

# Krógen

Tema:

## Foodservice i verdensklasse

s. 8-19



### Danish Crown viste sig frem på uddannelsesmesse

Danish Crown deltog i en uddannelsesmesse for at gøre skoleelever klogere på mulighederne i koncernen.

s. 20-21

### Valg af medarbejdere til repræsentantskab

Den 3. december er der valg til de 24 medarbejderpladser i Danish Crowns repræsentantskab. Alle kan stille op.

s. 6





# Indhold

## Tema om foodservice

Tema med eksempler på, hvad Danish Crown producerer til foodservice, og hvad der skal fokuseres på fremadrettet.

8-19



## Spørgelystne gymnasiepigebesøg i Horsens

16 piger fra Horsens Statsskole besøgte slagteriet i Horsens i forbindelse med Girls Day in Science 2021.

4-5



## Griseslagterier og forædlingsfabrikker er en del af Operations

Alle danske griseslagterier og forædlingsfabrikker er lagt sammen i enheden Operations.

7



## Jørgen Larsen takkede af efter 48 år på fabrikken i Aabenraa

Efter 48 år kunne Jørgen Larsen den 29. oktober trække sig tilbage på en velfortjent pension.

25



## Danish Crown viste sig frem på uddannelsesmesse

Lørdag den 30. oktober deltog Danish Crown i en stor uddannelsesmesse i Horsens.

20-21

## Danish Crown med rekordstort antal deltagere til skolemesterskab for slagtere

11 ud af 12 deltagere kom fra Danish Crown, og Said Mokhtar fra Horsens løb med sejren.

26



## Valg af medarbejdere til repræsentantskab

Den 3. december er der valg til medarbejderpladserne i repræsentantskabet og Danish Crowns bestyrelse.

6

## Flere spiser ude, og det skal vi være en del af

Foodservice-markedet er under forandring, og vi skal være med.

28



# Brian Vestergaard nomineret som årets tillidsrepræsentant i Danmark

Den 25. november kårer Ugebrevet A4 årets tillidsrepræsentant i Danmark til en prisfest i DR Koncerthuset, og tillidsrepræsentant i Danish Crown Brian Vestergaard er blevet nomineret til prisen.

Tekst: Martin Christensen  
Foto: Danish Crown

Årets tillidsrepræsentant i Danmark skal kåres, og det gør Ugebrevet A4 ved en prisfest den 25. november i DR Koncerthuset i København.

Mere end 300 tillidsrepræsentanter er blevet indstillet til prisen, og ud af feltet er fem nomineret. En af dem er Brian Vestergaard, der er tillidsrepræsentant på Danish Crown-slagteriet i Blans.

- Jeg er personligt meget glad for, at Brian Vestergaard er blevet nomineret til prisen, for det er fuldt fortjent. Han bruger utrolig mange kræfter både i og udenfor arbejdstiden på at være tillidsrepræsentant, han er aktiv i mange grene af det faglige arbejde, og så er han også medlem af A/S-bestyrelsen. Han er en loyal ildsjæl, der brænder for Danish Crown og for, at hans kollegaer trives, siger Ole Carlsen, der er fabrikschef på slagteriet i Blans.

Brian Vestergaard blev indstillet af afdelingsformanden i NNF Sydjylland, Peder Pedersen.

Brian Vestergaard har været tillidsrepræsentant i 14 år og er formand for tillidsmandskollegiet.



## Et enormt skulderklap

Fabrikschef Ole Carlsen deltager sammen med produktionsdirektøren for pork-fabrikkerne Per Laursen til prisuddelingen i DR Koncerthuset, hvor de repræsenterer Brian Vestergaard og Danish Crown.

Udover at være tillidsrepræsentant i Blans, så er Brian Vestergaard også formand for tillidsmandskollegiet i Danish Crown, der er en samling af alle danske tillidsrepræsentanter. Spørger man produktionsdirektør Per Laursen, så er nomineringen helt fortjent.

“ Han er en loyal ildsjæl, der brænder for Danish Crown. ”

Ole Carlsen.

- Danish Crowns ledelse har et stort ønske om at kunne samarbejde med de lokale tillidsrepræsentanter. Dels for at høre, hvad der rører sig, mens også for at kunne have en løbende dialog med medarbejderne gennem tillidsrepræsentanterne. Den opgave løser Brian utrolig godt, også i sit virke som formand for tillidsmandskollegiet. Han er altid klar på at tage en dialog op, også de svære. Bare det at blive nomineret skal Brian se som et enormt skulderklap for hans arbejde, siger Per Laursen.

Brian Vestergaard har været tillidsrepræsentant i 14 år og er netop blevet genvalgt til den næste periode på fire år. Selv ser han opmærksomheden omkring hans position som tillidsrepræsentant som et kvalitetsstempel på hans indsats.

- Jeg er bare utrolig stolt. Jeg nyder at være bindeled mellem mine kollegaer og den øvrige del af Danish Crown, og jeg kan godt lide at hjælpe mine kollegaer med at være informeret om, hvad der sker ude i forretningen, ligesom jeg sætter en stor ære i at kunne give ting videre fra dem til resten af virksomheden. Det ville selvfølgelig være en stor ære at vinde prisen som årets tillidsrepræsentant, så det håber jeg da på, siger Brian Vestergaard. ●

## Krogen

Krogen er medarbejderblad for Danish Crown, DAT-Schaub og Danish Crown Foods i Danmark. Bladet er offentligt tilgængeligt, bl.a. på Danish Crowns hjemmeside, og artikler og billeder kan bruges i andre sammenhænge i Danish Crowns kommunikation.

## Udgiver

Danish Crown  
Marsvej 43, 8960 Randers SØ

## Redaktion

Daniel W. Pedersen (redaktør),  
Martin Christensen (journalist)  
og Astrid Gade Nielsen  
(ansvarshavende)

## Redaktionen er afsluttet

Den 5. november 2021

## Oplag

3.000 eksemplarer

## Layout

Campfire & co

## Tryk

Stibo Complete®

## Forsidefotos

Stort: Danish Crown  
Lille: Niels Hougaard





# Spørgelystne gymnasiepiger på slagteribesøg i Horsens

16 piger fra 2.g på Horsens Statsskole besøgte på slagteriet i Horsens, da Danish Crown i forbindelse med Girls Day in Science 2021 inviterede piger på besøg for at inspirere dem til at tage en naturvidenskabelig uddannelse.

**P**å et slagteri laver man meget mere end bare at slagte dyr. Det fik 16 2.g piger fra Horsens Statsskole lov at se med egne øjne, da de onsdag den 6. oktober var på besøg på Danish Crowns gris slagteri Horsens.

Besøget var en del af den årlige kampagnedag Girls Day in Science, som skal inspirere piger til at vælge en uddannelse

inden for ingeniørskab, naturvidenskab, teknologi eller matematik.

Dagen startede med en kort rundvisning via slagteriets besøgs gang, hvor der koncentreret blev lyttet og stillet opfølgende spørgsmål. Ifølge Sophie Munch Jensen, der var en af de deltagende piger, var rundturen og oplægget om fødevarerkontrol og dyrevelfærd en øjenåbner.

- Da vi var på vej herud, jokede nogle af os med, at vi nok blev vegetarer efter i dag, men det har faktisk haft en modsat effekt, synes jeg, fordi man har set, hvordan det hele foregår, og hvor meget kontrol, der faktisk er. Det er rart at se med egne øjne, hvordan ens mad bliver til, siger Sophie Munch Jensen, som selv håber på at blive dyrlæge i fremtiden.



16 gymnasiepiger fik lov at prøve udstyret af i laboratoriet på slagteriet i Horsens.



## Virksomhederne har et ansvar

Efter en runde på slagteriet, blev de delt op i to hold – det ene hold startede med et oplæg dyrlæge-erhvervet, mens de andre så hvordan man tog salmonella-prøver og hørte om arbejdet som laborant.

Efter en sandwich og sodavand sluttede dagen af med en tur i laboratoriet, hvor pigerne analyserede de indsamlede salmonella-prøver og testede for bakterier fra forskellige prøver, de selv indsamlede.

“  
**Det er en unik mulighed for at vise pigerne et moderne slagteri og få en dialog med dem.**

Charlotte Hagemann Fussing

Charlotte Hagemann Fussing, der er besøgsleder på slagteriet i Horsens og ansvarlig for arrangementet, var glad og stolt over, at Naturvidenskabernes Hus, som står for Girls Day in Science, igen i år havde valgt at spørge Danish Crown, om de ville være med til at arrangere en dag for gymnasiepigerne.

Alle deltagerne går på en bio-kemi-linje på Horsens Statsskole.

- Det vigtigt, at vi som virksomhed tager et ansvar og viser de unge piger hvilke muligheder, de har indenfor den naturvidenskabelige verden, og hvor mange fede arbejdspladser, man med en naturvidenskabelig baggrund kan få hos blandt andet en virksomhed som Danish Crown. Derudover er det en unik mulighed for at vise pigerne et moderne slagteri og få en dialog med dem, siger Charlotte Hagemann Fussing.

Alle pigerne går på en bio-kemi-linje, og selvom dagen ikke fik overbevist alle om, at deres fremtid kunne være på et slagteri eller lignende som dyrlæge eller laborant, så syntes de, det var en sjov dag.

- Nu overvejer jeg selv mere at blive fysioterapeut eller noget i den dur, men derfor har jeg alligevel fået rigtig meget ud af i dag, fordi jeg har fået et større kendskab til, hvad jeg kan bruge min studenterhue til. Jeg havde personligt ikke rigtig tænkt over, hvor mange forskellige jobmuligheder, der er i Danish Crown, og så har det også bare været sjovt at lære mere om et slagteri og prøve ting af laboratoriet, siger Anna Madsen.

I år har der været en rekordhøj opbakning til Girls Day in Science, hvor 116 virksomheder, organisationer og uddannelsesinstitutioner har budt velkommen til mere end 4.700 piger fra både gymnasier og folkeskoler. ●

Ledende laborant Susanne B. Jensen fortalte eleverne om arbejdet som laborant.





# Nu er der valg til medarbejdere i bestyrelsen og repræsentantskabet

Den 3. december er der valg til medarbejderpladserne i repræsentantskabet og Danish Crowns bestyrelse. Alle medarbejdere kan stille op.

**M**edarbejderne skal den 3. december i stemmeboksen for at stemme om, hvilke medarbejdere der skal repræsentere Danish Crown-medarbejdere i Danish Crowns repræsentantskab, bestyrelsen i Danish Crown A/S og Danish Crown Beefs Business Review.

Torsdag den 4. november er der underskrevet en aftale om, hvordan fordelingen af medarbejderpladserne i de tre udvalg fremover skal fordeles. Gældende fra det valg, der altså finder sted i december i år.



**Det er første gang, at vi får kolleger fra de tidligere Foods-fabrikker med, og det er et rigtig godt skridt.**



Brian Vestergaard.

Det er KSU, koncernsamarbejdsudvalget, som har forhandlet fordelingen igennem. KSU består af otte tillidsmænd fra de danske fabrikker og ledelsen i Danish Crown. Brian Vestergaard, der er formand for tillidsmandskollegiet, fortæller, at det var vigtigt for tillidsmændene at få alle danske fabrikker repræsenteret.

- I den nye aftale bliver alle 18 danske produktionssteder repræsenteret med en plads i Danish Crowns repræsentantskab. Det var vigtigt for os, fordi vi vil have mulighed for at komme med input til ejerne og ledelsen fra den hverdag, vi har ude i produktionen. Det er første gang, at vi får kolleger fra de tidligere Foods-fabrikker med, og det er et rigtig godt skridt, siger Brian Vestergaard.

Udover de 18 medarbejdere fra produktionen, skal der vælges seks medarbejdere, der er funktionæransat. Så der i alt 24 Danish Crown-medarbejdere i Danish Crowns repræsentantskab. Tre af de 24 skal vælges til Danish Crowns A/S-bestyrelse. To af repræsentanterne fra Danish Crown Beef skal vælges til Beefs Business Review.

De 24 medarbejdere har ingen stemmeret i repræsentantskabet. Det er i stedet observatørpladser, hvor de kan komme med input og modtage input.

- De 24 medarbejderpladser i repræsentantskabet er vigtige for os medarbejdere, fordi vi kan tale vores sag i den forsamling, som i sidste ende bestemmer i Danish Crown-koncernen. Samtidig får vi også viden og inputs med hjem fra ejerne og ledelsen. Dem kan vi, i det omfang vi må, dele med vores kollegaer, så alle får en bedre forståelse for hinanden og helheden i virksomheden. Det er meget værdifuldt for alle, siger Brian Vestergaard. ●



**12. november 2021**  
Sammensætningen af de lokale valgudvalg på hver fabrik meldes ind.

**15. november 2021**  
De lokale valgudvalg bliver bedt om at indsende kandidater til valget. Oversigt over kandidater skal være indsendt senest den 18. november.

**3. december 2021**  
**VALGDAG**

**6. december 2021**  
Resultatet bliver offentliggjort på intranettet i løbet af dagen.

**13. december 2021**  
Valgforsamling i Randers for de 24 valgte observatører.

Alle kan stille op. Men man kan ikke både være en del af valgudvalgene og stille op.

# Griseslagterier og forædlingsfabrikker er en del af Operations

Med den nye koncernstrategi, Feeding the Future, er Danish Crown Pork og Danish Crown Foods blevet lagt sammen. Det betyder i praksis, at alle danske griseslagterier og forædlingsfabrikker er blevet lagt sammen under den nye enhed ved navn Operations.

Tekst: Martin Christensen  
Foto: Red Star Photography

**D**anish Crown Foods og Danish Crown Pork er fra den 1. oktober blevet lagt sammen i en samlet organisation. Det betyder, at alle danske fabrikker i Danish Crown Foods og alle danske slagterier Danish Crown Pork er blevet samlet i én enhed med navnet Operations.

CEO i det gamle Danish Crown Pork, Søren F. Eriksen, står nu i spidsen for Operations-enheden. Det vil stadig være Per Laursen, der er ansvarlig for produktionen på griseslagterierne, ligesom de lokale fabrikschefer er de samme. Per Laursen får derudover også ansvaret for de tidligere Foods-fabrikker i Kolding og Herning.



**Den markante forskel er, at vi nu har én bundlinje og én enhed, som har ét mål.**



Søren F. Eriksen.

Tidligere ansvarlig for produktionen i Foods, Dan Kolding, har fået nye opgaver i Operations-enheden, og derfor er man ved at finde den nye produktionsansvarlige for forædlingsfabrikkerne udover



Herning og Kolding. De lokale fabrikschefer vil her også være de samme.

Det er kendetegnende ved sammenlægningen, at det ikke betyder det store ude på slagterierne og fabrikkerne i praksis.

- Jeg vil vove den påstand, at der ikke er mange ude på vores slagterier og fabrikker, som har mærket til, at vi har lagt dem sammen under den nye enhed Operations. De store forandringer ligger nemlig ikke ude i produktionen. Den markante forskel er, at vi nu har én bundlinje og én enhed, som har ét mål. Formålet er, at vi bliver endnu mere fleksible og hurtigt kan handle i forhold til de store forandringer på vores markeder, siger Søren F. Eriksen.

**Ikke en spareøvelse**  
Kommer medarbejderne på griseslagterier og forædlingsfabrikker så overhovedet til at mærke, at de er blevet lagt sammen i Operations?

Alle danske griseslagterier og forædlingsfabrikker er blevet lagt sammen i enheden Operations.

Ikke fra den ene dag til den anden, men over tid vil der ske ændringer. Alt sammen for at den nye koncernstrategi, Feeding the Future, bliver en succes.

- Det siger sig selv, at vi skal fortsætte arbejdet med at gøre produktionen mere bæredygtig. Derudover har vi alle i Operations en bunden opgave i at reducere vores omkostninger med 600 millioner kroner. Det kan lyde af meget, men vi finder de penge gennem en lang række ting såsom Optima, bedre indkøb og planlægning, bedre kapacitetsudnyttelse i produktionen, som også skal være mere effektivt ved hjælp af automation. Det er vigtigt for mig at understrege, at nedskæring i antallet af medarbejdere ikke er en del af planen for at reducere omkostningerne, siger Søren F. Eriksen. ●





Food-  
service

Flere forbrugere spiser ude, og  
foodservice-markedet er under  
forandring. Det giver Danish  
Crown store muligheder.

Tekst: Martin Christensen og Daniel Winther Pedersen

Foto: Danish Crown

**F**oodservice. Hvad er det egentlig for noget? Foodservice-sektoren dækker over de steder, hvor vi kan få en bid mad uden for de private hjem eller bestilt til vores hjem. Det er pølsevogne, restauranter, sportshaller, kantiner, hoteller, tankstationer, stadions, sygehuse og alt det ind i mellem.

Derfor er foodservice-sektoren også et stort marked for Danish Crown i både ind- og udland. Det marked bliver kun større i takt med, at vi spiser mere uden for det private hjem, ligesom det også vokser i takt med, at vi ønsker, den hotdog eller burger, vi spiser på farten eller på cafeen, er af en bedre kvalitet.

Foodservice-sektoren blev hårdt ramt, da COVID-19 og de medfølgende restriktioner lagde sig over Danmark. Nu er restriktionerne blevet løftet, og det betyder, salgsafdelingerne, der håndterer foodservice-kunder, igen har travlt.

Det betyder også, at man nu for alvor kan begynde arbejdet med strategien på foodservice-markederne, som skal understøtte den nye koncernstrategi, Feeding the Future.

I strategien til foodservice-markedet er fokus på innovation, bæredygtighed, kvalitet, men også på at Danish Crown skal blive verdensmestre i hverdagsmåltidet – også når forbrugeren ikke selv laver det derhjemme.

I dette tema zoomer vi ind på nogle af de produkter og fabrikker, som skal være succesfulde for at nå disse ambitioner, ligesom vi dykker ned i, hvordan Danish Crowns tilgang til foodservice vil være de kommende år. ●

# Foodservice i verdensklasse





Tekst: Daniel Winther Pedersen | Foto: Danish Crown

Food-service

Med en klar strategi og udvalgte fokusområder er Danish Crown Professional klar til at vinde endnu flere markedsandele på det danske foodservice-marked.

# Danish Crown vil styrke sin position på det danske foodservice-marked

Danish Crown Professional er de glade for, at COVID-19, og de mange restriktioner, det medførte for foodservicebranchen, forhåbentlig er bag os nu.

Det betyder, at restauranter, hoteller og kantiner på skoler og arbejdspladser igen er åbne for gæster, og Danish Crown Professional kan igen begynde at kigge frem og arbejde strategisk på at gøre kunder og forbrugere glade for Danish Crowns produkter.

- Det er skønt, at vi mere eller mindre er tilbage til normale tilstande, og heldigvis har forbrugerne virkelig bakket op om udebespisning, efter restriktionerne begyndte at forsvinde i sommer. Så vi har haft utrolig travlt, og det har handlet mere om at skaffe varer nok, end at lave flere salg. Så det er dejligt, og nu kan vi for alvor begynde at arbejde med vores strategi og indsatsområder, siger Lars Johannesen, der er senior director for Danish Crown Professional.

## Innovation, digitalisering og bæredygtighed

Og ligesom Danish Crown præsenterede sin nye strategi, Feeding the Future, i september, har Danish Crown Professional også en klar plan for, hvilke håndtag der skal drejes på det kommende år for at lykkes. Fokus ligger på innovation, digitalisering og bæredygtighed. Under bæredygtighed tillader vi os også at lægge specialgrise fra Friland, hvor det er mere plads til dyrene, der er i fokus.

Danish Crown Professional har haft utrolig travlt siden sommer, hvor restauranterne kunne begynde at have gæster som før COVID-19.

- De tre fokusområder er, sammen med et tæt samarbejde og mandsopdækning af vores kunder, motoren, der skal føre os til en styrket position på det danske foodservice-marked. Det gælder alt fra pølser til stadiions til premium-produkter til Michelin-restauranter. Vi skal være helt tæt på vores kunder og forbrugere for at få succes. Derfor skal vi imødekomme de behov, kunderne og forbrugerne har og får fremover. Fokus på at tilbyde gode digitale løsninger og have bæredygtige og innovative produkter er altafgørende for at være relevant for kunderne og forbrugerne, siger Lars Johannesen.

## Vigtige kampe forude

Danish Crown Professional sælger sine varer til mere end 25.000 køkkener i Danmark. Derfor har Danish Crown Professional naturligvis også et meget bredt produktsortiment og dermed mange forskellige typer af kunder.

Det er alt fra kantiner på arbejdspladser, sygehuse, hoteller, restauranter, caféer, pølsevogne, fodboldstadions, tankstationer, festivals, krydstogtskibe og ikke mindst levering til vores nordiske kunder på Færøerne, Grønland og Island.

Med ekstra fokus på innovation, digitalisering og bæredygtighed har Danish Crown Professional udvalgt nogle nøglekampe, som skal vindes det kommende år for at skabe vækst og succes.

- Vi skal vinde på fersk kød. Vi skal kunne tilbyde vores kunder den optimale løsning for netop dem, hvor vi hjælper dem med at finde den helt rigtige kombination mellem pris og værdi. Pølser til industri er et andet fokusområde for os. Det er et marked med stor volumen, som bevæger sig ud over de danske grænser, og vi har en masse viden på pølseområdet, som giver os en stor konkurrencefordel. Derudover er det altafgørende for os, at vi formår at udnytte og tilpasse os de trends, der er blevet styrket yderligere under COVID-19 - bl.a. convenience og take away. F.eks. deli i supermarkederne, take-away på tankstationer eller på restauranter og caféer, siger Lars Johannesen og fortsætter:

- Vi skal også i fremtiden være en magtfaktor på disse salgskanaler. Vi skal kunne tilbyde kunderne endnu flere produkter, løsninger og koncepter, der tapper ind i forbrugernes nye og større behov for fleksibilitet og dynamik for bespisning. Så det er en bred palet, og det bliver et spændende år, vi har foran os, men heldigvis stemmer alt dette rigtig godt overens med mange elementer i "Feeding the future"-strategien. Så vi har store forventninger til os selv og til Danish Crown som koncern, således at vi ved fælles kraft kan blive endnu stærkere i fremtiden, siger Lars Johannesen. ●

## Digitalisering sparer tid og giver værdi for kunderne

Danish Crown Professional satser på digitalisering i de kommende år, fordi det både sparer tid for medarbejderne og giver værdi for kunderne.

Tekst: Daniel Winther Pedersen

Digitalisering er en af hjørnestenene i Danish Crown Professionals strategi for de kommende år. Måske tænker du; Hvad har digitalisering med restauranter og produkter at gøre? Men digitalisering er vigtig for at give kunderne en god helhedsoplevelse, når de handler med Danish Crown.

Det fortæller Eva Levinsen Højfeldt, der står for kommunikation i Danish Crown Professional.

- Det er travlt at drive en restaurant, cafe, et køkken på et sygehus eller noget helt fjerde. Derfor er det vigtigt, at vi hjælper vores kunder med mere end blot gode råvarer. Det kan være via vores hjemmeside, hvor de finder vores produkter, og så kan de hurtigt klikke sig videre for at bestille dem. Det kan også være med viden, opskrifter og anden inspiration, siger Eva Levinsen Højfeldt.

Danish Crown Professionals hjemmeside giver også data, som kan bruges til at forstå, hvad kunderne efterspørger.

- Vi kan se, hvilke produkter der bliver kigget på. Det giver os noget viden om, hvad der rør sig ude hos kunderne, så vi kan være skarpe på de trends. Det hjælper både os, og det hjælper kunderne, fordi vi forstår dem bedre, siger Eva Levinsen Højfeldt.

Digitalisering har allerede hjulpet med at spare tid og samtidig give kunderne en bedre oplevelse.

- Vi har fået digitaliseret hele vores produktkatalog nu, hvor vi før manuelt opdaterede det løbende, når en vare udgik eller en ny vare kom ind. Dem fik vi trykt, så salgskonsulenterne kunne have dem med ud til kunder. Nu er alt digitalt, så salgskonsulenterne, når de skal ud til kunder, kan genere præcis det udvalg, som den pågældende kunde er interesseret i. Det sparer os tid, og det giver kunderne en bedre oplevelse, siger Eva Levinsen Højfeldt. ●



# Danish Crowns burgerbøffer i høj foodservice-kurs

*Det seneste år har Danish Crown Beef solgt næsten en halv million dry-aged burgerbøffer alene til danske foodservicekunder.*

**F**å retter findes i så mange variationer som burgeren. Rundt om i landet har et utal af restauranter deres særegne opskrift, men bøffen er oftest i fokus.

Det mærker man også i Danish Crown Beef, hvor salget af burgerbøffer til foodservicebranchen fra blandt andet fabrikken i Sdr. Felding har holdt høj kadence det seneste år. Faktisk har efterspørgslen været så høj, at Danish Crown Beef inden udgangen af 2021 med al sandsynlighed runder 500 ton burgerbøffer alene til foodservicebranchen – uden at medregne de produkter, som sælges i detailbutikkerne.

- Selvom restaurationsbranchen har haft op- og nedture gennem corona-krisen, har vi generelt mærket en stigende efterspørgsel på vores udbud af burgerbøffer. Groft sagt kan man sige, at burgeren i dag er blevet til oksekødets bacon. Det opfattes ikke som traditionelle kødprodukter, men som et separat produkt, der har fået et frirum i hele kostdebatten – og et produkt, som den enkelte restauration kan tilpasse deres stil, valg af råvarer og kundeefterspørgsel, fortæller Henning Sønnichsen, salgsdirektør i Danish Crown Beef.

## En halv million bøffer

Rygraden i burgersortimentet er Danish Crowns velkendte dry-aged burgerbøffer. I alt har danske foodservice-kunder det forgangne år – fra 1. oktober 2020 til og

med udgangen af september 2021 – bestilt, tilberedt og serveret over 84 ton dry-aged burgerbøffer for kunderne. Regner man sammen på tværs af de forskellige variationer af dry-age bøfferne, svarer det til, at der i alt er produceret og solgt 499.000 styk i perioden.

Foruden dry-aged produkterne producerer Danish Crown også en lang række andre burger-produkter. Tilsammen dækker produktionen af burgerbøffer over mere end 60 varenumre, som i alt tegner sig for 392 tons burgerbøffer fra september 2020 til og med oktober 2021.

Der er dog en god forklaring på, hvorfor især dry-age burgerbøfferne fra Sdr. Felding er så efterspurgt blandt Foodservice-kunderne.

- Det handler om skabe en god historie, som følger produktet. Det gælder både, når du skal lavet et produkt rettet mod den almindelige forbruger i detailbutikken såvel som den professionelle kok i restaurationsbranchen. I tilfældet med dry age-bøfferne tager du krogmodnet kød af høj kvalitet og laver et produkt med god smag. Herfra kan restaurationen gøre produktet til deres eget og skille sig ud fra mængden, siger Jacob Ærenlund, senior director for Marketing Innovation i Danish Crown Beef. ●

*Danish Crown Beef regner med at runde 500 tons solgte burgerbøffer alene til foodservice i 2021.*





# Fabrik i Midtjylland er Europas største pepperoni-leverandør

Med fokus på at skabe en pepperoni-produktion til foodservice-kunder, som udelukkende er store kæder og industri-kunder, er Danish Crown-fabrikken i Thorning blevet Europas største leverandør af pepperoni.

Food-service

**15.000** tons om året. Så meget pepperoni bliver der produceret på Danish Crown-fabrikken i Thorning. At det er en af de mindre fabrikker i Danish Crown-koncernen med sine cirka 80 ansatte i produktionen, gør det ikke mindre imponerende, at fabrikken på mindre end 20 år er blevet Europas største pepperoni-leverandør.

Ifølge Lene Grosen, der er Commercial Director i Toppings Danish Crown, er der flere faktorer, der har bidraget til pepperoni-eventyret.

- Fordi vi ikke leverer til detail, har vi kunnet optimere vores fabrik til at levere store mængder på en utrolig effektiv måde. Det resulterer i en konkurrencedygtig pris og stor leveringssikkerhed. Og fordi vi har holdt os til pepperoni-produktion, er vi blevet en af de førende på området, siger Lene Grosen og fortæller videre:

- Vi har aldrig haft ambitioner om at lave et gourmet-produkt, men et kvalitetsprodukt med en stor ensartethed på tværs af produktioner, hvilket er vigtigt for vores kunder. Foodservice- og industri-kunder vil ikke have en Rolls-Royce-pepperoni, men noget tilsvarende en Volkswagen – god og stabil kvalitet, der er til at betale. Det er vi europamestre i, siger Lene Grosen.

## Pepperoniens tilblivelse

Produktionen af en pepperoni begynder med en fars. Farsen består af bov, trimmings og fedt alt efter kundernes forskellige opskrifter. Kødet hakkes og fedtstandardiseres, hvorefter det blandes med krydderier og hjælpestoffer.

- Der er selvfølgelig stadig noget håndværk i at besigtige kødet og farsen, men det er da blevet nemmere med teknologien i dag. Jeg skal bare sørge for at fodre maskinen med det rette kød, spæk og

ikke mindst de rette krydderier og tilsætningsstoffer efter den enkelte kunders ønske, siger Lasse Kraak, som er udlært pølsemaker og medarbejder i fars-produktionen.

Den færdige fars bliver via et bånd ført hen til medarbejderne, der står ved maskinerne, som automatisk fylder tarmene med farsen. Her kvalitetssikrer medarbejderne de rå pepperoni-pølser og sørger for, at maskinerne kører, som de skal.

“  
**Vi har aldrig haft ambitioner om at lave et gourmet-produkt, men et kvalitetsprodukt.**

”  
Lene Grosen.

Herfra bliver pepperoni-pølserne ført ind i fermenteringsrummet, der har en konstant temperatur på 24 grader. Alt efter produktets sammensætning, skal pølserne hænge 2-3 døgn i rummet indtil fermenteringsprocessen er færdig. Derefter skal de, afhængig af tykkelse og kundekrav, tørre i 2-5 uger på lageret, inden de er klar til pakkeriet.

## Sund vækst

Når den pakkeklare pepperonipølse lander i pakkeriet, trækkes tarmen automatisk af pølserne, hvorefter den enten blive pakket som hel pølse, halv pølse eller skæres i skiver, som vi kender fra pizzaer. Der er også en IQF-pakkelinje, hvor

mini-pepperonien pakkes.

Pakkeriet bærer præg af, at det kun skal forholde sig til foodservice- og industrikunder. Pakkerne er store, og hundredvis af kilo er røget gennem maskineriet, inden man ser sig om.

Jonna Nielsen er ansvarlig for driften i pakkeriet og har været på fabrikken i 17 år. Hun har derfor fulgt fabrikkens vækst ud i Europa og ikke mindst den teknologiske udvikling.

- Man er stolt og glad for at arbejde her. Vi, der har været med længe, har kunnet se, at vi virkelig har været med til at udvikle fabrikken. Det har været spændende at være en del af udviklingen, og selvom det også er udfordrende, er det sket på en sund måde. Det bidrager til, tror jeg, at både nye og gamle medarbejdere bliver ved med at synes, at det er en spændende arbejdsplads at være en del af, siger Jonna Nielsen. ●

Pepperoni-pølserne skal tørre i 2-5 uger, før den er klar til at blive pakket.

Lene Grosen (tv.) og Jonna Nielsen (th.) arbejder begge på pepperoni-fabrikken i Thorning.





# Engelsk produkt endte med at blive international salgssucces

*En engelsk udvikler tog til Hadsund for at medvirke til udviklingen af et specialprodukt til det engelske marked. Det blev til Tender Pork, som i dag er en salgssucces til foodservice i hele verden.*

**Tekst:** Martin Christensen

**Foto:** Danish Crown Professional

**I** skrivende stund er der 30 forskellige Tender Pork-produkter, som foodservice-kunder i hele verden kan købe hos Danish Crown.

Sådan har det dog ikke altid været, for hele Tender Pork-produktserien startede med en ide hos en engelsk produktudvikler, som han tog med til den daværende fabrik i Hadsund.

- I samarbejde med den engelske udvikler skulle vi udvikle en ny produkttype, hvor der skulle bruges en speciel lage uden nitrit og med et lavt saltindhold. Det blev en succes i England, så derfor prøvede vi at justere lagen en smule til at passe ind i det danske marked, siger Søren Hansen, der i dag er kvalitetsinspektør, og fortæller videre:

“

**Vi har formået at øge værdien på flere produkter, som tidligere ikke var af samme kvalitet set med foodservice-øjne.**

”

*Søren Overgaard.*

- Med tilpasningen fokuserede vi på at ramme en lage, der gjorde kødet utrolig mørt, men samtidig nemt at tilberede, uden at ende med produkter, som var hårdt pumpet med væske. Det endte med at blive til det, vi i dag kender som Tender Pork-produkter, siger Søren Hansen, som i tidernes morgen var med til at udvikle Tender Pork på fabrikken i Hadsund, inden han blev kvalitetsinspektør.

**Konkurrenter forsøger at efterligne**  
Selvom det er over 20 år siden, at den engelske udvikler landede i Hadsund og



**Food-service**

*Filet som denne er en del af det succesfulde Tender Pork-produktserie.*

såede frøene til Tender Pork-succesen, så er Tender Pork-produkterne den dag i dag stadig en stigende global salgssucces. Derfor har konkurrenter også forsøgt at lave et lignende produkt – dog uden held.

- Vi har oplevet flere gange, hvor der er enkelte kunder, som pludselig trækker sig helt i en rum tid, men så kommer tilbage igen. Vi har så kunnet snuse os frem til, at det er, fordi konkurrenter har forsøgt at lave et lignende produkt til en skarpere pris, men tilsyneladende uden den store succes. Det styrker selvfølgelig troen på, at vi har ramt noget specielt, og derfor holder vi også opskrifterne tæt ind til kroppen, siger Søren Hansen.

Tender Pork-produkterne bliver lavet i Herning og Ringsted, og produkterne sælges udelukkende til foodservice-sektoren. Det er alt fra flæskestege, schnitzler, nakkesteaks, mørbradbøffer og meget andet.

#### **Stadig uforløst potentiale**

Søren Overgaard, der er senior manager i Danish Crown Professional Nordic og arbejder med at sælge Tender Pork-produkter, understreger, at lagen ikke er et trick for at gøre produktet billigere. Faktisk bliver produkterne dyrere, fordi det giver en kvalitet, der gør at man kan øge værdien på produkterne.

- Vi har formået at øge værdien på flere produkter, som tidligere ikke var af samme kvalitet set med foodservice-øjne. Det kan vi, fordi Tender Pork-lagen kan gøre meget kød utrolig mørt, smagfuldt og saftigt samt nemt at tilberede, fordi produkterne er skåret til på en måde, så de er nemmere at bearbejde i køkkenerne, siger Søren Overgaard.

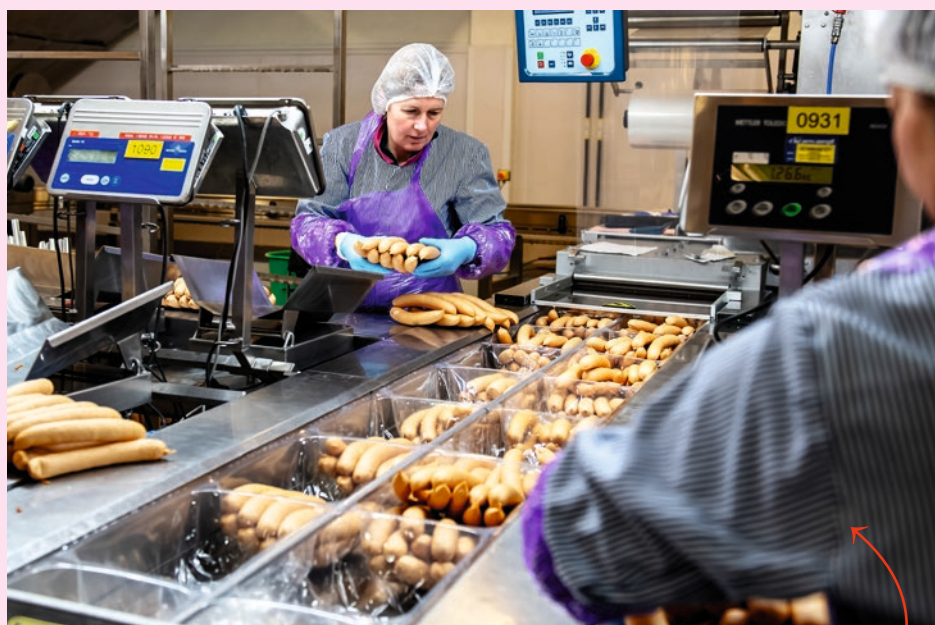
Vi har heller ikke hørt det sidste nye fra Tender Pork og dens lage. For nyligt er der blandt andet blevet lanceret en ny steg med chipotle- og ahornsirup, og Søren Overgaard understreger, at det ikke er det sidste nye produkt, man vil komme til at se fra Tender Pork. Derudover arbejder man også på at øge salget til fastfood-delen i foodservice.

- Vi er kommet godt ud i buffeterne, kantinekøkkenerne og til spisestederne, men et sted, vi gerne vil ramme endnu bedre, er fastfood-delen af foodservice. Det vil eksempelvis være oplagt at lave en god flæskestegssandwich med Tender Pork-flæskestegen. Så det er noget, vi kommer til at arbejde på næste år, og så skal vi selvfølgelig også udvide vores position på det resterende foodservice-marked, siger Søren Overgaard. ●



# Pølsehåndværket lever i bedste velgående i Svenstrup

Danish Crowns pøsefabrik i Svenstrup står for en stor del af omsætningen i Danish Crown Professional. Fabrikken er topmoderne og automatiseret, men alligevel er nøglen til succes det gode håndværk.



I Svenstrup producerer de 6.500 tons pølser om året i alle tænkelige længder, former, tykkelser og smage. Halvdelen af dem ender i foodservice-sektoren hos restauranter, grillbarer, pølsevogne, stadions og lignende.

De store mængder betyder, at alene pølsealget fra Danish Crown-fabrikken i Svenstrup bidrager til en stor del af omsætning i Danish Crown Professional.

Pølseproduktionen begynder med at lave den rigtige pøsefars. Her er grisebov den primære råvare, hvortil der tilsættes diverse krydderier for at få den rigtige sammensætning.

Til hver enkelt pøse har vi en opskrift, som vores udviklerteam enten selv har lavet eller i et samarbejde med den enkelte

Der bliver hver dag pakket tusindvis af pølser på Danish Crown-fabrikken i Svenstrup.

kunde. Det er ikke bare lige sådan at lave en god pøsefars, for udover at finde den perfekte opskrift, er det vigtigt, at maskineriet er fin-tunet til den enkelte pøse, så konsistensen bliver den rigtige. Det er lidt en videnskab, siger Per Bo Hansen, der er pøsemester og udlært pøsemager i 1985.

Per Bo Hansen fortæller videre, at han gennem tiden har oplevet et klart kvalitetsløft af pølserne, da man i "gamle dage" var meget tilbøjelig til bare at bruge restprodukter fra slagtingen til pøseproduktionen. Det er slet ikke et emne på fabrikken i Svenstrup, ligesom man kun bruger danske råvarer, hvor langt størstedelen er fra Danish Crowns slagterier.

## Ingen kompromisser

Den færdige pøsefars bliver kørt i store vogne ud til nogle af de 11 linjer, hvor farsen med hjælp af teknologi bliver stoppet i kunst-, grise- eller lammetarme. Medarbejderne sørger for at adskille hver tarmlængde med en knude, og blandt de medarbejdere er der ikke en eneste mand i sigte.

- Der er jo en vis finesse i at få klippet og bundet en fin knude på hver enkelt tarmlængde i et rask tempo, og det er nok mere typisk at finde hos kvinder end mænd. Og når man så har været her i 30 år, som jeg har, så kan man da godt få delt pølser og bundet knuder i en vis fart, smiler Maibrith Lund, der de seneste 30 år har arbejdet på pøselinjerne i Svenstrup.



Det er ikke bare lige sådan at lave en god pøsefars.



Per Bo Hansen.

Når pølserne er blevet lavet og hængt op på rad og række på metalstativerne, bliver de rullet ind i en stor ovn, hvor de bliver tørret, røget, kogt og til sidst kølet af, inden de rulles ud i kølerummet, hvorfra de hentes til pakning.

Pakkeriet er højteknologisk med diverse scannere og sikkerhedsprocedurer. Alligevel bliver hver pøse kontrolleret med øjne og handskebeklædte hænder, inden de bliver pakket i papkasserne.

- At hver pøse en sidste gang bliver tjekket med øjne og hænder er et godt bevis på, at vi ikke vil gå på kompromis med kvaliteten og det håndværk, vi står for. Det betyder også, at kunderne får et enormt ensartet produkt bestående af danske kvalitetsråvarer, og så har vi stor fokus på leveringssikkerhed og muligheder for et tæt samarbejde med vores udviklerteam her i Svenstrup. Jeg tror, det indkapsler opskriften på vores succes, siger fabrikschef Torben N. Jespersen. ●

# Pølserne er blevet et gourmetprodukt på tankstationerne

Der er gang i en udvikling hos flere af de store kæder af tankstationer. Udvalget af mad er vokset, kvaliteten er forøget, og det er en udvikling, som forventes at fortsætte.

Tekst: Daniel Winther Pedersen

Foto: Q8

Der var en gang, at en hotdog på en tankstation bare var en hotdog, som var prisvenlig og nem at tage med videre i bilen, hvis man var småsulten. De dage er heldigvis forbi.

De seneste år er der nemlig en klar trend fra flere af de store tankstationskæder om, at deres fastfood og take-away-mad skal være af god kvalitet. Så prisen bliver en mindre faktor, og det i stedet er kvaliteten af maden, der får kunderne til at komme tilbage.

- Vi har set et stort spring i tankstationernes ønsker til det mad, de serverer for deres kunder på farten. Pølserne må nu gerne komme fra velfærdsgrise, som man ser det på 7-Eleven, hvor alle deres pølser er Frilands-pølser. Vi er også lykkedes med at få Frilands-pølser ind i deres pøsehorn. Det kan også være pølser med en meget høj kødprocent, og det kan være gourmetpølser med forskellige smagsvarianter, siger Anders Kvist Christensen, der er ansvarlig for salget af blandt andet pølser til tankstationer i Danish Crown Professional.

## Gourmet-hotdog på Q8

Anders Kvist Christensen har en tæt dialog med kunderne, og derfor er han også en del af ide-udviklingen, når der tænkes i nye produkter.

Det er der blandt andet kommet en gourmet-hotdog ud af på landets Q8-tankstationer, hvor der i oktober og november sælges en gourmet-hotdog med en urtepølse, syltede rødløg og

tre dressinger fra Johns Hotdog Deli. Alt sammen i et smørbagt brioche-brød.

- På tankstationer er 99 procent af salget af hotdogs franske hotdogs. De er nemme at tage med videre i bilen, og de er nemme at spise. Men sammen med Q8 havde vi en snak, hvor vi kom frem til, at det kunne være spændende at få den almindelige hotdog tilbage på tankstationerne. Det blev så til den her gourmet-hotdog, fordi kvaliteten netop er en afgørende faktor, siger Anders Kvist Christensen.

## Q8 vil skille sig ud på kvalitet

Hos Q8 er det da også en klar strategi, at maden skal fylde mere i salget på tankstationerne, og det øgede salg skal ske gennem mad af høj kvalitet og af gode råvarer.

Det fortæller kategorichef i Q8 Martin Stilhoff.

Udover gourmet-hotdoggen med pølser fra Danish Crown har Q8 også lanceret et salg af pizzaer fra Oles Gård, der er lavet af 100 procent økologiske råvarer.

- Forbrugerne har vænnet sig til, at man kan få andet end en fransk hotdog på en tankstation. Derfor er det også et stort fokusområde for os. Vi vil have flere til at stoppe ved en Q8-tankstation, fordi de ved, at man kan få mad af høj kvalitet, der kommer fra gode råvarer. Råvarer, der også har fokus på bæredygtighed. Vi forventer, at salget af mad på vores tankstationer kommer til at stige de kommende år, og det skal være kvaliteten, der får kunderne til at vende tilbage. Vi prøver at rykke grænserne for, hvilken slags mad forbrugerne køber på tankstationer, og det er gourmet-hotdoggen et godt eksempel på, siger Martin Stilhoff. ●

Denne lækre gourmet-hotdog med en urtepølse fra Danish Crown sælges på Q8 i oktober og november.



Food-service



# Danish Crown viste sig frem på uddannelsesmesse

Lørdag den 30. oktober deltog Danish Crown i en stor uddannelsesmesse i Horsens, hvor tusindvis af skoleelever blev klogere på virksomheder som Danish Crown og uddannelser som slagter, tarmrenser og automatiktekniker.



Gratis smagsprøver på stegt flæsk var som altid et hit hos deltagerne.

Forum Horsens lagde lørdag den 30. oktober rammer til uddannelsesmesse i Horsens, hvor tusindvis af skoleelever i 8., 9. og 10. klasse fra Horsens og Hedensted kommune havde en atypisk skoledag, hvor deres forældre også var inviteret, ligesom utallige uddannelsessteder og virksomheder også deltog.

Danish Crown deltog med en stand inde i håndboldhallen, mens man også havde en madvogn udenfor, hvor elever og forældre kunne varme sig med gratis stegt flæsk.

Alene griseslagteriet i Horsens mangler 25-30 nye elever og lærlinge inden for de næste 10-12 måneder, og derfor var det oplagt at deltage på uddannelsesmessen, hvor Danish Crown bl.a. var repræsenteret med unge slagtere, tarmrenser og automatikteknikere.

- Uddannelsesmessen er en unik mulighed for at præsentere os for de unge på uformel vis. Det er vigtigt at få tilknyttet nye, dygtige unge mennesker til Danish Crown, som kan være med til at løfte virksomheden og den danske fødevareproduktion på sigt. Jeg tror på, at det gør en forskel, at vi kommer ud og fortæller, hvilke karrieremuligheder, vi kan tilbyde, siger Jesper Frandsen, der er fabriksdirektør på slagteriet i Horsens.

## Et mere oplyst grundlag

Danish Crowns stande var et hit hos de besøgende, som flokkede til for at høre om uddannelserne. Selvom det handlede om noget så alvorligt som de unges fremtid, så var der plads til grin og smil.

Nogle af dem, som hørte mere om mulighederne for en karriere i Danish Crown, var familien Stenkjær. De synes, at alle virksomheder burde bruge ressourcer på at komme ud til en uddannelsesmesse som i dag.

- Nu er jeg selv slagtermester i detailhandlen, så jeg kender faget og udfordringerne med at tiltrække unge. Derfor synes jeg, det er godt, at virksomheder som Danish Crown tropper talstærkt op til sådan et arrangement som i dag, så min søn og andre på hans alder kan se, at der er flere spændende veje end universitetet.



Det er med til at give dem et mere oplyst grundlag at træffe deres beslutning ud fra, siger Morten Stenkjær.

Ude ved stegt flæsk-boden faldt Anne Mette Heegaard Hansen og datteren Katrine i snak med de unge tarmrenser fra slagteriet i Horsens. Selvom Katrine, der går i 9. klasse, ikke var helt solgt på tarmrenser-karrieren, så er hun glad for, at hun nu ved, hvad det går ud på.

“

**Jeg tror på, at det gør en forskel, at vi kommer ud og fortæller, hvilke karrieremuligheder, vi kan tilbyde.**

”

*Jesper Frandsen.*

- Vi unge hører jo mest om gymnasiet og de videregående uddannelser på universitetet. Derfor synes jeg, det er spændende at høre andre unge fortælle om f.eks. tarmrenseruddannelsen, som jeg aldrig har hørt om. Det er godt, at virksomheder som Danish Crown gør noget ud af at komme her, siger Katrine Heegaard Hansen.



Familien Stenkjær var glade for at kunne høre mere om Danish Crown op uddannelsesmessen.

De mange unge ansatte, som brugte deres lørdag på at være ambassadører for Danish Crown, syntes også, at uddannelsesmessen var en god - men også nødvendig oplevelse.

- Når man taler med folk, kan man godt mærke, at forældrene har et lidt naturligt fokus på gymnasier og universiteter. Derfor tror jeg, det er godt, at vi er synlige i dag og fortæller om de mange muligheder, man har ved at tage en uddannelse gennem Danish Crown. De unge og deres forældre har været meget nysgerrige på at høre mere om os og Danish Crown, så det har været en fed dag, siger Dennis Møllebjerg, der til dagligt er slagterlærling i Horsens. ●



# Beef vil gentage TikTok-succes: Food hacks skal åbne unges øjne for hakket oksekød

Succesen med Burger Boost, der nåede ud til over 1 mio. unge på det sociale medie TikTok, har givet Danish Crown Beef blod på tanden. Nu lanceres ny kampagne for hakket oksekød.



**E**n ny kampagne fra Danish Crown på det sociale medie TikTok skal inspirere landets unge forbrugere til at bruge hakket oksekød i madlavningen.

Kampagnen følger dermed i kølvandet på den tidligere succes-kampagne omkring Burger Boost, som gennem videoer med food hacks nåede ud til 1 mio. unge og rundede over 7 mio. visninger på det fremadstormende sociale medie. Samtidig udvider Danish Crown målgruppen, hvor den sidste kampagne rettede sig mod aldersgruppen 18-26 år, sigter den nye kampagne for oksefars både efter de 18-24 årige og 25-34 årige.

Målet med den nye kampagne er at nå ud til i alt 1,2 mio. forbrugere og samlet set runde 7,4 mio. visninger. Heraf forventer man, at cirka 5 mio. visninger skal komme fra de 18-24 årige og cirka 1 mio. fra aldersgruppen 25-34 år.

- Normalt har vi svært ved at ramme de unge, da de ikke følger med på de traditionelle platforme. De ser ikke flow-tv, læser ikke net-avis, og de bliver ikke ramt af traditionelle annonceringsformer, som de ældre generationer gør. De opholder sig på andre platforme, hvor TikTok er et af de hurtigst voksende medier, siger Jacob Snøg Aerenlund, Director for Marketing og Innovation i Danish Crown Beef.

Konceptet falder ind under trenden food hacks, som ganske simpelt går ud på at vise, hvordan man med enkle midler eller på anderledes og nemme måder kan tilberede en lækker ret. Igen er videoerne delt ind i to kategorier, hvor en professionel vært over seks videoer først viser, hvordan man tilbereder seks forskellige retter med oksefars, mens seks andre videoer viser "almindelige mennesker", som skal efterprøve opskrifterne. ●



Scan denne QR-kode med din telefon for at se TikTok-videoerne.



En Foodtruck fra Mou skal på rundtur i det danske land i løbet af suppesæsonen.

end de klassiske supper fra Mou, som er på enten høns- eller oksefond. Der er i år udviklet en Mou Gulerøds-suppe, som eksklusivt sælges i REMA 1000. Det er en suppe, som sætter fokus på madsspild. Den er nemlig lavet af gulerødder, som ikke er helt ens eller lige store, men som til gengæld er helt perfekte til en lækker gulerøds-suppe.

Derudover er der lanceret to nye varianter af fyld. I stedet for kød- og melboller består de nye varianter af kylling, grønkål og hvedekerner, og den anden variant består af chorizo, pasta og små mozzarellakugler.

- De nye typer fyld passer godt sammen med specialsupperne fra Mou, som ikke er klare supper. Mange føler, at de har brug for fyldet i supperne for at gøre det til et måltid, og nu er der en samlet pakke. Chorizo-fyldet er udviklet specielt til tomatsuppen, mens fyldet med kylling og hvedekerner er udviklet til græskarsuppen og til kartoffelporresuppen. De nye suppevarianter og det nye fyld har klaret sig godt i forbrugertests, så vi håber, at forbrugerne tager godt imod dem, siger Anja Malle Daugaard.

## Foodtruck og julemarkeder

Igen i år kører Mou kampagner på TV, outdoor og på sociale medier, hvor man forsøger at tale til en større målgruppe.

Samtidig kommer der i denne suppesæson flere tiltag ude i det danske land, hvor en foodtruck fra Mou skal på rundtur ligesom Mou skal servere supper til to store julemarkeder.

- Vi er ude af de mange restriktioner, som COVID-19 førte med sig, og derfor kan vi igen komme ud blandt forbrugerne. Det gør vi med vores foodtruck, der skal en tur opad den jyske vestkyst, ud til vinterbadeklubber, ud til naturparker til vandrere, og så kommer vi til at være på julemarkederne i Tivoli Friheden og på Kongens Nytorv. Det er gode muligheder for at komme i kontakt med forbrugerne og give dem nogle nye suppeoplevelser, siger Anja Malle Daugaard. ●

Tekst: Daniel Winther Pedersen | Foto: Danish Crown

# Mou har store ambitioner for den nye suppesæson

For at forynge målgruppen på Mou og rekruttere nye forbrugere til suppekategorien, har Mou i denne suppesæson lanceret nye varianter og fokus på at markedsføre sig til en bredere målgruppe. Det betyder blandt andet at en foodtruck skal på tur, ligesom der er kommet en vegetarsuppe og to nye varianter af fyld til supperne.

**E**fteråret er over os, og det betyder, at suppesæsonen igen er i gang. Der koges fond på livet løs på Danish Crown-fabrikken i Esbjerg, hvor supperne fra Mou laves efter de samme gamle dyder, som de er blevet lavet på i årtier.

Men selvom traditionerne med kvalitet, gode råvarer og godt håndværk er de samme som altid, er der masser af nyt fra Mou i denne suppesæson. Nye varianter, nyt

fyld og nye tiltag rundt om i det danske land er nogle af de ting, som Mou har på programmet de kommende måneder. Alt sammen spiller det ind i ambitionen om at fange et større og yngre publikum.

## Nye varianter og nyt fyld

For at udvide interessen for supperne fra Mou er der i år blevet lanceret flere nye varianter. Blandt andet en vegetarsuppe med sødekartofler og kikærter. Det er en suppe, som er bygget helt anderledes op



# Ib og Svend Åge fra Herning modtog Dronningens fortjenstmedalje

På slagteriet i Herning modtog Ib Offersen og Svend Åge Knudsen Dronningens fortjenstmedalje efter at have arbejdet mere end 40 år på slagteriet, selvom det aldrig var deres plan.

Den 24. september var en speciel dag på griseslagteriet i Herning. Her fik to nu tidligere medarbejdere overrakt Dronningens fortjenstmedaljer efter at have været ansat på Danish Crowns slagteri i Herning i mere end 40 år.



**Det er en stor bedrift kontinuerligt at yde en stærk indsats på den samme arbejdsplads i over 40 år.**



Carsten Ole Hansen.

Medarbejderne var Ib Offersen og Svend Åge Knudsen, som begge nu er gået på pension. Ib Offersen blev udlært tømrer i sin tid, men da han efter seks måneder ikke havde fundet noget tømrer-relateret job, forhørte han sig på slagteriet. Her kunne de godt bruge en ekstra på slagtekæden, hvor han var i to år, inden han skiftede til kølerummet, hvor han endte med at blive hængende i hele 38 år.

- Jeg tænkte det som noget midlertidigt, for nu havde jeg jo taget den uddannelse som tømrer. Men jeg blev hurtigt rigtig glad for det, og særligt dengang var sammenholdet på slagteriet helt specielt. Og når man har det godt med de mennesker, der er omkring en, og arbejdet passer til ens temperament, så går tiden jo hurtigt, siger Ib Offersen.

**Skulle egentlig være selvstændig**  
Fortjenstmedaljen blev overrakt af fabrikschef Carsten Ole Hansen og fejret med en kop kaffe og franskbrød i selskab med et par kollegaer og ledere.

Ligesom i Ib Offersens tilfælde, så var det meningen, at Svend Åge Knudsen kun skulle være på slagteriet i en kort periode. I dag er han dog stolt af at have været på slagteriet i så mange år og at få overrakt fortjenstmedaljen.

- Jeg havde taget el-installatøruddannelsen, og min plan var at blive selvstændig elektriker. Jeg ville dog gerne lige snuse lidt til industri-delen af faget, inden jeg sprang ud i det, så jeg søgte og fik et job på slagteriet her i Herning. Efter nogle år blev jeg mestersvend og siden mester, og så er årene jo bare gået. Der er ikke én dag, hvor jeg har været ked af at gå på arbejde, siger Svend Åge Knudsen.

Fabrikschef på slagteriet i Herning, Carsten Ole Hansen, var også stolt over at få lov til at uddele de to fortjenstmedaljer til Ib og Svend Åge.

- Det er en stor bedrift kontinuerligt at yde en stærk indsats på den samme arbejdsplads i over 40 år. Jeg er da stolt over at være en del af en arbejdsplads, hvor man som medarbejder har lyst til at være i mere end 40 år, og det tager jeg også som et tegn på, at vores arbejdsplads er et dejligt sted at være, siger Carsten Ole Hansen. ●

Ib Offersen (tv.) og Svend Åge Knudsen (th.) modtog Dronningens fortjenstmedalje.



# Jørgen Larsen takkede af efter 48 år på fabrikken i Aabenraa

Tekst: Martin Christensen  
Foto: Jesper Stjerne

I 1973 søgte en ung Jørgen Larsen ind på slagteriet i Aabenraa. Fredag den 29. oktober kunne han så efter 48 år på det, der nu er en leverpostejfabrik i Danish Crown, trække sig tilbage på en velfortjent pension sendt afsted med gavekurve og en stor tak for indsatsen.

- Det var lidt overvældende, at de havde samlet ind på både natholdet, dagholdet og hos håndværkerne til de fine gaver. Det bliver man jo utrolig glad for, og jeg synes, det var en god måde at sige farvel på, siger Jørgen Larsen.

Fødevarereproduktion fik Jørgen Larsen ind på livet, da han ved siden af folkeskolen arbejdede på et hjemmeslagteri, hvor arbejdsgiveren foreslog ham at søge et arbejde på slagteriet, når han var færdig med skolen. Det gjorde han, og han så sig aldrig tilbage.

- Jeg startede i pøsemageriet, og udover et skærekursus, så har jeg bare arbejdet mig frem til tingene. Jeg har haft flere funktioner på fabrikken, i takt med, at den har udviklet sig. Alt fra vaskemand til at arbejde i skærestuen og her de sidste år som medarbejder i leverpostej-produktionen, siger Jørgen Larsen.



## Vil ikke sidde stille for længe

Selvom Jørgen Larsen forståeligt nok har svært ved kort at opsummere 48 års arbejdsliv, så understreger han, at gode kollegaer har en enorm betydning, og at arbejdspladsen aldrig har stået stille.

- I min tid er der sket en enorm udvikling. Da jeg startede, var alt med håndkraft, og vi løftede 50-60 kg uden at tænke mere over det. Det har været spændende at være en del af udviklingen og hele tiden lære noget nyt. Derfor har jeg jo egentlig heller ikke lavet det samme 48 år i træk, fortæller Jørgen Larsen.

Jørgen Larsen (tv.) pønser på at krydrer pensionist-livet med at blive besøgsven.

Jørgen Larsen er stadig ved at vænne sig til pensionist-tilværelsen. Planen er at holde lidt fri, men så vil han også i gang med noget.

- Når jeg lige har fået sluppet af i et par uger, så er planen at ringe ned til det lokale ældrecenter for at høre, om de kunne bruge en som mig til at være besøgsven. Det, synes jeg, kunne være hyggeligt, og så sidder jeg jo heller ikke bare og sygner hen, siger Jørgen Larsen. ●

## Pause-Kroge

**Sådan løser du Sudoku**  
Sudoku udfyldes ved at skrive tal i de tomme felter, så hver vandret række, hver lodret række og hver af 3x3-kasserne indeholder tallene 1-9.

God fornøjelse!

	7	2	9		8	3		1
	5	9		6		2		
					2		9	
					7			
	2	4				7	8	
			1					
	9		5					
		3		1		6	7	
8		7	6		4	9	3	

A - Let

	8	6						9
	4				7			1
		3		6			4	
	5	7	2		9	1		
			1		3			
		1	8		6	2	7	
	3			2		4		
6			4					8
	2					9	6	

B - Svær



# Danish Crown med et rekordstort antal deltagere til skolemesterskab for slagtere

Hele 11 deltagere fra Danish Crown deltog ved årets skolemesterskab for slagtere, hvor slagterelev Said Mokhtar løb med sejren.



- Det havde jeg slet ikke regnet med, men nu skal jeg hjem og øve endnu mere for at være med til Skills 2022, lød det fra vinderen.

Said Mokhtar har været slagterelev i 9 måneder, og elevansvarlig Lasse Lindsted fortæller, at det er en helt utrolig udvikling, som eleven allerede har gennemgået, og kollegerne glæder sig til at se hans potentiale folde sig ud.

Skolemesterskabet var på mere end en måde specielt, for der var point-lighed mellem to elever på både 3. og 4. pladsen. Derfor skal hele seks slagterelever deltage ved Skills 2022.

#### De deltagende fra Danish Crown var:

- Sofie Højgaard, Ringsted
- Dennis Rasmussen, Ringsted
- Martin Bruhn Hansen, Blans
- Lasse Kolmos, Blans
- Iulian Patache, Blans
- Morten Iversen, Herning
- Allan Jensen, Herning
- Nikolaj Thuesen, Horsens
- Dennis Møllebjerg, Horsens
- Said Mokhtar, Horsens

Niveaet var tårnhøjt både ved de forskellige skærediscipliner og til den mundtlige præsentation.

Efter cirka fire timers intens konkurrence og koncentration faldt afgørelsen, og Said Mokhtar fra Horsens kunne kåres som vinder.

- Det er jo helt vildt det her, sagde en storsmilende Said Mokhtar og tilføjede:

Tekst: Søren Eibye Svenstrup

Foto: Lis Korsbjerg

Tirsdag var afgørelsen time, da 12 deltagere på ZBC i Roskilde deltog i skolemesterskabet for slagteriuddannelsen.

Hele 11 ud af de 12 deltagere kom fra Danish Crown, så der var virkelig engagement og opbakning på fabrikkerne til at støtte slagterelever og deres uddannelse.

29. oktober - 2. december 2021

# Jubilareer

## Danish Crown

### Blans

10. november  
35 års jubilæum

Hans Werner Nissen  
Pakkeri

23. november

40 års jubilæum  
Flemming Nissen  
Opskæring

24. oktober

30 års jubilæum  
Knud Mogensen  
Pakkeri

1. december

35 års jubilæum  
Jarl Clement  
Opskæring

### Horsens

1. november  
50 års jubilæum  
Martin A. Nielsen  
Kam/bryst

10. november  
35 års jubilæum  
Jørn Dahm  
Teknisk afd.

19. november  
45 års jubilæum  
Karsten Brohus  
Slagtergang

### Randers

1. november  
35 års jubilæum  
Helle Grantoft  
Simonsen  
Memberrelations

1. november

35 års jubilæum  
Ole Kristen  
Kristensen  
IT

10. november

35 års jubilæum  
Kirsten Edelgaard  
Lønkontor

### Ringsted

3. november  
35 års jubilæum  
Jan Rene  
Mortensen  
Slagtegang

### Sæby

11. november  
25 års jubilæum  
Anette Madsen  
Slagtegang Dag

2. December  
25 års jubilæum  
Thomas Heden  
Nielsen  
Pakkeri Dag

### Vejle Nord

7. november  
30 års jubilæum  
Preben Jensen  
Fars-Fyldehal

7. november

30 års jubilæum  
Torben Juul  
Christensen  
Produktion

### Ålborg

18. november  
25 års jubilæum  
Marianne  
Andersen  
Stamafd. Stegel.



## Her er redaktionsudvalget

Her kan du se, hvem der sidder i Krogens redaktionsudvalg. De sparrer med journalisterne, der skriver artiklerne i Krogen, kommer med forslag og giver efterkritik.



Flemming Nielsen  
Slagteri-arbejder,  
Danish Crown  
Pork  
Herning



Lars Steffensen  
Arbejdsmiljø- og miljø-repræsentant,  
Danish Crown  
Pork  
Ringsted



Henning Lønstrup  
Tillidsmand,  
Danish Crown  
Beef  
Aalborg



Ole Carlsen  
Fabriksdirektør,  
Danish Crown  
Pork  
Blans og  
Skærbæk



Henrik Rafn  
Tarmreiser,  
talsmand,  
DAT-Schaub  
Horsens



Arne Skov  
Produktions-medarbejder,  
Danish Crown  
Beef  
Holsted



Charlotte Vollmer  
HR-konsulent  
Danish Crown  
Pork  
Sæby



Martin Christensen  
Journalist  
Danish Crown  
Randers



Daniel Winther Pedersen  
Redaktør  
Danish Crown  
Randers



## Har du en god ide?

Har du en idé til en historie? Er der en artikel, du savner at læse i dit medarbejderblad? Eller et emne, du synes, trænger til at blive sat fokus på? Så griб fat i dit lokale medlem af redaktionsudvalget eller mail til Krogens nyhedsmail [newsroom@danishcrown.com](mailto:newsroom@danishcrown.com)

## Pausekrogen

Her er løsningerne på Sudokuopgaverne på side 25.

4	7	2	9	5	8	3	6	1
5	5	9	7	6	1	2	4	8
6	8	1	4	3	2	5	9	7
9	6	8	2	4	7	1	5	3
1	2	4	3	9	5	7	8	6
7	3	5	1	8	6	4	2	9
2	9	6	5	7	3	8	1	4
5	4	3	8	1	9	6	7	2
8	1	7	6	2	4	9	5	3

Løsning A

2	8	6	5	1	4	7	9	3
5	4	9	3	8	7	6	2	1
7	1	3	9	6	2	5	4	8
8	5	7	2	4	9	1	3	6
4	6	2	1	7	3	8	5	9
3	9	1	8	5	6	2	7	4
9	3	8	6	2	5	4	1	7
6	7	5	4	9	1	3	8	2
1	2	4	7	3	8	9	6	5

Løsning B



# Flere spiser ude, og det skal vi være en del af

**F**oodservice-markedet er under forandring i den vestlige verden. Flere og flere forbrugere prioriterer at bruge penge på gode spiseoplevelser, hvor det i mindst lige så høj grad handler om oplevelsen som at få noget at spise. Alt fra de fine Michelin-restauranter til den lille landsby-kro oplever gode tider, og det er en trend, som jeg forventer vil vokse yderligere i fremtiden.

Samtidig ved vi, at mangel på tid også er en udfordring for mange, og her handler det mere om de lette og praktiske – men også gode – måltider. Tid er blevet en mere og mere afgørende faktor for forbrugerne, for i en travl hverdag med jobs, børn og fritidsinteresser bliver der mindre tid til at lave mad. Her kommer take-away, måltidskasser, mad fra delikatesseerne i supermarkeder osv. ind i billedet.

I Danish Crown er vi stærke til at levere komponenter til begge slags tallerkener. Med Danish Crown Guldrummet leverer vi kød til Danmarks bedste restauranter, som i de seneste år har bevæget sig op den absolutte verdensklasse. Fra vores andre slagterier og fabrikker leverer vi både fersk og forædlet kød til nogle af verdens største producenter af pizza, måltidskasser, fastfoodkæder osv. Vi kan også nævne vores store udvalg af pølser, som i større og større grad vinder ind som gourmet-produkter på f.eks. tankstationer og lignende, og vi er Europas største producent af bacon.

I Danish Crown er vi global leverandør inden for foodservice, hvor vi servicerer de største kunder på markedet. Vi har store ambitioner på bæredygtighedsfronten, gennemsigtighed gennem hele værdikæden, vores kontrol med dyrenes sundhed er i verdensklasse, og det samme kan siges om vores fødevarer sikkerhed og samarbejdet med kunderne.

Vi er kun blevet en global og anerkendt leverandør, fordi kunderne og forbrugerne vælger vores produkter. Det gør de, fordi vi altid gør os umage, og vi er dedikerede og passionerede omkring vores produkter. Det gælder gennem hele rejsen fra jord til bord – fra landmanden til slagteriet, over fabrikkerne og kontorerne og gennem de salgskonsulenter, der har den direkte dialog med kunderne.

Det er værdier, vi skal holde fast i, når vi også fremover skal skabe værdi for vores foodservice-kunder. Vi skal fortsat være i stand til at levere til verdens bedste restauranter med tårnhøj kvalitet og specielle løsninger som eksempelvis krogmodnet kød, vores fortælling og vores store fokus på bæredygtighed. Men det er helt afgørende, at vi samtidig vinder hverdagsmåltiderne og lykkes med at levere kød til de lette, praktiske og gode hverdagsmåltider.

Det er en kamp, som jeg er sikker på, at vi vinder, når vi alle sammen – fra jord til bord – fortsætter det stærke, dedikerede og passionerede arbejde for at være en del af tallerkenen. ●



“

**Tid er blevet en mere og mere afgørende faktor for forbrugerne.**

”

*Kasper Lenbroch,  
kommerciel direktør  
i Danish Crown.*

