

fødevarer

magasinet

NR. 6 / JUNI 2020

**At drive
virksomhed
i en krisetid**

Se side 8

**Ostehandler med
verdens første
selvbetjeningscafé**

Se side 10

TEMA

**FØDEVAREVIRKSOMHED
I KRISETID**

Tak til dem, som bar

Det har ikke skortet på taksigelser fra regeringen og myndighederne til alle dem, der undlod at gå på arbejde, da corona-krisen indfandt sig. Det gjaldt for eksempel offentligt ansatte embedsmænd, som nu skulle "arbejde hjemmefra", og som kunne være med på Skype eller lignende, hvis der var noget, de kunne bidrage med, og det har da været sjovt ad den vej at få indblik i nogle familieliv, som man hidtil ikke har kendt til. Så lærer man folk at kende fra en anden vinkel.

Også de, der i offentlig tjeneste vovede sig ud i samfundet, har fuldt fortjent fået stor tak, bl.a. i en varm video fra Sundhedsstyrelsens direktør Søren Brostrøm, der takker "FOAs medlemmer".

” Er der nogen, der har sagt tak til alle dem, som har båret det hele igennem, og til dem, som gerne ville, men ikke kan?

ning og såsæd og brændstof, og hvad der nu ellers skal til. Og det gælder alle dem, der producerer selve fødevarerne uanset, om det er pølser og postejer og andre kødprodukter eller mælk og mælkeprodukter eller frugt og grønt, fisk, brød, drikkevarer osv. Alt har skullet produceres – og bringes ud af chauffører, der heller ikke har arbejdet hjemme, men frygtløst har bragt varerne ud og ind i butikkerne, hvor der også var personale til at forarbejde og producere og lægge i diske og sætte på hylder og ekspedere og gøre rent og sørge for, at der er striber på gulvene og skærme og andet, som kan begrænse smitterisikoen. Intet af alt dette er udført af folk, der har arbejdet hjemme.

Selv har jeg under corona-krisen uheldigvis været udsat for en vandskade og med glæde kunnet konstatere, at hverken skadeservice- eller VVS-folkene arbejdede hjemme, men dristigt vovede sig ind i mit hjem for at mindske og udbedre skaden.

Glemmes må heller ikke alle dem, som hellere end gerne ville gå på arbejde, men som ikke kunne, fordi de er opsagt eller hjemsendt som følge af regeringens nedlukninger. Det gælder både dem, der ellers har været ansat i de etableringer, der blev beordret lukket, og dem, der arbejdede hos deres leverandører, som pludselig ikke havde nogen kunder eller dog meget få.

Er der nogen, der har sagt tak til alle dem, som har båret det hele igennem, og til dem, som gerne ville, men ikke kan? Det er der sikkert, men jeg har så blot ikke rigtig hørt det – hvorimod jeg tydeligt har hørt taksigelser til dem, der har siddet hjemme med fuld løn og et formentlig for manges vedkommende temmelig overkommeligt arbejde, fordi det, som de arbejder med, har været sat i stå.

Lad mig understrege, at min pointe ikke er, at det har været forkasteligt at arbejde hjemme, men at det er i kraft alle dem, som ikke har gjort det, at samfundet trods alt har fungeret. Og da der jo har været en grund til at sende folk hjem, byder logikken, at de, der således har holdt samfundet i gang, har løbet en risiko derved. Den største tak bør derfor tilfalde dem. Så:

TAK til alle, som bar!

[Dette synspunkt har tidligere været fremført i Landbrugsavisen.]

Hvem der ikke er mange, der har takket, er alle dem i den private sektor, som holdt samfundet i gang og for eksempel sørgede for, at der ikke manglede mad og drikke (og toilet-papir!) i butikkerne. Hele produktions- og forsyningslinjen har fungeret – ikke på trods af, men fordi der er en masse samfundsborgere, som ikke blev hjemme. Det gælder lige fra dem, der malker køerne og i det hele taget passer dyrene på gårdene og dyrer afgrøderne på markerne og sørger for, at der er foder og gød-



Torsten Buhl
Direktør, FødevarerDanmark



Nyheder

Covid-19 fortsat

Fødevarer magasinet er også her i juni præget af corona-krisen, så artiklerne omhandler for en del om, hvordan fødevarer virksomheder oplever krisen, samt hvordan de klarer sig igennem. Der er også solstrålehistorier imellem, men det er absolut ikke hverdag endnu. Læs bl.a. om den gennemførte analyse af medlemsvirksomheder i FødevarerDanmark.

Portrætter

Læs også i dette nummer om Jama Ost, der har etableret selvbetjening og har flere udviklingsplaner på vej. **Læs også artiklen om Råhandel**, der er en online handelsplatform for små fødevarerproducenter, og om en ny slagterforretning i Bjerringbro. **Læs også om Slagter Theilgaards nye butik i Herning, forslag til en momsnedsettelse og meget mere.**

Fødevarerpriser, nye marinader og temperaturs vigtighed for fødevarerprodukters holdbarhed

Læs i dette nummer om nominerede til årets slagterpriser, nye marinader fra Moguntia samt vigtigheden af styringen af lave temperaturer i forbindelse med produktion af fødevarerprodukter.

Synlighed i fødevarerbranchen i 2020

I denne tid er det endnu mere vigtigt end før at gøre opmærksom på sin virksomhed og sine produkter.

Med tekstsideannoncer i Fødevarer magasinet, en annonce i leverandørlisten og med et banner på hjemmesiden når din markedsføring ud til hele fødevarerbranchen. Hjemmesiden besøges nu af mere end

10.000 besøgende pr. måned, så her er et onlinebanner effektivt. 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 Fødevarer magasinet.

God læsning og rigtig god sommer!
Redaktionen

- 4 FødevareDanmarks medlemmer er hårdt ramt af coronakrisen
- 5 Lærlingeaftale er en rose næsten uden torne
- 6 Råhandel – en handelsplatform i vækst
- 8 At drive virksomhed i en krisetid
- 10 Ostehandler med verdens første selvbetjeningscafé
- 12 Slagter- og delikatessepar åbner alsidig specialbutik
- 14 De nominerede er fundet
- 16 Temperatur er den vigtigste måling i fødevareproduktioner
- 18 Sænk momsen - og få gang i hjulene
- 19 Danskerne shoppede økologi for 14 milliarder kroner i 2019
- 20 Theilgaard udvider slagterimperium med butik i Herning
- 21 MOGUNTIA er klar med lækker smag til sommerens grillmad
- 22 25 arbejdspladser reddet hos lokal håndværksbager i Vejle
- 23 Salg af gourmet-ænder giver Gråsten Fjerkræ overskud
- 24 Kort nyt
- 27 Vidste du at ...
- 29 Navnenyt
- 30 Leverandørliste



8



12



20

Juni 2020

REDAKTIONEN / ANNONCER / PRODUKTION Grafisk Produktion Odense ApS, Munkehatten 28, 5220 Odense SØ
tlf. 66 14 08 52, post@foedevaremagasinet.dk
www.foedevaremagasinet.dk

ANSVARSHAVENDE Per Aaskov Karlsen

JOURNALISTER Torben Svane, Rikke Holm, Per Henrik Hansen

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.

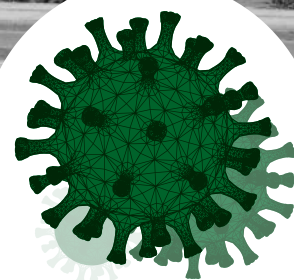
LÆSERE Fødevaremagasinet er det førende magasin for specialfødevarehandelen. Magasinet henvender sig til beslutningstagere, såvel som selvstændige forretningsdrivere som disponenter, ansat i fødevarehandelen. Politiske organer, større fødevarevirksomheder, organisationer m.m. er ligeledes læsere af Fødevaremagasinet.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

m.m. bliver behandlet journalistisk objektivt i årets udgaver. Fødevaremagasinet tilvirkes 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 MAD OG VINTORVET, BJERRINGBRO

ISSN 1902-4509



FødevareDanmarks medlemmer er hårdt ramt af coronakrisen

I dagene fra den 11. maj og til den 22. maj har FødevareDanmark gennemført en medlemsundersøgelse. Undersøgelsen omhandler corona-pandemiens konsekvenser for FødevareDanmarks medlemmer. Undersøgelsen har haft sit fokus på omsætning, likviditet, lønomkostninger og personale. Undersøgelsen er gennemført som en spørgeskemaundersøgelse med i alt 9 spørgsmål. Spørgeskemaet blev udsendt til medlemmer i SMV Fødevarer, Danske Slagtermestre, DSMI, Danske Fiskehandlere og Ostehandlerforeningen for Danmark. Svarprocenten var ca. 60 pct.

Samlet konklusion

Resultaterne viser de konsekvenser, som corona-pandemien har haft for branchen. Det kan konkluderes, at

- 62 pct. af virksomhederne oplever faldende omsætning.
- 45 pct. af virksomhederne er bekymrede for deres likviditet, såfremt situationen fortsætter i 2020.
- 40 pct. af virksomhederne har sendt medarbejdere hjem.
- 25 pct. har været nødsaget til at opsiges medarbejdere som følge af corona-krisen

Omsætning og likviditet

62 pct. af FødevareDanmarks medlemmer har oplevet, at omsætningen er faldet. Til trods for politiske hjælpepakker og andre initiativer har corona-krisen allerede sat sine spor i danske fødevarevirksomheders omsætning. Blandt FødevareDanmarks medlemmer angiver 62 pct., at omsætningen er faldet i marts og april i år sammenlignet med samme periode sidste år. Kun 22 pct. oplever stigende efterspørgsel og omsætning på deres varer, mens lige knap hver syvende melder om uændret omsætning.

Knap halvdelen af FødevareDanmarks medlemmer er bekymrede for manglende likviditet. FødevareDanmarks medlemmer har også svaret på, om de er bekymrede for deres likviditet, såfremt nuværende situation fortsætter i 2020. 45 pct. af FødevareDanmarks medlemmer er bekymrede for deres likviditet. Det er især fødevareproducenter og slag-

tere, som er leverandører til bl.a. større arrangementer, restauranter og cafeer, der bekymrer sig om manglen på likviditet. Denne branche er desuden mærket af, at de som de første oplevede nedgang i omsætningen, hvilket især skyldtes forsamlingsrestriktionerne.

Lønomkostninger og personale

40 pct. af FødevareDanmarks medlemmer har sendt medarbejdere hjem. FødevareDanmarks medlemmer har angivet, at de har bedt medarbejdere om at blive hjemme, selv om de egentlig skulle have været på arbejde. Lige over halvdelen af medlemmerne har kunnet beholde medarbejderne på arbejdspladsen.

Blandt de virksomheder, som har bedt medarbejdere om at blive hjemme, er der gjort brug af mange forskellige løsninger. Der er ikke et en-

” Af frygt for manglende likviditet, måtte lønudgifterne ikke være for høje, og derfor er medarbejdere blevet opsagt

– Medlem

tydigt billede af, hvilken løsning virksomhederne har valgt. Det understreger det forskelligartede arbejdsmarked og vilkår som branchen repræsenterer. En lang række af medlemmerne har derfor angivet flere løsninger.

Fakta om FødevareDanmark

FødevareDanmark er en brancheorganisation for små og mellemstore aktører inden for fødevaresektoren. Bag organisationen står Danske Slagtermestre, Danmarks Fiskehandlere, Ostehandlerforeningen for Danmark, SMV Fødevarer, Smagen af Danmark og Danske Frokost- og Cateringleverandører.

Kilde: FødevareDanmark



Læringeaftale

er en rose (næsten) uden torne

Trepartsaftalen på læringe-området er en imødekommelse af alle SMVdanmarks ønsker til at sikre, at vi får flere faglærte i fremtiden. Kun forskelsbehandlingen mellem dem, der havde læringe før og efter 1. maj, skurrer. Uddannelsespolitisk chefkonsulent i SMVdanmark, Heike Hoffmann, er begejstret for trepartsaftalen for læringe.

SMVdanmark (tidligere Håndværksrådet) har siden coronakrisens start efterlyst økonomiske incitamenter til de virksomheder, der har læringe. Det har ganske enkelt været en nødvendighed, fordi det tog 11 år, før praktikpladsarbejdsmarkedet efter finanskrisen havde normaliseret sig på et førkrise-niveau.

SMVdanmark har også kæmpet for, at AUB-midlerne skulle kanaliseres direkte ud i de virksomheder, der uddanner læringe, og ikke bevidstløst tilbagebetales til alle, og ikke-uddannende virksomheder. Med gårsdagens trepartsaftale har SMVdanmark fået opfyldt stort set alle ønsker. - Vi er glade og stolte over, at det er lykkedes at få AUB-midlerne målrettet virksomheder med læringe, siger uddannelsespolitisk chefkonsulent Heike Hoffmann. - Økonomisk støtte her og nu til de virksomheder, der holder fast i uddannelsesansvaret, er, hvad vi har bedt om, og det har vi fået.

Begavet konstruktion

Også selve konstruktionen i aftalen er fornuftig, mener hun. - Virksomhederne får både tilskud i praktik- og skoleperioder, og det vil styrke den likviditet, som corona har sat så stærkt under pres, siger Heike Hoffmann videre. - Det vil give styrke, stærke incitamenter både til at fastholde læringe og til at indgå nye aftaler, så manglen på faglært arbejdskraft afhjælpes. SMVdanmark er også glad for den del af aftalen, der holder

hånden under læringene og søgningen til erhvervsuddannelserne. - Vi har på ingen måde brug for en ny fortælling om praktikpladsmangel. Derfor er det vigtigt, at Danmark samlet set sender et signal til alle potentielle faglærte, at vi vil erhvervsuddannelserne, at vi finder penge til at løse problemerne, og at ingen skal efterlades på bagperronen. Konstruktionen i aftalen indebærer, at der både sendes positive signaler til virksomhederne og til de elever og læringe, mange brancher mangler.

- Skal vi finde hår i AUB-suppen, så er det, at de økonomiske incitamenter ikke gives med tilbagevirkende kraft til de virksomheder, der også i marts og april holdt fast i uddannelsesansvaret og indgik uddannelsesaftaler. Dem kunne man også have fundet en gulerod til, siger hun.

Det med småt er også godt

Som en bonus indeholder trepartsaftalen også et afsnit om en justering af det såkaldte praktikplads-AUB, som SMVdanmark siden 2016 har kritiseret skarpt. Aftalen indeholder en justering, der både skal give økonomisk incitament til at oprette flere lærepladser, gøre ordningen mere enkel og sikre bedre økonomisk balance. - Med en forslidt frase er den del af aftalen et rent Kinderæg. De små og mellemstore virksomheder har fået de tre ting, vi har bedt om siden 2016.

Kilde: SMVdanmark



Anders Hermann Jensen og Solveig Felbo er to af partnerne i Råhandel
Foto: Råhandel

Råhandel

– en handelsplatform i vækst

Et stigende antal små fødevareproducenter afsætter til butikker, cafeer og restauranter via handelsplatformen Råhandel.

AF PER HENRIK HANSEN

Hvad der for seks år siden begyndte som et hobbyprojekt for en ung matematikstuderende ved Københavns Universitet, er i dag en voksende handelsplatform, hvor mindre danske fødevareproducenter sælger deres varer til specialbutikker, restauranter, cafeer, catering-virksomheder og andre kunder i København og på det øvrige Sjælland; og om nogle måneder også i region Midtjylland.

Navnet er Råhandel, og konceptet er en markedsplads på nettet med præsentation af producenterne og deres produkter samt fælles webshop. En gang om ugen får kunderne en samlet levering med de bestilte varer leveret fra

Råhandels terminal i København. Uanset hvor mange producenter, kunden køber varer fra, kommer det hele på den samme faktura. Mindste køb er 1200 kr. eks. moms med fri levering.

Enkelt for sælger og køber

Fidusen for producenterne er, at de med et minimum af egen markedsføring kan komme i kontakt med mange aftagere. Og for aftagerne er fordelene, at de kan få specielle produkter fra flere forskellige mindre producenter, bestille samlet og få det hele i én levering lige til døren.

Det er der åbenbart så mange producenter og kunder, der kan se fordelene i, at et stigen-

de antal af førstnævnte gerne betaler de 16,25 procent af salgsprisen, som platformen tager for sine ydelser.

For knap et år siden tog Råhandel for alvor fart. Da var der omkring 200 varer, i dag er der 67 producenter på platformen med i alt 451 varenumre, og omsætningen er mere end 40-doblet. Tallene stammer fra Solveig Felbo, som er leder og partner i Råhandel.

Læste matematik

Ideen til konceptet fik hun, mens hun læste matematik på Københavns Universitet. I forbindelse med studiet meldte Solveig Felbo sig



Ugens varer fylder godt op i terminalen i Roskilde, inden de bliver sendt videre til kunderne i københavnsområdet og på det øvrige Sjælland.
Foto: Råhandel

til et kursus i iværksætteri, og her kom hun tilfældigvis i gruppe med en anden studerende, som kendte til små fødevarerproducenter, og en tredje, som havde et nært kendskab til restaurationsbranchen.

- Det slog os, at producenterne og restauratørerne gerne vil handle sammen, men at så få alligevel gjorde det. Det var to helt adskilte verdener, fortæller Solveig Felbo.

Den nye indsigt blev ved at rumstere i hovedet på hende, og som en slags hobbyprojekt begyndte hun at udvikle ideen til et webbaseret mødested for små producenter af fødevarer og deres aftagere i form af restauranter og butikker.

Selv om hun ikke direkte kunne bruge sin viden om matematiske formler til noget i det nye projekt, gav studiet hende en god ballast.

- Matematik handler meget om at tænke i systemer og sammenhænge; og det skal man også gøre ved opbygningen af en platform som Råhandel, forklarer hun.

I gang med handlen for to år siden

Efter at have afsluttet sit studie kom Solveig Felbo i kontakt med agronomen Christian Coff, som forsker i fødevarerproduktion og arbejdede på et lignende koncept. Sammen besluttede de at satse mere seriøst på at fjerne besværet ved at handle med de små producenter. For et par år siden fik de også inddraget restauratøren Anders Hermann Jensen, som i dag står for selve driften, samt programmøren Michael D. Mathiesen, og de første handler kom i gang via platformen.

Sortimentet på raahandel.dk er mildt sagt mangfoldigt. Her er for eksempel forskellige friske grøntsager, øl fra mikrobryggerier, honning, mel og kerner samt mere eksotiske ting som boblende drikke lavet på agurk og sort peber, solsikkeeskud og hibiscussaft. Det meste

kommer direkte fra producenten, men her er også importerede varer som blandt andet kaffe og kinesiske krydderier.

- Men vi kræver, at sælgeren har gjort noget mere end bare at importere varen. For eksempel ved selv at forarbejde den eller at samarbejde med den udenlandske producent om at udvikle det helt rigtige unikke produkt, siger Solveig Felbo.

Vil være landsdækkende

Producenterne leverer de bestilte varer til et af Råhandels indsamlingssteder i København Nordvest, på Midtsjælland eller i Roskilde. Derefter samles og omlades varerne på terminalen i København Nordvest, hvorfra de hver torsdag sendes ud til kunderne.

Efter sommerferien bliver det også muligt for producenterne at aflevere deres varer på en adresse i Vestjylland, og Råhandel vil begynde at levere ud fra en ny terminal i Skjern, lyder planen. I 2021 vil de levere i hele landet.

For Solveig Felbo og hendes partnere i Råhandel er fokus rettet mod kommunikation om de små producenters produkter, deres håndværksmæssige kvalitet og fleksibilitet. De små producenter skal have optimale vækstbetingelser, lyder visionen. Men på salgssiden har Råhandel ikke noget imod at byde de store damer og herrer i detailsektoren og foodservice op til dans.

Således har de indgået et partnerskab med Coop, hvor Råhandel fungerer som bindeled mellem concernens kæder og de små producenter. Blandt andet er det Råhandel, som står for over 90 procent af handlen mellem supermarkederne og de små producenter i Irmas Food Startup-koncept, ligesom Råhandel stod for pakning og levering af Irmas hjælpepakker under corona-krisen i maj.

Kunde: De skaber kontakt til små producenter

- Den store fordel er, at jeg meget bedre kan få varer fra små producenter med en historie. Det ville være helt umuligt, hvis jeg selv skulle ud og have fat i alle producenterne.

Sådan siger Connie Wipplinger om sine indkøb gennem Råhandel. Connie Wipplinger ejer Essen Madbutik i Brønshøj, hvor hun sælger købmandsvarer, specialiteter, hjemmelavede salater med mere, samtidig med at hun laver mad til selskaber. Hos Råhandel køber hun især honning, æblemost og oste, men også andre varer.

Helst ville hun have et personligt kendskab til producenterne af de varer, hun sælger, så hun bedre kunne formidle historien om dem til hendes egne kunder. - Men det er jo op til mig selv. Når jeg får tid, kan jeg tage ud og besøge dem, siger hun.

Producent: De har løftet opgaven

Henrik Rasmussen, indehaver af Lejre Mikropølsemageri, var i første omgang lidt skeptisk, da han i januar i år begyndte at sælge sine pølser gennem Råhandel. På den anden side kunne der vel ikke ske noget ved at prøve, tænkte han.

- Og jeg må sige, at min skepsis er blevet gjort til skamme. De har løftet opgaven fint i samarbejde med Coop, siger han. Konkret betyder salget gennem Råhandel, at pølserne fra Lejre Mikropølsemageri nu ligger i kølediskene i en lang række Irma-butikker. Tidligere solgte han til enkelte Coop-butikker, men det var kun i nærområdet. Nu er pølserne fra Lejre ude i hele Storkøbenhavn.

At drive virksomhed i en krisetid

En slagterbutik i det sønderjyske har oplevet en stor stigning i omsætningen siden nedlukningen og ingen adgang for kunderne til tyske butikker. At drive butik i et storcenter har til gengæld ikke været nemt, og så har en slagter i Silkeborg haft succes med kød- og pølsepakker. Fødevaremagasinet har spurgt virksomhederne, hvordan de har oplevet krisen.

AF TORBEN SVANE CHRISTENSEN



Ken Pedersen, indehaver af Silkeborg Slagteren i Silkeborg

Ken Pedersen, indehaver af Silkeborg Slagteren i Silkeborg

Hvordan er din virksomhed blevet påvirket af krisen udløst af Covid-19?

- Der forsvandt 65 procent af vores omsætning i ét hug, da landet lukkede ned. Men jeg har også oplevet, at betalingerne fra vores kommunale kunder som plejehjem, sygehuse og institutioner, er kommet hurtigere. Normalt får vi betaling efter mellem 35 og 40 dage. Men nu har vi fået betaling efter 8 til 14 dage, og det er alle kunder over en kam, og det trådte nærmest i kraft omgående. Det har skabt en god likviditet hos os under krisen.

Hvad er der sket med omsætningen/ordrer?

- Vi bliver måske ikke så hårdt ramt på omsætningen. I begyndelsen af nedlukningen solgte vi varer med tab, blandt andet kød og spandevare.

Forandringer i salget?

- Vi er kommet på andre ideer, som vi har stor succes med. Blandt andet har vi lavet kasser med forskellige slags pølser, hvor vores kunder har solgt dem via facebook, og det har været en stor succes. Vi har også lavet pakker med gode bøffer og andet, og vi har dagligt oplevet nye kunder, der gerne vil købe vores kasser og pakker. Folk vil gerne købe kvalitet og være lidt søde ved hinanden, når de har gået derhjemme under nedlukningen. Vi regner med at fortsætte med salget af pakkerne, og vi er klar over, at det måske ikke fortsætter i lige så højt et tempo, som vi har oplevet under krisen.

Har virksomheden søgt hjælpepakker?

- Hovedparten af vores folk på kontoret har været sendt hjem. Det handler om fem ansatte og syv chauffører samt to trediedele af de ansatte i produktionen med lønrefusion. Vi kommer ikke til at søge om at få dækket faste omkostninger. Jeg regner med, at vi kører fuld bemanning fra den 9. juni, måske ikke i salgsafdelingen, hvis de ikke kan komme ud at besøge kunder.

Øvrige udfordringer og forandringer?

- Overordnet set synes jeg, at politikerne har klaret mange ting rigtig flot under krisen. Det kommer til at koste os, men det er jo ens for alle. Jeg tror, det er mest realistisk, at vi taler 1. august, før det hele er i gang igen hos vores kunder. Måske vælger mange Danmark til i stedet for ferie udlandet. Vi ser fortrøstningsfuldt på, at landet åbner.

Hans Henrik Johansen, indehaver af Aabenraa Slagteren, Aabenraa.

Hvordan er din virksomhed blevet påvirket af krisen udløst af Covid-19?

- Vi har haft utrolig travlt i butikken. Ja, faktisk lige fra dagen efter nedlukningen. Det har virkelig betydet noget godt for min omsætning, da muligheden for grænsehandel stoppede.

Hvad er der sket med omsætningen/ordrer?

- Vi har haft en stigning på 30 procent i omsætningen i alle måneder siden nedlukningen, selv om vores engros har haft en tilbagegang. Det er over hele linjen med alle produkter. Vi har ansat en svend ekstra. Så vi har ikke sendt ansatte



Hans Henrik Johansen, indehaver af Aabenraa Slagteren, Aabenraa.



hjem, de har tværtimod haft overarbejde, for at vi kunne følge med efterspørgslen.

Har virksomheden søgt hjælpepakker?

- Nej, det ville nok være svært at komme i betragtning med den flotte omsætning, vi har haft.

Øvrige udfordringer og forandringer?

- Vi håber da på, at vi kan beholde nogle af kunderne, der er kommet til under krisen. Jeg synes, at politikerne skulle kigge på muligheden for at sænke moms på fødevarer, så vi kommer på niveau med den tyske moms på snart 5 procent. Det er jo ikke kun vores branche, hvor kunderne kører til Tyskland for at få det billigere – det gælder også blandt andre tandlæger og mekanikere. Jeg er sikker på, at hvis politikerne justerede på moms, ville det betyde rigtig mange arbejdspladser herhjemme, og vi kan på kvalitet sagtens matche tyskerne.

Kurt Møller, direktør hos Delika.

Hvordan er din virksomhed blevet påvirket af krisen udløst af Covid-19?

- Det var selvfølgelig problematisk, da det hele lukkede ned. Vores eksport lukkede over en nat. Vi havde blandt andet en lastbil holdende i Skjern med varer for en kvart million, der skulde til Tyskland, men det blev aflyst.

Hvad er der sket med omsætningen/ordrer?

- Som sagt lukkede al eksport ned fra dag til dag. Vi har oplevet en tilbagegang på 80 procent på vores catering, men den er begyndt at blive mere normal. Der mangler 20 procent, før vi er tilbage på 100 igen.

Forandringer i salget?

- Detailsalget har været opadgående, men det er jo andre typer varer, som pålæg i skiver, der kræver flere lønkroner at producere.

Har virksomheden søgt hjælpepakker?

Vi har haft en god indtjening gennem årene, så vi kan godt klare det, men vi får da et tab. Vi har haft 22 ansatte ud af 160 sendt hjem med lønkomensation, og vi mangler at få 12 an-

satte tilbage.

Øvrige udfordringer og forandringer?

- Vi er nu ved at være godt på vej med vores forretning igen. Skal jeg kigge på noget positivt, der er kommet ud af det her, så er det, at vi virkelig har fået testet vores virksomhed under krisen. Det har været dejligt at se, at alle ansatte var klar til at yde en indsats. På det menneskelige plan har det været en fornøjelse, og der har været udvist en god arbejdsmoral. Den fleksibilitet, mine medarbejdere har udvist, alle uden undtagelse, det er virkelig imponerende! Vi kommer mere sammentømret og styrket som virksomhed ud på den anden side af krisen.

Tore Djernæs Kofoed Mogensen, direktør hos SLAGTEREN i Rosengårdscenteret, Odense.

Hvordan er din virksomhed blevet påvirket af krisen udløst af Covid-19?

- Vi valgte at lukke ned og sende vores ansatte hjem. Vi måtte godt have åbent, men vi ligger midt i Rosengårdscenteret, og det gav ingen mening at holde åbent, når der ingen kunder var i centerets andre butikker.

Hvad er der sket med omsætningen/ordrer?

- Jeg og Winnie Ejdrup Møller (direktør red.) har været på arbejde hele tiden for at levere til vores faste kunder, blandt andet plejehjem – så har vi solgt take-away, og det er egentlig gået okay. Med os to på arbejde har vi faktisk kunnet holde 15 procent af omsætningen hjemme, og så har vi fået 80% i tilskud.

Forandringer i salget?

- Det gik okay med take-away inden genåbningen af resten af centeret, men det har ikke fungeret så godt efterfølgende. Nu er alle restauranter i Rosengårdscenteret jo også åbne, og kunderne vil måske gerne støtte dem.

Har virksomheden søgt hjælpepakker?

- Ja, vi har søgt pakken, der skal dække omkostninger, men vi kan kun få 50%, fordi vi ikke har været tvunget nedlukket. Vi skulle jo søge for hele perioden, og siden vi har åbnet, har vi haft en omsætning, så vil kommer til at

betale penge tilbage.

Øvrige udfordringer og forandringer?

- Udfordring nu er, at vores firmakunder ikke er helt oppe i omdrejninger igen, og så holder de ikke så mange fysiske møder, hvor vi ellers har leveret mad til før nedlukningen. Jeg tror også, at mange kunder vil skære ned på forbruget i den kommende tid.



Kurt Møller, direktør hos Delika.



Tore Djernæs Kofoed Mogensen, direktør hos SLAGTEREN i Rosengårdscenteret, Odense.



Ostehandler med verdens første selvbetjeningscafé



Et selvbetjent, næsten døgnåbnet udendørssalg af oste og specialiteter betyder, at Jama Ost i Århus kommer styrket ud af coronakrisen: Hvad der er tabt på engrosmarkedet, er hentet ind på privatsalg. Succesen med selvbetjening har inspireret til, at ejer, Manfred Schedler, her i juni åbner verdens første selvbetjeningscafé.

AF RIKKE HOLM

- Vi har haft mange gode ideer under corona-situationen, så det, vi har mistet på engros, har vi vundet på privatsalg. Sådan lyder konklusionen fra Manfred Schedler, der siden 1982 har drevet Jama Ost i Risskov ved Århus.

- Coronaen startede for os med, at mange af vores ældre kunder helst ville undgå at komme ind i butikken. Derfor begyndte vi at sælge et udvalg af vores mest populære oste, skinker, pølser og andre delikatesser fra en udendørs pavillon, hvor kunderne kunne betjene sig selv 24/7. Alene i påskedagene omsatte vi for mere end 10.000 kr., fortæller Manfred Schedler.

Placering til selvbetjening

I takt med stigende temperaturer blev det nødvendigt at udvide pavillonen med et display-køleskab. Når Manfred Schedler åbner café i juni, kommer køleskabet også til at præsentere et udvalg af bl.a. cheesecakes, små tapasplatter, sandwiches og Danmarks Bedste Romkug-



ler. Hertil kommer gourmet softice med bl.a. espressomag. Planen er at åbne cafeen tidligt om morgenen, så cyklister på vej til arbejde kan få en coffee to go med på vejen. Alt sammen til

høflig selvbetjening og betaling per MobilePay.

- Lå vi i Århus midtby, ville jeg nok ikke have turdet løbe an på selvbetjening, understreger Manfred Schedler: - Jeg har ikke umid-

delbart registreret svind i forbindelse med oste-butikkens selvbetjening, og i cafeen kan jeg i realiteten have 20% svind og stadig tjene penge, fordi jeg ikke har lønninger bundet i projektet.

Startede med børneinstitutioner

Manfred Schedler startede i 1982 som engros ostephandler med en idé om at sælge ost, pølser, saft, frugtpålæg mv. til børneinstitutioner og andre storkøkkener. Lageret var dengang en gammel kølebil, som havde mistet evnen til at begå sig på offentlige veje. Efter få måneder fik Jama Ost nyt lager, og fra 1988 blev forretningen udvidet med privatsalg direkte fra engroslageret. For 10 år siden flyttede ostebutikken til nye lokaler på Risskovs hovedgade, Ndr. Strandvej.

Engrosdelen udgør fortsat den største del af omsætningen: Børneinstitutioner i Aarhus Kommune har ikke længere bespisning. Derfor har Jama Ost søgt nye græsgange og er i dag leverandør til bl.a. hospitaler, ostephandlere, mejeri-udsalg, gårdbutikker og delikatessafdelinger i fx Salling og Menu. Sortimentet i butikken er - ud over danske og europæiske oste - charcuteri fra Italien, Spanien og Belgien samt et bredt udvalg fra Danmarks nok mest kendte slagter, Slagter Munch i Skagen.

- Tapas- og ostepanretninger udgør en stor del af butikkens omsætning. Specielt anretninger til store, private fester samt receptioner i

virksomheder er i stærk fremgang. Derfor har vi etableret et specielt pakke- og anrette-område i vores kælderlokaler, hvor vi har sat opskæring og anretning i koncept, siger den stolte ostemand.

Dobbelt op på detailsalg?

Pt. arbejder Manfred Schedler på at lægge sidste hånd på et website, som er led i realiseringen af endnu en idé: At levere ost og delikatesser direkte til døren til privatkunder i århusområdet.

- At starte varekørsel er den bedste idé, jeg har fået, siden jeg startede virksomheden, fortæller Manfred Schedler: - Jeg forventer, at det på sigt vil fordoble vores detailomsætning. Når websitet er klar, vil det være muligt at bestille det meste af vores sortiment med levering til døren. Vi kører i forskellige forstæder på bestemte dage og kan derfor levere for blot 35 kroner.

I pipelinen ligger også en drøm om at sælge danske specialoste mv. til det tyske marked. Manfred Schedler har et tæt samarbejde med en stor, tysk grossistvirksomhed, hvorfra han importerer diverse europæiske oste m.v. Det må i fremtiden gerne være en forretning, der går begge veje, forklarer han.

- Jeg er pt. i gang med at uddelegere ansvarsområder til mine medarbejdere, så jeg fremover mest kan koncentrere mig om markedsføring og salg. Jeg er 68 år, men har ingen lyst til at

trække mig fra arbejdsmarkedet, lyder det fra ostephandleren.

Rock 'n roll café

Når verdens første selvbetjente café slår dørene op, vil Manfred Schedlers søn, Mark Schedler, give en mini-koncert med rock 'n roll og country sange fra THE GOOD OLD DAYS. Mark er forsanger i bandet Memphis Boulevard, der, som hele musikbranchen, har haft det svært under coronakrisen.

- For at skabe synergi, vil der fremover også være mulighed for at tilkøbe musikken i forbindelse med køb af tapas- og ostepanretninger, afrunder Manfred Schedler med et stort smil og begejstring i stemmen.



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



Slagter- og delikatessepar åbner alsidig specialbutik

I nyåbnede Mad & Vintorvet kan borgerne i Bjerringbro både købe slagtervarer, delikatesser, vin og frisk-bagt brød, hente en GLS-pakke samt nyde en kop kaffe i cafeen.

AF PER HENRIK HANSEN

Det strømmede ind med kunder, da Mad & Vintorvet i Bjerringbro tre dage før pinse for første gang slog butiksdøren op. Rigtig mange borgere i Bjerringbro og omegn ville ind og se, hvordan en del af byens tidligere Meny-butik er blevet lavet om til flere specialbutikker samlet i ét lokale.

- Det var helt overvældende. Det overgik helt vores forventninger, og det blev ved. Dagen efter var der igen kunder i bagerafdelingen, lige fra den åbnede kl. 6 om morgenen, fortæller Mads Lisius Hansen, som sammen med sin både private og professionelle partner Gitte Serup Terkel-sen står bag den nye forretning.

Kunderne kunne åbenbart lide, hvad de så. På Facebook er der over 60 kommentarer med rosende ord, som "utrolig flot butik" og "det ser vildt godt ud".

Oprindelig var åbningen planlagt til at finde sted lige før påske. Men så kom der som bekendt en virus og ødelagde stort set al planlægning i hele verden, således også i Bjerringbro.

- Det havde ikke givet mening at åbne ved påsken, sådan som samfundet var lukket ned dengang, siger Mads Lisius Hansen.

Skal være oplevelse for kunderne

Med hans ord skal Mad & Vintorvet være en oplevelse for kunderne, hver gang de kommer ind i butikken.

- Der skal altid være fristende smagsprøver, og her skal ose af faglig stolthed over det, vi producerer og sælger, siger han.

At den nye butik har fået et navn, der ender på 'torvet', er ganske beskrivende, for her er ikke tale om en traditionel slagter eller anden specialbutik. Derimod byder det over 400 kvadratmeter store butikslø-kale på en kombination af en slagterforretning med delikatesseafdeling, vinhandel tillnyttet kæden Vinspecialisten, et stort udvalg af specialøl, bageri, pakkeshop for GLS, et café-område og salg for Danske Spil.

- Vi tror, at der er behov for en butik som den her i Bjerringbro. Byen



er godt forsynet med discount- og supermarkeder, men der er ikke noget, der ligner det, vi har åbnet nu, forklarer Mads.

Tidligere Meny supermarked

Selv om der er tale om en helt ny butik, er bygningen, som den ligger i, ganske velkendt for de nye butiksejere. Lokalet indgik frem til udgangen af januar i en stor Meny-butik, hvor Mads Lisius Hansen var chef for slagterafdelingen og Gitte Serup Terkelsen stod for delikatesserne.

I henholdsvis to og tre år arbejdede parret her, efter de tidligere havde arbejdet sammen og var blevet kæresten i Meny i Risskov.

Men det er ikke den eneste forbindelse mellem den nu lukkede Meny i Bjerringbro og Mad & Vintorvet. Meny butikken var ejet af købmanden Steffen Drejer, og han, der altså tidligere var Mads' og Gittes arbejdsgiver, er nu blevet ansat af dem til at stå for vinafdelingen i den nye butik.

- Han har jo omkring 25 års erfaring som vinmand, så det er han den rigtige til, forklarer Mads.

Ansæt og udlejer

Samtidig med, at han er ansat, er Steffen Drejer også udlejer af butikslokalet og tilhørende lager- og tekniskrum i kælderen til Mads og Gitte.

Da Steffen i slutningen af 2019 besluttede at lukke sit supermarked for at prøve noget nyt, delte han forretningens cirka 2000 kvadratmeter op i to dele. Den store del,

80 procent af hele arealet, overdrog han til Aldi, som snart flytter sin butik fra andetsteds i Bjerringbro herhen. De resterende 20 procent ejer han fortsat selv, men udlejer nu til Mad & Vintorvet. Med andre ord er han ansat på sin egen matrikel.

Vægt på kvalitet

I tråd med tanken om, at Mad & Vintorvet skal give kunderne gode oplevelser, bliver der også lagt vægt på kvaliteten i den nye butik.

- For eksempel har vi i slagterafdelingen to bordhakkere med køl, så vi kan lave friskhakket kød til kunderne, mens de venter. Vi vil også selv lave hele paletten af pølser og røgvarer. Sammen med lokalet lejer vi meget af inventaret fra Meny-butikken af Steffen, blandt andet et fuldautomatisk røge- og kokekar, fortæller Mads.

Også i delikatessen vil han og Gitte sørge for det ekstra, der får kvaliteten op at ringe, blandt andet med bagerbagt rugbrød til smørrebrødet.

Bager selv brød

En af de oplevelser, som møder kunderne, er den liftlige duft af friskbagt brød. Fra Bakery By Doktor i Viborg kommer der dagligt færdiglavet og opsat dej, der skal bages i en ovn, som samme bageri har udlånt til Mad & Vintorvet.

Takket være samarbejdet med bageriet i Viborg kan man i Bjerringbro nyde for eksempel et friskbagt rundstykke eller et stykke wienerbrød med en kop kaffe eller en anden drink i det caféområde, der er indrettet i forbindelse med Mad & Vintorvet, og hvor der også er udenørs servering.

Søger alkoholbevilling

En ansøgning om alkoholbevilling er sendt til behandling hos myndighederne. Når den kommer på plads, vil man også kunne få serveret et glas vin til sin tapas i caféområdet. Der er ikke planer om at holde caféen åben uden for almindelig butikstid, bortset fra ved særlige lejligheder.

- Når der for eksempel skal være EM i fodbold i 2021, så håber jeg, vi kan lave noget, hvor man kan sidde her og se kampene på TV, lyder Mads' tanker om sommeren næste år.

Hverken han eller Gitte stammer fra Bjerringbro; men efter at have arbejdet i byen i nogle år, og efter de privat er flyttet til den nærliggende landsby Løvsdal, er de faldet godt til i byen. De vil også gerne støtte det lokale erhvervsliv ved at tage varer fra lokale producenter ind i butikken.

- Vi arbejder på det, men den del er ikke helt på plads endnu, fortæller Mads.





De nominerede er fundet

Professionelt madhåndværk, fokus på innovation og bæredygtighed, et godt sortiment og kunden i fokus synes at være opskriften på en moderne slagter. Og her excellerer de nominerede til Slagterprisen 2020.

Landbrug & Fødevarer hædrer hvert år branchens bedste slagtere med Slagterprisen. Og igen i år dystes der i to kategorier: "Slagtere i supermarkeder/hypermarkeder" og "Privatslagtere". Som noget nyt i år er der i kategorien Privatslagtere fokus på de unge talenter, det vil sige unge under 35 år, der enten er under uddannelse eller er færdiguddannede, er ansat eller har deres egen forretning.

Slagterfaget er ved at gøre op med den traditionelle opfattelse af, hvad en slagter er og kan. Rammen udvider sig og slagterne følger med. De nominerede slagtere evner et stærkt håndværk, højt fagligt niveau og et sortiment, der kan inspirere kunden. Helt særligt for årets nominerede er deres fokus på at tilgodese kundens behov, og så tænker de i innovative og bæredygtige løsninger, og frem for alt har de et tårnhøjt håndværksfagligt niveau. Alt hvad der giver kunden den bedst mulige oplevelse og den bedste inspiration og vejledning i forhold til køb af kød, tilberedning af kødet, måltidsløsninger, pålæg mv.

-Kunden skal have en god følelse i kroppen efter at have været hos slagteren, og den følelse skal vare hele vejen hjem, og til måltidet er slut. Og her er det afgørende, at slagteren er kvalificeret og kan leve sig ind i, hvordan det er at være kunde. Kød er en eksklusiv vare. En højværdivar. Og det skal kunden også mærke. Det siger chefkonsulent og jurymedlem Hanne Castenschiold fra Landbrug & Fødevarer.

Netop slagterfagets nye rolle kaster vi lys på med Talentprisen 2020. For her hædres en særlig ung slagter, der har det klassiske håndværk

på plads - men som også er med til at skubbe hele slagterfaget i en mere innovativ og bæredygtig retning.

Fødevaredagen 2020

Hvert efterår samler Landbrug & Fødevarer den danske fødevarerbranche. Det sker også i 2020. For selv om meget er anderledes i disse dage, så ventes på en tid, hvor tingene ser lysere ud for os alle sammen. Både for dem, der producerer, for dem der sikrer, at der er varer på hylderne og for dem, der arbejder for og i køkkener, der nu kører på lavt eller intet blus. Landbrug & Fødevarer håber, at det snart bliver muligt at mødes igen. For der er mere at tale om end nogensinde før - også på Fødevaredagen, som i år finder sted den 29. september.

Der brygges lige nu på et inspirerende program, men det kan allerede nu afsløres, at man kan glæde sig til:

- At møde en person, der har stærke meninger om den situation, vi står i nu - post Corona
- Debat med økonomien i branchen
- Faglige sessioner, så man kan skræddersy sin dag med stærke input til din hverdag
- Hædning af dagligvare- og specialbutikker, der står stærkt - også i en svær tid
- Awardshow: Fejring af kantiner og offentlige køkkener, der brænder for deres fag

- Fødevaredagen er finansieret af Svineavgiftsfonden, Kvægavgiftsfonden, Mælkeavgiftsfonden, Fonden for økologisk landbrug, Dansk Gartneri, Produktionsavgiftsfonden for Frugt- og Gartneriprodukter samt Foreningen Plan Danmark.

Kilde: Landbrug & Fødevarer

De nominerede er:

I kategorien "Privatslagtere"

Peter Lindholm Nielsen, 1. mand, Slagter Friis, Frederiksberg
Andreas Blom, mestersvend, Slagter-Riget, Aarhus
Rikke Juulsgaard Lauridsen og Morten Ramsing, slagtermestre, Fruehøj Slagter, Herning

I kategorien "Slagtere i supermarkeder/hypermarkeder"

Christian Steen Hansen, slagtermester, Salting Super, Aarhus
Christian Balle, slagtermester, Meny Domus Vista, Frederiksberg

Hvad sker der nu?

Henover sommeren kommer juryen på uanmeldt besøg i de nomineredes butikker. Det gør de for at se, hvordan butikken tager sig ud og præsterer på de forskellige kriterier. I samme periode lægger en Mystery Shopper vejen forbi de samme nominerede butikker for at måle på kundeoplevelsen.



Fra venstre:

- Theresa Tarp Pedersen, Kvikly Ribe, Bronzemedalje
- Maria Høj, Superbrugsen, Thisted, Bronzemedalje
- Nicolai Høberg, Nr. Nebel Slagterforretning
- Christina Lundager Sørensen, Kvikly, Herning, Guldmedalje
- Michael Kjeldsmark Kvist, Skjern Brugsforening, Ros
- Linda Buur Rebbe, Kvikly, Holstebro, Sølvmedalje
- Mikkel Albrecht, Erik Jensen Slagterforretning, Esbjerg, Ros
- Jannik Mikaelsen, Adelgades slagter, Skive
- Mai-Britt Palmblad Bruun, Løvbjerg Supermarked, Tarup Centret, Odense, Bronzemedalje
- Christian Jacob Holbo Gjørup, Superbrugsen, Struer
- Susanne Nielsen Dølby, Superbrugsen, Struer, Bronzemedalje



Medaljeregning til svendeprøven

hos gourmetslagterne fra Uddannelsescenter Holstebro

Der blev uddelt ikke mindre end 6 medaljer ved svendeprøven på gourmetslagteruddannelsen på UCH. 1 guldmedalje, 1 sølvmedalje og 4 bronzemedaljer. Vi er rigtig stolte over deres professionelle niveau og kan med god samvittighed lukke dem ud i verden. Stort tillykke med resultaterne!

Mere info: Jan Emtkjær Jensen, uddannelseschef - jej@ucholstebro.dk, tlf. 99 122 223

Kilde: Uddannelsescenter Holstebro

Temperatur er den vigtigste måling i fødevareproduktioner



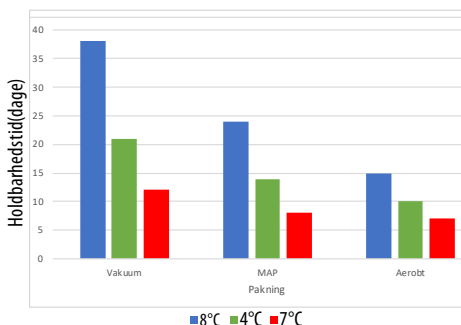
FORFATTERE: ANETTE GRANLY KOCH, LENE MEINERT OG LAURITS BECK NIELSEN

Temperaturmålinger kan måske virke kedelige og meningsløse, men ikke desto mindre har temperatur afgørende betydning for holdbarheden og sikkerheden af de produkter, der produceres og sendes ud til kunder for videreforarbejdning eller salg. Temperaturen er nemlig vigtig gennem hele værdikæden fra produktion til forbruger.

Holdbarhed og sikkerhed er udover temperaturen også påvirket af en række andre faktorer som fx pakkemetode, tilsatte konserveringsmidler, varmebehandling, pH m.fl. Den samlede række af faktorer er også kendt som "hurdle-effekt". I denne artikel har vi valgt at fokusere på effekten af temperatur.

Jo lavere temperatur, desto længere holdbarhed

Holdbarhed af fersk kød og varmebehandlede kødprodukter begrænses af bakterier og konservering. Jo lavere temperatur, jo langsommere vokser bakterierne, og desto langsommere forløber harskningsprocessen. Derfor har produkter længere holdbarhed ved lave temperaturer. En tommelfingerregel er, at en fordobling af temperaturen betyder en halvering af holdbarheden. Det er godt at vide, at de bakterier, der fordærver en fødevarer, ikke gør os syge. Det er derimod bakterier, der findes naturligt i naturen og dermed også på fødevarer.



Figur 1. Holdbarhed af fersk kød opbevaret ved 1°C, 4°C eller 7°C. Kødet er opbevaret aerob, i MAP (70% O₂ + 30% CO₂) eller vakuum. Resultatet er fra beregninger med DMRIPredict (www.DMRIPredict.dk).

Betydningen af temperatur for holdbarhed af fersk grisekød er vist i figur 1. Figuren viser, at den længste holdbarhed på køl fås ved at vakuumpakke og lagre kødet ved 1°C. Var kødet i stedet blevet opbevaret aerobt ved 7°C, havde holdbarheden kun været 7 dage. Eksemplet viser tydeligt, at det er vigtigt at få kølet og pakket kødet hurtigst muligt og ikke opbevare det på mellemlagre ved højere temperaturer.

Pålægsprodukter er kendetegnet ved at være tilsat forskellig konservering fx salt, nitrit og mælkesyre, hvilket medvirker til at give en længere holdbarhed end for fersk kød. Men stadigvæk har temperaturen afgørende effekt for holdbarheden. I figur 2 ses et eksempel på holdbarhed af slicet MA-pakket pålæg. Figuren viser dels holdbarhed til ufrisk lugt, dels til et bakterieantal på 7 log cfu/g. Pålægget lagret ved 8°C har en holdbarhed (tid til ufrisk lugt) på 38 dage, mens den tilsvarende holdbarhed er 49 dage ved 2°C. Hvis der derimod måles tid til et kimtal på 7 log cfu/g, er holdbarheden 46 dage ved 2°C, mens den kun er 23 dage ved 8°C. Holdbarhedstiderne kan øges ved at sikre høj hygiejne ved pakning, så der er et lavere startkimtal, eller ved at tilsætte mere konservering fx mælkesyre og/eller acetat.

Jo lavere temperatur, desto bedre fødevarer sikkerhed

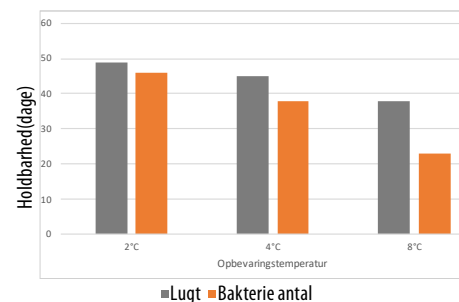
En anden fordel ved de lave opbevaringstemperaturer er, at der blandt de sygdomsfremkaldende bakterier kun er ganske få, som kan vokse, når køletemperaturen bliver lav. Ved 1-2°C er det fx kun *Yersinia enterocolitica* og *Listeria monocytogenes*, som kan vokse. Ved 8°C vil der derimod være risiko for vækst af langt flere sygdomsfremkaldende bakterier. Udover de to bakterier nævnt ovenfor vil der også kunne være vækst af fx *Salmonella*, *E. coli*, *Clostridium botulinum* og *B. cereus*.

En anden væsentlig faktor er, at de sygdomsfremkaldende bakterier også vokser langsommere ved lav temperatur. Der er således stor

forskel på, om et pålægsprodukt lagres ved 8°C eller 2-4°C. Dette er illustreret i figur 3, hvor den sygdomsfremkaldende bakterie *Listeria monocytogenes* vokser rigtigt hurtigt ved 8°C (6 logs vækst på 40 dage), mens der stort set ikke er nogen vækst ved 2°C (0,3 log vækst). Ved 4°C stiger antallet af *Listeria* med 1 log på 40 dage.

Lav temperatur kan erstatte konserveringsmidler

Lav temperatur er også meget vigtig, når der produceres varmebehandlede produkter uden konserveringsmidler. Væksten af sygdomsfremkaldende bakterier er i høj grad påvirket af den forømtalte hurdle-effekt, så når der ikke er konserveringsmidler i et produkt – så er temperaturen den eneste parameter, der sikrer, at bakterierne ikke vokser.



Figur 2. Holdbarhed af slicet MA-pakket pålæg. Produktet indeholder 2% salt, 72% vand og nitrit og har et startkimtal på 1 log cfu/g. MAP (20% CO₂ + 80% N₂). Pakkerne er opbevaret ved 2°C, 4°C eller 8°C. Resultatet er fra beregninger med DMRIPredict (www.DMRIPredict.dk).

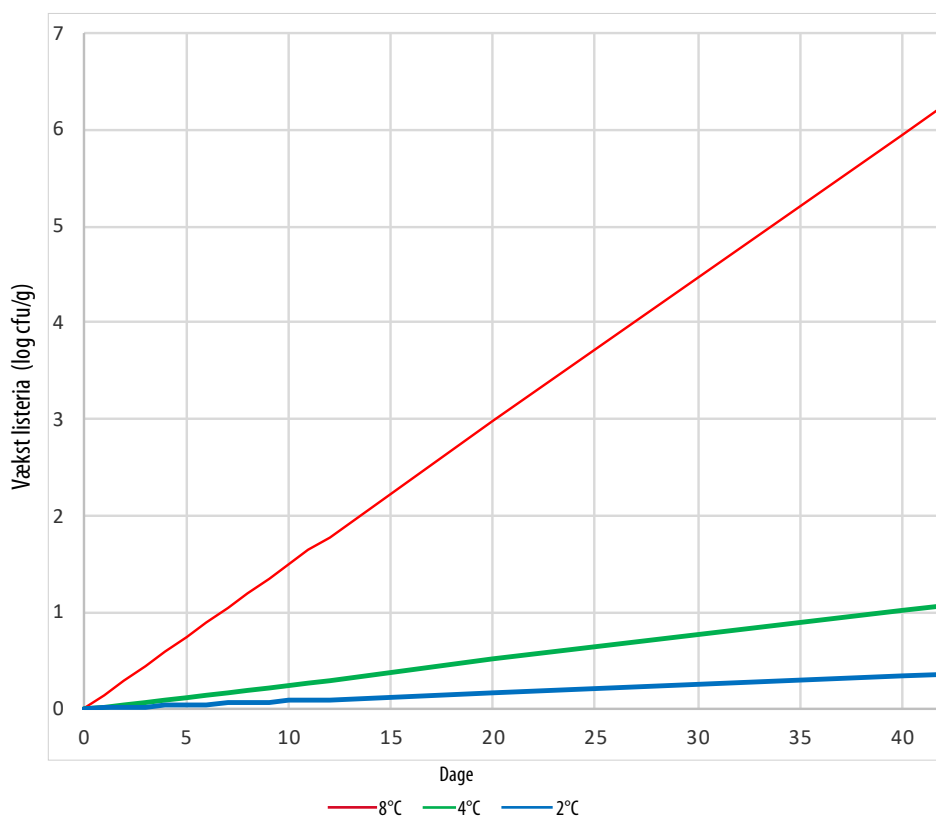
Den ønskede lagringstemperatur skal nås hurtigt

Slagtevarme eller forarbejdede kødprodukter bør nedkøles hurtigst muligt til den ønskede opbevaringstemperatur, så mikrobiologisk vækst bremses, og holdbarheden bevares. En Vemag-vogn fyldt med fars med en temperatur på fx 15°C, der stilles i et kølerum med 4°C til næste dag, vil med stor sandsynlighed ikke være kølet ned til 4°C i midten af vognen.

Ligeledes vil en stor kasse pølser med en temperatur på fx 10°C ikke køles ned til 4°C hen over natten i kølerummet. Det er derfor vigtigt at have fokus på, hvad temperaturen er i produktet og ikke kun i kølerummet. Nedkølingshastigheden vil i nogle tilfælde have indflydelse på forskellige kvalitetsparametre, og det er vigtigt at tage højde for dette, når en køleproces dimensioneres. Ved en ændring i produktionsvolumen eller procestid skal nye sikkerhedsprocedurer etableres, og kritiske målepunkter og tider defineres, så gunstige mikrobiologiske vækstforhold undgås. Udover registrering af fx kølerumstemperatur og kernetemperatur i produkterne kan det blive praktisk nødvendigt med indirekte temperaturmålinger. DMRI har ved flere lejligheder hjulpet virksomheder med at etablere og verificere CCP (Critical Control Points) både ved direkte og indirekte temperaturmålinger, så anvendte processer blev veldokumenterede overfor relevante myndigheder.

Så konklusionen er: *"Der skal være styr på temperaturen gennem hele processen fra råvare til færdigvare."*

Udvikling af modellerne på DMRIPredict er bl.a. finansieret af Svine-, Kvæg- og Fjerkræafgiftsfonden.



Figur 3. Vækst af *Listeria monocytogenes* i pålæg (2% salt, 60 ppm nitrit, 72% vand, pH 5,8). MA-pakket i 30% CO₂/70% N₂ og lagret ved 2°C, 4°C og 8°C. Resultatet er fra beregninger med DMRIPredict (www.DMRIPredict.dk).





Danmark må handle på ny tysk moms

Der er næppe tvivl om, at lukningen af grænsehandelen under corona-krisen har været med til at redde det danske næringsliv nogenlunde helskindet igennem krisen.

Nu, da grænserne og grænsehandelen åbner igen, bliver det imidlertid med en kraft, der er endnu større end før krisen, så det butiksliv, der blev reddet af grænselukningerne, da corona rasede, kan meget vel gå tabt nu.

Det nye er nemlig, at Tyskland fra den 1. juli sænker momsen. For fødevarer kommer den tyske moms nu og året ud helt ned på fem procent, mens den i Danmark fortsat er 25. For andre varer falder den fra 19 til 16 procent – og for restaurantbesøg falder den fra 19 til syv procent.

Formanden for FødevareDanmark, Leif Wilson Laustsen, opfordrer til handling:

- Danmark bliver simpelt hen nødt til at komme med en modreaktion på dette her. Det kan udkonkurrere ikke blot det sønderjyske, men meget store dele af det danske handelsliv, og det bør ansvarlige politike-

re ikke bare sidde overhørig – også fordi en stor del af hjælpepakkerne jo vil være spildt, hvis danske virksomheder efterfølgende bukker under i en helt skæv konkurrence med den tyske moms, siger han.

De økonomiske ”vismænd” har for nylig frarådet at sænke momsen i forbindelse med corona. Men nu er der en ny situation, mener Leif Wilson Laustsen:

- Når handelen siver ud af landet, siver pengene også ud af statskassen. Den får jo ikke momsindtægter fra grænsehandelen, så også ud fra et nationaløkonomisk synspunkt giver det god mening at holde så meget som muligt af handelen herhjemme, siger Leif Wilson Laustsen, som nu kalder på hurtig handling fra politikerne.



Danskerne shoppede økologi for 14 milliarder kroner i 2019

Økologiske fødevarer fylder stadig mere i danskernes indkøbskurve. Ifølge netop offentliggjorte tal fra Danmarks Statistik, så er salget af økologiske varer i danske supermarkeder og online steget med 9 procent fra 2018 til 2019 til i alt 14,1 milliarder kroner. Dermed er salget af økologi steget hvert eneste år siden 2003, hvor Danmark Statistik første gang offentliggjorte tal for detailsalget. Det betyder, at 12 procent af de varer, der sælges i den danske detailhandel er økologiske. Danmark har i de seneste år været det land i verden, hvor den økologiske markedsandel i detailhandlen var størst, og dette vil også være tilfældet i 2019 med den aktuelle stigning i økologisalget. Det glæder Kirsten Lund Jensen, der er økologichef hos Landbrug & Fødevarer: - Det er positivt at se, at danskernes lyst til økologien fortsat vokser. Stadig flere landmænd og virksomheder vil gerne prøve kræfter med den økologiske produktion, men det kræver, at der er afsætning for varerne. Så det er dejligt at se, at danskerne putter flere og flere økologiske varer i kurven, når de køber ind, siger hun.

Frugt og grønt er topscorer

I lighed med tidligere år er salget af økologisk frugt og grønt steget markant. Fra 2018 til 2019 er det steget med 13 procent. En anden stor varegruppe, hvor danskerne ofte vælger økologisk er mælk og mejeriprodukter, der i samme periode er steget med 8 procent. Også indenfor de

plantebaserede drikkevarer er der en markant stigning. Der blev solgt økologiske plantedrikke for 169 mio. kr. i 2019, hvilket er tæt på en fordobling på fire år. Denne trend vil formentlig fortsætte i de kommende år, da flere danske mejerier har lanceret plantebaserede drikke.

Salget af økologisk kyllingekød har fortsat de seneste års vækst, og i 2019 steg salget således med 8 procent i forhold til året før. Det samme gør sig gældende for mel og gryn m.v., hvor stigningen var på 10 procent.

Også de økologiske drikkevarer, øl og vin, fortsætter med at stige fra år til år. Der blev solgt øl og vin for 488 mio. kroner i 2019, hvilket er 13 procent mere end året før. Årsagen er at sortimentet af økologisk øl og vin bliver stadig større. Til trods for at tallene for salget af økologiske varer i detailhandlen og online i 2020 stadigvæk er usikre, så tror Landbrug & Fødevarer på endnu en stigning. Under coronakrisen har der ifølge detailhandlen været rigtig pæne stigninger i salget af økologiske varer i både butikkerne og onlinesalg, da mange har haft hjemme-arbejdsplads og det ikke har været muligt at spise ude.

- Detailsalget tegner rigtig godt og viser at danskerne stadigvæk har stor appetit på økologi. Vores bud er at salget af økologiske varer i detailhandlen og online i år lander på et sted mellem 10-15 pct. i stigning. Desværre må vi samtidig konstatere at salget til foodservice er faldet meget pga. coronakrisen, siger Kirsten Lund Jensen.

Kilde: Landbrug & Fødevarer



Velkommen til fremtiden

Vær med når fødevarerindustrien mødes
29. september – 1. oktober 2020

Bliv udstiller på FoodTech 2020 og styrk dine kunderelationer

FoodTech er fødevarerindustriens mødested, hvor du kan være med til at sætte scenen for fremtidens fødevarerindustri.

Læs mere på foodtech.dk eller kontakt



Susanne Hofmann
Tlf.: 99 26 99 43
shh@mch.dk

FOODTECH
MCH Messecenter Herning / 29. sept. - 1. okt. 2020



Arkivbillede af Theilgaards butik i Tarupcenteret i Odense.



Theilgaard

udvider slagterimperium med butik i Herning

Brødrene Viggo og Poul Theilgaard driver sammen virksomheden efter deres far Erhardt Theilgaard, der tilbage i 1958 grundlagde Slagter Theilgaard med produktion på hjørnet af Sjællandsgade og Nygårdsvej i Esbjerg.

Slagter Theilgaard med base på Oddesundvej i Kjersing planlægger at udvide forretningen med endnu en butik. Denne gang er det Herning, der står for skud. Det skriver Herning Folkeblad, der også kan oplyse, at det er store lokaler centralt placeret i gågaden, som slagterkæden fra Esbjerg har i kikkerten.

Salget til privatkunder er en fast del af den over 60 år gamle virksomheds dna, og Slagter Theilgaard har i forvejen fem butikker - to i Esbjerg, en i Blåvand, en i Odense og en i Aarhus. Dertil kommer engros-virksomheden på Oddesundvej i Kjersing, der udgør størstedelen af forretningen med salg til over 200 dagligvarebutikker og restauranter landet over. Theilgaards produkter eksporteres desuden til blandt andet Singapore, Grønland, Færøerne, Tyskland og England. Ifølge Herning Folkeblad planlægger Esbjerg-slagteren at åbne i Bredgade i lokaler, der

tidligere har tilhørt den hæderkronede Herning-slagter C.H.P. Gøtttsche, som gik konkurs i januar og derfor måtte lukke efter 113 år.

Grundlagt i 1958

Slagter Theilgaard har ifølge seneste årsregnskab 82 ansatte. I 2018 var overskuddet før skat 4,6 millioner kroner, mens virksomhedens egenkapital lød på 14,3 millioner kroner. Virksomheden blev grundlagt af Erhardt Theilgaard i 1958 og har haft forskellige adresser i Esbjerg, inden produktionen i 1996 blev samlet, da man byggede de nye lokaler på Oddesundvej. Da Slagter Theilgaard rykkede ud til Kjersing, skete der samtidig et generationsskifte, og i dag er det brødrene Viggo og Poul Theilgaard, som driver virksomheden. Viggo Theilgaard har ansvaret for butikkerne og produktionen, mens Poul står for køb og salg. Tredje generation i form af Søren Theilgaard, søn af Viggo, har desuden gjort sit indtog i familievirksomheden, da han i 2018 forlod jobbet som advokatfuldmægtig for at slutte sig til Theilgaard-imperiet.

Kilde: Jyske Vestkysten



MOGUNTIA

er klar med lækker smag til sommerens grillmad



Moguntias nye katalog – Smag indeholder opskrifter med de nye grillmarinader og andre nyheder

Der er ikke mange ting, der minder én så meget om sommer, som grillen gør. Og sommeren 2020 bliver endnu en spændende sæson for Moguntias kunder med nye produkter og lækre opskrifter. -Til denne sæson har vi valgt at fokusere på gennemsigtige marinader, siger adm. direktør Christian Vollstedt. - Vi synes, det er vigtigt, at slagteren kan vise det flotte kød til kunderne. Marinaderne gør, at både kødets udseende og struktur kommer helt til sin ret.

Marinade nyhederne er en "Steakpeber marinade - gennemsigtig glansmarinade med en smag af urter, løg, dildfrø og peber" og "Asiatisk marinade - asiatisk inspireret, gennemsigtig marinade med en frisk smag af honning, hvidløg, ingefær og koriander".

En anden spændende nyhed, der lanceres, er en "Grillpanering med Krydderurter". Det, der adskiller den fra andre paneringer, er, at den er

baseret på majsmeel. Det giver både et pænere udseende men også en bedre smag. Produktet er specielt velegnet til grill, da det kan modstå høj varmepåvirkning og dermed ikke brander som ved brug af f.eks. rasp. Den smager himmelsk på krebinner, schnitzel eller stegeflæsk m.m.

Både produkter og opskrifter præsenteres i den nye udgave af Magasinet SMAG by Moguntia, hvor man også kan læse om øvrige produkter og nyheder. - Vi glæder os meget til grillsæsonen og er sikre på, at vores produktvalg vil falde i kundernes smag samtidig med, at de giver et indbydende og flot oplæg i disken, siger Christian Vollstedt.

Kilde: Moguntia

25 arbejdspladser reddet

hos lokal håndværksbager i Vejle

Godt håndværk er forbundet med top kvalitet. Det er efterhånden alment accepteret blandt forbrugerne, at kvalitet koster. De danske forbrugere er villige til at betale for god kvalitet. Når det nu er tilfældet, hvorfor er det så, at mange fagligt dygtige håndværksmestre - f.eks. bagere, slagtere og kokke, der knokler alt for mange timer, tjener for få penge - er stressede og i alt for mange tilfælde forlader arbejdsmarkedet nedslidte?

En nøgletalsanalyse fra Probager dokumenterer, at bagermestre gennemsnitligt arbejder omkring dobbelt så meget som en lønmodtager, ikke tjener mere end en bagersvend og lever 15 år kortere end en gennemsnitlig dansk mand.

Der er nu mulighed for at få kr. 50.000,- i tilskud til at få vendt bøten, og komme styrket gennem Corona-krisen med plus på kontoen.

Det har Palle Thomsen fra Vejle gjort. Palles Bageri ligger i et industriområde. COVID-19 medførte et omsætningstab fra den ene dag til den anden på ca. 25 procent. Heldigvis havde Palle allerede taget hul på de nye ændringer, og han kunne hurtigt tilpasse sin forretning til den nye virkelighed. Med nogle få simple tiltag, har han nu øget sin omsætning, så han ikke endte med omsætningsnedgang, men i stedet har omsat for kr. 100.000,- mere end forventet i april måned.

Jacob Askham-Christensen fra Probager har hjulpet Palle med at skabe sine fine resultater, og de er langt fra færdige endnu. En digitalisering af arbejdsgangene i administrationen vil kunne øge bundlinjen med kr. 100.000. Optimering af arbejdsgange i bageriet vil yderligere kunne øge bundlinjen i bageriet op mod kr. 250.000. Sidst, men ikke mindst så vil coaching af butikspersonalet kunne øge bundlinjen med mellem 250.000 og 500.000 årligt.

Ifølge Jacob Askham-Christensen er der fem ting, du kan gøre, hvis du også vil have en bedre bundlinje:

1. Start med at sammenligne din virksomhed med nøgletal fra branchen: Hvor tilfredse er dine kunder? Hvordan er dine regnskabstal, dit prisniveau, dit produktudvalg og dine administrationsudgifter ift branchen. Probager har nøgletal for bagerbranchen og er netop ved at indsamle tilsvarende tal for slagterbranchen. Du er velkommen til at kontakte dem, hvis det har din interesse.

2. Ressourceoptimer din virksomhed: Kan du bestille dine varer billigere på en anden hjemmeside? Betaler du for meget for din revisor? Eller er der andet du kan gøre mere ressourceeffektivt?

3. Tænk nyt: Er der produkter, der kan supplere og understøtte dit eksisterende produktudvalg?

4. Spil dine medarbejdere gode. En af de mest succesfulde bagerier i nyere tid var bygget på mantraet: "Hvordan kan vi gøre det lidt bedre i dag, end vi gjorde i går?" En af deres medarbejdere der havde været hos dem i 27 år fortalte i et interview: "Det var som om, der var et kæmpe skilt over døren, hvor der stod 'Hvordan kan vi gøre det lidt bedre i dag, end vi gjorde i går' - men der var jo ikke noget skilt."

5. Sørg for, at du har den rigtige markedsføring. Gør det, vi ved, der virker. Jacob fra Probager underviser blandt andet på Institut for Marketing og Management på Syddansk Universitet for hele tiden at være forrest på viden om, hvad der virker. Størstedelen af håndværksbagerne står selv for deres online markedsføring. De fleste gør alt det, vi ved, der ikke virker. Det ville svare til, at de besluttede sig for ikke at bruge gær i deres brød. Det giver ikke mening. En af de mest succesfulde bagermestre i København konstaterer tørt i et interview: "Lad eksperterne klare markedsføringen".

Tilskuddet, som Palle Thomsen har modtaget, kommer fra Dansk Fødevareakademis uddannelsespulje Kompetenceudvikling). Der kan søges af virksomheder i Syddanmark om kr. 50.000,- i tilskud til ledertræning og kursusaktiviteter.

Probager; Jacob Askham-Christensen; Partner PhD;

Mail: jac@probager.dk; Mobil: 42619131.



Palle Thomsen (tv) og Jacob Askham-Christensen (th) foran Palles Bageri i Vejle.

Salg af gourmet ænder giver Gråsten Fjerkræ overskud

Gråsten Fjerkræ A/S kunne i 2019 notere en fremgang i salget af gourmet ænder med 13,5 procent i forhold til 2018. Den fremgang kombineret med fokusering på en effektivisering af produktionen har givet fjerkræproducenten en bruttofortjeneste på 5,8 million kroner. Overskuddet efter skat blev på 996.000 kroner svarende til en fremgang på knap 65 procent. Egenkapitalen blev også forøget og er nu på 5,5 millioner kroner.

– I 2019 oplevede vi et år, hvor der var flere penge mellem i hænderne på forbrugerne. Det betød øget interesse for produkter af høj kvalitet og økologi. Det nød vi godt af. Udover en vækst i salget af vores gourmetænder havde vi en vækst på 5,2 procent af vores økologiske kyllinger, siger bestyrelsesformand Gunder P. Jensen. Medvirkende til det øgede salg af Gråsten Gourmet Ænder er samarbejdet med Kokkelandsholdet, der anvendte gourmetanden i den menu, de deltog med ved OL i Stuttgart i februar.

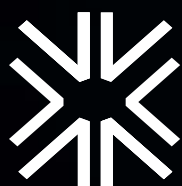
Om muligheden for i 2020 at præsentere et ligeså godt årsregnskab siger Gunder P. Jensen. –I perioden marts til maj har vi vel skønmæssigt mistet en ugentlig omsætning på en kvart million til corona-nedlukning, og de penge kan ikke hentes hjem. Nu er mange af vore kunder tilbage efter en nedlukningen, og vi ser, at salget bevæger sig mod bedre tider. Dertil kommer, at vi nu er repræsenteret i flere og flere af de toneangivende detailforretninger.



Gråsten Gourmet Berberi And spillede en central rolle i den menu, som danske familier får serveret til Mortens aften og jul.

TJEN FLERE PENGE PÅ DIN FØDEVAREVIRKSOMHED

Søg tilskud til ledertræning hos Dansk Fødevareakademi, og fuldend din virksomheds potentiale.



DANSK
FØDEVARE
AKADEMI.DK



Nakskovs sidste slagter lukker – en æra er slut

Selv ikke coronakrisens fornyede interesse for hjemmelavet mad kunne redde Slagter Friis i Nakskov fra lukning. Slagterens sidste åbningsdag var torsdag 28. maj. Butikken har på flere adresser været en del af Nakskovs bybillede siden 1933, hvor Peter Friis' farfar etablerede sig i Nakskov blandt adskillige andre slagterbutikker. - Det er med et trist hjerte, at jeg nu lukker slagterbutikken; men der er ingen vej udenom, slår Peter Friis fast og fortæller om, hvordan sygdom i forretningen i december sidste år satte en stopper for det ellers lukrative salg af nytårsmenuer. - Vi havde allerede afsat 80 nytårsmenuer, da vi var nødt til at lukke ned og tilbagebetale de kunder, som havde købt nytårsmenuer. Den manglende omsætning under coronakrisen har så været det sidste skub mod en uundgåelig lukning, erkender Peter Friis.

Ingen købere

- Desværre er det ikke lykket for mig at finde en køber, selvom butikken nu har været til salg i mere end et år. Nu kan kun tiden vise, hvad man vil kunne finde i forretningens lokaler fremover. Mulighederne er man-

ge, og jeg er sikker på, at der nok skal dukke noget op inden længe, siger Peter Friis, som fremover vil koncentrere sig om sit online-firma, hvor han sælger termokasser. - Det er fra online-forretningen, at min indtægt fremover skal komme. Så jeg glæder mig til at optimere sitet og besøge mine kunder - noget, som jeg hidtil ikke har haft tid til, lyder det fra den 51-årige eks-slagteren, som uddyber sine fremtidsmuligheder: - Jeg glæder mig lige nu mest af alt til en fremtid med mere frihed og fleksibilitet; en dagligdag, hvor jeg i højere grad selv kan tilrettelægge min arbejdstid og frihed, og hvornår jeg kan sejle en tur i min netop indkøbte motorbåd.

Og så glæder jeg mig rigtig meget til at kunne tage på juleshopping og julehygge i byen sammen med mine voksne børn (hvis de stadig gider) - noget af det der har været nærmest umuligt at nå, især i de seneste år. Alt i alt ser Peter lyst på fremtiden.

Kilde: Nakskov avis

Kolind Slagteren flytter fra Bredgade til Bugtrupvej



Nu er det en kendsgerning, at Kolind Slagteren skifter adresse efter et længere tilløb i forårsmånederne. Slagtermester Jan Hald Thomsen har sammen med sin hustru Lone Hald Thomsen købt ejendommen på Bugtrupvej 7 af Jon's El A/S, der har base i byen Mørke.

Mere plads

Lone og Jan Hald Thomsen forventer at rykke ind i lokalerne efter sommerferien. - Vi håber på august eller september, men i denne tid er det svært at love en specifik dato. Derfor vil jeg hellere sige i løbet af efteråret, siger Jan Hald Thomsen. - Vi bibeholder det nuværende lejemål i overetagen, mens underetagen med butik og baglokale skal renoveres og laves om til en moderne slagterforretning. Sådan noget tager selvfølgelig tid.

Lone og Jan Hald Thomsen har investeret i en ejendom med et samlet areal på 366 kvadratmeter. De får selv cirka 270 kvadratmeter at lege med til slagterforretningen mod de nuværende 119 kvadratmeter i Bredgade. - Vi har været uhyre glade for vores tid i de nuværende lokaler, men vi glæder os til at få mere plads og mere moderne forhold, siger Jan Hald Thomsen. Lone og Jan Hald Thomsen overtog Kolind Slagteren ved årsskiftet 2013 efter parret Henny og nu afdøde Johannes Friis. Ægteparret Friis havde frem til generationsskiftet drevet slagterbutikken i samfulde 23 år.

Kilde: Avisen Syddjurs

Ny strategi virker:

HK Scan vender flere års underskud til plus

Den finskejede kødkoncern HKScan har i flere år kæmpet med sine danske kyllingeslagterier.

De seneste seks år har HKScans danske forretning givet et underskud på over en halv milliard kr. - helt præcist -502,9 mio. kr. Bundlinjen lød i 2019 på -74,2 mio. kr., og første kvartal af 2020 bød også på et minus. Men det er ikke hele historien. For HKScan, der er store på gris og kylling i Finland og Sverige - og i Danmark ejer det tidligere Rose Poultry kyllingeslagteri - har nemlig alligevel opnået deres første resultat i plus i flere år, og det er et resultat af en ny og tilsyneladende succesfuld strategi. Ser man nemlig på de seneste løbende 12 måneder, er der samlet set faktisk et plus i driftsresultatet på 29 mio. kr.

-Vi er inde i en god udvikling, og vi har opnået det første indbringende kvartal i lang tid. Det er en god begyndelse, og jeg tror, at nu går vi i den rigtige retning, siger HKScans administrerende direktør i Danmark, Jukka Nikkinen,

der præsenterede tallene for medarbejderne på et online møde i starten af maj.

Vender forretningen rundt

Kigger man i hårde tal er første kvartal af 2020 dog stadig lukket med et minus, men det er markant mindre, end tabet forrige år. I 2019 endte første kvartal med -75,3 mio. kr., mens det tal er forbedret med 46 mio. i 2020. - Vi sælger meget mere kylling nu, og første kvartal sidste år var ikke godt, og det får forskellen til at se endnu større ud, siger direktør Jukka Nikkinen. I første kvartal 2020 solgte virksomheden lår, bryster og øvrige udsækninger for lige over 3 mia. danske kroner. Men det er ikke kun de øgede mængder, der har sikret et overskud. Den nye strategi indebærer også, at kyllingeslagteriet i langt højere grad vil satse på fersk kylling end frossen - og at der skal laves mere hakket kød. - Konkurrencen er meget hård, men vi er sikre på, at vi har lagt en

god plan, og at den virker. Succesen bygger på især de danske og de svenske detailkunder", siger Jukka Nikkinen. Fersk kylling koster mere end frossen, der oftes eksporteres til lavere priser.

Kyllingerne skal tilberedes i Danmark

Som led i strategien har slagteriet investeret over 35 mio. kr. i udvikling af og maskineri til de to danske slagterier i Vinderup og Skovsgård, så de selv kan tilberede og friturestege kyllingen. - Vi vil begynde at lave den slags færdige produkter fra sommer. Indtil nu har vi outsourcet den del til virksomheder i udlandet, så det vil både give bedre økonomi og er bedre for miljøet, at vi holder det i Danmark, siger Jukka Nikkinen.

HKScan forventer, at det samlede resultat for 2020 vil være end forbering sammenlignet med 2019.



Hou Mesterslagter til salg

Veldrevet slagterbutik med en årlig omsætning på godt og vel 7.750.000 kr. ex. moms ønskes solgt.

Hou Mesterslagter har en stor fast kundekreds, lige som antallet af bestillinger på "mad ud af huset" er i fortsat vækst og udgør ca. 50 % af den samlede omsætning.

Interesserede bedes kontakte slagtermester Torben Enghøj
Tlf. +45 26 16 87 17 · E-mail info@mesterslagter.dk

pris

Ny EI260-C brandskydeport fra Door System

Den østjyske dørproducent Door System har udviklet en helt ny danskproduceret EI260-C brandskydeport, der er testet iht. EN 1634 hos Dansk Brand- og Sikrings-teknisk Institut (DBI), og den første CE-mærkede brandskydeport forlod Door System's fabrik i begyndelsen af juni.

Nye skrappe regler for brandgodkendelse betyder, at brandskydeporte og udvendige branddøre skal være testet, godkendt og også CE-mærket i henhold til EN 16034 (den nye europæiske standard for branddøre, som har erstattet den danske standard DS 1052).

- Vores nye EI260-C brandskydeport lever op til de nye krav for brandgodkendelse. Den er produceret på vores egen fabrik i Hørning og testet fra begge sider iht. EN 1634 hos DBI, hvor den holdt i 1 time og 16 min, fortæller Søren Rahbek, salgsschef hos Door System.

Nemmere montage og billigere fragt

Door System's nye brandskydeport er driftssikker og robust med rustfri karme. Som noget nyt kommer portblad og karm opdelt i sektioner, hvorefter de samles på pladsen. Det gør det nemmere at montere og giver store fordele og besparelser ved fragt, ikke mindst uden for landets grænser.



Se mere om Door System's nye EI260-C brandskydeport: www.doorsystem.dk/produkter/brand/brandskydeporte/

Om Door System A/S

Door System udvikler, producerer og monterer døre og porte til fødevarerindustrien, den farmaceutiske industri og detailhandlen. Lige siden starten i 1998 har det været virksomhedens grundfilosofi, at dørløsningerne skal være af allerhøjeste kvalitet. Det betyder også, at virksomhedens løsninger måske ikke umiddelbart er de billigste på markedet. Men høj driftssikkerhed og store besparelser i energiforbrug og vedligeholdelsesudgifter gør det til en favorabel investering set over den samlede levetid.

Alle døre og porte udvikles og produceres på den nye fabrik i Hørning, hvor dygtige medarbejdere, der gennem mange år har sikret sig stor viden og indsigt, er en af de væsentligste årsager til den høje kvalitet. Virksomheden har egne servicemontører og tilbyder fuld skala serviceaftaler. Door System har eget datterselskab i England og distributør i Sverige, og de to lande er virksomhedens væsentligste eksportmarkeder. Virksomheden beskæftiger i alt 40 medarbejdere.

Madnørderne kaster sig over **røgeovne**

Den voksende gruppe af amatørgastronomer er konstant på jagt efter nye køkkentrends, hvilket har fået efterspørgslen på røgeovne til at stige, oplever virksomheden Biltoma. De lune sommernætter på terrassen står for døren og med en grill i snart hver eneste have, har en stor del af de danske madnørder kastet sig over røgeovne. Danmark er et rigtigt gastrerland med mange fritidsgourmander, der konstant skal afprøve nye madlavningsteknikker og opskrifter. Hos en af landets største forhandlere af griller og røgeovne, Biltoma, oplever man en eksplosiv efterspørgsel på røgeovne i forskellige størrelser og varianter.

- I de seneste år har vi tilføjet flere og flere modeller til vores sortiment af røgeovne, og salget bliver bare ved med at stige. At røge fisk og kød er en ældgammel tradition, der har været glemt i mange år. Netop derfor tror jeg, at røgning for alvor er blevet populær igen. Hjemmerøgning giver lækre madvarer, og så er det også en fin måde at imponere gæsterne på, smiler Per Normann, der er hus- og haveekspert i Biltoma.

Per Normann giver her sine bedste råd, så nybegyndere kan opnå vel-smagende røgvarer: Lær din ovn at kende - Inden du kaster fisketurens fangst eller andet kød i din nye røgeovn, er det en god ide først at lære den at kende. Den korrekte temperatur på røgen er altafgørende for det gode resultat. Læg et stegetermometer ind i ovnen og forsøg dig frem ved at variere mængden af briketter, og hvor meget luft du lukker igennem spjældene. Forsøg at ramme henholdsvis 20, 40 og 80 grader. Husk saltning - Saltning er en nødvendighed og understreger den fine smag i dine røgvarer. Der er to metoder til saltning - lagesaltning og tørsaltning. Gå

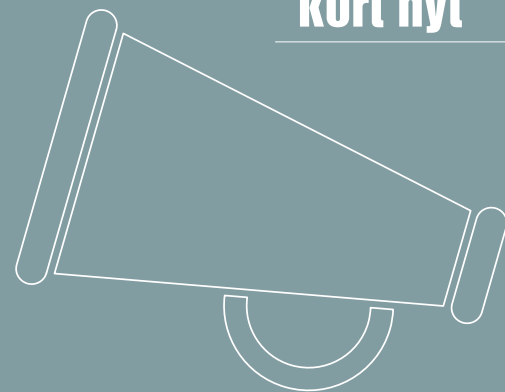
efter en standardlage med otte procent salt, og lad fisken salte i minimum syv timer i køleskabet. Tørsaltning gøres nemt ved at gnide kødet ind i rigeligt salt og lægge det i en pose i køleskabet. Husk at børste saltrester af inden røgningen.

Vælg en røgmetode - Med røgning er der tre grundmetoder med tre forskellige temperaturer. Koldrøgning ved 15-20 grader, halvvarm ved 25-35 grader og varm-røgning ved 40-80 grader. Koldrøgning har en højt konserverende virkning og anvendes til fisk som laks, torsk og sej, men også bacon, hamburgerryg og spegepølse. Halvvarm røgning anvendes hovedsageligt til pølser, skinker og fjerkræ. Varmrøgning bruges kun for smagens skyld og konserverer slet ikke varen. Den varmrøgede laks er en klassiker, men metoden kan også bruges til pølser.

Eksperimenter med træet - Normalt anvendes bøge- eller elletræ til røgning. Det er nemt at tilføje duftende noter til røgningen ved at til-sætte tørrede krydderurter eller enebær. Hold dig fra træsorter med meget harpiks, da smagen bliver meget voldsom. Træspånerne kan du sagtens lave selv, men brug ikke savsmuld, der er lavet med en kædesav, da det er fyldt med kædeolie, der ikke er sundt at indtage.

Kilde Ritzau





Vidste du at ...

Markant stigning i salget af økologiske fødevarer under coronakrisen

Danskerne har købt langt flere økologiske fødevarer under coronakrisen end ellers. Salget af økologi er steget op mod 20 pct. under corona, og udviklingen ses både i de fysiske og de digitale dagligvarebutikker. I den netop offentliggjorte Økologisk markedsrapport 2020, som udgives af Økologisk Landsforening, melder en bred vifte af dagligvarebutikker om økologisk vækst. Verdensmesterskabet i økologi har altid været danskernes, og under corona-krisen er det mesterskab blevet styrket markant med op mod 20 pct. stigning i salget af økologiske fødevarer. En lang række dagligvarebutikker – både fysiske og digitale – melder om en økologisk vækst, der er langt over den normale og som skaber helt nye scenarier på hylderne. I nogle varegrupper krydser vi fingre for, at der ikke opstår en mangelsituation på fx økologiske kornprodukter, fordi der under coronakrisen er sket op mod en 25 pct. stigning i salget, siger Thomas Roland, CSR-chef i Coop til Økologisk markedsrapport 2020, som udgives af Økologisk Landsforening.

Kilde: Økologisk Landsforening Oste-kalve har fået nye farver

Tyrekalve i nye farver

Nej, det er ikke synsbedrag. De to tyrekalve foran butikken Caseus Ost og Delikatesser på Stændertorvet i Roskilde har fået nye farver. Hidtil har de været blå og hvide som logoet på den hollandske ost Beemster, de er ment som reklame for, men det har ændret sig, efter kunstneren Poul Erik Bermann har haft fingre i dem. Han mødte Caseus-indehaver Allan Caseus til Erhvervsforum og Roskilde Kommunes nytårsskur på rådhuset og spurgte, om han kunne købe en af kalvene? Svaret var, at de ikke var til salg, men i stedet aftalte de, at Poul Erik Bermann kunne male dem, og så ville Allan Caseus sætte dem på auktion i 2021 og give pengene til udsatte børn i Roskilde.

Kalve med tour-farver

Det betyder dog ikke, at det en dag vil være slut med at se kalvene foran butikken, for Allan Caseus har tænkt sig at få to nye kalve, som Poul Erik Bermann skal male som optakt til

etapestarten i Tour de France i Roskilde i juli 2021. Fejringen er planlagt til at begynde allerede i marts, og Poul Erik Bermann har lovet at lade sig inspirere af touren i sit valg af farver og mønstre. Blandt andet ser Allan Caseus gerne, at den ene af kalvene skal hædre den franske cykelrytter Raymond Poulidor. - Han var kendt som den evige toer, fordi han blev nummer to i Tour de France tre gange og nummer tre fem gange, men trods det blev han publikums yndling, og når han ikke kørte cykel, solgte han ost, fortæller ostehandleren. Caseus' to kalve er især populære blandt børnene.

Kilde: sn.dk

Coronakrisen har fået os til at købe mere dansk

YouGov har for nyligt publiceret den årlige Food & Health-rapport, som beskriver de nordiske forbrugeres holdning til mad, livsstil og sundhed samt udviklingen gennem mere end ti år. YouGov har i tillæg undersøgt, hvordan coronakrisen har påvirket forbrugernes holdning til mad, livsstil og sundhed.

Coronakrisen har især ændret ved danskeres holdning til fødevarers oprindelse. For hver tredje dansker (32%) er det blevet vigtigere at købe danskproducerede fødevarer. For næsten en fjerdedel (23%) er det også blevet vigtigere at støtte fødevarerproducenter i nærområdet. Forbrugernes ændrede holdninger afspejler sig også i danskernes forbrug. Igen er det hoved-

sageligt danske varer, forbrugerne køber mere af (26%) efter coronapandemien. Hver femte køber desuden flere nærproducerede fødevarer (18%), ligesom en femtedel køber flere sunde alternativer (18%). En tiendedel af forbrugerne svarer, at de har købt flere lavprisvarer under coronakrisen. Dette er en lavere andel sammenlignet med de øvrige nordiske lande. I Norge og Finland har mere end en femtedel købt flere lavprisvarer (henholdsvis 22% og 23%), mens andelen er 15% i Sverige.

De sidste mange års klimadebat har medført et øget fokus på klimavenlige fødevarer. Food & Health-undersøgelsen viser, at før coronakrisen ændrede flere forbrugere deres vaner i en mere klimabevidst retning, fx ved at vælge sæsonbaseret frugt og grønt (31%), bæredygtigt/miljømærket kød eller fisk (hhv. 21% og 15%) og lokalproducerede fødevarer (20%).

Kilde: Ritza

Fødevareministeren forbyder brug af fluorstoffer i fødevareemballage

Fra 1. juli bliver pap, mad- og bagepapir med tilsatte fluorstoffer forbudt i Danmark. Muffin-forme, mad- og bagepapir og indpakningspapir til burgere og anden fastfood kan være behandlet med fluorstoffer, som giver overfladen en vand- og fedtafvisende effekt. Men fluorstofferne er både sundhedsskadelige og meget svære at nedbryde i miljøet. Derfor forbyder fødevareminister Mogens Jensen pr. 1. juli brug af



fluorstoffer i fødevareemballage, skriver Miljø- og Fødevareministeriet i en pressemeddelelse. - Fluorstoffer kan vandre over i vores mad, og den risiko vil jeg ikke acceptere. Derfor får vi nu et dansk forbud mod fluorstoffer, som træder i kraft 1. juli. Jeg mener, at stofferne udgør et alvorligt problem, og vi kan derfor ikke vente på EU-regulering, siger Mogens Jensen. Mogens Jensen noterer sig, at fødevarebranchen har taget godt imod beslutningen, da der findes andre løsninger end de fluorerede stoffer. Fødevareministeren går en gang med et dansk forbud, fordi EU's fødevaresikkerhedsautoritet, EFSA, har ændret risikovurdering af fluorstofferne. Forbuddet omfatter fødevarekontaktmaterialer af pap og papir, der har været behandlet med organiske fluorerede forbindelser.

Kilde: DI

Online slagter blev kendt i Løvens hule - omsætning er kun steget siden

Mr. Beef sælger udelukkende kvalitetskød fra blandt andet USA, Danmark og Australien. Virksomheden Mr. Beef, der sælger kvalitetskød på internettet, har fået travlt efter medvirken i tv-program. Corona-pandemien har endda givet dem endnu mere medvind. Der er kunder at hente, hvis man sælger kvalitetskød på internettet med levering til hjemmeadressen. Det tyder succes hos virksomheden Mr. Beef i hvert fald på. De sidste fire år har virksomheden solgt alt fra ribeye og mørbrat til pattegris og grillpølser - men de har vækset særligt mærkbart det seneste år. På virksomhedens fire leveår er de gået fra 0-10 millioner i omsætning, skriver de på egen hjemmeside. Målet for 2020 var egentlig en fordobling, men omsætningen har allerede slået alle forventningerne. - Vi havde et mål om at omsætningen ville stige to en halv gang i forhold til sidste år, men nu omsætter vi for fem gange så meget. Vi har lavet en ny markedsføringsplan, som har givet os en del. Og så har Løvens Hule selvfølgelig også øget kendskabet til os, det er da klart, siger direktør i Mr. Beef, Ole Østberg Sørensen.

De er otte medarbejdere i virksomheden i dag, men for bare halvanden måned siden var de fire.

-Vi skal ansætte to mere inden sommerferien, og grunden til, at vi ansætter så sent, er corona. Jeg trak lige i håndbremsen, men så stod vi pludselig i en unik situation, fordi vi bare måtte fortsætte. Corona har ikke været negativt for os. Danmark begyndte jo at handle meget mere online, siger direktøren. De har haft planer om at udvide deres lokaler med 1000 kvadratmeter mere til næste år. Men



på grund af virksomhedens fremgang, regner Ole Østberg Sørensen nu med at byggeriet går i gang inden for et par måneder. - Jeg kigger jo på, hvor stort potentialet er, og det er meget stort. For alle skal have noget at spise hver dag, siger han.

Kilde: Landbrugsavisen

Stærke grønne tal får Løgismose til at satse på ny type plantefars

Flere og flere danskere spiser kødfrit, viser nye tal fra Madkulturen. Ifølge Løgismose åbner det for mere kreativitet og kvalitet i detailhandlen. Nyeste bud er en økologisk, vegansk plantefars af ærlige råvarer.

Det er ingen hemmelighed, at den grønne dagsorden for alvor fylder i samtalen om fødevarer i disse år. Lige fra primærproducenten over detailhandlen til forbrugeren spirer nye produkter og behov frem i rekordtempo. For danske Løgismose er det dog vigtigt, at den hastige udvikling ikke betyder, at man går på kompromis med hverken smag, holdning eller håndværk. - Det skal være delikat og velsmagende at spise mere grønt, og produkterne skal være lavet af gode råvarer. Derfor lancerer Løgismose nu en ny, økologisk, 100 % plantebaseret fars med gulerod og kikærter krydret med ingefær og chili. Perfekt til den grønne frokost og som grønt indslag til middagen, siger Max Schellenbauer, kategori- og innovationsdirektør i Løgismose, og uddyber: - Vi ser det som vores fremmeste opgave at inspirere forbrugerne til at skabe og spise lækre, grønne retter spækket med god smag, masser af kryd-

derier og en klar holdning til både kvalitet og produktion.

Kilde: Ritau

Analyse: Turismeomsætning står til at falde med 19 mia. kr.

En ny analyse SMVDanmark (tidligere Håndværksrådet) viser, at mangel på turister i marts, april og maj står til at koste turismeerhverv 19 mia. kr. i tabt omsætning. Der er behov for at sætte gang i turismen, mener cheføkonom i SMVDanmark Mia Amalie Holstein: - Vi står med en branche, der styrtbløder. Fra marts til maj har turismeerhvervene i gennemsnit mistet 200 mio. kr. om dagen. Det tal vil kun stige, når vi rammer højsæsonen, siger hun og fortsætter: - Det vigtigste, vi kan gøre lige nu, er at åbne grænserne helt for tyske turister. Tyskerne står for knap 1/3 del af alle kommercielle overnatninger i Danmark, og Tyskland har meldt ud, at de er klar til at åbne grænsen. Vi har stor respekt for, at vi skal gøre, hvad der er sundhedsmæssigt ansvarligt, men samtidigt vil vi også gerne understrege, at det kan blive meget dyrt, hvis vi ikke som minimum prioriterer en grænseåbning til nabolandene. Derudover foreslår Mia Amalie Holstein, at hjælpepakkerne i højere grad hjælper turismeerhvervene gennem krisen: - Selvfølgelig er der hjælp at hente i hjælpepakkerne, men hjælpen er ikke tilstrækkelig. For støtten står til at stoppe midt i industriens højsæson, og grænselukningen gør, at Danmark stadigt må se langt mange turister. Omkring 50 pct. af branchens indtægter ligger i sommermånederne. Hvis vi ikke sikrer, at turismeindustrien har en egentlig sæson i 2020, må vi forvente, at det bliver nød-

vendigt at understøtte industrien langt ind i 2021, udtaler hun.

Kilde: Ritzau

Afgørende salg: Danish Crown henter mere end hver tiende krone i Kina

Selv om Kina lukkede ned som følge af corona-krisen, lykkedes det Danish Crown at treoble salget til landet i første halvår af selskabets regnskabsår. Danish Crown tredoblede sit salg til Kina i første halvår 19/20 i forhold til samme periode året før. Det betød, at i månederne fra oktober sidste år og frem til og med marts i år stod salget i Kina for 12 procent af omsætningen for hele slagterikoncernen. Og det selv om Kina reelt lukkede ned for store

dele af varetransporten i store dele af januar, februar og marts for at begrænse spredningen af corona-virus. Topchef Jais Valeur peger da også på netop det store land i øst, når han skal forklare de tre vigtigste årsager til, at koncernen har præsenteret et halvårsregnskab med historisk pæne tal.

- Det er Kina, frasalget af Tulip i England, hvilket får fuld effekt i dette halvår, og så at vores syv forretningsenheder alle leverer bedre resultater end året før, konstaterer han. Netop den vilde situation med afrikansk svinepest i Kina var det, der sendte svinepriserne på himelflugt fra sidste år i marts.

Den situation har Danish Crown fået det maksimale ud af, mener topchefen. Også selv

om corona-virus pludselig kom på tværs - og store dele af Kina blev lukket for varetransport i årets første måneder.

- Vi har styret stærkt igennem corona i Kina. Vi har kunnet afskibe og haft gode kunder i Kina, selv om der har været corona. Der fik vi varer igennem, påpeger han.

Jais Valeur vurderer, at salget vil fortsætte også de kommende måneder - omend på de velkendte svingende niveauer, hvor kineserne køber i perioder og så holder igen i andre. -Den underliggende efterspørgsel i Kina vurderer vi til at være stærk. På kort bane har de rigeligt med kød, men den underliggende efterspørgsel kommer tilbage, spår han.

Kilde: Landbrugsavisen

Mindeord for Frank Rylander

AF OLE FIND JENSEN, LOKALAVISEN FREDERIKSSUND

Det er svært og næsten uvirkeligt at skrive mindeord om Frank Rylander, der i en alder af kun 58 år er afgået ved døden, men det er den virkelighed som Franks familie og mange venner nu er i. Et hjertestop under en CT scanning var så alvorligt, at hans liv ikke stod til at redde, og den 14. maj sov han ind med sin nærmeste familie omkring sig.

Vi kommer til at savne hans venskab, hans hjælpsomhed, det gode kammeratlige samvær og hans muntre og slagfærdige stemme, når vi mødes til sammenkomster, på stadion eller i tipsklubben, hvor han i mere end 30 år var vært for seks gamle venner, der mødtes en gang om ugen og insisterede på at være fodboldeksperter. Altid muntert med Frank som det naturlige centrum. Frank var slagter i Kødbyen det meste af sit arbejdsliv - lige fra dengang slagtervirksomheder lå side om side til nu, hvor kun en håndfuld er tilbage, men Frank holdt ved - de seneste 10 år som selvstændig slagtermester med "Franks Kød en Gros".

Man skulle stå tidligt op for at klare sig i Kødbyen - i mere end en betydningsfuld. Frank

havde fra ung lært den jargon og slagfærdighed, der hører til faget, og alle, der kendte ham ved, at "slagtersproget" blev brugt, når der skulle gives besked.

Et muntert, men også hårdt arbejdsliv, med en hverdag der normalt startede kl 01- hvor Frank kørte fra hjemmet i Dalby til Kødbyen for at gøre klar til svende og chauffører. Kunderne skulle jo have leveret varer fra morgenstunden! Han kunne lide livsstilen, men vidste godt, at arbejdslivet sled på kræfterne, så derfor tillod han sig også ferier med familien på Kreta, hvor han færdedes hjemmefra og på Tenerife blandt andet i selskab med norske venner. Mange husker ham også fra en række skiture, hvor han altid var med til at sætte stemning, allerede når selskabet tog plads i flyveren.

Frank var københavnernerd og ivrig sportsmand. Han dyrkede flere sportsgrene, men via fodbolden kom han til Dalby IF, hvor han som meget ung fik debut på foreningens førstehold. Flere alvorlige knæskader satte en tidlig stopper for karrieren, men han blev i klubben og valgte at slå sig ned i Dalby, hvor han stiftede familie,

og hvor han med sit humør og sin hjælpsomhed fik en stor vennekreds - man kunne altid regne med Frank.

Æret være Frank Rylanders minde.

Kilde: sn.dk

Messeoversigt 2020/21

Bite Copenhagen

26. - 27. august 2020
Food fari of the future
www.bitecopenhagen.dk

Foodtech, Herning

29. september - 1. oktober 2020
Maskiner i fødevarerbranchen
www.foodtech.dk

Sial, Paris

18. - 22. oktober 2020
International fødevarermesse
www.sialparis.com

Süffa messe, Stuttgart

7. - 9. november 2020
Slagtere, mindre producenter
- Tyskland, nabolande
www.messe-stuttgart.de/en/sueffa

Foodexpo, Herning

21 - 23. marts 2021
Fødevarermesse - foodservice,
detail og maskiner
www.foodexpo.dk

Dødsfald

Slagtermester Henning Byskov, der i mange år drev slagterbutik i Thyborøn, er afgået ved døden den 20. maj 2020.

Henning ville være fyldt 77 år den 26. maj.

Æret være hans minde!

leverandørliste

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



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

Blækhatten 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**

Emballage



Traysealere
Dybtrækningsmaskiner



Vakuumposer
Krympeposer
Folier
Trays



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



DanePork

www.danepork.dk

Tørskindsvej 19

St. Lihme - 7183 Randbøl

Tlf. 75 88 38 66 - Fax 75 88 39 20

info@danepork.dk

Annoncer til
fødevaremagasinet

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



Maskiner

ingvald™

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
- DYBTRÆKSMASKINER
- KRYMPEPAKKEMASKINER



pmpack.dk - tlf. 7560 2000

PM pack

Satellitvej 7-8700 Horsens-mail@pmpack.dk



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

Annoncer til
fødevaremagasinet

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



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 Emmentaler)

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

MOGUNTIA FOOD GROUP

Flavoursome solutions since 1903



MOGUNTIA A/S

Tlf. +45 86 42 96 66 | www.moguntia.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

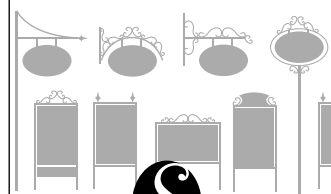
FØDEVARE KONSULENTEN

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

Rådgivning
Risikostyring
Kvalitetsarbejde

Skilte og Reklame

SMEDEJERN- SKILTE



SURROW

SMEDEJERN · SKILTE · INVENTAR
TELEFON 86 49 59 21 · WWW.SURROW.DK

OSTESPECIALITETER FRA OSTEHANDLERENS GROSSIST-LAGER

Ulvehavevej 44 · 7100 Vejle

75 65 26 46

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

Annoncer

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

Rådgivning

PROFESSIONEL LØNADMINISTRATION EFTER OVERENSKOMSTEN



87 10 19 30 * PROLOEN.DK

FødevareDanmark

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

Markedschef

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



fødevaredanmark



fødevarevarer

Krydderier

SOLINA

DESIGNING SUCCESS STORIES TOGETHER



MARINADER | KRYDDERIER
HJÆLPSTOFFER | SPECIALBLANDINGER
NATUR- & KUNSTARME | EMBALLAGE

BESTIL DINE VARER ONLINE PÅ

SOLINA-RETAIL.DK

Tlf. 8629 1100

Annoncer

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

Annoncer til fødevaremagasinet

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

Dansk Revision

DANSK REVISION SLAGELSE

Regnskab og rådgivning
til fødevarebranchen

Kontakt

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

FPR

FPR Forsikringsmægler A/S
forsikrer
FødevareDanmark

70 20 29 29
www.fpr.dk

Vægte

Scanvægt

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

Scanvægt Nordic A/S

Stærmosøgårdsvej 2 · 5230 Odense M
Tlf. 65916000 – Fax 65916100
info@scanvaegt.dk - www.scanvaegt.dk

Annoncer

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

**STØRRE MERSALG
HURTIG EKSPEDITION
SPARER ETIKETTER**



DIGI SM-6000

Delikatessevægten, der sparer tid
og skaber mersalg

SM-6000 er en innovativ og kompakt delikatessevægt med et elegant, slankt design og en række smarte funktioner, der sparer arbejdstid, nedbringer omkostninger, sikrer korrekte priser og reducerer madspild.

SM-6000 gør arbejdet lettere og forbedrer kundeservice vha. funktioner som:

- Linerless labeling: reducerer etiketforbrug og udgiften til etiketter
- InfoTag: trådløs opdatering af priser – sparer arbejdstid
- Speed ID: automatisk trådløs identifikation af ekspedient - sparer taste-tryk
- Hi-Touch: remote kald af PLU-nr. direkte på varen – giver hurtig ekspedition
- Waste Management: præcis styring og koordination af salg-indkøb nedbringer madspild
- e.Sense: automatisk bevægelse detektering og overførsel af PLU-nr.
- Q-Management: Kø-system, der reducerer ventetid
- e.Label: elektronisk prismærke med effektiv PLU-kald

**Ring 6591 6000
og hør mere om
Digi SM-6000...**



Scanvaegt Systems A/S

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

detail.scanvaegt.dk

Afs: Fødevaremagasinet
Munkehatten 28
5220 Odense SØ