevaremagasinet.dk

ANSVARSHAVENDE Per Aaskov Karlsen

JOURNALISTER Per Henrik Hansen, Rikke Holm, Torben Svane Christensen og Maria Stove.

ANNONCER Birthe Lyngsø, Bi-Press, tlf. 51 50 67 17, bi-press@mail.dk Annoncer og redaktionelt stof skal være redaktionen i hænde senest den første hverdag i udgivelsesmåneden.

ABONNEMENT Indland kr. 750,00 + moms årligt, Udland kr. 1050,00 + moms årligt. Abonnementet kan opsiges med en måneds skriftlig varsel til udgangen af et kalenderår. Fødevaremagasinet udkommer 11 gange årligt – ikke i juli måned. Mediainformation kan rekvireres.

LÆSERE Fødevaremagasinet er det førende magasin for specialfødevarehandelen. Magasinet henvender sig til beslutningstagere, såvel som selvstændige forretningsdrivende som disponenter, ansat i fødevarehandelen. Politiske organer, større fødevarevirksomheder, organisationer m.m. er ligeledes læsere af Fødevaremagasinet. Stof med tilknytning til fagene slagter, bager, fisk, ost, grønt og vin

m.m. bliver behandlet journalistisk objektivt i årets udgaver. Fødevaremagasinet tilvirknes i samarbejde med Danske Slagtermestre og er et delvist annoncebaseret magasin.

FEJL OG REKLAMATIONER Eventuelle reklamationer rettes skriftligt senest 5 dage efter udgivelsen. Evt. dekort kan ikke overstige annoncens aftalte pris. Det må accepteres, at mindre farveafvigelser fra modtaget farve-print kan forekomme. Erstatningskrav på grund af fejl vedr. annoncer kan på ingen måde gøres gældende.

FORSIDEFOTO Bangs Hønniker

ISSN 1902-4509



Stort ønske til ændringer i slagteruddannelse

Slagterfagets Fællesudvalg vil have ændret uddannelsen, så lærlinge fremover kan få et uddannelsesforløb, der er langt mere baseret på enkelte arbejdsopgaver i forskellige moduler. - Det er nødvendigt, hvis vi skal have flere ind i faget, siger Leif Wilson Laustsen, formand for Slagterfagets Fællesudvalg.

AF TORBEN SVANE CHRISTENSEN

I dag bliver slagterlærlinge uddannet i de samme ting, uanset om de er ansat hos en selvstændig slagtermester, i et varehus eller et helt tredje sted. Men det ville give god mening, hvis lærlingene i højere grad kunne specialisere sig og vælge moduler, der i højere grad var målrettet helt specifikke arbejdsopgaver ude i branchen, mener Leif Wilson Laustsen, formand for Slagterfagets Fællesudvalg, der sammen med udvalgets medlemmer har ønsket til, hvordan man nytænker sammensætningen af uddannelsen.

- Der har længe været en forældet holdning til, hvordan vi uddanner. Vi har diskuteret det i 20 år. De unge vil gerne specialisere sig. Derfor håber vi at kunne præsentere en ny uddannelse, hvor lærlingen hos en slagtermester eksempelvis lærer at lave pølser, buffet, menuer til nytår og andre fester samt krogmodnede bøffer, og hvor lærlingen i en delikatesseafdeling får mulighed for at koncentrere sig om at blive dygtig til tapas eller smørrebrød, og at den tilgang til faget bliver understøttet i undervisningen på skolerne, siger formanden.

En udvandet uddannelse

Leif Wilson Laustsen mener, at uddannelsen, som den ser ud i dag, mangler saft og kraft, og at det faglige fokus er fraværende.

- I DSM har vi længe efterlyst at gøre vores uddannelser mere fag-faglige. Vi ser, at uddannelsen fjerner sig mere og mere fra virkeligheden ude i slagterbutikkerne. Lærlingene får ingen undervisning i for eksempel pølsebageri og udskæring. Uddannelsen skal efterkomme breddens ønsker, og det har gjort, at uddannelsen er blevet mere og mere udvandet,



få flere elever ind. Der er selvfølgelig noget logistik i det her, og hvis et modul ikke får ansøgere, må vi jo i fællesskab tage det op med skolerne, siger han.

Skabe flere selvstændige slagtere

Ved at give uddannelsen et nyt image skulle der også, ifølge formanden, komme flere lærlinge med lyst til at prøve kræfter med deres egen slagterbutik.

- Det er da mit håb, at det vil betyde flere uddannede, som kunne tænke sig at overtage de gode butikker. For man kan jo godt få et fantastisk liv og tjene gode penge som selvstændig slagter, fastslår Leif Wilson Laustsen.

Elever med høje karakterer

Formanden mener, at et løft i forhold til slagteruddannelsen også vil løfte respekten hos de unge uddannelsessøgende.

- Som det er nu, kan alle jo tage uddannelsen - det er ikke svært. Hvis vi fortsætter sådan her, så bliver vi en taber-brancher. Det kunne være fedt at få nogle elever, der virkelig har lyst til faget. Måske tiltrække nogle helt andre elever med højere karakterer, der kan gøre en forskel ude i butikkerne og udvikle dem, siger han.

Bevare arbejdspladser

Men inden de nye ideer kan blive til virkelighed, kræver det en ny uddannelsesaftale, og det kan have lange udsigter.

- Det tager et år, hvis vores ønsker går igennem, så vi kan først gennemføre de nye tiltag i 2019. Det er jeg da lidt træt af, men det er sådan, det foregår. Vi må håbe på, at politikerne godtager vores forslag. Det handler jo også om arbejdspladser, og jeg mener, at der er en fremtid for selvstændige slagterbutikker, understreger Leif Wilson Laustsen, formand for Slagterfagets Fællesudvalg.



Leif Wilson Laustsen, formand for Slagterfagets Fællesudvalg

siger han. Formanden har lagt pres på det faglige udvalg og efterlyst handling, og nu ser det ud til, at der sker noget.

- Der er blevet lyttet, men det er også nødvendigt. Vi ser jo et stort fráfald i branchen og manglende tilgang til uddannelsen, fastslår han.

I konkurrence med kokkefaget

Den nye uddannelse er tænkt som en basisuddannelse, hvor man så kan vælge at specialisere sig og få kompetencer inden for et bestemt felt.

- Vi er i konkurrence med kokkefaget, men jeg mener, at den mad vi laver, som for eksempel tapas, fuldt ud matcher det, kokkene står og laver på de fleste restauranter, siger han.

I forhold til en ny uddannelse er det også vigtigt, at uddannelsesinstitutionerne er indstillet på det.

- Vi har et godt tæt samarbejde med erhvervsskolerne, og de er meget "hooked" på at

Sæt allerede nu
i kalenderen



Danske Slagtermestre

Landsmødearrangementet 2018 (landsmødefest og landsmøde) afvikles i weekenden den 27. og 28. oktober i samarbejde med Midt/Vest Slagtermesterforening og afholdes på Sinatur Hotel Skarrild-hus ved Herning.

I det kommende nummer af Fødevaremagasinet bringer vi en nærmere omtale af arrangementet, som i år afholdes for 100. gang. Sæt allerede nu X i kalenderen til en hyggelig og faglig weekend med kolleger fra hele landet.





Bangs sidder tungt på markedet for hønniker

Hos Bangs Hønniker i Ugerløse på Sjælland har indehaver Jørgen Jørgensen på ni år formået at vækste virksomheden med 1600 %. Det er sket gennem strategiske udvidelser af forretningskonceptet, tidlig fokus på genkendelig markedsføring – og med hjælp fra en finanskrisen, der har boostet salget af høns til private.

AF RIKKE HOLM

Ved første øjekast ligner Bangs Hønniker en bakke med blandede æg. Det er dog slet ikke det indtryk, man får, når man møder Jørgen Jørgensen. Som faglært landmand overtog han i 2009 det igangværende Hillstrøms Rugeri. Indledningsvis skar han erhvervsdelen fra, så Bangs i dag udelukkende sælger æg og hønniker til gårde, gårdbutikker og private kunder. Efterfølgende har han gradvist opbygget en virksomhed der, i en branche med stærke sæsonudsving, udfylder årshjulet og hermed er i stand til at fastholde fem medarbejdere året rundt:

- Vi har været med fra bunden, fortæller Jørgen Jørgensen: - Da vi overtog virksomheden, lå omsætningen på 600.000. I dag omsætter vi i runde tal for 10 mio. Vores vækst har været godt hjulpet på vej af finanskrisen, som i den grad har ”hyperet” hønsehold til private. Vi har fra starten fanget nødvendigheden af have en god, brugervenlig hjemmeside og en let genkendelige grafisk identitet. Websalget udgør i dag ca. 50% af vores samlede omsætning, og vores markedsføring består primært af en massiv satsning på Google optimering, uddyber han.



15 meters transport til slagteri

Bangs sælger ud over hønniker (unge høns, red.) også ænder og gæs, rugæg og foder. Konceptet er baseret på et ønske om at hæve dyrevelfærden, så fjerkræet er frilands og for en dels vedkommende også økologisk. Virksomheden ligger tungt på markedet for høns, men også Bangs hønsefoder, der er en receptblanding, hvor ingredienserne er egen opfindelse, er blandt markedets populære brands. Hver måned leverer pakkeriet 20 - 24 tons foder med fragtmænd til kunder i hele landet.

Bangs Hønniker rummer desuden en tømrerafdeling, som bygger og leverer hønsehuse til kunder i både Danmark, Norge og Sverige, en gårdbutik samt et mikrorugeri for racehøns - sidstnævnte primært på grund af den store markedsføringseffekt. Endelig tilbyder Jørgen Jørgensen rådgivning ved opstart af gårdbutikker, og så har han sidste år udvidet virksomheden med 300 m² stationært slagteri, hvor slagtning af egne fjerkræ suppleres af lønslagtning. De ferske frilandskyllinger afsættes fortrinsvis til slagtermestre på Sjælland, hvor de markedsføres som 100% dansk produceret og dansk slagtet med mindst mulig transport til slagteri: 15 meter for at være helt præcis.

Plantagekyllinger i pipelinen

I forbindelse med opstarten af fjerkræsslagteriet har Jørgen Jørgensen tegnet medlemskab af SMV Fødevarer for at få hjælp til bl.a. myndighedsansøgning og e-smiley ordningen. Det har været en positiv oplevelse, og medlemskabet har bl.a. også ført nye kunder med sig fra netværket.

Jørgen Jørgensen oplever generelt, at markedet for kvalitetsfødevarer og dyrevelfærd er i vækst. Tanken er derfor i fremtiden at lægge endnu mere af produktionen om til økologi. Udvidelserne skal dog ske i temp, hvor det ikke går ud over virksomhedens fokus på gode kunderelationer:

–Jeg kan godt lide at sætte ting i gang, men er samtidig meget opmærksom på, at vi først og fremmest skal bibeholde vores gode samarbejde med eksisterende kunder og samarbejdspartnere. En gang i mellem skal man lige stoppe op og trimme det, man har, understreger han.

Et nyt tiltag hos Bangs Hønniker er dog allerede i pipelinen: Det handler om økologiske plantagekyllinger. Jørgen Jørgensen har på forsøgsbasis holdt høns i en nedlagt juletræsplantage, hvor dyrene profiterer af naturlige skygge og en god bund at skrabe i. Næste år skal plantagekyllingerne gerne være et tilbud, der udvider virksomhedens fødevarerandel.





Kaffen kommer fra Brasilien og Bjæverskov

Kaffenørderne Claus Stricker Jacobsen og Christian Jacobsen har længe været fascinerede af de aromatiske bønner. I dag rister de dem selv i en tidligere Nutanafabrik vest for Køge til glæde for både kontorer og cafeer.

AF HEIDI SVØMMEKJÆR

Kaffeværkstedet er et risteri ejet af brødrene Claus Stricker Jacobsen og Christian Jacobsen, som altid har været vilde med den magiske drik. Tidligere solgte Claus kaffe som selvstændig, men for 3-4 år siden fik han lyst til at have mere kontrol over kvaliteten. - Jeg trængte til at involvere mig i processen, så jeg kunne brænde endnu mere for produktet. Jeg var engang ansat i en stor virksomhed, men fandt mig ikke så godt til rette. Jeg ville have ansvaret og føle, at produktet er noget personligt. Derfor har jeg valgt at have noget småt selv, fremfor at være en lille del af noget stort, forklarer Claus. Og da hans bror Christian altid havde vist interesse for Claus' arbejde, gav det god mening at få ham ind i firmaet. For tre år siden flyttede de så ind i Symbiosen, en tidligere Nutanafabrik i Bjæverskov tæt på Køge, og her rister de i dag bønner på livet løs. For få måneder siden tegnede virksomheden også medlemskab hos SMV Fødevarer.

- Vi kender markedschefen Mads Illum Hansen derfra, og han slog et slag for SMV. Det giver glimrende mening for os. Alene besparelsen på udgifter til forsikringer udligner kontingentet. Dertil kommer så alle medlemsfordelene, hvoraf nogle er relevante nu og andre kan blive indfriet senere, som fx tilbuddet om rådgivning i forhold til fødevarer sikkerhed.

Mere end bare kaffe

Som firmanavnet afslører, er det kaffen, der er i centrum. Men det sker af og til, at kunderne også vil have noget andet. Claus uddyber: - Jeg vil jo egentlig bare fortælle dem om rigtig god kaffe, men så begynder de også at spørge til kaffemaskiner... Derfor har vi brugt en del tid på at finde

gode maskiner, som vi ofte selv køber hjem direkte fra producenterne. Så kan vi bedre levere en helhedspakke, hvor kunderne ikke behøver at henvende sig flere steder. Derfor har Kaffeværkstedet både kaffemaskiner og kværne fra producenterne Astoria, Iberital og Brugnetti til salg, leje og leasing. - Den, vi allerbedst kan lide, er Astoria Barista Storm. Det er den nyeste teknologi med en helt ny type steamer, som hedder "super dry", dvs. den er særligt tør. Det gør, at mælken bliver bedre, og at skummet står pænere i længere tid.

De seneste tendenser

Kaffeværkstedet tilbyder tre typer espresso, som går under navnene The bomb espresso, Organic espresso og Italian espresso. Det er især dem, der sælger, da de fleste af deres kunder er inden for cafébranchen. Men hvordan smager det så? - Vi rister lidt lysere end det traditionelle espressomarked (espresso er typisk kendetegnet ved en mørkere ristning end almindelig kaffe, red.), fordi vi foretrækker, at kaffen smager mere af selve bærret og oprindelseslandet end af ristningen. Derimod bruges en meget mørk ristning ofte til at camouflere bitterheden i en kaffe af lavere kvalitet, siger Claus. Til gengæld er de frugtige og syrlige noter ofte mere fremtrædende i Kaffeværkstedets kaffer.

I det hele taget har der været en længere trend med meget lyse kaffer. Claus fortæller, at det i nogle år næsten tog overhånd. - Det kunne nærmest ikke blive lyst nok, og til sidst kunne kværnene ikke håndtere det, fordi kaffen næsten ikke var ristet. Nu oplever jeg flere, der har fået nok.



Det er, som om man har fundet sig til rette efter en periode med ekstreme eksperimenter. Det nytter jo heller ikke noget at tage brød ud af ovnen, før det er bagt ordentligt...

Når det kommer til Kaffeværkstedets kunder, er latte stadig meget dominerende og det især på cafeerne. - På kontorer kan man oftere lige prøve en espresso, og hvis det bliver for meget, tager man bare noget andet. Men man skal nok stadig være en rigtig espressodrikker for at bestille det på en dansk café. Der tager man nok hellere det sikre valg.

Direkte kontakt til kaffeproducenterne

Indtil videre handler Kaffeværkstedet primært med cafeer og i kontormiljøet, men på sigt vil de også gerne ind i forhandlersalg, fx til delikatesser-

butikker. Derfor er de også ved at få udviklet nye poser og grafisk identitet, som de håber at være klar med i august 2018. I løbet af sommeren flytter de endvidere lokaler til et gammelt mejeri i Bjæverskov, hvor de sigter mod at have butikssalg og evt. smagninger, foredrag og åbent hus. Tanken er at udbrede kendskabet til kaffens verden.

- Vi glæder os til at flytte lokaler og have muligheden for at åbne mere op for folk. Vi vil også meget gerne have mere direkte kontakt med kaffeproducenterne, hvor vi lige nu handler mest gennem grossister. Det booster både kvaliteten og vores forståelse for produktet, når vi selv har købt det ind, og den slags smitter af på kunderne. Men det er mere på sigt, når vi engang får volumen til det, slutter Claus.



Unik skovkylling FRA GOTHENBORG

Skovkyllingen er en smuk fugl med en sortbrun fjerdragt og lange stærke sorte ben. Skovkyllingen får lov til at vokse sig stor og saftig i 90 dage, inden den bliver slagtet.

Den længere levetid og den aktive færden ved skov og bevoksning, giver kødet en fast struktur, mindre stegesvind og en uovertruffen smag.

Vægt på kyllingerne: 1,9 – 2,6 kilo

Engros salg - Ring til os på 2043 8014



GOTHENBORG

Gothenborgvej 3 - 8653 Them
www.gothenborg.dk

Smartbake køber Faber Brød

og får foden indenfor på lukrativt økomarked

Bagerikoncernen Smartbake har overtaget det økologiske produktionsbageri Faber Brød i Solrød og får dermed en stor bid af det lukrative marked for økologisk brød til københavnske hoteller, restauranter og cateringvirksomheder. – Vi mødtes med Tanja Benn tilbage i april, hvor jeg blev meget imponeret af hendes produkter og hendes store fokus på økologi. Jeg så også hurtigt, at der kunne være stærke synergier mellem Fabers solide håndværk og vores pro-

duktionssetup. Jeg er derfor meget glad og stolt over, at vi i dag har lagt sidste hånd på en aftale, der betyder, at vi overtager alle aktiver, maskiner, opskrifter og goodwill i Faberbrød. Jeg glæder mig til, sammen med Tanja, at fortsætte leverancerne til Fabers mange kunder med samme håndværksmæssige passion, som Tanja har lagt for dagen. Det var i forvejen også den vej, vi gerne ville gå, siger Karsten Leed, partner og salgsdirektør i Smartbake Bakery Group.



Tanja Benn, der nu er ansat i Smartbake og fortsætter arbejdet med den tætte kundediolog vedrørende udvikling af produkter og opbygningen af relationer, overleverer her nøglerne til Faber Brød til Karsten Leed fra Smartbake

Yderligere fokus med bredere produktportefølje

Smartbake vil som en konsekvens af opkøbet intensivere deres fokus på hotel- og restaurationsbranchen yderligere og ikke mindst på markedet for måltidskasser, hvor Smartbake nu har procespatent i både Danmark, Norge og Sverige. – Vores strategiske fokus på hotel- og restaurationsbranchen er gået langt bedre, end vi havde regnet med, og med opkøbet af Faber Brød kommer vi nu til at foretage yderligere investeringer i vores produktions set-up. Vi har indkøbt nye maskiner og åbnet en ny produktionshal, så vi er klar til at håndtere den øgede efterspørgsel med endnu flere produkter. Samtidig er vi så småt begyndt at kigge nordpå til Norge og Sverige, fortæller Karsten Leed.

Smartbake Bakery Group blev stiftet i maj 2017 af de to iværksættere Anders Høj og Steffen Bagge. Det hele startede som en onlineforretning til private, men er siden vokset sig til en produktionsvirksomhed med fokus næsten udelukkende på B2B-markedet. I foråret 2018 fik de eksterne investorer ind og investerede samtidig i nye, moderne produktionshaller uden for Aarhus og nu også Faber Brød.

Ændring af lov om fødevarer

Folketinget har vedtaget en ændring af lov om fødevarer. Ændringerne gør det muligt for Fødearestyrelsen at sætte ekstra hårdt ind overfor en hård kerne af fødevarevirksomheder, der er uimodtagelige over for råd, vejledning og sanktioner. Det er dem, som er blevet kaldt "brodne kar". For at komme i denne kategori, skal man som virksomhed mindst have fået 3 anmærkninger af de senest 4 forudgående kontrolbesøg. For nye virksomheder dog 3 anmærk ved de først 3 kontrolbesøg.

De væsentligste ændringer er følgende for virksomheder med dårlig regelefterlevelse

- Disse virksomheder kan nu få to opfølgende kontrolbesøg for at sikre, at der rettes varigt op på fejlene. Virksomheden skal betale for begge besøg uanset resultatet af det første opfølgende besøg.
- Fødearestyrelsen får nu mulighed for at pålægge virksomheden daglige tvangsbøder, hvis en virksomhed, som har fået anmærkninger ved mindst 3 af de senest 4 forudgående kontrolbesøg, ikke efterkommer et meddelt påbud eller forbud. Bødestørrelse vil som udgangspunkt være 1000 kr. om dagen.

- Mulighed for at tvangslukke en virksomheden eller give virksomhedsskantzene til en person
- Mulighed for en fordobling af bødestørrelserne til brodne kar, dvs. virksomheder med dårlig regelefterlevelse
- Endelig er der mulighed for at få mere vejledning af FVST ved fx et møde på den virksomhed, som skal "bringes tilbage på sporet". Kommentar: DSM har deltaget i et par af disse møder. Det er et konstruktivt tilbud fra FVST, som vi anbefaler at tage imod.

Der er ca. 260 fødevarevirksomheder i dag, som vil få kategorien for et broddent kar. Loven er vedtaget med bredt folketingsflertal. FødevareDanmark bakker op omkring kampen mod brodne kar da disse skaber unfair konkurrence i branchen, men har dog været betænkelig og kritisk overfor at også indskærper tæller med i opgørelse. Det skal dog bemærkes at virksomheder med dagligt tilsyn, fx store slagterier, ikke opgøres på samme måde.

Loven trådte i kraft den 1. juli 2018

Kilde: FødevareDanmark

Aktuelle efteruddannelser på ZBC i Roskilde

ZBC udbyder nu efteruddannelseskurser i hhv. Sous Vide samt Gourmet Pøsemager. Efteruddannelserne er målrettet professionelle fagfolk og kører begge over 4 dage. Uddannelserne afsluttes med en praktisk eksamen med en ekstern censor og bedømmes bestået eller ikke bestået. Herefter modtager den enkelte kursustager Certifikat.

ZBC har skabt et klart og tydeligt efteruddannelsesprogram med stor fokus på fagligheden, hvor originale traditioner kombineres med nytænkning og nye teknikker. ZBC udbyder som de eneste i Danmark korte og målrettede certificeringer på et højt niveau. En del af certificeringerne tager udgangspunkt i Arbejdsmarkedsuddannelser, så der vil også være mulighed for at søge VEU-godtgørelse og tilskud efter gældende regler.

Sous Vide certificering - 4 dage

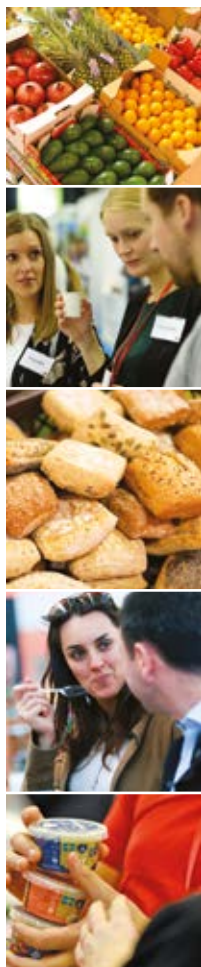
• 4/9 - 5/9 - 1/10 - 2/10 - 2018

Gourmet pøsemager certificering - 4 dage

• 11/9 - 12/9 - 13/11 - 14/11 - 2018

ZBC tilbyder fri indkvartering på konferencenter/kursushotel, ekskl. forplejning.

For yderligere information og tilmelding, kontakt Henrik – hne@zbc.dk; Kenneth – klha@zbc.dk eller slagtermester René Dupont – redu@zbc.dk



nordic organic foodFAIR

MalmöMässan | Sweden
14-15 November 2018

Den **eneste** fagmesse for økologiske føde- og drikkevarer i Norden

Nordic Organic Food Fair præsenterer detailhandlere, indkøbere og foodservice-professionelle for de **allernyeste trends og produkter**, der endnu ikke er set på nogen andre fagmesser.

Messen afholdes samme sted som **Natural Products Scandinavia**, og de to messer vil tilsammen være vært for mere end 500 udstillende virksomheder, der præsenterer de allerbedste bæredygtige og økologiske føde- og drikkevarer fra Norden og hele verden.

Book din GRATIS messebillet til den
14.-15. november 2018 på www.nordicorganicfoodfair.com,
og angiv kampagnekoden NFDK619

SIDELOEBENDE MED

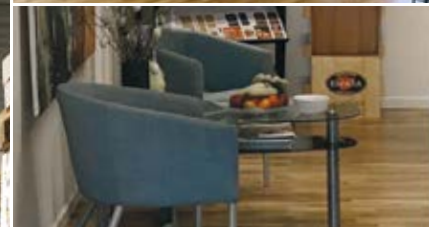


**Natural
Products
Scandinavia**
MalmöMässan
14-15 November 2018

Stamholmen 140B, 2650 Hvidovre

SALG

Stort fødevaregodkendt lager med køl



Rummelig ejendom med muligheder

- Ejendommen er opdelt i 3 lejemål, hvoraf 2 er udlejede
- Det ledige lejemål er på 450 m²
- Ca. 272 m² af det ledige lejemål er
 - et fødevaregodkendt lager med køl
 - et ca. 43 m² uopvarmet sluseareal i stueplan
 - et 135 m² kontor på 1. sal
- Lejeindtægten for det udlejede areal på i 310 m² udgør pt. kr. 181.366 årligt.

Samlet areal: 760 m²

Pris: Kr. 8.250.000



Skann og læs mere om
ejendommen eller gå ind på
www.andersen-erhverv.dk.



Andersen Erhverv A/S, Skovlytoften 9A, 2840 Holte, Tlf. 70 20 28 12
info@andersen-erhverv.dk, www.andersen-erhverv.dk

Potentialet er stort hos fødevare-smv'erne

De små og mellemstore fødevareproducenter glæder sig over det nye erhvervsfremmesystem, men det er kun første skridt på vejen

AF KASPAR JAKOBSEN, ADM. DIREKTØR, RANDERS KØD ENGRØS, FORMAND FOR SMV FØDEVARER
OG MADS ILLUM HANSEN, MARKEDSCHEF, FØDEVAREDANMARK



Udviklingen af danske specialprodukter inden for fødevareområdet er værd at smage på i disse år. Hvor f.eks. danske slagtervarer tidligere havde ry for at være fyldt med vand, fremstilles der i dag pølser og skinker, der er fuldt konkurrencedygtige med både franske, spanske og italienske produkter. Tilsvarende udvikling ser vi inden for mejerisektoren og i bryggeribranchen, hvor bl.a. dansk specialøl har oplevet et stort boom. Der er et stort potentiale i den danske fødevarefremstilling, og det gælder ikke mindst hos de små og mellemstore producenter.

Med den politiske beslutning om at forenkle erhvervsfremmesystemet ser det samtidig ud til, at en stor bøn fra landets små og mellemstore fødevareproducenter er blevet hørt. Erhvervsfremmemidlerne skal nu i højere grad ud i virksomhederne og arbejde - og det er lige nøjagtig, hvad fødevareproducenterne har brug for. I Fødevaredanmark glæder vi os derfor over oplægget til den nye erhvervsfremmestruktur. Vi hå-

ber, det kommer til at betyde en reel forskel for de små og mellemstore fødevarevirksomheder.

Finansiering er vanskelig

Problemet har indtil nu været åbenlyst. Tal fra de seneste år har således vist, at små og mellemstore fødevarevirksomheder står for omkring 60 pct. af værdiskabelsen inden for fødevareområdet. De 50 største virksomheder tegner sig for omkring 40 pct. af værdiskabelsen. Faktum er samtidig, at 60 pct. af de små og mellemstore virksomheder peger på mangel på finansiering som en hindring for at igangsætte og gennemføre udvikling. Det vil der med det nye erhvervsfremmesystem blive ændret på, hvis de politiske intentioner bliver vekslet til handlekraft, idet virksomhederne vil få nemmere adgang til de erhvervsfremmemidler, som hidtil har favoriseret store virksomheder og forskningsinstitutioner, der har afdelinger og ansatte, som er skolede til at arbejde med tunge ansøgningsformularer.

Ny ordning god for smv'er

Forandringen vil betyde, at erhvervsfremme rykker tættere på virksomhederne. Efter planen får vi syv stærke erhvervshuse i Danmark, hvormed virksomhederne får nemmere ved at finde den rette indgang til vækststøtten. Det er netop, hvad de små og mellemstore fødevareproducenter har brug for. Ofte står vi med mindre producenter, hvis primære fokus er på selve fremstillingsdelen. De er dygtige fødevarehåndværkere, som vil produktudvikle, men når det kommer til områder som salg, markedsføring, skalering af forretningen og eksport mangler de nødvendige kompetencer ofte. Med en nemmere og mere gennemskuelig indgang til erhvervsfremme og midlerne tør vi tro på, at virksomhederne får den støtte, som betyder, at de skaber mervækst og dermed flere arbejdspladser og flere kroner i statskassen.

Kilde: Kronik i Børsen

Velkommen til fremtiden

13.-15. november 2018



Hele fødevareindustrien mødes på FoodTech, og du er inviteret.

Kom og vær sammen med tusindvis af kolleger når flere end 300 danske og internationale udstillere giver dig et blik ind i fremtidens fødevareindustri. Oplev blandt andet International Food Contest, hvor 1.500 fødevarer bliver bedømt og udstillet. Vær med til at sætte fokus på bæredygtighed på IFC World Congress eller deltag i duellen mellem topstuderende og eksperter på FoodTech Challenge & InnovateFood.dk.

Læs mere og hent din fribillet på foodtech.dk

FOODTECH
PROCESSING & PACKAGING | 13 - 15 NOVEMBER 2018



Fra domicilet i Haderslev distribuerer Grisogko til både privat- og erhvervskunder over hele Danmark. Her står direktør Johnny Hejsel foran virksomhedens 5.500 kvadratmeter store bygning.

Online-slagter i fremgang efter hård start

Da onlinevirksomheden Grisogko åbnede i 2009, var det med 8 medarbejdere og røde tal på bundlinjen de første år. Nu er tallene blevet sorte, medarbejderskaren er udvidet til 22, og engrossalget er blevet større end netsalget til detailkunder.

AF PER HENRIK HANSEN

Inspirationen var klar, da Johnny Hejsel og hans kompagnon Poul Erik Christensen i 2009 lancerede webbutikken Grisogko, som skulle lære danskerne at købe kød på nettet.

- Jeg havde lagt mærke til, at Aarstiderne var blevet Danmarks største grønthandler, og Skagen Foods var blevet landets største fiskehandler. Så måtte der jo også være plads til, at man kunne sælge kød på nettet, beretter Johnny Hejsel om sine tanker den gang.

Samtidig med at de forberedte åbningen af den nye rent netbaserede slagterbutik, solgte de to kompagnonger to kendte kødvirksomheder, de havde ejet sammen gennem en del år, Carl Vollstedt's Eftf. og Dexters Delikatesser. Køberen af begge virksomheder var Delika.

Indtægten fra salget blev investeret i den nye virksomhed, og otte medarbejdere blev ansat, inklusive Johnny Hejsel selv som direktør.

Og så blev der også lige investeret en masse penge i at gøre Grisogko kendt blandt de kommende kunder. Rigtig mange penge, faktisk.

Sindssygt dyrt

- Der er et marked for kød på nettet. Men det var sindssygt dyrt i markedsføring at få åbnet op for det marked, fortæller Johnny Hejsel.

Omkring et par millioner kr. om året brugte den nystartede virksomhed på markedsføring de første år. Pengene gik til bannerannoncer på internettet, annoncering i trykte medier, lokale TV-reklamer, Facebook- og Google-annoncer med mere.

- Vi prøvede alt, hvad man kunne prøve, husker Johnny Hejsel.

Han husker også, at den mest givende annonce var af den helt traditionelle slags i ugebladet Ude og Hjemme. Den ene annoncering gav 1600 nye kunder.

- Men det var også, fordi vi både på forsiden og inde i bladet fortalte kunderne om et godt tilbud, vi havde. I det hele taget er det min erfaring, at det er gode tilbud, der trækker kunder til, siger Johnny Hejsel.

Åbnede for grossist-kunder

I længden trak det dog for meget på de finansielle ressourcer at annoncere sig til vækst. I stedet begyndte Grisogko at åbne op for grossistkunder, og samtidig blev markedsføringsbudgettet skåret ned til næsten nul. I fremtiden er det dog planen at sætte penge af til markedsføring.

Den nye strategi virkede. Grossistkunderne strømmede til, og salget til dem udgør nu cirka to tredjedele af omsætningen. Samtidig har langt hovedparten af de private kunder holdt ved. Kontakten til dem foregår primært gennem Grisogko's nyhedsbrev, som to gange om ugen ryger ud til 30.000 modtagere.

Ændringerne er også tydelige på bundlinjen. De første år var den i minus, men siden 2015 har den været i plus.

Sideløbende med skiftet i kundegrundlag og markedsføring har der også været stor udvikling i sortimentet. Det er markant udvidet, og udover traditionelle slagtervarer omfatter det nu også en række specialiteter, fisk og hele måltidsløsninger, hvor kunden får leveret både kød, grønt og andet fornødent til et helt måltid.

Indretningen af eget pølsemageri er et af de seneste skridt i Grisogko's udvikling. Nu er det planen at vokse til dobbelt størrelse og komme op på omkring 45 medarbejdere i produktion, lager, pakkeri og administration. Til venstre står direktør Johnny Hejsel.

Samtidig har Grisogko etableret eget pølsemageri med produktion af spegepølser og andre charcuterivarer; og på det seneste er økologisk kød kommet ind i engros-delen af virksomheden.

Mere vækst på vej

Planen for fremtiden er at vokse til omkring 45 medarbejdere. Det vil give basis for at ansætte blandt andet en HR-, en salgs- og en produktionschef til aflastning af direktøren.

- Det vil være dejligt at komme op i den størrelse og få det hele ind i en mere rolig gænge. Det vil også komme til at ske, forudser Johnny Hejsel.

Og så har han et stort ønske om at finde en samarbejdspartner, som er stærk på netsalg.

- Det skal være nogen, som allerede har en hjemmeside med klart større salg, end vi selv har, og som gerne vil sælge vores varer også. Så kan vi koncentrere os om produktion og engros-salg, tænker Grisogko-direktøren.

Kort om Grisogko ApS

- Detailsalg på websitet grisogko.dk, engros-salg på særligt website med adgangskode.
- Distribution til detailkunder gennem Coop's net af vognmænd, som leverer til private adresser.
- Omsætning i 2017 og 2018 (forventet): Omkring 50 millioner kr. årligt.
- Råder over 5.500 kvadratmeter med lager, produktion, pakkeri og administration i Haderslev.
- Ejers af Johnny Hejsel (direktør, ejer to tredjedele) og Poul Erik Christensen (en tredjedel).
- Blandt de 22 ansatte er Johnny Hejsels datter Freja Hejsel, som har fået sin slagteruddannelse i Grisogko.
- Også direktørens slagteruddannede far Mogens Hejsel er beskæftiget i virksomheden.

Partner / medejer søges

Til daglig drift & strategisk udvikling af slagterforretning / catering virksomhed søges partner/medejer. Der er lagt op til køb af en ejerandel af virksomheden fra 20-49%, hvor de nuværende ejere gerne stiller sig til rådighed med arbejdskraft og viden.

- Virksomheden er veldrevet og professionel med en årlig vækste på ca. 10%.
- Daglig indkøb af middag/ aftensmad & hjemmelavet pålæg i butikken.
- Catering sortiment med mad ud af huset til virksomheder og private.
- Pensionistmad med varme retter leveres dagligt til ældre borgere.
- Total fester til firmaer eller private (fredag/lørdag), der omfatter alt lige fra planlægning og afvikling med telt, service og mad.
- I tilknytning til butikken er der selskabslokale med plads til min 60 personer. (Fester og sammenkomster for private eller firmaer).

Virksomheden startede 15/10-2009 og har i dag ca. 6-10 medarbejdere. Der omsættes for ca. 5 mio. kr., og den årlige omsætningsvækst er på ca. 10%.

Foruden to ejere er der en række dygtige medarbejdere, som hver især arbejder seriøst inden for deres felt. Den nye partner er velkommen til at bidrage med kvalificeret videreudvikling af à la carte, dagens ret, temafester, foredragsaftner mm.

Partneren skal have den rette indstilling til kvalitet og detaljer samt en forståelse for, hvad det kræver at arbejde inden for et serviceerhverv, hvor den mindste detalje i det færdige produkt til kunden tæller.

Virksomheden ligger i Sydjylland, i en stationsby, der er i en god udvikling. Forretningen er også på nettet med en flot hjemmeside og en velbesøgt facebookside med ca. 2.600 likes.

Interesserede
bedes kontakte
Erhvervskonsulent Ulrik
Uhrskov, tlf. 23 26 50 62,
uu@udviklingsvejen.dk





Friske fødevarer leveret til døren hitter som aldrig før

Lokalt producerede råvarer eller madkasser med alt til en sund og varieret kost er inden for rækkevidde med ganske få klik. Og det er et fristende alternativ til supermarkedskøen for et hastigt stigende antal danskere

AF BIRTHE LYNGSØ

For to år siden var der ifølge Gallup Index DK 360.000 husstande, som fik leveret måltidskasser direkte til døren. Og det er et marked, som synes at vækste med raket fart.



Årstiderne – pioneren, og den til dato største spiller på dette marked – har i dag mere end 100.000 abonnenter på deres måltidskasser. Ifølge virksomheden er det en ottedobling på bare fem år.

Årstiderne har gennem de seneste år fået følgeskab af en lang række andre, der har etableret sig med internetsalg af måltidskasser, færdige menuer ud af huset eller lokalt producerede specialiteter. Og en gennemgående melding fra virksomhederne er, at der skal løbes stadigt hurtigere for at følge trop med bestillingerne.

Måltidskasser frister i en travl hverdag

Måltidskassernes popularitet afspejler en tendens i tiden, hvor vi har stort fokus på at få sund og varieret kost. Man vil godt have lækker og indbydende mad på bordet i en fart. Men

Måltidskasser med sunde, friske måltider leveret til forbrugers dør, er populære som aldrig før. Måltidsboxen er en nyetableret virksomhed, som oplever stor interesse fra kunder i hele landet

det kræver tid og overskud at finde på nye retter, lave indkøbslister og gå i supermarkedet. Et alternativ, der derfor frister rigtig mange, er at gå på nettet og bestille en måltidskasse, som svarer præcis til familiens behov. Med kassen følger gerne opskrifter, som inspirerer til at lave nye spændende måltider. Produkterne bliver leveret nøje afmålt i forhold til den konkrete bestilling, hvilket igen har den positive sideeffekt, at mængden af madspild bliver stærkt begrænset.

Succes med nethandel som supplement til den fysiske butik

Der er flere andre modeller for salg af mad på nettet, som oplever stor fremgang. Det er slagtermester Peter Mortensen i Lemvig et godt eksempel på. Sammen med fotograf Henrik Thomsen begyndte han for fem år siden etableringen af netbutikken eGastro som supplement til salget fra butikkerne i Lemvig hovedgade, hvor der fortsat er slagter og osthandel

Her Morten Askjær Sørensen (th) og Ulrik Emtkær Jensen, som i foråret etablerede virksomheden Måltidsboxen. De har som niche valgt at lave færdige måltider, der er sunde og varierende, og som kun skal varmes. Som en af de første har de to iværksættere valgt at benytte Antalis' nyudviklede koncept "Madkassen", som sikrer, at produkterne er friske og indbydende, når de bliver leveret hos kunderne.



dør om dør. Slagtermester Mortensen er populær, og det samme kan man sige om netbutikken eGastro, som han driver i makkerskab med Henrik Thomsen. Her er dag til dag levering af friske, lokale råvarer og delikatesser til kunder i hele landet. Via nettet kan kunderne vælge mellem frisk kød af høj kvalitet, slagtermesterens hjemmelavede pålæg, øl fra bryggeriet i Hvide Sande eller f.eks. friske fisk fra auktionen i Thyborøn. Det er samtidig de to indehaveres erfaring, at salget på nettet og i den fysiske butik gensidigt styrker hinanden.

Færdigretter med Måltidsboxen

Et af de seneste skud på stammen i rækken af netbutikker med måltider leveret direkte til kundens dør er Måltidsboxen. Det er kokken Morten Askjær Sørensen fra Billund og slagter Ulrik Emtkær Jensen fra Herning, som i foråret gik sammen om at lancere måltidskasser med færdigretter. - I markedet for måltidskasser så vi en niche i at lave færdigretter, der er lige til at varme op og servere, siger Morten. - Der er ikke så mange på dette marked, som laver maden helt færdig. Og vi ved af egne erfaringer, at det kan være en stor lettelse i hverdagen, når man skal have mad på bordet i en fart. Han tilføjer, at de kører med måltidsløsninger til både familier og singler, og at det til dato er gået over al forventning.

Madkasse af miljøvenligt bølgepap

På Måltidsboxens hjemmeside kan kunderne senest torsdag klokken 12 vælge mellem forskellige kasser. Og søndag aften eller mandag morgen står deres bestilling med retter til den kommende uge foran døren på adressen. Det er et tilbud, som kunder i hele landet har taget overraskende godt imod, og det glæder naturligt nok de to iværksættere bag Måltidsboxen.

- For at få succes skal både kvalitet og levering være i top. Af samme grund har vi brugt en del energi på at finde frem til den optimale løsning til pakning og forsendelse af vores produkter. Vi endte med "Madkassen", der er en helt ny type emballage fra Antalis, som er udviklet til kølede forsendelser af madvarer. Det er et godt alternativ til de traditionelle flamingo kasser, og det har indfriet alle vores forventninger om, at produkterne har den rette temperatur og friskhed, når de kommer ud til vores

kunder. Madkassen er af miljøvenligt bølgepap, der kan genbruges. Den medfølgende madpose fyldes og lægges i kassen, der er foret med en termopose og nogle køleelementer, som holder produkternes kerntemperatur nede på max. 5 grader. Det er lige til at gå til, og så sparer vi lagerplads. For papkasserne bliver leveret flade, så vi kan stable dem. Det er også en klar fordel med papkasserne, at vi er fri for at skulle ud til kunderne for at hente dem igen, som man skal med flamingo kasser. Når papkassen er tømt, kan kunden let komme af med den i papcontaineren - eller måske vælge at genbruge den og de medfølgende køleelementer i anden sammenhæng. Så det miljømæssige er der også tænkt på her, fastslår Morten og Ulrik.

Ny pakkeløsning fra Antalis sparer lagerplads

Der blev gennemført en lang række tests, inden Antalis i foråret var klar til at lancere sit nye emballagekoncept "Madkassen" til sikker distribution af kølede fødevarer. Udgangspunktet er en kasse i bølgepap, som bliver leveret fladt, så den er lige til at stable på lageret. Den fylder 75 % mindre end de traditionelle flamingo kasser, som mange virksomheder benytter til kølede forsendelser af fødevarer. - Det samlede emballagekoncept, som også omfatter termoposer og køleelementer, giver nøjagtig samme høje fødevarer sikkerhed som flamingo kassen og sikrer, at kølekæden kan holde den rette temperatur fra forsendelsestidspunktet og minimum 24 timer frem. Da de foldbare papkasser fylder langt mindre på lageret, er der store besparelser at hente, lige som det også giver besparelser, når leverandøren er fri for at hente emballagen igen ude hos kunderne, siger Antalis' Scandinavian Packaging Director Jacob Ejlskov Andersen.



"Madkassen", der er af bølgepap, fylder ikke op på vores begrænsede lager, og den er let at håndtere, når vi pakker madvarerne, siger Ulrik og Morten.



Packaging Director Jacob Ejlskov Andersen fra Antalis fremhæver, at "Madkassen" er et ideelt alternativ til den traditionelle flamingo kasse, da den fylder langt mindre på lageret, og da leverandøren sparer at skulle ud til kunden igen for at hente kassen efter brug.



Energioptimeret varmebehandling af fødevarer

- hvad er på vej?

AF SENIORKONSULENT CHRISTIAN VESTERGAARD, TEKNOLOGISK INSTITUT.

I 1945 stod en militær ingeniør for tæt på sit radaranlæg og opdagede, at chokoladen i hans lomme smeltede. To år senere var den første 1,7 m høje og 300 kg tunge mikrobølgeovn opfundet. Herfra tog det adskillige årtier, før teknologien for alvor kom i brug, ikke kun i industrien, men også hos skeptiske husmødre. I dag ved vi alle, hvad mikrobølger kan og ikke kan. Og selv om mikrobølger ikke kom til at erstatte konventionel opvarmning, er de blevet et vigtigt supplement hertil.

Med denne analog i mente er det interessant at undersøge, om andre teknologier kan supplere eller erstatte konventionel varmebehandling, med henblik på at nedbringe kogetab samt tids- og energiforbrug. På DMRI har vi undersøgt flere alternative opvarmningsmetoder med henblik på at kunne varmebehandle fødevarer hurtigere og mere energieffektivt.



Kødpølse produceret ved RF kogning

Radiobølger

Radiofrekvent (RF) opvarmning minder om mikrobølgeopvarmning, men der anvendes en anden bølgelængde, der afsætter energien længere inde i produktet, og dermed kan større emner opvarmes ensartet. RF-teknikken anvendes især til optøning, og der findes kun en enkelt kommerciel producent af kontinuerlige anlæg til RF-varmebehandling af fødevarer. DMRI besøgte producenten i Holland for at undersøge anvendelsen på kødprodukter. Princippet i RF-kogning er, at man fylder pølsefars i den ene ende af anlægget, hvorefter farsen passerer et 2 meter langt rør, hvor den bliver kogt ved hjælp af radiobølger. Efter en holdetid på ca. 5 min. i 10 m rør kommer den ud i den anden ende som én lang "stang" af kogt pølse.

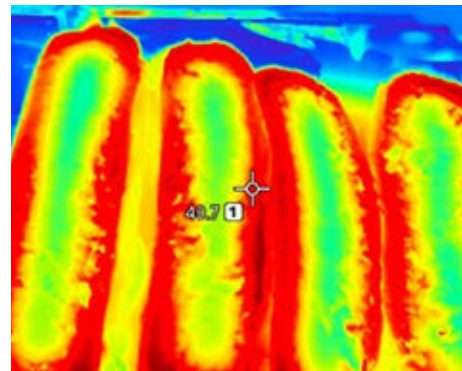
Vi fandt ud af, at RF-kogning til mikrobiologisk inaktivering kan opnås hurtigt (minutter), uden at produktet påvirkes negativt, - bedømt på kogesvind, udseende, smag og konsistens. Men udfordringen ved teknikken viste sig at være håndtering af store mængder varmt, uemballeret produkt. Ideelt set skal produktet køles hurtigt ned efter opvarmning for derefter at blive slicet og emballeret. I tillæg var der tendens til uens varmefordeling i det færdigkogte produkt, noget der må optimeres for at sikre produktsikkerheden.

Ser man isoleret på den proces, der handler om mængden af tilført energi per kogt kg produkt, er processen ganske attraktiv. Hvor et traditionelt kogeskab opvarmet med damp genereret på basis af olie eller gas har en virkningsgrad på ca. 40%, så har det eldrevne RF-koge-

udstyr en virkningsgrad på ca. 85%. Det skal dog nævnes, at de aktuelle danske energifgifter for henholdsvis el, olie og gas gør anvendelsen af RF-teknologi mindre fordelagtig set ud fra et energiøkonomisk perspektiv.

Mikrobølger

Mikrobølge (MW)-teknologien er velkendt og anvendes rutinemæssigt til mange fødevarer, men hidtil har det ikke været muligt at varmebehandle hele kødudskæringer fuldstændigt, da produktstrukturen tager skade heraf. Men kan der spares energi og tid, hvis blot den første del af opvarmningsforløbet sker ved brug af MW? Forsøg på DMRI viser, at der er noget at vinde ved at kombinere MW-forvarmning med traditionel kogning. Vi forvarmede sandwichskinke til forskellige kernetemperaturer og kogte dem færdig på traditionel vis i kogeskab.



Infrarødt billede af sandwichskinke forvarmet med mikrobølger. Tydeligt at det primært er de yderste lag, hvor varme afsættes.

Vi fandt ingen energibesparelse i dette forsøg, omend MW-opvarmning teoretisk er mere energieffektivt. Men der kunne opnås en tidsbesparelse i den samlede kogeprocess på op til 15%. De største besparelser blev opnået, når der blev anvendt mild (40°C) til moderat (55°C) MW-forvarmning. Forsøgene viste desuden, at forvarmning med MW ikke resulterede i ændringer i kvalitet, kogedubytte eller slicesvind.

Ohmsk opvarmning

Vi har vel alle set en sjov tegning af en pølse med en elektrisk ledning i hver ende, der derved koger. Det kan ikke anbefales at udføre eksperimentet hjemme, men princippet fungerer faktisk. Teknologien kaldes ohmsk opvarmning og er, inden for flydende levnedsmidler, veletableret i industriel skala. Mange af de frugtpuréer, dåsetomater, smøreoste og supper, vi køber, er varmebehandlet ved brug af strøm direkte i produktet. De helt store fordele er, at man, sammenlignet med konventionel varmebehandling, undgår uensartet varmebehandling, og at opvarmningen er ekstrem hurtig og energieffektiv.

Teknikken er lidt mere udfordrende, når det gælder varmebehandling af kødprodukter. Den

eksisterende teknologi er udviklet til flydende fødevarer, der kan pumpes i rør, og ikke alle kødprodukter passer til dette. Desuden er helmuskelprodukter inhomogene, pga. variationer i fedtmarmorering og muskelgruppernes egenskaber. Dette kan bevirke uensartet opvarmning.

Ikke desto mindre gennemførte DMRI og udstyrsproducenten Emmepiemme i Italien for ganske nylig de første succesfulde forsøg, hvor det lykkedes at varmebehandle pøsefars og sandwichskinke. Kvaliteten var overraskende god og ikke til at skelne fra konventionelt varmebehandlede produkter. Og det vel at mærke med en varmebehandlingstid på ca. 2-5 minutter for at opnå en kernetemperatur på 75°C (teknikken er uafhængig af produktdimensioner), med en energieffektivitet (virkningsgrad) på 98%.



Sandwichskinke kogt ved ohmsk opvarmning

Som forventet var resultaterne for hamburgerryg knap så succesfulde, da produktet ikke kunne varmebehandles tilfredsstillende ensartet.

Som i tilfældet med RF-teknologien er det, også her, vigtigt at finde en passende metode til emballering og nedkøling af de varme uemballerede produkter.

Fremtiden

Der er store muligheder i de nye metoder til varmebehandling af fødevarer. De er ubetinget mere energieffektive (læs grønne) og har, når de bliver anvendt på rette vis, potentialet til at kunne afkorte procestiderne markant – noget, der ville kunne øge kapaciteten og derved styrke indtjeningen i fødevarerbranchen. Nogle af teknikkerne er klar til brug og kan købes og implementeres, men det er varierende, hvor modne teknikkerne er til forskellige fødevarer, og nogle anvendelser kræver derfor yderligere udvikling og tilpasning. Samlet må det forventes, at mange af vore fødevarer i fremtiden vil være varmebehandlet skånsomt, hurtigt og energieffektivt med disse nye metoder.

Arbejdet er støttet af Styrelsen for Institutioner og Uddannelsesstøtte.

TEKNOLOGISK
INSTITUT
DMRI

Viden, der virker

WWW.DMRI.DK

FoodTech styrkes af international kongres om genbrug af vand



Når Foodtech løber af stablen 13.-15. november 2018 i MCH Messecenter Herning suppleres messen af den store internationale kongres 'IFC World Congress', der sætter fokus på genbrug af vand i fødevarerindustrien. Vand er efterhånden blevet en dyr råvare, både i indkøb og når man skal af med vandet som spildevand. Flere steder på kloden er der direkte mangel på rent drikkevand, så der er god grund til at spare på vandet for at sikre rent drikkevand til de kommende generationer. Fødevarerindustrien bruger store vandmængder, og derfor er både den danske og globale fødevarerindustri meget interesseret i at spare på vandet og genbruge deres proces- og spildevand.

Det er faktisk muligt at genbruge spildevand - og det er præcis, hvad der er fokus for den internationale kongres, der afholdes samtidig med FoodTech. Kongressen bærer navnet "IFC World Congress", og præsenterer den seneste viden og muligheder inden for bæredygtigt vandforbrug og genbrug af vand i fødevarerindustrien.

Spildevand kan renses og genbruges

Kongressens program opdateres løbende, og blandt andet kan det nævnes, at direktøren for Landbrug og Fødevarer, Karen Hækkerup, og formanden fra Carlsberg Group, Flemming Be-

senbacher, vil være at finde blandt hovedtalerne. En ekspertgruppe med særligt kendskab til vandrensning og genbrug af vand står bag udarbejdelsen af kongressen. En af dem er Søren Nøhr Bak, der er direktør i Grundfos BioBooster. Han fortæller: - Målet med kongressen er at give deltagerne indsigt i de tekniske og økonomiske muligheder for genbrug af vand, herunder hvordan man kan genbruge sit vand uden at gå på kompromis med fødevarerikkerheden. Ligeledes vil kongressen afsløre, hvor langt man er nået med hensyn til bæredygtig brug af vand i fødevarerindustrien. Hvad kan der gøres her og nu? Og hvilke udfordringer står vi over for?

Bæredygtig brug af vand

Et af medlemmerne af arbejdsgruppen bag kongressen er Jan Dalsgård Johannesen, der er Environment and Climate Manager hos Arla Foods. Han peger på en lang række områder, hvor teknologi kan hjælpe fødevarer virksomhederne med at opnå et mere bæredygtigt forbrug af vand. Jan Dalsgård Johannesen fortæller: - Der er konstant brug for ny viden og ny teknologi på vandområdet. Men samtidig er det også vigtigt at implementere de nye vandbehandlingsteknikker i produktionen så hurtigt som muligt. På den måde sikres det, at vi er føre-

nde på en bæredygtig udvikling på vandfronten.

Onsdag 14. november er der arrangeret en tur til Arla-mejeriet i Rødkærsbro. Her renses mejeriet onsite omkring 450 kubikmeter spildevand hver dag. Spildevandet renses så grundigt, at det rensede vand får drikkevandsstatus og pumpes tilbage til mejeriet og genbruges. Det betyder, at Arla sparer på vandressourcerne, og samtidig bliver produktionen af mozzarella langt mere bæredygtig.

Samarbejdspartnere - IFC World Congress

- Søren Balling Engelsen, professor, Københavns Universitet
- Finn Kjeldgaard, Distribution Manager, Alfa Laval Nordic, Food & Water
- Søren Nøhr Bak, Segment, Director, Grundfos BioBooster
- Jan Dalsgård Johannesen, Environment and Climate Manager, Arla Foods
- John Dørr Jensen, FoodTech, MCH Messecenter Herning
- DANVA (Dansk Vand- og Spildevandsforening)
- Lars Johannes Nielsen, International Food Contest (IFC)
- Mælkeritidende

Verdens bedste bøffer kommer fra Slagelse

Ved årets World Steak Challenge i London 4.-7. 2018 fik JN Meat International fornem anerkendelse som den bedste oksekødsproducent i verden. Omkring 200 steaks, fra oksekødspro-

ducenter i 22 lande, konkurrerede ved World Steak Challenge om at vinde prædikat som verdens bedste bøffer. En international ekspertjury og forbrugerjury lavede blindtests på hver enkelt bœf - på udseende, duft, farve, smag, saftighed og mørhed. I konkurrencen deltog der udover EU-lande også traditionelt store producentlande som bl.a USA, Australien, Brasilien og Japan.

John Nielsen, ejer og grundlægger af JN Meat International, som vandt med oksekød fra Finland af brandet Freygaard, var da også stolt og glad, og sagde efter konkurrencen: - Det er stort for os...rigtigt stort, det her. Da jeg grundlagde firmaet i 1980, havde jeg ikke ligefrem i tankerne, at jeg 38 år senere skulle stå her i London og modtage så mange

anerkendelser. Som en mellemstor dansk virksomhed er det selvsagt et kæmpe klapp på skulderen at få den internationale hæder, vi har fået. Prædikatet som værende verdens bedste steak producent vil betyde, at flere døre vil åbnes yderligere for os både nationalt og internationalt. Og ja... at verdens bedste bøffer kommer fra en mindre virksomhed i Slagelse, og ikke fra et megafirma i USA, Argentina eller Australien, vil vække genlyd i hele oksekødsbranchen, og selvfølgelig er jeg meget stolt og må knibe mig selv lidt i armen for at være sikker på, at jeg ikke drømmer. Men anerkendelsen forpligter også og må og vil ikke blive nogen sovepudder for JN MEAT. For kun ved fortsat hårdt arbejde og passion kan vi fortsætte med at tilbyde vores kunder verdens bedste oksekød.



JN Meats grundlægger og direktør John SASHI Nielsen (tv) med de synlige beviser på hæderen

Deltag på IFC - en af verdens største fødevaremesser

Tilmeld dine produkter på foodcontest.dk



MCH Messecenter Herning
13th – 15th November 2018

Læs mere på foodcontest.dk



FOODTECH
PROCESSING & PACKAGING | 13 - 15 NOVEMBER 2018



Fakta om Ost & ko

Ost & ko var den danske titel på et fælles europæisk samarbejde mellem mejeriforeningerne i Danmark, Frankrig, Storbritannien og Irland, der løb fra 2015 til november 2017. Formålet var at fremme ostekulturen gennem PR, markedsføring og events. Nu skydes kampagnen i gang igen – udelukkende finansieret af Mejeriforeningen, som fortsætter samarbejdet med små virksomheder, der har specialiseret sig inden for fødevarer kommunikation, med Marie Sainabou Jeng og Rasmus Holmgård i front.

Ost & ko skydes i gang - igen

Efter tre års massiv oste-massage og en egentlig afsluttet EU-ostekampagne, skyder Mejeriforeningen endnu engang Ost & ko-kampagnen i gang med et åbent og ærligt Ostesymposium. Det er igen et hold af specialister, der skal sprede kærligheden til ost, stimulere den danske ostekultur og bringe kreativitet og innovation til ostebrættet – IRL og digitalt.

Ostekampagnen Ost & ko blev kickstartet onsdag 6. juni med et stort anlagt Ostesymposium, der gav et ærligt kig ind i ostebranchens maskinrum og en åben og inspirerende samtale om ostekulturens største kreative triumfer og væsentligste udfordringer lige nu. For en af de største succeser bag Ost & ko-kampagnen har netop været at skabe debat og dialog med meningsdannere og oste-entusiaster, og kampagnen fortsætter i dette spor. - Der findes efterhånden ikke en madkommunikatør i Danmark, som ikke har været i dialog med Ost & ko-kampagnen, og det momentum bygger vi nu videre på. Vi vil fortsætte med at invitere indenfor og at kombinere eksisterende oste-traditioner og boblende kreative vækstlag med nye medier, målgrupper og måder. Kampagnen har de sidste tre år skabt en effektiv, troværdig og kreativ platform, som fx har givet os mulighed for at knytte positive bånd til yngre og nye målgrupper – og det skal vi nu oprethol-

de og bygge videre på, lyder det fra marketing manager i Mejeriforeningen Lars Witt Jensen.

Gamle mænd og hårdet

-Dansk mejeribrug – er det ikke sådan noget med gamle mænd og hårdet? lød en af fordommene, da Mejeriforeningen og EU satte gang i kampagnen Cheese Up Your Life tilbage i 2015. Tre år efter er dansk ost kommet forrest på spækbrættet, og der er skabt en spirende bevidsthed om en stolt dansk ostekultur. Tusindvis af danskere har snuset til dybden og bredden i dansk ost, meningsdannere har fået ny viden, fagfolk haft osthåndværk og dansk ostetradition på skoleskemaet, nye osteinretninger og gode oplevelser har fyldt traditionelle og sociale medier – og nu bliver der skruet op for kampagnen.

Et hold af specialister

Mejeriforeningen har igen valgt en lidt anden vej end den traditionelle bureauvej til at løfte opgaven i Danmark. - I stedet for at vælge et stort bureau har vi været glade for at sætte et hold af entusiastiske osteelskere, fagkyndige formidlere og dygtige kommunikatører, der under kampagnenavnet Ost & ko er lykkedes med at få dansk mejeribrug ud til en lang række ønskede målgrupper, som det ellers har væ-

ret vanskeligt at nå og ikke mindst fastholde. Og jeg synes især, at vi kan være stolte af at bygge vores kampagne på et sagligt indhold af høj kvalitet og dybde, der engagerer både internt og eksternt. Så sagt på godt jysk, har vi fået virkelig meget ud af investeringen – og derfor vælger vi også at fortsætte, siger Lars Witt.

Her går der ost i den i 2018

Ost & ko-kampagnen skal nu rulles ud, også selvom 2018 er halvvejs i gang. Det betyder, at der fra juni frem mod december vil være dansk osterigdom og laktisk nørderi ud over det sædvanlige på en lang række madfestivaler, på alle tilgængelige platforme og kanaler, gennem kurser, uddannelsesseminarer, symposier og debatfora, gennem dedikerede ostemagasiner og via osteinfo og -historie. - Vi stopper ikke, før osteengagerede danskere har lært at kende forskel på en samsø og en danbo, at rygeosten er mejeristernes Holger Danske, at en havarti bliver kønnere med årene, og at der ikke er nogen grund til at køre til Italien efter parmesan, når vi selv har vesterhavssost i baghaven. Der er så meget dansk ostekultur og -tradition, som vi kan være stolte af – og det har vi fortsat en opgave i at fortælle, slutter Lars Witt.

Kilde: Mejeri.dk

Slagtehusmøder i september

Sæt X i kalenderen

Indtil videre er dagsordenen følgende

- Økologi – markedet og mulighederne ved Økologisk Landsforening
- FVST's kontrolkampagne om rene slagtedyr
- Status for prøveudtagning
- Support og brug af eSmiley samt diverse orientering.
- Forslag til punkter er altid velkomne.

Producenter er inviteret med til de to første punkter. Lad det gå videre til jeres leverandører og andre interesserede.

Steder

Hobro, Nr. Onsild Slagtehus: 19/9 kl. 17:30 NB! Nyt sted!
Scandic, Kolding: 20/9 kl. 17:30
Roskilde, Slagteriskolen: 26/9 kl. 17:30

Tilmelding senest 8 dage før mødet til

Christina Krogsgaard Christensen, ckc@fvdanmark.dk, 5089 5500.
Faglig koordinering/forslag: Annette Roer Højgaard, arh@fvdanmark.dk, 5089 5503.

Kilde: DSM, SlagtehusNyt

KØLEBILER – PÅ DEN COOL MÅDE



Hos Nellemann tilbyder vi salg og rådgivning af din nye kølebil. Vi har gennem tiderne solgt og leveret alle typer og varianter af kølebiler og kan derfor være din aktive sparringspartner, når du skal investere i ny kølebil.



FIAT DUCATO 35 MAXI MJT 130 KØLE-/FRYSEVOGN

Bygget med Thermo-King V300 Max-10 køleanlæg.

Reg: 3/2015 Km: 25.000

Pris kr. 259.800,-

Finansiel leasing via Fiat finans:

Førstegangsbetaling: Kr. 55.000.-

Ydelse pr. måned: Kr. 2.995.-

Løbetid: 60 mdr.



FIAT DUCATO 35 MAXI MJT 130 KØLE-/FRYSEVOGN

Bygget med Thermo King V300 Max-10 køleanlæg.

Reg: 5/2016 Km: 48.000

Pris kr. 299.800,-

Finansiel leasing via Fiat finans:

Førstegangsbetaling: Kr. 63.000.-

Ydelse pr. måned: Kr. 3.495.-

Løbetid: 60 mdr.



FIAT DUCATO 35 MAXI MJT 130 KØLE-/FRYSEVOGN

Bygget med Thermo King V300 Max-10 køleanlæg.

Reg: 12/2015 Km: 30.000

Pris kr. 279.900,-

Finansiel leasing via Fiat finans:

Førstegangsbetaling: Kr. 60.000.-

Ydelse pr. måned: Kr. 3.249.-

Løbetid: 60 mdr.



FIAT DUCATO 35 MAXI MJT 130 KØLE-/FRYSEVOGN

Bygget med Thermo King V300 Max 50 (køl, frost, varme & natkøl).

Reg: 11/2015 Km: 63.000

Pris kr. 379.900,-

Finansiel leasing via Fiat finans:

Førstegangsbetaling: Kr. 78.000.-

Ydelse pr. måned: Kr. 3.945.-

Løbetid: 60 mdr.



FIAT DUCATO 35 MAXI MJT 130 KØLE-/FRYSEVOGN

Bygget med Webasto 2-zone køleanlæg fra Jydsk Auto Aircondition.

Reg: 12/2016 Km: 1.000

Pris kr. 359.800,-

Finansiel leasing via Fiat finans:

Førstegangsbetaling: Kr. 73.000.-

Ydelse pr. måned: Kr. 4.145.-

Løbetid: 60 mdr.



FIAT SCUDO MJT 130 COMFORT L2H1 KØLEVOGN

Bygget med Thermo King V300 Max-10 køleanlæg. (Køl og Frost).

Reg: 7/2015 Km: 20.000

Pris kr. 189.900,-

Finansiel leasing via Fiat finans:

Førstegangsbetaling: Kr. 45.000.-

Ydelse pr. måned: Kr. 1.995.-

Løbetid: 60 mdr.

Alle priser inkl. ny-serviceret køleanlæg, men excl. leveringsomkostninger og moms.

etableret år 1900
nellemann

Nellemann Fleet Erhverv

www.fiat.nellemann.dk



Erhvervsrådgivningschef

Henrik D. Hedensted

Mobil: 60 91 53 25

Mail: hdh@nellemann.dk



MIDT-VEST Slagtermesterforening konkurrerede på gokartbanen

AF SLAGTERMESTER BO BERTHELSEN
FORMAND FOR MIDT-VEST
SLAGTERMESTERFORENING

Oven på en velbesøgt Foodexpo messe i Herning i marts med forskellige konkurrencer af fødevarer var der mange fra MIDT-VEST Slagtermesterforening med blandede følelser. Flere steder så det ud, som om man udråbte sig som vinder af samme konkurrence og bragte billeder og pressemeddelelser, som andre kollegaer også sendte ud. Alle er stolte over at sende produkter afsted til fagbedømmelse og konkurrence i tiltro til, at netop deres produkt er det ypperste. Produktet skal dog lige passere igennem et smagsdommer-panel. Øjnene, der

ser, og munden, der smager, er dem, som bestemmer. Derfor tog MIDT-VEST en beslutning om en konkurrence, hvor der ikke kunne være tvivl om, hvem der var vinderen.

Butikkerne tilmeldte sig med forskellige teams, og evt. "overskydende køreere" lavede teams på tværs af butikkerne. Konkurrencen var ganske enkel: Hvilket team kunne køre flest omgange på én time i gokart på Ikast gokartbane?

Løbsleder, slagtermester Bjarne Lausen, styrede slagets gang, og efter grundig instruktion

satte han løbet i gang. Da timen var gået, kunne Nordkap slagteren, Holstebro lade sig hylde og få sit navn indgraveret i den sølvskinnende flækøkse, som var indkøbt til lejligheden.

-Tillykke til Søren Pold og hans team! Tusind tak for opbakningen til de 65 deltagere. Jeg tror der kommer mange flere næste år. Tak til Solina, Unilever og Flensted, for uden mad og drikke duer helten ikke.

Formildet SamMark

Advokat Hans Sønderby var klar til at trække ministeriet i retten for et såkaldt udokumenteret postulat. Miljø- og fødevareministeriet blødte dog hurtigt op i sagen om påstanden om, at 1000 dyretransporter skulle have overtrådt reglerne. Ministeriet ændrede ordlyden til at være, at Fødevarestyrelsen vurderer, at der kan være tale om overtrædelser i 1000 sager. Der er altså ikke længere tale om en konstatering.



Advokat Hans Sønderby

Baggrunden var, at ministeren den 12. juni 2018 blev orienteret om, at Fødevarestyrelsen har undladt at sanktionere i ca. 1000 sager, hvor styrelsen efter gennemgang af returlogbøger har vurderet, at reglerne i transportforordningen har været overtrådt i forbindelse med transporten. Ifølge Sammarks skrivelse er det langt fra alle uregelmæssigheder i logbøgerne, der udgør strafbare overtrædelser. For eksempel kan længere transporttid skyldes forsinkelser på grund af trafikuheld eller rene papirfejl.

De frie husdyromsætters interesseorganisation, SamMark, truede herefter gennem organisationens advokat, Hans Sønderby Christensen, med at hive Miljø- og Fødevareministeriet i retten. SamMark så det som en æreskrænkelser, hvor parterne ikke var blevet hørt og ønskede, at ministeriet trak pressemeddelelsen tilbage, da der ikke er bevis for, at 1000 dyretransporter har overtrådt reglerne. Det er ikke sket.

Miljø- og Fødevareminister Jakob Ellemann-Jensen har dog gjort det klart, at han

ikke ønsker at hænge branchen ud, og det formilder SamMark en smule. - SamMark har efter Jakob Ellemann-Jensens udtalelse til DR, TV-avisen den 14. juni med stor tilfredshed modtaget ministerens ord om, at han ikke har ønske om at hænge branchen ud, men at han vil sikre dyrevelfærden, lød det i en pressemeddelelse fra SamMark.

- Vi har en forventning om, at Fødevarestyrelsen følger procedurene og gennemfører partshøring i de omtalte sager. Herefter kan såvel Ministeren som SamMark forholde sig til fakta på et oplyst grundlag, og branchen kan få syn for, at ministeren ikke ønsker at hænge os ud, skriver formand for SamMark Lisbet Hommelhoff i en pressemeddelelse.

Kilde: Maskinbladet; Landbrugsavisen, DR.dk

Sammarks medlemmer eksporterede sidste år 14,5 millioner levende dyr. Hovedparten af dem grise.



Gråsten Berberie Gourmet And

- en bid bedre!

"Så absolut Danmarks bedste Juleand!"

**SKAL
BESTILLES
NU!**

FAKTA:

- 1 mio. m2 land og skov
- Frilands opdræt
- Ingen dyretransport
- Slagtet på gården
- Tørslagtet
- Luftkølet
- Ingen næb-klipning
- Ingen klo-klipning
- Ingen Foie Gras opdræt
- Mere reelt kød

KÅRET SOM:

"Danmarks Bedste Juleand 2017"

Jyllands-Posten
★★★★★

TOP PLACERING:

Dyrenes Beskyttelse
Andeguide 2016

★★★★★

SALGSMATERIALE:

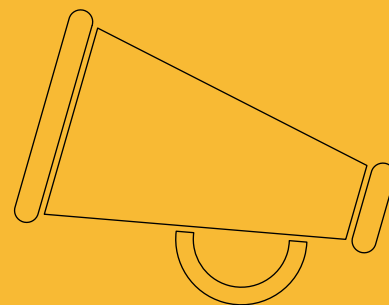
Videofilm, plakater, skilte
og opskrifthæfter



Mere velfærd • Mere kvalitet • Mere smag

Gråsten Fjerkræ Tlf. 74 65 90 71

Vidste du at ...



To 21-årige omdanner bageri til slagterbutik

Læsø Slagteren, som butikken i Byrum på Læsø hedder, har fået en god start. Det er med Læsø i hjertet, at de to nyuddannede slagtere Palle Strøm og Anders Klitgaard Svendsen nu står bag disken i egen slagterbutik i Byrum på Læsø. De er begge 21 år. De har fulgtes ad på livets vej siden børnehaveklassen, og i januar blev de begge færdiguddannede som slagtere. Derfor var det næste skridt på deres karrierevej enkelt for dem at vælge. Palle Strøm og Anders Klitgaard Svendsen, der begge er født og opvokset på Læsø, ville hjem til øen og skabe noget. - Jeg tror ikke, at vi ville have startet en slagterbutik andre steder end på Læsø, siger Palle Strøm til TV2 Nord. Sammen med Anders Klitgaard Svendsen slog han til, da de fik mulighed for at leje det gamle bageri i Byrum og indrette det til slagterforretning. - Det betyder alt for mig, at det er på Læsø, siger Anders Klitgaard Svendsen.

De investerede 600.000 kroner i maskiner, og foråret er blevet brugt på at indrette butikken i Byrum. Måske et lidt risikabelt valg for et fag, hvor der bliver stadig længere mellem de fysiske butikker, men makkerparret er optimister. - Vi er unge, så vi kan vel betale gælden af, hvis det ikke går, siger Anders Klitgaard Svendsen til TV2 Nord. Læsø Slagteren, som butikken i Byrum hedder, har fået en god start. Både de lokale og ikke mindst turisterne finder vej til slagterbutikken. - Vi er her for øens skyld og for at gøre noget for Læsø. Vi vil gerne udvikle vores egne produkter med råvarer fra Læsø. Vi vil eksempelvis gerne bruge tang, siger Anders Klitgaard Svendsen.

Kilde: Kanal Frederikshavn

Danskernes favorit-ost er laktosefri

Folk med laktoseintolerance kan roligt sætte tænderne i et par skiver klassisk, gul skæreost. Laktosen bliver nemlig nedbrudt under ostens modning. Mælk indeholder fra naturens side laktose (mælkesukker), hvilket kan give mennesker med laktoseintolerance mavegener. Man behøver dog ikke undgå alle mejeriprodukter, selv om man lider af laktoseintolerance – fx kan man uden problemer spise almin-

delige skæreoste. Nye analyser dokumenterer nemlig, at gule skæreoste som fx Danbo indeholder så lidt laktose, at det ikke giver gener. På den baggrund har Fødevarestyrelsen nu givet mejerierne lov til at skrive på emballagen, at gule skæreoste er laktosefri.

Dermed bliver det muligt at mindske forvirringen blandt laktoseintolerante om, hvad de kan spise. - Mange laktoseintolerante har bevidst undgået alle typer af mejeriprodukter, for at minimere indtaget af laktose. Lagret ost indeholder ikke laktose, fordi laktosen nedbrydes under lagringen, og det er rigtig positivt, at vi nu må give den information til forbrugerne direkte på produktet. Jeg er helt sikker på, at mange forbrugere bliver glade for at høre, at de sagtens kan spise ost, siger ernæringschef for mejeri i Landbrug & Fødevarer, Merete Myrup. Fødevarestyrelsens anerkendelse af de gule skæreoste som "laktosefri" kommer, efter at mejeribranchen sidste år ansøgte om kunne kalde Danbo-osten "naturlig laktosefri". Der blev i den forbindelse foretaget flere analyser hos både Eurofins Steins Laboratorium og DTU, og de viste samstemmende, at laktoseindholdet i gule skæreoste – herunder Danbo-oste – er mindre end 0,01 g pr. 100 g.

Kilde: Mejeri.dk

Bagerkæde lukker butikker efter fejlslagen satsning

Butikker uden for København viste sig at blive en dyr fornøjelse for Lauras Bakery, der i regnskabet for 2016 forvandlede et lille plus til et dundrende underskud. Men allerede nu er bagerkæden godt oppe på hesten igen. Salget af kædens tre butikker uden for København og indførelsen af økologiske råvarer har nemlig medvirket til et overskud på godt 129.000 kroner for 2017. Det skriver Fødevarewatch. - Vi var i minus i 2016, fordi vi havde valgt at åbne butikker uden for København, og dette viste sig at være en forkert strategi-mæssig disposition, skriver direktør i Lauras Bakery, Ole Sune Ebbe Karpf, i en mail til nyhedssiden.

- Denne strategi er nu ændret på flere områder, og vi forventer en videre positiv fremgang, fortsætter han.

Lauras Bakery ser nu efter to eller tre nye københavnske lokationer til at supplere de to tilbageværende butikker i kæden.

Kilde: Detailfolk

Kødbranchens Fællesråd bliver færre

Ud af fire kreaturslagterier i landet er snart kun to medlemmer af brancheorganisationen. Landets mindste kan ikke se formålet med at sidde alene med Danish Crown. Brancheorganisationen for oksekød, Kødbranchens Fællesråd, mister opbakning fra de tilbageværende kreaturslagterier. Af de fire tilbageværende herhjemme er snart kun to medlemmer. Mogens Nielsen Kreaturslagteri A/S er nemlig på vej til at forlade brancheorganisationen, fortæller ejer Carsten Nielsen. - Vi er fire tilbage herhjemme. Himmerlandskød har meldt sig ud af Kødbranchens Fællesråd, og Skare er aldrig med på møderne. Så sidder jeg der med Danish Crown. Det er jo David og Goliat, siger han med henvisning til, at omsætningen hos Mogens Nielsen Kreaturslagteri skal tælles i millioner mod Danish Crowns mange milliarder.

Kilde: Landbrugsavisen

Lagkagehuset overtager 33 år gammel bagerkæde

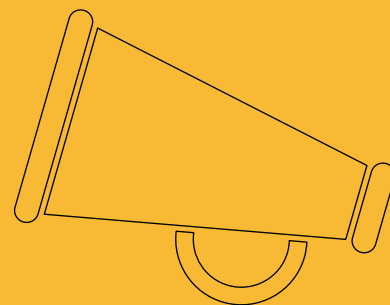
Danmarks største bagerkæde bliver seks butikker større, når den i løbet af efteråret overtager den jyske bagerkæde Langenæs Bageriet. Målet er blandt andet at styrke tilstedeværelsen i Østjylland. - På den ene side er det lidt vemodigt, lyder det fra direktøren i Langenæs Bageriet.

Kilde: FødevareWatch

Madkulturen: Fremtiden i fødevarebranchen starter i folkeskolen

Hvis flere unge skal vælge en fremtid i fødevareerhvervet, må branchen blive mere synlig som et meningsgivende karrierevalg. Det starter allerede i folkeskolen, hvor dannelse, virksomhedsbesøg og nytænkning af de fysiske rammer omkring madundervisning skal få flere til at vælge en fødevareuddannelse, skriver Judith Kyst fra Madkulturen. Allerede i Madkulturens undersøgelse af fødevarebranchens fremtidige kompetencebehov fra 2016 kunne vi identificere to spirende behov: - Branchen

Vidste du at ...



skal blive bedre til at synliggøre det væld af uddannelses- og erhvervsmæssige muligheder, den byder på. Og så skal den gøre sig mere attraktiv ved at fremhæve, at de muligheder rummer værdisæt og kompetencebehov, som de unge kan spejle sig i: Bæredygtige løsninger, spændende teknologi, kreativ tænkning og innovative forretningsmodeller.

Som med så meget andet skal vi starte i folkeskolen, da de fleste unge allerede begynder at tage stilling til deres fremtidige karriere i 7. klasse. I Madkulturen har vi i forvejen et stærkt fokus på at få skabt interesse for madhåndværk, råvarer og for måltidet i såvel madkundskab, gennem åben skole-forløb og tværfaglige projektuger. Det gør vi med det formål at give den næste generation af forbrugere al-

men dannelse, kundskab og kendskab til eget forbrug, men samtidig er det også en mulighed for at få skabt interesse for en fremtid i fødevareerhvervet. Derfor imødeser vi med stor begejstring den netop vedtagne politiske aftale om at gøre de praktisk-musiske fag til prøvefag i udkolingen.

Tulip køber hollandsk baconspecialist

Med købet af Baconspecialist Zandbergen i hollandske Haarlem skruer Danish Crown og datterselskabet Tulip Food Company gevaldigt op for baconforretningen. Bacon har været en stor del af Tulips DNA siden 1912, og nu skrues der yderligere op, eftersom virksomheden har købt den hollandske Baconspecialist Zandbergen. - Tulip Food Company har som

en klar målsætning i 4WD-strategien at udvikle baconforretningen, og med opkøbet af Baconspecialist Zandbergen intensiverer vi indsatsen. Baconspecialist Zandbergen er en 100 procent dedikeret bacon-producent, som gennem en årrække har været inde i en meget positiv udvikling med en flot organisk vækst, som vi ønsker at videreudvikle, siger group CEO i Danish Crown Jais Valeur i en pressemeddelelse. Baconspecialist Zandbergen er stiftet i 1984, og både produktionsfaciliteter og administration er placeret i Amsterdam-forstaden Haarlem. Virksomheden er i gang med en større udvidelse, som øger kapaciteten yderligere og ruster produktionen til at imødekomme fremtidens kundeønsker endnu bedre.

Kilde: Foodsupply



FJERKRÆ | MELBYVEJ 34, ALLÉGÅRDEN, 5471 SØNDERØ

Allégårdens®

Stort fjerkræslageri, pølsemageri, kyllingestalde og butikken med Allégårdens®s gode produkter.

Kontantpris/udb.	7.700.000/385.000
Brutto/netto ekskl. ejerudg.	34.613/28.883
Ejerudgift pr. md.	2.062
Bolig/kl.d.	290/190
Grund m ²	65.470
Opført	1900
Sag.	3007
Stuer/vær.	3/4
Energi	F



- ejendomshandel på Fyn!
BIRTHE PEDERSEN
Ejendomsmægler & valuer, MDE

KONTAKT OS
Damsbovej 11 · 5492 Vissenbjerg
6262 5225
birthep@birthep.dk
www.birthep.dk



Ny administrerende direktør tiltrådt i Atria Danmark



Pålægsproducenten, Atria Danmark, fik ny direktør 1. juni. Valget faldt på Svend Schou Borch, som vil trække på sin mangeårige erfaring inden for fødevarerindustrien. Han skal således have ansvaret for 3-Stjernet og Aalbæk Specialiteter og de i alt 160 medarbejdere. Svend Schou Borch kommer fra en tilsvarende stilling som direktør i HK-Scan Danmark. Han har tidligere haft ledende stillinger i Tican Fresh Meat, Tican Foods, Carlsberg og Michelin.

Svend kommer til at rapportere til Tomas Back, Executive Vice President for Atria Denmark, som glæder sig over den nye ansættelse: - Vi er meget glade for, at Atria Danmark får en stor og fagligt stærk kapacitet som ny direktør. Svend Schou Borch vil med sin dybe og brede erfaring fra branchen være i stand til at udvikle virksomheden i en spændende retning.

Atria Danmark startede som 3-Stjernet i 1950 og er blandt Danmarks største producenter af pålæg. Den økologiske pålægsproducent Aalbæk Specialiteter blev en del af sortimentet i 2015, da Atria Danmark opkøbte virksomheden. I dag har Atria Danmark 160 ansatte på tre fabrikker, en i Farre og to i Horsens. Netop i Horsens kommer Svend Schou Borch til at få din daglige gang.

Kilde: Pressemeldelse

FPR Forsikringsmægler A/S bliver en del af mæglervirksomheden Söderberg & Partners

Söderberg & Partnere har købt 30 procent af aktierne i FPR, som på denne måde nu er en del af Danmarks 2. største mæglervirksomhed Söderberg-koncernen. - Vi har valgt at gå sammen med Söderberg & Partners, fordi vi har fælles visioner og tanker om fremtidens mæglermarked. Vi sikrer ved samarbejdet at kunne udnytte de synergier, der er ved en større organisation, og muligheden for, at vores ideer og koncepter kan formidles over landegrænserne, udtaler Finn Enkebølle, direktør i FPR Forsikringsmægler. FPR Forsikringsmægler har til huse i Tåstrup og Haderslev og har 23 medarbejdere, som alle har mange års erfaring fra branchen.

Kilde: Pressemeldelse

Farvel til kendt cateringpioner

Den nu fratrådte formand for Euro Cater, Leon Sørensen, har haft en central rolle i udviklingen af Danmarks største foodservicegrossist. Starten på Dansk Cater går helt tilbage til 1958, da selskabet Jysk Cater Holding blev etableret. Euro Cater, der ejer landets største foodservicegrossist Dansk Cater, har i foråret sagt farvel til Leon Sørensen, der har haft en central rolle i udviklingen af selskabet til den stærke position, det har i dag.

Kilde: DHB.dk

Nyansættelser i DSM



Kasper Duelund er ansat som marketingkonsulent i DSM. Kasper er udlært kok og slagter og har arbejdet mange år i Coop, bl.a. Kvikly Vejle, Veri Centeret og SuperBrugsen Vesterbro Torv i Aarhus, som slagtermester. Kasper er udlært i mad med mere, Hinnerup i 2004.

Magnus Aaen er ansat som marketingkonsulent i DSM. Magnus

er udlært kok og har bl.a. arbejdet på Fredensborg Store Kro under kokken Erik Vildgaard. Endvidere har Magnus arbejdet sammen med Thomas Hermann omkring nogle projekter. Senest har Magnus arbejdet hos Casper Sobczyk på Marienlyst Strandhotel i Helsingør.

Fælles for dem begge er, at de skal arbejde i mesterslagteren og begge har en stor passion og brænder for håndværket. Kasper kommer til at arbejde med medlemmer i Jylland og Magnus kommer til at arbejde med medlemmer på Fyn og Sjælland og omliggende øer.



Karsten Kildegaard på pension

Registreret revisor Jesper Risom fra Dansk Revision, Slagelse har overtaget Karsten Kildegaards kunder gældende fra 1. juli 2018, da Karsten Kildegaard har valgt at gå på pension.

Nye slagtersvende fra Uddannelsescenter Holstebro

Et hold nye gourmetslagtere har bestået deres svendep prøve på Uddannelsescenter Holstebro med sølv- og bronzemedaljer og ros til holdet.

Fra venstre: Diana Lüdixen Kristiansen, Uddannelsescenter Holstebro - bestået med ROS, Inge Foged Sørensen, Uddannelsescenter Holstebro - bestået, Frederik Holm Petersen, Landslagteren i Faaborg - bestået med ROS, Rasmus Thomsen, Bilka Herning - bestået, Morten Serup Christensen, Aarhus Universitetshospital - bestået med SØLV, Ivik Petersen, Brugsen Quaartog - bestået, Søren Dølby Hvidtved Pedersen, Lønbjerg Struer - bestået, Lea Søndergaard Berger, Øster Jølby Brugsforening - bestået med BRONZE, Marc Hornshøj Kristensen, Super Brugsen Bjerringbro - bestået, Daniel Christen Jensen, Gedsted Slagteren - bestået.

Kilde: Dagbladet Holstebro



Messe-oversigt

Fachpack, Nürnberg

25. - 27. september, 2018
Emballage og etiketteringsmesse
www.fachpack.de

Sial, Paris

21. - 25. oktober 2018
International fødevaremesse
www.sialparis.com

Scanpack, Göteborg

23. - 26. oktober 2018
Skandinavisk emballagemesse
www.scanpack.se

Foodtech, Herning

13. - 15. november 2018
Maskiner i fødevarebranchen
www.foodtech.dk

International FOOD Contest 2018

13. - 15. november 2018
Sammen med Foodtech-messen
www.foodcontest.dk

Nordic Organic Food Fair

14. - 15. november 2018
Malmø-messen, Sverige
www.nordicorganicexpo.com

Madværkstedet, København

26. - 27. marts 2019
www.madværkstedet.dk

IFFA, Frankfurt am Main

5. - 9. maj 2019
International messe
for kødindustrien
www.iffa.com

Foodexpo, Herning

21. - 24. marts 2020
Fødevaremesse – foodservice, detail
og maskiner
www.foodexpo.dk

Anuga FoodTec

23. - 26. marts 2021
Fødevareteknologimesse i Köln
www.anugafoodtec.com

Butiksindretning

bago-line

Totalindretninger

Køl & frost
Importør af Smeva disksystem
Butiksinventar
Belysning

bago-line
+45 6261 6666

Jens Jensen
+45 5133 9434

mail@bago-line.dk
www.bago-line.dk

Kontakt os

Emballage

NÅR DER SKAL HANDLES FORBRUGSVARER

Fødevareemballage

Engangsservice

Vakuumposer

Køkkenudstyr

Rengøringsmidler

Aftøringspapir

Fastfoodemballage

Logovarer

Alubakker

Poser & sække



MultiLine

www.multiline.dk
7010 7700

Annoncer til fødevaremagasinet

Tlf. 51 50 67 17
bi-press@mail.dk



Traysealere
Dybtrækningsmaskiner



Vakuumposer
Krympeposer

Folier

Trays



www.multivac.dk
mudk@multivac.dk
Tlf. 7585 3422

Grossister



Hele Danmarks Foodservice

AB Catering Aalborg
Kystvejen 80, 9400 Nr. Sundby
Tlf. 96 32 41 00

AB Catering Aarhus
Beta 1, 8382 Hinnerup
Tlf. 72 224 224

AB Catering Holstebro
Nybo Høje 5, 7500 Holstebro
Tlf. 97 42 52 00

AB Catering Ribe
Ole Rømers Vej 6, 6760 Ribe
Tlf. 75 42 18 33

AB Catering Sjælland/KBH
Park Allé 362, 2605 Brøndby
Tlf. 72 302 402

Opdag vores store sortiment og læs
mere om, hvordan AB Catering kan
bidrage til din vækst på

abcatering.dk

leverandørliste



Din landsdækkende grossist

BC Catering Aalborg
Jellingvej 24, 9230 Svenstrup
Tlf. 98 38 01 33

BC Catering Herning
Hedelandsvej 18, 7400 Herning
Tlf. 97 22 14 33

BC Catering Skanderborg
Niels Bohrs Vej 20,
8660 Skanderborg
Tlf. 89 93 87 93

BC Catering Kolding
Kokbjerg 28, 6000 Kolding
Tlf. 76 32 18 00

BC Catering Odense
Blækhattens 10, 5220 Odense SØ
Tlf. 63 15 88 55

**BC Catering
Roskilde & Bornholm**
Langebjerg 17, 4000 Roskilde
Tlf. 46 77 35 00

Se mere om BC Catering og
besøg vores store webshop på
www.bccatering.dk



Annoncer til fødevaremagasinet

Tlf. 51 50 67 17
bi-press@mail.dk

Knive/Sliberier

- **KNIVE:** "Professional Line"
- **SEYDELMANN:** Hurtighakkere og hakkere
- **KNECHT:** Hurtighakkerknive og slibemaskiner
- **REA:** Vogne/Reoler - plast
- **TITANIUM:** Gryder/Pander
- **PYNTEPLANKER:** I eg/nødde træ

PL-agentur

Vyffsvej 18 · 6000 Kolding
Tlf. 75 56 77 00 · Fax 75 56 77 30
Bil 40 27 75 18
pl@pl-agentur · www.pl-agentur.dk

Krydderier



SOLINA
DESIGNING SUCCESS STORIES TOGETHER

MARINADER | KRYDDERIER
HJÆLPSTOFFER | SPECIAL BLANDINGER
NATUR- & KUNSTTARME | EMBALLAGE

BESTIL DINE VARER ONLINE PÅ
SOLINA-RETAIL.DK
TLF. 8629 1100



TARME, KRYDDERIER & MASKINER

- Kunsttarmer og Net
- Kunsttarmer med eget tryk
- Naturtarmer
- Krydderier og Marinader
- Tilsætningsstoffer
- Vacuumposer
- Knive og Håndværktøj
- Nye Maskiner og Røganlæg
- Brugte maskiner

Nr. Hostrupvej 22 · 6230 Rødovre
Tlf: 74 69 43 30 · Fax: 74 69 46 99
www.takryma.dk
takryma@takryma.dk

Annoncer

Tlf. 51 50 67 17
bi-press@mail.dk




Indasia
... for smagens skyld

KRYDDERIER & MARINADER
FÆRDIGBLANDINGER
NATUR- OG KUNSTTARME
EMBALLAGER

INDASIA A/S
Tlf. +45 86 42 96 66 · www.indasia.dk

Annoncer til fødevareremagasin

Tlf. 51 50 67 17
bi-press@mail.dk



Kunsttarmer

Charles Christiansen aps
Nr. Hostrupvej 22
6230 Rødovre

Alt i kunsttarmer, med
og uden tryk.
Også i små mængder.

Ring til Susanne for
nærmere oplysninger
og priser.

Tlf. 38 19 36 33
Mobil. 40 17 92 34

E-mail:
susanne@charleschristiansen.dk

Annoncer

Tlf. 51 50 67 17
bi-press@mail.dk

Kød engros

Kødkvalitet i alle led



TLF: 98 57 44 01
www.kildegarden.com

**SVENDBORG
SLAGTEHUS**

TLF: 62 21 32 78
FAX: 62 22 32 78



DanePork

www.danepork.dk

Tørskindsvej 19
St. Lihme · 7183 Randbøl
Tlf. 75 88 38 66 · Fax 75 88 39 20
info@danepork.dk

Maskiner

ingvald TM

Vor viden
- din fordel!

 www.ingvald.dk

TLF. 66 11 82 11

MASKINER TIL
KØDBRANCHEN SIDEN 1938

FÅ EN HOLDBAR PAKKELØSNING!

- TRAYSEALERE
- VAKUUMPOSER
- SOUS VIDE Udstyr
- DYBTÆKSMASKINER
- KRYMPEPAKKEMASKINER



pmpack.dk · tlf. 7560 2000

PM pack

Satellitvej 7 · 8700 Horsens · mail@pmpack.dk

handtmann
VF608

Clipsemaskiner
Røgeovne



SALG & SERVICE:

ct A/S Conserves-Teknik
Vibevej 6 · 5540 Ullerslev
Telefon 65 35 30 31
ct@conserves-teknik.dk

Specialister i maskiner til fødevarerindustrien!

 **MULTIVAC**

Kammermaskiner
Bordmodeller



Dobbeltkammermodeller
Seydelmann lynhakkere



RISCO vakuumfyldere
TIPPER TIE clipsemaskiner



www.multivac.dk
mudk@multivac.dk
Tlf. 7585 3422

SCANPACKAGING

Fra idé til virkelighed



...din pakkeløsning!

scanpackaging.dk
TLF. 76 90 50 60

Mejerivarer

Jernved mejeri



v/ Laila & Ole Jørn Frederiksen
Jernvedvej 242, 6771 Gredstedbro

Oste produceret af jysk mælk

Danbo med og u. kommen 10+, 30+, og 45+
Maribo og Svenbo 45+ (Dansk Emmmental)
Brie 60+
Produktion af økologiske oste
Gammeldags smør, både saltet og usaltet

Kontakt os, og vi kan henvise til nærmeste grossist

Tlf. 7543 5311 - www.jernvedmejeri.dk

OSTEMESTEREN



OSTESPECIALITETER FRA OSTEHANDLERENS GROSSIST-LAGER

Ulvehavevej 44 · 7100 Vejle

75 65 26 46

fax. 75 65 26 47 · email: om.olsted@mail.dk

Annoncer til fødevarer magasinet



Tlf. 51 50 67 17
bi-press@mail.dk

Røgsmuld

1. KL. RØGESMULD FREMSTILLET AF REN BØG

- ✓ Varmebehandlet
- ✓ Lavt bakterieindhold
- ✓ Totalt støvrenset
- ✓ Uden lim og kemikalier
- ✓ Miljøvenligt
- ✓ Levering fra dag til dag
- ✓ Endvidere forhandles forskellige flis typer



Dansk Træmel

Gl. Lifstrupvej 3
Forum · 6715 Esbjerg N
Tlf. 75 16 80 37 · Fax 75 16 82 55

På Sjælland henvises til:
Takryma v/ Jørgen Olsen
Tlf. 57 61 21 43 · Mob. 20 45 43 13

På Fyn henvises til:
Steffen Olsen efft. Tlf. 65 95 50 84

Annoncer



Tlf. 51 50 67 17
bi-press@mail.dk

Rådgivning

PROFESSIONEL LØNADMINISTRATION EFTER OVERENSKOMSTEN



PROLØN
vi bliver glade, når du ringer

87 10 19 30 * PROLOEN.DK

Danske Slagtermestre

Poppelvej 83 · 5230 Odense M
Telefon 66 12 87 30

mesterslagteren
mad med mere

Direktør Torsten Buhl
Telefon 21 27 41 50

Formand Leif Wilson Laustsen
Telefon 23 25 14 06

Marketingchef Ulrik Olesen
Telefon 21 45 53 35

FødevarerDanmark

Poppelvej 83 · 5230 Odense M
Tlf. 63 73 00 00
info@foedevaredanmark.dk

Markedschef
Mads Illum Hansen
Dir. tlf.: 24 42 11 71
mih@fvdanmark.dk

foedevaredanmark.dk
foedeverer.dk

Dansk Revision

DANSK REVISION SLAGELSE

Regnskab og rådgivning til fødevarerbranchen

Kontakt
Jesper Risom
Tlf.: 58 58 18 00 · Mobil: 21 68 33 61
Slagelse@danrevision.dk
www.danrevision.dk

FPR

FPR Forsikringsmægler A/S
forsikrer
Danske Slagtermestre.

70 20 29 29
www.fpr.dk

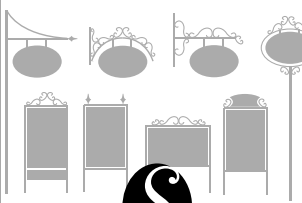
FØDEVARE KONSULENTEN

Tlf. 21 26 85 44
info@foedevarekonsulenten.dk
www.foedevarekonsulenten.dk

Rådgivning Risikoanalyse kvalitetsarbejde

Skilte og Reklame

SMEDEJERNSSKILTE



SURROW
SMEDEJERN · SKILTE · INVENTAR
TELEFON 65 46 66 · WWW.SURROW.DK

Vægte

Scanvægt

- Vægte
- Pakkemaskiner
- Prismærkningsanlæg
- Softwareprogrammer
- Etiketter
- Indvejningsvægte
- Kontanthånderingsanlæg
- Verifikation og service

Scanvægt Nordic A/S
Stærmosegårdsvej 2 · 5230 Odense M
Tlf. 65916000 – Fax 65916100
info@scanvaegt.dk - www.scanvaegt.dk

Annoncer



Tlf. 51 50 67 17
bi-press@mail.dk

Vi præsenterer:

Nye, smarte butiksvægte

Digi SM-5500 PC-vægt

SM-5500 Alpha er den nye generation af PC-vægte, der gør det lettere at ekspedere kunden og samtidig skabe mersalg.

- Stort 12,1" kundedisplay til flotte reklamer
- Brugervenlig, visuel betjening
- Linerless etiket-print
- Smart kø-system skaber mersalg
- Hurtigere ekspedition

Digi SM-5100 Butiksvægt

SM-5100 er en brugervenlig, kompakt butiksvægt, der vejer og printer etiket og bon, så kunderne kan ekspederes i en fart.

- Brugervenlig, hurtig betjening
- Prisstærk veje/print-løsning
- Stort, justerbart display
- Nemt etikerulleskift
- Kompakt design

Digi DS-781 og Digi DS-782 Butiksvægt

DS-781 og DS-782 er kompakte pris-udregningsvægte til brug i både butik og salgsvogn.

- Ultra-let, flytbar model
- Økonomisk batteridrift
- Brugervenlig
- Tydeligt display



Returneres ved varig adresseændring

Afs: Fødevaremagasinet
Peder Skrams Vej 4
5220 Odense SØ

scanvaegt
systems

Stærmosegårdsvej 2 • 5230 Odense M • Tlf. 6591 6000
info@scanvaegt.dk • detail.scanvaegt.dk