

# FrilandNYT

MARKEDSBERETNING 1. HALVÅR 2019

---

Et halvår med **udfordringer**





# Et halvår med udfordringer

Hermed en status på første halvår af regnskabsåret 2018/19, der på nogle områder ikke er gået, som vi havde håbet. Vi er i en branche, hvor vi helst skal kunne forudsige, hvordan markedet ser ud om seks måneder, og denne forudsigelse har vi ikke ramt, hvis vi ser på tillæggene i det første halvår. Særligt på det økologiske grisekød, har vi været udfordrede af, at der har været betydeligt større mængder tilgængeligt på eksportmarkederne fra vores konkurrenter end forudset.

I Danmark har vi dog fortsat godt fat i forbrugerne, og vi oplever en stigende interesse og efterspørgsel efter produkter, der har høj dyrevelfærd i fokus.

Det var også i dette halvår, at beslutningen om at lukke FRILAND LIMOUSINE® Kalv konceptet blev taget. Det var en svær beslutning, men den nedadgående kurve i antallet af dyr gjorde det nødvendigt. Vi ser dog frem til at modtage en større mængde

Limousine dyr i Kødkvægskonceptet efter d. 31/12 2019, hvor konceptet lukker.

Vores markedsføringstiltag af Frilands koncepter er blevet godt modtaget, og vi har blandt andet givet forbrugerne mulighed for at abonnere på et forbrugerrettet nyhedsbrev. Dette udsendes en gang om måneden, og mere end 5.000 danskere har skrevet sig op. Det bekræfter os endnu en gang i, at den danske forbruger går op i dyrevelfærd og vil vide mere om det. Derfor er vi også sikre på, at der er plads til vores produkter på fremtidens tallerken.

Til slut et ønske om en god (og en smule regnfuld) sommer til jer alle.

Med venlig hilsen

Henrik Biilmann,  
direktør for Friland A/S

# Markedsberetning for første halvår

## FRILAND ØKOLOGI, kreaturer



Samlet på de første 6 måneder ligger omsætningen på indeks 96.

Dette er drevet af en lidt lavere udnyttelse af dyrene i regnskabsårets første 3 måneder, hvor vi havde flere dyr til slagtning end forventet og end tidligere år. Dette udspring formentlig som en konsekvens af sidste års tørke, som sendte flere dyr til slagt hen over det senere efterår.

Hvad sidste års tørke kommer til at betyde for denne sommers leveringer imødeser vi med en vis grad af spænding, men håber

på, at den øgede mælkeproduktion vil medvirke til, at vi ikke ser en alt for stor nedgang i antal slagtninger i sommermånederne.

Efterspørgslen efter økologisk oksekød er, som for de økologiske grises vedkommende, stigende, og det er derfor vigtigt, at vi generelt er på et spor med en stigning i antal slagtninger.

Det er fortsat primært det danske marked, der driver omsætningen, og det er fortsat på det hakkede økologiske oksekød, vi ser den største efterspørgsel. Vi ser dog en stigende interesse for bøffer og stege, og her arbejder vi med at finde den rette balance

mellem vores tilgængelige mængder og kundebasen hertil.

Som de foregående år vil vi også i år se en "sommertop" i tillæggenes udvikling. Vi mærker helt traditionelt, at der er mange om buddet i sommerperioden. I den sammenhæng håber jeg, alle vil huske på, at vurderingen af hvorvidt Friland er konkurrencedygtig, skal ses på tværs af hele året og på alle dyr, der slagtes fra bedriften. Ligeledes regner jeg med, alle husker at have efterbetaling og resttillæg med i samme vurdering.

# FRILAND ØKOLOGI, grise



Konceptet for økologiske grise har haft en tilbagegang i omsætningen på ca. 9% i forhold til samme periode sidste år. Denne udvikling

er primært drevet af en øget konkurrence og et større udbud af økologiske grise på det Europæiske marked. Dette har gjort, at salgspriserne har ligget under niveauet for 1. halvår sidste år.

Den generelle efterspørgsel er fortsat stigende. Derfor er vi også overbeviste om, at den vækst, vi har set i slagtingerne, vil

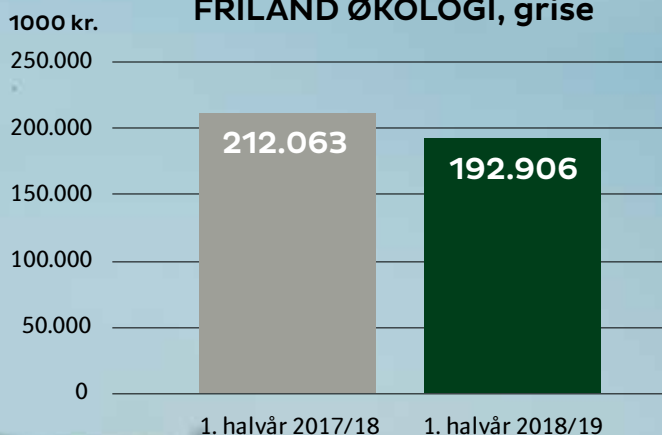
finde en bedre balance med efterspørgslen. Følger vi ikke med efterspørgslen, risikerer vi at sætte markedet i stå. Vi forventer, at denne forbedring i balancen vil indfinde sig i løbet af regnskabsårets 2. halvdel.

Vi kan dog ikke komme uden om, at 1. halvårs afregningsniveau ikke har levet op til hverken vores forventninger eller målsætning. Med en bedre balance i markedet og deraf begyndende stigninger i vores salgspriser, ser vi dog på dette mål – som er vores vigtigste målepunkt – med en hvis grad af optimisme på den nærmeste fremtid.

Det er fortsat Tyskland og Frankrig, der er de vigtigste markeder. Her vil vi naturligvis også i fremtiden møde en øget konkurrence, men vi står med vores organisation og kendskab til markederne i en god position til at være blandt dem, som driver udviklingen af markedet for økologisk grisekød.

Som altid er det en balance at producere og sælge økologiske grise, og vi er fortsat en lille niche, som påvirkes stort af relativt små ubalancer i markedet, men efterhånden som nichen vokser vil vi forventeligt også se en lidt større stabilitet i vores udvikling.

Omsætningsudvikling for  
FRILAND ØKOLOGI, grise





### Omsætningsudvikling for FRILANDSGRIS®



## FRILANDSGRIS®



For FRILANDSGRIS® konceptet har omsætningen været på stort set samme niveau som sidste år i de første 6 måneder. Antallet af slagtinger er igen kommet op – samlet set kun lidt under sidste års antal – og vi har haft en OK udnyttelse af dyrene generelt. Denne udnyttelse forventer vi dog kommer

yderligere op i regnskabsårets anden halvdel. Vi ser derfor også med en god portion optimisme på at kunne fortsætte et afregningsniveau, som er fornuftigt.

Forventningerne til konceptet er en fortsat god interesse for dyrevelfærd, og her leverer konceptet fra øverste hylde, og det er vigtigt, vi gør vores yderste hver dag for at sikre denne status. Dette gælder på den

enkelte bedrift, der leverer til konceptet, samt i vores markedsføring og tilgang til markedet.

Når vi lykkes med dette, er der fortsat gode muligheder for at udvikle salget yderligere, da der fortsat er delstykker i konceptet, hvor der er overskud af råvarer.



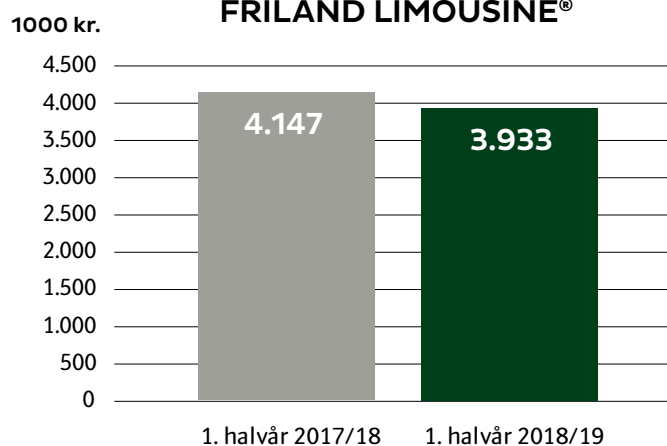
# FRILAND LIMOUSINE®



For vores LIMOUSINE kalve koncept er omsætningen faldet med ca. 5% sammenlignet med sidste år. Dermed er der ikke noget i udviklingen, som taler for at ændre på vores beslutning om at lukke konceptet ned med udgangen af 2019.

Konceptet er fortsat udfordret af at være et meget lille koncept, hvor der bruges uforholdsmæssigt mange ressourcer på dagligt at sikre en balance i salget af de meget få dyr, der er tilgængelige. Det er derfor et spørgsmål om at sikre en så god økonomi som muligt i dette sidste år for konceptet og ad den vej hjælpe vores leverandører til en glidende overgang til at levere dyrene ind til FRILAND KØDKVÆG-konceptet – eller andre af Danish Crowns okse og kalvekødskoncepter.

## Omsætningsudvikling for FRILAND LIMOUSINE®





## FRILAND KØDKVÆG



Vores FRILAND KØDKVÆG koncept ligger over sidste års niveau og omsatte ca. 2% mere end sidste år. Dette på trods af et fald i antallet af slagtninger på ca. 3%. Dermed er udnyttelsen generelt forbedret. Dette har således også udmøntet sig i en stigning i den løbende gennemsnitlige tillægsbetaling.

Det er vores forventning, at vi ved at samle vores to mindre FRILAND KØDKVÆGs koncepter til ét, vil kunne løfte fokus og den samlede afsætning. Vi tror derfor på, at dette vil kunne afspejles i konceptets udvikling fremover, og at vi bedre vil kunne sikre en fast kundebase til konceptet. Dette dog med den forudsætning, at vi ikke ser yderligere fald i antal slagtninger.

# TAK for hjælpen på Instagram

Frilands Instagram drives af landmændene, og vi er altid på udkig efter godt indhold. Kunne du tænke dig at bidrage med billeder, videoer eller historier, må du meget gerne sende en mail til [kasfr@friland.dk](mailto:kasfr@friland.dk) eller ringe på 89191412.

