



[Hjem](#) > [Promilleafgiftsfonden](#) > [2014](#) > [2020 landbruget i planlægningen](#) > **Fremadrettet rådgivning**

Fremadrettet rådgivning

Mælkeproducenterne, Lars og Niels Hedermann (far og søn) på landbrugsbedriften 'Klovborg', har et ønske om at Promilleafgiftsfonden for landbrug komme tættere på forbrugerne, samarbejdsparter og afsætningskanaler, og derved gøre det sjovere og mere meningsfyldt at være landmand.

Ejerne af kvægbedriften 'Klovborg', Lars og Niels Hedermann, ønsker at udvikle en ny offensiv afsætningsstrategi på hjemmemarkedet – gennem et nyt stærkt brand, udviklet i et samarbejde mellem produktionen af mælk, mejeri og detailhandel. Derfor er de i gang med at få udarbejdet et salgsprospekt. Incitamentet for at få et salgsprospekt, indgår som et led i deres udviklingsplaner for bedriften. Kvægbedriften har i dag godt 1.000 malkekøer, men Lars og Niels er nu ved at planlægge en udvidelse til godt 2.000 køer, som et 'barmarksprojekt' på kanten af Vildmosen i Vendsyssel.

Et portræt af 'Klovborg' og ejerne findes i artiklen 'Fordobler besætningen – nedbringer omkostningerne'. I artiklen er beskrevet nogle af de visioner, mål og strategier som ejerne af 'Klovborg', har for deres virksomhedslandbrug. Artiklen er skrevet af journalist Troels Grønnebæk, og bliver bragt i [Maskinbladet i januar 2015](#) (side 24-25).

I forbindelse med planerne for det nye produktionsanlæg – 'barmarksprojektet' -, er der som et overordnet grundlag, udarbejdet et [prospekt](#) som beskriver visioner og muligheder for kvægbedriften i et fremtidsrettet perspektiv.

Et par citater fra Lars og Niels Hedermann:

'Vi vil gøre det klart, at moderne landbrug tænker og agerer som professionelle og ansvarsbevidste fødevarerproducenter – og at det ikke konflikter med at levere sunde kvalitetsprodukter til forbrugerne'.

'Men ud over vores ideer på tryk, skal vi finde de folk, der kan være murbrækkere, og så ud at snakke med dem. For jeg ved, at vi kan overbevise ansigt til ansigt', fastslår Niels Hedermann.

Både Lars og Niels er indstillet på, at processen kan tage tid. De tror imidlertid på projektet.

'Det kan blive om tre måneder, tre år eller seks år. Men det bliver', pointerer Lars Hedermann.

Salgsprospektet - en investering i fremtiden: 'Fremtidens fødevarerproduktion' er undervejs.