

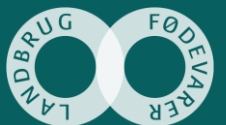


Optimer hvor effekten er størst

Anders Peter, slagtekalveproducent
Kristian Skov, afdelingsleder, SEGES

SEGES

KVÆGKONGRES 2020



Virksomheden

- **A.P. Holding Geraa ApS**
 - Kapitalselskab
- **A.P. Gria ApS**
 - 600 søer, som producerer 20.000 smågrise
 - I alt 6 ansatte
- **A.P. Agro ApS**
 - 300 ha
 - Foderproduktion 3.000 tons årligt
 - 1 ansat
- **(A.P. Vitulo ApS)**
 - 1.250 stk. Dansk Kalv
 - I alt 3 ansatte



Strategi

- 2017
- Kalveproduktion fordoblet
- Køb af naboejendom med grise
- Planteavl
- Revisor skabte 'den brændende platform'
- Min motivation for at starte en strategiproces –
"hvor er jeg egentlig på vej hen?"



Udarbejdelse af strategien

v. Kristian Skov, SEGES

Hvor er effekten størst?

Strategiprocessen hos Anders Peter & Laila

Analyse

- Analyse
- Konklusion

Formulering

- Planlæg fremtiden
- Valg og fravalg
- Sæt ambition og mål

Implementering

- Nedbrydning i delstrategier
- Kommunikation af strategi
- Definer styringsmodel

FORANDRINGER FORUDE!

Ét sted at starte er hos dig selv –
hvordan reagerer du i forandringen?

FIXED MINDSET

"Jeg er bare ikke god
til medarbejdere"

"Med erhvervets rammevilkår
kan jeg ikke tjene penge"

"Jeg kan ikke lade være med at
sige min mening"

GROWTH MINDSET



"Jeg vil gerne blive bedre
til at håndtere medarbejdere –
vil du hjælpe mig?"



"Andre landmænd kan tjene gode
penge, hvordan tjener jeg penge?"



"Gider du ikke losse mig over
benet, hvis jeg bliver for spids i
tonen, for jeg er nødt til at huske på
at tøjle mig selv?"

Hvad fortalte analysen?

- Ja, I gør det godt i dag – men I taber konkurrenceevne i forhold til andre år
- Lailas rolle i virksomheden kan med fordel udvikles
- Anders Peters rolle - vedholdenhed er godt – stædighed er knap så godt
- Samarbejdspartnere – lavthængende frugter

De grundlæggende spørgsmål

- Hvad er vi sat i verden for? (mission)
- Hvad går vi ikke på kompromis med? (værdier)
- Hvor vil vi hen? (vision)
- Hvad er succes for os, og hvordan måler vi det? (mål)
- Hvordan kommer vi i mål? (strategiske initiativer)

Den nye Anders Peter

Kan lide at udfordre sig selv, omfavner udfordringer og tager chancer

Finder inspiration i andres succes

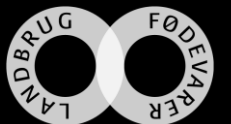
Ser nederlag som en mulighed for at igangsætte forandringer

Behov for læring og feedback

Min strategi

v. Anders Peter Jensen

SEGES



Strategi 2022 - Sindalsgaard

Mission

At producere slagtekalve, smågrise og afgrøder af højeste kvalitet, der sikrer en økonomisk stærk virksomhed. Vi går op i medarbejdernes og vores egne arbejdsforhold og værner om, at lokalsamfundet og samarbejdspartnere oplever os som en troværdig samarbejdspartner

Vision 2022

At vi er blandt Danmarks dygtigste slagtekalve- og svineproducenter målt med lignende bedrifter. Vores planteavl er optimeret og udviklet til et økonomisk bæredygtigt forretningsområde, der sikrer en større selvforsyningsgrad for vores andre forretningsområder

Strategiske mål 2022

- Afkastningsgrad på minimum 5,5 % i gennemsnit i strategiperioden (for koncernen)
- Soliditetsgrad på minimum 25 % (for koncernen)
- EBIT blandt de bedste 10% slagtekalveproducenter
- EBIT blandt de bedste 25 % smågriseproducenter
- EBIT blandt de bedste 25 % planteavlere
- Indgå partnerskab med ung landmand

Værdier

- Vi handler på baggrund af økonomisk ansvarlighed
- Vi stræber efter at udøve rettidig omhu
- Vi agerer ordentligt og troværdigt
- Vi prioriterer vores tid (fritid og arbejde)

Strategisk initiativer

**1. Styrke
slagtekalveproduktion**

**2. Styrke
svineproduktionen**

**3. Udvikle
planteproduktionen**

**4. Minimer
risikofaktorer**

**5. Udvikle
forretningen**

STRATEGISK INITIATIV 1 – STYRK SLAGTEKALVEPRODUKTIONEN

Succeskriterier og væsentlige forandringer

- + EBIT blandt de bedste 10 % "Dansk Kalv" producenter inden 2022
- + Udnytte hele staldkapaciteten – mål om 1.250 producerede slagtekcalve

STRATEGISK INITIATIV 1 – STYRK SLAGTEKALVEPRODUKTIONEN

Indsatser

1. Styrke vores rådgivnings-setup
2. Nyt rapporteringssystem fra produktionen
3. Anvendelse af eget korn
4. Udnyt hele staldkapaciteten

Hvad har vi nået indtil nu...

Økonomi tal, pr.prod. kalv	Enhed	4. kvartal	3. kvartal	2. kvartal	1. kvartal	2019
Foderomkostninger*	Kr.	2.318	2.888	2.917	2.858	2.734
Diverse omkostninger*	Kr.	705	403	380	401	479
DB i alt	Kr.	1.531	1.490	1.493	1.379	1.475

Priser, pr. kalv

Slagtepris	Kr.	4.614	4.939	4.994	4.810	4.861
Indkøbspris	Kr.	874	1.029	1.063	982	978

Dyrestatus & omsætning

Indsatte dyr	Stk.	387	334	263	316	1.300
Slagtet dyr	Stk.	192	302	268	238	1.000
Slagte alder	Mdr.	9,6	9,9	9,8	9,7	9,8
Slagtet vægt	Kg	199	212	210	204	207
Døde af indsatte	%	4,9	6,6	6,8	4,4	5,6

Foderdata

Foderudnyttelse	FE/kg tilvækst	3,95	3,98	4,1	4,08	4,02
Foderpris	Kr./FE	1,76	2,13	2,02	2,05	2,00

Slagtedata

Andel X-kalve	%	24	27	28	26	27
Nettotilvækst fra fødsel	g/dag	612	639	637	617	628
Klassificering	EUROP	4,30	4,58	4,82	4,52	4,58

*CR Foderservice til blanding af foder, koster ca. 90 kr./kalv, og er indsat under diverse omkostninger.

Hvordan følger vi op på vores indsatser?

- **Strategimøde** hvert 3. uge
- **Advisory board**
 - Vi bruger 80/20-reglen
 - Opbygning af advisory board
 - Hvad vi har arbejdet med
 - Resultater til nu
- Forventninger til advisory board fremover



Mine vigtigste budskaber

Budskaber

- Medarbejderne er den vigtigste ressource, vi har
- Vi er altid på vej





Tak for opmærksomheden

SPØRGSMÅL?

