



Søren Egesborg, CEO - Kohberg Bakery Group A/S

2023-12-01 12:35 CET

Upcykling, bæredygtighed og fuldkorn

Kohberg Bakery Group A/S er en dedikeret fuldkornspartner som har været med lige siden Fuldkornspartnerskabets begyndelse. Som Danmarks største privat- og familieejede bageri gør Kohberg det hver dag nemt for danskerne at vælge fuldkorn. Vi har mødt deres nye administrerende direktør Søren Egesborg til en samtale om bæredygtighed, hvilke parametre der bliver vigtige i fremtiden og så selvfølgelig fuldkorn.

1.Kort Bio Søren Egesborg?

Jeg hedder Søren Egesborg og er 49 år. Jeg bor med mine 2 teenagedrenge Anton og Gustav i Odense. Jeg har været ansat ved Kohberg Bakery Group siden Maj 2022. Først som kommerciel direktør. Pr. 1/12-23 er jeg CEO. Min baggrund er primært fra fødevarerindustrien, og primært i kommercielle roller.

2.Hvem er Kohberg Bakery Group A/S?

Kohberg er Danmarks største privat- og familieejede bageri. Vi bager på 3 lokationer i Danmark og dækker de danske forbrugeres behov indenfor brød og kager. Udover salg til de danske forbrugere, eksporterer vi også til en lang række markeder.

3.Hvordan arbejder I med bæredygtighed?

Vi producerer udelukkende med dansk mel. Dansk mel sparer CO2. En betydelig del af brødet's CO2-udledning opstår, når råvarerne bliver transporteret fra møllerne til bagerierne. Det er en af grundene til, at vi i Kohberg har valgt at bage med mel, der er dyrket og malet i Danmark. Undersøgelser foretaget af Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug viser, at brød bagt med dansk mel udleder cirka 20 procent mindre CO2, fordi melet ikke skal transporteres hertil fra udlandet”.

Vi arbejder også med upcykling. I 2022 indledte Kohberg et samarbejde med den danske virksomhed Agrain®, der udvikler cirkulære fødevarer. Agrain® har udviklet en helt ny metode, hvor de kan upcycle og genudnytte mask, der er en del af restproduktionen fra øl. Normalt bliver masken enten kasseret eller anvendt som dyrefoder, men med Agrains® metode bliver den bløde, våde mask i stedet omdannet til mel. Det kaldes upcycling og er en af de helt store tendenser i arbejdet for at forhindre madspild og sikre fremtidens bæredygtige produktion af fødevarer

4.Hvordan arbejder I med fuldkorn, og hvad er vigtigt for jer

Det skal være nemt at vælge fuldkorn. Når vores bagere udvikler nye opskrifter, er målet naturligvis altid først og fremmest, at resultatet får en fremragende smag og god tekstur. Men i Kohberg arbejder vi samtidig målrettet for, at så meget som muligt af vores brød indeholder fuldkorn. Som en del af Fuldkornspartnerskabet deler vi visionen om at sikre danskerne

adgang til fødevarer med fuldkorn – og dermed muligheden for at vælge en sund og varieret kost. Derfor vurderer vi altid, om et nyt Kohberg-brød er egnet til at få Fuldkornslogoet og/eller Nøglehulsmærket.

5.Hvilke parametre tror du bliver afgørende på rejsen for at få danskerne til at spise flere fødevarer med et lavt klimaaftryk?

Vi skal blive bedre til at kommunikere. I forhold til mange andre fødevarer har brød et lavt CO₂-aftryk. Faktisk har 100 gram hakket oksekød (10 – 15% fedt) en højere CO₂e-udledning end 5 kg fuldkornsrugbrød (kilde: Den store klimadatabase). I praksis betyder det, at CO₂e-udledningen til din frokost er den samme, hvis du lægger en lille hakkebøf på tallerkenen – eller hvis du i stedet fylder den med 90 skiver Herkules rugbrød”. Derfor har vi på Kohberg også et fokus på, at få danskerne til at spise mere brød – særligt fuldkornsbrød – i forbindelse med måltiderne. I Kohbergs innovationsarbejde har vi fokus på såvel folkesundhed som klimaet.

6.Hvad er dit favorit fuldkornsprodukt?

Vores økologiske fuldkornsburger er det perfekte eksempel på et produkt med høj fuldkornsandel og en fantastisk smag spiller godt sammen. Derfor er det mit favoritprodukt.

Fuldkornspartnerskabet er et offentligt privat partnerskab, der arbejder for at forbedre folkesundheden ved at få danskerne til at spise mere fuldkorn.

Bag Fuldkornspartnerskabet står Fødevarestyrelsen, Kræftens Bekæmpelse, Hjerteforeningen, Diabetesforeningen og en række fødevarerivirksomheder.

Kontaktpersoner



Rikke Iben Neess

Pressekontakt

Kampagneleder

Pressekontakt

rikn@di.dk

+45 30 38 15 36