



## AMERIKANSKE MÆLKEPRODUCENTER SIKRER SIG MOD LAVE MÆLKEPRISER

STØTTET AF

# Promilleafgiftsfonden for landbrug

Artikel bragt i KvægNyt 30. juni 2017.

### **Både store og små amerikanske mælkeproducenter kaster sig over alternativ afsætning.**

Under et besøg i staterne Iowa og Wisconsin, USA mødte SEGES to mælkeproducenter, som havde kombineret mælkeproduktionen med eget gårdmejeri, hvilket gav en økonomisk buffer i perioder med lave mælkepriser.

Brødrene Crave fra Wisconsin har en større virksomhed med 2.100 malkekøer, 1.100 ha og eget mejeri. Omkring halvdelen af årets mælkeproduktion sælges, mens den resterende del videreføres i gårdmejeriet, der producerer ost. Når mælkepriserne er lave, sendes mælken til gårdmejeriet, og når mælkepriserne er høje, sælges mælken. På denne måde maksimerer familien det økonomiske udbytte, hvilket giver virksomheden en styrke i perioder med lave mælkepriser.

Virksomheden er et familieføretagende, hvor ansvaret for forskellige dele af produktionen er nøje uddelegeret. Mælkeproducent Tom Crave forklarer:

"Når virksomheden favner så bredt, er det vigtigt, at vi specialiserer os indenfor hver vores område, da det er umuligt, at holde styr på hvert aspekt af produktionen".

Efter hans mening resulterer uddelegeringen af ansvarsopgaver i, at hvert led af produktionen optimeres. "Derudover mindskes unenigheder mellem familiemedlemmer, hvilket også er praktisk i en familiedrevet virksomhed", fortæller Tom Crave med et smil på læben.

### **Mælkeproducent med tre butikker**

En mindre mælkeproducent fra staten Iowa har også valgt en alternativ virksomhedsmodel, der har sikret bedriften på trods af forældede produktionsforhold. Producenten Jay Hansen har 150 malkekøer, 182 ha, et lille mejeri samt tre butikker. Familien har formået at skabe højværdiprodukter som mælk, ost og is, der sælges under eget mærke - *Hansens Farm Fresh Dairy*. Produkterne forhandles i forretninger i lokalområdet, og familien har ligeledes opstartet butikker, som udelukkende sælger deres produkter. Det er lykkedes familien at skabe et 'brand' omkring deres produkter, hvilket har givet dem en konkurrencemæssig fordel.

Besøget i USA er en del af et projekt på SEGES, der sammenligner danske og udenlandske konkurrencevilkår i forhold til miljø, skatter og afgifter, tilskud, dyrevelfærd, priser og effektivitet samt lån og finansiering. Resultatet forventes klar i slutningen af 2017.



Landmand Jay Hansen (til højre) viser det lille mejeri frem under en rundvisning på bedriften. Til venstre Randy Heitz fra Iowa Farm Bureau.