

ABC compendiet

Et kundemagasin fra Arne B. Corneliussen AS

UTGAVE NUMMER

2-10

Mer samarbeid s. 2

Sultne på mer s. 10

Ordren i boks s. 14

Kryddergiganten s. 18



Utfordringer og løsninger

side 4-9



Stabilt ABC-år og økt samarbeid

Fri flyt av kunnskap

– Dette er et eksempel på at samarbeidet på tvers av landegrensene i DAT-Schaub-gruppen gir konkret effekt, sier daglig leder Arne Olafsen i ABC. Nylig kom en stor fransk delegasjon på Oslo-visit for å utveksle kunnskap, særlig om IT-løsninger og produksjon.

I midten av november ble ABC på Økern gjenstand for en mindre fransk invasjon da kolleger i DAT-Schaub France, kjent for mange som Soussana, kom på besøk. Franskmennene er i en prosess med å etablere ny blandefabrikk. ABC har siden 2006 gjort betydelig oppgradering i produksjonen, blant annet med omfattende automatisering. Dette har gitt betydelig effekt – med mindre arbeidsbelastning for den enkelte, økt volum og enklere prosess.

Høster frukter

– Soussana er betydelig større enn oss. Det er selvfølgelig hyggelig at de vil komme til Norge, og vi hadde også stort utbytte av å gjennomgå IT-systemer og produksjonsprosesser. Det er samtidig en bekreftelse på at DAT-Schaub-gruppens bestrebelser på å utnytte ekspertise og erfaring på tvers av landegrensene begynner å høste frukter, sier daglig leder Arne Olafsen i ABC.

Fire grupper

Det er fire år siden det ble besluttet å iverksette tiltak for å bedre samarbeidet

og utnytte ressursene bedre i konsernet. Det ble etablert fire arbeidsgrupper hvor overføring av kunnskap var det sentrale målet. Gruppene var kunsttarm, svine-tarm, fåretarm samt emballasje og tilsetningsstoffer, hvorav ABC fikk ansvar for de to siste gruppene.

– Dette er en utfordrende måte å arbeide på. Det er store forskjeller landene imellom når det gjelder metoder og rutiner, og ikke minst kulturelt. Men etter hvert blir en bedre kjent, og barrierene blir mindre, sier Olafsen.

Langt, men ikke langt nok

– Det er ikke tvil om at vi har mye igjen for å arbeide på denne måten. Vi ser den kanskje største effekten på området kunsttarm, hvor Sonny Jørgensen fra DAT-Schaub i Danmark har gjort en fremragende innsats med nye produkter og felles agenturer, forteller Olafsen. Samtidig understreker han at prosessene på langt nær er ferdig.

– Implementering av produkter, nye leverandører, bedre betingelser, økt kompetanse – dagens internasjonale marked krever at vi hele tiden strekker oss for å bli bedre, sier ABC-sjefen.

Vekst som planlagt

I de siste syv årene har Arne Olafsen antydnet at selskapet skal ha en svak vekst. Det har slått feil hvert år. ABC har en betydelig vekst, og passerte 214 millioner kroner i 2008/2009 (avvikende regnskapsår). Ved inngangen til 2009/2010 spådde ABC-sjefen et år med konsolidering, og treffer ganske godt, etter en omsetning på 215 millioner.



Konsolidering

– Vi kan bokføre en fornuftig inntjening, bransjen tatt i betraktning. Det er mange ting vi er godt fornøyd med, blant annet enda tettere relasjoner med viktige kunder. Det var viktig for oss med et konsolideringsår for å sikre at rutiner og prosesser rundt innføring av nye nytt utstyr – både i produksjon og IT – blir tilstrekkelig godt forankret. Det er tilfredsstillende å ta fatt på en ny periode med en visshet om at vi kan ta ut ytterligere kapasitet, sier Olafsen.

ABC har god utvikling for alle produktgrupper, og det er økning som ventet over hele linjen. Overraskelsen kommer imidlertid med emballasje, som øker mer enn det var grunn til å håpe.

– Vi har økt vår kompetanse og kapasitet på emballasjemarkedet, så det er hyggelig at markedet så raskt gir oss positiv respons, sier Olafsen.

Stabil på naturtarm

ABC-sjefen gleder seg også over forsiktig økning for naturtarm.

– Helt siden jeg startet i denne bransjen, og det er tross alt en stund siden, har skeptikere spådd at bruken av natur-

Dagens internasjonale marked krever at vi hele tiden strekker oss for å bli bedre. Arne Olafsen, daglig leder



**Administrerende direktør Arne Olafsen (t.v.), administrerende direktør Patrick Vidal, salgsdirektør Jean Pierre Chastaing, drifts-
sjef Henry Bakkejord, IT-sjef François Lebrun, produksjonssjef Hilaire Ragout, økonomidirektør Thierry Auffrey og markedssjef
Birger Fagernes. FOTO:MARIANNE OTTERDAHL-JENSEN**

tarmer vil bli kraftig redusert. Det har heldigvis aldri slått til. Enkelte pølsetyper er rett og slett uegnet for kunstarm. Med mer stabil tilgang på råvarer, står vi sterkere enn noensinne på dette området, og nærmer oss målet om rundt 15 prosent av totalomsetningen, sier Olafsen.

Noe å strekke seg mot

ABC-sjefen har forventninger til 2010/2011. Han tror utviklingen i KBS-markedet fortsatt vil være sterkt, og at kundene i økende grad vil etterspørre salt- og fetterstatninger for å møte markedenes økende helsebevissthet.

– Utfordringer vi i økende grad vil stå

overfor i 2011 er knapphet på enkelte varer. Samtidig må vi videreutvikle det arbeidet vi gjør ute hos kundene. Kravet og forventningene øker for hvert år. Det gir oss noe å strekke oss mot. Det er slik vi blir bedre, sier Arne Olafsen.

Av Eirik Arnesen

Markedsledende storbedrift

ABCs søsterselskap DAT-Schaub France S.A.S. er Frankrikes ledende leverandør til kjøttforedlingsindustrien. Selskapet som tidligere het Soussana S.A., ble opprettet i 1919 og kjøpt opp av DAT-Schaub-gruppen i 1997. Selskapet har ti produksjonsanlegg i tre verdensdeler, en omsetning på cirka 100 millioner euro og 234 ansatte. DAT-Schaub France er markedsleder innen segmentene natur- og kunsttarmer, ingredienser og tilsetningsstoffer, kulinariske blandinger og emballasje.

DAT-Schaub France har et stort og effektivt salgs-, markeds- og teknisk apparat som leverer 220 000 ordrelinjer fra 500 forskjellige leverandører til mer enn 6000 kunder pr. år. De har egen R&D-avdeling med to kokker som utvikler nye blandinger og marinader, og en egen aromatekniker. Kundene dekker hele spekteret av kjøtt-

industrien – fra de store internasjonale selskapene til de små franske gourmetselskapene med internasjonalt ry, og lokale kjøttforretninger i landsbyene. Merkenavnet Soussana brukes overfor industrimarkedet og Bougy brukes mot småkundemarkedet. Finanskrisen har ført til at den jevne restaurant i Frankrike har fått færre besøkende, men overraskende nok har førsteklasses restauranter hatt en viss økning. De franske kjøttprodusentene møter i stor grad de samme utfordringer som de norske. Det er sterkt søkelys på tilsetningsstoffer generelt og økologisk mat – men forbrukeren er lite villig til å betale ekstra for produktene. Ferdigmatsektoren øker, ikke minst fordi andelen yrkesaktive kvinner øker og det blir mindre tid til å lage mat. Men for franskmenn er mat nesten en religion, så ferdigrettene blir mer og mer sofistikerte, ofte markedsført med kjente kokkenavn.

- Forbrukerne har lite kunnskap om advarselsmerking
- Nettverk gjør produsentene sterkere og synligere
- Matavfall er et voksende internasjonalt problem



Advarselsmerking av matvarer:

Hva betyr det for forbrukerne?

Å bruke advarselsmerking på matvarer skal blant annet sikre riktig bruk av råvarene og hjelpe oss med å tilberede dem korrekt. Vi får retningslinjer om riktig oppbevaring, og spesielt utsatte grupper får advarsler om innhold og ingredienser. En helt fersk undersøkelse viser imidlertid at nordmenn har liten kunnskap på dette viktige området.

– Forbrukerne er generelt positive til mer informasjon på maten vi kjøper. Det gjelder også såkalt advarselsmerking, men kunnskapen om slik merking er svært liten, sier Nina Lødrup, seniorrådgiver i Mattilsynet.

Hun kunne nylig presentere funnene fra en undersøkelse som Statens institutt for forbruksforskning har gjennomført på oppdrag fra Mattilsynet. I forbrukerundersøkelsen har en sett på norske forbrukeres kunnskap, forståelse og etterlevelse av advarselsmerking på matvarer.

Skeptiske til bruk i det daglige

Studien "Warning labels on food from the point of view of the consumers" er skrevet av forskerne Gun Roos, Unni

Kjernæs og Tommy Ose. Merking med advarsler på matvarer skal informere forbrukerne om helserisiko ved inntak av matvarene. Å bruke slik merking skal gjøre forbrukerne mer trygge, men ikke minst være et alternativ til å innføre restriksjoner og forbud mot bruk av såkalte risikosubstanser i mat. I studien har forskerne sett på de seks mest brukte påbudte advarselsmerkene i Norge. De er:

- Bør ikke fryses på nytt etter opptining
- Anbefales ikke for barn under tre år
- Må ikke gis til spedbarn under 12 mnd.
- Kan virke avførende ved stort inntak
- Inneholder lakris
- Inntak av plantesteroler over 3 g per dag bør unngås.

Studien viser at forbrukerne her i landet har liten kunnskap om advarselsmerking. De er i tillegg generelt lite opptatt av slik merking, med visse unntak. Men samtidig som vi ikke har klare oppfatninger om merking, har forbrukerne forståelse og interesse for at det er behov for dette – spesielt med tanke på sårbare grupper som barn, allergikere og kronisk syke. Vi er imidlertid skeptiske til å bruke advarselsmerking på matvarer som folk flest bruker i det daglige.

Et alternativ

Matvarer skal merkes med en del obligatoriske opplysninger som varebetegnelse, ingrediensliste, vekt/volum og produsent. Matvarer skal kunne spises av de fleste i befolkningen.

Forvirring om fosfater

Bruk av fosfater i mat har vært gjenstand for stor medieoppmerksomhet den siste tiden, men bruk av tillatte mengder fosfater i næringsmidler utgjør ingen helsefare.

Fosfater forekommer naturlig i levende organismer, og er betegnelser på mange ulike forbindelser med ulike egenskaper og effekter. Hvis fosfater kun brukes som et hjelpemiddel under produksjonen, skal det ikke være rester igjen av stoffet i det ferdige produktet. Da er det heller ikke krav til spesiell merking på produktet, ifølge Mattilsynet.

Når det gjelder fiskeprodukter, kan fosfater tilsettes i fersk fiskefilet som skal fryses og i fryst fiskefilet som skal tines. Det kan tilsettes i fiskefilet som har vært frossen og som så er tint. Dette gjelder også fiskefilet i fiskedisk. Det er også lov å tilsette fosfater i fryst fiskefilet som er kvernet. Dette skal da merkes.

Fosfater kan ikke brukes som tilsetningsstoff i ferskt kjøtt som fileter og biffer. Det er tillatt brukt i enkelte hele kjøttprodukter og kjøttprodukter oppdelt i biter, men produktene skal da være merket med hvilke stoffer som er tilsatt. Grensen for tillatt mengde er 5 g per kg.



En studie utført av Statens institutt for forbruksforskning viser at forbrukerne her i landet har liten kunnskap om advarselsmerking. De er i tillegg generelt lite opptatt av slik merking, med visse unntak.

– Men det er noen matvarer som bør merkes med ekstra opplysninger for å sikre trygg bruk. Advarselsmerking kan være et alternativ dersom det ikke er ønskelig å forby produktet, til tross for at bruken av det kan være forbundet med risiko for helsefare, opplyser Mattilsynet.

Ønsker vi ansvar?

Å bruke merking med advarsler innebærer også at ansvaret skyves over på forbruker. Et av målene til Mattilsynet med undersøkelsen var å finne ut om forbrukerne er i stand til å foreta vurderingen. Og ikke minst – om de ønsker å ha et slikt ansvar? Og vil en utstrakt

bruk av advarselsmerking føre til at forbrukerne ”forventer” en advarsel på alle produkter som kan medføre en viss risiko for helsefare?

Enkelt er nødvendig

Undersøkelsen viser at folk ikke oppfatter advarselsmerking som en ny type regulering, snarere som et tiltak fra myndighetene for mer åpenhet i matsektoren.

Samtidig viser undersøkelsen at forbrukerne ikke har klare oppfatninger om hva merking innebærer. Det er svært viktig å bruke vanlige og informative norske ord. Ekspertuttrykk som ”plantesteroler” blir ikke forstått.

Trend i EU

Som en følge av Norges samhandling med EU via EØS-avtalen, har vi begrenset mulighet til å forby omsetning av matvarer. Det synes å være en trend i EU at et næringsmiddel som utgjør en helsefare ikke får omsetningsforbud, men blir advarselsmerket i kombinasjon med overvåkning. Hvis advarselsmerking skal brukes som et alternativ til forbud mot omsetning av et næringsmiddel, er det avgjørende at forbrukerne forstår budskapet i advarselsmerkingen. Forbrukerne må selv kunne vurdere hvilken risiko det kan innebære å spise maten.

Nyttig kunnskap

– Undersøkelsen har gitt oss kompetanse om bruk av advarselsmerking som virkemiddel. Denne kunnskapen vil vi videreformidle til EU-kommisjonen. Det vil også være nyttig kunnskap å ha med i diskusjoner hvor det foreslås å bruke advarselsmerking på mat som virkemiddel for å sikre trygg mat, sier Nina Lødrup i Mattilsynet.

Av Eirik Arnesen

Kilder: Mattilsynet og Nofima (avdeling for råvarer og prosessoptimalisering)

Aktiv pådriver

ABC har vært en pådriver i arbeidet med allergener, blant annet i Allergiforum.

– Vi arbeider kontinuerlig med å holde oss oppdatert på området, både internt og overfor leverandører av råvarer, sier Kristin Håven (*bildet*), ansvarlig for kvalitet og matsikkerhet hos ABC.

Hun sier at Mattilsynet neste år planlegger å gjennomføre en tilsynskampanje om merking av allergener, blant annet om bruken av påstanden ”Kan

inneholde spor av...”. Overdreven bruk av denne merkingen uten å kunne dokumentere at det faktisk er fare for sporforekomster, ekskluderer mange forbrukere fra produkter som faktisk er trygge med hensyn til allergener. I henhold til regelverket er det krav til dokumentasjon for et slikt begrep, slik det er for begrepet ”glutenfritt”.

– Dette initiativet fra myndighetene er interessant, sier Kristin Håven.



Alene, men ikke ensom:

Nettverk åpner dører i markedet

Viltslakter Tor Egil Torp vil være en profesjonell lokalmatprodusent med ambisjoner om vekst. Da hjelper det godt å ha et faglig fellesskap med andre gründere som har ambisjoner om å nå ut med kvalitetsmat. Torp får også inspirasjon fra ABC, som har bidratt med råd og råvarer siden han startet for 12 år siden.

På Jevnaker ligger Hadeland Viltslakteri AS, drevet av Tor Egil Torp, med god støtte av kona Ramona Narvesen. Flere ganger i uka er han i kontakt med andre gründerbedrifter som har samme ambisjoner som han selv: Å være en profesjonell lokalmatprodusent med ambisjon om å vokse.

– Jeg skal ha et lokalt preg og først og fremst levere til et utvidet lokalt marked. Målet er å jobbe 100 prosent i bedriften. Jeg er samtidig bevisst på at jeg ikke skal vokse meg ut av bedriften, og at veksten ikke skal gå ut over kvaliteten på varene jeg produserer, sier Tor Egil Torp.

Påkjørte elger

I dag leverer Hadeland Viltslakteri varer til den lokale restauranten Oldemors Karjol, til Hadeland Glassverk og til restauranter som er spesielt innrettet mot lokalmat, blant annet i Oslo. I tillegg deltar han på lokale messer. Tor Egil Torp er nå klar til å levere varer til lokale matbutikker.

Det hele startet med mange påkjørte elger i 1994. Den gangen var Torp aktiv i Viltnemda.

– Det var enormt mange påkjørsler av elg det året, både på veier og toglinjer. Jeg

syntes det var synd å se så mye godt kjøtt gå til spille, og det var da tanken om å begynne med kjøttproduksjon oppstod, forteller Torp.

Han begynte i garasjen, innredet etter hvert grisehuset, og har i dag et nytt og velutrustet lokale for produksjon av pølser og karbonader basert på vilt. Hadeland Viltslakteri ble for alvor etablert i 1998.

ABC nyttig

Via jungeltelegrafen, det vil si lokale kolleger i kjøttbransjen, fant han frem til ABC og produksjef Roger Brenna.

– Roger kan det meste, sier Torp om den drevne fagmannen, som bistår med råd hvis Torp trenger det. Hadelandslakteren handler blant annet krydder og tarmen fra ABC til om lag 90 prosent av produksjonen sin.

Higet etter kunnskap

– Faren min var slakter, så jeg har det nok i blodet, men jeg kunne lite om pølseproduksjon, mattrygghet, lagring og markedsføring da jeg startet. Jeg higet etter kunnskap, og oppdaget at det var mye hjelp å hente gjennom Innovasjon Norges nettverksprogram, sier Torp.

Viktig nettverk

Han sikter til Nettverksprogrammet for næringsmiddelindustrien, som er en del av Verdiskapingsprogrammet for Mat (VSP Mat). Det ble startet opp i 1995, finansiert med midler fra statsbudsjettet. Nofima Mat og andre kompetansemiljøer har i løpet av disse årene gjennomført 116 nettverk for mer enn 600 norske bedrifter. Temaer i nettverket spenner fra trygg matproduksjon, til markedsføring, emballering, holdbarhet og sensorikk.

Faglig tryggere

Torp Egil Torp jobber alene i produksjonslokalene hjemme, men har gjennom årene fått mange kolleger gjennom nettverk og kurs. Torp har deltatt på kurs i pølseproduksjon og kjøttforedling og nettverk i mattrygghet og HACCP.

– Har du ikke bransjeerfaring, så bør du ha vett på å bruke nettverk. Jeg har lært mye av andre bedrifter og av fagfolk fra forskningsmiljøer. Det gjør meg tryggere i det jeg holder på med, og gir meg verdifull erfaring, sier Torp.

Av Mette Risbråthe / Terje Owrehagen

Lokalmat vokser seg sterkere

Veksten innen lokalmat har vært på 7,7 prosent det siste året. Det er en dobbelt så stor vekst som i dagligvarebransjen totalt. Dette ble gjort kjent på den årlige fagdagen til stiftelsen KSL Matmerk i Oslo 20. oktober.

– Mat definert som lokalmat drar opp veksten vesentlig mer enn totalmarkedet, som er på 3,5 prosent, sier administrerende direktør Arne Reiler i analyseselskapet Nielsen Norge. Han mener at lokalmat gir bransjen en mulighet til å skille seg ut og å vokse. KSL Matmerk

har for Nielsen Norge definert hvilke produkter og produsenter som er inkludert under begrepet lokalmat i et prosjekt som er satt i gang av Landbruks- og matdepartementet. Omlag 4.300 produkter, gruppert i 90 forskjellige varegrupper, er kommet inn under definisjonen. Arne Reiler mener at lavpriskjedene står for en overraskende stor andel, over 40 prosent.

– Alle våre kjøpmenn har klare valgmuligheter til å ta inn lokalmat. Mat med identitet er med på å differensiere oss fra andre kjeder, sier kommersiell direktør i Ica, Paulo Peereboom.



Tor Egil Torp i Hadeland Viltslakteri har god hjelp av ABCs ekspertise innen krydder og tarm. FOTO: METTE RISBRÄTHE, NOFIMA

Lokalmat BA

Prosjektet Lokalmat ble initiert av Landbruks- og matdepartementet, KSL Matmerk og Innovasjon Norge. Målet med prosjektet var å bidra til å utvikle en operativ løsning som kunne kombinere kundenes ønsker om mangfold i varesortimentet med produsentenes ønske om distribusjon og oppfølging hos kunder. Som et resultat av dette prosjektet ble Lokalmat BA stiftet i november 2005. Formålet er å drive salgsoppfølging mot butikker i Østlandsområdet.

Sterkere sammen

Bedrifter med opptil 300 ansatte kan delta i nettverk under Nettverksprogrammet for næringsmiddelindustrien, som administreres av Nofima på oppdrag for Innovasjon Norge.

Nettverkene kjøres mot alle bransjer innen landbruksbasert næringsmiddelindustri, og har også åpnet for bedrifter som bearbeider fisk. Nettverksprogrammet for næringsmiddelindustrien er en del av Verdiskapingsprogrammet for mat (VSP Mat). Å dele erfaringer med andre bedrifter og motta råd og veiledning fra folk som kjen-

ner faget, gir ofte ny giv og inspirasjon. Hensikten er å hjelpe bedrifter til mer effektive produksjonsmetoder og høyere produktkvalitet på eksisterende eller nye matvarer.

Et nettverk settes sammen av 5-10 bedrifter. Deltakerne møtes til 3-4 samlinger med teori, praktisk utprøving av metoder/teknikker og erfaringsutveksling. Mellom samlingene arbeider hver enkelt bedrift med et eget prosjekt. Til hjelp med eget prosjektarbeid får hver bedrift en fagkonsulent/veileder som følger opp arbeidet i bedriften. Nettverkene tilpasses deltakerbedriftene, deres behov og ressurser.

Nytt program for matspesialiteter

Interessen for mat med lokal identitet og matspesialiteter har økt kraftig de siste årene. Regjeringen har satt av 62 millioner kroner til et nytt utviklingsprogram for matspesialiteter fra norsk landbruk i 2011.

– Norske forbrukeres interesse for mat med lokal identitet og andre matspesialiteter har økt mye de siste ti årene. Dette er mat som gir forbrukerne en tilleggsverdi, kanskje en ekstra opplevelse, sier landbruks- og matminister Lars Peder Brekk.

I en undersøkelse gjort av Nielsen Norge i 2009 svarte 46 prosent av forbrukerne at de aktivt forsøker å kjøpe lokal mat.

– Jeg ser store muligheter for norsk landbruk ved å produsere slik mat som folk er villig til å betale litt ekstra for, sier Brekk.

Utviklingsprogrammet for matspesialiteter skal bestå av tre deler:

- Lokalmatprogrammet, som er støtte til bedrifter og nettverk.
- Tilskudd til å bygge opp kompetanse og regionale kompetansepunkt.
- Omdømmebygging for norske matspesialiteter.

Matavfall – et problem for flere enn renholdsarbeidere:

Felles innsats mot unødig avfall

Matavfall er et globalt problem som i økende grad vil påvirke hver enkelt av oss. I Norge er matavfall den avfallstypen som vokser raskest. Nå er det satt i gang en kampanje for å redusere matavfallet.

– Britene kaster mat for 12,2 milliarder pund i året, eller 480 pund per person. Men paradoksalt nok, mens økonomiske argumenter kan nå frem til forbrukerne, er det få som tenker over miljøeffekten.

Det var Julian Parfitt ved britiske Resource Futures som sa dette i sitt innlegg under ForMat-konferansen (Forebygging av Matavfall) i november. Den markerte den offisielle starten på et prosjekt som skal forebygge matavfall i Norge. Målet med prosjektet er ambisiøst – å redusere mengden nyttbart matavfall i Norge med 25 prosent innen 2015. En rekke helt nødvendige tiltak planlegges iverksatt. Matavfall skaper direkte og indirekte store miljøproblemer, både nasjonalt og globalt.

Regjeringen mobiliserer

Samtidig oppstår en stor andel av verdens klimagassutslipp som følge av matvareproduksjon, og avfallet fører til store mengder søppel. Maten som kastes i Vesten er tilstrekkelig til å dekke matbehovet i verden for øvrig – og vel så det.

Regjeringen har innsett at temaet er overmodent langt høyere opp på den politiske agendaen, og derfor stilte både Landbruks- og matdepartementet og Miljøverndepartementet opp i ForMat-prosjektet.

Dårlig oppdragelse

– Dette dreier seg om dårlig oppdragelse, sa landsbruks- og matminister Lars Peder Brekk i sitt innlegg på ForMat-konferansen. Ifølge Nofimas nettsider poengterte Brekk at norske forbrukere mangler kunnskap og opplæring i sammenhenger mellom mat, forbruk,



ressurser og klima- og miljøspørsmål.

– Vi mangler kunnskap om hvordan vi skal behandle restemat og hva vi skal bruke den til, og derfor ender vi med å kaste den. Dette har vi til hensikt å gjøre noe med, sa Brekk.

For å nå målet om 25 prosent reduksjon, er det viktig at det jobbes på flere fronter. Bedre kunnskap om riktig datomerking, mer effektiv varerullering og -distribusjon og informasjonskampanjer mot forbrukerleddet, er noe av det som skal iverksettes fremover.

Sandwich til besvær

Alle ledd i næringsmiddelkjeden har et ansvar for å redusere matavfallet. ABC arbeider kontinuerlig med ulike prosjekter for å oppnå lenger holdbarhet og dermed mindre matavfall.

I dag kastes svært mye mat på grunn av små skjønnhetsfeil og ”kravet” til identiske produkter. Den engelske forskeren og skribenten Tristram Stuart kunne blant annet fortelle om en sandwichprodusent som konsekvent kastet 20 prosent av hvert brød fordi alle produkter skulle se like ut. Slikt skaper enorme avfallsmengder.

Mange misforståelser

Datostempling og krav til ferskhet er den desidert viktigste årsaken til at mat kastes i norske butikker. Også hos forbrukerne er datostempling den viktigste årsaken. Ole Jørgen Hansen i Østfoldforskning tror det i stor grad skyldes misforståelser knyttet til merking.

– Forbrukerne blander sammen betegnelsene ”siste forbruksdag” og ”best før” – en formulering som i hovedsak benyttes med tanke på sensorisk kvalitet, sier Hansen.

Følg pengene

Også i våre naboland er matavfall et økende problem. Erfaringer fra konsumentforeningen i Stockholm viser at penger spart er det viktigste argumentet for å slutte å kaste mat. En gjennomsnittlig svensk tobarnsfamilie kan spare 8.100 kroner årlig med enkle grep. Å få frem argumentet om pengesløsning er sentralt for at forbrukerne skal endre sine vaner.

Prosjektet ForMat er en sentral del av kompetansenettverket Lønnsom holdbarhet. Sentrale aktører foruten departementene er forskningsprosjektet Reduksjon (Østfoldforskning), Nofima, SIFO, industrien og dagligvaresektoren.

Av Eirik Arnesen

Oppskriften på holdbarhet



– Det er enklere å drive opplysningsvirksomhet enn brannslukking, mener produktsjef Ola Stuberg i ABC.

Medieoppslag i senere tid har satt søkelyset på tilsetningsstoffer. Brukes disse bare for at foredlingsindustrien skal tjene enda mer penger, eller kan det være at de har positive egenskaper for produktene forbrukerne finner i butikken?

Mye tyder på at foredlingsindustrien har et omdømmeproblem, og det kan skyldes at vi som industri er for dårlig til å informere om hvorfor vi gjør hva. Tilsetningsstoffene vi bruker er alle godkjent av ekspertkomiteene i EU og videre opptatt i vår nasjonale "Forskrift om tilsetningsstoffer til næringsmidler". Ingen tilsetningsstoffer blir godkjent uten at de har et "teknologisk behov ved fremstillingen, bearbeidingen, pakkingen, transporten eller oppbevaringen".

I vår del av næringsmiddelindustrien kan man lett forenklet si at vi bruker følgende grupper:

Antioksidanter

Stoffer som forlenger næringsmidlenes holdbarhet ved å beskytte dem mot forringelse forårsaket av oksidering, som harskning av fettstoffer og misfarging.

Fordel forbruker: Færre produkter må kastes på grunn av harskning eller misfarging.

Emballasjegasser

Andre gasser enn luft innført i en beholder før, imens eller etter at et næringsmiddel ble anbrakt i en beholder.

Fordel forbruker: Gir bedre holdbarhet på produkter som er pakket i modifisert atmosfære enn i luft (i hovedsak er det

oksygenet vi vil unngå). Dette sikrer mot bakterievekst og oksidasjon/misfarging.

Fargestoffer

Stoffer som gir et næringsmiddel farge, eller som gir det tilbake dets opprinnelige farge; dette kan omfatte naturlige bestanddeler i næringsmidler eller andre naturlige kildematerialer som normalt ikke konsumeres som næringsmidler og normalt ikke brukes som karakteristiske ingredienser.

Fordel forbruker: Muliggjør produksjon av "dansk salami" og gir "stekefarge" på sousvide behandlet stek.

Konserveringsmidler

Stoffer som forlenger næringsmidlets holdbarhet ved å hemme forringelse forårsaket av mikroorganismer.

Fordel forbruker: Natriumnitritt gir trygg produksjon av spekepølser, spekemat og de fleste andre kjøttprodukter. Salter av melkesyre og ediksyre (laktat og acetat) er effektive i å hindre oppvekst av uønskede bakterier. Det gir tryggere mat, bedre holdbarhet og bedre økonomi, for mindre mat må destrueres.

Modifiserte stivelser

Stivelse framkommet ved en eller flere kjemiske behandlinger av spiselig nativ stivelse. Den native stivelsen kan først ha gjennomgått en fysisk eller enzymatisk behandling og være fortynt med syre, et alkalisk stoff eller bleket.

Fordel forbruker: Sauter til ferdigmat skiller seg ikke.

Overflatebehandlingsmidler

Stoffer som gir næringsmidlet et blankt utseende eller danner et beskyttende lag når de påføres næringsmidlets overflate.

Fordel forbruker: Dette hindrer muggdannelse på leverpostei og spekepølser.

Smaksforsterkere

Stoffer som forsterker et næringsmiddels smak og/eller lukt.

Fordel forbruker: Dette gir en bedre smaksopplevelse. Tradisjonelt mest bruk av MSG, som er kritisert for å gi allergi og intoleransereaksjoner. Dette er i svært liten grad bevist, men MSG har i stor grad blitt erstattet av andre alternativer.

Stabilisatorer

Stoffer som gjør det mulig å opprettholde næringsmiddelets fysisk-kjemiske tilstand. Stabilisatorer gjør det mulig å opprettholde en homogen fordeling av to eller flere ikke-blandbare stoffer i et næringsmiddel, stabiliserer, bevarer eller forsterker et næringsmiddels farge og øker næringsmiddelets bindeevne.

Fordel forbruker: Skinkepålegg kan beholde ønsket saftighet. Kokt skinke produsert uten bruk av polyfosfater har ikke en kvalitet som den gjennomsnittlige norske forbrukeren vil ha. Produktet blir mye tørrere og får en konsistens som vi ikke ønsker, og det blir mye dyrere.



Kundeprofil: Finsbråten AS / Krone Kjøttprodukter AS

Sultne på nye seire

Finsbråten fikk 14 medaljer i NM i kjøttprodukter. I tillegg har bedriften stadig mer effektiv produksjon og mindre sykefravær. Det er ikke rart at produksjonssjef Svein Høgden og driftssjef Rune Slaatten smiler.

– Vi er så sultne på å lykkes at Finsbråten har blitt mer en livsstil enn en jobb for oss. Vi drar det kanskje litt for langt. Til sammen jobber vi utrolig mye, og skiller ikke på om det er ukedag eller helg. Som regel snakkes vi hver kveld og oppsummerer uka hver helg for å se på forbedrings- og fokuseringsområder, sier driftssjef Rune Slaatten.

– Men vi prøver å ikke være på samme kontor hele tiden. Det er kanskje lurt, for det er mange meninger og noen ganger blir vi skikkelig uenige, skyter Høgden inn med et lurt smil.

– La oss si det slik: Svein er praktiseren mens jeg er teoretikeren, og det lar seg ikke alltid kombinere, sier Slaatten og ler.

Hektisk periode

Finsbråten er en kjent merkevare i Norge. Brødrene Osvald, Frank og Kåre Finsbråten etablerte i 1951 det som i dag er Finsbråtegruppen, som består av Finsbråten AS og Krone Kjøttprodukter AS. Slaatten (41) og Høgden (42) har vært med i ledergruppa i henholdsvis ti og tre år. Nå opplever ABC-storkunden medvind på nesten alle områder – delvis takket være bidragene fra den arbeidsomme, dynamiske duoen.

Pris henger høyt

NM i kjøttprodukter ble et medaljedryss av de sjeldne, med blant annet gull i kategorien Pålegg og innovasjonspris for en todelt påleggspakning som skal spare miljøet og føre til det kastes mindre mat.

– Helt fantastisk. Vi er stolte av innovasjonsprisen. Den henger høyt og viser at det er lønnsomt å satse på produktutvikling, sier Høgden.

– Vi ønsker at Finsbråten-merket skal stå for ærlighet og kvalitet, og innovasjon og nyskaping har vært kjernebegreper for oss, sier Slaatten.

Da ABC Compendiet besøkte Eidsvoll-bedriften, var det midt i en hektisk periode. Det er oppkjøring mot jul og 150 tonn julepølser og 100 tonn sylter skal sammen med annen julemat produseres slik at det blir julemat i norske hjem også i år. Samtidig skal Finsbråten faste produktlinje lages til Coop-, NorgesGruppen- og ICA-butikkene over hele landet.

– Vi slipper å kjøre skift, men det går i ett og vi hadde kanskje trengt flere hender i disse ukene, sier Høgden.

Viktige nyheter

Oppi det hele skal bedriften komme opp med nye produkter som skal friste nye og gamle kunder.

– Finsbråten har vært blant de ledende leverandørene i landet, men skal vi

opprettholde salget av sesongvarene er det viktig at vi hyppig kommer opp med nyheter, sier Slaatten.

ABC blir brukt som en sparringpartner når de skal komponere nye vinneroppskrifter.

– Kompetansen til ABC når det gjelder krydder og tilsetninger er enorm. En telefon til ABC, og vi får profesjonell assistanse. Hos ABC er de faglig sterke og kunnskapsrike når det gjelder ingredienser og prosesser, og for oss er de virkelig gode samarbeidspartnere, sier Høgden.

Produksjonssjefen har i år hatt frie tøyler og har kvittert for friheten med å være veldig kreativ. Høgden utviklet for litt siden et titall nye pølseprodukter, før Finsbråten til slutt valgte å satse videre på tre av nyhetene.

Kunnskap i retur

Produktsjef Rune Øystad i ABC mener Finsbråten også gir ABC mye tilbake:

– Vi får mange innspill om trender fra utlandet gjennom våre leverandører, men vel så viktig er kontakten med kundene våre i Norge. Finsbråten er villig til å være med på å prøve ut nye ting, og vi hjelper dem gjerne. Det skaper en vinn-vinn-situasjon der begge øker sin kompetanse og forståelse for hva norske forbrukere ønsker, sier Rune Øystad.

NM-prisene ble bare en bekreftelse på at bedriften hører hjemme i toppsjiktet av norsk kjøttproduksjon:

– Det føles veldig bra. Vi tar det som en bekreftelse på at de produktene vi leverer er av ypperste kvalitet. Vi har fått NM-gull for bacon, pølser, kaker og pålegg. Nå mangler vi bare gull for spekemat, så har vi fått den gjeveste medaljen i hele spekteret, sier Høgden.

– Hos butikkene er vi en ønsket leverandør, nettopp på grunn av kvaliteten. Kjøttfaglig kunnskap skal gjennomsyre alt vi gjør på fabrikkene, sier Slaatten, og får støtte av kollegaen:

– Grunnmuren er godt, gammeldags håndverk.

Hos ABC er de faglig sterke og kunnskapsrike når det gjelder ingredienser og prosesser, og for oss er de virkelig gode samarbeidspartnere.

Svein Høgden, produksjonssjef



– Finsbråten skal vokse, sier produksjonssjef Svein Høgden (t.v.) og driftssjef Rune Slaatten. FOTO: JO E. BRENDEN

Mindre svinn

– Har dere noen utfordringer?

– Ja, selv om vi er stabil inne som leverandør hos alle de store butikkjedene så har vi ikke økt salgsvolumet de siste årene. Selv om vi de siste årene har stått på stedet hvil volummessig, har vi nå ambisjoner om å øke vår markedsandel i årene framover. Derfor må vi satse på økt lønnsomhet og på mersalg gjennom blant annet nyskapning, sier Slaatten.

De siste årene har lederduoen satset mye på stabilitet og redusert svinn i alle ledd i produksjonen. Det har bidratt til å snu den økonomiske utviklingen i positiv retning:

– Satsingen har ikke bare ført til sterk nedgang i svinnet, men også kompetanseheving hos de ansatte. 17 har tatt fagbrev de siste to årene, og vi har tatt til oss fire lærlinger. Kunnskapen om råvarer og prosesser har økt, og vi har tatt viktige grep for å sikre rekrutteringen, sier Slaatten.

Han tar fram en kurve som peker rett nedover på dataskjermen – også denne gangen er det hyggelige nyheter.

Sykefravær dramatisk ned

– Se på sykefraværet vårt! Det er helt rått! Kjøttbransjen er kjent for å være tøff, med statisk arbeid og tøffe arbeidskift. For noen år tilbake lå sykefraværet hos Finsbråten stabilt på rundt 12 prosent. Siden 2008 har vi redusert sykefraværet dramatisk, og i dag ligger det på fem prosent, sier Slaatten.

Siste kvartalet på kurven viser et sykefravær i overkant av tre prosent.

– Det har vært et samarbeid mellom ledelse, klubb, vernetjenesten og alle de andre ansatte. Vi har jobbet mye for å ansvarliggjøre medarbeiderne og for å få arbeiderne til å føle at hver enkelt er en viktig brikke i bedriften. De blir hørt av ledelsen, mens kravet vårt har vært mer tilstedeværelse, sier Slaatten.

– Dermed ligger forholdene bedre til

rette for bedre stabilitet, bedre kvalitet og bedre økonomi – også i fremtiden.

Av Jo E. Brenden

Finsbråten / Krone

Oppstart:	1951
Antall ansatte:	170
Kundegruppe:	Inne i alle butikkjeder – Rema 1000, Ica, Coop og NorgesGruppen
Eget merke:	Finsbråten. Produserer også for Coop og Norges-Gruppens merkevarer
Mest solgt:	Wienerpølser
Produksjon:	Cirka 6.500 tonn på de fire anleggene i Eidsvoll (to), Oslo og Mjøndalen
Omsetning:	Cirka 400 millioner kr



Mer nytte enn pryð

Tang og tare av artene *Chondrus* og *Gigartina* er råstoffet for Carrageenan fra Ceamsa. De blir høstet inn manuelt langs kysten av Spania og på Filippinene hvor Ceamsa har produksjonsanlegg. Carrageenan er en naturlig hydrocolloid med enestående funksjonalitet når det gjelder gelering og teksturering, vannbindingsevne og fuktkontroll, forbedret skjæreevne og som fett- og proteinerstatter. R&D-avdelingen hos Ceamsa har 40 års erfaring i å utvikle nye produkter med ulike bruksområder. Kontakt ABC og se hva carrageenan kan gjøre for ditt produkt.



produkter for viltseongen; Hubertus Wildwürzung OG 408/24 har smak av rosmarin, timian og merian, laurbærblad og einer, ispedd en lett smak av løk, hvitløk og rødvin. Waidmanns Glück Wildwürzung OG 408/25 er mildere og søtere, med smak av kanel og nellik og en lett, diskret smak av laurbærblad og einer.

Mer velsmakende med kjøttprotein

Det funksjonelle kjøttproteinet SCANPRO BEEF 1100/F har god evne til å swelle og binde vann. Proteinene har god kjøttssmak, noe som gjør det egnet til en lang rekke bruksområder for kjøttprodukter – spesielt kebab, karbonader, burgere og salami.

Avhengig av den enkelte resept kan opptil 10 prosent av produksjonskjøttet erstattes med protein og vann i forholdet 1:3-5. I tillegg binder proteinet fett slik at stekesvinnet reduseres med opptil fem prosent i stekeprosessen. SCANPRO BEEF 1100/F gir et saftig og velsmakende sluttprodukt til en konkurransedyktig pris. Kontakt ABCs produkt-sjefer for mer informasjon om hvordan du kan øke ditt utbytte.



Spar to dagers modningstid og få økt utbytte

ViskoTeepak har utviklet en raffeteknikk som gjør det mulig å levere fibertarmer med ekstra utvidet innerdiameter. Produktet MAX innehar verdensrekorden i antall meter pr. stick. Tarmen gjør det mulig å bruke et større stopperør og dermed oppnå økt produktivitet. Du får jevnere kvalitet på spekepølsene, stabil tørkekvalitet og mindre fettklining.

ViskoTeepak har gjort sammenlignende forsøk med stopping av pepperonifarse med sitt stopperør i kaliber 36 mot en konkurrents stopperør i kaliber 28 for å evaluere effekten av tarm og raffeteknikk på kritiske parametre som tørkehastighet, tykkelse og utbytte.

Selv med færre meter på stickset (30 m kontra 36 m), ga stopperøret til ViskoTeepak 6 prosent mer utbytte. I tillegg ga to dager kortere modningstid en produktivitetsøkning på 7 prosent. Kontakt ABCs produksjef Roger Brenna for mer informasjon om MAX fra ViskoTeepak.



Nå er det tid for vilt

I den kalde årstiden er det ofte vilt som blir servert i festlig lag. I Tyskland er det blitt mer og mer vanlig å velge en viltrett i stedet for gås til jul. Det er sunt, kjøttet er av høy kvalitet og midt i blinken for kostholdsbevisste mennesker. Gewürzmüller har laget to nye "kjøkkenklare"

Spis mer fisk for å holde deg frisk

Gjennomsnittsnordmannen spiser drøyt to fiskemåltider i uken, mesteparten i form av mager fisk og fiskeprodukter. Barn og unge spiser vesentlig mindre fisk enn voksne. Fiskefett har en meget god fettysresammensetning – spesielt fet fisk reduserer risikoen for å få hjerte- og karsykdommer.

ABC har et stort utvalg av spennende kryddere og marinader som passer til både hvit og rød fisk, samt farsar.

Kontakt produksjef Stig Brox for gode tips og forslag til gode smaksopplevelser.



Norges beste kjøttprodusenter



Svein Høgden, Finsbråten (t.v.), Kjell Ringstad, Brødr. Ringstad (hederspris Vilt), Anni Byskov, Annis Pølsemakeri, Inger Jacobsen Bichet, Nortura, Roger Lund, Åkeberg Skoglunn, Martin Wangen, Den Stolte Hane og Thomas Steen Kristiansen, Brandbu Pølsemakeri. FOTO: PER SLEIPNES

400 produkter fra 50 bedrifter deltok i årets norgesmesterskap i kjøttprodukter. Samtlige produkter ble bedømt av 13 fagdommere, blant dem ABCs produkt-sjef Ola Stuberg. På festarrangementet 14. oktober som ble holdt på Kulinarisk Akademi i Oslo, ble det delt ut 125 medaljer, hvorav 43 gullmedaljer.

– Målet med konkurransen er å heve kvaliteten på norske kjøttvarer, som allerede er meget høyt på pølser og

spekemat, ifølge produktsjef Ola Stuberg.

ABC var en av sponsorene til arrangementet. Som en ekstra påskjønnelse til vinnerne, har ABC invitert to personer fra hvert firma til et faglig todagers besøk hos en av sine utenlandske leverandører. Som totalleverandør til kjøttindustrien har ABC markedsledende agenturer på en rekke produkter, og bedriften tror dette kan bli en utbytterik tur som kan gi spennende impulser til bransjen.

Sunnere bakevarer

J. Rettenmaier & Söhne er verdens største leverandør av kostfiber og en aktiv pådriver for sunnere livsstil. Nye publiserte resultater fra deres bakerisektor viser at en strategisk kombinasjon av ulike Vitacel-fibre har positiv virkning på holdbarhet, volum, tekstur og mykhet.

I bakevarer kan bruk av Vitacel fiberblanding BL 0910, bestående av havrefiber, potetfiber og psyllium, gi produktet mykere tekstur, økt volum og lenger holdbarhet sammenlignet med bruk av tradisjonelle resepter. Sprøhet, glans og formstabilitet blir også forbedret. Kostfiber fra JRS gir deg mulighet til å produsere bakevarer med bedre sensoriske egenskaper og forbedret næringsinnhold, helt i tråd med anbefalinger fra kostholdsekspertene.

NM-vinnerne i syv klasser

Pålegg	Okserull	Finsbråten AS
Kjøttkake	Medisterkake	Brandbu Pølsemakeri
Ferdigmat	Blodpudding med gryn og rosiner	Annis Pølsemakeri AS
Postei/Paté	Norgården Ovnsbakt leverpostei	Nortura
Spekemat	Gilde St. Kristina	Nortura
Kjøkkenklart	Kyllingfilet 2-delt à la Pesto	Den Stolte Hane
Pølse	Medisterpølse	Åkeberg Skoglunn
		Pølsemakeri AS

Ny transportcontainer gir miljøgevinst og skåner produktene



ABC har satt i gang et pilotprosjekt sammen med en av sine største kunder for blandinger og leverer nå disse i en Klapa plastcontainer. Containeren består av to deler – boks og lokk – og veier kun 44 kg. Den er sammenleggbare, noe som er en stor fordel ved lagring og returtransport. Kassene brettes sammen og stables seks og seks oppå hverandre ved retur. Lukkemekanismen er lett å håndtere og tåler kraftig belastning.

ABCs produksjonsavdeling legger blandingsposene direkte opp i containeren hvor de blir godt beskyttet. Plastcontaineren blir svøpt for utsending, og kundene kan dermed ta containeren rett inn i sin produksjon. Den sammenleggbare containeren tåler røff behandling under transport, og det kan stables flere paller opp på hverandre. Det gir lavere transportkostnader, og sammen med gjenbruksfaktoren er det en viktig miljøgevinst.

ABC-kretsløpet

Selge varer og tjenester • Kjøpe inn varer • Produktprøving og testing
• Registrere og bekrefte ordre • Produsere og plukke varer • Levere varer

"Det samme som sist"

Ingredienser til 50 viltpølser, eller ett tonn krydderblandinger til storskala wienerproduksjon – for Kenneth Brun og Jørgen Andersen i ABCs ordremottak er ingen oppgave for liten og ingen for stor. Eneste fellesnevner er at alle oppgaver er viktige i streben etter fornøye kunder.



Den viktigste jobben for Kenneth Brun (t.v.) og Jørgen Andersen er å gi kunden rask og korrekt beskjed om de spesifikke varene er på lager, når de kan leveres og hvilke alternativer som er aktuelle om varen ikke skulle være tilgjengelig. FOTO: BENTE BJERCKE

ABC kan med sine 6.000 varenummer og flere tiår med samlet erfaring, betjene både små og store behov.

Kenneth Brun, inneselger/ordre

”Jeg vil gjerne har det samme som sist,” strålte en kjøkkenbordprodusent av høyst lokale viltpølser. Råstoff var fraktet inn fra skogen, og nå skulle slekt, venner og en håndfull lokale kunder endelig få smake den populære spekepølsa. Problemet var bare at produsenten ikke helt husket navnet, mengden eller rekke-

følgen på ingrediensene. Hjelpen var imidlertid bare en telefon unna, og etter et kjapt søk i kundebasen, kunne Kenneth Brun hos ABC bekrefte hva og hvor mye som ble sendt til nettopp denne kjøkkenbenken for to år siden. En liten ordre ble registrert og ekspedert, og viltpølsene ble en like formidabel lokal suksess som tidligere.

Samkjørt

– Dette er en hyggelig og ganske ofte utfordrende del av vår hverdag. ABC kan med sine 6.000 varenummer og flere tiår med samlet erfaring, betjene både små og store behov, forteller Kenneth Brun som sammen med Jørgen Andersen utgjør et lite og samkjørt team på ordremottak.

Den viktigste jobben er å gi kunden rask og korrekt beskjed om de spesifikke varene er på lager, når de kan leveres og hvilke alternativer som er aktuelle om varen ikke skulle være tilgjengelig. Antall henvendelser varierer, men normalt behandles mellom 30 til 40 per dag.

Helst i går

Det meste av dialogen med kundene skjer via e-post og eventuelt faks. Enkelte er imidlertid mest bekvemme med telefonisk beskjed om nettopp deres varer kan være på bil i løpet av dagen. Behovene og ønskene varierer voldsomt, og evne til improvisasjon er kanskje den viktigste egenskapen til det lille teamet.

– Enkelte skal selvfølgelig helst hatt varene i går, og har en noe urealistisk forventning om hva som er mulig å få til. Vi står på for å løse problemer som måtte oppstå, enten det skyldes kunden som har glemt å bestille eller vi som ikke har hatt varen tilgjengelig, sier Brun, veteranen i avdelingen med 16 år i ABC.

Svarer på ”alt”

Ordrebehandlingen skjer etter en detaljert beskrivelse som sikrer kvaliteten i alle ledd. Denne er igjen nedfelt i bedriftens ISO 22000-sertifisering, som formelt kom på plass våren 2010.

Kombinasjonen av erfaring og fagkunnskap som kundene møter hos Brun og Andersen, er viktige verktøy for å håndtere en strøm av ordre og spørsmål smidigst mulig. Andersen er pøsemaker, noe som er en fordel når kundene trenger faglig assistanse.

– Mange av de store produsentene vet selvfølgelig nesten bedre enn oss hva de skal ha. Andre kan stå fast i en produksjon, og har behov for hjelp til å finne alternative tilsetninger eller krydder. Enkelte ganger kan vi svare direkte, men vi involverer også ofte ABCs øvrige fagpersoner. Jeg tror aldri vi har fått et spørsmål vi ikke kan svare på, forklarer Jørgen Andersen.

Litt i forkant

Selv om det er hyggelig å hjelpe småskalaprodusenten med viltpølseambisjoner, er det de store ordrene som gir teamet størst utfordringer. Konkret handler det om å samkjøre mange linjer og levering på tidspunktet kunden ønsker.

– Det er viktig å forsøke å sørge for at våre egne innkjøp og vår egen produksjon ligger litt i forkant. I en virksomhet som ABC, med så mange ulike varer, er oppgavene mer krevende enn de fleste kunder forstår, forklarer Kenneth Brun.

Guttene i ordremottaket har en rolig og behagelig omgangstone. Det har neppe sammenheng med at begge er lidenskapelige Vålerenga-supportere, snarere at problemløsning med lave skuldre er langt å foretrekke når alle telefonens linjer gløder og ikke alt går helt på skinner.

– Stress løser ingen problemer, smiler Kenneth Brun.

Og det finnes alltid en god løsning, også for elgjegeren som skal produsere 50 kjøkkenbenk-pølser.

Av Eirik Arnesen





Sunnere med fetterstatter

Chicken nuggets er en av de mest populære fingermatrettene, spesielt for barn. Ved bruk av Vitacel kostfiber og Vitacel MCG 0018 fetterstatter oppnår du både økonomiske og kvalitative fordeler. Fetterstatteren har unik fryse-, tine- og stekestabilitet, noe som gir saftigere og betydelig mer ensartede produkter. Du får et fettfattig produkt med høy næringsverdi som samtidig har beholdt saftigheten og den gode teksten.

Kvalitet og lønnsomhet med funksjonelle proteiner

BHJ Protein Foods er verdens ledende produsent av funksjonelle animalske proteiner for kjøttindustrien. SCANPRO-proteiner er laget av naturlige råvarer, er GMO-fri og inneholder heller ingen kjente allergener.

Den nyutviklede protein-blandingen SCANPRO TF 70 er en høyfunksjonell blanding produsert av svineprotein og vegetabiliske fibre som i hovedsak er utviklet for injiserte produkter. Den kan brukes i kombinasjon med, eller som erstatning for, andre funksjonelle ingredienser. SCANPRO TF 70 anvendes til injiserte, røkte og kokte produkter, for eksempel skinke, bacon og nakkefilet. Den er nøytral i



farge og smak og påvirker ikke sluttproduktets farge og smaksprofil. SCANPRO TF 70 har utmerket vannbindingsevne og du kan dermed forbedre ditt utbytte med opptil ti prosent. Funksjonelle proteiner fra BHJ Protein Foods gir deg et kvalitetsprodukt med forbedret tekstur og skjæreevne. Samtidig reduseres reseptkostnadene, og fortjenesten øker.

Poteten kan brukes til "alt"

Etterspørselen etter potetfiber har økt mye over hele verden de siste årene. Både som hovedingrediens eller som en viktig bestanddel i blandinger, har potetfiber fått et høyt bruksnivå i kjøtt- og fiskeprodukter. Potetfiberens ekstremt høye vannbindingsevne gjør det meget lønnsomt å bruke potetfiber KF 500 fra JRS i pølser og kaker. I posteier anbefaler ABC KF 200 som er mer finkornet.



Økologiske startkulturer

ABCs tyske leverandør av startkulturer har nå utviklet startkulturer for økologiske produkter ved å bruke økologisk sakkarose som bærer.

Bitec Organic GM-1 844/10 er velegnet til alle økologiske spekepølser. Kulturen utvikler en mild og ren syresmak og har tydelig fermenteringsaroma. Kulturen utvikler enzymer som gir antioksidative fordeler; harskning og fargefeil unngås.

Bitec Organic SM-96 843/10 er perfekt til økologisk fremstilt spekekjøtt. Kulturen utvikler en typisk aroma av modnet spekekjøtt og utvikler enzymer som gir antioksidanteffekter som sikrer god farge-utvikling og antiharskningseffekt. Med en svak pH-senking på produktets overflate oppnås bedre produksjonssikkerhet.

Supre muligheter

Gewürzmüller har nå utviklet en serie alginatbaserte tilsetningsstoff-blandinger med forskjellige egenskaper, Supergel ALG. Alginater er fremstilt med tang som råstoff og kan brukes som stabilisator, emulgator og fortykningsmiddel. Dette gir muligheter for å lage kalde, skjærbare fettemulsjoner. Disse emulsjonene er fryse- og kokestabile og tåler steking uten at fett og vann slipper ut. De kan brukes som spekkerstatning i spekepølser, og er også egnet som "syltespekk". Vi kan lage oste-"analoger" og kjøtt med tilvekst. Det finnes en rekke muligheter for den som vil "forske" litt. ABCs produksjef Ola Stuberg har testet Supergel ALG med meget godt resultat og gir gjerne ytterligere informasjon.



Velkommen til NEF-dagene!



ABCs produksjefer: Rolf Nygaard (f.v.), Ola Stuberg, Roger Brenna, Øyvind Fossnes, Rune Øystad, Thor Aasum og Stig Brox.

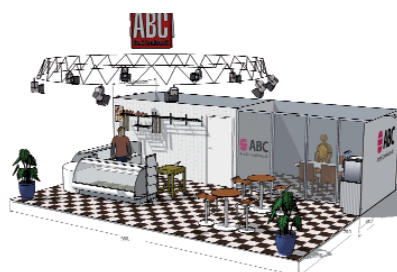
FOTO: MARIANNE OTTERDAHL-JENSEN

ABC gir deg nye impulser: Besøk oss på NEF-dagene i februar, stand nummer B05-32.

NEF-messen er Norges viktigste møteplass for leverandører, produsenter og andre aktører innen næringsmiddelindustri, emballering og foredling. Produsenter og forhandlere av matvarer som er representert på messen, står for en vesentlig del av den totale varestrømmen i Norge.

Samtidig er NEF-dagene og Smak 2011 Norges største utstillingsvindu for nye matretter. ABC har agenturer som er ledende på verdensmarkedet, og ABCs produksjefer er til enhver tid langt fremme innen testing av nye produkter og utvikling av nye resepter.

Vi i ABC synes derfor det er viktig å delta på denne fagmessen, og vi har som



sist gang valgt å profilere oss med et interiør som alle våre kunder kjenner seg hjemme i, nemlig en kjøttforretning.

Kom og smak våre spennende produkter som er produsert i pakt med forbrukernes krav til helse, miljø og smaksopplevelser.

Du kan også delta i vår konkurranse på standen og ha sjansen til å vinne en flott premie. Vi ønsker nye og gamle kunder velkommen til vår stand B05-32 på NEF-dagene på Lillestrøm 8. – 11. februar 2011.

Rekordstor tillit til norsk kjøtt

Tilliten til den norske kjøttbransjen har aldri vært større. Det viser en undersøkelse om tilliten til norske kjøtt- og eggprodukter gjennomført av Sentio på oppdrag fra fagsenteret Animalia.

69 prosent av de spurte sier de har stor eller svært stor tillit til den norske kjøttbransjen, og 77 prosent viser den samme tilliten til norske kjøttprodukter. Tilliten til den norske kjøttbransjen har aldri vært høyere i landet sett under ett i de fire årene undersøkelsen er blitt gjennomført.

– Dette viser hvor viktig det er for forbruker-tilliten at norsk kjøtt- og eggbransje leverer kvalitet i alle ledd. Det er gledelig at tilliten holder seg stabilt høy fra år til år, sier Tor Arne Ruud, direktør i Animalia.

Kilde: Pressenytt



FOTO: GRETHE RINGDAL

Ønsker svar fra kundene

ABC setter fagkunnskap og ekspertise i sentrum for å kunne være en del av utviklingen som skjer i markedet. Hvordan oppfattes dette av deg som kunde?

For at vi hele tiden skal kunne utvikle og forbedre oss, er vi avhengig av din tilbakemelding. Derfor skal vi gjennomføre en kundetilfredshetsundersøkelse på nyåret som blir sendt ut til et tilfeldig utvalg av våre kunder. Vi håper på din hjelp: Hva er det viktigste ABC kan gjøre for deg som kunde?



Markedssjef
Birger Fagernes.

FOTO: BENTE BJERCKE

Krydret samarbeid i over 60 år

Firmaet Gewürzmüllers høye krav til kvalitet i alle ledd har vært ABCs garanti for smak, kvalitet og innovasjon i over 60 år.



Firmaet Gewürzmüller GmbH ble stiftet i Tyskland i 1896 og var i fire generasjoner eiet av samme familie, helt til fusjonen med Frutarom i 2007. Selskapets høye krav til kvalitet i alle ledd fra utvelgelse av råvarer og leverandører til bearbeiding og pakking, er ABCs garanti for smak, kvalitet og innovasjon.

For GWM er hver kunde unik. Firmaet gjør sitt ytterste for å møte kundens behov, eventuelt skreddersys en løsning hvis det er nødvendig. Fra GWM får ABC et bredt spekter av førsteklasses naturkrydder, krydderblandinger og marinader til kjøtt- og fiskeindustrien.

Søsterselskapene

Gjennom søsterselskapet Blessing Biotech GmbH får ABC de kjente Bitec-startkulturene, som brukes til blant annet spekepølser og spekekjøtt. Den sterke satsingen på forskning og utvikling i selskapet gjør det mulig stadig å utvikle nye startkulturer med revolusjonerende

egenskaper, blant annet Bitec Advance som er en svært aktiv kultur, probiotiske kulturer som Bitec LS-25 Pluss og Bitec LK-30 pluss og Bitec Organic som er en nyutviklet økologisk startkultur.

Søsterselskapet Gewürzmühle Nesse som ble etablert i Tyskland i 1880 under navnet J. Staesz jun., handlet i mange år med krydder, stort sett i sin opprinnelige form.

I slutten av 1970-årene satte selskapet søkelys på kjøttforedlingssektoren etter en rekke oppkjøp og fusjonerings, og i de senere år er produktspektret også utvidet med krydder og krydderblandinger til fiskeindustrien. I dag har Nesse tre produksjonsanlegg i Tyskland – ett for fisk og hjemmemarkedet, ett for eksportmarkedet og ett anlegg betjener det økologiske markedet hvor de er blant de ledende leverandører av økologisk krydder.

I 2006 fusjonerte Gewürzmühle Nesse og Frutarom idet Frutarom kjøpte 70

prosent av Nesses aksjer. Begge selskapene så sammenslutningen som en unik vekstmulighet både for kunder, forretningsforbindelser og for selskapene.

Vellykkede fusjoner

I 2007 kjøpte Frutarom Gewürzmüller. Sammen med søsterselskapet Gewürzmühle Nesse trekker de to selskapene flere fordeler av morsselskapets verdensomfattende nettverk av smaks- og krydderprodusenter. Selskapene har store krav til sine produkter og har samlet seg om følgende produktspekter:

- Urter, krydder og smakstilsetninger
- Funksjonelle tilsetningsstoffer
- Fiskekrydder og tilsetningsstoffer til fiskeindustrien
- PICCANTOS sauser
- Økologisk utvalg av urter og krydder, tilsetninger og marinader
- Aroma og smak
- Startkulturer
- Origanox antioksidant

5. juli 2010 innførte Mattilsynet grenseverdier for de to mugggifttypene okratoksin A og aflatoksiner i ulike matvarer som tidligere ikke har vært regulert med grenseverdier for disse stoffene. Det nye regelverket og de nye grenseverdiene er harmonisert med regelverket i EU.

Mykotoksiner er en gruppe naturlige forekommende metabolitter produsert av enkelte arter av mugg. Ved høye temperaturer og høy fuktighet kan disse forekomme i høye verdier i næringsmidler. Gruppen inneholder toksiner (giftstoffer) med varierende giftighet. Muggen kan finnes på vekster for innhøsting eller den kan tilføres og vokse under innhøsting, lagring eller prosessering. Toksiner kan resultere i sykdom hos mennesker og dyr. Noen mykotoksiner, som aflatoksin og okratoksin er kjente karsinogener (kreftfremkallere).

Gjennom EU-forordning 105/2010 innfører norske myndigheter nå grenseverdier for okratoksin A i blant annet en rekke krydder. Det gjelder for chilipepper, chilipulver, cayennepulver, paprikapulver, pepper, muskat, ingefær og gurkemeie, samt krydderblandinger hvor disse inngår. Grenseverdien for disse er satt til 30µg/kg. Det er varslet at denne grensen vil strammes inn til 15µg/kg fra 2012.

For de samme krydderne er det også fastsatt grenseverdier på aflatoksiner. Disse grensene er satt til 5µg/kg for toksin B1, og 10µg/kg for summen av toksin B1, B2, G1 og G2.

I tillegg til å fastsette disse grenseverdiene, har det også blitt innført strengere offentlig kontroll ved import av visse næringsmidler som har ikke-dyrisk opprinnelse. For ABC betyr dette at enkelte av krydderne som importeres skal gjennomgå offentlig kontroll ved grensekontrollen i Oslo. Kontrollen innebærer blant annet dokumentkontroll, samt mulig prøvetaking av produktene med hensyn på aflatoksin.

ABC og deres leverandører etterlever det nye regelverket, og vil i tiden fremover også oppdatere sine datablad med informasjon om disse grenseverdiene.



Blant de ti største

Frutaromgruppen er et verdensomspennende børsnotert selskap, stiftet i 1933. Gjennom organisk vekst og oppkjøp er det i dag blant verdens ti ledende selskaper innen smak og aroma. De skaper, utvikler, produserer og markedsfører et meget stort utvalg av førsteklasses smaksstoffer og ingredienser til farmasi-, ernærings- og kosmetikkindustrien. Cirka 1500 ansatte i Europa, USA og Asia utvikler og produserer mer enn 20.000 produkter fra over 4.000 råvarer til kunder i 120 land. Gruppen har R&D-laboratorier over hele verden som drar fordel av 75 års erfaring i nært samarbeid med universiteter og forskningsinstitutter, og er dermed en partner med unike muligheter innen produktutvikling og innovasjon.

Frutarom Savory Solutions GmbH har som del av sin strategiplan å skape innovative løsninger i nært samarbeid med sine kunder, og dette gir fruktbart og

”velsmakende” samarbeid.

Frutarom markedsfører sine produkter under merkenavnene

- Gewürzmüller
- Nesse
- Blessing Biotech

Frutarom har besluttet å samle alle sine selskaper under samme navn – Frutarom Savory Solutions GmbH. Dette får ingen praktisk betydning for våre kunder – alle spesifikasjoner og sertifikater forblir gyldige uavhengig av navneskiftet, og du vil fortsatt finne Gewürzmüllers navn på krydderposene.

Frutaromgruppens globale filosofi kan oppsummeres i én setning: FRUTAROM er den ideelle partner når det gjelder smak, helse og suksess.



notiser

ABC godkjent Debio-produzent

ABC har hatt revisjonsbesøk av Debio i henhold til forskrift om økologisk produksjon og merking av økologiske landsbruksprodukter og næringsmidler, og har fått fornyet sin godkjennelse på området "Foredling, import og omsetning". Det innebærer at Ø-merket kan brukes på de aktuelle økologiske produktene ABC importerer, foredler og omsetter, samt ved informasjon og markedsføring av disse.



↓ Debio godkjent

ter og næringsmidler, og har fått fornyet sin godkjennelse på området "Foredling, import og omsetning". Det innebærer at Ø-merket kan brukes på de aktuelle økologiske produktene ABC importerer, foredler og omsetter, samt ved informasjon og markedsføring av disse.

Etisk ros til Solae

The Solae Company, ABCs samarbeidspartner innen soyaproteiner, har fått anerkjennelse som et av verdens mest etiske selskaper i 2010. Aldri tidligere har så mange selskaper vært nominert til utmerkelsen World's Most Ethical Companies. Tusenvis av firmaer i over 100 land og 36 bransjer er blitt nøye gransket. Solae fikk omtale for redelig firmapolitikk som har vært til gagn både for selskapet og samfunnet, og hevet de etiske standarder innen matindustrien.

Stadig mer deklarasjon

En næringsdeklarasjon er opplysninger om næringsmidlets innhold av energi og næringsstoffer (proteiner, fett, karbohydrater, vitaminer og mineraler), og merking av produkter er i utgangspunktet frivillig. Men hvis det fremsettes en ernæringsmessig påstand eller det er et krav i regelverket, er merkingen obligatorisk.



Kvalitetsavdelingen i ABC arbeider kontinuerlig med å legge inn næringsverdiene i sine produktdatablad og står gjerne til tjeneste dersom kundene har behov for et datablad med næringsinnhold.

FOTO: WENGHE HOEL-KNAI



Totalkontroll med TotalControlNet

Verdens ledende nettprodusent, ABCs britiske leverandør Trunature, lanserer nå TotalControl Net – verdens eneste elastiske nett med forhåndsinnstilt fast diameter.

Det elastiske nettet som er til patentering på verdensbasis, fjerner risikoen for variasjoner i produktstørrelsen. Du vil vite maksimum diameter på ditt produkt før du tar på nettet og oppnår alltid stabil kaliber.

En konstant fasong betyr at produktet ditt kokes jevnere i ovnen sammenlignet med vanlige nett. Du kan slice det ferdige produktet til en forhåndsbestemt vekt – og detaljisten trenger ikke å prise individuelt. TotalControlNet er utrolig sterkt og har tarmens fordeler med nettets styrke.

TotalControlNet vil gi deg høyere avkastning og mindre svinn – med andre ord økt fortjeneste. Ta kontakt med ABCs salgsavdeling for mer informasjon om TotalControlNet fra Trunature.

Smaksopplevelser uten smaksforsterkere

Stadig flere forbrukere blir mer bevisst på mat og helse, og etterspørselen etter produkter uten smaksforsterkere er økende. ABCs tyske krydderleverandør, Gewürzmüller, har derfor tilpasset noen av sine grillkryddere slik at de nå kan leveres uten monosodiumglutamat.

Nå kan du blant annet få tre velkjente grillkryddere uten glutamat – Weinbauer OG

Top Mix Rot OG

Haxenwürze OG

Betegnelsen OG etter produktnavnet betyr "Ohne Glutamat" – uten glutamat.

Disse velsmakende grillkrydderne er akkurat hva ernæringsbevisste forbrukere ønsker seg når de ikke vil gå på akkord med smaksopplevelsen.

