



Årsberetning **2018/2019**

Et år med mange udfordringer



Denne årsberetning med hovedtallene for regnskabsåret 2018/19 dækker et år, som jeg roligt kan sige har været fyldt med udfordringer.

Først og fremmest har markedet for økologisk grisekød ikke udviklet sig, som vi forventede for blot et år siden – ja eller for bare seks måneder siden. Bevægelserne har været som forventet, men det har den samlede balance absolut ikke. Der har været betydeligt mere kamp om kunderne. Især på de delstykker, som vi afsætter til eksport. Derfor er den samlede gennemsnitlige afregning heller ikke endt på det niveau, der var forventet, da året startede.

Der er fortsat vækst på markedet for økologisk kød både fra grise og kreaturer, men markedet for økologiske grise har endnu ikke indhentet den tilgang af grise, der er kommet fra Friland i særligt 2018, men naturligvis også fra andre udbydere i Danmark og i de vigtigste europæiske markeder. Troen, på at vi kan vende niveauet fra 2018/19 til noget bedre, er der stadigvæk, velvidende at vi i indeværende år ikke har givet en samlet betaling, der lever op til vores målsætning.

På kreatursiden lagde året ud med at være påvirket af tørken i sommeren 2018 med et deraf følgende højt antal økologiske slagtninger i årets første kvartal. Siden har niveauet bevæget sig tilbage til det normale, og vi har haft mere eller mindre normale sæsonudsving resten af regnskabsåret. Det er fortsat en stor udfordring for Friland, at antallet af slagtninger svinger, som de gør. Derfor vil vi også i det kommende år arbejde på at finde yderligere tiltag, som kan give en mere præcis prognose samt forsøge at udjævne antallet af slagtninger.

FRILAND LIMOUSINE® konceptet lukkes som bekendt ved udgangen af 2019. Årsagen var og er stadig de manglende afsætningsmuligheder, og et antal slagtninger der ligger under den kritiske linje for at kunne holde konceptet i live og drive en rentabel forretning på det. Desværre er der ikke kommet nye muligheder frem i løbet af 2019, og det er derfor definitivt, at konceptet FRILAND LIMOUSINE® lukkes ved udgangen af 2019. Håbet er, at langt de fleste leverandører vil fortsætte med at levere dyr til FRILAND KØDKVÆG konceptet. Planen er at forsøge at give dette koncept mere luft under vingerne ved at kunne fokusere ressourcerne her.

FRILANDSGRIS® har fortsat sin base i Danmark. Som en gris med høj dyrevelfærd til en lille merpris i forhold til det almindelige grisekød er FRILANDSGRIS® stadig en efterspurgt vare i køledisken. Året har budt på udfordringer med at indfri de ambitioner, vi har i forhold til at lancere flere

forarbejdede produkter. Et eksempel på noget, der dog er lykkedes godt, er lanceringen af 7-Eleven kædens samlede pølsesortiment, der nu er baseret på kød fra FRILANDSGRIS®.

En lancering som af 7-Eleven blev kåret som årets nyhed. Der er plads til endnu flere tiltag af denne slags.

Året har også budt på en afsked til vores mangeårige leder og Geschäftsführer af vores kontor i Kiel. Jürgen Hansen meddelte i starten af 2019, at han ønskede at stoppe med udgangen af august måned. Dermed sluttede en epoke i Frilands historie. Udover at afdelingen nu hedder Friland Deutschland og ikke længere Friland J. Hansen, var stoppet også en anledning til at justere det organisatoriske

set-up i Friland. Helt overordnet betyder ændringen et mål om et endnu tydeligere "Et Friland". Dermed udviskes grænsen mellem Friland i Tyskland som værende et datterselskab af Friland i Danmark. Rent formelt er der dog fortsat tale om to selskaber. Den store forskel ligger i, at man nu skal være ét sammenhængende

team med én fælles overordnet ledelse på tværs af grænserne. Med dette kommer en forventning om, at der findes endnu flere synergier.

Vi fik givet Jürgen en god afsked ved udgangen af august, men også her i dette skriv skal der lyde en tak for indsatsen for Friland siden fusionen i 2006. Desværre har ændringen også betydet, at vi har sagt farvel til to andre medarbejdere i Kiel ud over Jürgen. I alt handler det om tre stillinger, der ikke er blevet genbesat.

Sluttelig er dette min sidste årsberetning. Som offentliggjort sidst i oktober stopper jeg som Direktør i Friland med udgangen af januar 2020. Jeg ser selvfølgelig frem til de nye udfordringer, jeg har valgt at kaste mig ud i, men der er heller ingen tvivl om, at jeg kommer til at savne Friland rigtigt meget. Især det helt fantastiske team af medarbejdere, vores engagerede leverandører og det rigtig gode samarbejde med Frilands bestyrelse. Mit fokus ligger nu på at gøre, alt hvad jeg kan for at overlevere Friland i så god form som overhovedet muligt.

Tak for de 6½ år jeg fik lov at lede Friland – jeg ønsker alle i og omkring Friland alt det bedste i fremtiden, og jeg vil selvfølgelig følge med i udviklingen fra sidelinjen.

Henrik Biilmann
Direktør

Markedet for økologisk grisekød har ikke udviklet sig, som vi forventede for blot et år siden.

Årets resultater

Omsætningen i Friland A/S blev på 823 millioner DKK. Dermed er omsætningen 5% under sidste års rekordomsætning på 867 millioner DKK.

Som det ofte har været tilfældet, er det de to økologiske koncepter, som driver udviklingen, men dette år desværre med en tilbagegang i omsætningen.

Med 53% er det fortsat økologisk griskød, der udgør den største del af omsætningen, mens økologisk oksekød udgør 30%. Dermed er Frilands samlede økologiske omsætningsandel på 83%.

Vores øvrige koncepters omsætningsandele er fordelt således: FRILANDSGRIS®: 13%, FRILAND KØDKVÆG®: 3% og FRILAND LIMOUSINE® kalve 1%. Det betyder, at de enkelte koncepters andel er tæt på samme niveau som sidste år.

Frilands samlede omsætning i Danmark udgør 47% af den totale omsætning, mens eksportandelen dermed ender på 53%. Den danske andel af omsætningen er steget med 2 pct. point ifht. sidste år.

Disse andele er baseret på omsætningen af danske råvarer. Til salget uden for Danmark skal lægges den omsætning, der blev genereret gennem salg af ikke-danske råvarer – primært tyske økologiske grise – via datterselskabet Friland J. Hansen.

I Friland J. Hansen blev omsætningen på 278 millioner DKK mod 275 DKK millioner sidste år. Dette på trods af et markant prispres på især det tyske marked.

Udviklingen i antal dyr har også i år været meget forskellig afhængig af konceptet. Samlet set har der på tværs

af hele Friland været 8% flere dyr til slagtning med en total på 276.085 slagtede dyr fra danske leverandører.

Der henvises til de konceptspecifikke afsnit for en mere detaljeret beskrivelse af udviklingen i det enkelte koncept.

Resttillæg

Alle fem kødkoncepter har i løbet af året opsparret resttillæg. Som altid skal det understreges, at det ikke i sig selv er

et succeskriterie at opsamle til resttillæg. Frilands forretningsmodel betyder dog, at der er behov for en vis buffer, til at kunne absorbere eventuelle uforudsete bevægelser i markedet.

Leverandører af FRILAND ØKOLOGI, grise modtager et resttillæg på 0,35 DKK/KG, pr. slagtet kilo.

Leverandører af FRILAND ØKOLOGI, kreaturer modtager et resttillæg på 1,30 DKK/KG pr. slagtet kilo.

Leverandører af FRILANDSGRIS® modtager et resttillæg på 1,00 DKK/KG for kvalitetsgodkendte kilo.

Leverandører af FRILAND LIMOUSINE® kalve modtager et resttillæg på 0,70 DKK/KG for godkendte kilo.

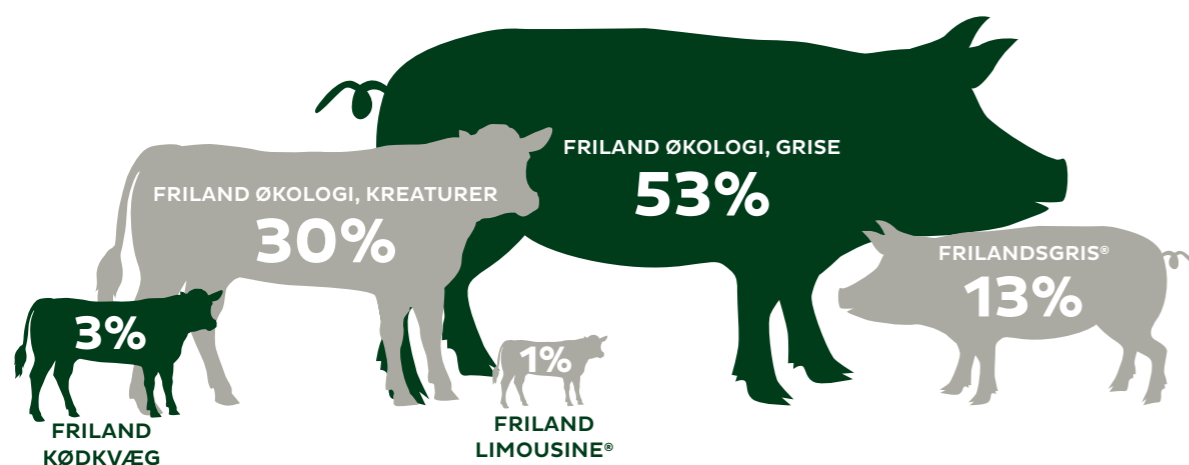
Leverandører af FRILAND KØDKVÆG modtager et resttillæg på 0,30 DKK/KG for godkendte kilo.

Totalt udbetalte tillæg

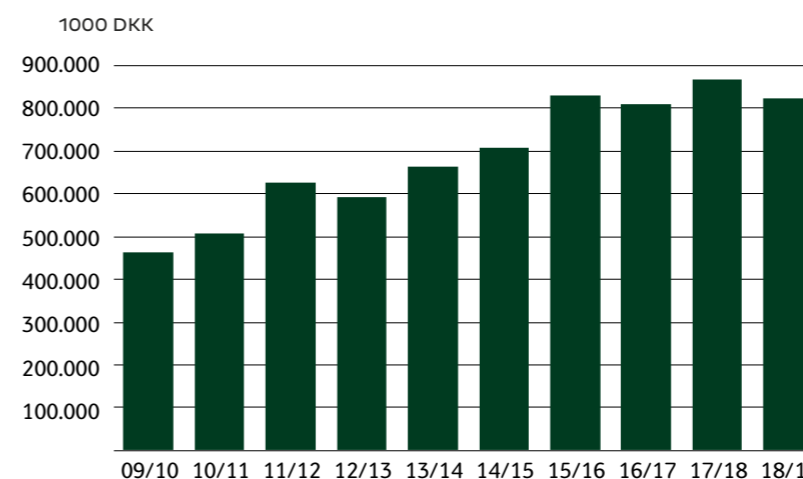
Med disse resttillæg har Friland i regnskabsåret 2018/2019 udbetalt 235 millioner DKK.

* Baseret på de danske råvarer

OMSÆTNING FORDELT PÅ KONCEPTER



UDVIKLING I OMSÆTNING



NØGLETAL

OMSÆTNING DKK
823.047.759

UDBETALT I TILLÆG DKK
235.226.728

RESTITILLÆG

FRILAND ØKOLOGI, grise

0,35
DKK/KG



FRILAND ØKOLOGI, kreaturer

1,30
DKK/KG



FRILANDSGRIS®

1,00
DKK/KG



FRILAND LIMOUSINE®

0,70
DKK/KG



FRILAND KØDKVÆG

0,30
DKK/KG



FRILAND ØKOLOGI, grise

Det er svært at skrive en beretning om 2018/19 året uden at nævne svinepest i Kina. Dette har som bekendt betydet en markant stigning på den konventionelle notering. En stigning som vi slet ikke har kunnet følge med i vores segmenter, da udbud/efterspørgsel balancen ikke følger det konventionelle marked én til én. På visse delstykker har det dog være muligt, og vi har naturligvis grebet de muligheder, når de forelå. Omsætningen er faldet med 11% i forhold til sidste år til 361 millioner DKK.

Faldet skyldes en nedgang i den samlede mængde, der er solgt af danske kilo med 6%. Dertil kommer et fald i den gennemsnitlige salgspris med 5%. Det sidste dækker dog over store forskelle på tværs af de enkelte udskæringer på grisen. Det er især på de delstykker, vi sælger til eksportmarkederne, vi har set en faldende pris. Nedgangen er primært drevet af et øget udbud i markederne, som derfor har været præget af et overudbud.

Det er klart, at der har ligget og fortsat ligger et stort fokus på at ændre dette billede. Vi har hen over året arbejdet dels med at fastholde vores kundebase men også med projekter, der udvider vores markedstilgang, samt arbejdet på nye kunder i de markeder vi allerede er solidt tilstede i. Denne kamp er ikke nem, men der er dog en forventning til forbedringer i det kommende år.

Konkurrencen er naturligvis hård i et marked, hvor der er rigeligt med kød (på visse delstykker), men det er vigtigt at holde fast i, at vi fortsat ser en underliggende vækst i den samlede solgte mængde. Dermed også sagt at der er solgt en større mængde økologisk grisekød, som ikke er danske kilo. Den samlede solgte mængde er således på niveau med sidste år med et lille plus på 1% - svarende til ca. 150 tons.

Eksportandelen udgør ca. 70% af den samlede omsætning på konceptet, hvilket er 5% mindre end sidste

regnskabsår. Eksportomsætningen er dermed faldet med ca. 10%.

Til omsætningen udenfor Danmark skal naturligvis lægges det salg, som er baseret på økologiske grise, der ikke er opvokset i Danmark.

Det er fortsat Tyskland og Frankrig, som er de største eksportmarkeder for økologisk grisekød. Lande som Holland og Italien har dog fortsat deres vækst i andel i løbet af året.

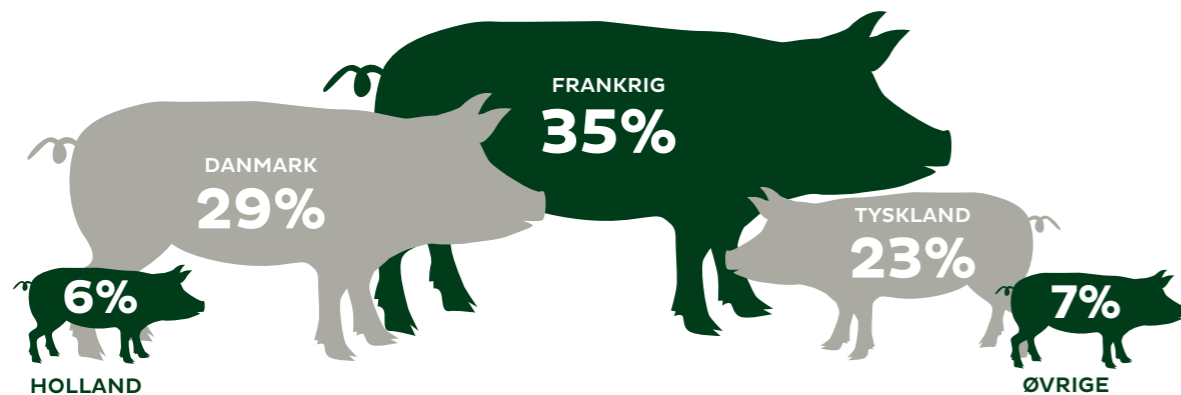
At vi står stærkt i forhold til eksporten er vigtigt, og det vil også fremover være særdeles afgørende for at kunne komme tilbage på et spor, hvor der skabes en tilfredsstillende værdi på de tilgængelige råvarer.

Omsætningen i Danmark er faldet med 1%, hvilket primært skyldes en lavere gennemsnitlig salgspris på tværs af kunderne. Måles salget i volumen, er denne steget med ca. 15%. At omsætningen ikke har fulgt med op, skyldes i store træk, at det salgsmix der er solgt, giver en lavere gennemsnitlig salgspris.

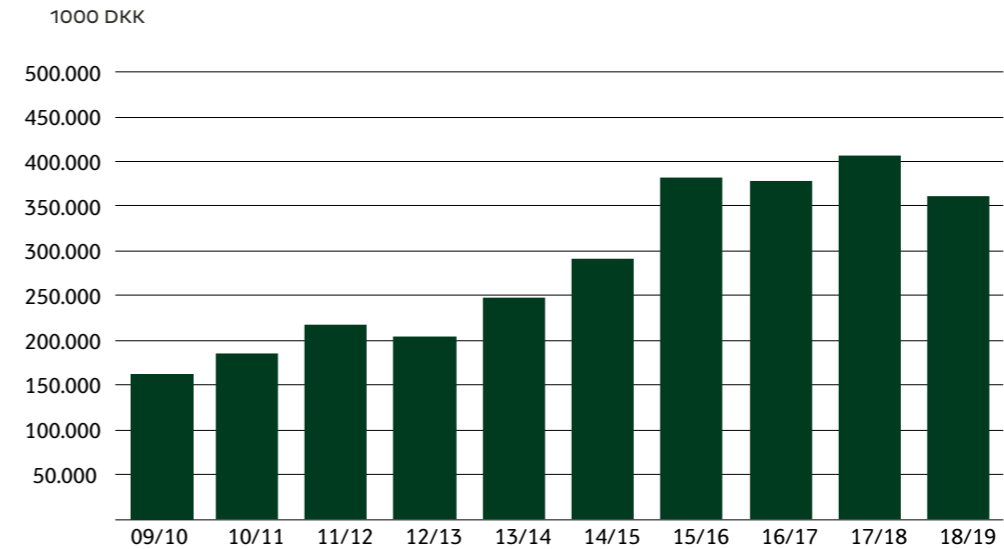
Forventningen er, at det kommende år igen vil kunne vise en vækst i både volumen og omsætningen i Danmark. Det forventes ligeledes, at den bagvedliggende efterspørgsel på økologisk grisekød vil fortsætte med at stige på vores eksportmarkeder. Da vi modsat ikke forventer et markant øget udbud af økologiske grise på det europæiske marked, øjner vi en god mulighed for at løfte vores afregning til leverandørerne. Vores forventning på den front er rundsendt til de landmænd, der leverer økologiske grise til Friland.

Antal slagtninger er i år steget med 5% til 172.159 grise. Der er udbetalt 167 millioner DKK til gruppen – inkl. resttillæg, svarende til 11,18 DKK/KG mod 15,97 DKK/KG sidste år. Inkl. noteringen fra Danish Crown er der i gennemsnit udbetalt 21,00 DKK/KG mod 24,95 DKK/KG sidste år. Til disse tal skal der lægges efterbetaling fra Danish Crown.

SALG AF DANSKE ØKOLOGISKE GRISE FORDELTE PÅ MARKEDER

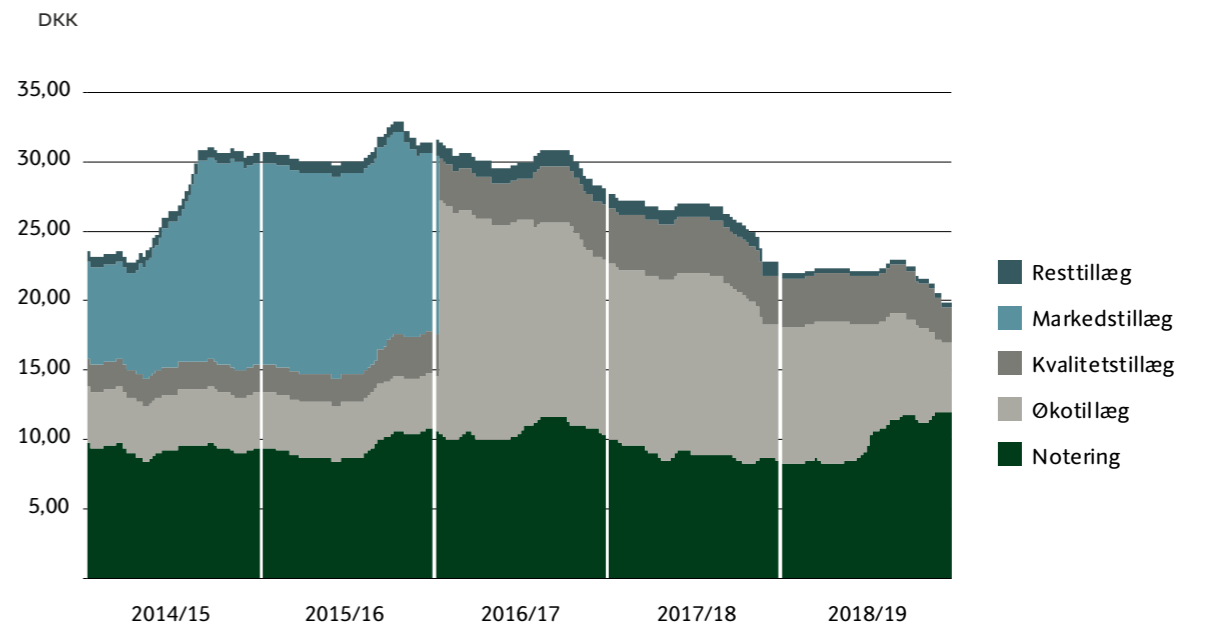


OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR ØKOLOGISKE GRISE



UDVIKLING I SAMLET AFREGNING FOR KVALITETSGODKENDTE ØKOLOGISKE GRISE

Hertil kommer efterbetaling fra Danish Crown



FRILAND ØKOLOGI, kreaturer

De økologiske kreaturer har også i år været påvirket af tørken i sommeren 2018. Således havde vi i regnskabsårets første kvartal markant flere dyr end et "normalt" år. Dette faldt oven i den periode, hvor vi i forvejen plejer at have mange dyr. Planlægningen af slagtingerne og balancen i forhold til salget blev derfor udfordret i denne periode, men blandt andet via en ekstra indsats på vores eksport-salg lykkedes vi med at sælge en del af de ekstraordinære mængder. Den samme ekstrainsats gjorde sig gældende på det danske salg. Det er dog klart at en så stor mængde, der skal sælges med kort varsel, sætter sit præg i salgspriserne - især på eksporten.

Det satte naturligvis også sit præg på vores indtjeningssevne i perioden, og dermed på evnen til udbetaling af tillæg. Til gengæld var perioden med et relativt højt tillæg hen over sommeren længere end de forrige år. Denne "sommertop" har vi som bekendt, da vi ser et stort sæsonudsving hen over året. Da vi ønsker en mere jævn fordeling, forsøger vi via afregningen at belønne landmænd, som leverer dyr på den tid af året, hvor vi har få dyr. Der er allerede nu planer om en tilsvarende top i afregningen i 2020.

Vi forventede sidste år at se et fald i antallet af slagtinger i 2019, men dette har ikke været tilfældet. Vi er således endt på stort set samme antal slagtinger som sidste år.

Regnskabsåret 2018/19 var det fjerde år med kontraktgruppen "hakkedrenge" designet til de økologiske ungtyre. Som bekendt er der her et potentiale for mere økologisk

kød, hvis flere af kalvene bliver i den økologiske produktion. Rammer for kontraktgruppen blev udvidet i 2019 med det håb, at flere vil kunne levere dyr ind til denne gruppe, hvilket også er lykkedes i nogen grad. Det vil fortsat primært være kalve fra mælkeproduktionen, denne gruppe vil være relevant for, og alle der har denne produktion opfordres til at se nærmere på de muligheder, der tilbydes.

Vi forventer fortsat en øget efterspørgsel på økologisk oksekød i de kommende år, og derfor håber vi at se en tilsvarende vækst i antal slagtingerne, dog er ønsket herfra selvfølgelig en så jævn fordeling henover året som muligt.

Et nyt element for kreaturleverandørerne i det kommende år, bliver introduktionen af det statslige dyrevelfærdsmærke - som vi allerede kender fra grisene. Vi ser frem til et øget fokus på dyrevelfærd, da vi ved,

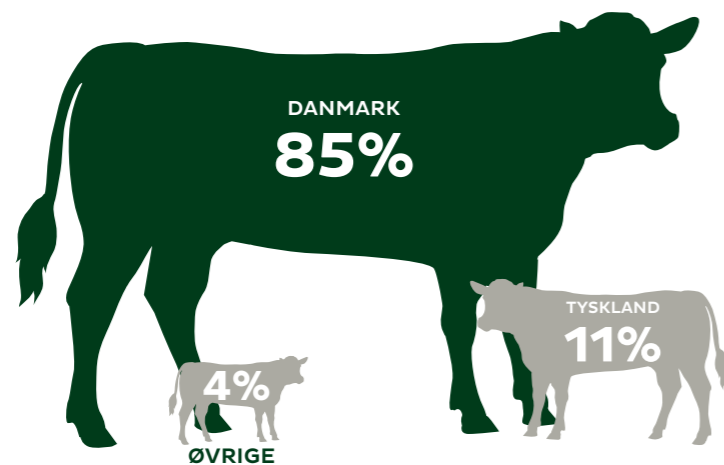
vi står stærkt med vores koncepter på denne front. Meget mere om dette i starten af 2020.

Den samlede omsætning blev på 207 millioner DKK mod 216 millioner DKK sidste år. Eksportandelen blev på samme niveau som sidste år med 15%, svarende til 31 millioner DKK.

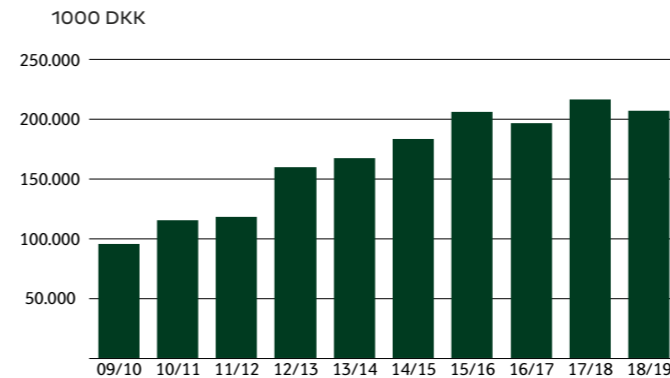
Totalt blev der slagtet 20.110 dyr mod 20.321 sidste år. Der er i alt udbetalt 41 millioner DKK til gruppen - inkl. resttillæg, svarende til 7,07 DKK/KG mod 7,59 DKK/KG sidste år. Inkl. noteringen fra Danish Crown er der i gennemsnit udbetalt 24,55 DKK/KG mod 26,60 DKK/KG sidste år. Til disse tal skal der lægges efterbetaling fra Danish Crown.

Et nyt element for kreaturleverandørerne i det kommende år, bliver introduktionen af det statslige dyrevelfærdsmærke - som vi allerede kender fra grisene.

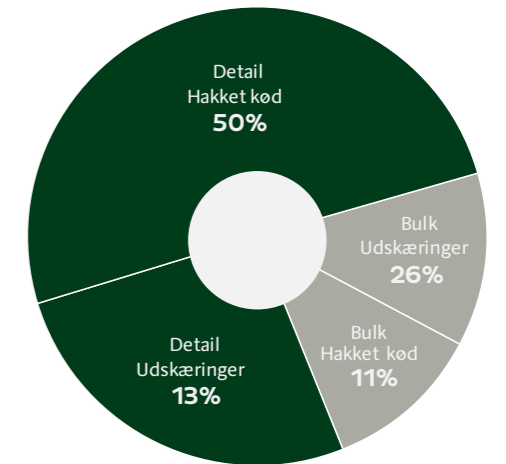
SALG AF DANSKE ØKOLOGISKE KREATURER FORDELT PÅ MARKEDER



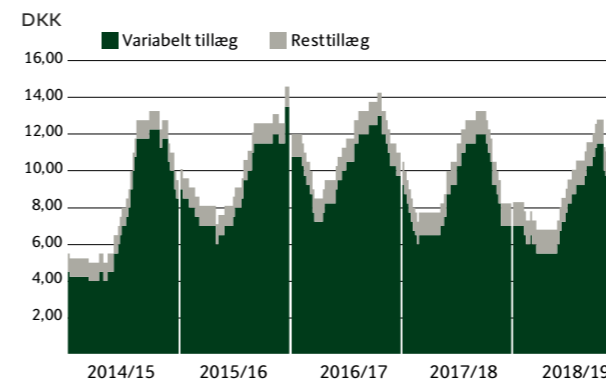
OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR ØKOLOGISKE KREATURER



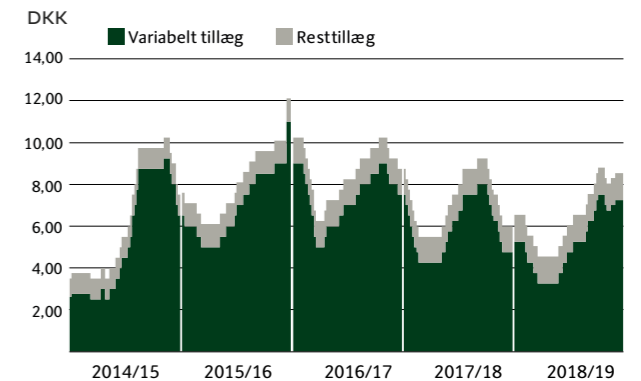
SALGSFORDELING FOR ØKOLOGISKE KREATURER



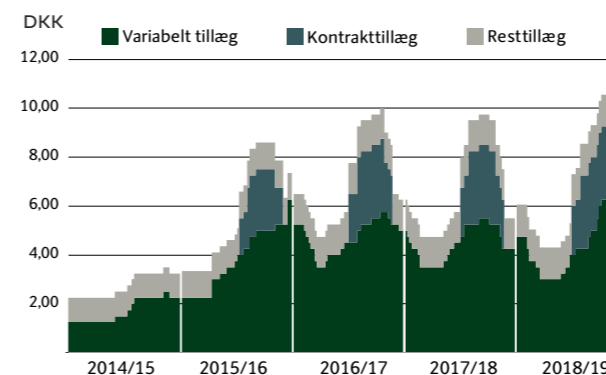
UDVIKLING I TILLÆG FOR ØKOLOGISKE STUDE OG KVIER PÅ KONTRAKT



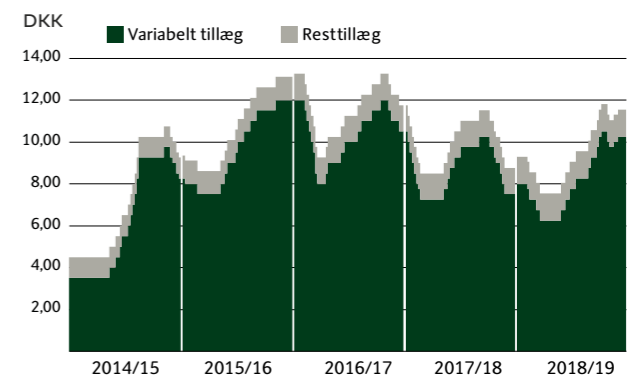
UDVIKLING I TILLÆG FOR ØKOLOGISKE STUDE OG KVIER UDEN KONTRAKT



UDVIKLING I TILLÆG FOR ØKOLOGISKE UNGTYRE MELLEM 12 OG 24 MÅNEDER



UDVIKLING I TILLÆG FOR ØKOLOGISKE KØER



Omsætningen på FRILANDSGRIS® faldt i løbet af året med 7% til 89 millioner DKK. I dette koncept sælges den største andel på det danske marked, og det er da også udviklingen her, der har drevet den negative udvikling. Det er primært salget til detail, der ikke har udviklet sig som forventet. Især har tabt salg til én kunde i Danmark betydet meget i omsætningens udvikling.

Vores samarbejde med Danish Crown Foods (Tidligere Tulip Food Company) på dette koncept er fortsat i løbet af året. Dette har blandt andet udmøntet sig i, at 7-Eleven kæden valgte at udskifte hele deres sortiment af pølser til pølser baseret på kød fra FRILANDSGRIS®. En lancering som sidst på regnskabsåret blev kåret som "Året Nyhed" af 7-Eleven. Der var her tale om et godt samarbejde på tværs af koncernens søsterselskaber, og der bør være mere at hente ad denne vej.

Vores markedsføring af FRILANDSGRIS® i diverse medier har været videreført hen over året. Som i de tidligere år i et tæt samarbejde med MENY-kæden, der markedsfører FRILANDSGRIS® mærket i deres butikker. Her forventer vi ligeledes, at der vil være mere at hente i det kommende år, selvom udviklingen i dette regnskab kunne have været bedre.

Eksporten af FRILANDSGRIS® har været en smule påvirket af, at konceptets største marked er det engelske. Her har

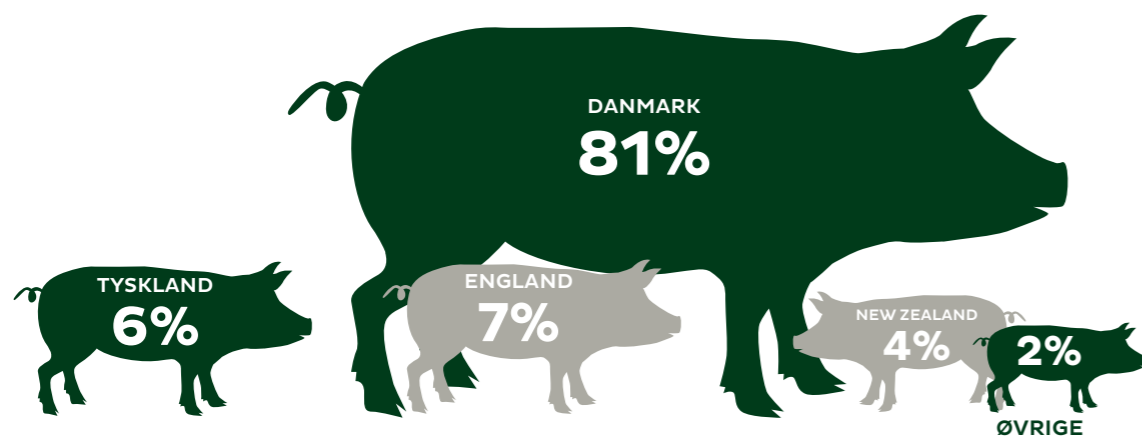
Brexit og valutauro sat sit præg på udviklingen hen over året, som derfor har været meget svingende. I skrivende stund ses der frem til en afklaring af situationen og dermed en afklaring på, hvordan den fremtidige samhandel kan udvikles. Det er dog fortsat 19% af omsætningen, som kommer fra eksport - svarende til 17 millioner DKK.

Antal slagtninger af FRILANDSGRIS® blev på 79.217 mod 70.786 sidste år.

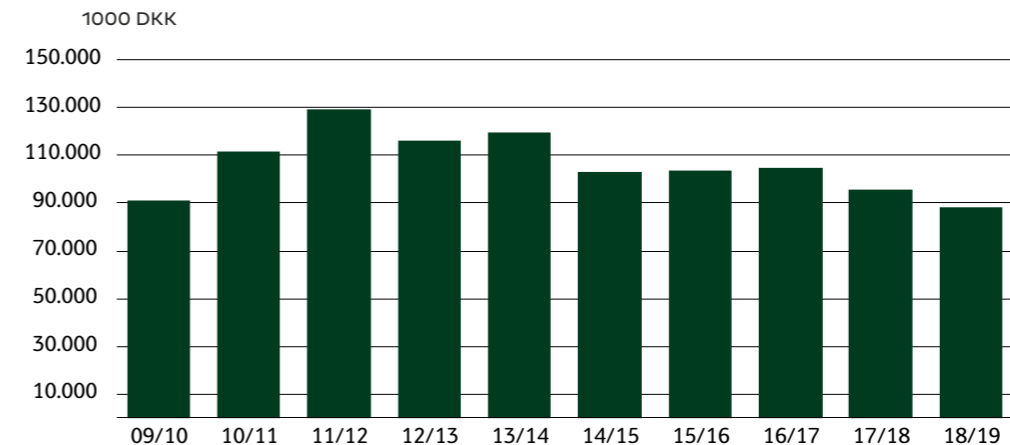
Der er i alt udbetalt 25 millioner DKK til gruppen – inkl. resttillæg, svarende til 3,70 DKK/KG mod 4,53 DKK/KG sidste år. Inkl. noteringen fra Danish Crown er der i gennemsnit udbetalt 13,52 DKK/KG mod 13,51 DKK/KG sidste år. Til disse tal skal der lægges efterbetaling fra Danish Crown.

7-Eleven kæden valgte at udskifte hele deres sortiment af pølser til pølser baseret på kød fra FRILANDSGRIS®.

SALG AF FRILANDSGRIS® FORDELT PÅ MARKEDER

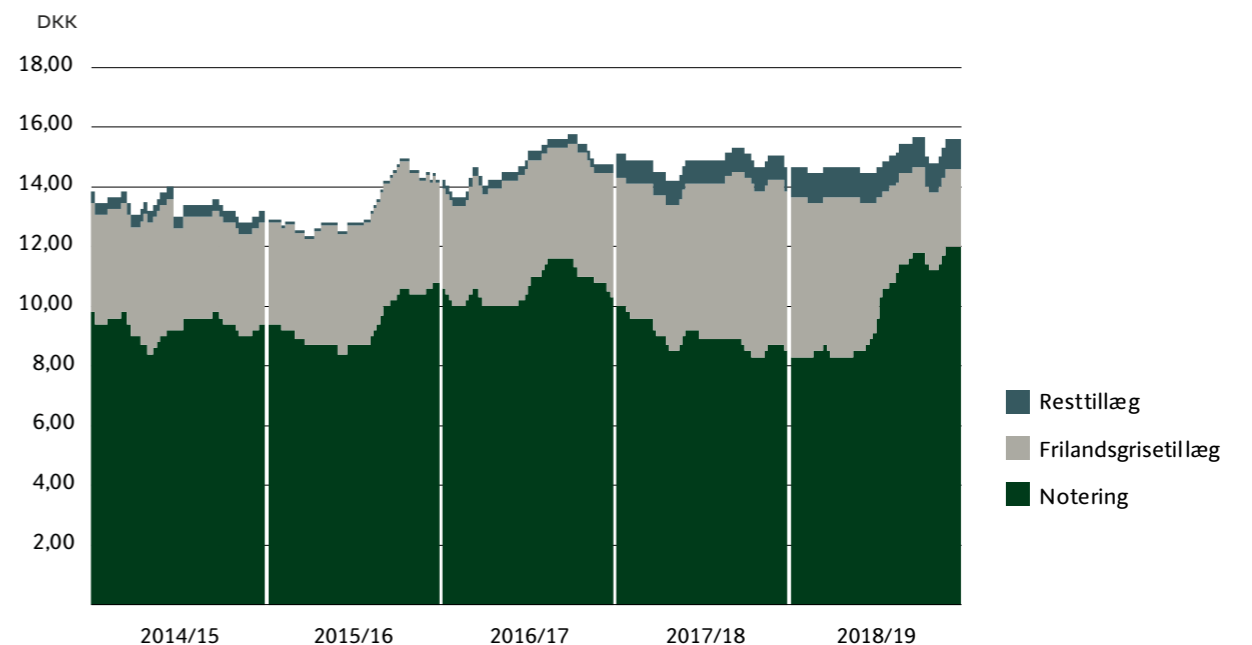


OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR FRILANDSGRIS®



UDVIKLING I SAMLET AFREGNING FOR KVALITETSGODKENDT FRILANDSGRIS®

Hertil kommer efterbetaling fra Danish Crown



FRILAND KØDKVÆG

FRILAND LIMOUSINE®

Vores kødkvægskoncepter har i det seneste år udviklet sig i forskellige retninger. FRILAND KØDKVÆG har haft en omsætningsvækst på 6%, mens FRILAND LIMOUSINE® er gået tilbage med 5%.

Denne udvikling er naturligvis en konsekvens af valget om at lukke for FRILAND LIMOUSINE® konceptet, som blev truffet i slutningen af 2018. Valget blev truffet som en konsekvens af, at konceptet ikke længere havde et tilstrækkeligt antal slagtninger bag sig til at kunne føres videre. Derfor er fokus nu på at styrke FRILAND KØDKVÆG konceptet og gøre det attraktivt samt sikre en stærk position i fremtiden for både leverandører og kunder.

Det er vores forventning, at vi ved at bruge kræfterne mere fokuseret på dette ene koncept, vil kunne lykkes med at løfte det fra det niveau, vi har været på i år. Blandt

Det er derfor håbet, at alle, som tidligere har leveret til FRILAND LIMOUSINE® konceptet, vil lade deres dyr blive ældre og indgå i FRILAND KØDKVÆG konceptet fremover.

andet arbejdes der på at udnytte anbefalingen fra Dyrenes Beskyttelse aktivt i forarbejdede produkter. Stærkt inspireret af vores markedsføring af forærede produkter med FRILANDSGRIS®. Forventningen er, at forbrugernes interesse i koncepter, som skiller sig ud via en særlig høj grad af dyrevelfærd, fortsat vil være en stærk drivkraft, når der skal vælges kød i supermarkedet, kantinen og på restauranten.

Det er derfor håbet, at alle, som tidligere har leveret til FRILAND LIMOUSINE® konceptet, vil lade deres dyr blive ældre og indgå i FRILAND KØDKVÆG konceptet fremover.

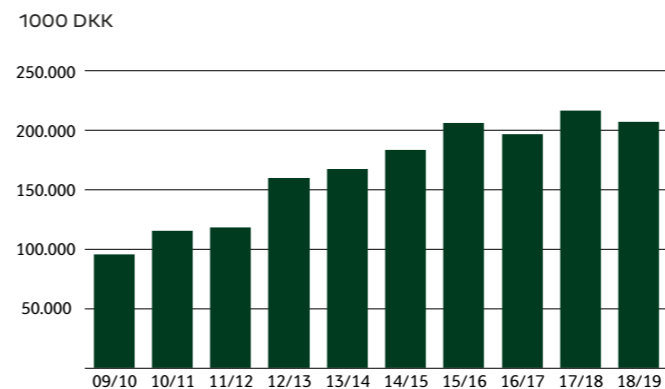
Antal slagtninger af FRILAND LIMOUSINE® blev på 649 mod 771 sidste år og faldt dermed med 16%.

Der er i alt udbetalt ca. 612.000 DKK til gruppen – inkl. resttillæg, svarende til 3,12 DKK/KG mod 4,46 DKK/KG sidste år. Inkl. noteringen fra Danish Crown er der i gennemsnit udbetalt 27,09 DKK/KG mod 30,00 DKK/KG sidste år. Til disse tal skal der lægges evt. efterbetaling fra Danish Crown.

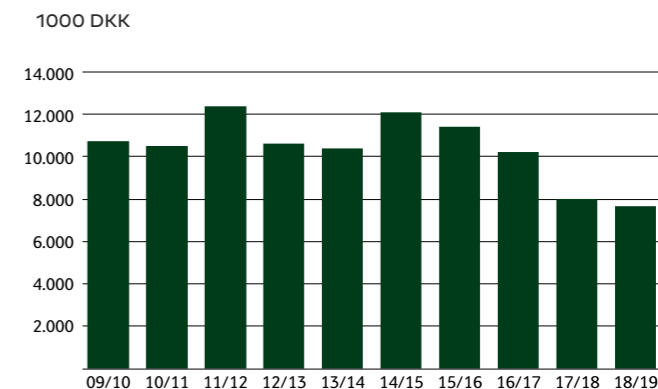
Antal slagtninger af FRILAND KØDKVÆG blev på 1.651 mod 1.601 sidste år og steg dermed med 3%.

Der er i alt udbetalt ca. 816.000 DKK til gruppen – inkl. resttillæg, svarende til 1,60 DKK/KG mod 2,15 DKK/KG sidste år. Inkl. noteringen fra Danish Crown er der i gennemsnit udbetalt 25,47 DKK/KG mod 27,83 DKK/KG sidste år. Til disse tal skal der lægges efterbetaling fra Danish Crown.

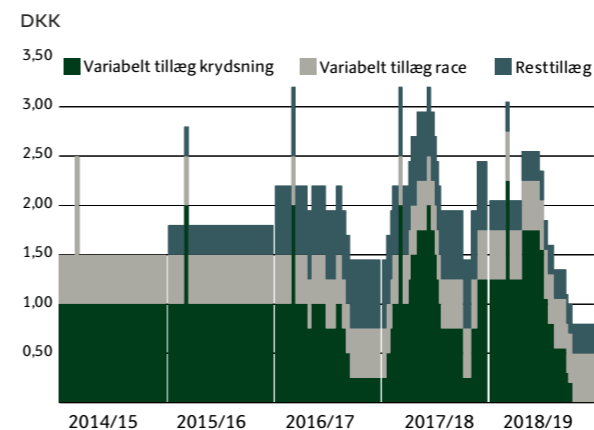
OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR FRILAND KØDKVÆG



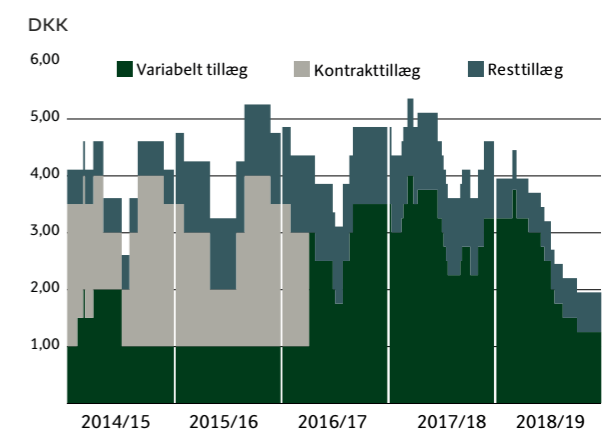
OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR FRILAND LIMOUSINE®



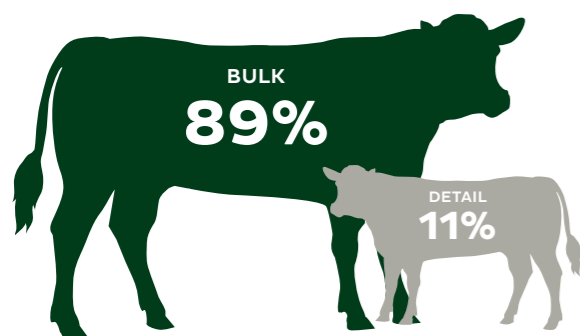
UDVIKLING I TILLÆG FOR FRILAND KØDKVÆG



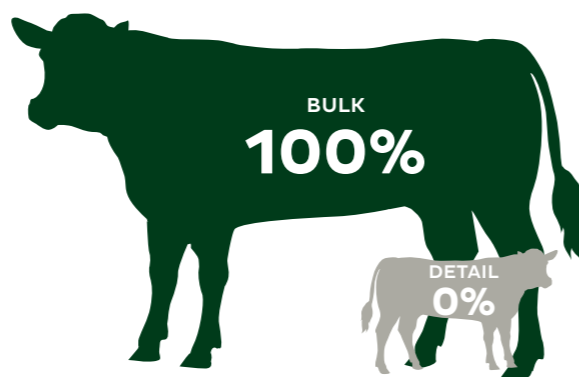
UDVIKLING I TILLÆG FOR FRILAND LIMOUSINE®



SALGSFORDELING FOR FRILAND KØDKVÆG



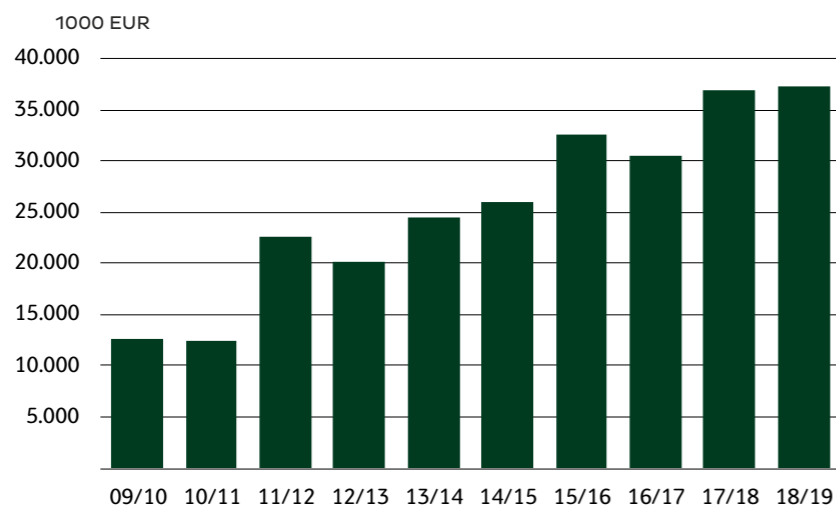
SALGSFORDELING FOR FRILAND LIMOUSINE®



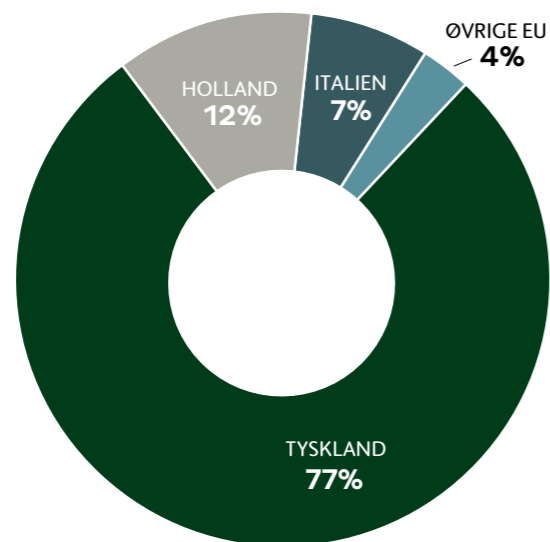
FRILANDS MARKEDER

En del af Frilands eksport varetages af kontoret i Kiel. På disse grafikker fremgår det, hvordan eksporten fordeler sig både på de tyske grise samt for hele Frilands forretning.

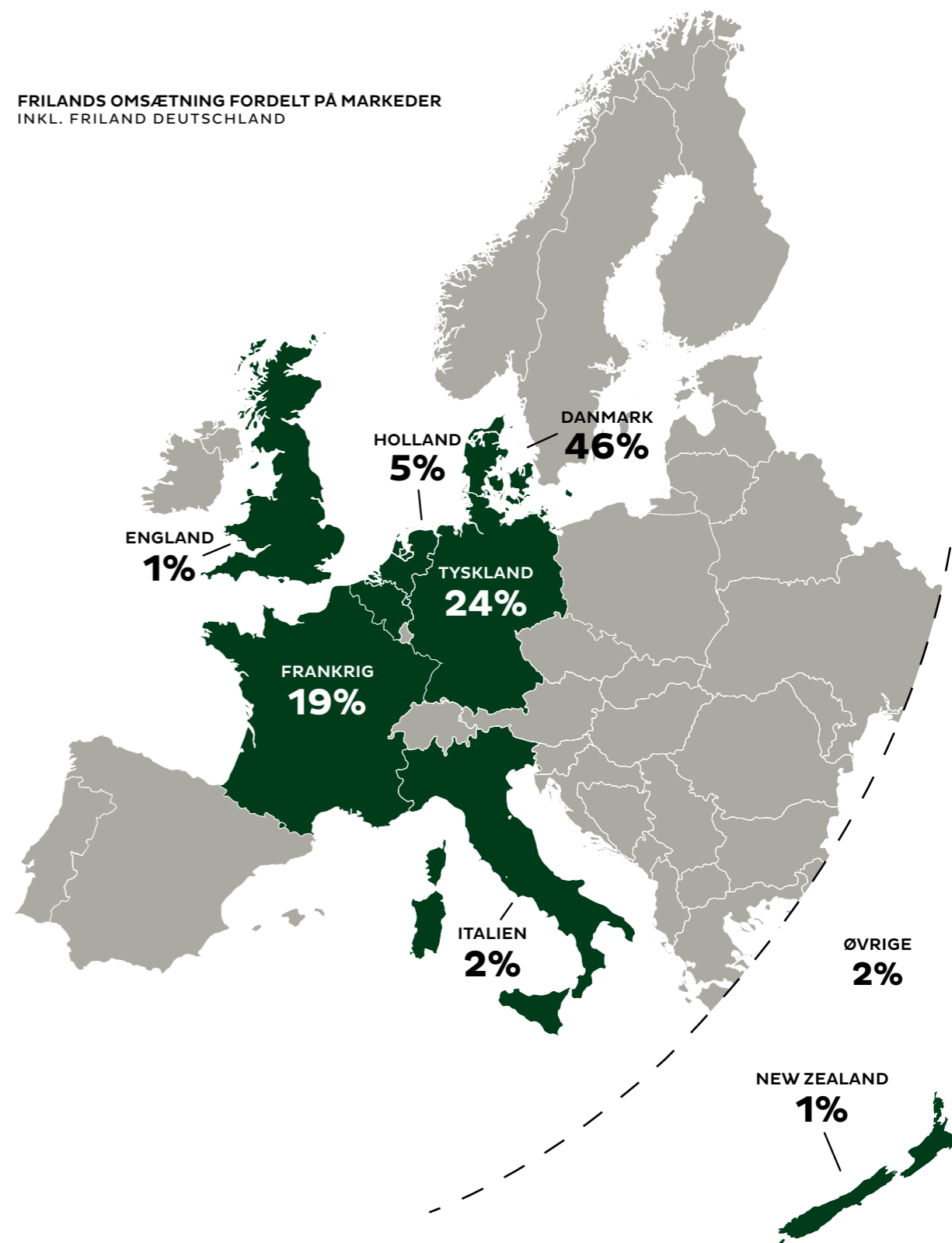
UDVIKLING I OMSÆTNING FOR FRILAND DEUTSCHLAND



FRILAND DEUTSCHLANDS OMSÆTNING FORDELT PÅ MARKEDER



FRILANDS OMSÆTNING FORDELT PÅ MARKEDER
INKL. FRILAND DEUTSCHLAND



Navneskift & bedre økonomi - har været i fokus

"Udviklingscenter for husdyr på friland" har skiftet navn. Vores hjemmeside var gammeldags og upraktisk, og vi vil rigtig gerne have, at den viden vi generere kommer i brug. Derfor hedder vi nu "Center for Frilandsdyr", vores logo er med kun en farve og vores hjemmeside er til at finde rundt på. Det sidste håber vi, I vil undersøge ved at kigge ind på: www.frilandsdyr.dk

Beretning fra Centerleder Simme Eriksen.

I Center for Frilandsdyr bruger vi langt det meste af vores tid på at arbejde med projekter. Enten projekter vi selv har søgt og fået bevilling til, eller projekter som Aarhus Universitet, Økologisk Landsforening eller SEGES har søgt, og hvor vi så er ekstern partner. Vi plejer at bryste os af den direkte kontakt, vi har til jer, der producerer dyrene, og den styrke der er ved centrets dobbelte ejerskab. Sidst, men ikke mindst, plejer jeg at sige til forskerne, at de desuden har brug for os til at oversætte deres "forsker-sprog" til almindeligt dansk. Sagt med et godt glimt i øjet, men alligevel ikke helt ved siden af.

Ud over projektarbejdet har vi en mængde opgaver for Friland og Dyrenes Beskyttelse, hvor vi løser opgaver af mere sekretariatsagtig karakter. Det kan være opgaver som udarbejdelse af faglige oplæg eller et mindre notat til intern brug om en specifik problemstilling. Derudover deltager vi i kongresser, kurser og udvalg for hele tiden at holde os opdaterede om den nyeste viden og de trends, der kommer

til at sætte dagsordenen for landbruget i fremtiden. For eksempel er vi meget bevidste om, at klima stjæler næsten alle overskrifter lige for tiden, men vi er ret sikre på, at problematikkerne om biodiversitet kommer til at fylde mindst lige så meget i fremtiden. Det er to sider af samme sag.

Fodring af økologisk grise – bedre økonomi og miljø

Et afsluttet projekt er: Fodring af økologiske grise – bedre økonomi, der var støttet af GUDP og Svineafgiftsfonden, og løb fra januar 2016 til juni 2019.

Bag den lange titel gemmer sig et projekt om at minimere alt det foderspild, der er eller kan være i en moderne økologisk griseproduktion. Økonomisk er det ren fortjeneste at bruge mindre foder til samme produktion. Samtidig bliver miljøbelastningen reduceret ved en målrettet indsats for lavere foderforbrug i form af mindre spild, bedre foderudnyttelse og foderoptimering. En særlig indsats i dette



Center for Frilandsdyr har afsluttet projektet: Fodring af økologiske grise – bedre økonomi. Projektet har vist, at der kan være store økonomiske og miljømæssige gevinster ved at optimere foderforbruget.

En særlig indsats i dette projekt var et nytænkende samarbejde om reduktion af det spild, som skyldes rotter og fugle på faremarkerne.

projekt var et nytænkende samarbejde om reduktion af det spild, som skyldes rotter og fugle på faremarkerne. Projektet var et samarbejdsprojekt med deltagelse af SEGES Økologi Innovation, SEGES Svineproduktion, 4 økologiske svineproducenter, Mortalin, WildDetect samt Center for Frilandsdyr. Projektledelsen lå hos os, hvilket giver nogle fordele blandt andet i form af hurtig adgang til viden. Det har været en bevidst strategi, at alle opgaver blev løst med deltagelse af flere partnere, idet vi tror på, at

samarbejde og faglig sparring er den sikreste vej til fagligt brugbare resultater.

Helt kort kan det konkluderes, at projektet er lykkedes med at dokumentere at en fokuseret indsats for at reducere foderspildet, det fysiske såvel som det fysiologiske, vil resultere i en forbedret udnyttelse af næringsstofferne og dermed en forbedring både med hensyn til økonomi og miljø. Projektet har således adresseret og leveret, i forhold til det fondene kalder "den dobbelte bundlinje".

Konkret er der gennemført tiltag med fokus på en stribe betydelige og meget forskellige former for foderspild hos de fire partnere, der har fungeret som afprøvningsværter i projektet. Der har været indsatser mod fysisk spild i både stald og mark, indsatser mod spild til skadedyr som rotter og fugle, samt indsatser der skulle klarlægge om bedre optimering af foderblandingerne, kunne reducere foderforbruget og dermed minimere det fysiologiske spild i grisene.



Der arbejdes på at optimere produktionen af øko-ungtyre af malkekværgracen. Dette skal optimere økonomien og mindske klimabelastningen.

Projektets resultater er blevet offentliggjort som artikler, notater og ikke mindst: Som otte fakta-ark. Disse fakta-ark har hver et specifikt tema og kan printes direkte fra frilandsdyr.dk

Projektet endte med en intern workshop, hvor vi, der har stået for afprøvningerne, naturligvis var meget spændte på, hvordan afprøvningsværterne havde oplevet projektet. Det var derfor en stor glæde, da en af producenterne udtalte: "Alle resultaterne er højaktuelle og lige til at gå hjem og gennemføre. Det er ikke muligt at fremhæve ét resultat fremfor andre. Et helt igennem godt projekt!" Sådan slutter alle vores projekter ikke. Desværre. Men vi arbejder altid i den retning.

Øget produktion af øko-ungtyre af malkekværgracen

På kvægsiden arbejder Center for Frilandsdyr blandt andet med et visuelt overblik, der skal vise, hvornår landmanden opnår den bedst mulige pris via afregningen for specifikke grupper af kreaturer, når de sendes til slagtning hos Friland.

Materialet er under udarbejdelse og vil blive tilgængeligt på både Friland og Center for Frilandsdyrs hjemmesider.

Derudover arbejder vi med to projekter om ungtyre: Dels strategier der skal give landmændene et større vidensgrundlag for produktion af økologiske ungtyre af malkekværgrace i forhold til fodring, tilvækst og tidspunkt for slagtning. Fokus ligger på at opnå høj produktivitet, og dels strategier for lavest mulig klimabelastning.

I forhold til at sikre at fremtidens oksekød har så lav en klimabelastning som muligt, vil projektet om ungtyre og klima give viden til landmanden, så han har mulighed for at vælge en strategi på bedriften, hvor klimabelastningen i produktionssystemet bliver så lav som mulig. Der regnes på ti forskellige strategier, der konsekvensberegnes af Aarhus Universitet.

Projekterne er formidlet bl.a. på Økologikongressen, og der udarbejdes fem fakta-ark målrettet landmænd med interesse i ungtyreproduktion. Alt kommer til at ligge på frilandsdyr.dk

ET KAPITEL ER SLUT:

Farvel til geschäftsführer Jürgen Hansen

Fredag d. 31. august takkede Jürgen Hansen af som geschäftsführer i Friland J. Hansen, der i samme ombæring skiftede navn til Friland Deutschland.

Tilbage i år 2000 stiftede Jürgen Hansen handels-selskabet J. Hansen, der dengang var Europas første rene handels-selskab for økologisk kød. I 2006 købte Friland selskabet og Jürgen Hansen fulgte med i den nye virksomhed som geschäftsführer. Virksomheden skiftede navn til Friland J. Hansen, og har siden håndteret størstedelen af Frilands eksport.

D. 31. august fratrådte Jürgen Hansen officielt stillingen som geschäftsführer hos Friland J. Hansen, og han ser tilbage på tiden hos Friland med både glæde og stolthed.

- De seneste 19 år har været en lang og spændende rejse, og jeg er meget glad for at have startet den og ikke mindst været med på den helt indtil nu. Da jeg i 2006 sagde ja til at sælge til Friland, blev rejsen kun endnu mere spændende, i takt med at samarbejdet kom op i gear. Vi havde - og har stadig - den samme vision omkring udbredelsen af økologisk kød og hele fortællingen om dyrevelfærden, siger Jürgen Hansen.

Når han i fremtiden tænker tilbage på tiden hos Friland, er han sikker på, at kollegerne og samarbejdspartnerne vil stå soleklart i erindringerne.

- Når man har været i så tæt kontakt med kollegaer og kunder, som jeg har de seneste 19 år, bliver det mere til venskaber end noget andet. I forbindelse med min fratrædelse har jeg været rundt og sige farvel, og jeg kommer virkelig til at savne dem alle i mit arbejdsliv.

Derfor tror jeg også, jeg vender tilbage til den økologiske branche i et eller andet omfang. Om det bliver kød, ved jeg ikke, siger han og understreger, at han indtil videre vil udnytte den ekstra fritid



Efter 19 år i kødbranchen takkede Jürgen Hansen af, og Henrik Biilmann har overtaget ansvaret for Friland Deutschland.

til at finde ud af, hvad fremtiden skal bringe.

Fra d. 1. september tiltrådte direktør i Friland A/S, Henrik Biilmann, som leder af den tyske afdeling, der i den forbindelse skiftede navn til Friland Deutschland, ligesom logoer på email-signaturer, brev-papir, hjemmeside osv. er blevet skiftet ud.

- Jeg vil gerne sige tak til Jürgen for den store indsats, han har lagt i Friland. Vi har haft et rigtig godt samarbejde, og han har virkelig formået at gøre Friland J. Hansen til en fanebærer for dansk økologisk kød på vores eksportmarkeder, siger Henrik Biilmann.

De seneste 19 år har været en lang og spændende rejse, og jeg er meget glad for at have startet den.



Busserne i de store byer ledte danskerne ind på friland.dk, hvor der var slow-tv fra grise- og komarkerne.

Livestream, GPS-køer og en stor indsats på digitale medier

Året har for alvor stået i gennemsigtighedens tegn, da Friland har inviteret danskerne med helt ind på gårdene i to store kampagner, der har skabt massiv interesse og omtale.



Tre køer havde fået GPS-sender på, så danskerne kunne følge dem live – døgnet rundt.

En del af Frilands DNA er dyrevelfærd, og netop dyrevelfærd og gennemsigtighed har været omdrejningspunktet i to af årets store kampagner. I foråret sendte Friland nemlig live fra tre leverandører, der havde sagt ja til at få produktionen "overvåget".

Mere end 35.000 danskere lagde vejen forbi Youtybe-kanalen og så i gennemsnit 2 minutter og 20 sekunder. Det svarer til sammenlagt 1.458 timers økologisk ko- og grise TV.

16 medier valgte at omtale kampagnen, og historien om slow-tv fra gårdene blev bragt i alt fra landbrugsmedierne til P3 og i TV2 nyhederne.

Ifølge en rapport Infomedia har udarbejdet for Friland, er omtalerne af kampagnen i medierne nået ud til næsten 1 mio. danskere. Dertil kommer Frilands egen markedsføring på blandt andet politiken.dk, Facebook og YouTube.

- Vi må bare erkende, at der er stor interesse for at opleve, hvordan hverdagen ser ud på gårdene. Det langsomme slow-tv gør sig rigtig godt, sammen med Frilands koncepter, og det er bestemt noget, vi bør tænke ind i fremtidige kampagner, siger Kasper Frank Christensen, der er communications manager hos Friland.

Køerne fik GPS på

Som en naturlig opfølgning blev der i næste kampagne sat fokus på den distance, som dyrene bevæger sig.

Her var der af praktiske årsager kun indtænkt kvæg i kampagnen, der fik monteret GPS-senderer.

Tre GPS-køer kunne følges døgnet rundt i hele september på friland.dk, samt på de Københavnske Metrostationer, hvor man løbende kunne følge med i, hvor langt køerne gik dag for dag.

Her blev siden besøgt af 25.000 danskere, der tilbragte 2 minutter og 40 sekunder på at følge køernes GPS-spor.

- Det er uden sammenligning den kampagne, hvor vi har modtaget flest likes og kommentarer på Facebook, Instagram og e-mail, siger Kasper Frank Christensen.

Setuppet havde ikke været muligt uden hjælp fra de landmænd, der uden tøven sagde ja til både Livestreaming og GPS-projektet.

- Det siger en del om landmændene i Friland. De er progressive og aldrig bange for at prøve noget nyt. Det gør sig både gældende i produktionen, men også når marketing får en idé som denne. Så mange tak til Gert, Lars, Jakob og Jens, der bød danskerne med indenfor, siger direktør i Friland Henrik Biilmann.

Også andre indsatser

Sideløbende med GPS-kampagnen i september, hvor der var fokus på oksekødet, kørte et annonce-spor, hvor grisekød, inspiration og madlavning var i fokus, og omkring juletid var det selvfølgelig opskrifter på de klassiske juleretter med grisekød, der var omdrejningspunktet.



- Hvis der er noget, der virker i julemånederne, er det vores opskrifter - særligt på flæskestegen - og det er et oplagt element til at udbrede hele Friland-brandet. Der er ingen, der vil fejle med flæskestegen, så derfor investerer danskerne gerne et par minutter i at se disse film og opskrifter. Så skal Friland selvfølgelig være afsender, siger Maria Bast, der er marketing manager hos Friland og afslører, at flæskestegen også får en fremtrædende rolle i den kommende julekampagne.

Stor konkurrence

I februar kørte Friland en konkurrence, hvor danskerne kunne teste deres viden om økologien. I konkurrencen kunne man få en virtuel guldmedalje, men så skulle man svare rigtigt på alle spørgsmål. Det gjorde hele 62% af deltagerne faktisk. Sølvmedaljen gjorde man sig fortjent til, hvis man havde seks rigtige svar, og det lykkedes for 25% af deltagerne.




- Mere end 5.000 danskere tog testen, hvor de kunne vinde pakker med kød fra Friland. Konkurrencen blev annonceret på politiken.dk, Facebook og Instagram og var også introduktionen til vores nyhedsbrev, der er målrettet forbrugerne, siger Maria Bast.

Blandt andre tiltag i løbet af året, har der kørt aktiviteter med smagsprøver af FRILANDSGRIS® i MENY-kæden,

mens FRILAND ØKOLOGI® for første gang var på besøg i en række af REMA1000's butikker for at uddele smagsprøver.

Man kan løbende følge med i Frilands marketingstiltag på friland.dk, eller ved at abonnere på nyhedsbrevet, der er målrettet leverandørerne. Hvis man ønsker at abonnere på nyhedsbrevet, kan man sende en mail til kasfr@friland.dk.

Friland online 2018/19

| | | |
|---|---|---------|
|  | Følgere på Facebook: | 17.501 |
|  | Fans på Instagram: | 2.550 |
|  | Besøgende på friland.dk : | 236.480 |
|  | Nyhedsbrevsabonnenter: | 7.654 |

Nye krav skal sikre Frilands berettigelse i fremtiden

§

Der bliver løbende skruet og justeret på de forskellige krav til Frilands leverandører, og dette regnskabsår har ikke været nogen undtagelse.

Kravene og forventningerne til Frilands produkter fra forbrugerne er under konstant udvikling, og der stilles i højere grad krav til, hvordan produkterne fremstilles. Derfor er det også nødvendigt løbende at justere på koncepterne, så konkurrenterne ikke overhaler indenom.

I 2018 tilsluttede Friland sig derfor en række branchebefalinger, der var resultatet af en arbejdsproces mellem Økologisk Landsforening, Landbrug & Fødevarer Økologisektionen og Dyrenes Beskyttelse. Et par af disse krav trådte i kraft i det forgangne regnskabsår.

En af ændringerne indebar at alle grise, der bliver solgt under FRILAND ØKOLOGI, skal være født økologiske. Dermed var det ikke længere muligt at indkøbe konventionelle søer, hvis man ønskede at opnå økotillægget på søer. I øjeblikket er økotillægget på søer dog sat på pause, men når det igen hæves, vil reglen igen påvirke afregningen.

De nye branchebefalinger dikterede også et forbud mod systematisk aflivning af tyrekalve, hvilket der dog kan søges dispensation for på bedrifter med igangværende sanering af Salmonella Dublin.

Fælles for anbefalingerne for økologiske grise og kreaturer er det, at de supplerer EU-kravene og giver dyrevelfærden endnu et skub. De tre organisationer Økologisk Landsforening, Landbrug & Fødevarer Økologisektionen og Dyrenes Beskyttelse arbejder løbende for, at anbefalingerne i videst muligt omfang indarbejdes i EU lovgivning eller gøres overflødige på grund af udviklingen.

Indfasning af rådgivningsbesøg

Det var også i dette regnskabsår, at kravet om fire årlige rådgivningsbesøg til producenter af FRILANDSGRIS®, grise til FRILAND ØKOLOGI og søer gradvist blev indfaset. Fødevarerstyrelsens Hjertermærkningsordning "Bedre dyrevelfærd" blev indført i 2017, og det medførte nye krav til rækken af godkendelser, der er nødvendige for at levere til Friland. Erfaringerne med de selvstændige kontroller viste et øget behov for vidensdeling og rådgivning, hvilket Friland tog konsekvensen af.

- Med det nye krav ønskede vi at knytte Friland tættere sammen i alle led, samtidig med at vi sikrede os, at alle leverandører har en optimeret og økonomisk bæredygtig produktion, siger Henrik Biilmann, der er direktør hos Friland.

Tryksager uden aftryk

Alle Frilands brochurer er
blevet bæredygtige.

