



DC BEEF

DC BEEF HAR FÅET 302 NYE ANDELSHAVERE

LÆS SIDE 13 >

DC
UPDATE

OKTOBER 2014



DANISH CROWN ETABLERER FORSØG MED ANTIBIOTIKA-FRI SLAGTESVINEPRODUKTION

Læs på side 7 >

LÆS OGSÅ:

INGEN AKTUELLE PLANER OM BØRSNOTERING I DANISH CROWN ... 2

TILMELDING TIL ÅRETS KREDSMØDER ... 5

NEDSÆTTELSE AF VÆGTGRÆNSER OP TIL JUL ... 8

SOAFHENTNINGER OPTIMERES ... 11

INGEN AKTUELLE PLANER OM BØRSNOTERING I DANISH CROWN

I SIDSTE UGE KUNNE MAN I FLERE MEDIER LÆSE, AT DANISH CROWN LEDER EFTER EKSTERN KAPITAL OG HAR NÆRT FORESTÅENDE PLANER OM EN BØRSNOTERING.

Danish Crown har igennem en længere årrække drøftet, hvordan fremtidig kapital til en vækststrategi sikres, men der er intet aktuelt i sagen – og en eventuel børsnotering har ikke været drøftet i koncernen igennem de seneste to år. Derfor afviste Danish Crowns bestyrelsesformand Erik Bredholt også journalisternes antagelse i samtalen med Jyllands-Posten.

- Jeg er rystet over journalistens udlægning af vores samtale. Jeg afviste

klart og understregede, at vi i øjeblikket overhovedet ikke er der, hvor vi kigger på en børsnotering, og vi har heller ikke nye drøftelser med investorer i den sammenhæng, siger Erik Bredholt. Journalisten fra Jyllands-Posten erkender over for Danish Crown, at bestyrelsesformanden har afvist, at der foreligger aktuelle planer. Men avisen har ikke desto mindre valgt at bringe historien mod bedrevidende.

- Vi er ikke bekendt med, hvem de anonyme kilder i avisen er, men der er under

alle omstændigheder tale om kilder, som ikke har noget indgående kendskab til Danish Crown. Det er både dårlig journalistik og mangelfuld research fra en landsdækkende avis, som ønsker at profilere sig på erhvervsstof, siger kommunikationsdirektør i Danish Crown Anne Villemoes.

Historien har i dag givet anledning til, at Danish Crown er blevet kontaktet af en række finansielle samarbejdspartnere, som undrer sig over avisens udlægning.

IMPONERET SKATTEMINISTER BESØGER SOSLAGTERI

UNDER ET BESØG PÅ DANISH CROWNS SOSLAGTERI I SKÆRBÆK I GÅR FIK SKATTEMINISTER BENNY ENGELBRECHT (S) ET GRUNDIGT INDBLIK I DANISH CROWNS FORRETNING, OG SAMTIDIG BLEV DER TID TIL EN RUNDTUR I PRODUKTIONEN.



- Det er dejligt at besøge en virksomhed hvor der er nok at se til, og hvor der er fokus på at finde nicher og udvikle produkter, der opfylder kundernes ønsker. Det er dejligt at se den form for innovation gå hånd i hånd med et traditionelt håndværk, sagde Benny Engelbrecht.

Skatteministeren var meget imponeret af produktionen af soyvere, der sammen med flere andre specialprodukter er

blevet en stor eksportartikel til Thailand.

Benny Engelbrecht er valgt til Folketinget i Sønderjylland og derfor fulgte han i foråret bestræbelserne på at redde soslagteriet i Skærbæk tæt.

- Jeg er glad for, det lykkedes at bevare slagteriet i Skærbæk, for både virksomheden her og slagteriet i Blans er store og vigtige arbejdspladser for lokalsamfundet, sagde Benny Engelbrecht.

DC Update er Danish Crowns månedsblad til andelshaverne. Bladet udkommer 11 gange om året og trykkes i 8.550 eksemplarer.

Redaktion
Torsten Lind Søndergaard, redaktør
Anne Villemoes, ansvarshavende redaktør

Kontakt redaktionen på 8919 1478 eller tols@danishcrown.dk

Design og tryk
Datagraf
Communications

MADMØDE MED KINA

DANISH CROWN HAVDE I STARTEN AF OKTOBER BESØG AF EN KINESISK DELEGATION, DER BLANDT ANDET BESTOD AF EN STJERNEKOK OG MENINGSDANNERE, SOM SKULLE OPLEVE DANSK LANDBRUG, DANSKE SLAGTERIER OG DANSK MAD.

Efter at have besøgt slagterierne i Horsens og Ringsted og et svinelandbrug ved Hjørtshøj, mødtes den kinesiske delegation med den danske kok Thomas Pasfall i Herning, hvor der skulle laves svineretter i Danish Crowns Meatlab.

Med i delegationen var Han Wei, der er vinder af første sæson i kinesisk Master Chef. Han skulle forsøge sig med flæskesteg, brystflæsk og samtidig vise, hvordan kinesiske specialiteter skulle laves.

Han Wei er også fortaler for Danish Crowns kød i Kina, som han eksempelvis bruger på sin kokkeskole, hvor han underviser almindelige kinesere i kokkekunsten.

- Jeg bruger Danish Crown-kød på min skole. Her kan jeg fortælle eleverne, hvorfor jeg går op i at bruge dansk kød, og de kan samtidig se kvaliteten på kødet. Det er med til at forklare den højere pris, som produkterne ofte har.

Ny bølge af forbrugere

Fødevarer sikkerhed har voksende indflydelse i Kina, og blandt de unge betyder det mere og mere. Her mener Han Wei, at Danish Crown står stærkt.

- Det er ikke alle i Kina, der kender til dansk kød, men der er en bølge af unge og især kvinder, der begynder at gå mere op i fødevarer sikkerhed og økologi, og udenlandsk kød betyder for mange kvalitet. Her har Danish Crown et forspring, fordi mærket allerede har det omdømme.

Under besøget blev der produceret et tv-program, ligesom der var radio til stede, som skulle vise historien om det danske kød.



DC GÅR FREM I SVERIGE

DANISH CROWNS SVENSKES AKTIVITETER ER I GOD FREMGANG.

DC's selskab i Sverige, KLS Ugglarps, har således øget sin markedsandel i første halvdel af 2014.

De to slagterier i Kalmar og Ugglarp har til sammen slagtet cirka 27,2 af de svenske grise mod 23,9 procent året før.

Dermed har KLS-Ugglarps været i stand til at øge antallet af slagtninger til trods for, at det samlede antal slagtninger i Sverige har været faldende i perioden.

Også når det gælder kreaturslagtninger har KLS-Ugglarps øget sin

markedsandel, om end stigningen her er mindre.

I 2013 slagtede KLS-Ugglarps således 22,1 procent af de svenske kreaturer, mens andelen i andet kvartal 2014 var 22,2 procent.



TILMELDING TIL ÅRETS KREDSMØDER

- Gå ind på www.danishcrown.dk/ejer - log på EJERSIDEN, vælg arrangement tilmelding
- Eller send en sms til 1241 (dcmode leverandørnummer mødenummer antal) HUSK MELLEMRUM, eksempel dcmode 93211 30 2
- Hvis ikke du har mulighed for at bruge internettet eller sms, er det muligt at kontakte et DC Ejerservice kontor.

Dagsorden for kredsmøderne

1. Valg af stemmetællere
2. Valg af dirigent
3. Beretning om selskabets virksomhed
4. Gennemgang af den reviderede og af repræsentantskabet godkendte årsrapport
5. Behandling af indkomne forslag
6. Valg af
 - a. Medlemmer og suppleanter til repræsentantskabet (for så vidt angår svinekredsene)
 - b. Medlemmer og suppleanter til kreaturforum (for så vidt angår kreaturkredsene)
7. Eventuelt

Der foretages ikke valg på kredsmøderne 2014.

SVINEMØDER

Kreds	Dato	Tidspunkt	Sted	Mødenr
2	01.12	11.30/12.15	Værket Randers (Ridehuset)	30
1	01.12	18.30/19.15	Aalborg Kongres og Kultur Center, Aalborg	31
6	02.12	10.00	Åkirkebyhallen, Bornholm	32
6	02.12	18.30/19.15	Ringsted Kongrescenter	33
5	03.12	11.30/12.15	Odense Congress Center	34
4	03.12	18.30/19.15	Hotel Rødding, Rødding	35
3	05.12	09.30	Musikteatret, Holstebro	36

- Der foretages ikke valg i år
- Formiddagsmøder afsluttes med spisning
- Middagsmøder starter med spisning kl. 11.30
- Aftenmøder starter med spisning kl. 18.30

KREATURMØDER

Kreds	Dato	Tidspunkt	Sted	Mødenr
1	08.12	11.30/12.15	Scandic Hotels, Aalborg Ø	50
3	08.12	18.30/19.15	Golfsalonen Viborg	51
4	09.12	11.30/12.15	Hotel Arnbjerg, Varde	52
2	09.12	18.30/19.15	Aulum Fritidscenter, Aulum	53
5	11.12	11.30/12.15	Comwell Middelfart	54
6	11.12	18.30/19.15	Agerskov Kro, Agerskov	55

- Der foretages ikke valg i år
- Middagsmøder starter med spisning kl. 11.30
- Aftenmøder starter med spisning kl. 18.30

OVERSIGT OVER KREDSENE BASERET PÅ ANDELSHAVERLEVERANCER I REGNSKABSÅRET 2013/2014

Svinekredse	Lokalkredse	Stemmeenheder	Repræsentanter
	1	2.473.813	13
	2	2.696.113	14 (- 1)
	3	2.451.073	13
	4	2.274.124	12
	5	2.515.696	14 (+ 1)
	6	2.149.709	12
I alt svin		14.560.526	78

Kreaturkredse	Lokalkredse	Stemmeenheder	Medlemmer af kreaturforum
	1	374.988	10
	2	358.080	10
	3	314.694	9 (+ 1)
	4	291.822	8
	5	193.188	5 (- 1)
	6	283.428	8
I alt kreaturer		1.816.200	50

I vedtægternes § 14.4. og § 14.5 står bl.a.: Ved fordelingen af repræsentanterne mellem svinekredsene foretages en opgørelse af antallet af slagteenheder i det senest afsluttede regnskabsår. Der fastsættes herudfra det antal slagteenheder (fordelingstallet), der berettiger til valg af én repræsentant. Det samme gør sig gældende ved valg af medlemmer til kreaturforum.

Ved opgørelsen af antallet af slagteenheder tæller et svin 1 enhed, en so 1½ enhed og et kreatur eller kalv over 100 kg slagtet vægt 6 enheder. Der vælges 1 repræsentant (svin) pr. 186.000 slagteenheder (afrundet) og 1 medlem af kreaturforum pr. 36.000 slagteenheder.

I 2014 afholdes ikke valg i kredsene.

Repræsentantskabet består i 2015 af 90 landmandsvalgte medlemmer, 78 valgt af svinekredsene, 3 valgt af minoritetsgrupper (svin) og 9 valgt af kreaturforum.

Kreaturforum består i 2015 af 53 landmandsvalgte medlemmer, 50 valgt af kreaturkredsene og 3 valgt af minoritetsgrupper (kreatur).

RESTBETALING TIL DISPOSITION

RESTBETALINGEN FOR SVINE-, SO- OG KREATURANDELSHAVERE VIL VÆRE TIL DISPOSITION TIRSDAG DEN 2. DECEMBER 2014.

I forbindelse med restbetalingen sker der en regulering af andelshaverkontoen baseret på forskellen mellem leverancerne i 2005/2006 og 2013/2014 som led i den vedtægtsbestemte konsolidering.

For svineandelshavere, der har leveret færre end 8 år, er der tale om en indbetaling på andelshaverkontoen på 15 øre/kg for svin. Kreaturandelshaveres indbetalingen er hævet til 30 øre/kg.

Restbetalingsafregningen vil være andelshaverne i hænde i uge 49.

Har du siden sidste indbetaling fået en ny bank eller nyt kontonummer, skal det oplyses skriftligt til DC Ejerservice, Marsvej 43, 8960 Randers SØ **senest den 24. november.**

Du kan også indsende de nye oplysninger på mail til dckart@danishcrown.dk

NB. Husk, at udbetalinger fra andelshaverkonti skal efter ophør af medlemskab oplyses til SKAT.

Restbetaling – hvor meget?

Den 19. november er der bestyrelsesmøde i Danish Crown AmbA, hvor bestyrelsen kommer med deres forslag til årets disponering og altså restbetalingen. Umiddelbart efter mødet offentliggør vi bestyrelsens forslag til restbetalingen samt hovedtallene i årsregnskabet.

Først på det ordinære repræsentantskabsmøde fredag den. 28. november skal repræsentantskabet godkende årets disponering.

DAKA SÆTTER PRISERNE OP

Som andre dele af dansk landbrug er Daka Denmark A/S også hårdt ramt af de voldsomme prisfald på de europæiske råvaremarkeder, og det har medført, at priserne på Daka Denmark A/S' fedtprodukter, proteinprodukter og biodiesel er faldet kraftigt.

Daka Denmark A/S har ikke haft prisstigninger på afhentninger af døde dyr de senere år, selvom enhedsomkostninger længe har været under pres som følge af generelt faldende danske råvaremængder. Virksomheden har hidtil kunnet kompensere presset på indtjeningen med

effektiviseringer, som bl.a. har medført lukninger af fabrikerne i Ortved, Nyker og Kruttmölla i Sverige. Men med de seneste markante prisfald på fedt, protein og biodiesel er Daka Denmark A/S nu nødt til at regulere i råvareafgifterne, også på de døde dyr fra landbruget. Reguleringen, som træder i kraft pr. 1. november 2014, vil blive på 22 pct.

De specifikke tal for hver type råvare vil kunne ses på Daka SecAnim's hjemmeside www.secanim.dk ultimo oktober.



BORNHOLMS
ANDELSSVINESLAGTERI

DANISH CROWN ETABLERER FORSØG MED ANTIBIOTIKA-FRI SLAGTESVINPRODUKTION

FRA 1. DECEMBER I ÅR INDGÅR FEM AF DANISH CROWNS ANDELHAVERE PÅ BORNHOLM I ET FORSØG MED PRODUKTION AF SLAGTESVIN UDEN BRUG AF ANTIBIOTIKA.

Danmark er et af de lande, der har det laveste forbrug af antibiotika i svineproduktionen i verden. Alligevel er det et område, der er fokus på, og Danish Crown vil sammen med sine ejere gerne bidrage til at finde fremtidssikrede løsninger for den danske svineproduktion.

- Den løbende debat har inspireret os til at etablere samarbejde med en håndfuld svineproducenter for at få større viden om, hvad der skal til for at producere slagtesvin helt uden brug af antibiotika, fortæller CEO for DC Pork Jesper Friis.

Fra 1. december vil fem svineproducenter på Bornholm etablere forsøg med produktion uden brug af antibiotika i slagtesvin.

Der er tale om en integreret produktion og flere slagtesvineproduktioner.

DC Rådgivning vil følge besætningerne

tæt sammen med lokale rådgivere, VSP og andre eksperter på området. Rådgivningen skal sikre, at dyrevelfærden ikke sættes over styr, og at eventuelt syge dyr behandles. Den skal samtidig sikre, at dyr behandlet med antibiotika undervejs i produktionen tages ud af den antibiotikafri leverance af dyr til slagteriet.

- I slagtesvineproduktionerne vil vi følge, om det kan lade sig gøre at producere slagtesvin fra levering i stalden til slagtning uden brug af antibiotika, og i den integrerede produktion vil vi undersøge, om det kan lade sig gøre at producere svin fra fødsel til slagtning uden brug af antibiotika, siger Jesper Friis.

Produktion af slagtesvin uden brug af antibiotika vil have en meromkostning hos landmanden. Øget kontrol, øget bemanning og øget indsats i forhold til hy-

giejnen i stalden er helt basale forudsætninger, og det koster arbejdskraft og tid.

Derfor vil Danish Crown i perioden også undersøge, om der er en efterspørgsel af produkterne til stede. Produkterne vil have en merpris, fordi landmanden skal have dækket sine øgede omkostninger.

Det er i dag dokumenteret, at der ikke er medicinrester i det kød, der når ud til forbrugerne. Tilbageholdelsestiden for slagtedy, der på grund af sygdom behandles med medicin, er defineret på et videnskabeligt grundlag på baggrund af den specifikke medicin.

NEDSÆTTELSE AF VÆGTGRÆNSER OP TIL JUL

JULEN NÆRMERE SIG MED HASTIGE SKRIDT, OG I ÅR ER DER 5 TING, DU SKAL VÆRE OPMÆRKSOM PÅ.

Julen og helligdagene nærmer sig og dermed behovet for at fremrykke slagtingerne af svin. Ligesom tidligere år mister vi flere slagtedage på grund af jul og nytår, og vi fremrykker derfor svin for at undgå større udsættelser i starten af det nye år.

Fremrykkelserne er et vigtigt redskab til at sikre maksimal udnyttelse af slagterierne, men også salget optimerer ved fremrykningerne.

I år er der **5 ting**, du skal være opmærksom på for at tilrettelægge den bedste leveringsstrategi:

- Den første nedsættelse af vægtgrænsen på 2 kg sker i uge 45 – en uge tidligere end sidste år
- Uge 46 sker der ikke noget
- Uge 47 nedsættes vægten yderligere 2 kg
- I uge 49 og 50 hæves noteringen med 20 øre/kg i forhold til uge 48
- I uge 2 hæves vægtgrænsen med 5 kg. Dvs. at vægtgrænsen er hævet i forhold til tidligere med 1 kg fra 93,9 til 94,9 kg. Overskrider den nye vægtgrænse, begynder fradraget ved 20 øre/kg.

Tag godt med fra uge 44

Da vægtgrænseændringerne gælder allerede fra uge 45, betyder det, at der skal tages godt med allerede fra uge 44.

Vægtgrænserne i tabellen herunder gælder for Multigrise, Engelsgrise og Flexlevering. Vægtgrænsen for Bornholmergrisen ændres ikke. Antonius, Økogrise og Frilandsgrise får direkte besked vedr. slagtinger henover julen.

Uge	Almindelige Vægtgrænser
44	70,0 - 93,9
45	70,0 - 91,9 (-2 kg)
46	70,0 - 91,9
47	70,0 - 89,9 (-2 kg)
48	70,0 - 89,9
49 og 50	70,0 - 89,9 + forhøjet notering på 20 øre i forhold til uge 48
51	70,0 - 89,9 (noteringsforhøjelsen fjernes)
52	70,0 - 89,9
1	70,0 - 89,9
2 og fremefter	70,0 - 94,9 (+5 kg)

Kontrakten ALT ind alt ud med rådgivning får ændret vægtgrænsen til:

Uge	kg
uge 45 og 46	70,0 - 93,9 (- 2 kg)
fra 47	70,0 - 91,9 (- 2kg)
fra 2 og frem	70,0 - 96,9 kg (+5 kg)

Kontrakten Tungsvin får ændret vægtgrænsen til:

Uge	kg
45 og 46	92,0 - 97,9 (- 2 kg i top og bund)
fra 47	90,0 - 95,9 (- 2 kg i top og bund)
fra uge 2 og frem	95,0 - 99,9

Kontrakten Sektionsvis Levering får ikke ændret vægtgrænsen 70,0 - 93,9 kg. Derimod ændres gennemsnitsvægten.

uge	gennemsnitsvægt
45 og 46	fra 82,0 - 86,9 kg til 81,0 - 85,9 kg
fra 47	fra 81,0 - 85,9 kg til 80,0 - 84,9 kg.
fra uge 2 og frem	fra 80,0 - 84,9 kg til 83,0 - 87,9 kg.

KONTAKT DC HVIS DU UNDERSØGER FOR PRRS

DU SKAL KONTAKTE DIT SLAGTERI, HVIS DU STARTER EN UNDERSØGELSE, DER KAN FØRE TIL PÅVISNING AF PRRS VIRUS. INFORMER SLAGTERIET ALLEREDE DEN DAG PRØVERNE UDTAGES.

Når danske besætninger vil undersøge, om de har PRRS, sker dette ved, at der påvises antistoffer mod PRRS. En sådan undersøgelse er ganske problemfri. I få tilfælde kan det være relevant at indsende prøver, hvor man ønsker at påvise PRRS virus. Denne påvisning af PRRS virus er problematisk i forhold til eksport, da Argentina, Kina og Ukraine ikke vil modtage kød fra besætninger, der har fået påvist PRRS virus inden for det sidste år.

Slagteriet skal vide besked

Påvises PRRS virus, vil eksportstopet fra besætningen gælde fra den dato, prøven til undersøgelse for PRRS virus blev udtaget. Da der kan gå op til to uger fra prøven udtages til svaret foreligger, er det vigtigt at slagteriet ved besked, så leverancer fra denne besætning kan håndteres korrekt. Alternativt kan slagterierne blive nødt til at tilbagetrække et stort antal slagtekroppe - da dele fra den "PRRS virus positive" leverance kan være blandet med andre leverancer i perioden.

Risiko for tilbagekald

Tilbagetrækning af kød medfører meget betydelige omkostninger for slagteriet. Starter du en undersøgelse, der kan føre til påvisning af PRRS virus i din besætning, er det derfor vigtigt, at du informerer slagteriet senest den dag, prøverne udtages. Det får den konsekvens for dig, at besætningen i perioden fra prøvetagning, indtil der foreligger et resultat, enten vil skulle "særslagtes" eller undtages fra levering. Bliver besætningen testet PRRS-positiv, skal den særslagtes, indtil Fødevarestyrelsen igen erklærer besætningen fri for PRRS.



SOAFHENTNINGER OPTIMERES

SOSLAGTNINGERNE ER BLEVET SAMLET I SKÆRBÆK FOR AT SIKRE KONKURRENCEDYGTIGHEDEN. DERFOR SLAGTES DER NU SEKS DAGE, OG DET BETYDER, AT FLERE INDLEVERINGER SKAL FALDE SENERE PÅ UGEN.

Da den sidste so blev slagtet i Sæby d. 24. september, overtog Skærbæk samtlige soslagtninger for Danish Crown. Det betyder, at Skærbæk slagter på en rullende seks-dages-uge, og derfor skal søerne også indtransporteres, så det passer med slagtegangen på fabrikken. Mandagen er nemlig kortere end de resterende ugedage, og derfor skal flere søer indleveres senere på ugen.

- Det er vigtigt, at man er opmærksom på, at vi slagter seks dage, og at mandagen starter senere end resten, så der er færre slagtninger end de andre dage. Derfor opfordrer vi til, at man snakker med sin vognmand om, hvornår det er mest hensigtsmæssigt at få afhentet sine søer, siger Vagner Bøge, direktør for Danish Crowns Ejerservice.

Lørdagsslagtningerne har betydet, at en del bliver skubbet til sidst på ugen, og den senere afhentning er med til at mindske flaskehalsene på anlægget.

Bedre udnyttelse

Sammenlægningen er for at udnytte anlægget bedre, og det har medført, at Skærbæk er gået fra 4.500 søer om ugen til 6.300. Det giver en bedre konkurrenceevne for slagteriet, forklarer Søren Eriksen, produktionsdirektør i Danish Crown.



- Samlingen af soslagtningerne i Skærbæk binder i, at vi skal være mere konkurrencedygtige. Vi kan udnytte anlæggets kapacitet bedre ved at samle alle søer på et sted og slagte på en seks-dages-uge. Det giver færre omkostninger, end hvis vi skulle holde to anlæg i gang. Løsningen med Skærbæk kom efter forhandlinger, hvor medarbejderne sagde ja

til en række effektiviseringer, så slagteriet kunne sikre fortsat konkurrencedygtighed.

Nyt bedøvelsesanlæg

For at følge med de mange søer, har Danish Crown investeret i et nyt bedøvelsesanlæg i Skærbæk, så der kan slagtes flere søer på anlægget. Det har skabt nogle små startvanskeligheder, som slagteriet har kæmpet med.

- Lige nu kører vi ret optimalt, og vi ligger på omkring 6.300 slagtninger om ugen. Vi forventer at indhente puklen indenfor de næste par uger. Vi er godt på vej, men det kræver lidt tålmodighed, siger mestersvend på slagtelinjen i Skærbæk, Jan Schrøder.

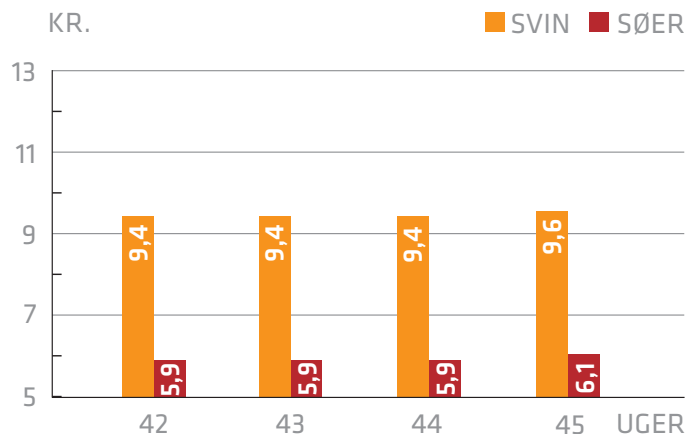
Manglende mærkning

Et andet problem, som Skærbæk har, er dårlig skinmærkning af søerne. Derfor har Jan Schrøder også en bøn til landmændene.

- Ud af 1.200 søer, der blev slagtet i går, var skinmærkningen så dårlig på 77, at den ikke kunne aflæses.

Det giver os problemer med afregningen, som vi gerne vil have været foruden. Det gør jo også, at landmændenes afregning bliver mudret, for vi kan ikke se, hvem der har leveret soen på 120 kilo, og hvem der har leveret den på 180. Så husk at bruge rigelig med sværte, siger Jan Schrøder.

NOTERINGER DE SIDSTE FIRE UGER



Læs den udvidede svinenotering her:
www.danishcrown.dk/svinenoteringen

SLAGTE-SITUATIONEN

Svin uge 44:

Der er ganske få tusinde svin udsat fra uge 43, og med den slagtekapacitet som er til rådighed i indeværende uge, betyder det, at vi får slagtet op.

Søer uge 44:

Der er en stor tilmelding af søer i indeværende uge, og med den slagtekapacitet som er til rådighed, betyder det, at der udsættes en del søer til uge 45.

MARKEDS-BERETNINGEN

Efter nogle seje uger er det blevet tid til at tage et trin op ad stigen. De europæiske markeder har nået bunden for denne gang, og salget til den øvrige del af verden går ganske pænt.

- Markederne i Europa er fortsat skrøbelige, og der bliver udbudt rigelige mængder af kød på markedet, men det modsvares af en god efterspørgsel. Med andre ord er balancen i Europa genoprettet, men desværre på et lavt niveau, fortæller Søren Tinggaard, der er underdirektør i Danish Crowns eksportafdeling.

Den seneste uge er der specielt kommet ro på det engelske baconmarked, og generelt ser vi en noget bedre efterspørgsel på kamme i Europa.

Det mest positive i den øjeblikkelige situation er dog ubetinget vores salg til landene udenfor Europa. Lige nu har vi en pæn afsætning til både Japan og Australien, mens afsætning til Kina er ganske stabil.

- Vi er desværre stadig langt fra de priser, vi havde forventet på nuværende tidspunkt af året. Det positive er dog, at den nærmeste paniske uro på markederne, som følge af den russiske boykot af europæiske fødevarer, nu har lagt sig i denne omgang, siger Søren Tinggaard.





DC BEEF HAR FÅET 302 NYE ANDELSHAVERE

DER ER GANG I INDMELDELSERNE HOS DC BEEF. GLÆDELIGT, SIGER PEDER PHILIPP, DER SER TILGANGEN SOM ET TEGN PÅ, AT KVÆGBRUGERNE KIGGER EFTER EN SAMARBEJDSPARTNER, DER ER RUSTET TIL FREMTIDEN.

Siden 1. oktober sidste år har DC Beef fået 302 nye andelshavere. Der er slagtet 309.000 kreaturer mod sidste års 294.000, og andelen af DC Beefs landsslagtninger er steget fra 63,6 pct. til 65,5 pct.

- Det er flot fremgang, som vi kan være stolte af. DC Beef signalerer med byggeriet af Holsted, at vi tror på fremtiden, og det tror jeg mange af vores gamle og nye ejere kvitterer for, siger formand for DC Beef A/S Peder Philipp. Han mener, at DC Beef med Holsted som motor i den danske oksekødsproduktion, står med nogle kort på hånden, som andelshaverne hurtigt kommer til at kunne mærke på pengepungen.

Effektivt slagteri

Holsted er det første nye, større kreaturslagteri i Danmark i næsten fire årtier og den største enkeltstående investering i kreatursektoren nogensinde. Slagteriet er opbygget efter helt moderne principper, og det bliver blandt andet muligt at ud-

nytte biprodukter langt bedre end i dag. Og det er også nødvendigt siger direktør i DC Beef Finn Klostermann:

- Når vi ser på udviklingen i produktionsomkostningerne i slagteribranchen i Danmark, så skal vi være foran på teknologi for at være konkurrencedygtige. Det bliver vi med det nye kreaturslagteri. Samtidig sikrer vi, at vi skaber den højeste mulige værdi ud af de råvarer, vi arbejder med og udnytter energi og andre ressourcer bedst muligt, siger Finn Klostermann.

Selvom opstarten af Holsted har voldt flere tekniske problemer end forventet, så stiger tempoet stødt og roligt, og målet om 900 slagtninger om dagen er absolut inden for rækkevide.

Toppræstation i Aalborg

Den vanskeligere opstart af Holsted har også haft nogle uventede og positive effekter. Det har nemlig vist sig, at DC Beefs kreaturslagteri i Aalborg ikke er et anlæg, man skal bide skeer med.

I en periode, hvor DC Beef har haft flere tilmeldte slagtedyr end forventet, har Aalborg formået at slagte over 120.000 dyr i det forgangne regnskabsår mod 103.000 forrige år, og det er intet mindre end imponerende, siger direktør Finn Klostermann:

- Vores ansatte i Aalborg har vist fantastiske resultater, og jeg kan ikke undgå at blive lidt stolt, når jeg ser, hvad de har præsteret.

VOGNMANDS- OVERDRAGELSE

Pr 1. oktober har vognmand Brian Kirk endelig overdraget sin vognmandspraksis til Leif Lund Knudsen. Leif kan træffes på tlf. 40 96 83 80

DANSK KALV ÅRSMØDE

Danish Crown og Kalveudvalget indbyder til møde med andelshavere, der producerer Dansk Kalv. Mødet afholdes mandag, d. 1. december kl. 12.00 i Messecenter Herning, hovedbygningen, 1. sal.

DAGSORDEN:

Middag.

1. Velkomst ved formand for Kreaturudvalget Peder Phillip
2. Valg af ordstyrer
3. Valg af stemmetællere
4. Orienteringer ved
 - Fmd. for Kalveudvalget, Hans Kr Oksbjerg
 - Fmd. for Kreaturudvalget, Peder Phillip
 - Direktør, Finn Klostermann
 - Afdelingschef Ejvind Kviesgaard
5. Debat af beretninger
 - Eksternt indlæg ved sektordirektør Allan Munch Mortensen, KF
6. Generel debat.
7. Eventuelt

Tilmelding senest fredag d. 21 november på Ejersiden eller tlf. 89192400 (**husk at oplyse CHR-nr**). Evt. send en mail til ejkv@danishcrown.dk. Deltagelse kræver tilmelding

KØDKVÆG ÅRSMØDE

Danish Crown og Kødkvægsudvalget indbyder til møde for andelshavere, der producerer Kødkvæg. Mødet afholdes mandag, d 1. december kl. 18.00 i Messecenter Herning, hovedbygningen, 1. sal.

DAGSORDEN:

Middag.

1. Velkomst ved formand for kreaturudvalget Peder Phillip
2. Valg af ordstyrer
3. Orienteringer ved
 - Fmd. for Kødkvægsudvalget, Erling Christensen
 - Fmd. for Kreaturudvalget, Peder Phillip
 - Direktør, Finn Klostermann
5. Debat af beretninger
6. Eksternt indlæg ved sektordirektør Allan Munch Mortensen, KF
7. Generel debat
8. Eventuelt

Tilmelding senest fredag d. 21. november på Ejersiden eller tlf. 89192400 eller via mail til ejkv@danishcrown.dk (**husk at oplyse CHR-nr**).

KREATURNOTERINGEN Uge 44

Formkode	14	11	8	5	2	Ændr.
	E	U	R	O	P	Øre/kg

Kalv u. 8 mdr.

	29,20	28,60	28,00	27,35	-	0
--	--------------	--------------	--------------	--------------	---	---

Dansk Kalv

180-240 Kg.	26,85	26,85	26,85	26,35	-	-
-------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---	---

Ungtyre u. 24 mdr. og kvier u. 16 mdr.

160 Kg.	24,15	23,55	23,15	22,45	19,35	-
200 Kg.	25,45	24,85	24,40	23,65	20,75	-
260 Kg.	27,10	26,50	26,00	24,75	22,05	-
380 Kg.	27,10	26,50	26,00	21,65	18,45	-
400 Kg.	24,90	23,80	23,05	21,05	17,85	-

Tyre på 24 mdr. og derover

	19,70	18,65	17,60	16,55	14,20	-
--	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---

Kvier og stude fra 16 til 42 mdr. *

230-340 Kg.	26,20	24,10	22,00	20,10	-	-
-------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---	---

Kvier, unge køer og stude u. 42 mdr.

400 Kg.	24,60	22,50	20,55	19,70	17,45	-
300 Kg.	24,60	22,50	20,40	18,50	16,05	-
240 Kg.	24,00	21,90	19,80	17,90	14,95	-
180 Kg.	21,80	19,70	17,50	15,70	13,25	-

Køer og kvier på 42 mdr. og derover

400 Kg.	23,25	21,75	20,25	19,70	17,45	-
300 Kg.	20,55	19,05	18,05	17,35	15,30	-
240 Kg.	16,85	15,50	14,60	14,15	13,70	-
180 Kg.	16,25	14,75	14,00	13,00	12,70	-

* Skal opfylde fedme 3 og 4, samt farve 3

Linær vægtafregning - Under/over Laveste/højeste vægt medfører uændret pris

Ungtyre og kviekalve under 140 kg afregnes efter værdi.

Tillæg på 0,50 kr. pr. kg. for ungtyre, kvier, stude og unge køer på Dansk Kødkvægskontrakt..

TILLÆG PÅ KREATURER TIL FRILAND Uge 44

Økologi	Tillæg til DC-notering	
Kategori	Kr./kg	
Kalve u/12mdr.		1,85 ¹
Kvier og Stude	Variabelt tillæg	3,50 ¹
	Kontrakttillæg*	1,50 ¹
Køer		2,75 ¹
Restgruppe		1,25 ¹

Frilands-koncepter	Tillæg til DC-notering	
Kategori	Kr./kg	
Friland Limousine Unik		
Tyre og Kviekalve u/12 mdr.	Variabelt tillæg	1,50 ¹
	Kontrakttillæg*	2,50 ¹
Friland Kødkvæg (75% race)	Variabelt tillæg	0,50 ¹
	Kontrakttillæg*	1,00
Friland Kødkvæg Krydsning	Variabelt tillæg	0,25 ¹
	Kontrakttillæg*	0,75

*) Kvalitetsgodkendte dyr på kontrakt afregnes med variabelt tillæg + kontrakttillæg

1) Tillæggene gives til dyr, som overholder veldefinerede kvalitetskrav

Priserne er excl. restbetaling
Spørgsmål til koncepter; kontakt:
Friland A/S, Marsvej 43, 8960 Randers SØ,
Tlf. 8919 2763

Tilmelding af kreaturer til slagtning, returslagtninger mv.

Via hjemmesiden www.danishcrown.dk/ejer eller ring på Danish Crowns Servicetelefon 7013 3131 eller

Ring til et af slagterierne

Aalborg 8919 2660 • Holstebro 8919 2850 • Tønder 8919 3270

samt administrationen:

Holsted 8919 2590 • Friland 8919 2763

TULIP LTD RELANCERER DANEPAK MÆRKET

TULIP LTDS BEDST KENDTE MÆRKE I ENGLAND, DANEPAK, BLIVER RELANCERET I NY KAMPAGNE

I mere end 40 år har Danepak været et kendt og elsket mærke i England indenfor både retail og foodservice.

Danepak er berømt for både gode produkter og for innovative og spændende kampagner.

Senest med introduktion af 'Mornings made better', som er optaget i den til lejligheden opfundne village of Morning, ligesom også den tidligere danske landsholdsmålmand i fodbold Peter Schmeichel tidligere har optrådt i reklamer for Danepak.

Nu er det imidlertid besluttet, at Tulip Ltd i samarbejde med reklamebureauet 1HQ, vil udforme en helt ny platform for mærket.

En platform som marketingdirektør i Tulip Ltd Rob Hoare glæder sig til at præsentere.

- Det er en meget spændende tid for Storbritanniens største og bedst kendte bacon-brand. Vi ser frem til samarbejdet med vores nye bureau og arbejdet med at udvikle en succesfuld kampagne, som både skal køre på velkendte marketingplatforme og på de sociale medier, siger Rob Hoare.

Flere projekter

Også Senior Brand og Licensing Manager Simon Harrington glæder sig til arbejdet med den nye kampagne.

- Som en del af vores strategi om at

drive vores kategorier gennem øget viden om forbrugerne, er det vigtigt at arbejde sammen med en virksomhed med stor viden indenfor området. På den måde kan vi opbygge en stærk portefølje af brands, som kan sikre, at vi øger salget inden for vores vigtigste kategorier, siger Simon Harrington og fortsætter:

- Relanceringen af det ikoniske Danepak brand er et af flere spændende projekter, som er undervejs i Tulip Ltd, og som vi mener, tilbyder nye og spændende løsninger for forbrugerne.





TULIP LTD INVESTERER STORT I RUSKINGTON

TULIP LTD INVESTERER 8 MILLIONER PUND I FABRIKKEN I RUSKINGTON, HVOR KAPACITETEN SKAL ØGES MED 20 PROCENT.

Tirsdag den 14. oktober offentliggjorde Tulip Ltd planerne for udvidelsen af kapaciteten i Ruskington, hvor en investering på 8 millioner pund skal øge kapaciteten med 20 procent, hvilket forventes at skabe mellem 35 og 40 nye arbejdspladser.

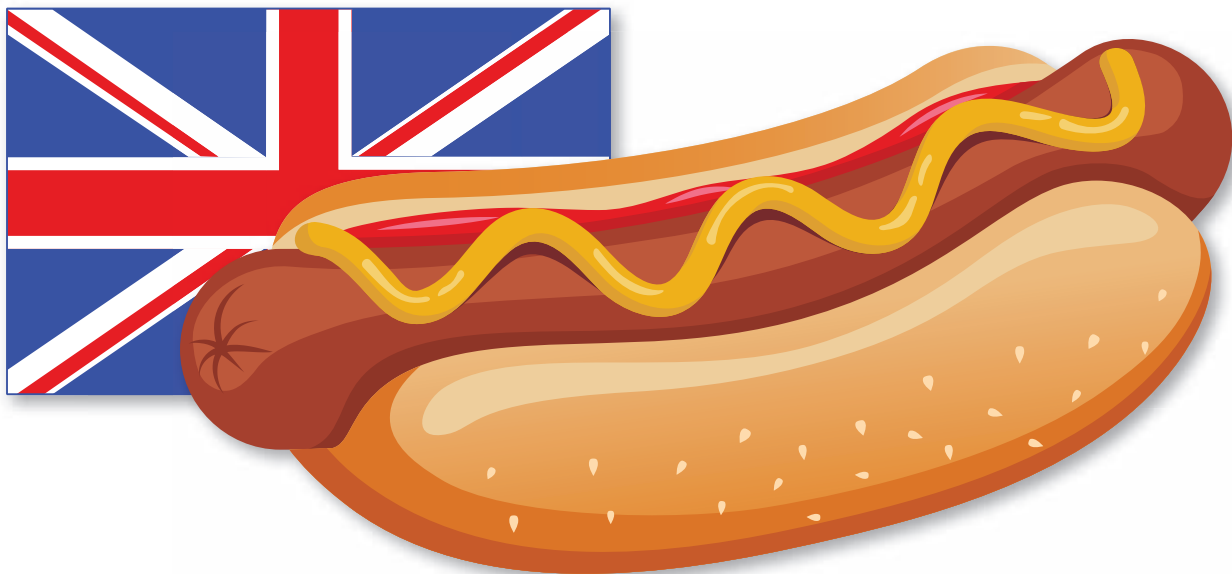
Tulip i Ruskington er den største leverandør af scottish eggs og cocktailpølser til engelsk detailhandel, og den nye investering inkluderer et nyt og moderne produktionsanlæg, som sikrer, at Tulip kan opfylde den øgede efterspørgsel efter stegte og krydrede produkter.

- Det er et utrolig spændende projekt for alle involverede, og den planlagte

investering understreger vores ønske om at styrke vores position som nummer ét i industrien indenfor produktion af stegte produkter til detailhandlen, siger fabrikschef Phil Wheatcroft.

Arbejdet med at udvide kapaciteten i Ruskington er igangsat, så der bliver mulighed for at installere en ny produktionslinje, ligesom arbejdet inkluderer opgradering af eksisterende energi, vand og køleanlæg, som forventes færdige i april 2015.





SUCCES MED DANSKE PØLSER HOS GREGGS

TULIP FOOD COMPANY LEVERER PØLSER TIL FAST FOOD KÆDEN GREGGS NYE HOTDOG, SOM HAR TAGET KEGLER I BÅDE ENGLAND OG NEW YORK.

New yorkerne elsker en god hotdog. Derfor blev indbyggerne i den amerikanske storby selvfølgelig brugt som testpersoner af kædens nye hotdog, inden den blev frigivet i England, hvor forbrugerne nu kan nyde en hotdog med en klassisk dansk pølse, som har et markant højere kødindhold end den typiske engelske pølse.

Den nye hotdog er lynhurtigt blevet yderst populær i England, og Tulip Food Companys internationale salgsdirektør, René M. Olsen er da også tilfreds med aftalen med Greggs.

- Vi har leveret peperoni til Greggs igennem en årrække, og under kædens seneste besøg i Danmark, viste vi repræsentanter fra Greggs vores pølseproduktion i Svenstrup, hvor vi også producerer peperoni. Vi tog dem med ud for at smage en klassisk dansk hotdog i en Tulip TimeOut. Det var de meget begejstrede for, og det var den oplevelse, der danner baggrund for den nye aftale.

Pølse til den nye Greggs hotdog er produceret på danske råvarer, og siden lanceringen den 1. september, har der været en støt stigning i ordrene fra Greggs,

hvilket tydeligt viser, at den nye hotdog er en succes.

- Vi er meget tilfredse med resultaterne indtil videre. Det er ikke første gang, vi forsøger at sælge danske pølser i England, men tidligere har mængderne været så små, at transportomkostningerne kom til at udgøre en meget stor del af prisen. Ved at lancere i Greggs, som har 1.600 butikker fordelt over hele Storbritannien, har vi fundet en måde at sænke transportomkostningerne per kilo, siger René M. Olsen.

POLAKKERNE SKAL SÆTTE BØF PÅ BORDET

MED EN STOR KAMPAGNE FORSØGER SOKOLOW AT VÆNNE DE POLSKE FORBRUGERE TIL AT SPISE MERE OKSEKØD

Mens der jævnligt serveres oksekød i de fleste europæiske lande, er det noget af en sjældenhed i Polen.

De polske forbrugere spiser nemlig blot i gennemsnit 1,5 kilo oksekød per år, og som storleverandør af oksekød, er det noget Sokolow gerne vil stå i spidsen for at ændre.

- Det handler om at lære de polske forbrugere at spise oksekød. Derfor har vi lanceret det nye mærke ucza qulinarna, hvor vi har gjort meget ud af at sikre den rigtige modning af kødet. Samtidig har vi iværksat en stor kampagne, som skal lære forbrugerne mere om tilberedning af oksekød og om de ernæringsmæssige fordele ved oksekød, fortæller direktør for Sokolows anlæg i Kolo, Pawel Nowak.

Han mener, at der er store muligheder i at øge forbrugernes viden om polsk oksekød.

- Når polakker besøger andre lande og går på restaurant, skal de altid have en god bøf, men vi har ikke samme tradition i Polen. Derfor er der et stort potentiale for at øge forbruget. Vi har gode råvarer,

gode anlæg og gode produkter, og derfor føler jeg mig overbevist om, at vi vil være i stand til at øge salget af oksekød i Polen, siger Pawel Nowak.

Stor interesse

Det nye oksekødsbrand Uczta qulinarna blev introduceret ved et storstilet arrangement i Lublin hvor cirka 250 kokke fra både Polen og en række andre lande var mødt frem for at arbejde med oksekød fra Sokolow, ligesom mange journalister var mødt op for at dække arrangementet.

Samtidig arbejder Sokolows marketingafdeling på en række tiltag til yderligere at udbrede kendskabet til virksomhedens oksekødsprodukter.

- Blandt andet præsenterer vi hver uge en ny opskrift på facebook, hvor forbrugerne kan se en professionel kok tilberede et af vores oksekødsprodukter og fortælle mere om det enkelte produkt. Derudover har vi blandt andet fået udviklet en ny mobilapplikation, hvor forbrugerne kan indtaste information om, hvilket produkt, de skal tilberede, og

om bøffen for eksempel skal være rød, medium eller gennemstegt. Så fortæller applikationen, hvornår bøffen skal på panden, hvornår, den skal vendes, og hvor lang tid kødet efterfølgende skal hvile for at få det bedst mulige resultat, forklarer marketingspecialist hos Sokolow Marcin Balanda.

Mange vitaminer

Samtidig forsøger Sokolow at informere forbrugerne om de mange positive egenskaber ved oksekød.

- Det er en god kilde til ernæring, fordi oksekød indeholder mange vitaminer og mineraler, som er nødvendige for et sundt liv. Samtidig indeholder oksekød masser af protein, som er godt for specielt gravide og mennesker, der træner meget, fortæller Marcin Balanda.

Kampagnen for at få polakkerne til at spise mere oksekød er langsigtet, og Marcin Balanda og hans kolleger håber, at Sokolow på den måde kan være med til at skabe en varig forøgelse af polakernes forbrug af oksekød.



RØDE LÆBER ER TULIPS NYE KENDETEGN



TULIP-MÆRKET SKAL TALE TIL FØLELSERNE

Måske har du allerede set dem – Tulips nye læber. Over hele landet kan du møde dem på reklamesøjler og på TV.

De knaldrøde læber er Tulip-mærkets nye kendetegn, og det er et symbol, der er valgt med omhu, fortæller Karen Østergaard, der er direktør for Innovation og Marketing.

Vi har valgt en mund, fordi al mad spises og smages af den vej. Tulip skal eje det symbol. Vi har lavet en meget enkel løsning, som viser den måde, Tulip er på. Vi er ikke flotte billeder og opstillinger – vi er ligefrem tale, siger hun.

Et godt og trygt mærke

Det velkendte logo med de tre tulipaner og Tulip-navnet, vil altid være med, når du ser læberne. Symbolet skal markedsføre mærket Tulip ved at fortælle, at Tulip-produkter er god hverdagsmad. Og så skal de udtrykke følelser, så forbrugerne kommer til at forbinde Tulip med kvalitet og tryghed.

I dag kender alle Tulip, men ikke alle elsker Tulip. Med den nye kommunikation vil vi skabe en større emotionel relation til mærket, siger Karen Østergaard.

