

Årsberetning 2014/2015



Frilands **bestyrelse**



Bjarne Møller
(Formand)
Advokat



Frode Flyvbjerg Kristensen
(Næstformand)
Økologisk
mælkeproducent



Arne Juul Jensen
Økologisk
svineproducent



Nicolaj Pedersen
Økologisk
svineproducent



Nielli Simmelsgaard
Frilandsgrisproducent



Torben Langer
Frilandsgrisproducent



Erling Christensen
Landbrugsleder
Limousineproducent



Peter Fallesen Ravn
Svineproducent
Medlem af Danish
Crowns bestyrelse



Erik Bredholt
Svineproducent
Formand i
Danish Crown
Kommitteret medlem



Uffe Frovst
CEO
DC Pork Denmark



Claus Hein
Vice President
Sales Nordic, DC Beef

Indhold

- 4** Årets resultater 2014/2015
- 6** Økologiske grise 2014/2015
- 8** Økologiske kreaturer 2014/2015
- 10** Frilandsgris 2014/2015
- 12** Friland Kødkvæg/Limousine 2014/2015
- 14** Friland J. Hansen 2014/2015
- 15** Markeder for Friland 2014/2015
- 16** Friland i front på etiketten
- 17** Danske frilandsgrise er et hit i New Zealand
- 18** Rekordstor interesse for Sofari
- 20** Friland og REMA 1000 lancerede dyrevelfærd i små portioner
- 21** Friland fejrede 25 år med det røde Ø-mærke
- 23** Glade vindere kom på friland
- 24** Kongelig behandling af Friland J. Hansen
- 28** Friland møder fremtiden i nye klæder
- 29** Friland i offensiven for at skaffe mere økologisk kød
- 30** Udviklingscenter klar med hyttekatalog

Vækst med **udfordringer**

Det har på mange måder været et specielt år for Friland.

Når det gælder økologi har vi oplevet en fortsat stigning i efterspørgslen på et niveau, som vi aldrig har set før.

Det er naturligvis glædeligt og grundlæggende sundt, at vi med vores økologiske koncepter leverer de produkter, som kunder og forbrugere efterspørger. Der er dog et "men" i den situation, vi har været og fortsat er i. For at fastholde vores momentum er det helt afgørende, at vi kan følge med væksten og efterspørgslen. Kan vi ikke det, vil andre overtage markedet, eller vores kunder vil bruge deres kræfter på projekter, hvor der ikke er mangel på råvarer, som det har været tilfældet med økologisk kød det seneste år. Det er en udfordring, vi vil løse.

Derfor har Friland i årets løb brugt mange ressourcer på at øge mængden af økologiske slagtesvin og dermed råvaregrundlaget. Initiativerne spænder vidt fra rådgivning af interesserede landmænd til økonomisk støtte til udvidelse af antallet af økologiske søer.

Den indsats bærer nu frugt, og prognosen over antallet af slagtesvin viser, at vi i løbet af indeværende regnskabsår løbende får øget tilgang af økologiske slagtesvin og dermed får nemmere ved at følge med efterspørgslen. Det er tiltrængt både på det danske marked og

på vores eksportmarkeder, og jeg har en klar forventning om, at vi trods et øget antal grise fortsat vil kunne levere en god afregning til vores leverandører.

Det bygger naturligvis på en forventning om, at markedet for økologisk kød vil fortsætte med at vokse. En vækst som alle vores samarbejdspartnere i branchen tror på. Det øgede antal af økologiske slagtesvin vil dog betyde, at der kommer mere balance i markedet. Derfor forventer jeg ikke, at vi igen næste år vil se tillæggene sætte nye rekorder, men jeg forventer absolut et tillægsniveau, der er relativt højt.

Mens økologien har oplevet markant stigende efterspørgsel, har salget af frilandsgrise været præget af, at vi ikke har eksporteret så meget som tidligere. Derfor var tillægget også noget højere ved regnskabsårets begyndelse end ved afslutningen. Fremgang på det danske marked sammen med opdyrkning af nye eksportkunder betyder dog, at nedgangen ikke har været så stor, som det ellers ville have været tilfældet. Samlet set kan tillægsniveauet dog ikke opveje nedgangen i basisnoteringen, hvilket presser vores leverandører. Alle ansatte i Friland arbejder hårdt på, at forbedre situationen, men prisen på grisen vil altid i et vist omfang være påvirket af markederne omkring os.

2014/15 vil også blive husket som det år, hvor en del landmænd desværre valgte at forlade

Friland, blandt andet som følge af Thise&Ko initiativet. Der skal ikke herske tvivl om, at jeg var og er meget ærgerlig over, at leverandører vælger at træde ud af Friland. Ikke mindst i en situation, hvor vi mangler økologisk kød. Alligevel vil jeg sige tak for samarbejdet og ønske held og lykke på den rejse, de nu begiver sig ud på. Frilands opgave er naturligvis at sikre, at vi fortsat er en konkurrencedygtig spiller både på salgssiden og på leverandørsiden, og i det lys byder jeg konkurrencen velkommen.

Afslutningsvis vil jeg udtrykke min taknemmelighed og stolthed over den indsats, medarbejdere og kollegaer i og omkring Friland har ydet igennem året. Den er sammen med vores dygtige leverandører årsagen til, at vi igen kan levere et stærkt samlet resultat.

Jeg ser frem til et mindst lige så spændende og begivenhedsrigt år i 2015/16.

God læselyst!

Henrik Biilmann
Direktør



Årets resultater 2014/2015

Årets samlede omsætning – inkl. Friland J. Hansen – blev på 710 millioner DKK. Det er 7% højere end sidste års rekord på 662 millioner DKK.

Hovedparten af væksten kommer fra salget af dansk økologisk kød, som er steget med 59 millioner DKK i løbet af året. Salget af økologisk svinekød udgør 48% og økologisk oksekød 30% af Frilands samlede omsætning af danske råvarer. Den resterende omsætning udgøres af Frilandsgris med 17%, Friland Limousine med 3%, og Friland Kødkvæg med 2%.

Eksportsalget blev påvirket af, at der i perioder af året har været begrænset tilgængelighed af økologiske råvarer, samt af at eksporten af Frilandsgris er mindsket betydeligt. Samlet set kom 39% af omsætningen fra salg udenfor Danmark. Den andel er baseret på omsætningen af danske råvarer. Til salget udenfor Danmark skal lægges den omsætning, der

blev genereret gennem salg af ikke danske råvarer – primært tyske økologiske grise – via datterselskabet Friland J. Hansen. Friland J. Hansen bidrog således med en rekord høj omsætning på 26,5 millioner euro svarende til 197 millioner DKK.

SALGET AF DANSK ØKOLOGISK KØD, ER STEGET MED 59 MILLIONER DKK I LØBET AF ÅRET.

Udviklingen i antallet af dyr er meget forskellig fra koncept til koncept. Generelt har omsætningen dog været begrænset af, at tilførslen af økologiske dyr ikke har kunnet imødekomme efterspørgslen. Det gælder både det danske marked og eksportmarkederne. Når det gælder salg af oksekød, har vi desuden været udfordret af sæsonudsving, som har gjort det ekstra vanskeligt at imødekomme kundernes ønsker til mængder.

Der henvises til de konceptspecifikke afsnit for en mere detaljeret beskrivelse af antal dyr pr. koncept.

Resttillæg

Den stærke udvikling i især økologisalget har bevirket, at der har været den største løbende udbetaling af tillæg nogensinde på i alt 224 millioner DKK inkl. resttillæg. Fire ud af fem af Frilands leverandørgrupper har opsamlet resttillæg.

Leverandører af økologiske svin modtager et resttillæg på 0,75 DKK/KG, for kvalitetsgodkendte dyr.

Leverandører af økologiske kreaturer modtager 1,00 DKK/KG.

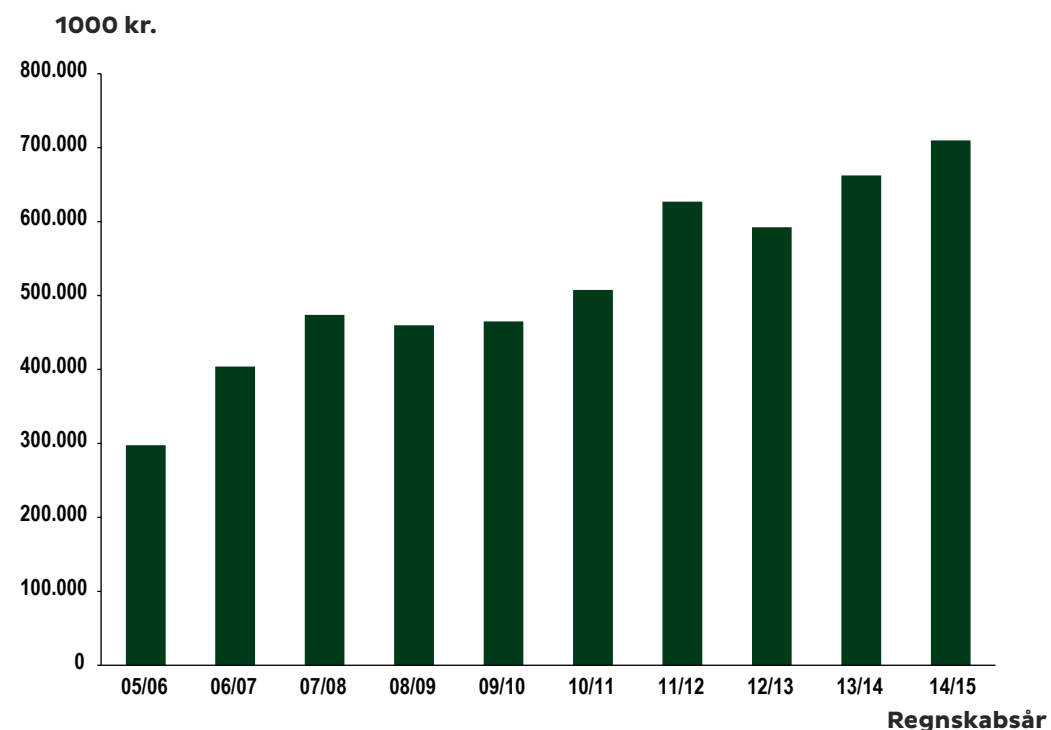
Leverandører af frilandsgrise har i forhold til sidste år fået udbetalt en større andel af indtjeningen løbende og modtager derfor 0,40 DKK/KG for kvalitetsgodkendte dyr.

Endelig udbetales der 0,60 DKK/KG til leverandører af kalve til Friland Limousine konceptet.

Til leverandørgruppen af Friland Kødkvæg er der i år ikke opsøret resttillæg.

NØGLETAL	
Omsætning	709.678.777 kr.
Udbetalt i tillæg	223.997.332 kr.

RESTTILLÆG	
Økologisk gris	0,75 kr./kg
Økologisk okse	1,00 kr./kg
Frilandsgris	0,40 kr./kg
Friland Limousine	0,60 kr./kg



OMSÆTNING FORDELT PÅ KONCEPTER

Friland Limousine 2% Friland Kødkvæg 3%

Frilandsgris 17%

Økologisk okse 30%

Økologisk gris 48%

Økologiske grise 2014/2015

Omsætningen af økologisk svinekød er fortsat med at stige i løbet af året. Helt specifikt steg omsætningen af økologisk dansk svinekød med 18%.

I Danmark har stigningen været på hele 26%, mens eksportomsætningen af dansk svinekød er øget med 12%. Eksportandelen udgør 63% af den samlede omsætning, hvilket er lidt mindre end sidste års 66%. De vigtigste eksportmarkeder er fortsat Frankrig og Tyskland med hhv. 36% og 23% af omsætningen. Til omsætningen udenfor Danmark skal yderligere lægges det salg, som er baseret på tyske økologiske grise.

De øvrige eksportmarkeder for økologisk svinekød udgør fortsat en relativt lille andel af omsætningen. Der er dog potentiale for øget salg, når tilførslen af økologiske slagtesvin gør det muligt at skaffe den nødvendige mængde af råvarer.

Den positive udvikling bygger på en stor vækst i efterspørgslen på økologisk svinekød blandt forbrugerne på vores vigtigste markeder og dermed en større efterspørgsel både fra vores detailhandelskunder og fra kunder, som køber til videre forarbejdning. Det er også tydeligt, at detailhandlens

profilering af det økologiske sortiment – i Danmark og på vores største eksportmarkeder – også er med til at drive væksten.

Stigningen i salget kunne have været større, hvis vi havde haft flere dyr tilgængelige. En situation som vi allerede forudså i marts 2014. Vi meldte på det tidspunkt ud, at vi havde behov for at øge produktionen af økologiske grise for at kunne følge med efterspørgslen. Blandt andet på grund af den tid det tager at omlægge til økologi, samt udfordringer med at få finansieringen på plads hos den enkelte landmand, har det taget frem til sidst på sommeren i år, før vi kunne begynde at se en bevægelse i en positiv retning i vores forventninger til fremtidige slagtninger.

Der er i årets løb blevet brugt en del ressourcer på at sætte gang i omlægningerne og udvidelserne. Arbejdet har blandt andet indeholdt en markant indsats på PR området (for at sikre opmærksomhed omkring behovet for flere grise), en øget parathed omkring rådgivning i forbindelse med opstart, udarbejdelse af præsentationsmateriale til banker og andre finansieringskilder, samt ikke mindst en direkte økonomisk

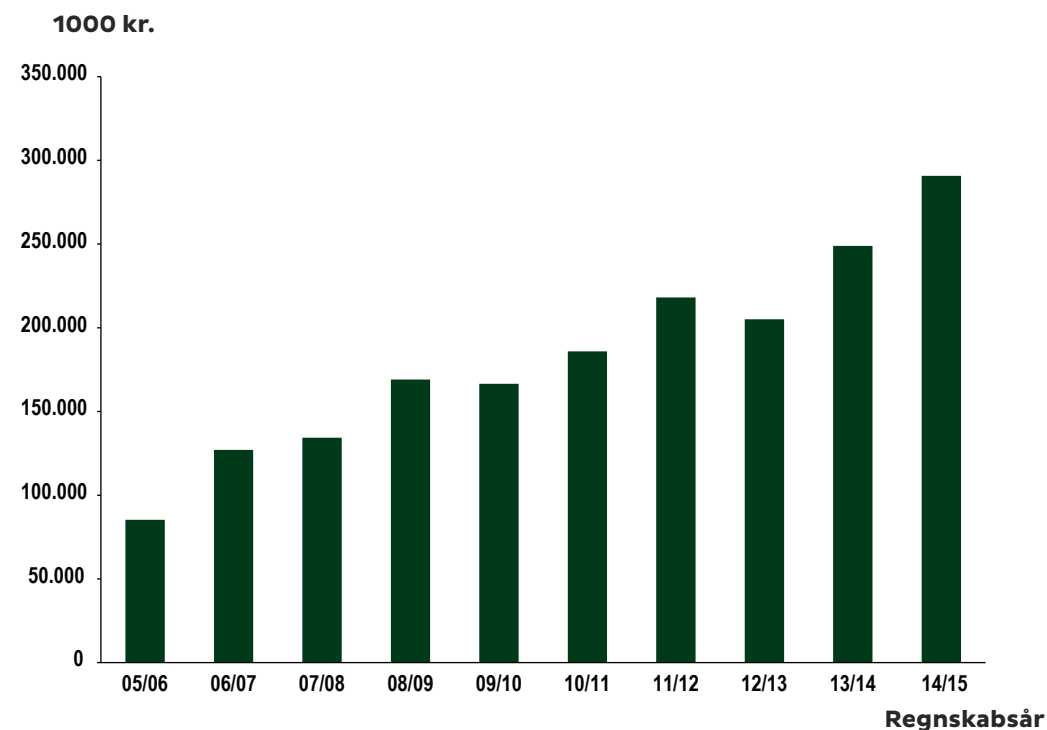
støtte til opstart og udvidelse af so-hold. Det er glædeligt at se, at den pulje på 2 millioner DKK, som Frilands bestyrelse valgte at afsætte til dette formål, nu er reserveret til landmænd, som er i gang med konkrete projekter, der over de næste år vil øge antallet af grise til slagtning. Målet er i første omgang at øge antallet af slagtninger med ca. 15% pr. år frem til 2018.

STIGNINGEN I SALGET KUNNE HAVE VÆRET STØRRE, HVIS VI HAVDE HAFT FLERE DYR TILGÆNGELIGE.

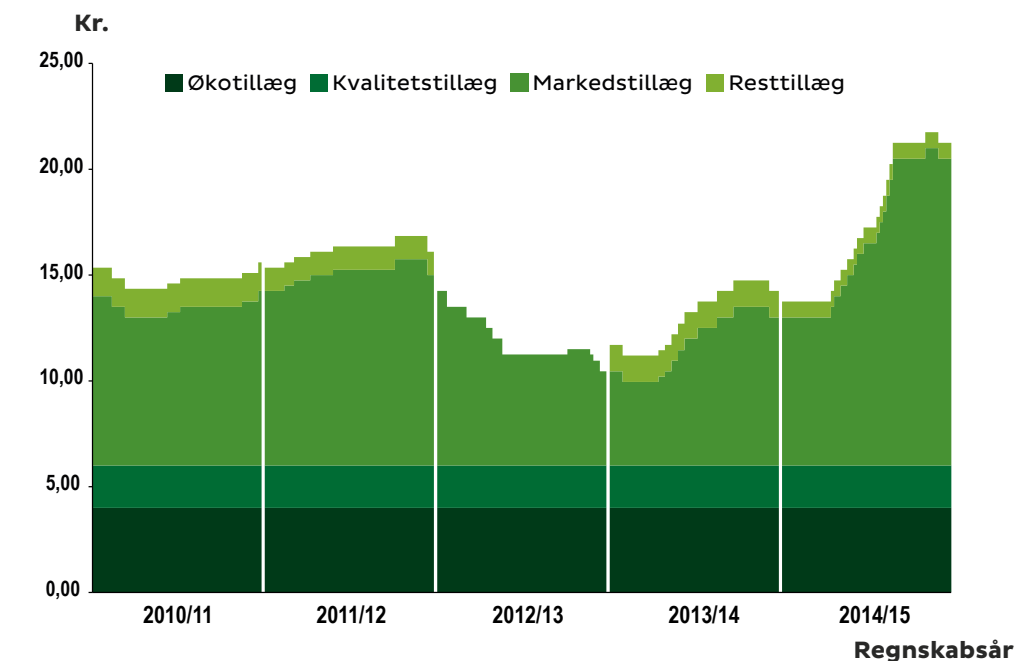
Antallet af slagtninger har i år været på 106.523, hvilket er 1% færre i forhold til sidste år. Som allerede omtalt ser vi frem til flere grise i det netop startede år.

Den positive udvikling i salget afspejles også i udviklingen i det gennemsnitlige tillæg, som samlet – inklusiv resttillæg – bliver på 17,23 DKK/KG mod 12,38 DKK/KG i det foregående regnskabsår. Fremgangen overstiger dermed markant faldet i basisnoteringen fra 10,88 DKK/KG til 9,30 DKK/KG.

SALG AF DANSKE ØKOLOGISKE GRISE FORDELT PÅ MARKEDER



OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR ØKOLOGISKE GRISE



UDVIKLING I TILLÆG FOR ØKOLOGISKE GRISE

Økologiske kreaturer 2014/2015

Historien om mangel på økologisk kød gælder også for oksekød. Omsætningen er øget med 9%, men kunne have været højere, hvis mængden af tilgængelige råvarer havde været større.

Igen i 2015 var der specielt i sommerhalvåret mangel på kød, hvilket betød, at Friland måtte skuffe mange kunder i denne periode ved ikke at kunne levere i fuldt omfang.

Vi valgte derfor at prioritere hjemmemarkedet hen over året. Det betyder, at eksportomsætningen er faldet og nu udgør 16% mod 22% sidste år.

Det er fortsat hakket oksekød, der udgør langt den største del af salget med 56%, og det er også i forhold til hakket oksekød, at manglen på råvarer tydeligst kommer til udtryk. Andelen af detailpakkede udskæringer (bøffer og stege) er på 11%, og her er der fortsat potentiale til at udvikle sortimentet yderligere.

De meget store udsving i leveringen af økologiske kreaturer hen over året er dog fortsat en stor udfordring for salgfordelingen. Der er derfor også penge at tjene, hvis tilgangen af

kreaturer bliver mere jævnt fordelt hen over året. I et forsøg på at udjævne forsyningskurven, så meget som det er praktisk muligt, har vi – helt som lovet i sidste års beretning – haft markant større udsving i tillægsudbetalingerne end tidligere år. Dermed har tillæggene i langt højere grad afspejlet, hvornår der er størst behov for at få tilført flere dyr til slagtning. Denne tilgang vil fortsætte i regnskabsåret 2015/16. Målet er i højere grad at udjævne antallet af leverede dyr pr. uge.

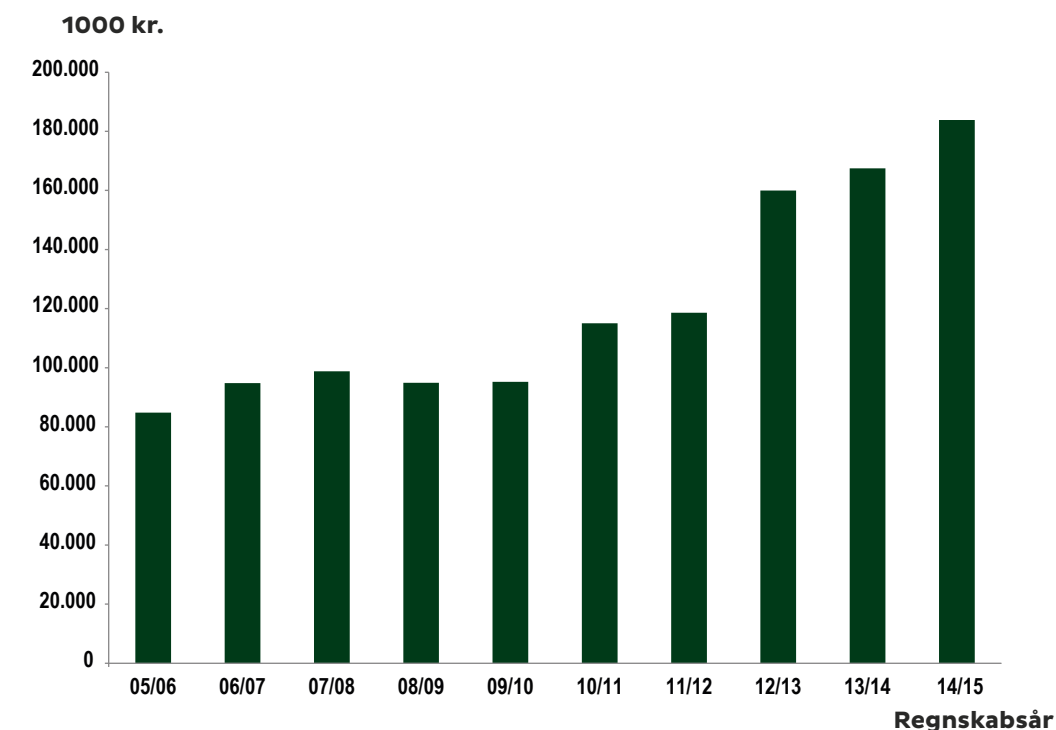
Mod slutningen af regnskabsåret 2014/15 introducerede vi desuden en ny kontraktgruppe rettet mod de økologiske tyrekalve. Som bekendt er der her et potentiale for mere økologisk kød, hvis flere af kalvene bliver i den økologiske værdikæde. Samtidig er håbet, at vi kan være med til at opfylde ønsket blandt mange økologer om, at tyrekalvene i mælkeproduktionen holdes i den økologiske produktion hele livet. Målet med den nye kontraktgruppe er – specielt i sommermånederne – at få tilført flere dyr, som er egnede til produktion af hakket kød.

For stude og kviegruppen har vi pr. 1. juli ændret i kvalitetskravene. Det er klart, at disse ændringer passer nogle

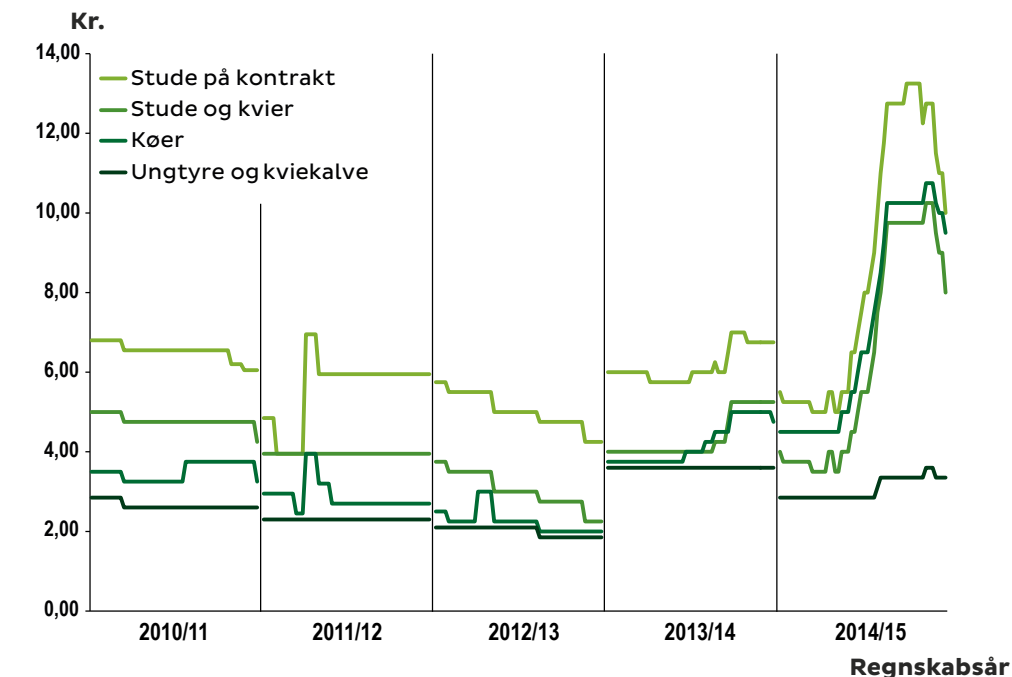
leverandører bedre end andre. Ved at være tydeligere omkring hvilke kvaliteter af dyr, der er den største efterspørgsel efter, er håbet, at vi over tid styrker den samlede afsætning. Vi vil løbende holde øje med, om der skal foretages justeringer af rammerne, hvis der opstår uhensigtsmæssigheder og/eller i takt med at markedet udvikler sig.

Totalt set er der slagtet 22.516 dyr mod 25.152 dyr sidste år, hvilket er et fald på 10%. Faldet skyldes især, at antallet af køer er faldet fra 18.267 til 14.852. Dette markante fald er hovedårsagen til, at vi ikke har kunnet imødekomme efterspørgslen på hakket kød. Faldet skyldes primært ophævelsen af mælkekvoteerne, som har ledt til, at færre køer er blevet sendt til slagtning.

Tillæggene for de økologiske kreaturer har udviklet sig positivt i forhold til sidste år. Der er i alt udbetalt 38,9 millioner DKK til gruppen – inkl. resttillæg, svarende til 5,85 DKK/KG mod 4,20 DKK/KG sidste år.

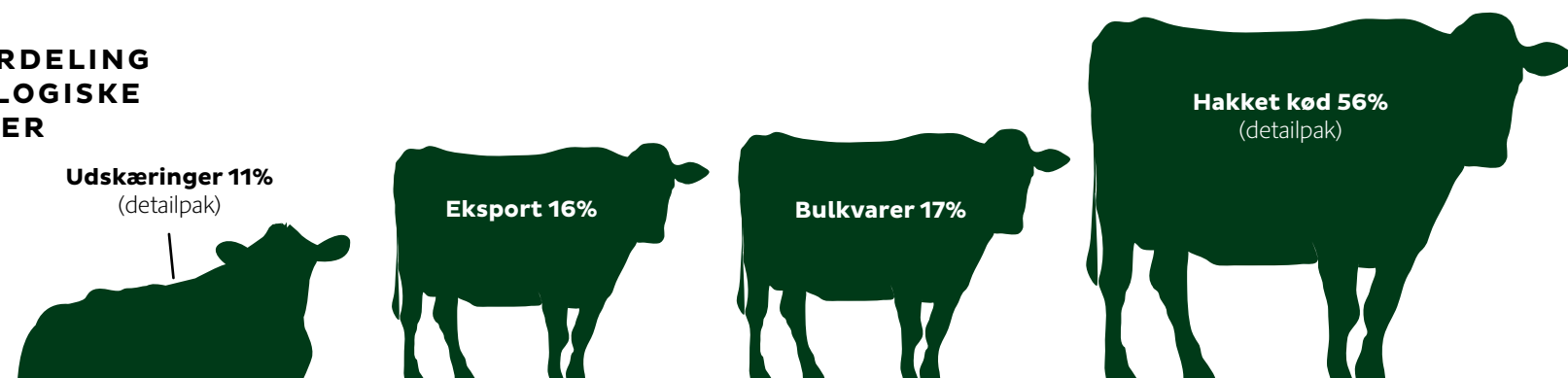


OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR ØKOLOGISKE KREATURER



UDVIKLING I TILLÆG FOR ØKOLOGISKE KREATURER

SALGSFORDELING FOR ØKOLOGISKE KREATURER



Frilandsgrise 2014/2015

Efter en god start på året er omsætningen af kød fra frilandsgrise gået tilbage med 14%. Det skyldes, at eksporten til Australien endegyldigt er stoppet i løbet af året.

DET ER I ÅRETS LØB LYKKEDES AT SKABE EN EKSPORTAFSÆTNING I NEW ZEALAND OG SKOTLAND.

Stoppet kom dels på grund af, at de australske forbrugermyndigheder ikke ville anerkende brugen af betegnelsen "Freerange" på kød fra grise, som følger de rammer, vi har i vores koncept og dels på grund af skift i ejerstrukturen hos vores kunde – og et deraf ændret fokus væk fra produkter af frilandsgris. Det er i årets løb lykkedes at skabe en eksportafsætning i New Zealand og i Skotland, men foreløbig på et betydeligt lavere niveau end hvad vi tidligere realiserede i Australien.

Den markante ændring i omsætningens sammensætning nødvendiggjorde desværre også en markant nedsættelse af den løbende tillægsudbetaling – som dog kom fra et relativt højt niveau.

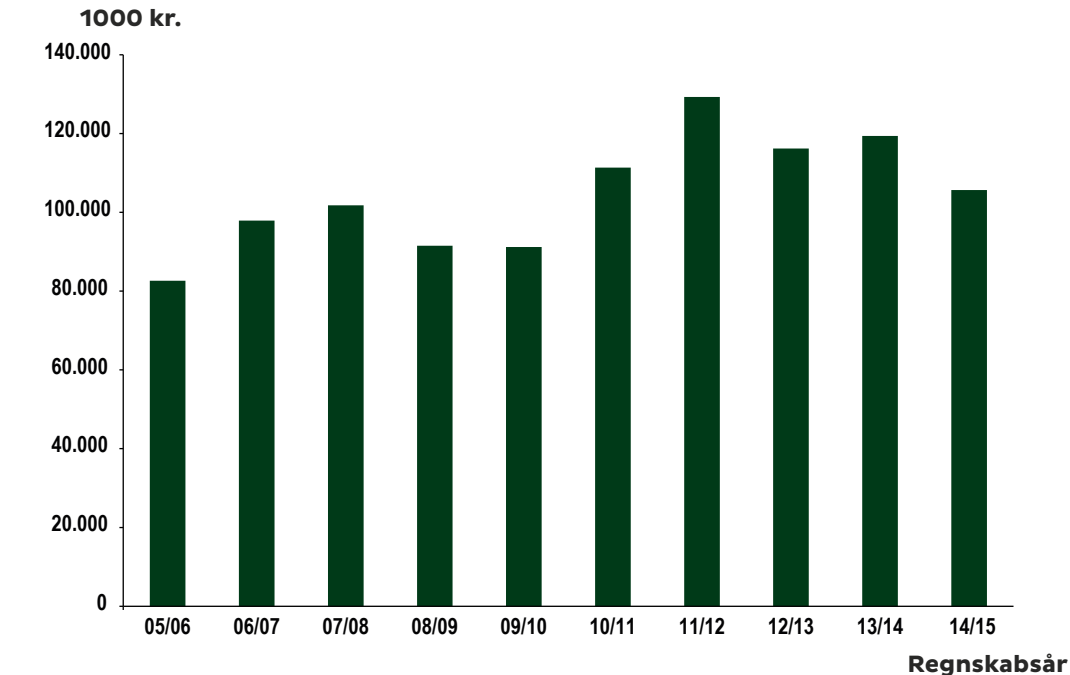
Til gengæld har udviklingen i salget i Danmark været positiv, hvilket skaber positive forventninger til konceptet på hjemmemarkedet, da vi forventer, at den gode udvikling vil fortsætte. Der er fremgang hos en række eksisterende kunder, både indenfor detailhandlen, de private slagtere og i storkøkkenerne. Sidst på året og ind i det nye regnskabsår gennemføres der som noget nyt en national markedsføringskampagne af Frilandsgris mærket. Det er resultatet af en aftale indgået med MENY kæden, der ønsker at fortælle tydeligere, hvad konceptet står for.

Antallet af slagtninger af frilandsgrise blev på 111.345 grise mod 112.020 stk. sidste år og faldt dermed med 1%.

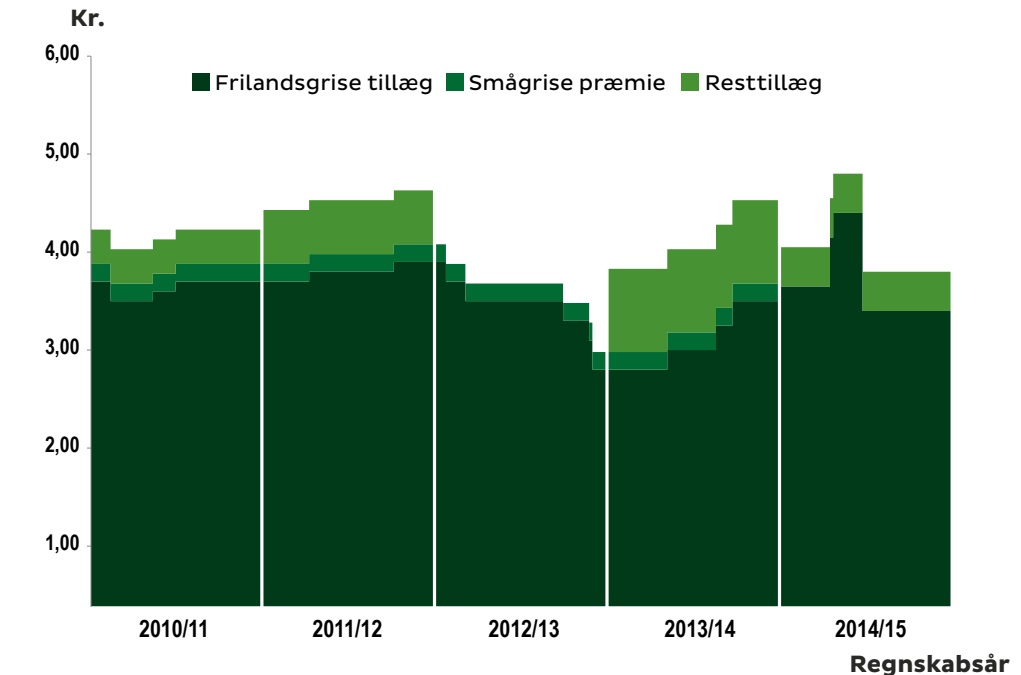
Forventningen til det kommende år er et lavere antal frilandsgrise, som følge af at nogle af vores leverandører lægger om til økologi, samt at nogle helt forlader svineproduktionen.

I gennemsnit er der udbetalt 3,21 DKK/KG – inkl. resttillæg – til alle leverede frilandsgrise, hvilket er på niveau med sidste års 3,16 DK/KG. Med en godkendelsesprocent på 80% svarer det til 3,99 DKK/KG for alle kvalitetsgodkendte grise.

Dermed kan tillægget ikke kompensere for, at den konventionelle notering i gennemsnit er 1,58 DKK/KG lavere end sidste år. Det er derfor en meget klar opgave, der står foran os. Tillægget skal op, hvis ambitionen om at fastholde Frilandsgriskonceptet skal være realistisk på langt sigt.



OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR FRILANDSGRIS



UDVIKLING I TILLÆG FOR FRILANDSGRIS

SALG AF FRILANDSGRIS FORDELT PÅ MARKEDER



Friland

Kødkvæg/Limousine 2014/2015

For Friland Kødkvæg har året budt på fremgang i omsætningen på 8%. Fremgangen er skabt på trods af, at konceptets største kunde i årets løb har valgt ikke at fokusere så meget på konceptet som tidligere. Dermed har opgaven været at skabe en bredere tilgang i markedet. Det er lykkedes, men har påvirket indtjeningen og dermed tillægget negativt. Der er en forventning om, at tilgangen til markedet vil være mere præcist tilpasset i det kommende år, og dermed at tillægget vil komme op igen. Yderligere er der forventning om en endnu bredere kundetilgang, især på detailsiden, hvilket ligeledes forventes at løfte indtjeningen.

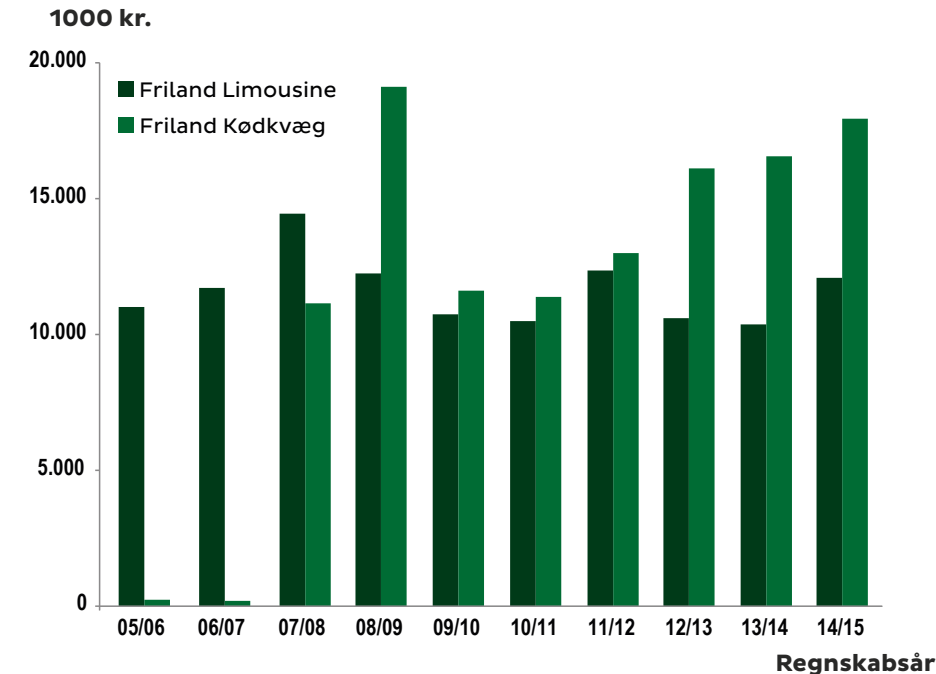
Antallet af dyr under Friland Kødkvæg steg fra 2.058 til 2.201, og det gennemsnitlige tillæg blev på 1,21 DKK/KG mod 1,55 DKK/KG sidste år.

For Friland Limousine kalve er omsætningen endt på et plus på 16%. Der er blevet skabt fornyet vækst via konceptets største kunde, samt en betydelig vækst via en række mindre kunder. Indtjeningen er dog ikke fuldt med i samme takt.

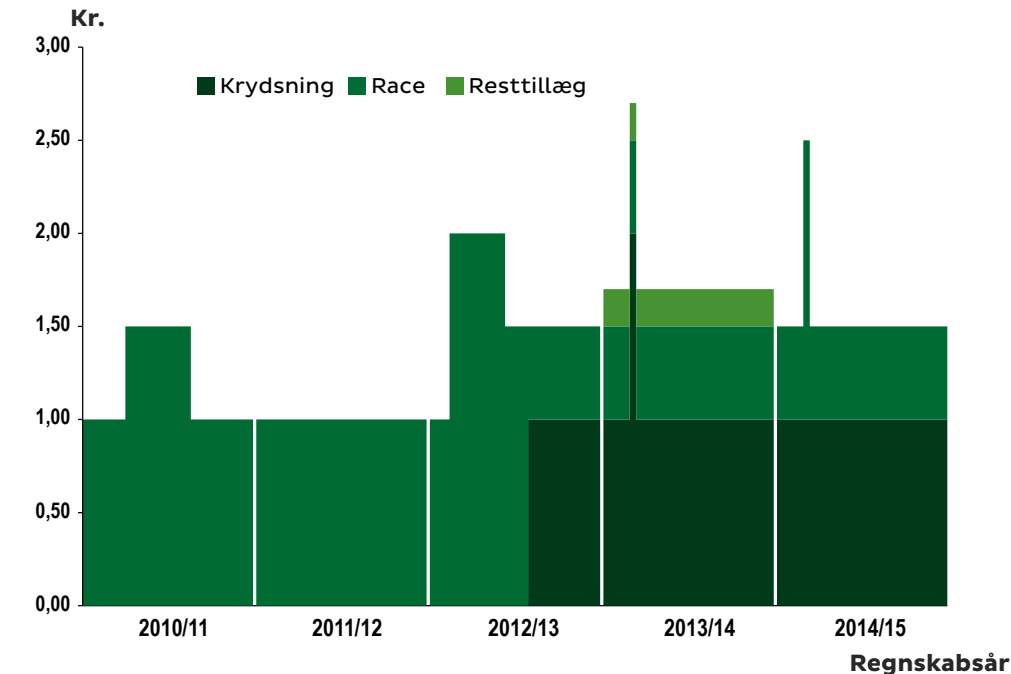
Ligesom for Kødkvæg er ambitionen og forventningen, at det kommende år vil betyde et øget tillægsniveau.

For Friland Limousines vedkommende er der slagtet 1.169 dyr mod 1.036 sidste år. Det gennemsnitlige tillæg inkl. resttillæg blev på 3,74 DKK/KG mod 4,34 DKK/KG sidste år.

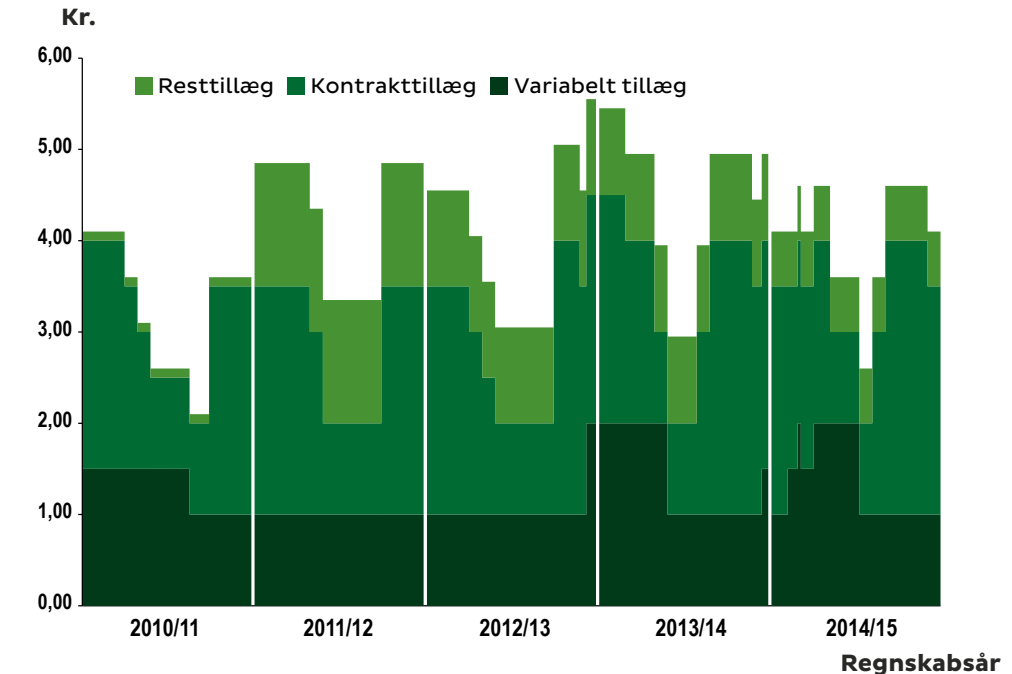
Begge kødkoncepter påvirkes meget af de udsving, der er i antallet af dyr til slagtning fra uge til uge – og hen over året. Derfor er det vigtigt fortsat at fokusere på at tilpasse udbud og efterspørgsel.



OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR FRILAND LIMOUSINE OG FRILAND KØDKVÆG

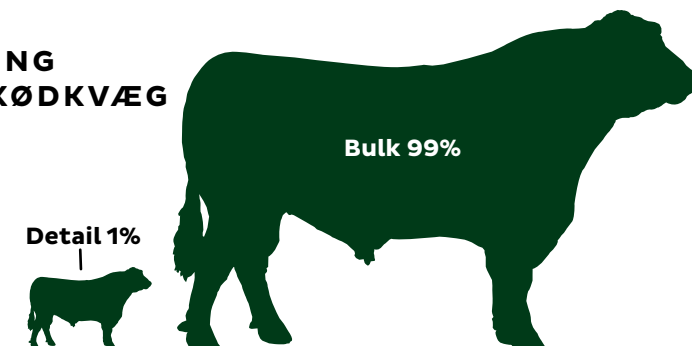


UDVIKLING I TILLÆG FOR FRILAND KØDKVÆG

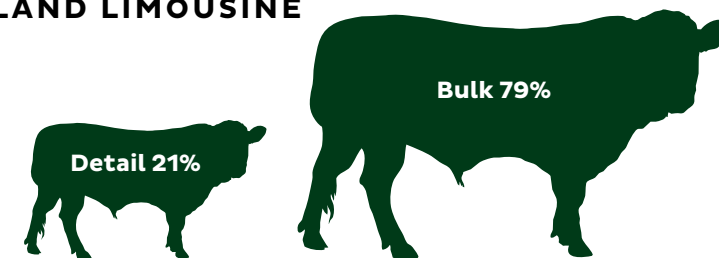


UDVIKLING I TILLÆG FOR FRILAND LIMOUSINE

SALGSFORDELING FOR FRILAND KØDKVÆG



SALGSFORDELING FOR FRILAND LIMOUSINE



Friland J. Hansen GmbH 2014/2015

Med en omsætning på 26.553.458 € satte Friland J. Hansen omsætningsrekord for andet år i træk. Alligevel er vi næsten to millioner euro efter budgettet.

Den væsentligste grund er det begrænsede udbud af økologiske svin i Tyskland og Danmark samt økologisk kvæg fra Danmark. I det forgangne år har vi oplevet en nedgang

i økologisk svineproduktion. Nedgangen er fortsat og er blevet efterfulgt af en stærkt stigende efterspørgsel, hvilket også er årsagen til prisstigninger på op til 50%. På den måde har vi kunnet opnå 5% højere omsætning i forhold til salget sidste år med mindre mængder.

Resultatet efter skat viser en indtjening på 789.318 € (+33%).

Af den samlede omsætning på 26,5 millioner € kommer 22,1 millioner € fra økologisk svinekød (+12%) og 4,1 millioner € fra økologisk oksekød (-21%). Mens stigningen i omsætningen i økologisk svinekød skyldes de betydelige prisstigninger, har udbuddet af oksekødet ikke været i stand til at dække efterspørgslen i Tyskland på grund af stærk efterspørgsel i Danmark.

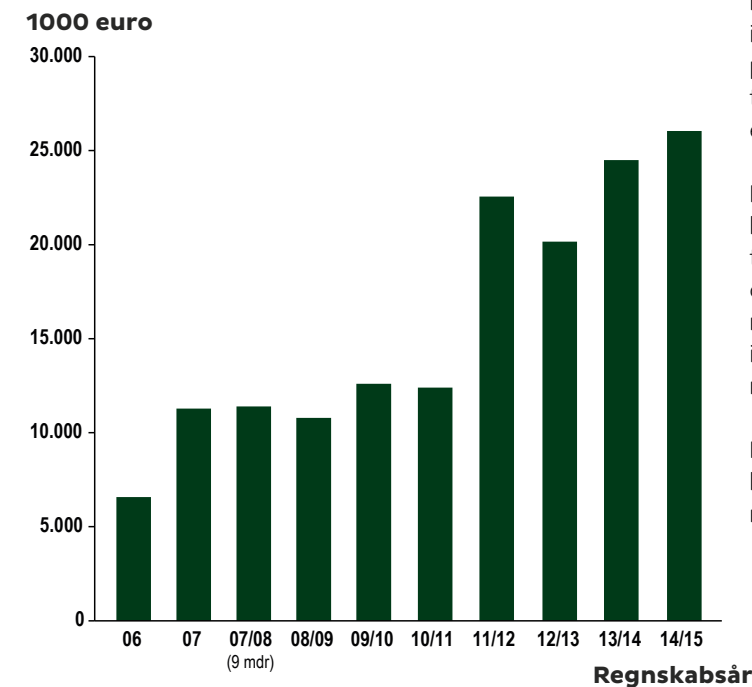
I 2014/15 har Friland J. Hansen solgt 6.274 tons økologisk kød (-7%). Af de 4.927 tons økologisk svinekød kom 2.182 tons (1.856 tons økologisk slagtesvinekød + 326 tons økologiske søer) eller 44% fra Friland A/S. Næsten hele salgsmængden på 1.253 tons økologisk oksekød er blevet købt i Danmark (1.239 tons). Samlet set kom 54,5% af de solgte mængder fra Friland A/S.

Det italienske marked har udviklet sig som forventet, men har dog ikke i tilstrækkelig grad givet afkast på grund af manglen på råvarer.

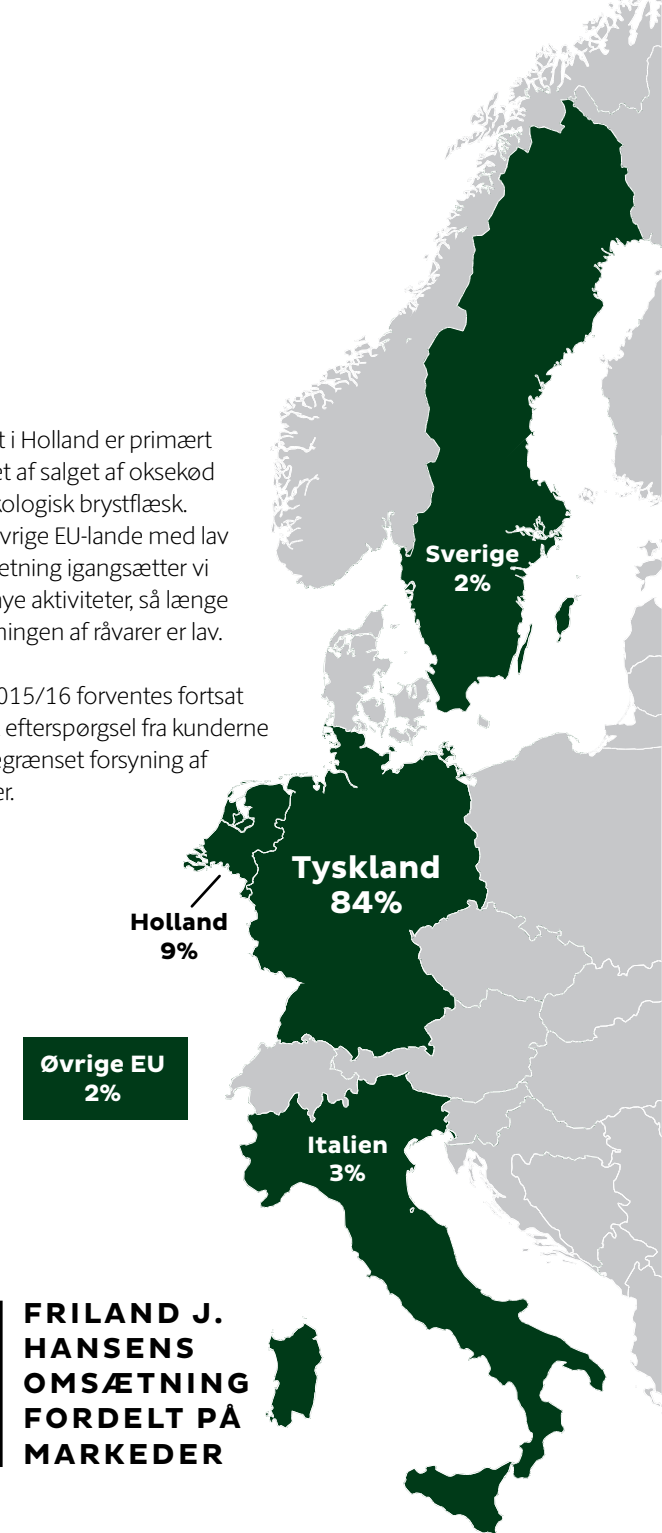
Salget i Holland er primært støttet af salget af oksekød og økologisk brystflæsk. I de øvrige EU-lande med lav omsætning igangsætter vi ikke nye aktiviteter, så længe forsyningen af råvarer er lav.

For 2015/16 forventes fortsat stærk efterspørgsel fra kunderne og begrænset forsyning af råvarer.

UDVIKLING I OMSÆTNING FOR FRILAND J. HANSEN



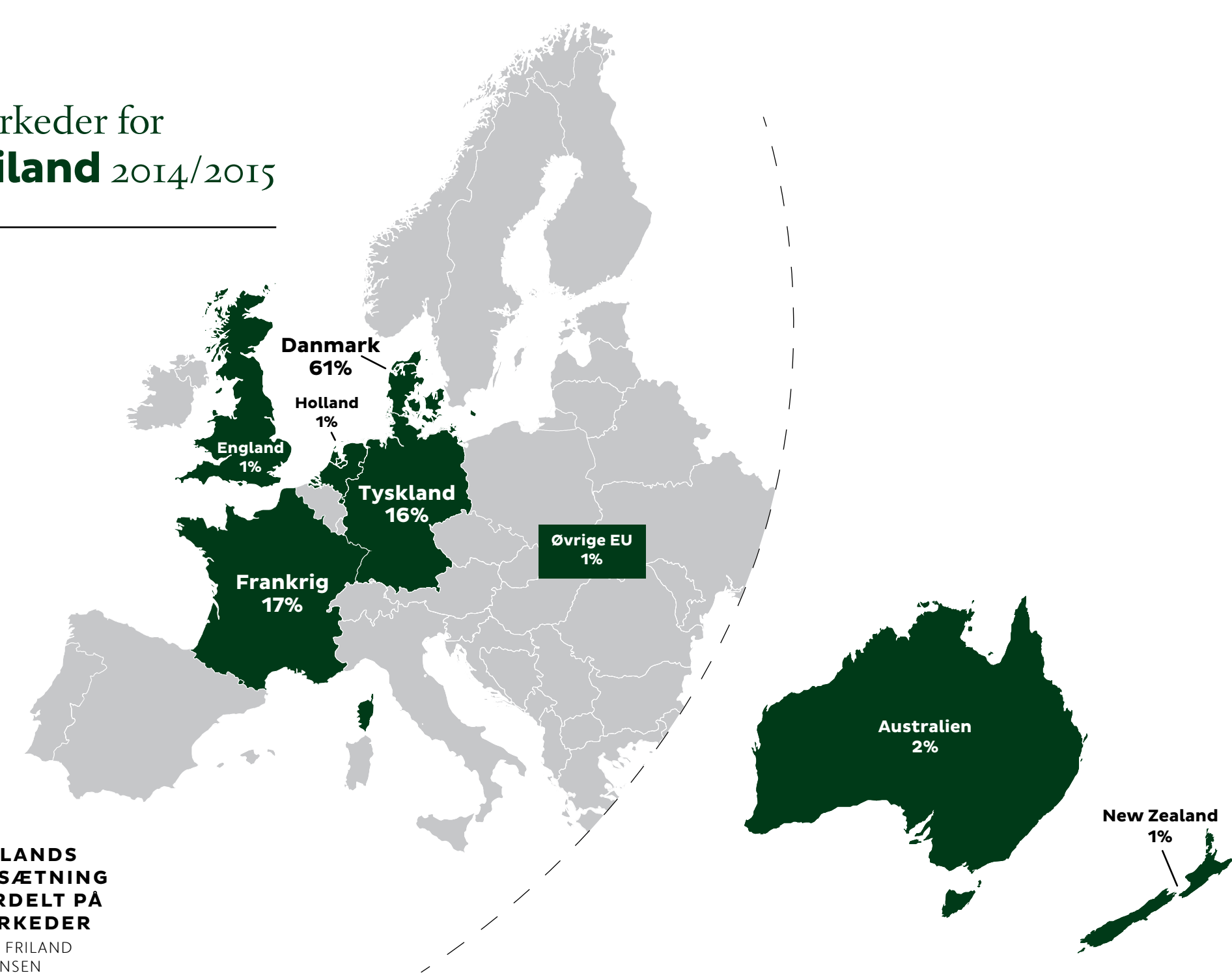
FRILAND J. HANSENS OMSÆTNING FORDELT PÅ MARKEDER



Markeder for Friland 2014/2015

FRILANDS OMSÆTNING FORDELT PÅ MARKEDER

INKL. FRILAND J. HANSEN



Friland i **front** på etiketten



Friland fik fra begyndelsen af maj en fremtrædende plads på Änglamark etiketter i Coop. Frilands brand er nemlig kendt og populært hos forbrugerne.

Både Friland Økologi og Coops Änglamark brand er populære og kendte blandt forbrugerne, og det er grunden til, at de to mærker nu optræder side om side på en række økologiske kødprodukter fra Coop.

Samtidig er de nye emballager designet, så de bliver mere synlige i køledisken. - Ved at øge emballagens synlighed i køledisken og fremhæve Friland Økologi sammen med Änglamark brandet, kan vi bevare forbrugerens høje kendskabsgrad og tillid til både Änglamark og Friland Økologi, siger Marketing Manager i Friland, Maria Bast.

Samtidig er der flere billeder af dyr på de nye etiketter, hvilket ifølge Maria Bast skyldes, at forbrugerne gerne vil vide mere om, hvordan dyrene lever. - Vi gennemførte en test i efteråret 2014 af forskellige designretninger, og konklusionen på den undersøgelse var, at forbrugerne gerne vil se dokumentation for, at dyrene har gode forhold, græsser på marken og bor i hytter, siger Maria Bast.

Og resultatet af forarbejdet taler for sig selv. De nye etiketter for økologisk svinekød er med billede af grise på en mark med hytter, budskaber som forklarer billedet, samt en anprisning, der fortæller, at kødet er anbefalet af Dyrenes Beskyttelse.

Også når det gælder etiketter til produkter af økologisk oksekød er dyrenes vilkår i fokus på etiketten.

Fælles for både svinekøds- og oksekødsprodukter er en henvisning til Friland.dk, hvor man kan læse mere om livet for økologiske dyr samt anprisninger i form af EU-økologi logo og det røde Ø-mærke. ●

Danske frilandsgrise er et hit i **New Zealand**



Kød fra Friland er populært på den anden side af jordkloden. Forædlingsvirksomheden Hellers har således haft succes med at lancere en serie af produkter baseret på kød fra danske frilandsgrise.

I regnskabsåret 2014/15 har Friland arbejdet hårdt på at finde nye kunder til kød fra frilandsgrise.

Det har blandt andet betydet en ny aftale med firmaet Hellers i New Zealand.

En virksomhed, som har lanceret en ny produktserie baseret på kød fra danske frilandsgrise. - Vi har arbejdet målrettet på at finde nye kunder, og aftalen med Hellers er til gavn for begge parter. Hellers får adgang til danske råvarer af høj kvalitet, og vi kan sikre, at alle dele af frilandsgrisen sælges som frilandsgrisekød. Det øger det tillæg, Friland kan

udbetale til leverandørerne, og det er jo i sidste ende målet med alt, hvad vi laver i Friland, siger Marc Ridout fra Organic Trade Link, der varetager Frilands salg på en række markeder.

Blandt de produkter, som Hellers producerer på råvarer fra Friland, er dansk bacon i skiver og dansk kotelet bacon, ligesom råvarer fra Friland også bruges til produktion af skinker, pølser og pulled pork.

- Hellers er en vigtig kunde, og jeg er sikker på, at vi kan udvide vores forretning med virksomheden i fremtiden. Vi arbejder dog også på at skaffe en række andre nye internationale kunder til både økologisk kød og frilandskød. Specielt når vi taler økologi, bliver den indsats dog noget hæmmet af den generelle mangel på økologisk kød, siger Marc Ridout. ●

Nyt **initiativ** skal sikre mere økologisk oksekød



Der er mangel på økologisk oksekød, og derfor tog Friland i september 2015 et nyt initiativ, der skal øge mængden.

Danske forbrugere har stor appetit på hakket økologisk oksekød, men det har gennem en længere periode været svært at skaffe kød nok til at følge med efterspørgslen.

Derfor tog Friland i september et nyt initiativ, der skal sikre, at danske forbrugere kan få dansk økologisk oksekød året rundt.

DET ER SPECIELT I SOMMERMÅNEDERNE, AT DER ER BEHOV FOR FLERE DYR.

- Mange af de tyrekalve, der fødes økologiske, opvokser ikke som økologiske dyr, fordi det er en dårlig forretning for landmændene. Ved at udbetale en ekstra bonus tror vi dog på, at det rent økonomisk kan betale sig for de økologiske landmænd at beholde dyrene, hvilket betyder, at vi kan øge mængden af økologisk oksekød til vores kunder, forklarer direktør i Friland, Henrik Biilmann. ●

Det er specielt i sommermånederne, at der er behov for mere økologisk oksekød, og derfor bliver den økonomiske gulerod større for landmænd, der sender økologiske ungtyre til slagtning i april, maj, juni, juli og august.

Dermed håber Henrik Biilmann, at Friland bliver i stand til at levere den mængde kød, som forbrugerne efterspørger.

- Ved at gøre det attraktivt for landmændene at opdrætte flere økologiske ungtyre, øger vi mængden af økologisk kød, hvilket der er et stort behov for. Det er selvfølgelig vores mål at kunne levere nok dansk økologisk oksekød til at følge med efterspørgslen i Danmark, og jeg er sikker på, at det nye initiativ betyder, at vi tager et godt skridt mod at nå det mål, siger Henrik Biilmann. ●

Rekordstor interesse for **Sofari**



Med 7.000 besøgende blev der sat ny rekord for antallet af besøgende til Sofari på landsplan.

Der blev leget på det opstillede tårn af halmballer, kigget på maskiner, udfyldt konkurrencesedler og selvfølgelig kigget godt og grundigt på både store og små grise, da den økologiske svineproducent Arne Steffensen fra Holstebro søndag den 31. maj inviterede interesserede på besøg på sin gård for at se produktionen.

Det skete som en del af det landsdækkende arrangement Sofari, hvor i alt 11 økologiske svineproducenter holdt åben gård, og i Holstebro valgte rigtig mange mennesker at tage imod det tilbud.

- Fremmødet er over al forventning. Sidst, jeg var med i arrangementet, var for to år siden, og der var der vel omkring 70 besøgende. Så der er mange, mange flere i år, og det er jeg selvfølgelig rigtig glad for, sagde Arne Steffensen, der efter halvanden time af arrangementet, anslog, at omkring 350 interesserede havde været forbi.

Udover Arne Steffensen holdt 10 andre økologiske svineproducenter åbent hus i forbindelse med Sofari søndag den 31. maj, og med i alt 7.000 besøgende var der tale om rekordstor interesse for at komme helt tæt på produktionen. ●

MENY slagtere hentede inspiration i Herning



Slagtere fra næsten alle danske MENY butikker var mandag og tirsdag i uge 16 på besøg hos Danish Crown i Herning, hvor de hentede inspiration og ny viden om kød fra Friland.

En række Superbest og Spar butikker er blevet om-dannet til MENY butikker. En ny kæde, der slår på kvalitet og faglighed, og derfor har en lang række ansatte været på fagkurser, for at få mere viden om kød, ost, fisk, vin og andre specialområder.

Mandag og tirsdag i uge 16 handlede det om kød, og næsten samtlige slagterafdelinger i kæden var på besøg hos Danish Crown i Herning. Her blev slagterne blandt andet præsenteret for en række nye produkter, hørte mere om frilandsgrise, som er unik for MENY kæden, og fik en rundvisning på slagteriet i Herning.

- MENY tager kødet og uddannelsen af personalet meget alvorligt, og vi er selvfølgelig meget glade for, at kæden investerer i viden om kød ved at sende så mange personer til Herning for at lære mere om vores produkter. Vi vil gerne sælge rigtig godt kød, men hvis forbrugere skal få den bedste smagsoplevelse derhjemme, er der behov for, at de også kan få de rigtige råd om tilberedning og tilbehør ude i butikkerne. Samtidig har vi nogle budskaber om dyrevelfærd, som vi gerne vil give videre. I den sammenhæng er et arrangement, som det vi netop har haft i Herning, helt fantastisk, siger Marketing Manager i Friland, Maria Bast.

Ny viden

I pauserne gik snakken mellem de mange slagtere, der diskuterede både de mange oplæg og sammenlignede forholdene i de forskellige butikker med henblik på at hente nye input til, hvordan netop deres butik, kan blive endnu bedre.

- Jeg synes, det er spændende at høre mere om, hvad det er MENY skal adskille sig på i fremtiden. Samtidig var det rigtig spændende at se detailpak-afdelingen i Herning, sagde slagter Erik Jensen fra MENY i Roskilde.

Også David Theis Nielsen fra MENY i Frederiksværk hentede inspiration under besøget i Herning.

- Det har været rigtig interessant at høre mere om det fremtidige sortiment og se slagteriet. Det er også rart at møde kollegerne og hente inspiration fra deres arbejde, sagde han.

Fokus på frilandsgrise

Også Maria Bast var tilfreds med arrangementet, som hun håber, kan øge salget af frilandsgrise. - MENY har eneret på mærket Frilandsgris, og samtidig har kæden det bredeste sortiment indenfor salg af dette mærke. Blandt andet som konsekvens af, at MENYs slagtere selv opskærer frilandsgrise. Derfor har jeg også store forventninger til det fremtidige salg. Både når det gælder de nuværende tilbud indenfor frilandsgrise, og når det handler om de nyheder, vi pt. arbejder med, sagde Maria Bast. ●

Tulip og 7-Eleven uddelte **pølser** i København



Der ventede de rejsende på Københavns Hovedbanegård en velsmagende bonus, da Tulip og 7-Eleven uddelte frilandspølser torsdag den 16. april.

Tulip og 7-Eleven har i fællesskab udviklet en ny pølse lavet af kød fra grise, som er født på friland, og som derfor er anbefalet af Dyrenes Beskyttelse. Pølser som kunder i 7-Eleven kunne købe i en begrænset periode i 2015.

TULIP OG 7-ELEVEN UDDELTE 5.000 GRATIS PØLSER.

Torsdag den 16. april fik mange københavnere oven i købet mulighed for en gratis smagsprøve, da Tulip og 7-Eleven uddelte 5.000 gratis pølser på Københavns Hovedbanegård.

- Pølsen blev udviklet i samarbejde med 7-Eleven, og det var spændende at indgå i et projekt, hvor vi kombinerede vores ekspertise indenfor pølsefremstilling med kød fra Friland. Det var et godt eksempel på, hvad vi er i stand til, når vi kombinerer forskellige dele af Danish Crown koncernen og sammen udvikler produkter, der lever op til specielle kundekrav, siger Key Account Manager i Tulip Food Company, Anders Kvist Christensen.

Frilandspølsen blev for nylig nomineret til prisen som Årets Produkt, da 7-Eleven afholdte årsmøde for 200 af sine leverandører. Succesen med frilandspølsen har ud over nomineringen også medført en ny aftale mellem Tulip og 7-Eleven. Fra den 1. december kan alle 196 danske 7-Eleven butikker igen tilbyde sine kunder hotdogs med frilandspølser fra Tulip. Denne gang bliver det en 125 grams Friland Frankfurter, som efter planen skal være en permanent del af sortimentet. ●

Økologisk indgang til det nye år



Danske forbrugere fejrer gerne nytårsaften med godt kød, og derfor kunne Friland hurtigt melde udsolgt af gode udskæringer fra frilandskvæg, økologisk kvæg og kalve frem mod nytårsaften 2014.

Salget af gode udskæringer fra økologiske kreaturer er i høj kurs op til nytårsaften.

I løbet af de seneste år er salget af udskæringer som mørbrad, entreôte og filet steget markant hos Friland frem mod nytårsaften. - Den tendens var også tydelig, da 2014 blev til 2015. Vi havde rigtig travlt med at få slagtet kvæg nok og få kødet solgt til kunderne, men vi måtte også konstatere, at der hurtigt var udsolgt af de bedste udskæringer. Det gjaldt både salget af kød fra frilandskvæg, økologisk kvæg og kalve, siger direktør i Friland, Henrik Biilmann.

Dermed understregede nytårsaften de senere års meget markante trend i Danmark, hvor

flere og flere forbrugere vægter dyrevelfærd højt, når der skal købes kød til højtiderne. - Når vi kigger på svinekød, har vi oplevet en markant stigning i salget af økologisk flæskesteg til jul, og det er fuldstændig det samme, der gør sig gældende med salget af økologisk oksekød til nytårsaften. Vi er selvfølgelig meget glade for den øgede efterspørgsel, og derfor arbejder vi også hårdt

FLERE OG FLERE FORBRUGERE VÆGTER DYREVELFÆRD HØJT, NÅR DER SKAL KØBES KØD TIL HØJTIDERNE.

på at følge med, så hverken vores kunder eller forbrugere oplever, at vi ikke kan levere, siger Henrik Biilmann. ●

Stor efterspørgsel på Biofach



Den store internationale interesse for økologi var tydelig på Biofach messen, hvor Friland selvfølgelig var med.

Friland deltog i februar på Biofach messen i Nürnberg i Tyskland sammen med mange andre økologiske producenter fra hele verden.

Messen var som altid velbesøgt og derfor et glimrende udstillingsvindue for Friland.

- Det er mit indtryk, at der er flere mennesker i år, end der var sidste år, og det er selvfølgelig positivt, at efterspørgslen på økologi afspejler sig i besøgstallet. Alle de danske udstillere stod sammen, og vi fik derfor mulighed for at vise Danmark frem som en førende nation indenfor økologi, fortæller direktør i Friland, Henrik Biilmann.

Forholdene plejes

Det gav rig lejlighed til at profilere sig over for mange potentielle kunder, men grundet manglen på økologisk svin, var Frilands mål med messen hovedsageligt at sikre, at eksisterende kunder kunne få en personlig snak med repræsentanter fra virksomheden.

- Vi forsøgte at pleje de langvarige forhold så godt som muligt. Det gennemgående tema var dog manglen på grise, som selvfølgelig også påvirker vores kunder. Derfor gjorde vi meget ud af at fortælle, hvad vi gør for at skaffe mere kød, siger Henrik Biilmann. ●

Glade vindere kom på friland



Når Danish Crown tager på Smukfest, er det med rigtige frilandshytter til indlogering. Friland havde udlovet en hytte før festivalen til en heldig forbruger.

Niels-Henrik Heintz havde egentlig glemt, at han havde deltaget i konkurrencen. Friland havde udlovet en hytte i Danmarks Smukkeste Svinesti til en heldig vinder, der til gengæld skulle skrive, hvem de ville vælge at tage med på festival.

- Jeg havde skrevet, at jeg vil have min hustru med, for vi har ikke været af sted siden 1999, men før det var vi her hvert år. Nu fik vi chancen for at komme i år, og det kan da være, vi kan genoptage det igen, sagde Niels-Henrik Heintz.

Han og hustruen Dorthe Thygesen-Heintz flyttede ind i deres helt egen frilandshytte sammen med resten af gæsterne, og de beskriver begge ugen som helt fantastisk.

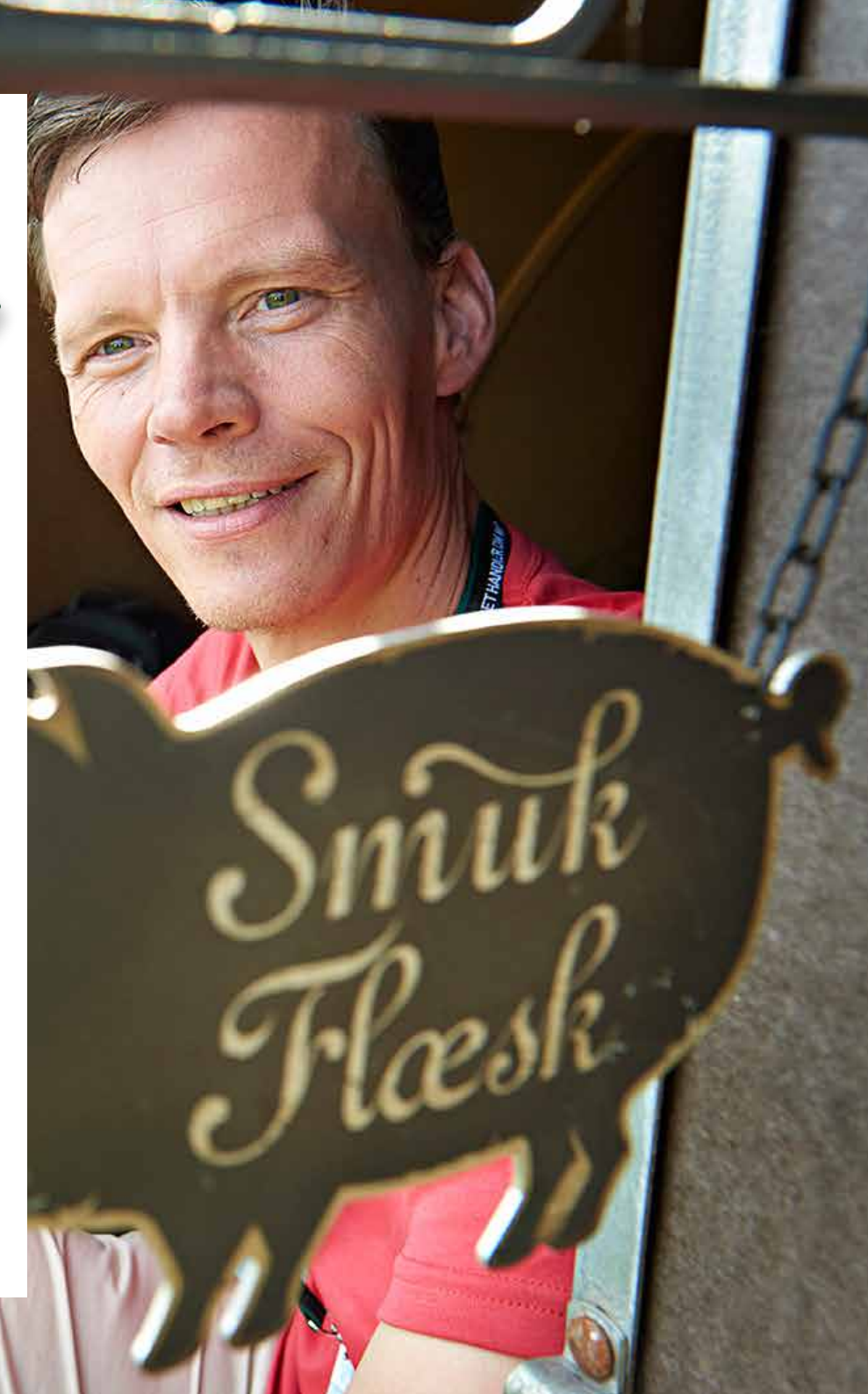
- Det har jo været ren luksus at få så meget plads. Vi har haft nogle rigtig gode naboer, og nydt det rigtig meget, sagde Dorthe Thygesen-Heintz.

Sjovt koncept

Hytterne, som gæsterne bor i, er de samme, som man kender fra rigtige frilandsgrise, og både Niels-Henrik og Dorthe kendte til størrelsen på hytterne i forvejen.

- Det er jo rigtig fint, at man holder konceptet, og gør det med frilandshytterne. Der er plads nok til alt, hvad man skal bruge. Det behøver ikke at være så luksuriøst næste år, men det har været dejligt, sagde Dorthe Thygesen-Heintz.

- Vi vil rigtig gerne af sted igen næste år. Vi håber, at vi kan genoptage vores festivalkarriere efter det her, sagde Niels-Henrik Heintz. ●



Kongelig behandling af Friland J. Hansen



Mangel på råvarer har været en udfordring for Friland J. Hansen, der dog tog imod muligheden for at møde nye kunder i kongeligt skær.

Selv om tyske forbrugere har en stor og stigende appetit på økologisk kød og præference for kød fra tyske og danske grise, har det ikke været noget nemt år for Friland J. Hansen.

Højdepunktet i forhold til events var deltagelse i et dansk handelsfremstød i Tyskland, hvor HKH Kronprins Frederik og HKH Kronprinsesse Mary stod i spidsen for delegationen.

Udover et møde med repræsentanter for den danske kongefamilie, gav fremstødet god mulighed for repræsentanter fra Friland J. Hansen til at mødes med fremtidige



Mangel på råvarer har nemlig betydet, at selskabet langt fra har kunnet følge med kundernes efterspørgsel.

Derfor har Friland J. Hansen brugt meget energi på at arbejde med langsigtede kundereationer. Blandt andet gennem deltagelse i events, hvor virksomheden har haft mulighed for at vise bredden og mulighederne i sortimentet.

kunder og samarbejdspartnere.

- Det var en fantastisk mulighed for at mødes med andre danske og tyske virksomheder og entreprenører, ligesom vi fik en god dialog med både tidligere, nuværende og kommende kunder, fortalte marketingchef i Friland J. Hansen, Mariana Theux. ●

Friland leverede kød til rekordpølse



Det blev til en ny rekord i Børnenes Rekordbog, da Friland leverede kødet til Danmarks længste økologiske pølse produceret af børn.

I weekenden 30.-31. august festede børn og unge for madglæden i Kongens Have, da Arla Food Fest løb af stablen.

Et arrangement der blandt andet bød på en ny danmarkrekord, da en flok seje børn producerede en 21,1 meter lang pølse lavet af økologisk svinekød fra Friland.

Det var pølsemeister Erik Lautrup-Nielsen fra Meyers Madhus, der styrede slagets gang på den store scene i Kongens Have, da børnene blev udstyret med 30 kilo økologisk svinekød og metervis af dyretarm.

De unge pølsemagere sørgede for at stoppe rekordpølsen, før den blev målt og stegt, hvorefter der blev uddelt smagsprøver til glæde for de mange fremmødte.

Marketing Manager i Friland, Maria Bast, er glad for, at Friland kunne bidrage til forsøget og give børnene mere viden om, hvordan en økologisk pølse bliver til. - Hos Friland vil vi gerne give børn og voksne mere viden om, hvordan dyrene lever, og hvor maden kommer fra. Det gør vi blandt andet gennem arrangementet Sofari, som Friland er en del af, og hvor tusindvis af mennesker hvert år besøger økologiske svineproducenter for at opleve dyrene på nærmeste hold. Derfor var det også helt naturligt for Friland at levere kødet til rekordforsøget i Kongens Have, som jo også giver børn viden om, hvor maden kommer fra, siger Maria Bast. ●

Store sæsonudsving på halebid



Forekomsten af halebid hos økologiske grise og frilandsgrise er næsten dobbelt så høj i vintermånederne som i sommerperioden.

Alle slagtesvin fra både frilandsproducenter og økologiske producenter slagtet i perioden fra januar 2014 til marts 2015 har været igennem en større undersøgelse, hvor der blandt andet er blevet kigget på hvor mange af grisene, der har fået bemærkning for halebid ved kødkontrollen.

Undersøgelsen danner grundlag for et nyt studie, som udføres af dyrlæge og projektleder i Udviklingscenter for Husdyr på Friland, Marianne Bonde.

Et studie som efter den oprindelige plan allerede skulle være påbegyndt i løbet af sommeren 2015. Men efter at have kigget mere grundigt på, hvornår grisene med halebid er blevet sendt til slagtning, har Marianne Bonde besluttet at gennemføre undersøgelsen i vinteren 2015/16.

- Det skyldes, at forekomsten af halebid er dobbelt så høj i vinterperioden som i sommerperioden. Så for at få den bedst mulige forståelse af forekomsten af halebid, er det optimalt at undersøge besætningerne i vinterhalvåret, forklarer Marianne Bonde.

Vigtig sammenligning

Derfor skal hun fra november sammenligne forholdene hos producenter, der har problemer med halebid, med forholdene hos producenter, hvor halebid er meget sjældne.

- Halebid fordeler sig ikke jævnt. Der er helt klart nogle steder, hvor det forekommer langt hyppigere end andre steder, men vi ved ikke hvorfor. Jeg håber, at vores undersøgelse kan give et bedre billede af grundene til halebid og dermed også idéer til, hvor vi skal sætte ind for at mindske forekomsten, siger Marianne Bonde.

Hun understreger, at det ikke er muligt fuldstændig at fjerne halebid, men målet er, at resultaterne fra undersøgelsen kan udbredes, så problemet bliver endnu mindre, end det er i dag. Undersøgelsen gennemføres med økonomisk støtte fra Svineafgiftsfonden. ●

Økologisk flæskesteg er blevet **hot**



Den øgede fokus på økologi kan mærkes året rundt også juleaften.

Danskerne interesserer sig for økologiske produkter og produktionen af økologisk kød. Det kan mærkes i Friland, både når det gælder salget og interessen for at fortælle den gode historie om producenterne.

Ikke mindst i december hvor salget af økologisk flæskesteg er steget støt.
-Udviklingen har været markant i en årrække, og jeg glæder mig selvfølgelig over, at det er blevet mere populært at servere økologisk flæskesteg til højtiden, siger direktør i Friland, Henrik Biilmann.

Det blev også bemærket i de danske medier, hvor blandt andre tv-avisen fokuserede på den nye tendens i december 2014, og generelt har den offentlige interesse for Friland og manglen på økologisk kød været tydelig gennem hele regnskabsåret.

Sammenlignet med tidligere år har både tv, radio og aviser således lavet meget mere omtale af Friland og virksomhedens produkter og leverandører end tidligere år. ●



Rekordstor interesse for **omlægning** til økologisk produktion



Friland mangler slagtesvin, og økologi-tillæggene har i år slået alle tidligere rekorder. Derfor var der også stor interesse for omlægning.

Hvert år holder Friland inspirationsdag for landmænd, der er interesserede i at omlægge til økologisk produktion.

Normalt trækker det mellem 20 og 30 gæster, men i år var interessen rekordhøj med 65 tilmeldte, der fik inspiration til, hvordan de kan realisere drømmen om økologisk produktion.

Det store tema for dagen var finansiering af opstarten og fastholdelse af indtjeningen, og det var noget af det, der var med til at få Emil Olesen på 23 år til at komme. Han har i forvejen en mindre sobesætning, som går ude.
-De forskellige finansieringsmodeller og tilskuddet til søerne, er det, der kan gøre det interessant for mig. Jeg vil gerne øge min produktion, men det kræver, at jeg får mere hjælp til afsætningen, så det kan på sigt godt blive interessant for mig at levere til Friland, siger han.

Udfordringer i foderet

Oplægsholderne på inspirationsmødet talte AP Pension, Friland A/S, Seges og Økologisk Landsforening.

Finansieringen havde en fremtrædende plads, men også foder og planteavl var vigtige emner i forhold til Emil Olesens økologiske drøm.
-Jeg vil være selvforsynende, så der kommer en udfordring i at producere eget foder. Det kan være svært at

avle nok med den omlægningstid, der er, og når jeg ikke har mere erfaring, vil der formentlig også komme et udbyttetab, som kan blive svært at håndtere, siger han.

På sigt vil han ikke afvise at omlægge og udvide, men han understreger, at det skal ske på et tidspunkt, hvor han kan gøre det uden stort udbyttetab.

Glad for interessen

Business Supporter i Friland Henriette Guldager glæder sig over den store interesse for at omlægge til økologisk produktion hos både Emil Olesen og hans kolleger.
-Helt simpelt blev både de, der overvejer at opstarte en økologisk produktion og de, der overvejer at omlægge til økologi bedt om at række hånden op. Der blev sendt dejligt mange hænder op i luften, hvilket bekræfter os i vores opfattelse af, at der er gang i mange projekter ude i landet lige nu. Det er positivt, og vi glæder os over den interesse, vi ser for at producere de grise, vi oplever så stor en efterspørgsel på, siger Henriette Guldager, der også glæder sig over, at mange svineproducenter har reageret positivt på Frilands tilbud om et kontant tilskud til nye søer.

-Vi har allerede sat navne på hele den pulje på 2 mio. kroner, vi har afsat de næste 1½ år til nye økologiske søer. Dermed har vi taget et vigtigt skridt mod at øge mængden af økologisk svinekød og dermed komme tættere på at leve op til den store efterspørgsel efter økologisk kød i både Danmark og resten af Europa, siger Henriette Guldager. ●

Fis eller Gris i din **radio**



Hver fredag i september fik en heldig Radio 100 lytter mulighed for at vinde et weekendophold og en halv frilandsgris.

Hver fredag i september kunne Radio 100s lyttere omsætte viden om danske frilandsgrise og deres forhold til et weekendophold og en halv frilandsgris ved at deltage i konkurrencen Fis eller Gris på Radio 100. Konkurrencen kørte alle fredage i september, og man

FORMÅLET VAR AT GIVE FORBRUGERNE MERE VIDEN OM, HVORDAN LIVET FOR FRILANDSGRISE ADSKILLER SIG FRA ANDRE TYPER AF GRISELIV.

kunne deltage ved at sende en sms til Radio 100, som hver fredag ringede én lytter op, som fik mulighed for at svare rigtigt på tre spørgsmål om frilandsgrisens liv og forhold og vinde hovedpræmien.
-Formålet var at give forbrugerne mere viden om, hvordan livet for frilandsgrise adskiller sig fra andre typer af griseliv, og jeg synes, at en radiokonkurrence er en sjov måde at gøre det på, siger Marketing Manager i Friland, Maria Bast. ●

Friland møder fremtiden i **nye** klæder



Friland har fornyet logoerne for både virksomheden og de forskellige koncepter, så de afspejler de forventninger, forbrugerne har til en moderne virksomhed.

Både produktionen af økologiske grise, frilandsgrise og selskabet Friland udvikler sig hele tiden.

Nye produkter, nye kunder og nye forbrugere kommer løbende til, og 2015 blev også året, hvor Friland videreudviklede og opdaterede virksomhedens design og logo.

- Vi har i årets løb udviklet en ny designlinje, som blandt andet har betydet, at vi har lavet nye logoer til alle vores koncepter. Logoerne tager udgangspunkt i de velkendte logoer fra Friland, men er udviklet, så de fremstår mere moderne, tidssvarende og ikke mindst lettere at afkode for forbrugerne, siger Marketing Manager, Maria Bast.

Der er både designet et nyt logo for Friland som virksomhed og indenfor koncepterne Friland Økologi, Frilandsgris, Friland kødkvæg og Friland Limousine.

- Logoerne er udviklet med baggrund i en forbrugertest, der viser, hvad der generelt virker appellerende hos forbrugerne, og jeg håber selvfølgelig, at Frilands leverandører også er glade for det nye design, siger Maria Bast.

Også i forhold til Frilands andre designopgaver har undersøgelsen været vigtig i forhold til at få gennemført de rigtige ændringer. Undersøgelsen fremhæver blandt andet, at afbildning af levende dyr, ord som friland og fritgående, mærkningsordninger som det røde Ø-mærke og Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse er med til at dokumentere merværdierne i koncepterne.

Det nye design og de nye logoer blev taget i brug i september og vil blive udskiftet på etiketter og materialer i vinteren 2015/16. ●



Friland i **offensiven** for at skaffe mere økologisk kød



Der blev i løbet af foråret lanceret en række initiativer for at øge mængden af økologiske svinekød.

På trods af at tillæggene for økologisk svinekød i lange perioder af regnskabsåret var rekordhøje, betød det ikke, at svineproducenterne stod i kø for at omlægge produktionen til økologi.

TALLENE VISER TYDELIGT, AT PRODUKTION AF ØKOLOGISK KØD HAR GENERERET OVERSKUD MANGE ÅR I TRÆK.

Derfor iværksatte Friland i årets løb en række initiativer, der skulle hjælpe landmænd, der ønsker at omlægge til økologisk svineproduktion.

Virksomheden udarbejdede blandt andet materiale, som omlægningsinteresserede

producenter kan bruge i forbindelse med møder med banker eller andre investorer.

Materiale som blandt andet indeholder grafer over de senere års omsætning og input fra fremtidens aftagere af økologisk kød. - Vi vil gerne vise, at investering i økologisk produktion ikke bare handler om en mulighed for god PR, og at økologi ikke kun handler om idealer. Det er ganske enkelt en god forretning, og tallene viser tydeligt, at produktion af økologisk kød har genereret overskud mange år i træk. Også i år hvor andre typer af produktion har været mindre profitabelt, siger direktør i Friland, Henrik Biilmann.

For at understrege behovet for mere økologisk kød indeholder materialet til bankerne udtalelser fra ledende medarbejdere hos en række af Frilands vigtigste kunder. Det tæller kunder indenfor både detail og foodservice, som alle bekræfter behovet for mere økologisk kød. ●

Flere Frilandsprodukter i **kantinerne**



Danish Crown Foodservice lancerede efter sommerferien et frilandsassortiment for at tilfredsstille de danske køkkenchefer efterspørgsel efter kød fra frilandsgrise.

Friland oplever en øget efterspørgsel hos de danske forbrugere, og det gælder både i supermarkedet og i kantinerne. Derfor lancerede Danish Crown efter sommerferien en række nye Foodservice-produkter for at gøre det nemmere for køkkenerne at tilbyde Frilands produkter til deres kunder.

- Tidligere solgte vi store delstykker til de helt store køkkener, men de mindre køkkener efterspørger også muligheden for at købe Frilands produkter. Derfor lancerede vi tre produkter i en mindre størrelse, så også de mindre køkkener kan være med, fortæller Mette Rothmann, der er salgsdirektør i Danish Crown Foodservice.

Der er tale om henholdsvis svinekamfilet, en halv svinekam med svær og skinkeinderlår i en størrelse, så der stadig kan arbejdes med råvarerne.

Flere idealister i køkkenerne

De nye muligheder for Foodservicekunderne kom ovenpå en analyse foretaget af Foodservice-afdelingen, som viste, at flere køkkenchefer efterspørger kød fra velfærdskoncepter som Frilandsgris og økologiske grise.

- Vi ser en tendens til, at der kommer flere idealister i køkkenerne, som vil have kød med en god baggrundshistorie. Derfor gør vi også noget ud af at fortælle, hvor grisen kommer fra ved at skrive om grisenes liv på etiketten, siger Mette Rothmann.

Den idealistiske kunde er kendetegnet ved at gå op i etikken, når det kommer til råvarens tilblivelse. Derfor rammer den ekstra dyrevelfærd, som Friland kan tilbyde, lige ned i den kundegruppe. ●

Udviklingscenter for Husdyr på Friland klar med **hyttekatalog**



24 forskellige typer af farehytter bliver beskrevet i et nyt hyttekatalog fra Udviklingscenter for Husdyr på Friland.

Der er mange muligheder at vælge imellem, når økologiske eller frilandssøholdere skal vælge, hvilken type af hytte søerne skal fare i.

Derfor har Udviklingscenter for Husdyr på Friland undersøgt 24 typer af farehytter, der alle er blevet screenet, hvorefter 11 af dem er blevet udvalgt til yderligere test. Her skal de hver især vurderes ud fra, hvor mange pattegrise, der overlever i denne hyttetype, ligesom åbenlyse fordele og ulemper ved de forskellige hyttetyper skal beskrives.

- Projektet hedder VIPiglets og går helt simpelt ud på at nedbringe pattegrisedødeligheden. Derfor skal det undersøges, om der er nogle typer af hytter, der er bedre for pattegrisene end andre. Både i forhold til at holde opsyn med dyrene i de første dage efter faring, hvor pattegrisene udelukkende opholder sig i hytten, hvilket gør det muligt at gribe ind, hvis soen eksempelvis ikke malker optimalt. Vi ser også på, om der er installeret ekstra beskyttelsesforanstaltninger for at undgå ihjællægning af pattegrisene. Derudover er adgangsforskel samt arbejdsmiljø og sikkerhed for personalet også noget, vi kigger på, fortæller projektmedarbejder i Udviklingscenter for Husdyr på Friland, Lene Thomsen.

Temperaturen er vigtig

Derfor er hun sammen med dyrlæge og projektleder Marianne Bonde i gang med en grundig kortlægning

af forholdene i 11 forskellige hyttetyper, som skal undersøges yderligere. Blandt andet ved løbende at måle temperaturen, som er meget vigtig for grisenes trivsel. - Det handler om at undgå både meget høje og meget lave temperaturer. Det er en svær balance, fordi en hytte med meget plads og god ventilation er god til at holde temperaturen nede om sommeren, når solen skinner, men til gengæld nemt bliver for kold om vinteren. Det gør det svært at finde den perfekte hytte, siger Lene Thomsen.

PROJEKTET HEDDER VIPIGLETS OG GÅR HELT SIMPELT UD PÅ AT NEDBRINGE PATTEGRISEDØDELIGHEDEN.

Hun og Marianne Bonde regner med at være færdige med forsøget i efteråret 2016, men allerede nu kan man få gavn af forarbejdet, idet der i forbindelse med økologikongressen i 2015 bliver præsenteret et nyt hyttekatalog, hvor interesserede kan få et nemt overblik over forskellige hyttetyper.

- Vi har jo lavet et grundigt forarbejde med beskrivelse af alle hytterne. Både i forhold til størrelse, adgangsforskel og arbejdsforhold. Derudover har vi fået søholdere til at fortælle om fordele og ulemper ved de forskellige typer af hytter, så vi besluttede os for at alle andre skulle have glæde af det forarbejde, vi har lavet. Det er grunden til, at vi nu præsenterer det nye hyttekatalog, som forhåbentligt er et godt værktøj for søholdere, der skal vælge nye hytter, siger Lene Thomsen. ●

Selvskabt **succes** i Tyskland



I en længere periode har der været mangel på økologiske slagtesvin og overskud af kød fra økologiske søer. En udfordring som Friland J. Hansen har fundet den perfekte løsning på.

I en årrække har det været vanskeligt at sælge kød fra økologiske søer i Tyskland og Østrig på trods af, at der i samme periode har været mangel på økologiske slagtesvin.

Det har udfordret alle leverandører af økologisk svinekød, men Friland J. Hansen var den første virksomhed til at løse udfordringen.

- Vi gik offensivt til værks ved at kontakte kunderne og forklare, hvor kød fra økologiske søer nemt kunne erstatte kød fra økologiske slagtesvin, uden at det forringede produktkvaliteten. Det var selvfølgelig en hjælp for kunderne, som kunne få mere kød, og samtidig betyder det, at vi kan få økologisk merpris for kød fra søerne, forklarer marketingchef i Friland J. Hansen, Mariana Theux.

Initiativet har således givet Friland J. Hansen en klar fordel på det tyske marked.

- Det har været en stor succes. Vi kan sælge økologisk sokød til en højere pris, og vi har gjort det nemmere for kunderne, fordi vi kan levere mere økologisk kød, siger Mariana Theux. Afsætningen af søer i Tyskland er baseret på danske søer. ●



Nyt **koncept** sat fri i Holstebro



Frilandsgriseproducent Torben Langer flyttede onsdag den 19. august cirka 180 grise over på et tidligere hedeareal. Grise der fra uge 44 blev solgt som Hedemarkens Frilandsgris i MENY butikker over hele landet.

Fra uge 44 kunne danske forbrugere sætte tænderne i kødet fra en helt ny variant af Frilandsgris, da Hedemarkens Frilandsgris blev sat til salg i MENY butikker over hele Danmark.

Inden grisene blev slagtet, skulle de dog tilbringe cirka 10 uger på en hedemark, og onsdag den 19. august slap Frilandsgrisproducent Torben Langer grisene fri i deres nye omgivelser med højt græs og kratbevoksning. Omgivelser som tydeligt faldt i grisenes smag.

Der gik nemlig ikke mange minutter, før grisene gik i gang med at udforske deres nye omgivelser, der adskilte sig en del fra den mark, hvor grisene havde levet indtil da.

- Jeg synes, det er spændende at have grisene gående udenfor hele livet. Jeg kan se, at de nyder det, og jeg bliver selv glad, når jeg ser grisene nyde livet på marken, sagde Torben Langer i forbindelse med udsættelsen af grisene.

Forbrugerne vælger Frilandsgris

Også slagtermester Peder Pedersen fra MENY i Struer var til stede, da grisene fik nyt hjem, og

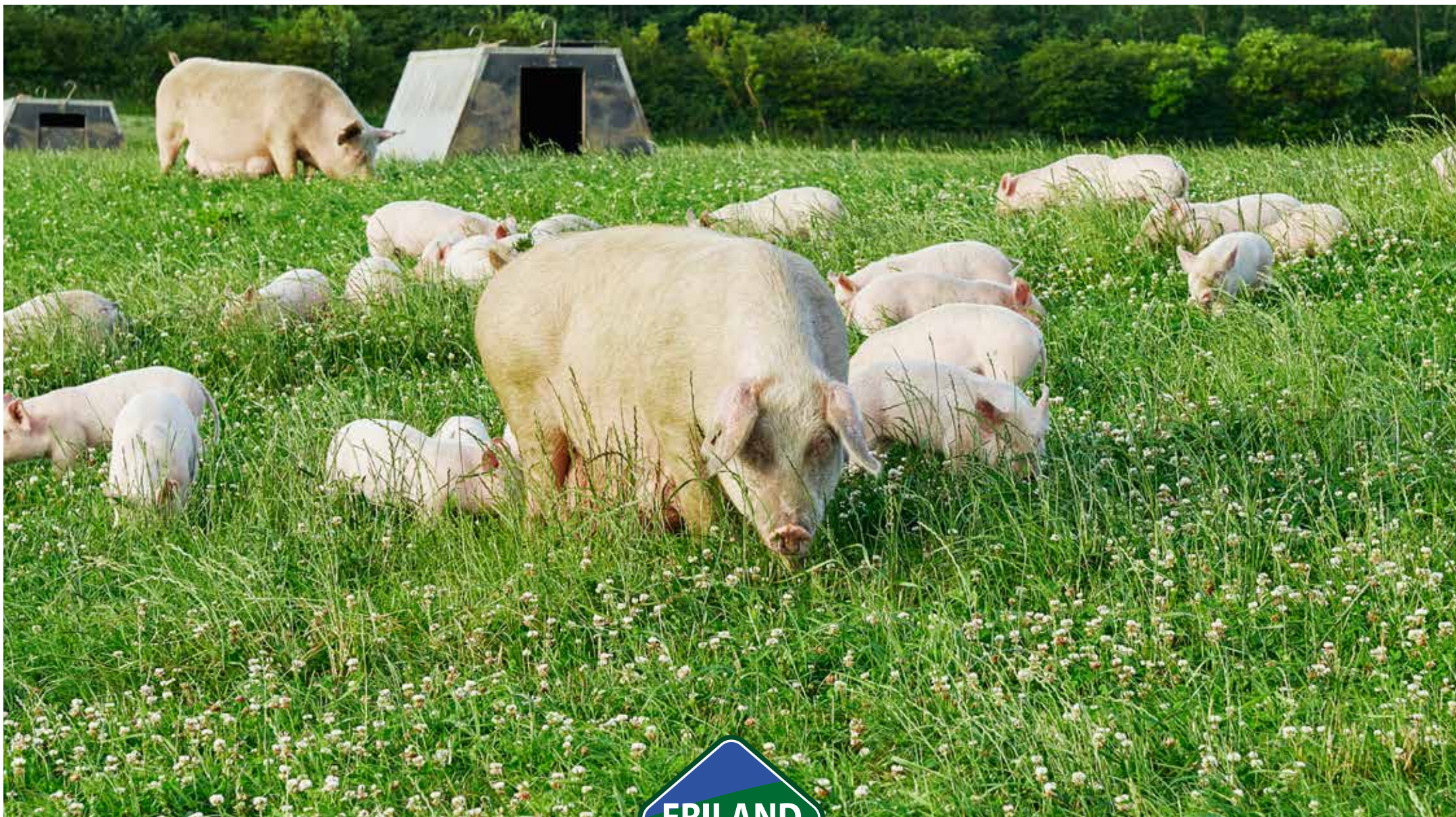
han glædede sig til at sælge kødet fra Hedemarkens Frilandsgris og kunne vise de levende grise på film i sin butik.

- Det betyder meget for forbrugernes valg i butikken, når jeg fortæller dem om frilandsgrisenes liv og den dyrevelfærd, der er en del af konceptet. I Struer har vi oplevet en stigning i salget af kød fra frilandsgrise på 35 procent, og der er mange, der konsekvent køber kød i MENY netop for at kunne få Frilandsgris, fortæller Peder Pedersen.

Det er specielt ældre kunder, der vælger Frilandsgris, og det skyldes i høj grad smagen. - Jeg får ofte at vide, at kødet smager som i "gamle dage", fordi det kan smages, at grisene har gået ude og haft bedre plads. Personligt kan jeg også sagtens smage forskellen og anbefaler derfor også kød fra frilandsgrise til mine kunder, siger Peder Petersen.

Vigtigt med nye tiltag

Han var derfor glad for at få Hedemarkens Frilandsgris ud i butikken, og Marketing Manager i Friland Maria Bast er også glad for projektet. - Forbrugerne er generelt glade for kød med en historie, og det lever Hedemarkens Frilandsgris i høj grad op til. Vi har tidligere haft stor succes med lignede projekter, og det var baggrunden for at lancere Hedemarkens Frilandsgris, siger Maria Bast. ●



Friland A/S. Marsvej 43. 8960 Randers. Tlf.: 8919 2760. frilandinfo@friland.dk. www.friland.dk