

ABCOMPENDIET 206

Samarbeid *på tvers av landegrensene*

side 2-3



Mer bestråling tross forbrukerfrykt

side 4-5



Tarmmarkedet:

Uventede hindringer gir nødvendige endringer

side 6



Allianser over landegrensene:

– Stillstand er ikke et tema

I ett år har samarbeid og dialog på tvers av landegrensene vært et sentralt tema for DAT-Schaub. ABC har hatt en sentral rolle i prosessen. Nå intensiveres satsingen. ”Krevende, spennende og helt nødvendig,” sier administrerende direktør Jan Roelsgaard om oppgavene som venter.

– Alle må se det positive i at det faktisk skjer endringer. Det er ikke nødvendigvis enkelt i en konservativ industri som preges av tradisjoner og tidligere tiders metoder. Det er en krevende balansegang, forklarer Jan Roelsgaard.

ABCompendiet møter DAT-Schaub-lederen på hovedkontoret i Kjøttbyen i hjertet av København. Her har mye endret seg de siste 15 årene. Den lille slakterforretningen er for lengst erstattet av storindustri med en annen dagsorden. Endringene skjer hurtig, og Jan Roelsgaard snakker

og tilpasningen til stadig nye marked-er. Store kulturforskjeller og ulike forretningstradisjoner gjør oppgaven med alliansebygging i selskapet til en ferd i urolig farvann.

– Den største oppgaven er å få på plass gode sosiale relasjoner. Det er omfattende – i og med at konsernet består av mange mindre enheter. En sentral ambisjon er at alle ser verdien som ligger i forskjellene oss imellom. Det er selvfølgelig også viktig at alle har den samme forståelsen av oppgavene som ligger foran oss. Dette er ikke noe vi oppnår med at ledelsen



– DAT-Schaub har en størrelse som gjør at våre leverandører ser klare fordeler med å handle med oss. Her ligger det ytterligere muligheter, sier adm. dir. Jan Roelsgaard.

Foto: Dat-Schaub

”Vi har en lang rekke suksesshistorier. Om alle bestemmer seg for å høste noe av denne lærdommen, har vi allerede oppnådd en hel del.”

Jan Roelsgaard

ivrig om videreutvikling.

– Stillstand er ikke et tema. Det er utvikling eller avvikling, sier direktøren, og spissformulerer selskapets internasjonale utfordringer. Jan Roelsgaard har vært sentral i å utvikle DAT-Schaub siden 1989. I dag er selskapet en av verdens største og mest toneangivende aktører innen tarm. Selskapet kjøpte Arne B. Corneliusen AS i 1995. Konsernet hadde et resultat før skatt på 95 millioner NOK i 2004/2005, men i DAT-Schaub er det ingen tid til å hvile på laurbærene.

Store forskjeller

Å styre omstillinger er en sentral og nødvendig oppgave for Dat-Schaub-lederen. Han erkjenner imidlertid at ikke alle deler hans optimistiske ambisjoner om effekten av endringer

kommer med et pålegg. Engasjement oppnår vi når den enkelte ser at det nytter. Da må vi bruke en hel del tid og krefter, forteller Jan Roelsgaard, som leder datterselskap og aktiviteter i 17 land.

Mye gammelt, mye nyttig

I om lag ett år har fagfolk på tvers av profesjons- og landegrenser arbeidet sammen for å kartlegge hvordan DAT-Schaub-aktørene sammen skal oppnå bedre konkurransefortrinn. Arbeidet er organisert i fire grupper; ”Ingredienser”, ”Svinetarm”, ”Fåretarm” og ”Kunsttarm”. ABCs Arne Olafsen leder gruppen ”Ingredienser”.

– Mange av våre selskaper har en omfattende historie og lange tradisjoner. Det gir oss et solid fundament. Vår felles erfaring står helt sentralt.

Endringsprosesser innebærer ikke å kaste alt det gamle, fortsetter Jan Roelsgaard. Selskapet har også ansatt en konserndirektør som har ansvaret for prosjektet.

– Manglende støtte fra toppledelsen har vært et dilemma det siste året. Det gjør vi noe med, sier han.

Vi må lære av hverandre

På spørsmål om hvilke mest åpenbare fordeler globalt- og crossborder-samarbeidet har, peker Roelsgaard på følgende:

– DAT-Schaub har en størrelse som gjør at våre leverandører ser klare fordeler med å handle med oss. Her ligger det ytterligere muligheter. Kombinert med lange lokale relasjoner til leverandører gjør dette oss totalt sett veldig sterke. Det neste jeg vil fremheve er effekten slike prosesser har i forholdet til kundene våre. Vi ser det ikke så tydelig i Norge – all den tid ABC er større på andre produktgrupper – men effekten er åpenbar i en rekke andre land. Vi må forsøke å ►



Topp moderne tarmbehandling i den nye fabrikken i Horsens. Foto: Dat-Schaub

- optimere alle punkter som kan optimeres, uten at det går ut over den lokale konkurranseevnen til det enkelte lokale selskap.

– Men viktigst av alt; vi har en lang rekke suksesshistorier. Og hvis alle bestemmer seg for å høste noe av denne lærdommen, har vi allerede oppnådd en hel del, sier Jan Roelsgaard.

Betydelig konsolidering

Det er naturlig å vie det nordiske samarbeidet mye oppmerksomhet i starten. Men til tross for språklige og kulturelle likheter: Jan Roelsgaard minner om at vi ikke må undervurdere også de nordiske forskjellene. Han mener for eksempel at vi ikke uten

videre kan sette en dansk selger til å betjene det svenske markedet.

– Men i løpet av de kommende fem årene vil vi se en betydelig konsolidering i Norden. Vårt mål er å orkestrere en optimal organisasjon i løpet av denne perioden, sier han.

Det er mange som kan høste verdifull lærdom av hvordan ABC har utviklet seg i Norge. Selskapet har hatt en stabilt god utvikling, og er blitt et av de ledende selskapene i gruppen.

– ABC har vært meget dyktige til å forankre kunden i selskapet. Det er åpenbart en effektiv måte å videreutvikle allianser på. Her kan mange lære mye av ABC, mener Jan Roelsgaard.

Hva så med fremtiden for et selskap som ruster seg for videre vekst og stadig tøffere konkurranse? Jan Roelsgaard peker på tre forhold:

- Selskapet må ha den beste produktporteføljen.
 - Selskapet må ha struktur på kostnader for å satse videre i markeder med størst potensial.
 - Selskapet må arbeide intensivt for å få de riktige medarbeiderne.
- Har vi en god organisasjon og spennende produkter i attraktive markeder, tror jeg vi får de beste menneskene. Kombinert med vårt faglig fundament gjør det oss godt rustet for fremtiden, sier Jan Roelsgaard.

Av Eirik Arnesen

Bestråling av krydder:

Sikker metode, usikre forbrukere

E.coli-saken brakte med seg en heftig diskusjon om matsikkerhet.

Norske forbrukere måtte plutselig forholde seg til begrepet ”gammabestråling”.

Mange ble usikre, men metodene er ikke helsefarlige. ABC mener industrien og myndighetene bør gjøre mer for å avmystifisere bruken av bestråling.



Trygg Mat-undersøkelsen, som ble gjennomført av MMI på vegne av Mattilsynet, viser at 28 prosent av befolkningen er bekymret for bestråling av mat. Krydder og tilsetningsstoffer er det eneste som er tillatt bestrålt i Norge, og markedssjef Leiv M. Helsing i ABC mener industrien og myndighetene kan gjøre mer for å informere og berolige forbrukerne.

– Dette er den klart mest effektive måten for å sikre at krydderet er helt fritt for sykdomsfremkallende organismer. Strålingen påvirker ikke produktet, og maten blir ikke radioaktiv. Bransjen burde ta et fellesløft for å forsikre forbrukerne om dette, sier han.

Primitiv metode

Bestråling ved hjelp av såkalte gammastråler har rutinemessig vært benyttet i Norge siden 1982. Strålingen fører til såkalt avkimming av produktet. I praksis innebærer det at en ødelegger bakterier (som Salmonella og listeria), virus og sopp. Krydder er spesielt utsatt for ulike organismer fordi produksjonen ofte skjer i utviklingsland, og rutinene for dyrking, høsting og lagring er ganske

primitive. Stråledosene er på inntil 10 kGy. Gray (Gy) er enheten for absorbert stråledose. 1 Gy = 1 joule pr. kilogram. 10 kGy er tilstrekkelig for å oppnå en vesentlig reduksjon i kimtall. Kontrollmålinger viser at opptil 10 millioner kolonier per gram ubestrålt krydder blir redusert til mindre enn 10 kolonier per gram etter bestråling. Med andre ord et tilnærmet sterilt krydder.

Slutt i 2001

Tørkede aromatiske urter, krydder og vegetabiliske smaksgivere er de næringsmidlene som er tillatt å behandle med ioniserende stråling (gammastråler, røntgenstråling eller elektrostråler). Bestemmelsene er regulert i EØS-avtalen, og gjelder alle land i EU. Store deler av bransjen sluttet imidlertid å bruke bestråling etter at et EU-direktiv fra 1. mai 2001 påla produsentene å merke varene med ”bestrålt” eller ”behandlet med ioniserende stråling”

– Det er synd at folk frykter bestråling av mat. Det er sannsynligvis årsaken til at mange krydderprodusenter vegret seg for å bestråle produktene

sine. Det kan være uheldig ut fra en totalvurdering av helsemessig sikkerhet, sa rådgiver Anders Tharaldsen i Mattilsynet til Matportalen.no.

Mer krydder til stråling

Institutt for Energiteknikk på Kjeller (IFE) utenfor Oslo er ledende her i landet innen denne teknologien.

– Etter at EU-direktivet trådte i kraft i 2001 var det nesten ingen som sendte krydder til bestråling hos oss. Men etter E.coli-saken i sommer ble det mye oppmerksomhet, og det har vært en økning i bestråling av krydder med cirka 30 prosent. Det er fortsatt langt igjen til 2001-nivå, opplyser seksjons-sjef Jon P Rambæk hos IFE.

ABC har også som bransjen for øvrig solgt lite bestrålt krydder de siste årene. Men nå går større og større kvanta til strålebehandling hos tyske Isotron, før det skipes til Norge.

– Teknisk er det ingenting som skiller metodene hos Isotron fra det som skjer på Kjeller, sier Helsing. At dette skjer i Tyskland, skyldes at ABC kjøper mesteparten av krydderet fra produsenten Gewürzmüller GmbH, som samarbeider med Isotron. ▶



Foto: IFE



► Bare for krydder

Bestråling av mat er flere ganger vurdert av hjemlige og internasjonale eksperter. WHO og EU er samstemt i at dagens strålenivå ikke utgjør noen helsefare. Årsaken til at det ikke er lov å bestråle annet enn krydder, er at matmyndighetene har besluttet at andre metoder er tilstrekkelig gode for å ivareta kravene til hygiene og produksjon. Varmebehandling og andre metoder for å redusere bakterienivået har i stor grad vært benyttet også for krydder, til tross for at behandlingen gjør at selve smaken på krydder og urter kan bli noe redusert. Når ikke

andre matvarer blir bestrålt, er det også fordi en frykter at enkelte produsenter kan fristes til å ta i bruk bestråling for å skjule dårlige hygiene- og produksjonsforhold.

Som Trygg Mat-undersøkelsen viste, har mange forbrukere en ubegrunnet angst for bestrålt mat. Det vakte derfor oppmerksomhet da Gilde og Grilstad i juni i år fortalte at de hadde besluttet å bestråle krydder som brukes i spekepølse – for å gi økt trygghet.

– Vi vil derfor umiddelbart sette i gang bestråling av krydderet som brukes i spekepølsene, sa markedssjef i Grilstadgruppen, Oskar Gjærde, til

Aftenposten.

Åpenheten fra to betydelige aktører i Norge, har bidratt til å aktualisere og avdramatisere stråling av krydder, noe som også er i tråd med Mattilsynets syn. Tilsynet oppfordrer produsentene til å bidra til at forbrukerne forstår at stråling er et viktig tiltak for å sikre hygienisk trygt krydder, og dermed redusert risiko for at krydderet er sykdomsbærer.

Av Eirik Arnesen

Kilder: Teknologisk Matforum, Mattilsynet, Aftenposten, Matindustrien, Matportalen.no og Institutt for Energiteknikk på Kjeller.

Hva skjer ved bestråling?

På 1950-tallet startet man forsøk med å bestråle matvarer for å oppnå forlenget holdbarhet. Gammabestråling er elektromagnetisk stråling tilsvarende vanlig lys, radiobølger og røntgenstråler, men med vesentlig høyere energi. Det er den høye energien som gjør at strålene ioniserer. Ifølge Institutt for Energiteknikk på Kjeller er produktene som bestråles ikke under noen deler av prosessen i kontakt med radioaktivt materiale. Strålingen av krydderet kan heller ikke danne noen form for radioaktivitet. Omfattende forskning dokumenterer at bestråling ikke fører til dannelse av konsentrasjoner av kjemiske forbindelser som kan ha giftvirkning for mennesker. Den mikrobiolo-

giske sikkerheten for bestrålte produkter er den samme som for varmebehandlede produkter. Bestråling fører heller ikke til vesentlig endring av ernæringskvaliteten på matvarene. Påvirkningen er faktisk mindre enn for tilsvarende varmebehandling.

Ikke alle matvarer egner seg for bestråling. Noen ganger kan smak, farge og konsistens bli påvirket negativt. Derfor kreves en omfattende testperiode før det kan fastslås om produktet egner seg for bestråling. Frisk frukt, ulike grønnsaker, korn og belgfrukter, lyst kjøtt og egg er eksempler på produkter som har blitt testet. I enkelte sammenheng kan det være hensiktsmessig å kombinere bestråling med andre mer tradisjonelle metoder for matvarebehandling.

Importforbud gir endringer for naturtarm:

Nye land og nye produkter

De siste månedene har importthinderet gjort situasjonen for kroatarm vanskelig. Det har også rammet ABC, og det har vært nødvendig å tenke nytt.



– Det nordiske markedet for fåretarm er betydelig, med cirka 40 prosent av forbruket i Norge. Markedet viser en spennende utvikling, og det er naturlig for oss å planlegge for en langt sterkere posisjon, ikke minst på fåretarmmarkedet, sier adm. dir Arne Olafsen i ABC. Foto: Marianne Otterdahl-Jensen

På seinsommeren besluttet EU å nedlegge importforbud av kroatarm fra Brasil og Paraguay. Gjennom EØS-avtalen må norske importører forholde seg til de samme restriksjonene. Det har skapt et underskudd på kroatarm – det skrellevennlige produktet som er en naturlig del av blant annet julepølse. Det var utbrudd av BSE som gjorde at EU fattet vedtaket. Kjøtteksporten fra de aktuelle landene, og spesielt Brasil, er hardt rammet. Tarmprodukter utgjør en liten del av den totale eksporten fra de aktuelle landene.

Finner løsninger

– Vi beklager at ABC ikke har maktet å levere som normalt. Vi har arbeidet hardt med å finne alternative leverandører med tilsvarende kvalitet, volum og pris. Dette har ikke vært enkelt, for slike prosesser tar nødvendigvis en del tid. Europeisk kroatarm er ikke lenger et alternativ, og vi har i den senere tid arbeidet med en produsent i Uruguay. Det ser ut til at vi om ikke lenge skal kunne betjene størstedelen av etterspørselen, blant annet gjennom direkte import, sier Arne Olafsen, adm. dir. i ABC.

– Etterspørselen etter tarmer har vært så stor i Europa at flere av de store importørene kun har gitt dagspriser.

Naturlig veivalg

Det er ikke bare innen kroatarm det skjer restrukturering hos ABC. Selskapet har en strategi for å gjenerobre en betydelig posisjon også på fåretarm. Kvalitetskravet til fåretarm er som kjent ekstremt høyt her i landet, og det har tradisjonelt vært store svingninger i markedsposisjoner og -andeler. Det ubeskjedne målet er å doble markedsandelen innen fåretarm i løpet av 2007. Men hvorfor denne offensive satsingen?

– Tradisjonelt har ABC vært sterke på naturtarm. Området fåretarm har imidlertid blitt nedprioritert noe de siste årene. Det nordiske markedet er betydelig, med cirka 40 prosent av forbruket i Norge. Markedet viser en spennende utvikling, og det er naturlig for oss å planlegge for en langt sterkere posisjon. Selv om markedet for svinetarm er betydelig mindre, har vi til hensikt å øke innsatsen også i denne varegruppen, forteller Olafsen.

Vanskelig og motiverende

En viktig årsak til satsingen er at ABC har vært aktive som produktutvikler av pølser – eksempelvis spesialpølser. Målet skal nås gjennom samarbeid med nye og bedre leverandører. Økt satsing på "skreddersøm" sammen med kundene er avgjørende for å nå målet.

– Mange har blitt overrasket over at naturtarm fortsatt står sterkt i forhold til kunsttarm. For et selskap med våre tradisjoner og spisskompetanse er det naturlig hele tiden å følge utviklingen med argusøyne. Vi vet at markedet for fåretarm er spesielt krevende, men det er samtidig en ekstra motivasjon, sier Olafsen.

Av Eirik Arnesen



– Det er positivt at vi har stabile kunder med et godt distribusjonsnett, sier Marie Steinslien, produktutvikler kjøtt/fisk i Tine Ingrediens (til venstre), her sammen med fagkonsulent Janne Haugdal. Foto: Christer Søberg Olsen

Blander seg med kundene

ABCs samarbeid med Tine Ingrediens har ført til mange nyutviklede produkter.

– Vi ser på løsninger med våre produkter opp mot kundens sluttprodukt. Vi vil legge til rette for at kunden kan møte markedet med best mulige forutsetninger, sier fagkonsulent Janne Haugdal i Tine Ingrediens.

Egne spesialister

Kundefokuseringen har fått praktiske konsekvenser for avdelingen. Produktbredden er større. Melkepulver, som ABC har kjøpt i årevis, er ikke lenger bare melkepulver. Tine BA har 90 mennesker som arbeider med forskning og utvikling. Ingrediensavdelingen har et nært samarbeid med disse, og flere er nærmest blitt pulverspesialister. Avdelingen har også egne spesialister, for eksempel konditor, pøsemaker og baker. For å kunne sette

seg inn i kundenes utfordringer behøves folk som snakker samme fagspråk som kundene. Avdelingen har også investert i topp moderne utstyr for å ha gode forsøksmuligheter.

Fiskefarse med ost

ABC og de andre kundene kommer nå til Tine med konkrete kundecases. For å løse kundens utfordringer etableres felles prosjekter med god, gjensidig kunnskapsoverføring.

Fokuseringen på ideer og løsninger for kunden og kundens kunder er blitt det viktigste konkurransefortrinnet. Ett eksempel er produktutviklingsdager hvor kundene kommer med kreative forslag til nye produkter. Da kan det dukke opp ønsker om nye produkter – som fiskepuding med ost og andre uprøvde blandinger.

Erfaringer deles på tvers av fagdisipliner og bedrifter. Slik økes kompetansen både i Tine, hos kunden og hele næringsmiddelbransjen. I en forholdsvis liten norsk nærings-

middelbransje er samarbeid nøkkelen til fortsatt vekst.

Satser norsk

– Det er bra at det blir norske ingredienser i norsk mat, sier pøsemakermester og produktutvikler for kjøtt og fisk, Marie Steinslien. Tine ønsker nettopp å ivareta norske mattradisjoner. Men norske mattradisjoner er ikke et godt nok argument når utenlandske produkter banker på døren. Derfor har de stor kunnskap om spørsmål rundt import. De importerer selv noen varer fra utlandet. Tines kunder henvender seg gjerne til konsernet for hjelp med juridiske spørsmål og spørsmål om merkeregler, forskrifter og tilsetningsstoffer.

Av Christer Søberg Olsen

Tine Ingrediens

- 15 ansatte
- Lokalisert i Oslo, sammen med Tines FoU-avdeling, Stavanger og Trondheim.
- Fire selgere dekker hele Norge.

Norsk Kjøtthandel:

Fra tarm til tele, fra krydder til kraft

Norsk Kjøtthandel AS (NK) ble etablert i 1992. Skepsisen var stor hos leverandørene, ikke minst hos Arne B. Corneliusen (ABC). I dag er det godt samspill mellom aksjonærene, og god tone overfor motspillerne.

– Da Jøran Olsson ble daglig leder spurte han, med solid erfaring fra egen kjøttbedrift, hva aksjonærene egentlig ville med NK. En periode med uro og motstridende interesser blant aksjonærene tok slutt. Olsson gjorde det også lettere for oss på den andre siden av bordet å forholde oss til selskapet, bekrefter markedssjef Leiv M. Helsing i ABC.

Jøran Olsson er beskjeden om egen rolle, men ryddet opp internt og eksternt etter at han kom inn som daglig leder. Olsson har også utvidet NKs virkefelt fra tarm til tele, og krydder til kraft.



ABC til alle

NK eies av 135 små og store aksjonærer som alle er private kjøttbedrifter. De fire siste årene er overskuddet utbetalt som bonus til aksjonærene. Gilde, Spis, Nordfjord og NK har til sammen mye av makten i kjøttbransjen. Like dominerende som de er

samlet, like intens er rivaliseringen mellom de fire store, ikke minst når det gjelder å oppnå de beste leverandøraftalene.

ABC er leverandør til de fire store.

– Vi skulle tatt ABC hardere i avtaleforhandlingene, sier daglig leder Jøran Olsson i Norsk Kjøtthandel AS.

Med Olsson som leder tok NK et strategisk valg for å rydde opp i avtalene på leverandørsiden. Først måtte enkelte eksterne eierforhold og interne avtaler avklares. Deretter lå alt til rette for den avtalen NK ønsket med ABC.

– Hvorfor fikk dere ikke en bedre avtale?

– Vi synes vi har et spesielt ansvar for å opprettholde konkurransen i bransjen, også på leverandørsiden. Derfor var avtalen med ABC noe vi ikke tok sjansen på å miste, sier Olsson.

Arven fra far

Jøran Olsson (46) er pølsemaker. Han gikk i lære i farens bedrift før han overtok og drev bedriften videre sammen med broren i 15 år. Bedriften ble solgt i 2000. Da overtok Olsson, som var NKs styreleder fra starten i 1992, den daglige ledelsen av NK. Som styreformann reiste han rundt på 90-tallet for å overbevise om fordelene.



Daglig leder Jøran Olsson har effektivisert Norsk Kjøtthandel med IKT og moderne telefoni, og bygget tillit både i egne rekker og overfor samarbeidspartnerne på leverandørsiden.

Foto: Øystein Hagen

Fra tusenårsskiftet ble utfordringen å vise realiteten i egne argumenter, og deretter utvide innkjøpssamarbeidet til felles innkjøp av produkter og tjenester ut over kjøttbedriftenes kjerneråvarer. Enkelt sagt utvidet Olsson sortimentet i innkjøpsfellesskapet fra tarm til tele og fra krydder til kraft.

– Bemanning er en økende utfordring. En fordelaktig vikaravtale med Adecco er kommet til, og OTP og andre forsikringstilbud blir også stadig viktigere, forteller Olsson, og peker ut framtida videre.

Toll tar over

Selskapet ble etablert for å samordne innkjøp og eksport.

Bakgrunnen finner vi i bransjens historie. Etter okkupasjonen av Norge under 2. verdenskrig var det underproduksjon av kjøtt. Etter hvert ble problemet forsøkt styrt med statlige lisenser på import, delt mellom kjøttsamvirket og de private produsentene i forholdet 6:4. Å være innehaver av statlig lisens var nesten som å ha tillatelse til å trykke penger. ►

”ABC har en solid salgsstab med gode fagkunnskaper og lang fartstid. De vet hva de snakker om. De er ute på veien, møter og snakker med folk i bransjen.”

Jøran Olsson

- – Norsk Kjøtthandel ble etablert for å gjøre den private kjøttbransjen konkurransedyktig, forteller Olsson.

Mange – ikke minst leverandørene – så på innkjøpssamarbeidet og NK som en blanding av mannen med låen og hår i suppa, blant dem ABC.

Så kom en endring i 1992 da Verdens handelsorganisasjon (WTO) gikk over fra et importregime til et regime med høye tollsatser. Tidligere var det forbudt med import uten lisens, nå kom fri import med høye tollsatser, mens en begrenset import, tre prosent, ble lagt ut på auksjon med nedsatt toll.

Med Nei til EU i 1994 ble eksport uaktuelt.

– De siste årene er pris, leveringsbetingelser og kvalitetskrav standardisert. Handlefriheten for leverandørene er begrenset. Spontane prisendringer blir ikke akseptert, og det er ikke alltid like populært, sier Olsson, som respekterer ABC.

Gjensidig respekt

– ABC har en solid salgsstab med gode fagkunnskaper og lang fartstid. De vet hva de snakker om. De er ute på veien, møter og snakker med folk i bransjen. ABC som bedrift er også en seriøs motpart, lojale mot avtaler som er inngått. Skulle noe gå skeis, og noe er det alltid i et varig forretningssamarbeid, går de inn for å rette opp det som har gått galt. En seriøs og profesjonell motpart på alle måter.

– Ingen motforestillinger?

– Det er et spørsmål om de sprer seg litt vel mye når de nå også satser på emballasje. I motsetning til mange andre i bransjen, som forsøker å spesialisere seg, satser ABC stadig bredere og på flere produkter. Det later til å være en gjennomtenkt og overlagt strategi bak alt de gjør, men når det gjelder emballasje er jeg altså en smule skeptisk.

Uten byråkrati

NK er et forbilde i fravær av unødig byråkrati. I tillegg til Olsson som daglig leder er May Larsen ansatt som administrasjonskonsulent. Flere er de ikke. Omsetningen per ansatt blir gedigen når den i 2006 runder 200 millioner. Desto mer sluses tilbake til aksjonærene. Arbeidet får de unna ved avansert bruk av IKT-systemer, nett og moderne telefoni.

Av Øystein Hagen



Norsk Kjøtthandel eies av 135 små og store aksjonærer som alle er private kjøttbedrifter. Foto: OFK

notiser

Markedsavdelingen i ABC på studietur til Tyskland

Tyskland er verdens største marked for spekepølser. Det er registrert mer enn 300 spekepølseprodukter. Det sa professor Walter P. Hammes, en av Tysklands fremste kapasiteter innen områdene bioteknologi, fermentering og spekepølseproduksjon. Han er tilknyttet utviklingsavdelingen ved Gewürzmüller GmbH i Stuttgart. Professor Hammes holdt foredrag for ABCs markedsavdeling om "Startkulturer i kjøtteknologi". Foredraget berørte alle aspekter og fordeler ved tilsetning av bakteriekulturer ved spekepølseproduksjon. En viktig videreutvikling er kunnskapen om beskyttelseskulturer: melkesyrebakterier med bakteriosinproduksjon. Disse har dokumentert effekt mot *Listeria Monocytogenes* og de problemer denne bakterien kan gi i kjøttprodukter. Foreløpig er det ikke funnet beskyttelseskulturer som har effekt mot *E.coli* og *Salmonella*. All forskning viser at det i hovedsak er tilsetning av nitratt og senket pH som har effekt i denne sammenhengen.



ABC er blitt Debio-godkjent

ABC er nå blitt Debio-godkjent for å produsere økologiske krydderblandinger. Dette skjer i en tid hvor økologisk mat er på frammarsj. Sju av ti norske forbrukere ønsker seg flere økologiske matvarer, ifølge undersøkelser i forbindelse med lanseringen av "Naturlig bortskjemt mat"-kampanjen. Nesten åtte av ti mener at økologisk mat er sunnere enn vanlig mat. Økologisk mat har til nå vært et nisjeprodukt for en liten gruppe rike konsumenter i den vestlige verden, men nå viser tall fra blant annet England, Sverige og Danmark at omsetningsveksten har vært opptil 30 prosent det siste året. Regjeringen i Norge har som mål at 15 prosent av matforbruket her til lands skal være økologisk innen 2015.

Setter pris på pølser

Pølser bør være en viktig del av et variert kosthold, og i Norge deler mange denne oppfatningen: Det selges 49.302 tonn pølser i året her i landet. Av disse er 6.723 tonn spesialpølser som bratwurst og vossakorv.



Omsetningen øker for snadderpølser, som er grove pølser med mye smak. De vanlige grillpølsene er vinneren, tett fulgt av kjøttpølser og wienerpølser. Ved en nylig gjennomført undersøkelse utført av MMI, svarte seks prosent at de hadde spist pølser til middag dagen før.

Satser mer i øst

Thomeko OY er selskapet som har kommet ut av fusjonen mellom finske Thomeko Oy og DAT-Schaub-selskapene i Finland og Estland 1. september i år.

Thomeko OY har de største firmaene innen næringsmiddelindustrien i Finland som kunder. DAT-Schaub og Thomeko var begge allerede representert i de baltiske land, og i stedet for konkurranse vil fusjonen gi det nye selskapet økt konkurranseevne og forbedret markedsposisjon. Kundene vil dra fordeler av økt kompetanse og et effektivt samarbeid.

Matallergi snart en saga blott?

Ifølge forskere ved universitetet i Amsterdam er en vaksine mot molekylene som utløser allergiske

reaksjoner, innen rekkevidde. Matallergi kan derfor bli så godt som utryddet i løpet av ti år. Omtrent 1 av 70 er allergiske mot produkter som peanøtter eller skalldyr. Vaksinen, som er uten bieffekter, kan forandre livet for folk som er vant til å

sjekke maten nøye. Ny genteknologi blir nå brukt i forsøk på å redusere effekten av proteinene som skaper reaksjonene.



Mat som kan utgjøre høy allergirisiko er melk, egg, hvete, peanøtter, skalldyr, fisk, soya og paranøtter eller cashewnøtter.

Mattrygghet foran leveringssikkerhet

Tittelen henspiller på ABCs kvalitetsmål basert på erfaringene fra E.coli-saken tidligere i år. Blant nye tiltak for økt sikkerhet er et strekkodesystem med batch-nummer for å gjøre det enklere å spore produkter.

21. mars i år ble ABC trukket inn i den såkalte E.colisaken ved at mistanken også ble rettet mot krydder. E.colismitte og nyresvikt hadde rammet barn, og saken var svært alvorlig. Årsaken til at krydder ble nevnt som en av flere mulig smitekilder, var myndighetenes behov for ikke å utelate potensielle spor, og opprettholde maksimal informasjonsflyt til bransjen og forbrukerne. ABC måtte gå gjennom alle kvalitetsrutiner og følge alle tenkelige spor internt og eksternt for å finne ut om krydder faktisk kunne være årsaken til E.colismitten. 7. april frikjente Mattilsynet krydderet, og ABC kunne vende tilbake til hverdagen – med nye erkjennelser.

Rutinene fungerte

– Jeg tror E.colisaken var en vekker for oss. Den fikk satt mattrygghet enda høyere på dagsordenen. Vi har fått bekreftet hvor viktig det er å plassere mattrygghet enda høyere på prioriteringslista enn leveringssikkerhet, sier Anja S. Heradstveit, kvalitets- og matsikkerhetsansvarlig i ABC.

– E.colisaken bekreftet også at rutinene våre fungerer. Vi har god dokumentasjon og sporbarhet for våre produkter, sier Heradstveit.

Vurderingen støttes av Det Norske Veritas (DNV), som besøkte ABC i mai for å resertifisere bedriften i henhold til ISO 9001:2000-systemet. I E.colisaken ble det vist god styring på dokumentasjon og sporbarhet, skriver DNV.

Enda bedre system

Selv et godt system kan bli enda bedre. En av erfaringene fra E.colisaken var at det ble svært arbeidskrevende å spore opp hvilke kunder som hadde fått hvilke forsendelser med krydder.

– Rundt årsskiftet vil vi starte med et strekkodesystem som blant annet har batch-nummer. Med dette unike nummeret vet vi hvilken batch (parti) som havner hos hvilken kunde. Vi håper dette systemet kan begrense behovet



– Med dette unike nummeret vet vi hvilken batch (parti) som havner hos hvilken kunde, sier Anja S. Heradstveit, kvalitets- og matsikkerhetsansvarlig i ABC. Foto: Terje Owrehagen

for eventuelt å måtte trekke tilbake store mengder av en vare hvis en alvorlig sak skulle oppstå igjen, sier Heradstveit.

Ny beredskapsplan

I DNVs rapport etter resertifiseringen ble det påpekt at E.coli er en av flere potensielle mikrobiologiske farer i vareflyten. DNV sa i sin oppsummering for ledelsen at den også bør være på vakt mot andre mikrobiologiske farer for krydder. Dette kan være Salmonella, sporedannere, Staph. aureus og mugg. Vurdér å ta ekstra prøver av krydder, og vær enda mer oppmerksom på krydder som brukes til matproduksjon uten å varmebehandles, konkluderte DNV.

DNV mente også at lærdommen fra E.colisaken bør brukes til å forberede organisasjonen på andre hendelser som kan komme. Nye hendelser kan angå andre områder av bedriften. En god beredskapsplan bør ta høyde for at man ikke vet hvilken krise som kan oppstå neste gang.

– Vi har utarbeidet en beredskapsplan som gir oss rask og enkel oversikt

over kontaktpersoner hos leverandører og hvilke produkter som kan være kritiske, sier Heradstveit. Også produksjonsprosesser og renholdsrutiner evalueres jevnlig for å begrense faren for uønskede hendelser. Men en kvalitets- og matsikkerhetsansvarlig erkjenner svakheten i ethvert godt system:

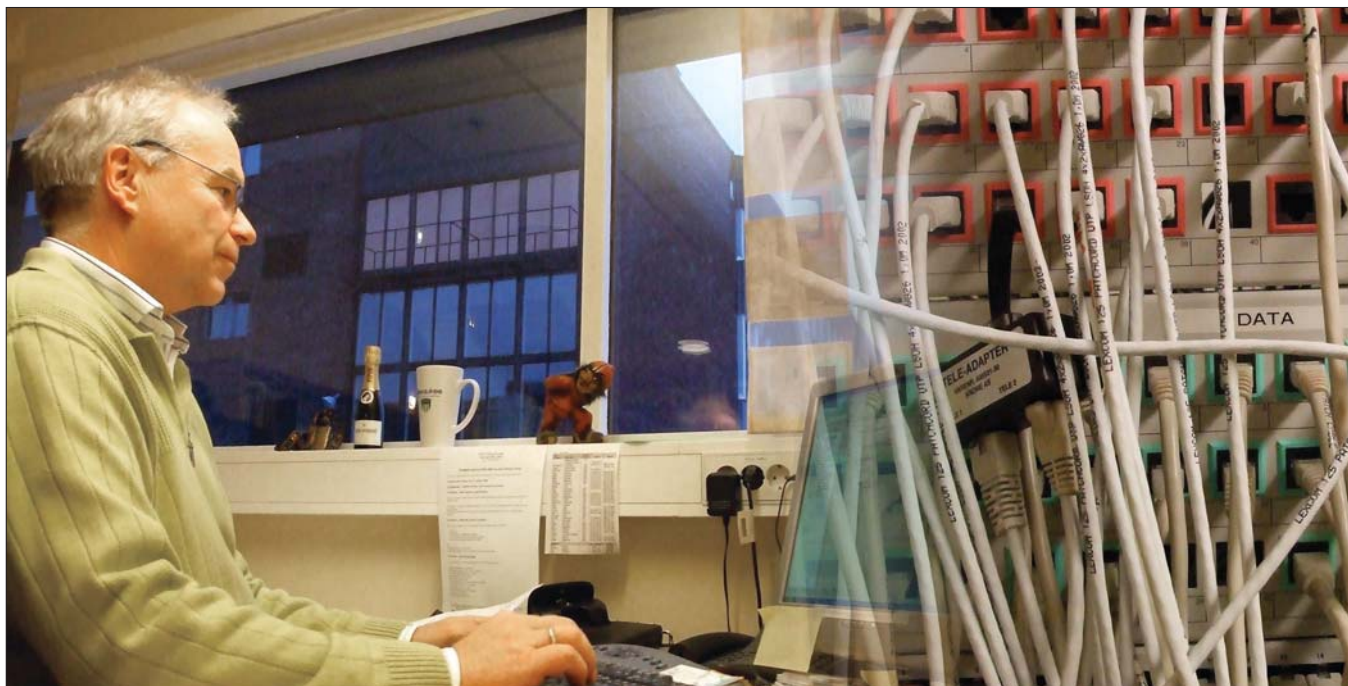
– Vi er bare mennesker. Og mennesker svikter av og til.

Av Terje Owrehagen

Allergiforum endres

Interessenettverket Allergiforum, som skal styrke næringsmiddelindustriens kunnskap om allergi og allergener, avvikles i sin nåværende form. Det skal tas et nytt initiativ neste år for å videreføre arbeidet med å utarbeide en standard for allergennivåer. Det vil også bli lagt vekt på kommunikasjon og opplæring internt og eksternt.

Cøliakiforeningen, Norges Astma- og Allergiforbund, dagligvarekjedene, bransjeorganisasjonene, Mattilsynet, Voksntoppen og enkeltbedrifter deltar. ABC vil være med i dette arbeidet og ønsker å være en pådriver for å få utarbeidet en ny standard.



– Innføringen av Movex har krevd store ressurser, forteller IT-ansvarlig Erik Ekornhol i ABC. Foto: Eirik Arnesen/montasje

Krevende datahøst gir sikker drift

Informasjonsteknologi har vært et hett tema hos ABC denne høsten, i og med innføringen av systemet Movex. Det har krevd store ressurser, men vil innebære betydelige fremskritt når det gjelder service, produksjon, sporing og sikkerhet.

– Innføringen av nye IT-systemer gir alltid overraskelser. Dette prosjektet har ikke vært noe unntak. Det har vært krevende uker, sier Erik Ekornhol, IT-ansvarlig hos ABC. Overgangen fra det tidligere MOCS-systemet til Movex har vært planlagt en god stund, og det manuelle arbeidet og opplæringen startet etter sommerferien. Movex er et ERP-system utviklet av svenske Intenia (nå Lawson), og er en konkurrent til SAP.

Først utenfor Danmark

– Hovedårsaken til at ABC gikk for akkurat denne løsningen er først og fremst at DAT-Schaubs hovedkvarter i København har benyttet løsningen i om lag fem år, forteller Ekornhol. Konsernet har virksomheter i en rekke land over hele verden, og i en tid med økt fokusering på allianser, samhandling og effektivitet, er felles IT-plattform et sentralt tema. ABC er det første datterselskapet utenfor Danmark som tar løsningen i bruk. Det har medført en del utfordringer. Ekornhol er glad for at ABC-kundene

stort sett har vært tålmodige de siste månedene. Det er ikke til å stikke under stol at en del prosesser har blitt påvirket negativt som en følge av overgangen til Movex.

Systemet er som nevnt gjennomgripende og komplisert

– Ikke bare må vi tilpasse systemet til bedriften, men vi må også tilpasse bedriften til systemet. Å endre rutiner tar tid. Det er ressurskrevende når 600 resepter og alle våre 2000 varer skal behandles manuelt, sier Ekornhol, som opplyser at selve overgangen fant sted 30. september, i forbindelse med overgangen til nytt regnskapsår.

Mer service – hos kunden

– Oppsummert skal det nye systemet bidra til at våre kunder får varene hurtigere og med større presisjon. Med andre ord – bedre service. Movex gjør hele varestrømmen mer effektiv, og sørger for at arbeidsprosessen fra råstoff, lager, bearbeiding, levering og fakturering er integrert på en mer effektiv og forpliktende måte. forklarer Ekornhol, som forteller at antallet

restordre vil gå vesentlig ned når overgangen til Movex er sluttført.

Med Movex kan også selgerteamet i ABC arbeide langt mer interaktivt med kundene sine enn tidligere. Reell planlegging, ordre og lagerstatus kan tas direkte ute hos kundene, noe som gjør at ABC kan assistere kunden med produksjonsplanlegging enda mer effektivt.

Lettere å spore

– En gjennomautomatisert hverdag har mange fordeler. En av de aller viktigste er funksjonalitet ved batchstyring og sporbarhet. En utfordring vi hadde under E.coli-saken i vår var at vi brukte timer på sporing. Tilsvarende jobb ville tatt sekunder i dag, forteller Ekornhol.

ABC har rundt 600 kunder, og målet er optimal service til hver enkelt. Ekornhol opplyser at det trolig vil ta en del tid før Movex fungerer optimalt, men at systemet på sikt vil gi betydelig gevinst for kundene og ABC.

Av Eirik Arnesen

Velformet med Magna Super hvit



Trunature har utviklet et nett med 72 ruter, kalt Magna Super hvit. Nettet er 20 prosent sterkere enn et vanlig Magna-nett, og skrelleevnen er mye bedre enn med nett med færre ruter. Du oppnår også særdeles velformede produkter med det høye antallet ruter. Magna Super Hvit passer godt til skinkesteker og sammensatte produkter.

Marinade året rundt

Marinade passer ikke bare til saftig, velsmakende kjøtt når det er sol og sommer. ABCs krydder- og marinadeleverandør, Gewürzmüller GmbH, lanserte i år Hvitløk-Urtmarinade 411/26. Urtene har



satt en frisk grønn farge på marinaden, og smaken er utmerket både til biffer av storfe, lammekjøtt og hvit fisk. Mesterkokkene hos Gewürzmüller gir oss denne oppskriften som passer like godt for stekepanne som til grill: Kutt svineakken i cirka 180 g koteletter; smør marinaden jevnt på begge sider og la marinaden virke i cirka 12 timer ved 4 °C.

Scanpro Beef 95 Halal-godkjent

ABCs danske leverandør av høyfunksjonelle proteiner, BHJ, har fått halal-godkjenning for Scanpro Beef 95, som kan brukes i mange forskjellige kjøttprodukter.



Proteinet passer like godt til injiserte produkter som til farser og kvernede produkter.

Ved bruk av Scanpro Beef 95 i for eksempel burgere eller marinert kjøtt oppnår du et saftig og mørt sluttprodukt. Det høyfunksjonelle proteinet binder opptil 15 ganger sin egen vekt i vann og har en enestående fettbindende evne i varme emulsjoner. Proteinene er nøytralt i smak og farge og gir høyere utbytte gjennom mindre koke/steke-svinn. Scanpro Beef 95 er en naturlig ingrediens, laget av sør-amerikanske kjøtttråvarer og er ikke GMO- eller allergifremkallende.

Et hav av produkter i NM

For tredje gang har ABC-avdelingen Ørako vært medarrangør av NM i Sjømatprodukter, og markedssjef Bård Monsen har som tidligere vært med i dommerpanelet. Det ble i år konkurrert i klassene fiskekaker, fiskekarbonader, fiskepudding, fiskeboller, fersk fiskekrateng samt åpen klasse.

Målet med konkurransen er å stimulere norsk fiskeindustri til å lage stadig bedre produkter og å utvikle nye produkter i takt med endringer i forbrukernes smak og spisevaner. Det har vært en rivende utvikling i utvalg og produktkvalitet de siste årene. Der hvor det tidligere var noen få forskjellige typer



Markedssjef Bård Monsen i Ørako (t.h.) var med i dommerpanelet under årets NM i Sjømatprodukter.

fiskekaker, er det nå et hav av forskjellige produkter; baconkaker, ost & bacon-kaker, steinbitkaker, sildekaker, koljekaker, fiskekak-er med gurkemeie, laksekaker, ørretpølser og en mengde patéer.

Norsk mat er "in"

Norsk tradisjonsmat er på full fart tilbake, og husmannskost er den nye trenden innen mat. Flere restauranter har nå et godt utvalg av gamle norske matretter på menyen, og trendene derfra har en tendens til å påvirke dagligvarebutikkene. Interessen for å holde tradisjoner i hevd øker også i unge familier. Trendanalytikerne mener det er et nostalgisk ønske om å gå tilbake til våre hjemlige tradisjoner, det opprinnelige og ekte. "Mors kjøttkaker" fleipes det mye med, men

faktum er at kjøttkaker fortsatt er en kjempepopulær middagsrett. Hele 75 prosent sier i en undersøkelse at de spiser kjøttkaker minst én gang i måneden, og 48 prosent spiser kjøttkaker to-tre ganger per måned eller oftere. Også salg av færikålredienser selger som aldri før - åtte av ti nordmenn spiser færikål. Færikål ble i sin tid kåret til Norges nasjonalrett og har i dag fanklubb.



Purac sterke på halal- og koshermarkedet



Purac biochem bv, ABCs nederlandske leverandør av organiske syrer og laktater, er nå kosher- og halal-sertifisert på de fleste produksjonslinjene. Kosher- og halal-dietter er basert på strenge kostholdslover, og det er mange krav som skal møtes før man får et godkjent sertifikat. Ifølge Purac har cirka 75 prosent av alle ferdigretter, og de fleste store merkevarene, en form for kosher-sertifisering. Markedet for halal-mat er sterkt økende over hele verden, og Purac ser derfor nye markedsmuligheter for sine sertifiserte tilsetningsstoffer.

Faglig sammenslåing

For å sikre et godt og likeverdig tilbud landet over for elever som ønsker å jobbe med mat, og bedrifter som ønsker lærlinger, er baker/konditor, sjømatfagene, fagoperatør industriell matproduksjon og kjøttfagene slått sammen til et felles andre år på videregående skole. Programfaget er delt inn i 3 områder:

I "Fra jord og fjord til bord" blir det lagt vekt på mat og drikke som næringsmiddel og som kulturbærer i samfunnet.

"Trygg mat" skal utvikle kunnskaper om og holdninger til næringsmidler, kosthold og en helsefremmende livsstil.

Det tredje området tar for seg restaurant- og matfagene som arbeidsplass.

Kundetilfredshetsundersøkelse i ABC:

Svært gode skussmål

ABCs kunder er svært fornøyd med ABCs produkter og tjenester. Det viser en undersøkelse om kundetilfredshet utført i september. Kundene mener det meste fungerer veldig bra, men på noen områder kan det bli enda bedre.



Inger Tolg Johansen og Kenneth Brun kan glede seg over mange fornøyde kunder.

Foto: Eirik Arnesen

128 kunder felte sin dom over ABC i en elektronisk utført kundeundersøkelse gjennomført av markedsanalyse-selskapet Refleks i september. Hovedkonklusjonen er at brorparten av kundene i undersøkelsen har et overveiende positivt inntrykk av ABC.

- Undersøkelsen bekrefter den sterke posisjonen ABC har i det norske markedet, sier markedssjef Leiv M. Helsingen i ABC.

Helsingen mener kundene har ekstremt store forventninger til ABCs produkter og tjenester, og stort sett blir de innfridd. ABC yter jevnt over veldig

gode leveranser, og kundene har i det store og det hele svært gode erfaringer. Det er godt samsvar mellom kundenes forventninger og erfaringene de har med ABC.

Riktig pris

Kundene mener ABCs produkter og tjenester er riktig priset. Mange er også fornøyd med utviklingsarbeidet, og sier at ABC "bruker mye ressurser og er en god støtte" i så måte.

Enkelte sier at ABCs personell er grundige, kunnskapsrike og flinke til å stille opp for å finne svar på spørsmål

kunden lurar på. Konkrete utfordringer blir løst kjapt og effektivt, med gode tilbakemeldinger og statusrapport underveis. Tilpasning av produktet til kundens behov får også pluss i margin.

Mange kunder mener ABCs fagkunnskap er særlig sterk innen krydder, tarmar, tilsetningsstoffer og tradisjonelle pølse-makeroppgaver. Salgsavdelingen berømmes for bred fagkunnskap, og kundene synes de får svar fra riktig person med god kunnskap om fagområdet. Noen synes ABC har god fagkunnskap innen "det meste vi etterspør".

Skal bli enda bedre

Til tross for mye ros, er det fortsatt rom for å bli enda bedre.

- Det kan virke som om kundenes forventninger jevnt over er høyere enn tilfredsheten de opplever. Spesielt ser vi at produktutvikling er et område som kan forbedres. ABC vil arbeide med å forbedre

seg på dette området i året som kommer, sier Helsingen.

Blant kundenes forslag til hvordan ABC kan gjøre en enda bedre jobb, er det noen som mener bedriften bør bli flinkere til å gi tilbakemeldinger ved reklamasjoner. Noen etterlyser flere kundebesøk, fagseminarer og "et fullt oppegående prøvekjøkken med alle muligheter".

Dette hjertesukket fra en kunde er det derimot lite sannsynlig at ABC kan gjøre noe med: "flytt til min by".

Av Terje Owrehagen

Mattilsynet tapte tillit

Norske forbrukere er skuffet over institusjoner som Mattilsynet etter E.coli-krisen, viser en SIFO-undersøkelse. I en Veritas-rapport er konklusjonen at Mattilsynet ikke var godt nok forberedt på en så omfattende matkrise.

Da en av de mest medieomtalte matskandalene i Norge utfoldet seg i vinter og vår, kom Mattilsynet under press fra mange hold. Etaten hadde svært høy troverdighet før skandalen, mens matindustrien hadde svært lav troverdighet, konkluderer SIFO-rapporten "Trassig tillit? "utarbeidet for Forbrukerrådet.

På forhånd var det bare sju prosent som mente at matindustrien ville fortelle den hele og fulle sannheten om en mulig matskandale. I den aktuelle E.coli-saken var det derimot 47 prosent som mente at Gilde fortalte hele sannheten. Bare 40 prosent mente det samme om Mattilsynet, altså en betydelig svikt i tilliten til etaten som skal se til at norske forbrukere kan kjøpe mat vel vitende om at den ikke fører til sykdom.

Datamaterialet i undersøkelsen ble hentet inn i slutten av april, etter at 18 personer var smittet av E.coli-bakterien. Det var nettopp avdekket at Sognemorr fra Gilde/Terina var smittekilden, ikke den lenge mistenkte kjøttdeigen fra Gilde.

Ikke godt nok forberedt

I en rapport fra Det Norske Veritas, bestilt av Mattilsynet, blir det konkludert med at Mattilsynet ikke var godt nok forberedt på en matkrise av slike dimensjoner. Veritas påpeker også at organisering og gjennomføring av krisehåndteringen ikke var tilfredsstillende. Den formelle krisehåndteringen ble ikke iverksatt, og samhandling, kommu-

nikasjon og informasjonsflyt med eksterne aktører fungerte ikke tilfredsstillende.

– Dette er en beskrivelse som vi langt på vei kjenner oss igjen i. E.coli O-103-saken var en enorm utfordring for oss, og vi merket selv at vi ikke var tilstrekkelig forberedt. Vi føler at vi klarte å forbedre oss og endre oss i løpet av saken, men det er ingen tvil om at vi har et tydelig forbedringspotensial, sier adm. dir. Joakim Lystad i Mattilsynet.

Veritas mener E.coli-saken kan føre til et bedre og mer effektivt mattilsyn forutsatt at det blir satt i verk effektive og tydelige forbedringstiltak.

Fortsatt stor mattillit

Konsekvensen av E.coli-skandalen er at mange forbrukere spiser mindre av – eller har sluttet helt å spise – spesifikke matsorter, viser SIFO-undersøkelsen. Likevel er tilliten til mat fortsatt på et stabilt svært høyt nivå i Norge sammenlignet med andre land i Europa, ifølge forsker Lisbet Berg, som har skrevet rapporten.

E.coli-skandalen førte også til at mange forbrukere har endret praksis i omgang med mat. 60 prosent av alle kvinner og nesten annenhver mann sier at de har begynt å steke kjøttet bedre og/eller har begynt å bruke forskjellige kniver og fjeler til ulike råvarer.

Av Terje Owrehagen



Adm. dir Joakim Lystad og hans medarbeidere i Mattilsynet får kritikk i nye rapporter fra SIFO og Det Norske Veritas.

Foto: Mattilsynet

Rekordstor deltagelse i NM for kjøttprodukter

Kjøttbransjens Landsforbund, i samarbeid med Opplysningskontoret for Kjøtt, har også i år arrangert NM for kjøttprodukter. Det var rekordstor deltagelse både i antall bedrifter og produkter. Dette viser at konkurransen er viktig for bransjens aktører. Konkurransen var delt i to: et ordinært NM (ni klasser med forskjellige produkter) og NM for



Juleprodukter (tre klasser). ABCs produktsjef Ola Stuber (*bildet*) representerte også i år ABC i dommerpanelet. Totalt var det svært høy kvalitet på de aller fleste produktene, mener Stuber. ABC er leverandør til de fleste av medaljevinnerne.

Sunn dessert fra Sogurlat



Soyabasert mat er viktigste næringsmiddel i mange kulturer og er kjent for å ha helsebringende fordeler, siden soya bedrer kolesterolnivået og er uten fett. Helserelevante produkter er en økende trend også på det spanske markedet. Varemerket Sogurlats sunne soyabaserte desserter med fruktsmak i begre fra EDV har hatt stor suksess siden

lanseringen i sommer. Begeret er produsert i hvit PP/EVOH/PP som gir lang holdbarhetstid for det pakkede produktet, og gir barriere mot fuktighet og oksygen slik at fargen og smaken på produktet holder seg inntil 12 måneder ved riktige lagringsforhold. Materialet beskytter produktet mot lys og UV-stråler.

notiser



Foto: Terje Owrehagen

Emballasje fra a til å

ABC satser stort på fleksibel emballasje til næringsmiddelindustrien i Norge. Over ser du eksempler på trykte poser fra en del av våre kunder. ABC er behjelpelig med med å bringe trykte poser gjennom prossessen fra a til å.

Tarm med røyksmak

Visko Smoke Barrier fra vår fibertarm leverandør Visko Oy, er en patentert nyvinning som består av en fibertarm med flytende røyk på innsiden og trukket med en 5-lags plasttarm på ytersiden. Dette gir det mest kaliberssikre produktet på markedet blant denne type tarmar.

Produktet har dessuten følgende fordeler:

- Kortere produksjonstid som gir økt kapasitet
- Redusert kokesvinn og dermed økt utbytte
- Ikke noe tap av aroma, ingen oksidasjon eller misfarging under lagring
- Fremragende skrelleegenskaper
- Minimalt med røykluk i og utenfor produksjonsområdet



Visko Smoke Barrier er tilgjengelig i stoppekaliber 93, 102 og 120 med 3 ulike røykaromaer.

Produktforbedring hos JRS

ABCs fiberleverandør, J. Rettenmaier & Söhne, lanserer i januar 2007 et forbedret hvetefiber. Dagens WF 400 LC vil bli erstattet av hvetefiber WF 400 DV. Smak, farge, utseende og funksjonalitet er den samme, men WF 400 DV er sterkt forbedret når det gjelder støv - opptil 90 prosent forbedring. WF 400 DV er selvsagt fri for allergener.

Ny innkjøps-ansvarlig

Remi Kristiansen (47) er ansatt som ny innkjøps-ansvarlig i ABC. Han er utdannet næringsmiddelteknolog med lang fartstid fra produksjon-, salgs- og innkjøpsarbeid i næringsmiddelbransjen. Kristiansen starter fra nyttår.

Foto: Marianne Otterdahl-Jensen



Trunature vant patentsaken

Trunature-gruppen, verdens største produsent av elastisk nett, har vunnet en langvarig patentfeide. En skotsk domstol ga i juli 2006 Trunature medhold i at deres patentrettigheter av 1998 var blitt krenket av det konkurrerende firmaet, Scobie & Junor, produsent av Scotnet. Sistnevnte har senere varslet at de vil anke domstolens avgjørelse. Trunature, som leverer spesialnett til kjøtt- og fiskeindustrien, er også leverandør til ABC. Bedriften i England er BRC-sertifisert, og bedriften i Vietnam er HACCP-sertifisert. De senere årene har produktgruppen blitt utvidet med hel- og halvautomatiske stoppemaskiner. Sammen med nettkanoner gir dette en effektiv og kostnadsbesparende produksjon.

Trunature
A member of the Trunature Group



Mer effektivt Purasal Pulver

Purac har utviklet et forbedret sodiumlaktatpulver med høyere andel av effektive virkestoffer, Purasal Pulver S 98, som overtar for eksisterende Purasal Pulver S96. Produktet får dermed forbedrede egenskaper. Purasal Pulver har utmerkede egenskaper til bruk i kjøtt- og fjørfeprodukter som trenger bedre mikrobiologisk stabilitet og matsikkerhet, men som ikke kan bruke flytende Purasal-produkter.