



SUPER-COOLING KAN BOOSTE KINA- EKSPORT

En del af Arlas eksport til Kina i dag er frisk mælk. Ja, du læste rigtigt. Mælken flyves til Riget i Midten, hvor en meget købestærk elite værdsætter dansk mælk som en luksusvare. På grund af efterspørgslen fra Kina er Arla optaget af udviklingen inden for teknologi til supercooling. Hvis det på et tidspunkt bliver muligt at transportere frisk mælk til Kina med skib ved hjælp af supercoolingsteknologi, åbner det for et marked, hvor Arla kan sende større mængder til et større publikum for en langt lavere pris. I dag består størstedelen af eksporten til Kina af mælkepulver, der fragtes med skib.

ARLAS PRODUKTER SKAL VIDERE I EN FART

Hvert år producerer Arla 1,2 milliarder tons varer. 70 procent af varerne eksporteres fra Danmark og sælges friske i 125 lande. Det kræver detaljeret planlægning og kørsel direkte fra mejeri til kunderne.

✍ Carsten G. Johansen \ 📷 Arla

Vi elsker at være specielle. Men i bund og grund er vi et meget almindeligt firma, når det handler om logistikken. Vi skal jo også bare have transporteret vores varer fra A til B.

Sådan siger Kim Skaarup, Global Director hos Arla. Han er ansvarlig for et enormt netværk af transporter, som bliver styret fra logistikafdelingen i mejerigigantens hovedsæde i Viby, Aarhus. Arla eksporterer til 125 lande over hele kloden, og selvom virksomheden driver mejerier i en række lande – især i Norden, Tyskland og i England –

eksporteres 70 procent af Arlas produkter fra lille Danmark.

– Vi henter mælken hos vores ejerkreds, nemlig landmanden, for at bringe den til mejeriet. Og herfra er det optimalt, hvis vi kan transportere varen direkte ud til den enkelte kunde. Vi bestræber os på at levere så meget som muligt direkte fra mejerierne til vore kunder – dermed tager vi kompleksitet ud af forsyningskæden og sparer tid og kilometer. Så det kræver naturligvis en hel del planlægning, siger Kim Skaarup med en temmelig mærkbar underdrivelse.

Arla har nemlig titusindvis af varenumre, når man ser på produkter, emballagestørrelser og –sprog. De skal hentes og fordeles til mange forskellige lande, og det kræver god planlægning.

Track-and-trace på hver enkelt vares temperatur

Arlas planlægning handler ikke kun om, at slutbrugeren skal synes, at produkterne er velsmagende og friske. Det handler om at levere det serviceniveau, som kunden forventer – inklusiv friskhed, hvilket stiller store krav til forsyningskæden.

Kim Skaarup deler transporten op i tre temaer: Temperatur, holdbarhed og food safety.

– Food safety sikrer forbrugeren en god kvalitet. På det område er vi naturligvis underlagt de samme regler som alle andre fødevarerproducenter. Og vi har kun samarbejdspartnere, som har alle de krævede

certifikater til fødevaretransport, forklarer han.

– Vores varers holdbarhed stiller særlige krav til at komme forholdsvis hurtigt frem. Men alle transportforretninger har jo en lead time. Det gælder også, hvis du kører med søm og skruer. I moderne logistik skal alting være just-in-time.

Det punkt, hvor Arlas transporter adskiller sig lidt, er på holdbarheden – fordi mejeriprodukter naturligvis skal være så friske som muligt, når de kommer frem til forbrugeren. Gennem de senere år er kravene blevet øget til logistik-kvalitet i fødevarebranchen.

– Vi skal have track-and-trace ikke alene på vognens position, men også på varernes tilstand undervejs. Vi skal hele tiden kunne følge varernes temperatur, forklarer Arla-direktøren.

Næsten al eksport er ekstern transport

Arla har i mange lande sine egne interne transportflåder. Det gælder i Danmark, hvor Arla formentlig er den største transportør overhovedet af kølevarer med begrænset holdbarhed. Men det gælder også et land som Saudi Arabien.

– Her er der tradition for at bringe varerne til døren – lidt ligesom vores mælkemænd i gamle dage – så vi har 300 varebiler i HiA-ce-klassen kørende, siger Kim Skaarup.

Det samme er ikke tilfældet med selve eksporten af Arla-produkter. Tværtimod.

– For den del af vores produkter, der





»For den del af vores produkter, der krydser en grænse, bliver 90-95 procent transporteret af samarbejdspartnere.«

Kim Skaarup, Logistikdirektør hos Arla

krydser en grænse, bliver 90-95 procent transporteret af samarbejdspartnere. Vi har vel omkring 20 samarbejdspartnere til denne opgave. Selvom jeg gerne ville have færre, skal vi have mange forskellige for at holde høj nok kvalitet, siger direktøren.

Kim Skaarup og Arlas logistikteam bruger naturligvis mange kræfter på at sikre, at de eksterne partnere holder det forventede niveau.

Tæt forhold til kunder og transportpartnere

Nogle samarbejdspartnere er dygtige i det ene land, andre i et andet land. Nogle er specialister i temperaturtransport eller noget andet. Og de skal alle sammen være specialister i at holde tiden.

– Arla leverer friske varer, så det giver ikke mening for os at have stor lagerkapacitet ved mejerierne. Varerne skal videre i en fart. Og vi gør en stor indsats for, at varen transporteres direkte fra mejeriet til kunden.

– Vores metode er faktisk, at vi starter ude på kundens hylde. Hvad skal de bruge og hvornår? Hvor frisk skal varen være, og hvor længe må den være undervejs? Hvad er kundens forventning? Og så beregner vi transporten ud fra det, forklarer Kim Skaarup.

Den detaljerede planlægning betyder, at transportpartnere skal leve op til meget præcise krav, som kun tillader ganske små udsving.

– Arlas filosofi er at skabe værdi sammen med vores partnere, og det gælder bestemt også på transport. Jo tættere man kommer på en partner, jo mere kan man udvikle sig sammen. Det er også grunden til, at jeg gerne så antallet af partnere reduceret, forklarer Kim Skaarup.

Skærpede krav og etik

Med store samarbejdspartnere som Starbucks, Aldi og McDonald's skal Arla ikke kun have styr på tiden. Der følger en lang række skærpede krav med i købet.

– Det er en af årsagerne til, at vi kun benytter partnere, som kan fremvise de relevante certificeringer. Kravene handler ikke kun om skærpet food safety, de handler også om etik, sustainability og arbejdsmiljø. Alle disse ting får større og større betydning, og det gør det ekstra vigtigt at have et



Vidste du ...

- at alt Lurpak-smør i verden er produceret på mejeriet i Holstebro
- og derfra transporteres ud til indtil videre 75 lande overalt på kloden.

viklingsopgave, som fremover får enorm betydning for en virksomhed med Arlas profil.

Det er vigtigt med produktudvikling, logistik og fødevarer sikkerhed. Men én ting har endnu større betydning.

– Klimafodaftryk. Det er den helt store opgave for os i de kommende år at minimere vores klimafodaftryk. Vi kan ikke komme udenom at transportere vores produkter, men vi arbejder med teknologi og styring af alle transporter, så vi kan tage vores del af ansvaret, når det handler om klima. Det forventer både vores kunder og vores samarbejdspartnere, siger Kim Skaarup. ●

tæt og pålideligt samarbejde med sin transportpartner, forklarer Arla-direktøren.

Han sammenligner eksporten med udfordringerne på golfbanen. Når du hører det lille klik, har du ramt bolden rigtigt. Og det kan betyde forskellige ting afhængig af din afstand til hullet.

– Vores ønske er at være så tæt som muligt på kunden og tage hensyn til individuelle behov. Men samtidig skal vi planlægge vores transport i stor skala. Vi skal flytte utroligt store mængder – 1,2 milliarder tons om året – over lange afstande. Og helst kun med én transport fra mejeriet, siger Kim Skaarup.

Princippet om én transport vægtes meget højt, og det bliver overholdt også

over lange afstande, når det gælder store markeder som USA, Kina eller Nigeria.

Men Arla benytter naturligvis også distributionscentre for at få logistikken til at hænge sammen.

– Det er sjældent, at én kunde for eksempel køber en hel lastbil fuld af hytteost. Så det er klart, at vi ikke undgår distributionscentre. Til gengæld gør vi os store anstrengelser for at få varerne direkte ud til kunden herfra uden flere tidskrævende led, siger logistikdirektøren.

Har du styr på dit aftryk?

Samtidig med at Arla har nok at gøre med at planlægge og styre den daglige eksport, er der taget hul på en vigtig ud-

FRA LANDMAND TIL SLUTBRUGER

Lurpak til Storbritannien

Landmand DK → Mejeri > Kølevogn direkte til Storbritannien med færge fra Esbjerg → Levering i Storbritannien enten ved distributionscenter (samkørsel med andre Arla-produkter) eller direkte ud til store kunder

Mælkepulver til Kina

Landmand DK → Mejeri → Lastvogn til havn → Fragtskib til Kina → Lastvogn fra havn til distributionscentre → Varevogn / lastbil til kunderne

Smelteost til Saudi Arabien

Landmand DK → Mejeri → Mejeri i Bahrain → Mindre varevogne kører direkte ud til kunderne (en vis mængde kommer fra landbrug i lokalområdet → Mejeri i Bahrain → Mindre varevogne kører direkte ud til slutkunderne

BREXIT TRUER

Arla har længe forberedt sig på Storbritanniens kommende status i Europa. Mejeriet lægger ikke skjul på, at en hård Brexit eller no deal vil ramme hårdt. Arla omsatte i 2018 for knap 20 milliarder kroner i Storbritannien, og den danske virksomhed beskæftiger mere end 3.300 medarbejdere på blandt andet 11 produktionsanlæg.

Det britiske marked importerer i dag store mængder Lurpak, Arla Skyr og Lactofree produkter. En stor del af Arlas cheddar-produktion produceres og eksporteres i dag fra Storbritannien.