

# FRUGT PRESSEN

NR. 1 · MARTS 2017 · 24. ÅRGANG



## VI HAR IKKE 'BARE' SKIFTET EN MASKINE

Det går stærkt på Rynkeby,  
og den nye High Speed-linje har krævet en  
ekstraordinær indsats og tålmodigt samarbejde

6



make it a beautiful day



6



10



14



16

3 Leder: Agenda 2020

4 Kort &amp; Godt

**HIGH SPEED**

- 6 "Vi har ikke 'bare' skiftet en maskine"
- 8 Marketing har ændret 87 emballage-design

**PÅ JOB MED...**

- 10 Salgskonsulent Flemming Haugstrup

**SALG & MARKETING**

- 9 Valsøllille super-smoothies
- 9 Værdien tilbage til gulvet
- 13 Fornemme priser

**ØKONOMI**

- 13 Regnskab 2016

**SCUBA**

- 14 Skub på Scuba

**HISCORE**

- 16 HiScore ændrer meget og påvirker de fleste
- 17 HiScore skifter faser

**TEAM RYNKEBY**

- 18 Skoleløbet 2017

**DINE KOLLEGER**

- 19 Marianne tager gerne 25 år mere
- 19 Nye kolleger og mærkedage

**DIN FAMILIE**

- 20 Medarbejderforeningen



make it a beautiful day

**Udgives af**  
Rynkeby Foods A/S  
Vestergade 30  
5750 Ringe  
6362 3200



**Redaktion**  
Jørgen Dirksen  
Jan E. Pedersen  
Jørn Falk  
Lars Petersen  
Denis Qvist  
Rikke Bekker Henriksen  
Anders Hansen  
Inge Olson (ansv.)  
Joan Grønning (redaktør)

**Produktion**  
www.tekstxpressen.dk

**Design og grafisk  
tilrettelæggelse**  
www.jesperseneca.dk

Næste red.møde: 2. maj 2017  
Næste deadline: 19. maj 2017  
Næste udgivelse: 22. juni 2017

# AGENDA 2020

Rynkebys nye strategiplan baserer sig på Eckes-Graninis Agenda 2020 med fokus på "Grow the chilled" – vækst i kølesegmentet

AF JØRGEN DIRKSEN

Den væsentligste ændring i vores nye strategi er en ny form, der lægger sig op ad Eckes-Graninis Agenda 2020, hvor tre fokusområder – varemærke, økonomi og mennesker – er rammen om EG's revitalisering af Rynkeby.

Jeg vil gerne slå fast, at der ikke er tale om en radikal ændring af vores base, men at form og model skal passe ind i EG's model og farvespil – og at vi skal dyrke vores lokale fokusområde.

**Fra nordisk til dansk**

Det lokale fokus er, at vi er en dansk virksomhed, som fortsat sælger halvdelen af vores varer til søsterselskaber i Norden – og vi tager udgangspunkt i værdi snarere end i volumen. Det er selvfølgelig fortsat vigtigt at have en stærk markedsposition og dermed også at sælge mange varer, også selvom vi er kommet med prisstigninger.

**Fokusområder**

Vores førnævnte tre hovedfokusområder er:

**1. Vi skal vinde kølejuice**

Vi har opbygget en stærk position for Innocent, der fra 1. januar 2018 bliver vores konkurrent. Den skal vi nu slå med bl.a. Valsøllille og God Morgen, der som Rynkebys spydspidser skal vinde køleplatformen, sådan som vi har gjort før.

**2. Gøre Rynkeby stærkere på 3 områder**

- a. Styrke Rynkebys position i gulvjuice
- b. Anvende Rynke endnu mere
- c. Udnytte Team Rynkeby endnu bedre.

Helt i EG's stil skal vi fokusere lokalt. Det betyder fx, at Team Rynkeby fortsætter og måske også, at konceptet bliver bredt ud i andre lande, men stadig med lokal tilpasning.

**3. Produktion i Rynkeby**

Det, at vi nu også producerer friskpresset juice, gør fabrikken til en unik enhed, som kan producere alle former for juice og frugtdrik – fra langtidsholdbar til ultrafrisk. Det er unikt i EG og i det nordiske marked og viser, at vi fortsat er EG's guldæg med stor markedsvækst og masser af kompetencer.

**Fremtid**

EG har også diverse uddannelsesprogrammer og personaleudvikling for ledere, som bliver startet op i 2017 og rullet ud i 2018 og frem pga. vores nuværende travlhed med HiScore og Scuba.

Det kræver en stor indsats og tilpasning allerede i 2017 at implementere en så ambitiøs strategiplan, og det stiller nye, store krav til mange medarbejdere – især hvad angår IT, sprog og nye rutiner.

Vi er godt i gang. Selvom det er hårdt og til tider forvirrende, håber jeg også, at I oplever de seneste seks måneder som en tryghed i ansættelsen. At I snart kan se lys for enden af tunnelen, så vi alle kan løfte blikket og se en god fremtid i møde.

**TAK for 17 dejlige år**

Når det er sagt, så må jeg erkende, at intet varer evigt, heller ikke for mig, og det har jeg nu handlet på.

Som bekendt vil jeg snart stoppe i Rynkeby, og det gør jeg både med stolthed og med vemod.

Stolthed, fordi jeg har stået i spidsen for et Rynkeby, som har udviklet sig flot over årene, og det kan vi alle være stolte af. Vi står stærkt i markedet, og vores image er utrolig godt. Vi er samtidig klar på, hvordan Rynkeby kommer videre. Derfor er det et godt tidspunkt med en ny person på broen.

Vemod, fordi Rynkeby og Team Rynkeby har fyldt så meget i mange år og er en del af mig, ligesom alle jer dejlige kolleger, som jeg har sat så stor pris på.

Men lige et par måneder endnu fortsætter vi som hidtil.

# MTA 2016

Alle medarbejdere bakkede op om analysen i november, og vi fik en historisk svarprocent på 100

2016 var et år med store forandringer i Rynkeby, og alligevel lykkedes det at fastholde en total tilfredshedsscore på 4,2.

# 100%

**Topscorene viste**, at Rynkeby har medarbejdere, der er resultatorienterede og gerne yder en ekstra indsats for at skabe resultater – og vi har ledere, som giver den enkelte frihed til at tage ansvar. Oveni det er der et stort fælles ønske om at være en del af den fremtid, som Rynkeby arbejder hen imod.

**Bundscorerne viste**, at vi stadig skal arbejde med at tage fælles ansvar, når der opstår problemer – og vi skal følge op på handlinger og beslutninger. Vi skal også tage fælles ansvar for at følge gode idéer til dørs og holde vores værdier i hævd.

I alle afdelinger har medarbejderne efterfølgende diskuteret resultatet af MTA

2016 og sat ord på, hvad hver enkelt afdeling vil arbejde med at gøre bedre i 2017. Vi har nu resten af året til at hjælpe hinanden med at få dette omsat i konkrete handlinger og resultater.

I 2017 vil vi igen gennemføre tre temperaturmålinger i form af en 'mini-MTA' med 17 spørgsmål, der dels måler, om vi rykker positivt på vores bundscorer, dels giver et fingerpeg om, hvordan vi oplever ledelse, udviklingsmuligheder og engagement.

Vi håber også her på en høj svarprocent for at få et så sandfærdigt billede som muligt.

*Inge Olson*



## ALICE PÅ FABRIKKEN

Laborant Alice Andersen blev 1. februar midlertidig fabriksleder, da Søren Thomsen blev flyttet til High Speed-projektet.

Alice har mange års erfaring med kvalitet fra laboratoriet og har tidligere vist interesse for at prøve noget andet.

I september-nummeret har vi planer om at tage fat i Alice og høre om hendes erfaringer med at styre 'løverne' på fabrikken frem for kolber, glas og pipette i laboratoriet.

*Joan Grønning*



## ET EKSPORT- EVENTYR TIL DUBAI

Fra 26. februar til 2. marts 2017 var vi på fødevareremse i Dubai med "Dagmar", men inden da havde vi været igennem et stort forarbejde for at få lov til at eksportere til Dubai.

De Arabiske Emirater forlangte nemlig, at et Health Certificate med Fødevarerstyrelsens stempel skulle følge varerne. Det krævede, at vi blev godkendt til at eksportere til Dubai, da Fødevarerstyrelsen betragter al afsendelse af varer til udlandet som eksport.

For at blive godkendt skulle vi udarbejde en egenkontrol, som sikrer, at certifikatet bliver forsvarligt håndteret og opbevaret. Efter et tilsyn godkendte Fødevarerstyrelsen egenkontrollen, stemplede Health Certificate, og Dagmar blev sendt til Dubai.

Forarbejdet er nu gjort til, at vi i fremtiden kan eksportere til Dubai og andre lande udenfor EU.

*Anne Juul Jensen*



## INTERNATIONALE 'KVALITETS'KOLLEGER

I februar var Rynkeby Foods vært for International Quality Meeting (IQM), som er et årligt møde arrangeret af Eckes-Graninis Group Quality-afdeling. Værtsskabet går på skift imellem Nieder-Olm og én af EG's fabrikker.

11 kolleger fra hele Europa (Ungarn, Østrig, Litauen, Finland, Frankrig og Tyskland) kom til Ringe. Desværre blev vores svenske kollega fra Bråmhults forhindret i sidste øjeblik.

Vi viste bl.a. vores internationale og erfarne juice-kolleger

rundt på fabrikken. Det var sjovt, og de stillede spændende og specifikke spørgsmål undervejs.

Derefter fulgte 1½ døgns intensivt arbejde med Eckes-Graninis kvalitetsstrategi, opfølgning på kvalitetsmål og ikke mindst netværksarbejde imellem kolleger om HiScore, analyser, lovgivning, audit osv.

Sidste aften var vi værter for en middag i Odense, hvor vi lærte kollegerne at kende under mere uformelle forhold.

*Rikke Bekker Henriksen*



## AKTIVT 2017 Årshjulet med sundhedsaktiviteter

Så er 2017 skudt godt i gang med masser af travlhed i virksomheden. Midt i travlheden må vi dog ikke glemme vores sundheds- og motionsaktiviteter.

Netop i travle perioder er det vigtigt at komme op at stå ved skrivebordet, ud at gå i frokostpausen, lave øvelser for nakken eller løbe/cykle en tur efter arbejde – og ikke mindst er det vigtigt at spise sundt, så vi får god energi til arbejdet.

Sundhedsgruppen har haft møde i februar, og vi har udarbejdet en foreløbig plan for årets aktiviteter. Planen kalder vi et årshjul, og den er en dynamisk plan, der kan ændres i løbet af året.

I februar havde vi fornøjelsen af at byde Ann-Louise velkommen i virksomheden. Ann-Louise er uddannet kostvejleder og skal være i praktik hos os i en periode, hvor hun vil tilbyde personlige kost- og træningsforløb for medarbejderne.

Vi har også sat et nyt arrangement i Årshjulet – en firma-cykeltur, der er igangsat af Villy og en gruppe kolleger. Cykelturen ligger i en weekend, og man kan vælge en lang eller en kort cykeltur med samme mål – et sted på Fyn.

Derefter vil der være spisning, hygge og evt. overnatning. Konceptet er endnu ikke på plads, men vi håber på stor tilslutning til arrangementet.

*Rikke Bekker Henriksen*

### Sundhedsaktiviteter Rynkeby Foods 2017

1. kvartal	2. kvartal	3. kvartal	4. kvartal
Tilskud til motionscenter	Tilskud til motionscenter	Tilskud til motionscenter	Tilskud til motionscenter
Kost- og træningsvejledning v. praktikant Ann-Louise	Cykeltræning (TR/Alle)	Team Rynkeby	Arbejdspladsernes Motionsdag
	Firma-cykeltur v/Villy C.	DHL Stafetten	Alpetramp + Spinning-time(r) med Jan Thygesen Midtfyns Fritidscenter
	Tæl skridt-kampagne	Hjerterdame Tour	Spinning-event Midtfyns Fritidscenter
	Rygestop-tilbud		





Ny produktionslinje:

## VI HAR IKKE 'BARE' SKIFTET

Det har været et kompliceret puslespil, der har krævet en ekstraordinær indsats og tålmodigt samarbejde af mange kolleger for at få indført den nye High Speed-linje

AF JOURNALIST ANNE SCHØNING CHRISTENSEN

Da det tilbage i oktober sidste år endeligt blev besluttet, at Rynke skulle have en ny High Speed-produktionslinje, vidste ingen, hvor meget arbejde der fulgte med. Der er siden brugt masser af tid på at finde plads til nye maskiner, ændre og flytte rundt på eksisterende maskiner samt ændre på de mange berørte produkters emballage.

"Vi har ikke bare skiftet en maskine. Vi har ændret en masse i den forbindelse – også processen foran og bagved", siger teknisk leder Axel Jørgensen.

Det har bl.a. været nødvendigt at investere i et nyt pasteuriseringsanlæg og en ny WA-pakker. Det skyldes, at den nye High Speed-maskine kan producere 12.000 enheder i timen, mens den gamle maskine 'kun' producerede 8100 enheder.

"Det er klart, at når vi øger vores kapacitet med så meget, så skal resten af anlægget også kunne følge med", forklarer han.

### Planlægning udover det sædvanlige

Opstarten af den nye produktionslinje skete ifm., at Eckes-Granini valgte at flytte en del af produktionen fra Sverige til Ringe. Det kræver naturligvis, at produktionsfaciliteterne kan leve op til den del. Og ifølge Axel Jørgensen har der været travlt med at nå målet. Maskinen skal være klar til den nye produktion i sidste uge af april (uge 17).

"Vi har haft gang i et planlægningsarbejde udover det sædvanlige. Medarbejderne har ydet en ekstraordinær indsats for at få det her til at lykkes", roser Axel Jørgensen.

En af de største udfordringer har været at få opbrugt den gamle emballage, inden den nye maskine og dermed også ny emballage tager over.

"Det har i den grad krævet planlægning. Vi skulle tage stilling til, hvor meget vi skulle nå at have hjem af den gamle emballage, hvor meget vi plejer at sælge i den periode, og om vi har kampagner, som kan påvirke salget", siger Axel Jørgensen og fortsætter:

"Kunsten har været ikke at brænde inde med for meget af den gamle emballage. Det ville blive dyrt, hvis vi skulle kassere for meget".

### Blod på tanden

Selvom mange kolleger har fået ekstra opgaver og haft rygende travlt i opstartsfasen, så fortæller Axel Jørgensen, at stemningen har været positiv. Han har oplevet medarbejderne som meget motiverede.

Et godt eksempel er, da Axel Jørgensen i løbet af tre dage skulle udføre en FAT-test (factory acceptance test, red.) af den nye WA-pakker.

"Jeg kunne ikke selv nå at gennemføre den test, men var så heldig, at Stefan og Morten fra produktionen bød sig til og klarede det".

### Udvikling frem for afvikling

Ifølge Axel Jørgensen giver det da også blod på tanden, at den nye produktionslinje kommer til Ringe.

"Den er jo et tegn på, at vi skal udvikle frem for at afvikle".

Op når det hele står klart, vil medarbejderne også mærke en stor forskel, som kommer dem til gode i det daglige arbejde, siger han.

"Vi får nu samlet vores produktion i én bygningsdel, og det har mange længe ønsket, fordi det vil give fordele for mange kolleger. Det bliver nemmere at samarbejde og hjælpe hinanden", siger Axel Jørgensen.

### SAMMEN ER VI STÆRKE

#### De har været med i processen:

**Planlægning:** Prognoser på, hvornår det kan lade sig gøre at skifte fra den gamle til den nye produktion.

**Indkøb:** Disponering af emballage, skruelåg osv.

**Lager:** Flyttet fra et produktionsområde til et andet.

**Kvalitet:** Sikring af, at alt, der står på ny emballage, er korrekt.

**Laboratorie:** Diverse tests.

**Marketing:** Sikring af konvertering til ny stans og korrekt tekst på ny emballage.

**Produktion:** Forståelse og fleksibilitet i forbindelse med installation.

## EN MASKINE

### DET KAN DEN...

#### Vores nye High Speed-maskine

- Output på 12.000 enheder i timen.
  - De to 'gamle' maskiner havde et output på 8100 kartoner/time/maskine.
- WA-pakker har mulighed for at pakke kasser med 6, 8, 10 og 12 stk.

*Palletering bliver ikke ændret, men fortsætter som WA-kasser på 1/1-paller display på ¼- og ½-paller.*

Marketing:

# VI HAR ÆNDRET 87 EMBALLAGE- DESIGN



”Det har været hårdt, men resultatet er blevet godt”, lyder det fra marketingkoordinator Christina Poulsen

AF JOURNALIST ANNE SCHØNING CHRISTENSEN

Opstarten af den nye High Speed-produktionslinje har også krævet noget helt særligt af marketingafdelingen. Intet mindre end 87 emballage-design, fordelt på hhv. retail, private label og food service, er blevet ændret ifm. opstart af den nye High Speed-produktionslinje. Et arbejde, som marketingkoordinator Christina Poulsen har haft helt præcis seks uger til at udføre.

”Det har været en udfordrende opgave og har krævet en ekstraordinær arbejdsindsats, fordi det hele skulle gå så stærkt, men vi har nået deadline på samtlige retail- og private label-design, og resultatet er blevet godt”, siger hun og tilføjer, at Anna Katrine Kaas Rasmussen har ændret 26 design i food service-sortimentet.

#### Tidspres fra starten

Marketingafdelingen blev i november sat på opgaven, men pga. tidspres har arbejdet mest af alt handlet om at få overført de eksisterende design fra Pure-Pak Classic til den nye Pure-Pak Sense-emballage samt om briefing af bureau, koordinering og korrekturlæsning på tværs af afdelinger og lande (Sverige og Finland) og ikke mindst koordinering med Elopak.

Ifølge Christina Poulsen har der i gennemsnit været 20 rettelser pr. emballagedesign, mens der har været ca. 3 korrektur-gange pr. design pga. interne arbejdsprocesser.

”Det siger sig selv, at vi ikke kan nå at udvikle så meget nyt på den tid. Det, vi har brugt tiden på, har været at få implementeret mood corner (et vertikalt buet hjørne til højre på fronten af emballagen, red.) på bedste vis i de enkelte design. Det felt skal vi udnytte med bl.a. fremhævet tekst eller grafik”, siger hun og tilføjer:

”Og så har vi sikret, at alle informationer var korrekte, og udryddet eventuelle fejlagtige oplysninger og stavefejl”.

#### Et fantastisk samarbejde

De mest tydelige ændringer er, at emballagen nu fremstår mere nutidig med en forbedret brand-differentiering i kraft af en moderne form og innovative funktionelle egenskaber.

Ifølge Christina Poulsen gælder det blandt andet en såkaldt ’first touch’-zone på sidepanelerne, der er med til at give forbrugeren en ny fornemmelse, når de holder om kartonen eller hælder fra den.

Derudover har emballagen fået ’let at folde’-linjer, der giver mulighed for at klemme den sidste dråbe ud af produktet. Samtidig fylder emballagen mindre, når den bliver smidt i skralde-spanden.

Ifølge Christina har arbejdet i første omgang handlet om at få overblik over samtlige design, at prioritere ift. produktions-deadlines og at få korrekturlæsningen til at glide. Alt sammen for at overholde deadline af hensyn til produktionsplanlægningen.

”Mange er involveret i sådan en konverteringsproces. Derfor dur det ikke, hvis man ikke overholder deadlines. Heldigvis har der været et helt fantastisk samarbejde afdelingerne imellem”.

# VALSØLILLE SUPER SMOOTHIES

Tre nye smoothies fra Valsø Lille er fulde af energi



AF HENRIETTE LEER BLINDBÆK

Vi har fokus på opgradering af vores premium-portefølje på Valsø Lille. Derfor har vi skruet markant op for den strategiske innovation med lancering af Valsø Lilles nye smagfulde smoothies, som bidrager med funktionalitet og kvalitet.

De har fået navnene KRAFT, VITAMIN og ENERGI, og de indeholder kombinationer af bær, grøntsager og frugter.

- **ENERGI**-varianten indeholder bl.a. ananas, passionsfrugt og jordbær. Den har ekstra C-vitamin fra acerolabær og koffein fra grønne kaffebønner.
- **KRAFT** giver dig fibre fra citrusfrugter og græskar.
- **VITAMIN**-udgaven sætter nordiske bær-smagen i fokus. De ekstra vitaminer kommer fra syrlige acerolabær med naturligt højt C-vitaminindhold og fra E-vitaminholdige solsikkefrø.

Udviklingen i markedet viser en stigende efterspørgsel på funktionelle produkter og en trend, der peger mod vitamin som værdiskaber. I de kommende år vil der være fokus på smoothies i Eckes-Granini, og det stemmer godt overens med vores planer. Det seneste år har vist en markedsvækst på 19,9% i værdi.

Med lanceringen af disse smoothies vil vi imødekomme markedets efterspørgsel på merværdi i produkter.

Forbrug og livsstil er i stigende grad bestemt af mangel på tid og dermed af søgen efter de nemme løsninger. Derfor er vores nye smoothies det perfekte supplement.

De tre varianter vil erstatte de eksisterende Valsø Lille-smoothies.



# VÆRDIEN TILBAGE TIL GULVET

Efter flere års jævnt fald på gulvjuicen endte 2016 faktisk med en beskedent vækst på 2% bl.a. pga. shots-segmentet



AF THOMAS  
HILDEBRAND CHRISTIANSEN

Stigningen i værdi kommer bl.a. fra shots-segmentet, hvor vi er rigtig godt med. På gulvjuicen sidder Rynkeby på 35% af omsætningen, mens Private Label har 50%.

Nu er det dog blevet hverdag igen, og med vores generelle prisstigninger og lidt højere kampagneprispunkter har Rynkeby-serierne haft en virkelig hård januar overfor Private Label.

#### Kølejuice

Kølejuicen fortsætter i 2016 sin vækst med 11% ift. 2015. Her betyder et stigende antal kampagner, at gennemsnitspriserne i 2016 falder.

Innocent har lånt førertrøjen på kølejuicen i øjeblikket, og med effektive og skarpe kampagner er det især dem, der trækker både væksten i værdi og faldet i gennemsnitspriser. På tværs af juice og smoothies er de vokset med 25% i 2016. Desværre har både God Morgen og Valsø Lille tabt markedsandele i 2016, så der er gjort plads til forbedringer i 2017!

#### Saft

Saftmarkedet er stadig under pres, og omsætningen faldt med ca. 5%. Ribena har haft et virkelig svært år, hvor de er blevet udmeldt i Dansk Supermarked. Deres volumen er blevet halveret i 2016, og selvom det burde være en stor fordel for Rynkeby, så har fraværet af en stærk konkurrent også betydet mindre fokus på saft i kæderne.

Vi har ikke snuppet nok af Ribenas volumen, og selvom vi fastholder omsætningen i et marked, der falder, så kunne man godt have ønsket sig mere.

Ny serie, hvor vi følger en Rynkeby-kollega på job og ser vedkommendes opgaver og udfordringer

## SALGSKONSULENT FLEMMING HAUGSTRUP:

MEGET

# SALG MED MERE



AF REDAKTØR JOAN GRØNNING

Det kan da vel ikke være så svært at sælge Rynkebys juice, som smager godt og som alle kender?

Sådan tænker mange måske om de 14 Rynkeby-sælgers job. Men der er meget mere end blot 'vil du købe vores juice' bag en sælgers job i dag. Væk er den tid, hvor produkter solgte sig selv, og hvor sælgerne drak kaffe hos kunderne. I dag er jobbet strømlinet og effektivt – og nogle gange går hverdagen ikke lige som planlagt.

FrugtPressen har været med salgskonsulent og teamkoordinator Flemming Haugstrup på job. Flemming har ansvar for 75 butikker, og så er han koordinator i SalgsTeam Syd, der dækker Fyn og det sydlige Jylland, hvor de i alt er 4 sælgere.

Ifølge Flemming fordeler Rynkebys sælgers job sig med 65% i butik, 20% på landevejen inkl. lager, tankning og værksted og 15% på planlægning.

### 07:00 Start fra privaten

Dagen starter i privaten for alle sælgere. Flemming gennemgår dagens besøgsliste, mens han fortæller, at tiden som den



Placering er altafgørende – her en perfekt placering i Bilka i Kolding.

ensomme 'super-sælger-uly' er ovre – i dag foregår alt i teams, og sælgerne bliver aflønnet med en fast løn og en team-bonus baseret på omsætning.

"Ud over at fylde varer op og modtage ordrer så er vores job også ofte en 'noget-for-noget'-forhandling. Selvfølgelig er det vigtigt at få solgt mange liter til en butik, men hvis butikken ikke sælger dem til kunder, så er opgaven ikke løst. Placeringen i butikken er det vigtigste. Samme kvartpalle bliver solgt 3-4 gange så hurtigt, hvis den står på gulvet på et for-område, ift. de dårligste placeringer i et hjørne i butikken".

### 07:10 Bilka Kolding

Flemming skaffer sig overblik over butikken, tjekker lager for varer og fylder op i udstillinger. Herefter bestiller han nye varer og dekorerer med marketing-materialer.

Sammen med butikkens købsansvarlige kigger han på kampagneplanen 3 uger frem og snakker om pladsmuligheder ift. mængde og lager. Placering i butikken er altafgørende for salget, fordi 60-70% af juicekøb er impuls-køb. Især i Dansk Supermarked, hvor alt bliver styret centralt, er Rynkebys sælgers lokale relationer og service afgørende for, om vores produkter står optimalt eller ej.

Sælgerne sikrer et indsalg og succes af nye varer, fordi de sørger for, at marketingmaterialer kommer op og de etablerer flotte udstillinger i butikkerne

### 09:00 SuperBrugsen Bramdrupdam

Her har Flemming en særaftale med butikken: Rynkeby får ekstra plads, hvis Flemming selv bygger den op og passer den.

Og her er det vigtigt, at de varer, Rynkeby tjener mest på, står bedst. Man taler om 'space', hvor de bedste produkter med højest avance skal stå i midten (dem ser kunderne), mens de billigste varer med mindst fortjeneste står ude i siderne, fordi disse varer (fx Private Label) sælger sig selv. En sælgers opgave er derfor at kæmpe sig og sine varer ind i midten.

### 11:00 Lager-stop

Flemming smutter forbi lageret i Bramdrupdam og fylder bilen op. Herefter sætter han



Rynkeby-hylder i SuperBrugsten i Bramdrupdam - før trimning....



... og efter trimning.

bilens gps til Føtex i Aabenraa og spiser undervejs sin medbragte mad.

### 12:15 Føtex Aabenraa

Flemming går ind ad butikkens fordør for at fornemme 'stemningen' og danne sig et overblik. Så sikrer han sig, at den aftalte udstillingsplads er overholdt, inden han trimmer hylderne.

Herefter viser han købmand Mathias køb-og-vind-kampagnen, og sammen bestiller de varer. De finder og retter en fejl i den automatiske disponering. En palle mangler i systemet, så varen meldes 'midlertidigt udsolgt', selvom den står på lageret.

### 13:00 Løvsbjerg Aabenraa

Her tager Flemming imod en ordre på 3 ugers forskellige kampagneprodukter. Det sparer transportomkostninger og giver butikken lavere pris.

### 13:45 SuperBrugsen Rødekro

I Flemmings største SuperBrugsen indsælger han varer til de kommende kampagner, snakker med ansat i køleafdeling, får lavet lokalepriser til butikken og får dem overbevist om, at det er bedre, at de får 25% avance på et stort salg, end at de får 35% avance på et lille salg. Eller som Flemming udtrykker det: "Bedre at tjene 3 x 10 øre end 1 x 25 øre".

Butikken her gør i 3 mdr. ekstra ud af "God Morgen Øko", jo sønderjyderne er også blevet glade for økologi.

Butikken ønsker hurtig levering. Normalt er der deadline kl. 11 for levering to dage efter.



Et godt forhold mellem sælger og købmand er altafgørende for salget.

PÅ JOB  
MED...



Særplacering i for-området i SuperBrugsen Rødekro med fokus på GodMorgen, Valsøllille og "Køb&Vind"-kampagnen.



SuperBrugsen i Rødekro aftaler og opretter Flemmine en lokal multi-prisaf tale på God Morgen Juice.

"Jeg tager fat i Supply Chain i Ringe. De går altid langt for at hjælpe os sælgere, og det sætter vi stor pris på". Udfordringen bliver løst, og butikken får deres varer to dage efter.

Til sidst præsenterer Flemming Valsøllille-konceptet – jo, det er dejligt med et højtprofileret produkt til de kvalitetsbevidste kunder.

**14:45 Spar i Agerskov**

Flemming optager ordre på to kommende kampagner og sikrer sig, at butikken spiller.

**15:15 Flemming triller mod Kolding**

I bilen ringer en Føtex, der har ikke modtaget deres varer. Flemming ringer igen til SupplyChain, der kontakter transportfirmaet. De sidste har røde ører, da de har glemt at tage varerne med, men lover levering i butikken inden næste morgen kl. 8, hvor avis-kampagnen starter. Kunden er tilfreds igen.

**16:00 Tak for idag!**

Flemming er tilbage på sit hjemmekontor og gør status og løber næste dags planlægning igennem, tjekker mails og lukker ned.

**ER DU NYSGERRIG?**

Hvilken afdeling eller kollegas arbejdsopgaver kunne DU tænke dig at læse mere om i et kommende nummer af FrugtPressen?

Send dine forslag til Inge Olson på iol@rynkeby.dk



# FORNEMME PRISER

Rynkeby Shots vandt årets **DLF Publikumspris** d. 9. marts og fik en 2. plads i **Årets Lancering**, mens Dagmar fik en meget flot 2. plads som **Årets Nyhed**



PRISER  
+  
ØKONOMI



AF THOMAS DUHOLM MARCHER  
OG SANNE LUNDSGAARD RASMUSSEN

DLF's Publikumspris er branchens anerkendelse og et skulderklap til Rynkeby fra branchens egne folk.

Oveni det fik vi to 2. pladser:  
- Rynkeby Shots som Årets Lancering med flotte ord om det innovative arbejde og Rynkebys evne til at anskue kategorien fra nye vinkler.  
- Dagmar i kategorien Årets Nyhed.

**Årets Publikumspris**  
Publikumsprisen til Shot-lanceringen blev vundet på grund af, at produktet har solgt godt, bidraget til kategorien og tilført noget nyt til markedet. Som produkttype var shots fx ikke bredt tilgængelige i dagligvarehandlen før vores lancering. Tidligere var shots forbeholdt specialforretninger, convenience-sektoren eller personer, som med ekstraordinært overskud bryggede ingefærshots derhjemme.

**Årets Lancering**  
I kategorien Årets Lancering fik Rynkeby Shot en 2. plads for at bringe en stor sundhedstrend ind i dagligvaremarkedet. Vinderen blev Colgate med en whitening-pen.

**Årets Nyhed**  
Dagmars flotte 2. plads i kategorien "Årets Nyhed" rammer kernen i Dagmars identitet: At give unikt til gæsten – en gastronomisk alkoholfri drikkeoplevelse, som skal nydes med mad.

På den måde imødekommer Dagmar også tendensen "drink without drunk" – et begreb og et emne, som bliver mere og mere relevant – også i Danmark.



# REGNSKAB 2016



Masser af ændringer har påvirket resultatet



AF JAN E. PEDERSEN

I Danmark oplevede vi i 2016 en markant vækst volumenmæssigt og omsætningsmæssigt ift. 2015. Den gennemsnitlige salgspris er dog lavere i 2016 ift. 2015 pga. vækst i Private Label-volumen i 2016.

I både Sverige og Finland er vi i volumen og omsætning bagefter sidste år. Med ny ejer er vi nu også leverandør til Eckes-Granini-selskaberne i hhv. Finland og Sverige.

Afsætningen til Norge viser en pæn vækst i 2016 ift. 2015. Eksporten til øvrige lande viser også en pæn vækst både volumen- og omsætningsmæssigt.

**Årets resultat**  
Årets resultat er påvirket af en del særlige forhold og strukturelle ændringer, efter at vi har fået ny ejer, bl.a.:

1. Salg af Rynkeby Foods AB til Eckes-Granini Sverige
2. Køb af Bråmhults- og Valsøllille-varemærkerne
3. Afskrivning af diverse aktiver og hensættelser til diverse fremtidige omkostninger.

Den 'normale' forretning har i 2016 været præget af stigende råvarepriser og en stigende US-dollar ift. året før – og vi kunne i 2016 ikke hjemtage højere salgspriser. Derfor har resultatet i

## REGNSKAB RYNKEBY FOODS A/S

Volumen (mio L.)	2015	2016
Danmark	68,2	83,7
Sverige	43,8	40,1
Finland	12,9	12,2
Norge	3,4	3,7
Øvrige	8,1	8,5
Total	136,4	148,2

År til dato juli	2015	2016
Omsætning (mio. DKK)	999,9	1081,5
Resultat før skat (mio. DKK)	75,2	215,2

2016, når der korrigeres for de specielle forhold relateret til ny ejer, været lavere end resultatet i 2015.

**Det officielle årsregnskab**  
Når det officielle årsregnskab for 2016 bliver offentliggjort, vil tallene se anderledes ud end tallene her, der dækker kalenderåret for Rynkeby Foods A/S. Det skyldes, at det officielle regnskab vil dække perioden, hvor Rynkeby Foods A/S har været ejet af Eckes-Granini, samt at vi er blevet fusioneret med Valsøllille ApS pr. 1. januar 2016.

# SKUB PÅ

# SCUBA

Rynkebys største projekt til dato med nyt produktionsudstyr, nye produkter og ny ekspertise. Kort sagt: En fabrik i fabrikken



AF JENS TERMANSEN

De fleste har hørt om Scuba-projektet. Enten på kantine møder eller på andre måder. Men det er først nu, vi præcist kan beskrive indholdet og betydningen af projekt Scuba, der strækker sig tidsmæssigt ind i de første måneder af 2018, men med én klar deadline: Vi skal være i fuld produktion af friskpresset juice i december 2017!

## Hvad er Scuba?

Scuba er et projekt, der involverer forretningen meget bredt. Her i Ringe i særdeleshed, men også i Eckes-Granini Sverige og på vores hovedkontor i Nieder-Olm. Scuba er derfor et forretningsprojekt og ikke udelukkende et projekt, der handler om teknik og produktion, selvom de største synlige forandringer vil ske i bygninger og produktionslinjer.

## Internationale kolleger i Ringe

For at sikre bredden og den fornødne ekspertise har vi deltagere fra Sverige, Tyskland og Frankrig som nøglepersoner i projektgruppen:

- Mathias og Castor fra Brämhufts i Sverige
- Henning fra Fallingbostel i Tyskland
- Fabien fra Macon i Frankrig.

Alle deltagerne vil have deres daglige eller ugentlige opgaver her i Ringe i løbet af det kommende år.

## Friskpresset i Ringe

Med Scuba etablerer vi ny produktionskapacitet, så vi ved årets udgang overtager produktionen af friskpresset juice, smoothies og lemonader, som i dag finder sted i Brämhufts i Sverige.

Vi overtager derfor fremadrettet produktion og leverance til vores kolleger i Eckes-Granini Sverige. Vi får dermed også ansvaret for Valsøllille-produkterne til det danske marked. Men det er blot det oprindelige projekt.

## Langtidsholdbar og smoothies i PET-flasker

Under arbejdet med Scuba opstod der en række muligheder, som projektteamet fik chancen for at forfølge. Resultatet er blevet, at vi nu også kan tilføje produktion af langtidsholdbar juice og smoothies i PET-flasker til vores lange liste af stærke produkter.

Vi får også etableret forbindelse mellem den nye produktion og den eksisterende. Derved opnår vi en stor fleksibilitet. En fleksibilitet, som vi skal udnytte, men som samtidig bliver vores største udfordring – vi skal være de bedste til fleksibilitet, samtidig med at vi har en høj leverancesikkerhed og bevarer vores effektivitet.

## Kommercielt – nu og fremover

På den kommercielle side arbejder Jørn Falk, Lone Brandt og Henriette Blindbæk energisk med at få designet de nye flasker, labels og låg, som skal køre på de nye linjer. Færdige design er en forudsætning for de detaljerede specifikationer til bl.a. dele på fyldemaskinerne og etiketteringsmaskiner. Parallelt renoverer vi flaskelinjen i kælderen, så vi kan opretholde en stabil produktion af saft og Orange Morning under hele projektførelsen.

## Bygninger og arealer

Arbejdet med at klargøre bygninger og arealer til den nye produktion er startet og vil fortsætte med meget stor aktivitet frem til sommer.

Vi skal renovere gulve, etablere afløb, isolere og installere ekstra kølekapacitet. Hele processen – fra modtagelse af den friske frugt, til den friskpressede juice er fyldt i flasker og sendt til lager – skal holdes afkølet for at sikre holdbarhed og kvalitet.

## Frisk frugt og grøntsager

Det gamle PurePak-område skal vi have klargjort til opbevaring af den friske frugt, appelsiner, æbler, gulerødder m.m. og til installation af presseriet. Da disse bygninger ikke rummer aktivitet, når High Speed-linjen er sat i gang, vil det ikke give de store driftspåvirkninger. Det vil derimod installation af fyld- og forpagningslinjer i de områder ved siden af den nuværende fyldehal, hvor vi i dag har lager til forpagnings- og andre materialer. Her kommer der til at ske en kraftig omrokering.

Installationen af de nye linjer vil betyde en reel reduktion af lagerarealer, så vi får behov for at ændre i den måde, vi klargør pakkematerialer og bringer dem frem til alle linjerne.

## Juli-oktober

Installation af juiceprocesanlæg, blanderi og fyldelinjer kommer til at forløbe fra juli til oktober. Vi vil også ændre og etablere et nyt område til pluk og pallekonfigurering. Produktionen af de friskpressede produkter betyder små

Fortid og fremtid mødes: Den gamle villa og retro-interiør er rammerne for Scuba-projektet, der peger Rynkeby ind i fremtiden.

batch-volumener og mange små serier. Samtidig skal vi producere i både HDPE- og PET-plastikflasker – foreløbig i 8 forskellige størrelser. Dvs. at vi får en relativt høj produkt- og plukkekompleksitet.

## Oktober-november

I perioden oktober-november skal vi køre test af hele den nye produktionsopsætning, ligesom vi skal udføre kvalitetsvalidering på linjer og produkter.

Vi skal sikre, at produkterne lever op til det, vi lover holdbarhedsmæssigt. Arbejdet med test og validering kommer til at ske i samarbejde mellem produktion og kvalitet.

Det bliver en travl tid med det mål, at vi kan melde alle processer, procedurer og produkter klar til produktionsopstart i december.

Den detaljerede plan for produktionsopstart foreligger først, når vi har aftalt den præcise dato for produktionsstop i Brämhufts i slutningen af december.

## Hvad betyder Scuba fremover?

Arbejdet med en vellykket gennemførelse af projekt Scuba giver naturligvis et stort behov for træning af kolleger og opbygning af viden gennem hele produktionskæden.

Vi kommer til at anvende ny og, i nogle områder, avanceret teknologi, med nye krav til indtastning og registrering i de enkelte arbejdsområder.

Vi kommer til at kunne tilbyde dag-til-dag-levering af Valsøllille og forbedre holdbarheden væsentligt.

Og så kommer vi til at arbejde med nye produkter, ligesom der vil være skærpede krav til rengøring og hygiejne for at sikre den forlængede produkt holdbarhed. Det gælder for råvaremodtagelse, råvaregodkendelse og sortering over juiceproces og blanding til fyldning og pakning.

## Oplæring i Sverige

Førnævnte indebærer behov for medarbejderopplæring på fabrikken i Sverige, deltagelse i specifikation af processtyrings-systemet, indkøring af anlæg og linjer samt etablering af et robust kvalitetssikringsprogram, blot for at nævne nogle faktorer.

Projekt Scuba kommer først og fremmest til at betyde, at vi kan supplere vores nuværende produktudbud med et nyt, meget stærkt og alsidigt sortiment af kvalitetsprodukter til vores kunder.

Scuba betyder også en fantastisk udvikling af virksomheden med nye mål, opgaver og udfordringer.

## PROJEKTPLAN

	2017												2018
	Jan	Feb	Mar	Apr	Maj	Jun	Juli	Aug	Sep	Okt	Nov	Dec	Jan
Design & Ordering	→												
Building	→												
Installation						→							
Commissioning								→					
Test Production									→				
Start Commercial Validation										→			
End of Production in Borås													★





# HISCORE SKIFTER FASER



## CHANGE MANAGEMENT

HiScore ændrer meget og påvirker de fleste



AF JAN E. PEDERSEN

Som I alle ved, er vi i fuld gang med projektet HiScore – en kæmpe forandringsproces, der vil påvirke mange kolleger.

Vores måde at gøre ting på bliver ændret, og det vil på sigt, når implementeringen er afsluttet, sandsynligvis medføre nogle ændringer i den måde, vi er organiseret på.

HiScore-projektet omfatter udskiftning af vores eksisterende ERP-system M3 med Eckes-Graninis ERP-system HiScore, som er en SAP-implementering på Rynkeby.

Som et meget vigtigt skridt på vejen har vi 1. marts 2017 udnævnt de personer, som er og skal være de fremtidige LDO'er (Local Domain Owners) for Rynkeby:

### LOCAL DOMAIN OWNERS (LDO)

Process	LDO
Order to cash - sales	Mads Nørgaard Sørensen
Order to cash - logistics	Tom Jørgensen
Forecast-to-deploy-planning	Lone Støvring
Forecast-to-deploy-production	Søren R. Thomsen
Forecast-to-deploy - QM	Rikke Bekker Henriksen
Research and development	Anette Thybo
Purchase-to-pay	Lisa Howe Jepsen
RTR-FIN	Dorthe Kronbær
RTR-CO	Lene Strømkjær
Master data management	Steffen Bjørn Nielsen

### Eckes-Granini arbejder med 4 roller i HiScore-modellen globalt:

PM	Ejer den globale template for det enkelte processpor (fx Purchase-to-pay)
LDO	Repræsenterer det lokale marked i det enkelte processpor
Key User	Har grundlæggende systemviden og forretningsprocesforståelse
Subject Matter Expert	Har ekspertviden indenfor det enkelte processpor.

Ovennævnte personer er Rynkeby Foods' repræsentanter i de individuelle procesområder, og LDO-rollerne er omfattende og omfatter bl.a. følgende del-elementer:

- 1 Lokalt ejerskab af HiScore-processerne
- 2 Forstå det globale template-procesdesign
- 3 Drive forretnings- og procesoptimeringer
- 4 Være Rynkeby Foods' lokale repræsentant i det globale Eckes-Granini LDO-netværk
- 5 Ansvar for fastlæggelse af lokalt træningsbehov samt ejer og udvikler af lokalt træningsmateriale
- 6 Ansvarlig for fremtidige integrations- og regressionstest
- 7 Ansvar for løbende forbedring og optimering af lokale processer og systemer sammen med den globale domainejer
- 8 Deltager i fremtidige, globale proces-workshops som Rynkebys repræsentant
- 9 Eskalerer eventuelle procesproblemer til global domainejer
- 10 Gennemfører procesændringer lokalt.



AF STEEN LUND-PEDERSEN

I arbejdet med at erstatte vores nuværende ERP-system med EG's SAP har vi defineret de danske behov, og vi har udviklet og implementeret de kritiske behov, som manglede i HiScore.

1. marts startede vi første testfase – "Integrations Test – 1" (IT1) – hvor vi tester HiScore på vores egne data. Det sker i de opsatte pavilloner og i lokaler i "Villaen", og derfor vil mange kolleger være mindre synlige i det daglige end hidtil.

Som I kan se, bliver det en turbulent periode med mange involverede kolleger – og vi kommer til at arbejde på måder

### HVAD ER HISCORE?

HiScore er Eckes-Graninis (EG) ord for alle processer og systemer i forretningen. Primært SAP R/3, et ERP-system, som erstatter M3. Sekundært SAP Business Intelligence (BO/BI), som erstatter Qlikview.

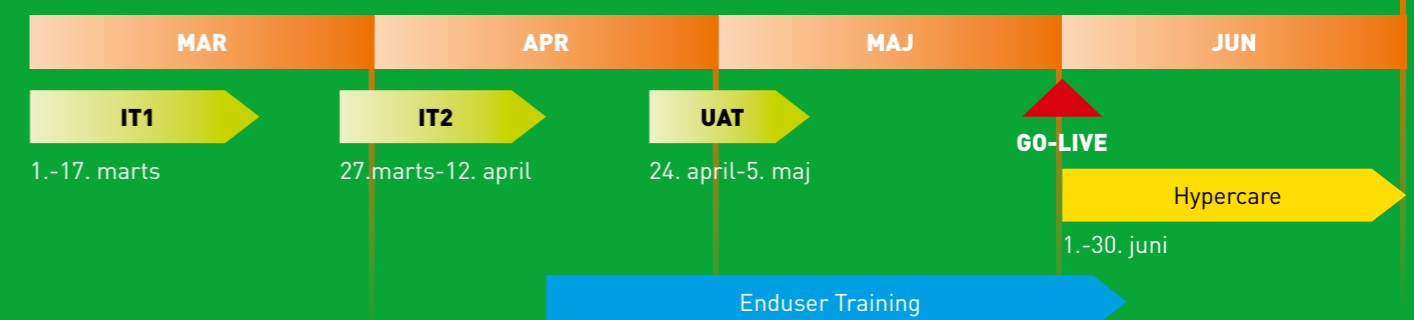
HiScore er en template på basis af den komplette SAP. Der er altså ikke direkte adgang til hele SAP, men det er målrettet os som international juiceproducent.

HiScore anvendes i alle EG's selskaber. Derfor kan man direkte sammenligne selskaberne, udnytte funktionalitet udviklet i andre lande og opbygge et internationalt netværk af superbrugere med ens ansvarsområde(r) og rolle(r).

og i situationer, som vi ikke umiddelbart forstår. Det er i disse situationer, vi skal huske vores vindermentalitet – og se fremad.

Jeg lover ikke, at alt bare kører til vores 'go-live' d. 3. juni, men forventer en periode, hvor vi skal lære nye processer og funktioner, før de er 'inde under huden'.

### HISCORE-TESTFASER



#### Integration Test 1

1.-17. marts 2017  
Funktions- og flow-test på det etablerede system. Test baserer sig på EG/ACN's tidligere erfaringer fra de sidste 5 implementeringer og nogle tilføjet af vores egne eksperter. Vi forventer her en del problemer, da rigtig mange ting skal fungere sammen.

#### Integration Test 2

27. marts-12. april 2017  
Samme proces som i IT1, dog forventer vi selv at kunne håndtere dette, og at oplygte fejl fra IT1 er elimineret. Vi inddrager her få nøgle-kolleger, "Key Users" (KU), som assisterer projektgruppen. I denne fase udvikler vi også uddannelses- og træningsmateriale.

#### UAT – User Acceptance Test

5. maj 2017  
Fejl skal være elimineret, og systemet skal kunne afvikle alle Rynkebys forretningsprocesser.  
Vi udfører alle processer i det lokale team. Der vil nu blive inddraget få "End Users" (EU), som assisterer projektgruppen.

#### Brugertræning

Parallelt med diverse test vil vi gennemføre et egentligt uddannelses- og træningsforløb, som et mindre team fra EG og Accenture samt Mads og Søren vil planlægge og gennemføre.



# TEAM RYNKEBY SKOLELØBET 2017

Foto: Thomas Nørregaard

**Ny rekord med 523 skoler  
– en stigning på over 60%**



AF CARL ERIK DALBØGE

Der er stor travlhed på alle 44 hold på Team Rynkeby 2017 – ikke mindst synes jeg, at der i skrivende stund (ultimo februar) for alvor er grund til at fremhæve vores 'nye' projekt – Team Rynkeby Skoleløbet.

Fredag den 24. februar lukkede vi for tilmeldinger til årets skoleløb, der løber af stablen fredag før påske – dvs. fredag den 7. april.

### Rekord – igen

Vi havde sidste år rekordmange skoler med – ca. 295 i Danmark og ca. 35 i Sverige.

I år er der – og hold nu godt fast – 315 skoler tilmeldt i Danmark, 27 i Finland, 157 i Sverige og 6 i Norge = i alt 523 skoler. IMPONERENDE og FANTASTISK.

Det ligger 100% fast, at vi her sammen har fået skabt et helt unikt projekt, der er 100% i tråd med vores klassiske cykeleventyr. Et projekt, hvor børnene:

1. Gør noget godt for sig selv (motion)
2. Gør noget godt for andre (indsamler penge til børn med kritisk sygdom)
3. Gør det i et stærkt, socialt fællesskab.

Et projekt, der også inddrager forældre, familie OG den lokale skole, der får et vigtigt tema på skemaet i kraft af vores forskellige undervisningspakker udarbejdet af de organisationer, som vi støtter i de respektive fire lande.

### TAK for kæmpe indsats

Der skal lyde en kæmpe stor ros til det helt utrolige engagement, som de mange Team Rynkeby-hold lægger for dagen i arbejdet med at kontakte og overbevise de mange skoler om det rigtige i at deltage i Skoleløbet.

Det er afgørende at have tæt kontakt til skolerne og de deltagende skoleelever, så alle på dagen får den bedst mulige oplevelse. Vores dialog både internt og eksternt kan på ingen måde overvurderes.

Fra centralt hold i Team Rynkeby Fonden og Rynkeby Foods arbejder en mindre projektgruppe på at understøtte Skoleløbet, så også den efterfølgende logistik med udsendelse af plakater, armbånd, juicebrikker, sponsorsedler, forældrebreve og diplomer mv. fungerer og leveres i rette tid i den rigtige mængde.

### Nyt: Elektronisk betaling

Efter afviklingen af Skoleløbet krydser vi fingre for, at den elektroniske betalingsløsning, der i år erstatter anvendelsen af raslebøsser, er let at gå til samt forståelig og enkel. Ultimo april kender vi beløbet, der er indsamlet i år.

Personligt er jeg stolt, imponeret og ydmyg, og den følelse deler jeg med RIGTIG mange deltagere på Team Rynkeby.

Tusind tak for jeres imponerende indsats.

Jubilæum:

## MARIANNE TAGER GERNE 25 ÅR MERE

Skiftende arbejdsopgaver gør hverdagen interessant og spændende

AF JOURNALIST ANNE SCHØNING CHRISTENSEN

52-årige Marianne Grimes har været med, lige siden dengang man skrev på skrivemaskine, modtog ordrer på en telex og renskrev breve og tekster for chefen. Sådan var det i hvert fald, da hun den 22. april 1992 havde første arbejdsdag hos Rynkeby Foods.

I dag – 25 år efter – har meget ændret sig. Og netop det, at der hele tiden sker nyt, er årsagen til, at Marianne nu kan fejre 25-års jubilæum.

"I løbet af de 25 år er fabrikken fusioneret ad flere omgange, og det har hver gang betydet nye udfordringer for mig", siger hun:

"Derfor har jeg ikke haft noget behov for at søge andre steder hen, fordi mit arbejde aldrig har været ensformigt".

### Forskellige arbejdsopgaver

Marianne er oprindelig uddannet korrespondent i engelsk og fransk. I 1992 blev hun ansat på Rynkeby som salgs- og marketingassistent, og arbejdsopgaverne bestod primært af typiske sekretær opgaver.

I de seneste 10 år har Marianne arbejdet som BUM-assistent (Business Unit Manager) med fokus på eksport. Her varetager hun alt det praktiske ifm. eksportkunderne.

"Når min chef har lavet aftale med en kunde, så tager jeg over. Jeg følger bl.a. op på, at kunden får varerne til tiden og til de rigtige priser", forklarer Marianne, der gerne tager 25 år mere på Rynkeby.

"Min alder taget i betragtning, så kan det da godt være, at jeg ikke holder 25 år mere. Men jeg er sikker på, at når



DINE  
KOLLEGER

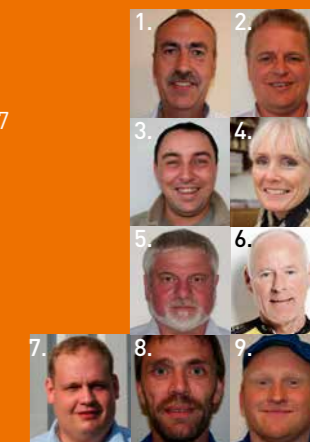


det gælder arbejdsopgaverne, så vil de fortsætte med at udvikle sig. Så jeg bliver ved, så længe det er sjovt og udfordrende".



## TILLYKKE med dagen til disse kolleger

1	Viggo Andersen	Business Unit Manager	65 år	10. marts 2017
2	John Gjelstrup Vedsted	Salgschef	10-års jubilæum	1. april 2017
3	Allan René Jørgensen	Tappe- og pakkeoperatør	10-års jubilæum	16. april 2017
4	Marianne Damsgaard Grimes	BUM-assistent	25-års jubilæum	22. april 2017
5	Lejlf Kuhlmann	Chauffør	60 år	23. april 2017
6	Carl Erik Dalbøge	Team Rynkeby-direktør	65 år	23. april 2017
7	Johan Ditlev Høst-Madsen	Production Controller	40 år	29. april 2017
8	Lennart Brian Christiansen	Lageroperatør	10-års jubilæum	7. maj 2017
9	Niels-Henrik Pedersen	Tekniker	10-års jubilæum	21. maj 2017



## VELKOMMEN TIL NYE KOLLEGER

1	Jacob Rasmussen	Business Unit Manager	6. marts 2017
2	Christina Anker Bering	BUM-assistent	1. marts 2017
3	Ngum Hniang	Køkkenassistent	20. februar 2017
4	Linea Fogh Pedersen	Produktudvikler	15. februar 2017
5	Kathrine Christensen	Laboratorietekniker	1. februar 2017
6	Morten Nibe	Projektkoordinator	16. januar 2017
7	Martin Jensen	Salgskonsulent	2. januar 2017
8	Didde Skov	Customer Demand Planner	1. januar 2017
9	Anne Juul Jensen	Kvalitetskoordinator	1. december 2016





## MEDARBEJDER- FORENINGEN



AF RIKKE SELCHAU

Lørdag den 7. januar 2017 var vi 28 kolleger fra Medarbejderforeningen, der havde en fantastisk aften i Boxen i Herning til fejringen af Sporten 2016 med spising alt inklusive.

Allerede i bussen til Herning var humøret højt. Da vi ankom til Boxen, var vi i rigtig god tid, så vi fandt frem til VIP-området og så bl.a. de kendte på den røde løber.

Der blev hilset og taget billeder – dog ingen selfies – af kulturministeren, idrætsudøvere og selveste Kronprins Frederik.



Efter en lækker middag gjorde tjeneren opmærksom på, at vi måtte tage drikkevarer med i hallen, og tilføjede: "Husk, at I har 2 hænder". Det fik nogle til at fylde rødvin i 0,5 l fadølsglas.

Selve showet var fantastisk, og det var spændende at se 'bag kulisserne', hvordan det hele bare stod klappet og klart.

Alt i alt en rigtig god dag, som vi gerne gør igen til næste år.

## KONKURRENCE

### Vind en kurv med købmandsvarer

**Spørgsmål:**

**Hvem har et hjerte, der banker for frugt og grønt, som omtalt i sidste nummer af FrugtPressen?**

Læg dit svar i postkassen i kantinen senest den 28. april 2017. Husk at skrive dit eget navn og afdeling. Blandt de rigtige besvarelser trækker vi en vinder af en flot kurv med købmandsvarer.



**Vinder af konkurrencen i december:**  
Patrick Rasmussen



## BLIV MEDLEM!

Vil du ikke gå glip af arrangementerne og hyggeligt samvær med dine kolleger og deres familier?

**Så kontakt Karen i Kantinen.  
Medlemskabet koster kun 20 kr. om måneden.**

