



Globale samfundstrends og deres betydning for forbruget af mad og drikke

Januar 2026

Globale samfundstrends og deres betydning for forbruget af mad og drikke

Mange af fødevareproduktionens produkter eksporteres til lande både i og uden for Europa. Med brug af data og rapporter fra bl.a. FN's befolkningsfremskrivninger, Verdensbanken, Euromonitor International og WorldAtlas sætter vi i denne markedsanalyse fokus på fem udvalgte globale, demografiske samfundstrends, som har indvirkning på vores forbrugsmønstre og derfor kan have indflydelse på udviklingen i efterspørgslen efter mad og drikke i de kommende årtier.

De fem udvalgte samfundstrends beskrives kort her:

- **#1 Flere mennesker på jorden: Flere munde at mætte.** FN forventer, at vi når op på omkring 10,4 milliarder mennesker i år 2100, hvorefter det vil stabilisere sig. På 75 år bliver vi altså 23 pct. flere mennesker på kloden, end vi er i dag. Det betyder, at der bliver flere munde at mætte, og at presset på jordens ressourcer vil stige. Asien og Afrika står for den største vækst i befolkningstallet frem mod år 2100. Faktisk stiger antallet af mennesker i Afrika så meget, at det i år 2100 vil udgøre over en tredjedel af jordens befolkning, mod 18 pct. i dag. Det betyder, at fødevareefterspørgslen vil stige mest i Asien og Afrika.
- **#2 Gennemsnitsalderen stiger: Vi lever længere og forbruger anderledes.** Levealderen stiger globalt, og flere mennesker lever et langt og aktivt liv. I år 2050 forventes verdensborgeren at kunne se frem til at blive 77 år i gennemsnit, og i år 2100 vil dette være steget til en forventet levetid på knap 82 år. Regioner som Europa og Nordamerika ligger højere end gennemsnittet, mens Asien og Afrika ligger lavere. Den voksende middellevetid skyldes både at der fødes færre børn, men også at vi lever længere. En aldrende befolkning vil føre anderledes forbrugerkrav med sig samtidig med, at der bliver færre i arbejdsstyrken til at drive vækst.
- **#3 Urbanisering: Flere flytter til byerne.** I år 2050 forventes det, at to ud af tre på kloden er bosat i byer - i alt omkring 6,7 mia. mennesker. Urbaniseringen skaber forandringer i forbrugeradfærd, hverdag og mindset. Der vil i byerne være større tilgængelighed af forskelligartede varer og tjenesteydelser, som giver forbrugere et større handlerum og flere muligheder. Vandringen fra land til by vil samtidig føre til et pres på ressourcer i byerne som fx kloakering, veje, affaldssortering og rent drikkevand. Det kan potentielt føre til en større kløft mellem land og by, når flere forbrugere flytter væk fra områder, hvor der produceres fødevarer.
- **#4 Flere husstande med én person: Et mere individualiseret forbrug.** Mange steder i verden er det ikke længere så almindeligt at blive tidligt gift og blive sammen resten af livet. Folk bliver senere gift, det er blevet mere acceptabelt at blive skilt, og samtidig kan der være forskel i levetid mellem ægtefæller. På baggrund af dette vil der være et stigende antal husstande med kun én person i alle aldersgrupper i befolkningen. Det former efterspørgslen efter forbrugsvarer og tjenesteydelser tilpasset én-persons husstande. Ifølge Euromonitor var hver femte husstand globalt en én-persons husstand i 2023. I 2040 forventes dette at være steget til hver fjerde husstand globalt (26 pct.) og det er derfor den hurtigst voksende husstandstype. Særligt Asien vil have en voldsom vækst i andelen af én-persons husstande sammenlignet med i dag.

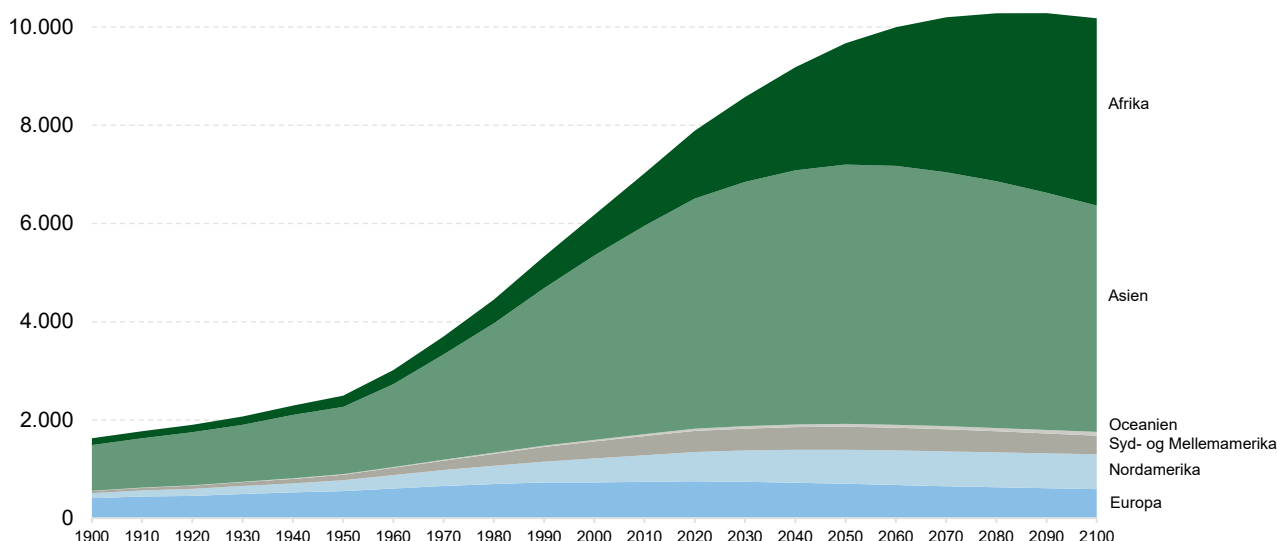
- **#5 Middelklassen vokser: Stigende købekraft... men også økonomisk pres.** Globalt vokser middelklassen hurtigere end befolkningen generelt, og Euromonitor forventer, at det allerede i 2030 vil være 64 pct. af jordens befolkning, der hører til middelklassen eller derover. Særligt i Kina og Indien vil der være en betydelig vækst i gennemsnitsindkomst. Det betyder, at flere forbrugere globalt har en disponibel indkomst, hvor de kan forbruge og efterspørge kvalitetsvarer og produkter, der matcher deres personlige præferencer. Trods stigende gennemsnitsindkomst globalt, kan der dog i et land være store forskelle mellem de allerrigeste få og en større gruppe fattige, der knap har råd til mad. Samtidig har de senere års geopolitiske usikkerheder skabt stigende priser på energi og råvarer. Det har ført til en stigning i leveomkostninger i mange markeder, som fører frustration og utryghed med sig. For har man overhovedet råd til at leve – selv om man teknisk set hører til 'middelklassen'?
- **Konsekvens: Global efterspørgsel efter fødevarer vil stige.** De demografiske samfundstrends fører til en stigende efterspørgsel efter fødevarer. Især i lav- og mellemindkomst-lande, hvor både befolkning og velstand vokser. I OECD-FAO's seneste Agricultural Outlook rapport forventes mejeriprodukter at stige med over 20 pct. frem mod år 2034, mens kød og fisk også vokser. Fødevareklyngen skal være klar til at imødekomme de forskellige forbrugerbehov for convenience, kvalitet, bæredygtighed – og mad, der smager godt og mætter. Producenter skal være klar til at levere til både voksende markeder og nye forbrugersegmenter, fx seniorer og single-husstande. Det anbefales at investere i innovation og viden, så produktionen kan følge med den globale udvikling i efterspørgsel og samtidig ikke overforbruge plantens ressourcer.

#1 Flere mennesker på jorden: Flere munde at mætte

Verdens befolkning vokser hele tiden. I år 2000 var vi 6,2 mia. mennesker på jorden. I 2025 har vi netop rundet 8,23 milliarder. Det er svimlende tal, der kan være svært helt at forstille sig. Ifølge FN's seneste beregninger vil vi nå op på 10,4 milliarder mennesker omkring år 2080, før kurven flader ud og falder en smule til 10,12 milliarder i år 2100. På 75 år bliver vi altså 23 pct. *flere* mennesker på kloden, end vi er i dag.

Selvom vi bliver flere og flere hele tiden, går det faktisk langsommere end tidligere. Siden 1968, hvor befolkningstilvæksten toppede med 2,1 pct. om året, er væksten faldet markant. I dag vokser vi med under 1 pct. om året, og forventningen er, at antallet af mennesker stabiliserer sig fra år 2100. Verden er på vej mod en ny balance, men den nye ligevægt er forskellig fra den gamle. Hvor det tidligere var en meget høj dødelighed, som holdt befolkningstilvæksten i 'skak', vil det for den nye balance i 2100 være lav fertilitet, altså færre børn pr. kvinde.

Figur 1: Befolkningsudviklingen i regioner, mio. mennesker



Kilde: Our World in Data pba. History Database of the Global Environment (HYDE) 2023, United Nations World Population Prospects. (FNs officielle befolkningsfremskrivelser. : [More than 8 out of 10 people in the world will live in Asia or Africa by 2100 - Our World in Data](#))

Udviklingen dækker over store forskelle mellem kontinenterne

Som figur 1 ovenfor også viser, skal langt størstedelen af verdens befolkning findes i Asien og Afrika. De to mest folkerige verdensdele vil dog udvikle sig meget forskelligt de kommende 75 år. Asien er fortsat den mest folkerige verdensdel med 4,83 milliarder mennesker i 2025, svarende til knap 60 pct. af verdens befolkning. Men omkring år 2050 begynder befolkningstallet ifølge FN at falde svagt, blandt andet på grund af Kinas etbarnspolitik i årene 1980-2016. I FN's prognoser forventes Asien i 2100 at have 4,61 milliarder indbyggere – et lille fald på 4,5 pct. siden 2060 – og vil her udgøre 45 pct. af verdens befolkning. Indien har allerede nu overhalet Kina som verdens største land, men også her falder fertiliteten, og befolkningen forventes at toppe i år 2062 og derefter falde en smule.

Afrika står derimod til at gennemleve en helt anden udvikling. Her er fødselsraten stadig høj, og befolkningen er relativt ung. I dag bor der 1,55 milliarder mennesker i Afrika, men i år 2100 forventes antallet at være steget til 3,81 milliarder – en stigning på hele 145 pct. på 75 år. Det betyder, at over en tredjedel af verdens befolkning (38 pct.) vil bo i Afrika i år 2100, mod under en femtedel (18 pct.) i dag.

I Nord-, Mellem-, Sydamerika og Oceanien forventes kun en lille stigning i befolkningstallet frem mod år 2100. Europa er den eneste verdensdel, hvor befolkningstallet forventes at falde – faktisk med hele 20 pct. fra 2025 til 2100. Det skyldes lave fødselstal og en aldrende befolkning.

Hvad betyder det for fødevareklyngen?

I år 2050 vil vi være to milliarder flere mennesker på kloden, og FN forventer, at behovet for mad vil stige med cirka 50 pct. Det sætter fødevareproduktionen under pres for at finde de bedste løsninger til at bruge naturens ressourcer mest optimalt. Klimaforandringer betyder, at nogle områder rammes af tørke eller oversvømmelser. FAO (Food and Agricultural Organisation of the United Nations) estimerede i 2024, at omkring 13,2 pct. afgrøder går tabt på grund af vejr, skadedyr eller sygdomme. Arbejdet med at gøre afgrøder mere robuste – fx med længere rødder, så de kan modstå erosion og finde vand dybere i jorden – er allerede i gang og bliver kun mere relevant frem mod 2050.

Eftersom størstedelen af befolkningstilvæksten kommer i Afrika og Asien, vil behovet for fødevarer vokse markant netop her. Fødevareklyngen skal være klar til at levere til flere og mere varierede markeder i disse to regioner. De 46 mindst udviklede lande i verden er blandt de hurtigst voksende. Ifølge FN sker mere end halvdelen af befolkningstilvæksten frem mod 2050 i blot 8 lande: Den Demokratiske Republik Congo, Egypten, Etiopien, Indien, Nigeria, Pakistan, Filippinerne og Tanzania. Det er lande, der i dag er meget fattige. Væksten i befolkningen vil derfor medføre flere udfordringer med at bekæmpe sult og fattigdom samt arbejdet med at forbedre sundhedsvæsen og ligestilling. Kampen om ressourcer vil intensiveres, og det kan føre til øget migration til vestlige, rigere lande. (World Population Prospects 2024)

Der er også håb. Eftersom andelen af folk i den "arbejdsduelige alder" (25-70 år) vil vokse, kan det også føre til økonomisk vækst i disse regioner. Euromonitor er i deres analyser inde på, at det kræver investeringer i uddannelse og sundhed samt bedre vilkår for økonomisk vækst, hvis man skal kunne gøre brug af den fordelagtige fordeling mellem yngre og ældre borgere. Inden for landbrug og produktion af fødevarer vil det være nødvendigt at fortsætte investeringerne i viden om dyrkningsmetoder, afgrøder tilpasset klimaet og optimal brug af vand, så produktionen bliver mere stabil og kan skabe flere arbejdspladser og mere lokal vækst. (Euromonitor: Megatrends: A framework for the future, 2022)



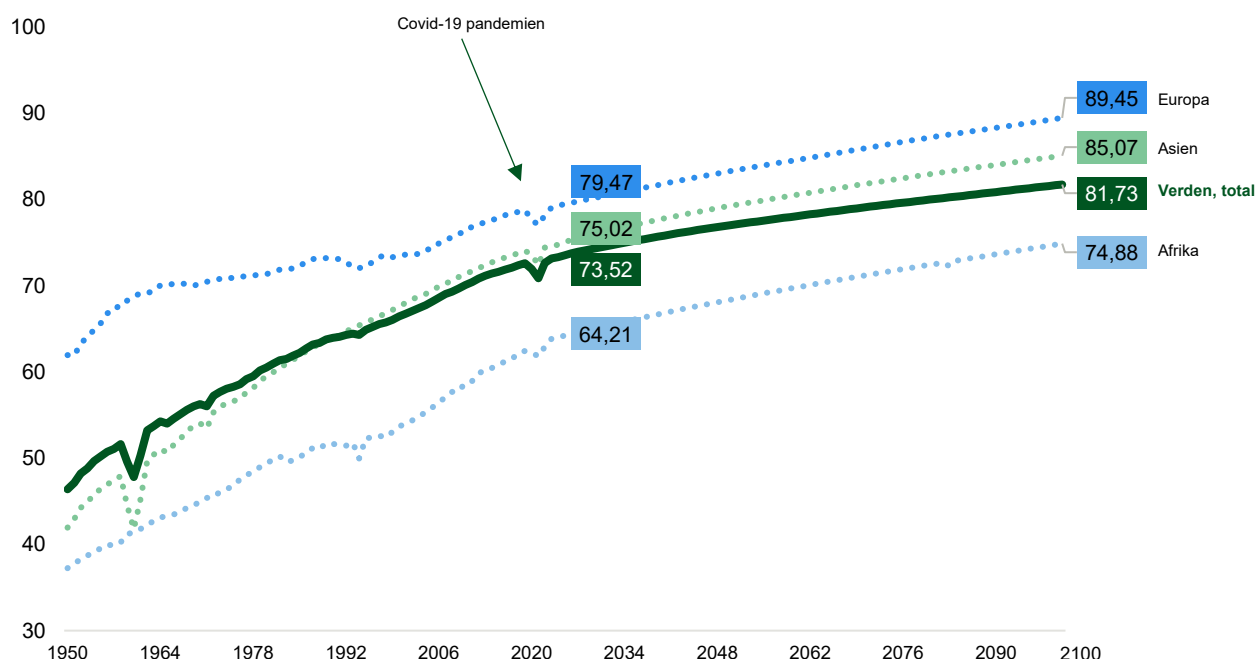
Forestil dig, at næsten fire ud af ti mennesker på kloden vil bo i Afrika i år 2100. Det vil påvirke alt fra fødevareproduktion til forbrugsmønstre og globale handlestrømme – og det vil stille store krav til innovation og samarbejde på tværs af lande.

#2 Gennemsnitsalderen stiger: Vi lever længere og forbruger anderledes

I mange tusinde år har de yngste aldersgrupper fyldt mest i befolkningen, og kun få har oplevet alderdom. For bare 100 år siden var det de færreste, der blev gamle. Livet var ofte hårdt, fattigt og kort. Men i løbet af det 20. århundrede er der vendt op og ned på dette billede. Forbedret sundhed, bedre muligheder for medicinsk behandling og bedre levevilkår generelt, gør at vi lever længere. Befolkningens sammensætning ændrer sig samtidig markant.

Middellevetiden for verdens befolkning er steget med hele 35 år over de seneste 150 år. I 1950 var den globale gennemsnitlige levealder 47 år – i dag er den 73 år for dem, der er født i 2024. Der har været enkelte bump på vejen, som fx under Corona-pandemien, hvor den globale levealder faldt midlertidigt med 1,7 år. Men generelt stiger levealderen på tværs af lande og regioner, og FN forventer, at vi i år 2050 vil leve i gennemsnit 77 år og knap 82 år i 2100.

Figur 2: Forventede middellevetid i år for verdens befolkning frem mod år 2100, samt udvalgte regioner:



Kilde: Our World in Data pba. History Database of the Global Environment (HYDE) 2023 (v.3.2), Gapminder (v6), United Nations World Population Prospects 2024. Middellevetid er, hvor længe man forventes at leve (fremadrettet) fra fødslen.

Selvom middellevetiden stiger overalt, er der stadig store forskelle. Nogle bliver meget gamle, mens andre stadig har et kortere liv, især i regioner som syd for Sahara, hvor både fødsels- og dødsraten ifølge FN er høj. For Europa forventes middellevetiden i år 2100 at være næsten 90 år, i Asien omkring 85 år, mens Afrika vil ligge på knap 75 år. Nogle regioner vil opleve stejlere stigning i middellevealder end andre. Det er især i Central- og Sydasien samt Latinamerika og Caribien, vi vil se den største stigning frem mod år 2050. I Australien og New Zealand er levealderen allerede meget høj (84,2 år), hvorfor den formentlig ikke vil stige i samme grad som i fx Central- og Sydasien. Med tiden vil levealderen på tværs af regioner blive mere ensartet. (World Population Prospects 2024)

Milepæl: I 2070 vil der være flere ældre end børn og unge under 18 år

Ifølge FN venter særligt én vigtig milepæl os i slutningen af 2070'erne: Her forventes antallet af personer over 65 år globalt nemlig at nå 2,2 milliarder og derved overstige antallet af børn og unge under 18 år. Allerede i midten af 2030'erne vil der være flere personer på 80 år eller derover end spædbørn under 1 år. I lande, hvor befolkningstallet allerede har toppet eller snart gør det, vil dette krydspunkt ske tidligere. Selv i lande med unge og hurtigt voksende befolkninger vil antallet af ældre stige markant de næste 30 år.

Når befolkningen bliver ældre i gennemsnit, skal samfundet tilpasse sig. Det betyder investeringer i sundheds- og plejesystemer, bæredygtige sociale ordninger og nye teknologier. Eftersom kvinder generelt lever længere end mænd, kan det være nødvendigt at udvikle politikker og strukturer, som sikrer lige adgang til pension, tager højde for kønsspecifikke sundhedsbehov og styrker de sociale støttesystemer, så omsorgsarbejdet tilrettelægges på den bedste måde.

Snakken om "pensionsalder" kan være svær helt at engagere sig i, hvis man selv er i begyndelsen af arbejdslivet, mens det for andre bliver en meget vigtig diskussion. Nogle vil gerne kunne stoppe tidligt pga. nedslidning af kroppen – andre vil gerne have mulighed for gradvis nedtrapning eller måske et arbejdsliv, der kan fortsætte livet ud med indlagte, selvvalgte pauser. FN forventer, at der med en aldrende befolkning vil komme mere fokus på automatisering for at øge produktiviteten på tværs af alle aldersgrupper. Livslang læring, omskoling og multi-generationelle arbejdsstyrker bliver vigtigere med en aldrende befolkning, ligesom jobmuligheder for ældre, der ønsker at fortsætte med at arbejde, også vil blive vigtigere. (World Population Prospects 2024)

Ændring i forbrugerefterspørgslen: Seniorer som drivkraft

Den stigende gennemsnitsalder har stor betydning for forbruget af mad og drikke. Seniorer udgør i mange markeder et voksende og købestærkt segment. Mange har opsparing og bolig, børnene er flyttet hjemmefra, og der er mere tid og overskud til at leve et aktivt og givende seniorliv. De stiller høje krav til fødevarernes sikkerhed, kvalitet og næringsværdi. Euromonitor peger på, at modne forbrugere driver efterspørgslen efter sundhed, velvære og oplevelsesbaserede tjenester. Ældre forbrugere lægger stor vægt på sundhed og kvalitet og ønsker at ældes med værdighed gennem bevægelse og sund mad. Sundhed forventes derfor at fortsætte som en stærk trend, hvor forbrugere søger mad og drikke, der giver velvære og livskvalitet.

Lidt generaliserende set har ældre forbrugere ofte en tendens til at vælge lidt mere konservativt end yngre, med fokus på kvalitet og langtidsholdbare løsninger. Det er nu ikke så mærkeligt. Erfaringen gennem livet har lært dem, hvad der virker, smager godt, passer til deres behov og får deres hverdag til at lykkes. Seniorer er dog åbne for nye oplevelser og inspiration inden for et allerede velkendt univers. Innovation inden for mad og drikke kan med fordel tage udgangspunkt i velkendte råvarer og smage, der sammensættes på nye måder.

Vil man som fødevarerproducent nå denne attraktive målgruppe, anbefales produktinnovation at fokusere på at imødekomme behov og ønsker med fokus på selvbestemmelse, nydelse og inklusion. Vigtigt er det dog samtidig, at man ikke forfalder til at sætte seniorsegmentet i bås. Alder definerer ikke nødvendigvis interesser og adfærd. Euromonitor beskriver trenden 'Age Agnostics', hvor forbrugere ikke vil lade sig begrænse af alder, men ønsker frihed til at vælge og leve, som de vil. Kommunikation skal derfor helst undlade at tillægge folk holdninger og adfærd baseret alene på

deres alder. Tag i stedet udgangspunkt i værdier, interesser og livsmønstre, og vis flere aldersgrupper med samme livsstil, holdninger og behov på tværs af demografiske segmenter. (Euromonitor: Top Five Population Trends, 2025; Megatrends: A framework for the future, 2022)



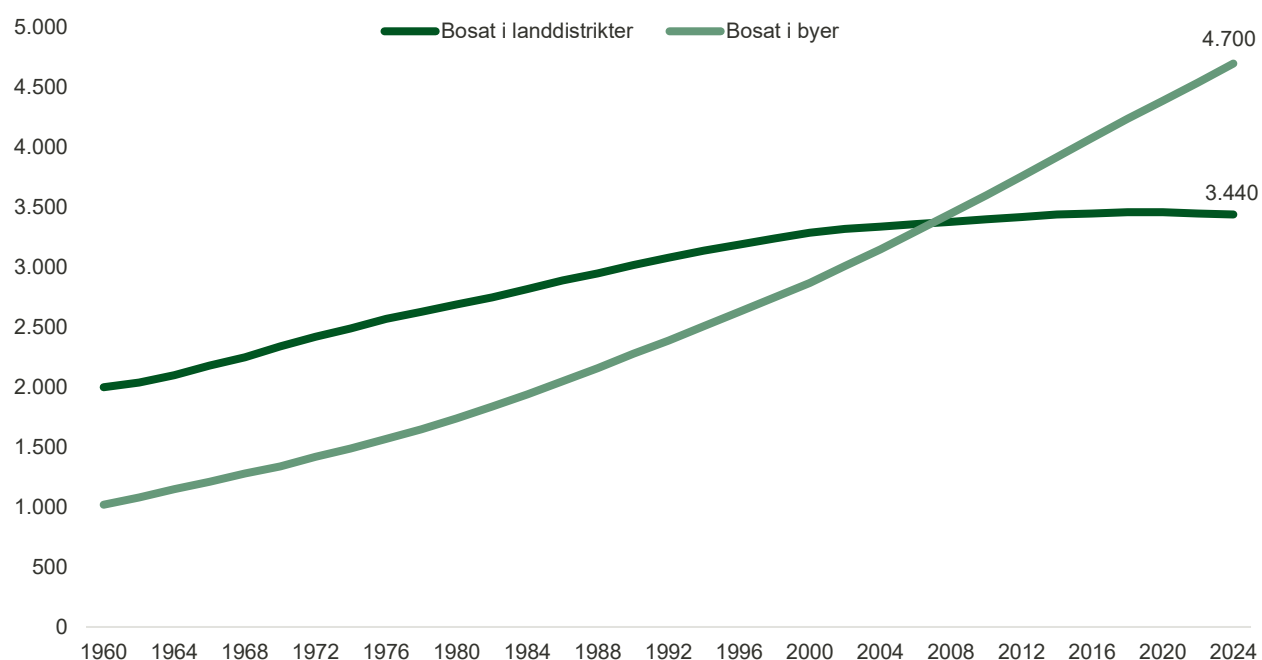
Forestil dig, at der om 50 år vil være flere ældre end børn i verden. Det vil ændre, hvad flertallet spiser, hvordan vi handler, og hvilke produkter der efterspørges. Der vil være endnu flere, der stiller høje krav til fødevarernes sikkerhed, kvalitet og næringsværdi.

#3 Stigende urbanisering: Flere flytter fra landområder til byer

Flere og flere mennesker vælger at flytte fra landområder til byer og udviklingen forventes at fortsætte. Frem mod 2050 forventes det, at op mod to tredjedele af verdens befolkning vil være bosat i byer. Det handler om ønsket om flere muligheder inden for en række områder: Job, uddannelse, underholdning, adgang til mad, sundhed, offentlig transport og kulturel mangfoldighed trækker folk mod byerne.

Der kan være stor forskel på, hvor stor en by skal være, før det i landets statistikker får mærkatet "by". Generelt er det billedet, at det typisk kræver mellem 1.000 og 5.000 indbyggere, før det defineres som "by" i landenes statistikker. Ifølge FN var det i 2025 45 pct. af verdens 8,2 mia. mennesker globalt, der boede i en by med 5.000 eller flere indbyggere. Det er en fordobling siden 1950. Urbaniseringen går altså hurtigere end selve befolkningsvæksten. På bare 21 år er antallet af byboere steget med 55 pct., mens befolkningstallet "kun" er vokset med 32 pct. i samme periode.

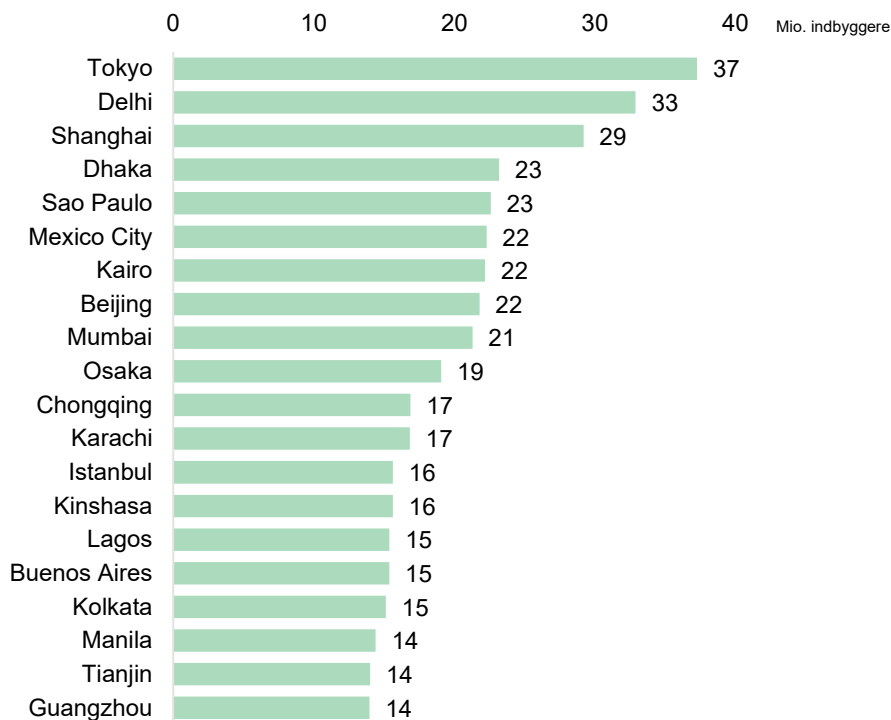
Figur 3: Verdens befolkning, der bor i byer vs. landdistrikter, mio. mennesker



Kilde: Verdensbanken og United Nations The World's Cities in 2025, pba. nationale statistikker. Definitionen af land vs. by er defineret af de enkelte lande. For nogle lande er alt under 5000 mennesker defineret som 'rural area' = landdistrikt. For andre lande (fx Danmark og Sverige) bliver klynger af huse defineret som 'by', hvis der bor min. 200 mennesker. Læs mere her: [The World's cities in 2025 • Data Booklet](#)

Især de store byer – megabyerne – vokser hurtigt. En megaby har i FN's definition mindst 10 millioner indbyggere, og ofte er det flere byer, der er vokset sammen til ét stort byområde. I 2025 findes der hele 33 byer i verden, hvor indbyggertallet overstiger 10 mio. mennesker. 19 af disse megabyer findes i Asien, hvor Indien alene har fem, mens Kina har fire. Andre steder på kloden finder vi fem megabyer i Sydamerika, fire i Afrika, to i Nordamerika og to i Europa (Paris og London). FN forventer, at antallet af megabyer vil være steget til 37, når vi når år 2050. Udviklingen går særligt hurtigt i Kina, hvor det forventes, at 70 pct. af befolkningen vil bo i byer allerede i 2030.

Figur 4: De 20 største byer i verden, opgjort i mio. indbyggere



Kilde: Worldatlas.com pba. FN 2025 baseret på nationale statistikker.

Urbaniseringen har betydning for fødevarerforbruget

Når folk flytter til byerne, ændrer det ikke kun, hvor vi bor – det påvirker også vores forbrugsmønstre og mindset. Flere mennesker på mindre plads betyder, at der bliver pres på ressourcer som boliger, vand, luftkvalitet, kloakering og affaldshåndtering. Mere affald og udledning fra biler og tung trafik kan føre til mere forurening, hvis det ikke håndteres ordentligt.

Samtidig giver bylivet adgang til et bredt udvalg af varer og tjenester, og forbrugerne får flere muligheder og større frihed til at vælge. Boligerne i byerne er ofte små, og det øger efterspørgslen efter møbler og hårde hvidevarer, der passer til mindre husholdninger. Når indkomstniveauet stiger, vil flere forbrugere også efterspørge højværdivarer, flere indkøbsmuligheder og adspredelser som biografer og restauranter tæt på hjemmet. Det forventes samtidig, at efterspørgslen efter convenience vil stige efterhånden som flere kvinder træder ud af 'husmor'-rollen og ind på arbejdsmarkedet.¹ Alt i alt vil urbaniseringen i vækstmarkeder forventeligt efterhånden føre til en forbrugskultur, der minder om den, vi har set i vesten de seneste 20-30 år. (Euromitor: Global Overview of Cities, 2025)



Forestil dig, at to ud af tre mennesker i verden snart bor i byer. Det ændrer, hvordan vi lever, spiser og handler – og stiller nye krav til fødevarerbranchen om fleksible, sunde og bæredygtige løsninger, der passer til et urbant liv. Det betyder også samtidig, at færre forbrugere bor tæt på fødevarerproduktionen. Det vil kræve en åben og kommunikerende tilgang til forbrugerne for at mindske en potentiel kløft mellem land og by.

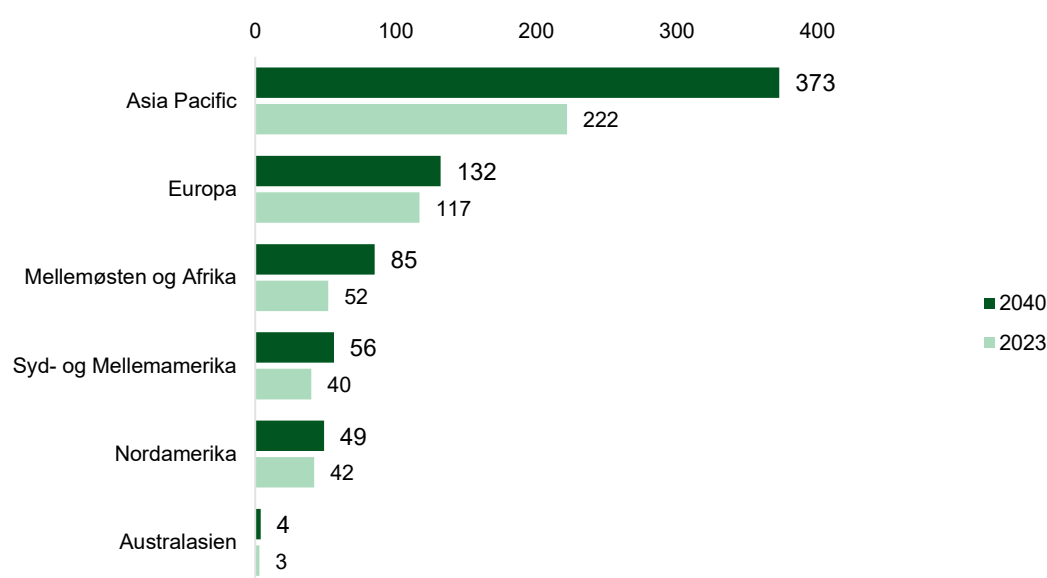
#4 Flere bor alene: Et mere individualiseret forbrug

Den globale husstandsstruktur er under markant forandring. Husstandsstørrelser bliver mindre, mens det samlede antal husstande vokser. Denne udvikling er drevet af urbanisering, økonomisk uafhængighed og ændrede sociale normer. Traditionelt har det været mest socialt acceptabelt at blive tidligt gift, men analyser peger på, at dette ændrer sig efterhånden, som der løsnes op for traditioner og sociale normer flere steder. Det er blevet mere socialt acceptabelt at bo alene og forbrugere verden over vælger i stigende grad at blive gift og få børn senere, måske af hensyn til økonomiske forhold eller ønsket om at fremme karrieren. Som presset fra sociale normer og traditioner langsomt slipper sit tag, bliver flere og flere bevidste om deres egne ønsker og ambitioner.

Euromonitor beskriver i flere rapporter, hvordan én-persons husstande er den hurtigst voksende husstandstype i verden. Fra 2010 til 2019 steg én-persons husstande med 31 pct., og næsten halvdelen af denne vækst i absolutte tal kom fra den Asiatiske Stillehavsregion. I 2024 steg antallet af alle husstande med 1,6 pct., primært drevet af en stigning på 3,8 pct. i én-persons husstande. Euromonitor estimerer, at udbredelsen af single husstande vil stige med 44,8 pct. frem mod år 2040, som følge af den demografiske udvikling og øget økonomisk uafhængighed. Forventningen er, at én-persons husstande i år 2040 vil udgøre 26 pct. af alle husstande i verden og stå for 19 pct. af det samlede forbrug. (Euromonitor: Global Household Trends, 2024)

Særligt Asien vil frem mod 2040 se en voldsom vækst i antallet af husstande med én person: Hvor der var 222 mio. husstande med én person i Asien i 2023, vil dette i 2040 være vokset til 373 mio. I Kina alene forventes 40 pct. af landets befolkning at bo alene i 2040 sammenlignet med 27 pct. i 2024. Dette er drevet frem af både af den generelle befolkningsvækst, den økonomiske udvikling, samt en stigende gennemsnitsalder.

Figur 5: Antal af énpersonshusstande i verdens regioner, 2023 og 2040 (prognose), mio. husstande



Kilde: Euromonitor International baseret på nationale statistikker: Global Household trends 2024.

Selv om Asien vil have den største vækst i andelene, der bor alene, er det fortsat i Europa, vi ser de højeste *andel* af befolkningen i et givent land, der bor alene. Det var i 2024 37 pct., og vil i 2040 være vokset til 41 pct. én-persons husstande. Skandinavien ligger helt i front i denne statistik: Finland har allerede 47 pct. én-persons husstande mens Danmark, Norge og Sverige også ligger over 40 pct. I absolutte tal vil Asien dog være markant det største marked, hvis man kigger alene på antallet af husstande med én person. (Euromonitor: Top Five Trends in Households, 2025)

Et mere individualiseret forbrug og nye behov

Når flere lever alene – enten i perioder eller hele livet – ændrer det forbruget. Personer, der bor alene, findes i alle aldersgrupper, og de er lige så forskellige i holdninger og værdier som dem, der bor sammen med andre. Men der er nogle strukturelle forhold, der påvirker efterspørgslen: Ifølge Euromonitor har mindre husstande typisk et højere forbrug pr. person målt i værdi. Det er dyrere pr. person at bo alene, og derfor er det mindre attraktivt at eje store forbrugsgoder selv – mange vælger at leje eller lease i stedet. Efterspørgslen efter mindre boliger, lejebiler og muligheder for fleksibel indretning vil derfor stige. Samtidig kan 'solo-forbrugere', især de modne segmenter, opleve både ensomhed, social isolation og økonomisk sårbarhed, hvilket stiller krav til offentlige systemer og skaber nye behov i markedet.

Én-persons husstande er en voksende og attraktiv målgruppe for fødevarer-virksomheder. Der vil være en stigende efterspørgsel efter mindre pakninger, kompakte produkter og fleksible løsninger. For fødevarer-virksomheder betyder det, at produkter, emballage og markedsføring skal gentænkes. Mindre husholdninger har brug for løsninger, der passer til et liv med begrænset plads og mindre indkøbsmængder – og for nogle også mindre lyst til at lave mad, når man bare er 'sig selv'. Det åbner for innovation inden for "single-serve" produkter og kompakte formater, der kan tilpasses individuelle behov.

Det forventes, at der vil være en stigende efterspørgsel efter mindre portioner, tilpassede pakkestørrelser og mulighed for individuel tilpasning. Samtidig vokser behovet for færdiglavet mad af god kvalitet portionsanrettet til én person. Skal man nå denne gruppe, anbefaler Euromonitor, at kommunikation og produktudvikling fokuserer på budskaber, der lægger vægt på oplevede benefits som selvforkælelse, frihed, pladsoptimering, fleksibilitet, tidsbesparelse, bekvemmelighed, hygge og livsnydelse. (Euromonitor: Top Five Trends in Households, 2025)



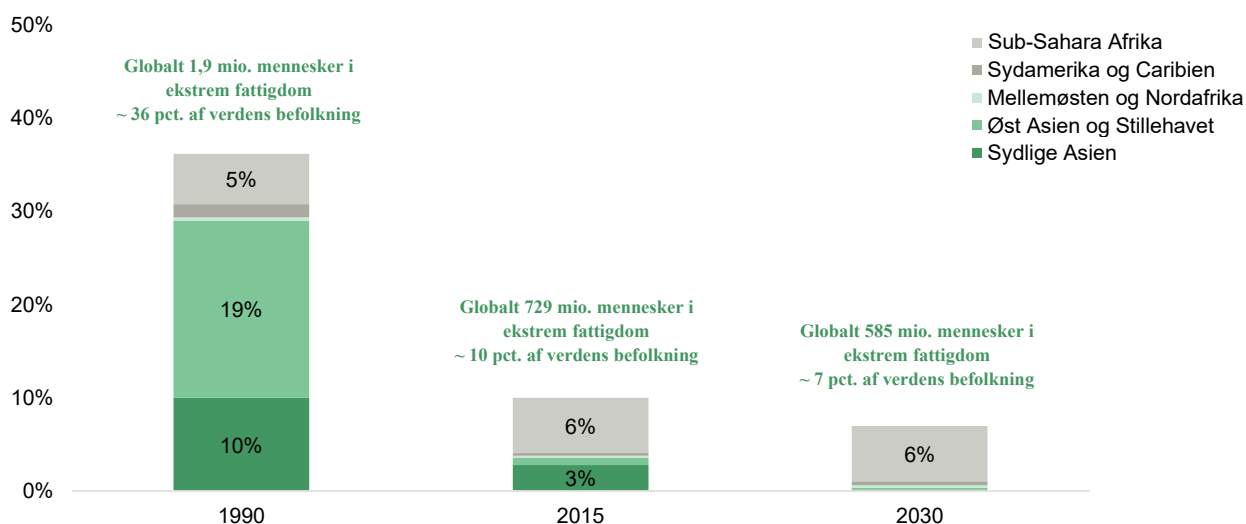
Forestil dig, at næsten halvdelen af alle husstande i Europa består af én person, og at hver femte i Asien bor alene om 15 år. Det er millioner af mennesker, hvor måltidet ofte er en individuel oplevelse. Det betyder mindre portioner, flere færdigretter til én person og fleksible løsninger, der gør det muligt både at spare tid og nyde måltidet alene. Samtidig kan måltider uden for hjemmet få stigende betydning, fordi mange søger sociale oplevelser uden for hjemmet.

#5 Middelklassen vokser: Stigende købekraft... men også økonomisk pres

De seneste 30 år har verden oplevet en markant nedgang i ekstrem fattigdom. Det er en succeshistorie, hvor især Kina og Indien har spillet hovedroller. Kina kunne i år 2020 erklære, at ekstrem fattigdom var elimineret, og Indien har fulgt trop med en kraftig reduktion fra 77 millioner ekstremt fattige i 2019 til forventet under 5 millioner i 2030.

I andre dele af verden ser billedet anderledes ud. Hvor ekstrem fattigdom tidligere var koncentreret i asiatiske lavindkomstlande, er den nu især udbredt i skrøbelige og konfliktramte lande i Sub-Sahara Afrika og Latinamerika. Latinamerika har oplevet stigende fattigdom siden 2015, og i Afrika vokser fattigdommen stadig, især på grund af stor befolkningstilvækst og manglende økonomisk vækst. Det ændrer dog ikke på, at andelen af verdens samlede befolkning, der lever i ekstrem fattigdom, er faldet drastisk siden 1990.

Figur 6: Andelen af mennesker i ekstrem fattigdom opdelt på regioner i hhv. 1990, 2015 og 2030



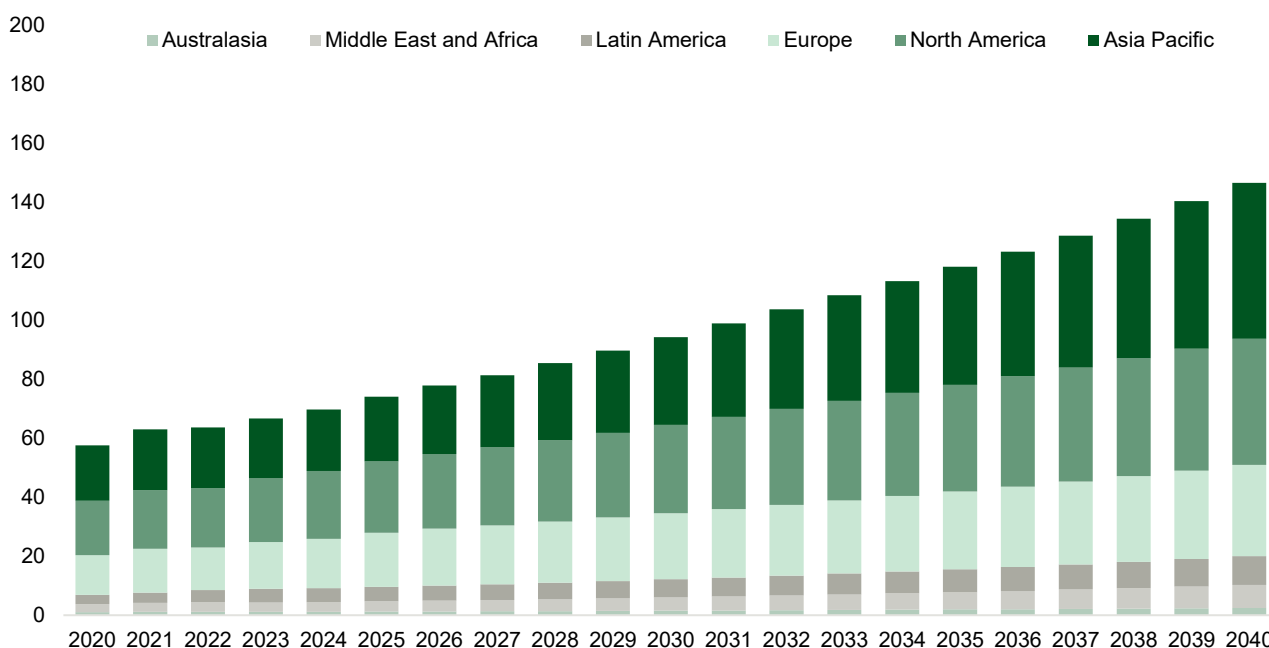
Kilde: Brookings Global working paper #166, 2022: The evolution of global poverty 1990-2030 (prognose) Anm.: Ekstrem fattigdom er defineret ved 1.9 USD pr. dag, justeret for prisforskelle ml. lande og inflation.

Omvendt vokser middelklassen, og det fører til ændringer i forbruget. Typisk menes der med 'middelklasse' en indkomstgruppe, der i 2017 tjente mellem \$12-\$110 pr. dag (i 2017 priser). Og i 2019 nåede verden et vendepunkt: Der var nu lige så mange mennesker i middelklassen og derved, som der var under fattigdomsgrænsen eller i indkomstgruppen 'økonomisk sårbare'. På trods af 'bump' på vejen som Covid-19 pandemien, krige og konflikter mm., forventes væksten i middelklassen at fortsætte støt, drevet af demografiske ændringer og produktivitetstilvækst særligt i Asien. I år 2030 forventes 64 pct. af verdens befolkning at tilhøre middelklassen eller indkomstgrupper højere end dette (dvs. tjente mere end \$110 pr. dag i 2017). Det svarer til 5,3 milliarder mennesker.

Asien vil have den markant største vækst af personer i middelklassen

For halvtreds år siden boede middelklasseforbrugere næsten udelukkende i vestlige lande. I dag findes middelklasseforbrugere næsten overalt. Og langt den største vækst i middelklassen sker i Asien - her især Kina og Indien. I år 2030 estimeres det, at 2/3 af den globale middelklasse skal findes i Asien. Ifølge Euromonitor vil væksten i middelklassen i de udviklede markeder være minimal, mens fremvoksende økonomier – især Pakistan, Filippinerne og Nigeria – vil opleve en hurtig stigning i antallet af husholdninger i denne indkomstgruppe. Det er dog Kina og Indien, der trækker det største læs, drevet af store befolkninger og stigende disponible indkomster. Samlet forventes disponibel indkomst i Asia Pacific at vokse med knap 180 pct. fra 2020 til 2040:

Figur 7: Væksten i disponibel indkomst 2020-2040, USD trillion, 2024 løbende priser.



Kilde: Euromonitor International august 2025 baseret på nationale statistikker, FN og Verdensbanken. 2025 og frem er forecast. Asia Pacific dækker i denne graf over områderne Øst og Sydøst Asien, Vest og Sydvest Asien, Sydasien og Oceanien, mens Australasia dækker over Australien og New Zealand.

Her spiller det også ind, at befolkningen bliver ældre i gennemsnit. I år 2040 vil næsten en tredjedel af befolkningen i udviklede lande være 60 år eller ældre, og globalt når andelen 19 pct. Denne gruppe forventes at øge deres faktiske forbrug fra 18 billioner USD i 2024 til 43 billioner USD i 2040 – en vækst, der overgår den samlede stigning i forbrugsudgifter.

Polarisering, prissfølsomhed og fokus på gode tilbud

Flere kilder peger på, at vi samtidig med væksten i købekraft ser en stigende økonomisk polarisering. Mange steder i verden vokser kløften mellem rig og fattig. I udviklede økonomier står den mindre bemidlede del af befolkningen stille, mens de rigeste bliver stadig rigere. Det betyder, at mange forbrugere oplever et stigende pres på økonomien og må prioritere benhårdt, mens et mindretal kan fortsætte deres høje forbrug uden at bekymre sig om priser, og hvordan de skal blive mætte.

Samtidig har de seneste fem års udvikling forstyrret billedet af en verden, der bliver stadig rigere. Geopolitiske konflikter som fx krigen i Ukraine og stigende priser på energi har forstyrret de globale forsyningskæder og ført til stigende priser på råvarer. Derfor er fødevarepriserne steget overalt i verden de seneste år. Selvom den globale inflation er faldet siden toppen i 2022, presser leveomkostningskrisen fortsat forbrugernes råderum. Prisfølsomhed og bekymring for stigende udgifter er i fokus – 71 pct. af forbrugerne i Euromonitors Voice of the Consumer: Lifestyles Survey 2025 udtrykker bekymring over stigende priser på dagligvarer. Samtidig kæmper virksomheder med stigende produktionsomkostninger, usikkerheder omkring todsatser, markedsvolatilitet og frygt for recession. (Euromonitor: Middle Class Reset, 2025)

Den økonomiske usikkerhed gør, at mange forbrugere har et fast blik rettet mod tilbud på fødevarer og følelsen af værdi for pengene. Prisfølsomheden er blevet det nye normale, selv i markeder, hvor det "på papiret" ser ud til, at forbrugernes privatøkonomi er sund. Euromonitor peger i deres analyser på, at udgifter til husleje i 2024 i gennemsnit udgjorde 20 pct. af forbrugernes husholdningsbudget, og dermed var den største udgift i budgettet. Og som leveomkostninger stiger, har forbrugerne forskellige strategier for at holde omkostningerne nede. De går på kompromis med antal m², undgår ejerskab og lejer i stedet, samt reparerer i stedet for at købe nyt. Frygten for faldende levestandard driver denne adfærd, men for nogle handler det også om et ønske om at leve mere bæredygtigt og undgå spild – fx madspild.

Samtidig med en øget prissensitivitet bliver forbrugere også mere selektive, hvor køb i højere grad end tidligere afspejler værdier og prioriteter. Derfor er det blevet strategisk nødvendigt at gentænke produkter: Virksomheder skal finde nye måder at levere værdi ud over prisen og differentiere sig i et marked, hvor både virksomheder og forbrugere er under økonomisk pres. Trenden driver behovet for løsninger, hvor man stadig kan 'leve livet', nyde og forbruge inden for budgetbegrænsninger. 'Affordable Luxury' bliver nøglen, hvor man søger oplevelser og luksus inden for et på forhånd fastsat budget. Forbrugerne forventer merværdi, hvor pris balanceres med kvalitet, bekvemmelighed og personlige prioriteter, som kan variere fra kategori til kategori. Samtidig svækkes mærkeloyaliteten mens private label vokser. Det er et strukturelt skifte: Loyalitet opnås ikke længere gennem tradition, men gennem relevans og pålidelighed. (Euromonitor: Middle Class Reset, 2025)



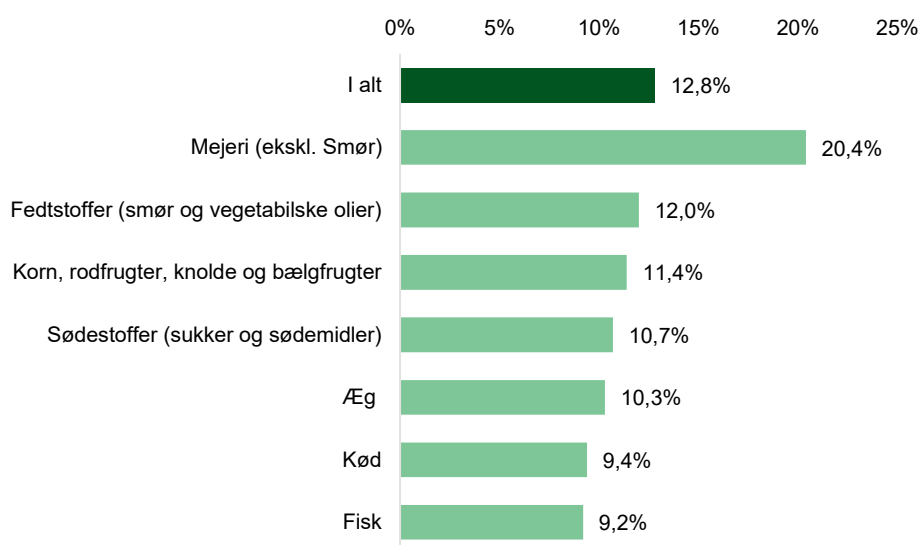
Når middelklassen vokser, ændrer det, hvad vi spiser og hvordan vi handler. Men samtidig betyder økonomisk usikkerhed og stigende priser, at mange forbrugere må prioritere benhårdt. For fødevareklyngen er det både en udfordring og en mulighed at udvikle produkter, der både matcher nye krav om kvalitet og bæredygtighed og samtidig er tilgængelige for alle.

Konsekvens: Global efterspørgsel efter fødevarer vil stige

De store samfundstendenser, vi har gennemgået, sætter tydelige spor i den globale efterspørgsel efter fødevarer. Det vil være et voksende behov for mad, i takt med at verdens befolkning vokser, og flere samtidig får råd til at vælge mere varieret og kvalitetspræget mad.

Ifølge den seneste Agricultural Outlook fra OECD-FAO forventes den globale efterspørgsel efter fødevarer at stige med næsten 13 pct. fra 2025 til 2034. Det er især i lav- og mellemindkomstlande, hvor både befolkningen og velstanden vokser, at behovet for mad stiger markant. Her begynder flere forbrugere at spise mere og mere varieret, og kostvanerne ændrer sig fra basisvarer som ris og majs til et større indtag af kød, mejeriprodukter, frugt og forarbejdede varer.

Figur 8: Forventet stigning i den globale efterspørgsel i pct. fra 2025 til 2034

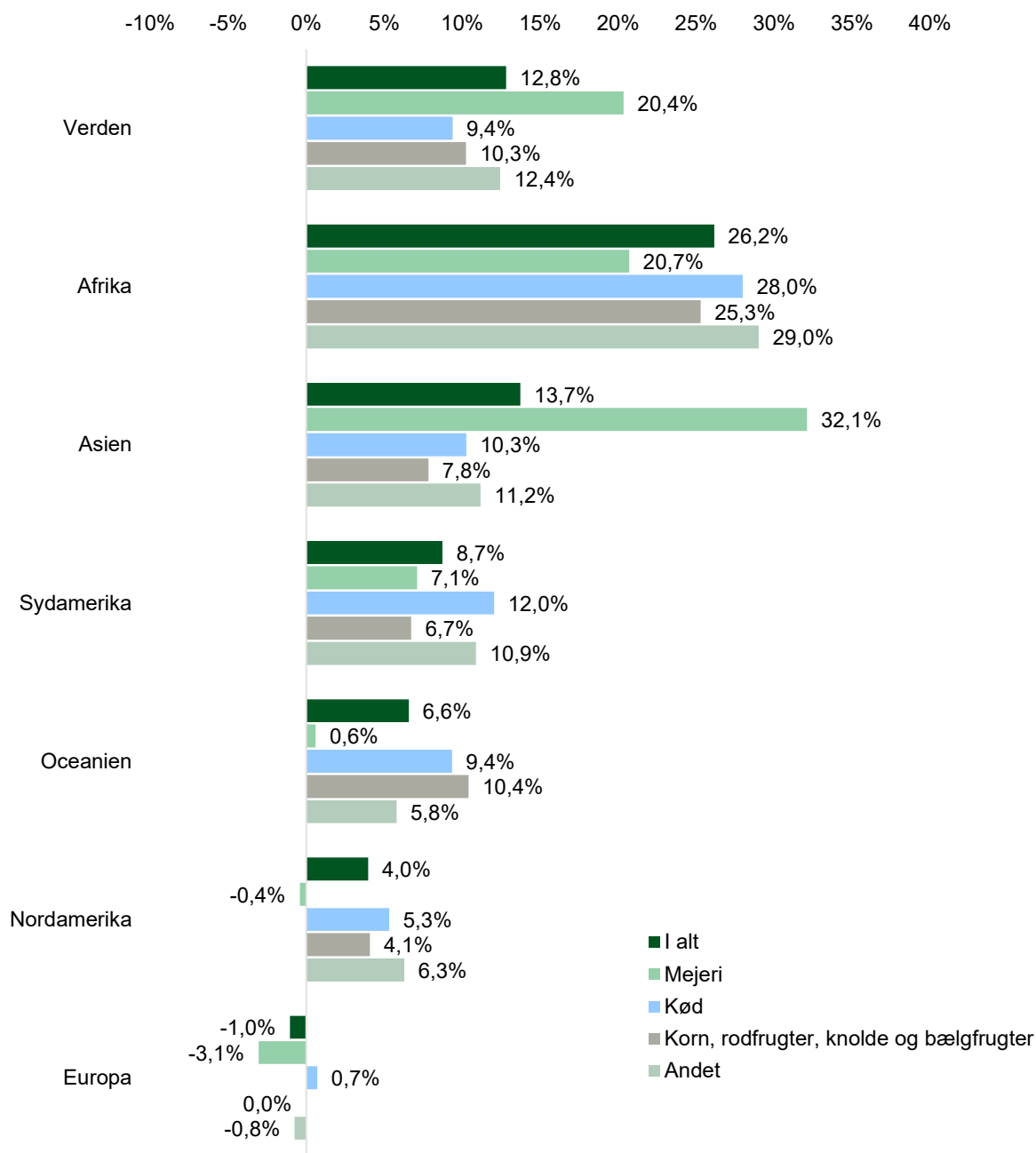


Kilde: Landbrug & Fødevarer på baggrund af OECD-FAO Agricultural Outlook 2025-3024. Tallene i figuren vedrører kun produkter til humant konsum. Den globale produktion af produkter vil være større, da der vil være spild i produktionen, samt at nogle produkter i fødevareklyngen anvendes til bl.a. foder og bioethanol. Se også Fakta om Fødevareklyngen 2025 [Fakta om Fødevareklyngen](#).

Mejeriprodukter er én af de hurtigst voksende fødevarekategorier

Særligt mejeriprodukter står til at vokse hurtigt. Frem mod år 2034 forventes forbruget af mejeriprodukter at stige med over 20 pct. (figur 8), drevet af en kraftig vækst i Afrika og Asien. Det er især frisk mælk, yoghurt og fløde, der fylder mere i kosten, og i takt med at indkomsterne stiger, vinder også ost frem – ikke kun i Europa og Nordamerika, men også i lande, hvor ost traditionelt har fyldt mindre. Urbaniseringen og den voksende middelklasse betyder, at flere spiser ude, og det øger forbruget af osteholdige retter som pizza og burger.

Figur 9: Vækst i fødevareefterspørgslen 2025-2034, verden total samt opdelt på regioner



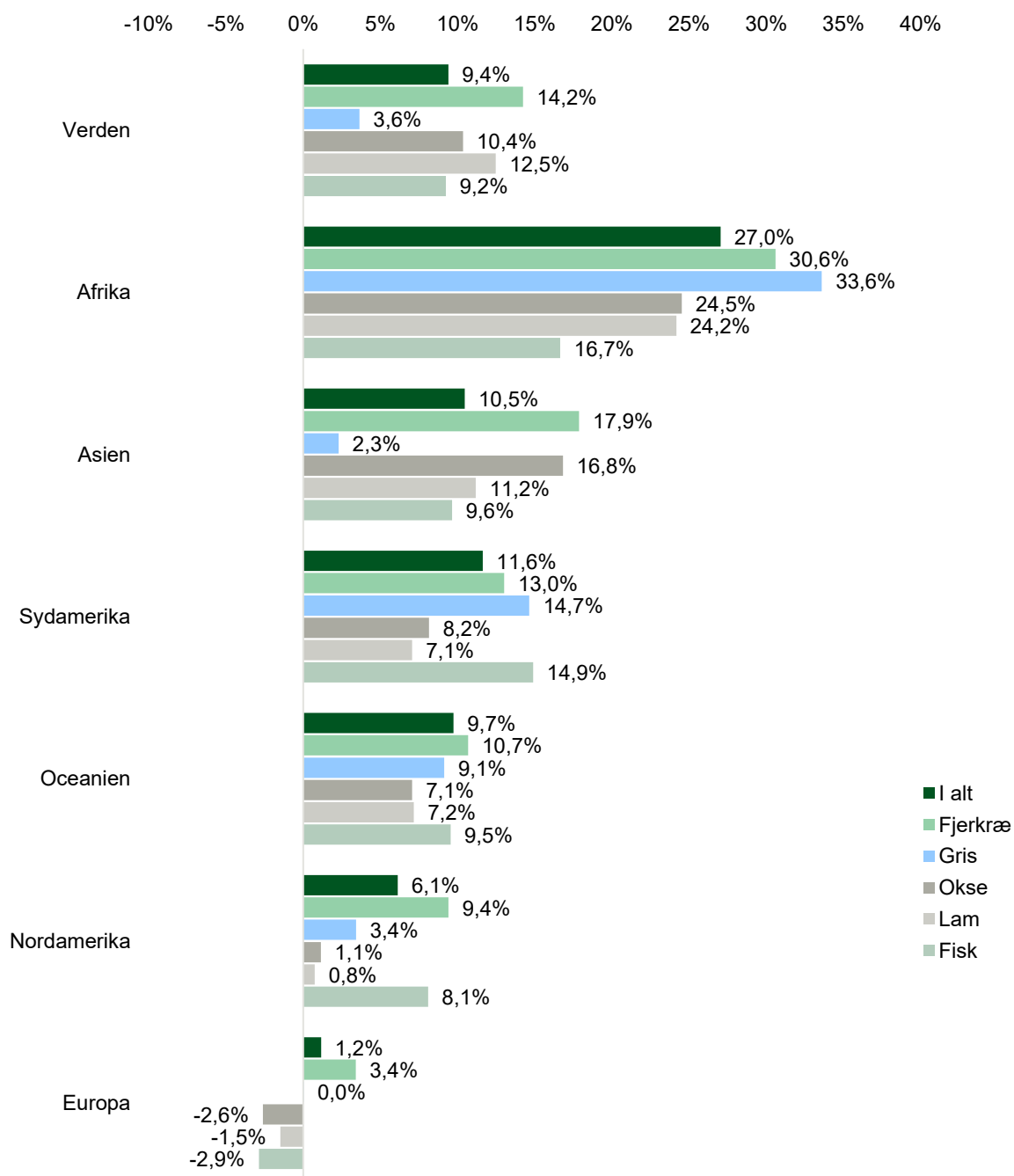
Kilde: Landbrug & Fødevarer på baggrund af OECD-FAO Agricultural Outlook 2025-3024. Tallene i figuren vedrører kun produkter til humant konsum. Den globale produktion af produkter vil være større, da der vil være spild i produktionen, samt at nogle produkter i fødevareklyngen anvendes til bl.a. foder og bioethanol. Kategorien "Andet" dækker bredt over mange forskellige produktkategorier som fx æg, olier og sødestoffer (sukker og sødemidler). Se også Fakta om Fødevareklyngen 2025 [Fakta om Fødevareklyngen](#).

Efterspørgslen efter korn, rodfrugter og knolde forventes at vokse globalt med 10 pct. Forbruget af hvede og ris vil især stige i Afrika og Asien, mens det i højindkomstlande er mere stabilt. Kartofler og andre knolde vinder frem i Sydamerika og Afrika, mens vækstmulighederne er begrænsede i Europa og Nordamerika, hvor kartofflen allerede er en stor del af kosten.

Efterspørgslen efter kød vokser. Særligt fjerkrækød er populært i mange lande

Den globale efterspørgsel efter kød forventes at stige med 9,4 pct. fra 2025 til 2034. Stigningen skyldes både en større verdensbefolkning og en stigning i det årlige kødforbrug pr. indbygger på 0,9 kg. om året. Udviklingen i kødforbruget er dog ret forskellig fra region til region, og væksten ser også forskellig ud fra kødtype til kødtype.

Figur 10: Vækst i pct. i efterspørgslen efter forskellige typer kød 2025-2034



Kilde: Landbrug & Fødevarer på baggrund af OECD-FAO Agricultural Outlook 2025-2034. Tallene i figuren vedrører kun produkter til humant konsum. Den globale produktion af produkter vil være større, da der vil være spild i produktionen, samt at nogle produkter i fødevareklyngen anvendes til bl.a. foder og bioethanol. Se også Fakta om Fødevareklyngen 2025 [Fakta om Fødevareklyngen](#).

Fjerkrækød er den kødtype, der forventeligt vil stige mest frem mod år 2034. Fjerkræ er relativt billigt, har en god ernæringsprofil og er bredt accepteret på tværs af religioner, hvilket gør det til et oplagt valg i mange lande. I Europa og Canada ser vi, at nogle forbrugere vælger fjerkræ frem for okse- og grisekød, blandt andet af hensyn til klima og miljø.

Forbruget af grisekød forventes kun at stige svagt, bortset fra Afrika, hvor forbruget forventes at stige med 33 pct. Hvis man kigger på forbruget af grisekød pr. indbygger i verden, viser prognosen et lille fald. Dette er, fordi væksten i befolkningen sker i områder, hvor grisekød ikke fylder meget i kosten i forvejen. Den procentvise stigning (særligt i Afrika) kan derfor synes voldsom, men bero på lille faktisk stigning i mængde. Oksekød forventes at stige med lidt over 10 pct., men det skyldes primært, at vi bliver flere mennesker – pr. indbygger er forbruget stabilt eller faldende, især i Europa og Nordamerika, hvor pris og klimahensyn spiller ind.

Voksende efterspørgsel efter fødevarer af god kvalitet

Bag prognoserne for væksten i fødevarer efterspørgslen gemmer sig netop de globale, demografiske trends i samfundet, som vi har set nærmere på i analysen: Befolkningen vokser, og der kommer flere munde at mætte – især i Afrika og Asien. Når indkomsterne stiger, ændrer kostvanerne sig, og flere får råd til at vælge mere varieret og kvalitetspræget mad. Urbaniseringen betyder, at flere bor i byer, hvor convenience og færdigretter fylder mere, og hvor der er adgang til et bredere udvalg af varer.

Samtidig ser vi, at mindre husholdninger og et mere individualiseret forbrug øger efterspørgslen efter mindre portioner, fleksible løsninger og produkter, der kan tilpasses den enkeltes behov. I højindkomstlande spiller værdier som dyrevelfærd, klima og sundhed en stadig større rolle. Det betyder, at forbruget af okse- og grisekød forventes at stagnere eller falde en smule i de kommende 10 år, mens fjerkræ og planteråvarer vinder frem.

Samlet set står fødevarerbranchen – og den danske fødevarerklynge – over for både store muligheder og udfordringer. Der bliver brug for innovation, fleksibilitet og evnen til at tilpasse produkter og løsninger til meget forskellige markeder og forbrugerbehov. Efterspørgslen efter fødevarer vokser, men den ændrer også karakter: Fra basisvarer til mere varieret, kvalitetspræget og bæredygtig mad, der passer til en verden i forandring.



Forestil dig en verden med flere mennesker på jorden, flere bor alene og middelklassen breder sig ud over hele kloden. I supermarkedet ser du hylderne fyldt med nye produkter – mindre portioner, flere mejeriprodukter, og et bredere udvalg af fjerkræ og plantebaserede alternativer. Du mærker, hvordan forbrugernes ønsker og behov ændrer sig: Nogle har økonomien til at vælge kvalitet og bæredygtighed, andre jagter gode tilbud og value for money. Samtidig bliver sundhed og klima stadig vigtigere, og virksomhederne må tilpasse sig for at følge med.

For fødevarerbranchen betyder det, at innovation og fleksibilitet bliver afgørende. Produkterne skal kunne tilpasses forskellige livsstile, husholdningsstørrelser og værdier – og samtidig levere på smag, kvalitet og ansvarlighed. Den danske fødevarerklynge har mulighed for at spille en nøglerolle, hvis vi formår at omsætte viden, tradition og nytænkning til løsninger, der matcher en verden i forandring.

Om analysen

Analysen af globale samfundstrends er baseret på flere forskellige kilder:

- United Nations (FN): DESA (Department of Economic and Social Affairs)
 - World Population Prospects 2024, [World Population Prospects 2024 | Population Division](#)
 - [The World's cities in 2025 • Data Booklet](#)
- United Nations (FN): FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations)
 - [Food Loss and Food Waste Database](#)
 - [OECD-FAO Agricultural Outlook | Markets and Trade | Food and Agriculture Organization of the United Nations](#)
- Euromonitor International:
 - Global Overview of Cities, 2025
 - Global Household Trends, 2024
 - Middle Class Reset, 2025
 - Global Income and Expenditure, 2025
 - Top-5 Population Trends, 2025
 - Megatrends: A framework for the future, 2022
- OECD: [The Organisation for Economic Co-operation and Development | OECD](#)
- Brookings: Global Working Paper #166: The evolution of global poverty, 1990-2030
- Fakta om Fødevareklyngen 2025 [Fakta om Fødevareklyngen](#).
- History Database of the Global Environment (HYDE v.3.3), 2023
- Worldatlas.com: [The Largest Cities In The World](#)
- Our World in Data:
 - Hannah Ritchie (2019) - "More than 8 out of 10 people in the world will live in Asia or Africa by 2100", <https://archive.ourworldindata.org/20251125-173858/region-population-2100.html>
 - Statistik på ægteskabsraten, globalt og på forskellige udvalgte lande: [Marriages and Divorces - Our World in Data](#)
 - Statistik på gennemsnitsalderen over tid: [Life Expectancy - Our World in Data](#)
- Worldbank.org: [Estimates of global poverty from WWII to the fall of the Berlin Wall](#)
- [www.macrotrends.net](#)
- [World Population Facts - Population Matters](#)

Billedet på forsiden er fra pexels.com, brugerprofil Pawel L.