



DANISH CROWN

FØRSTE SKRIDT PÅ KLIMAVEJEN

KLIMAVEJEN

Klimavejen er Danish Crowns udviklingsprogram for bæredygtigt kød. Det er en rejse, som begynder med en certificering af alle gårdene, hvor vi skaber overblik og sætter mål inden for blandt andet miljø, klima, dyrevelfærd og medicinforbrug. Det er en rejse, som først slutter den dag, vi har gjort vores kød bæredygtigt.

Målet er at reducere klimabelastningen i hele kæden fra jord til bord med 50% inden 2030. Vores vision er at blive et klimaneutralt erhverv. Vi har ikke alle løsningerne endnu, men ved fælles hjælp og den fremsynethed og innovationskraft, som kendetegner andelsbevægelsen og landbruget, skal vi nok finde dem. For hvor der er vilje, er der en vej.

Vi kalder det klimavejen.



Kære ejer

Danish Crown bygger på en fremsynet idé, som 500 danske landmænd fra Horsens-egnen fik tilbage i 1887. Her lagde man grundstenen til det, der skulle blive til et dansk eksporteventyr. Andelsbevægelsen har givet os innovationskraft og international konkurrenceevne, og nu skal vi bruge styrken i det fællesskab til at tage det næste kvantespring, der skal være med til at sikre fremtiden for dansk landbrug.

Vi er en del af en omverden, som får mere og mere fokus på bæredygtighed i alle led. Det påvirker alle de beslutninger, vi tager i hverdagen – herunder hvad vi spiser – og derfor må vi som virksomhed og landbrug forholde os til det, hvis vi vil være her i fremtiden.

Derfor vil vi i Danish Crown producere bæredygtigt kød. Vi skal i 2030 halvere vores klimabelastning i hele værdikæden fra jord til bord sammenlignet med 2005.

Det betyder, at vi også kommer til at trække på de gode ting, som I gør i jeres produktion, og derfor ruller vi nu en bæredygtighedscertificering ud, som skal lægge fundamentet for fremtiden.

Det handler om at få overblik over, hvordan vi klarer os i dag, så vi kan sigte mod at blive bedre.

Vi vil ændre synet på kød, og vi vil gøre bæredygtig kødproduktion til en del af løsningen i en bæredygtig udvikling i verden. Succes i dag kræver bæredygtighed, og vi bliver nødt til at give kødet mere værdi, hvis vi skal klare konkurrencen på verdensmarkedet.

Den danske produktion har omkostninger, som vores konkurrenter ikke har, og vores fordele både i primærproduktionen og på slagteriet bliver ligeså stille indhentet.

Når det gælder bæredygtighed, har vi dog stadig et forspring, når vi sammenligner med spanierne, amerikanerne og de øvrige aktører på verdensmarkedet. Og det er godt, for bæredygtighed bliver et parameter, vi bliver målt mere og mere på, og som vores sælgere skal bruge som den helt gode grund til at købe kød fra Danish Crown.

Derfor skal vi turde at være ambitiøse, og det er vi også. Vi vil gå forrest, fordi det forventes af os, fordi vi har gjort det før, og fordi det er den rigtige vej, hvis vi skal opretholde en sund forretning i Danish Crown.

Med venlig hilsen

Jais Valeur

GÅRDENS BÆREDYGTIGHEDS- REGNSKAB

Repræsentantskab og bestyrelse er nu certificeret, og derfor er turen nu kommet til de resterende andelshavere. En af dem er Søren Juul Jensen ved Horsens, og han er umiddelbart positivt stemt.

- Er der stipladser med gyllekøling på bedriften?

- Ja, vi bruger gyllekøling i hele den nye afdeling, så det er omkring 1000 smågrisepladser og 800 slagtesvinepladser.

Søren Juul Jensen er ved at blive bæredygtigheds-certificeret. Sammen med Marianne Christensen

fra Baltic Control gennemgår han sin bedrift, hvor han har 275 søer og producerer 3.500 Antoniusgrise årligt – resten sælges ved 30 kg.

- Hvor stor en andel af din varme kommer fra bio-brændsel? Spørger Marianne Christensen.

- Vi har ca. 75 pct. fra biobrændsel og 20 pct. fra gyllekøling, og de sidste 5 pct. kommer så fra olie, svarer Søren Juul Jensen.



Søren Juul Jensen og Marianne Christensen gennemgår bedriften ud fra en tjekliste. Når tallene er regnet igennem, bliver det til et klimaregnskab og indgår i de samlede data om grise fra Danish Crown.



En af de ting, der kan påvirke regnskabet positivt, er gyllekøling, som Søren Juul Jensen har installeret på de fleste af bedriftens stipladser.

En overkommelig opgave

Forud for besøget har Søren Juul Jensen fået tilsendt tjeklisten fra Baltic Control, så han kunne forberede oplysningerne til besøget.

- Det er ret overkommeligt, og når man læser det igennem, kan man det meste fra hukommelsen. Jeg har vel brugt en halv times tid på forberedelse, og det var mest, fordi jeg skulle have fat i min planteavlskonsulent for at få tal for fosfor og råprotein, så på den måde synes jeg ikke, der har været noget farligt i det, siger han.

Selve certificeringen tager omkring 30-45 minutter for Marianne Christensen og Søren Juul Jensen, og herefter skal der regnes på tallene, så Søren Juul Jensen kan få sit eget klimaregnskab.

Der skal ske noget

Selve certificeringen giver et overblik over, hvordan Søren Juul Jensens bedrift klarer sig på bæredygtighed sammenlignet med en standardudledning, og han er positivt stemt overfor initiativet.

- Hvis man ser på, hvor hurtigt bæredygtighedsdagsordenen har taget fart, og hvor omfangsrig den er blevet, så er vi nødt til at flytte os, så på den måde synes jeg, det er det rigtige at gøre.

- Jeg kan være i tvivl, om det kan gøre en forskel, men omvendt er vi nødt til at gøre noget, for kød får skyld for rigtig mange ting, og hvis det her kan være med til at rette op på det, så er det forsøget værd.

- Svagheden er, at det er rigtig mange små ting, der rykker noget på bedriften, og det kan blive uhåndgribeligt, siger Søren Juul Jensen.

Han ser det som en mulighed for at skabe mere værdi på de grise, der går ude i stalden.

- I Danmark har vi spillet rigtig mange af vores kort af hænde, når det kommer til produktionen. Avlen har vi ikke mere, og der kan slagtes grise og laves bacon overalt i verden, så vi skal gøre noget, hvis vi skal blive ved med at have grise i Danmark fremadrettet.



“Kunderne skal
overbevises om
værdien.”

Lars Albertsen
Global salgsdirektør i Danish Crown

KAN MAN SÆLGE BÆREDYGTIGHED?

Certificeringen af andelshaverne skal bruges aktivt i salgsleddet, og i Danish Crowns salgsafdeling er man overbevist om, at den bæredygtige danske gris kan blive et aktiv for dialogen med kunderne.

Det oplagte spørgsmål til Danish Crowns bæredygtigheds-certificering er, om det så også giver penge i den anden ende. Vil kunderne betale for en grønnere gris, når Danish Crowns salgsafdeling går til verdensmarkedet og forhandler kontrakter hjem med kunderne.

Lars Albertsen, der er global salgsdirektør i Danish Crown Pork, er overbevist om, at en mere bæredygtig gris også kan give en mere bæredygtig bundlinje, men kunderne skal overbevises om værdien.

- Bæredygtighed er et vigtigt parameter for mange af vores store kunder som eksempelvis Tesco, Reinert og Win-Chain, men når det kommer til de store industrikunder, så er der stadig et stykke vej. Der er dog ikke tvivl om, at det bliver et stort emne for fremtiden, fordi hele vores verden bliver mere opmærksom på klimaet, og derfor er jeg sikker på, at det er et spørgsmål om tid, før vi også ser den kundegruppe få mere fokus på klima-aftryk.

- Derfor er det rigtig godt, at vi i Danmark både har et forspring, hvad angår vores nuværende status, men at vi også lægger os i front gennem vores egne tiltag, så vi kan forblive førende, siger Lars Albertsen.

Fokus fra omverdenen

Selvom industrien stadig forholder sig afventende til bæredygtighedsparameteret, så vil det formentlig være et spørgsmål om tid, før de kommer med.

- Industrien skal forholde sig til omverdenen ligesom alle os andre, og den omverden forholder sig mere og mere kritisk til klimaet, så det kom-

mer også her. Der skal vores sælgere selvfølgelig også være med til at drive den udvikling, så vi kan blive den foretrukne partner, siger Lars Albertsen.

De strømninger kommer ikke kun fra Europa, men også i Asien, fortæller Niels Knudsen, der er ansvarlig for salget til det kinesiske marked.

- Den almindelige kineser bliver mere og mere opmærksom på klimabelastning, fordi det er et emne, der tiltrækker opmærksomhed helt op i den øverste del af den kinesiske regering. De kinesiske kunder har også fattet interesse for det, men det er stadig på de brede linjer.

Også Peter Snedker, der sidder med ansvaret for det italienske marked på Danish Crowns kontor i Chiasso, oplever, at der kommer spørgsmål på andet end pris.

- Vi har haft god interesse i Italien for OUA, og hvis vi kan fortælle, at Danish Crowns øvrige andelshavere producerer grise med et minimum af antibiotika, og bakke det op med data fra andelshaverne selv, så kan det blive interessant.

Det handler om differentiering

Ifølge Lars Albertsen så handler certificeringen også om at differentiere Danish Crowns kød fra konkurrenterne for på den måde at trække mere værdi ud.

- Det, man altid skal huske på, er, at vi i Danmark har omkostninger både hos primærproduktionen og ved slagteriet, som vores konkurrenter ikke har. Derfor skal vi finde mere værdi i vores kød, og det skal certificeringen hjælpe os med på sigt.

BÆREDYGTIGHED BETYDER NOGET FOR KUNDERNE

Både Tesco i England og Reinert i Tyskland kigger efter bæredygtige løsninger, når de træffer beslutninger i deres forretning. Det gælder både internt, men også hos leverandører.

Hos Danish Crowns store kunder arbejdes der systematisk med bæredygtighed i hele værdikæden, og den tendens forventes ikke at flytte sig. Det fortæller Brian Byrne, der er Category Buying Manager for Red Meat and Fish i Tesco, som er Englands største dagligvarekæde med butikker internationalt.

- Miljøpåvirkning vil sandsynligvis blive mere og mere vigtigt i fremtiden, når det kommer til vores indkøbsplaner. Sunde proteiner med lav miljømæssig indvirkning gennem bæredygtigt foder er vores primære mål, fortæller han.

Tesco har indgået et samarbejde med WWF for at gøre mad mere bæredygtigt, og heri ligger der også, at Tesco vil arbejde aktivt for at fremme bæredygtig kost i deres butikker. På Tescos hjemmeside fortæller Group CEO Dave Lewis, at målet er at skære 50 pct. i miljøpåvirkningen.

- Vores fælles ambition er at reducere miljøpåvirkningen af den gennemsnitlige indkøbskurv med 50 pct. Ved at samarbejde med landmænd, leverandører, kolleger og andre eksperter håber vi at udvikle innovative løsninger, så kunderne kan få velsmagende mad på deres tallerkener i dag, der ikke kompromitterer fremtidens fødevarer for de kommende generationer.

Næste generation

Også hos Danish Crowns store tyske kunde Reinert er der fokus på den næste generation. Familievirksomheden, der ledes af Hans-Ewald Reinert, eksporterer forædlede produkter til over 30 lande, og her arbejdes der også med klimaaftrykket i alle led i kæden.

- For mig handler bæredygtighed om at tage min familievirksomhed ind i næste generation. Derfor er det vigtigt at finde den rette balance mellem indtaget af kød og velfærd for både mennesker og dyr. For mig er der én sundhed mellem dyr og mennesker, så hvis vi behandler dyrene godt, får menneskene det godt, siger Hans-Ewald Reinert.

Reinert var blandt andet en af de første store kunder, der fattede interesse for Danish Crowns OUA-koncept, og det var især grundet det gode samarbejde med Danish Crown og ikke mindst andelshaverne.

- Vores brand Reinert Hertzensache er det første skridt ind i en ny verden af kødprodukter med grisekød fra grise, der aldrig har fået antibiotika. Danish Crowns andelshavere er vores partnere og starten af vores værdikæde. Vi sætter pris på partnerskabet og sporbarheden – det er en win-win-situation, siger Hans-Ewald Reinert.

Hans-Ewald Reinert er CEO for Reinert Group, der var blandt de første, store kunder, der satsede på OUA. Han lægger vægt på det gode partnerskab med Danish Crown og andelshaverne.

Danish Crown

3. Januar 2018





Både Frej og CONCITO deltog på Danish Crowns MEAT2030-konference, der skulle finde bæredygtige løsninger for fremtidens kød.

VIGTIGT AT ANERKENDE UDFORDRINGEN

Hos tænketankene CONCITO og Frej, der beskæftiger sig med grøn omstilling, bliver certificeringen hilst velkommen. Initiativet roses for at være frivilligt og samtidig gå systematisk til værks.

Udover prisen på grisen og mulighederne på eksportmarkederne giver den øgede fokus på bæredygtighed i Danish Crown også mulighed for at fortælle omverdenen, at man vil gøre det endnu bedre.

Det kan altså være med til at løse diskussioner op med politikere, NGO'er, meningsdanner og flere.

Blandt andet Tænketanken Frej, der arbejder for et mere bæredygtigt fødevarermarked, roser initiativet.

- Vi ser det som et meget positivt skridt. Bæredygtighed er et område, hvor alle kan gøre det bedre, og selvfølgelig også landbruget, og her kan det her redskab være med til at kommunikere, at man vil rykke. Det viser omverden, at man anerkender udfordringen, siger Iben Krog Rasmussen, der er stifter og udviklingsdirektør i Frej, og som selv er opvokset på en griseproduktion.

Hun understreger vigtigheden i, at ordningen sker uden politikernes indblanding, men på andelshavernes egen foranledning.

- Det er helt essentielt, at det sker frivilligt, for landbruget har rykket sig enormt meget, men det har været på baggrund af lovgivning, og derfor er stemmerne og anerkendelsen gået til politikerne og ikke erhvervet, og det skal vendes om.

Måles hvad der måles kan

Også hos CONCITO, der ligeledes arbejder for den grønne omstilling, anerkender man hensigten i

certificering. Michael Minter, der er programleder for Fremtidens Fødevarer, understreger vigtigheden i registrering, og samtidig at fokus skal lægges det rigtige sted.

- Vi skal registrere og måle det, der virkelig betyder noget, og der vil bæredygtigheds certificeringen være et godt fremskridt. Når det handler om klimaaftrykket fra svineproduktionen, er det afgørende at få bedre indsigt i klimapåvirkningen fra foderet, gyllehåndteringen og energiforbruget på bedriften for at kunne reducere klimaaftrykket effektivt over tid.

Vær ambitiøse

En ting er hensigtserklæringen, en anden er eksekveringen, og her understreger Iben Krog Rasmussen, at man skal turde sigte højt.

- Man skal være realistisk, men det handler også om at turde at være ambitiøs. Sæt mål som kræver samarbejde og dialog med andre f.eks. myndigheder og forskere. I skal ikke nå hele vejen alene. Hvis man ikke når målet, er det vigtigt at være gennemsigtig om, hvorfor man ikke nåede det og vise, hvor langt man er nået. Det giver anerkendelse.

- Samtidig skal man hele tiden sige, hvor man er på vej hen, og ikke kun hvad man har opnået. Hvor ser vi erhvervet om 10 år? Hvis man kan følge rejsen mod et mål, så skabes der også mere legitimitet, siger Iben Krog Rasmussen.

FEM SKARPE OM BÆREDYGTIGHED



Certificeringen handler om at italesætte, profitere af og bygge på de indsatser, der allerede er gjort i landbruget, fortæller formand for Danish Crown Erik Bredholt.

Hvorfor er en certificering nødvendig? Der findes jo allerede en masse gode data om den danske produktion af grise.

- De data, som allerede findes på danske grise, er meget positive, men dem kan vores danske konkurrenter ligeså vel bruge, som vi kan. Med denne her certificering får vi konkret viden om de grise, der leveres til Danish Crown, som vi kan bruge både i markedet, men også overfor omverdenen. Certificeringen betyder, at vi kan italesætte de gode ting, vi har gjort længe, men som vi ikke har fået nok anerkendelse for. Det handler i bund og grund om at differentiere Danish Crowns grise positivt, og samtidig vise omverdenen, at vi tager førertrøjen på bæredygtighedsagendaen for kød.

Vil certificeringen og bæredygtighedsstrategien give en merpris på kødet?

- Vores globale salgsdirektør Lars Albertsen giver udtryk for, at det er noget, der kan bruges i salgsafdelingens arbejde med kunderne. Det er ikke sådan, at certificerede andelshavere får en krone eller to mere i notering dagen efter certificeringen, men den er vigtig, når vi skal vise, at der er forskel på kød alt efter, hvor det kommer fra. Den forskel skal være penge værd, men det kommer ikke fra i morgen.

Hvorfor melder Danish Crown ud om klima og bæredygtighed lige nu?

- Når vi er klar med vores målsætninger, og alle omkring os taler klima og bæredygtighed, så skal vi i offensiven. Derfor er det også vigtigt for mig at understrege, at der ikke følger udgifter med certificeringen. Det handler om at samle data ind, som vi griseproducenter har i forvejen på alle de gode indsatser, men som ikke har fået den fortjente opmærksomhed. Bæredygtighed påvirker

alle de beslutninger både politikere, vores kunder og forbrugerne tager i hverdagen. Derfor skal Danish Crown som virksomhed forholde sig til det, og jeg synes faktisk, vi har rigtigt meget at byde ind med, både som det er i dag, men også med de målsætninger vi sætter for fremtiden.

Vores kød har længe været mere bæredygtigt end konkurrenternes. Hvorfor regner man med, at det kan give merpris nu?

- Vi har gennem tiderne formået at kompensere for det høje danske omkostningsniveau ved at have forspring på eksempelvis kvalitet, effektivitet og ikke mindst markedsadgang. Det er områder som andre lande også bliver dygtigere og dygtigere til og dermed haler ind på vores forspring. Vi forventer, at bæredygtighed kan skabe et nyt forspring, og hvis vi gør det smart, så kan måden, vi arbejder på, ikke bare kopieres.

Hvorfor skal I se ansættelseskontrakter og andre dokumenter i forbindelse med certificeringen?

- En del af bæredygtighedsbegrebet har en social dimension, som handler om de mennesker, der er involveret i produktionen. Vi skal ikke bladre i de enkelte kontrakter eller blande os i lønforhold, men når vi landmænd alligevel har dem, så er det naturligt, at det bliver en del af certificeringen. Det er ikke en garanti hos vores konkurrenter i andre lande, og når vi rejser rundt i verden og fortæller om social bæredygtighed både hos vores andelshavere og i Danish Crown, så skal vi kunne bakke det op. Derfor spørger auditøren ind til det til på mødet, så vi kan synliggøre, at vi også her slår positivt ud på bæredygtighedsbegrebet.