

# Magasins oksekød bedst i smagstest

## ■ Vinderportræt

AF LOUISE LYKKE

De bedste oksebøffer fås hos Mad & Vin i Magasin. Sådan lød den klokkeklare dom fra kokkepanelet, da kødet kom på bordet i Børsens blindtest af fødevarer i detailhandlen. Magasins Mad & Vin snuppede såvel en første som anden plads i smagstesten. Bag favoritbøfferne gemmer sig ungvæg fra Danish Crown, men også bøffer fra den lille producent Kildegaarden, der siden 2004 har markedsført sit kød under eget brand, fik en pæn placering. To vidt forskellige producenter med hver sit bud på, hvordan forbrugeren får et godt stykke kød på tallerken.

Ungkvæget – og vinderbøffen – fra Danish Crown er produceret konventionelt. Det er mørhed og ensartethed i kvaliteten, som producenten markedsfører sig på. Dyrene bliver slagtet, når de er mellem 12-14 måneder og går inden døre i stalde, hvor de få grovfoder. Ifølge divisionsdirektør fra Danish Crown, Lorenz Hansen, vil forbrugerne faktisk slet ikke ønske, at ungvæget – særligt tyrene – kom ud på græs. Kødets eftertragtede mørhed hænger tæt sammen med den konventionelle produktionsmetode, forklarer han.

»Hvis ungtyrene kommer på græs, går det ud over kvaliteten, for kødet bliver nærmest sort. Selv om mange godt kan lide tanken om en bøf, der har fået lov til at boltre sig i det fri, ville de ikke bryde sig om at spise en ungtyr, der har fået lov til at springe omkring på marken. Det går ud over kvaliteten,« siger han.

På Kildegården i Hadsund, der snuppede andenpladsen, har man en fuldstændig modsat forretningsstilgang. Kildegaardens filosofi er, at dyrevelfærd, men også håndteringen af kødet efter slagtning hænger tæt

sammen med smag og kvalitet.

Selv om kødet fra Kildegården også er ungt – mellem 12-24 måneder – er der ikke tale om ungvæg, som Danish Crowns, men kødkvæg, der genetisk set er anderledes, og som med fordel kan gå udenfor, forklarer Erik Skovsgaard, der sammen med sin kone Gitte Skovsgaard driver Kildegaarden – en gård som de senere år har oplevet en eksplosiv vækst i salget af kød, efter at ejerne besluttede at markedsføre sig direkte til forbrugerne under eget navn i stedet for at levere kød til allerede eksisterende mærker. Selv om kødet ikke bliver ensartet, når dyrene får lov til at gå i naturlige omgivelser, går Kildegaarden ikke på kompromis med kvaliteten.

## Fritgående smager bedre

»Du kan lave stort set den samme culottesteg, når du har dyrene gående indenfor og selv kan styre, hvad de præcis får at spise. Det kan vi ikke, for vores dyr går ude i naturen, men vi mener til gengæld, at kød fra fritgående dyr smager bedre. Kvaliteten afhænger dog også af behandlingen af kødet, før det kommer ud i køledisken. Det skal have tid til at hænge og modne på en krog. Vi stiller også store krav til vores forhandlere, der skal kunne håndtere kødet rigtig, og vi sælger ikke kød, som vi ikke selv kan stå inde for,« siger Erik Skovsgaard, der ikke er i tvivl om, at forbrugerne også i fremtiden vil efterspørge kød med en god historie.

»Vi har aldrig solgt så meget kød, som vi gør nu, hvor vi bevidst markedsfører os ved at fortælle forbrugerne historien bag produktet. Hvor pris tidligere var konkurrenceparameter, er vi overbeviste om, at kødets historie og kvaliteten vil få endnu mere betydning i fremtiden,« siger han