

Foodservicesektoren vækster fortsat – drevet af især prisstigninger

Ernæring og Forbrugeranalyse
Oktober 2025

Foodservicesektoren vokster fortsat – drevet af især prisstigninger

Foodservice dækker alle måltider tilberedt uden for hjemmet - fra restauranter og caféer til kantiner, institutionskøkkener og take-away. I denne analyse ser Landbrug & Fødevarer på den nyeste udvikling i sektoren baseret på data fra Danmarks Statistik (udgivet august 2025, data omfatter hele 2024), Euromonitor International (2025) samt forbrugerundersøgelser om udespisning (2024+2025).

De vigtigste indsigter er:

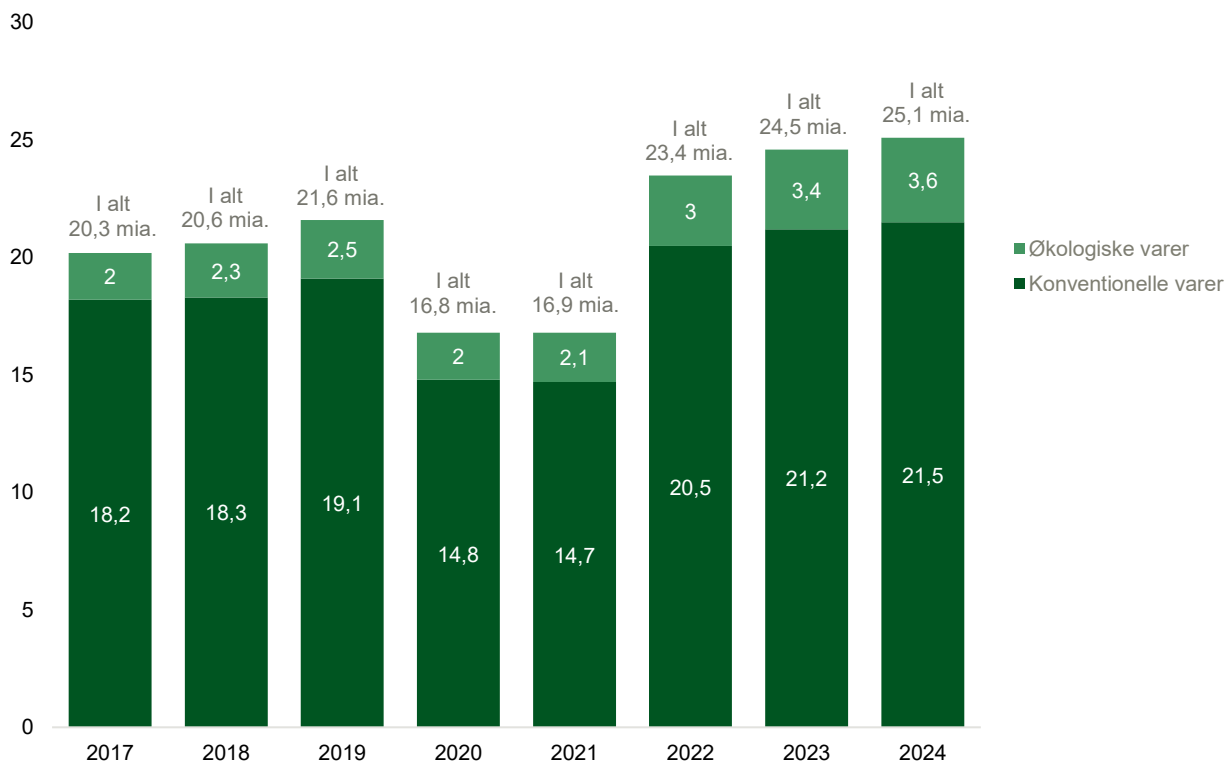
- Totalt føde- og drikkevaresalg til foodservice i 2024 udgjorde 25,1 mia. kr., en stigning på 2 pct. fra 2023 (i løbende priser, ekskl. moms). Inflationen i 2024 lå på 1,4 pct. Salg af økologiske varer voksede 6 pct., mens konventionelt steg 2 pct. Konventionelle varer udgjorde 21,5 mia. kr. og dermed 85,7 pct. af markedet mod 14,3 pct. for økologi.
- I 2024 stod den private foodservicesektor for 85 pct. af fødevaresalget, mens den offentlige stod for 15 pct. Omsætningen i den private foodservicesektor steg til 62,0 mia. kr. i 2024, hvilket er en stigning på 3,5 pct. i forhold til 2023 og hele 61 pct. højere end i 2019. Væksten skyldes især øget salg til hoteller, restauranter og caféer, og niveauet er nu det højeste nogensinde.
- Inflation kan dog skjule den reelle udvikling i foodservicesektoren, da højere priser løfter omsætningen uden øget forbrug. Korrigeret for inflation var omsætningen i den private foodservice i 2024 på 52,2 mia. kr. (62 mia. kr. i løbende priser), dvs. en stigning på 32 pct. i faste priser siden 2019, mod 61 pct. i løbende priser. Kurven for faste priser flader ud, mens løbende priser stiger, hvilket viser, at prisudvikling især har drevet væksten, mens den reelle efterspørgsel ser ud til at normalisere sig eller vokse mere moderat.
- Drikkevarer driver en stor del af omsætningen: I 2024 stod drikkevarer for 6,3 mia. kr. - hele 25,4 pct. af salget til foodservice. Kategorien dækker alt fra øl, vin og spiritus til sodavand, juice, kaffe, te, kakao, mælk og plantedrikke. Især kaffe og kakao har oplevet vækst i omsætning, formentlig grundet markante prisstigninger. Målt i værdi er drikkevarer den største kategori efterfulgt af 'andet kolonial' på andenpladsen og 'okse- og kalvekød' på en tredjeplads.
- Økologi fylder mest i den offentlige sektor, som aftager 33 pct. af økosalg mod 15 pct. af det samlede salg. I den private sektor er andelen størst i kantiner (22 pct.), men samlet set står hoteller, restauranter, cafeer o.l. dog for den største andel af det totale økologiske foodservicesalg på 35 pct. Især varegrupperne mejeriprodukter og æg samt frugt & grønt har stor økoandel i hele foodservicesektoren.
- Danskerne foretrækker oksekød, grøntsager og fisk/skaldyr, når de spiser ude. Plantebaserede alternativer ligger lavt i popularitet. De mest populære retter ved udespisning er steg, burger, sushi og bøf med tilbehør, mens pizza og burger dominerer take-away.
- Foodservicesektoren er fortsat et attraktivt marked for fødevarerproducenter også i de kommende år. I Euromonitor Internationals nyeste prognose forventes den danske private foodservicesektor at fortsætte væksten de kommende år. Euromonitor peger dog på udfordringer såsom omkostningspres, mangel på arbejdskraft og stigende krav til digitale løsninger.

Totalt salg til foodservicektoren rundende 25 mia. kr. i 2024

I 2024 udgjorde salget af føde- og drikkevarer til foodservice 25,1 mia. kr., hvilket svarer til en stigning på 2 pct. sammenlignet med 2023. Tallene er opgjort i engrospriser ekskl. moms og i løbende priser - altså de faktiske priser i perioden. Det betyder, at en del af værdistigningen formentlig kan tilskrives prisudviklingen på fødevarer.

Stigningen i salget fordeler sig på 0,3 mia. kr. for konventionelle varer og 0,2 mia. kr. for økologiske varer. Det betyder, at salget af økologiske varer er vokset med hele 6 pct. fra 2023 til 2024, mens konventionelt producerede varer er steget med 2 pct. I 2024 udgør konventionelle føde- og drikkevarer et samlet salg på 21,5 mia. kr. til foodservicektoren (løbende priser) og står dermed for den klart største andel - 85,7 pct. - mod 14,3 pct. for økologiske varer. Stigningen i økologiske varer er i nogen grad drevet af prisstigninger, da mængden af økologiske varer i tons kun steg 3 pct. Mængden af alle varer i tons steg 2 pct.

Figur 1: Salg af økologisk- og konventionelt producerede fødevarer til foodservice, mia. kr. total, løbende priser ekskl. moms



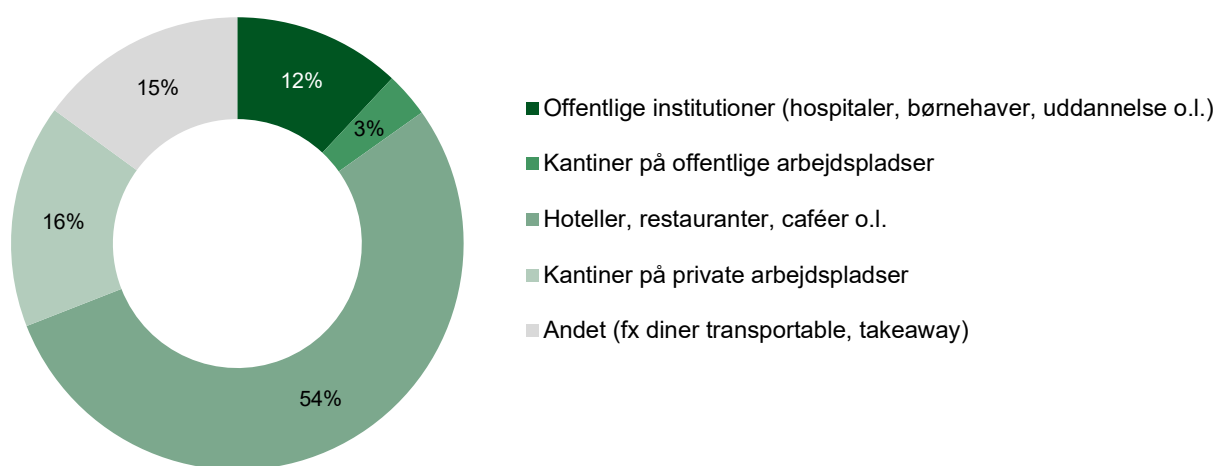
Kilde: Danmarks Statistik, august 2025, OEKO77. Anmærkning: Salg til foodservice i 2017-2024. Alle beløb er i løbende engros-priser og ekskl. moms. Beløb er afrundede. Foodservice omfatter mad til servering i institutioner, restauranter, kantiner, caféer, udbringning mv. Omsætningen er målt som fødevaregrossisters salg til foodservice-aftagere.

85 pct. af omsætningen ligger i privat foodservice

Foodservice er et dynamisk marked med mange forskellige aktører. Den private del af sektoren - som omfatter restauranter, hoteller, take-away og kantiner på private arbejdspladser - stod i 2024 for 85 pct. af det samlede salg af føde- og drikkevarer til foodservice. Det er en højere andel end før covid-19-pandemien. Fremgangen skyldes især øget salg til hoteller, restauranter, caféer og lignende, som alene udgør 54 pct. af hele foodservicesektoren i 2024.

Den offentlige foodservicesektor, herunder køkkener på hospitaler, plejehjem og kantiner i offentlige institutioner, stod i 2024 for de resterende 15 pct. af det samlede salg til foodservice, hvilket er omtrent uændret i forhold til 2023.

Figur 2: Salg af føde- og drikkevarer til foodservice i 2024 – opdelt efter kundegrupper



Kilde: Danmarks Statistik, august 2025, OEKO88. Procenter er afrundede.

Ifølge Danmarks Statistiks opgørelser har omsætningen i den private del af foodservicesektoren været præget af en stabil årlig vækst. F.eks. steg omsætningen med 69 pct. fra 2009 til 2019 (opgjort i løbende priser). I 2024 har sektoren nået sit hidtil højeste niveau med en omsætning på 62,0 mia. kr. i løbende priser, hvilket svarer til en stigning på 3,5 pct. i forhold til 2023. Sammenlignet med 2019 er omsætningen i 2024 hele 61 pct. højere. Den vedvarende vækst kan blandt andet tilskrives, at alle brancher inden for den private foodservicesektor har haft fremgang siden de ekstraordinære år 2020 og 2021, hvor nationale nedlukninger påvirkede sektoren negativt.

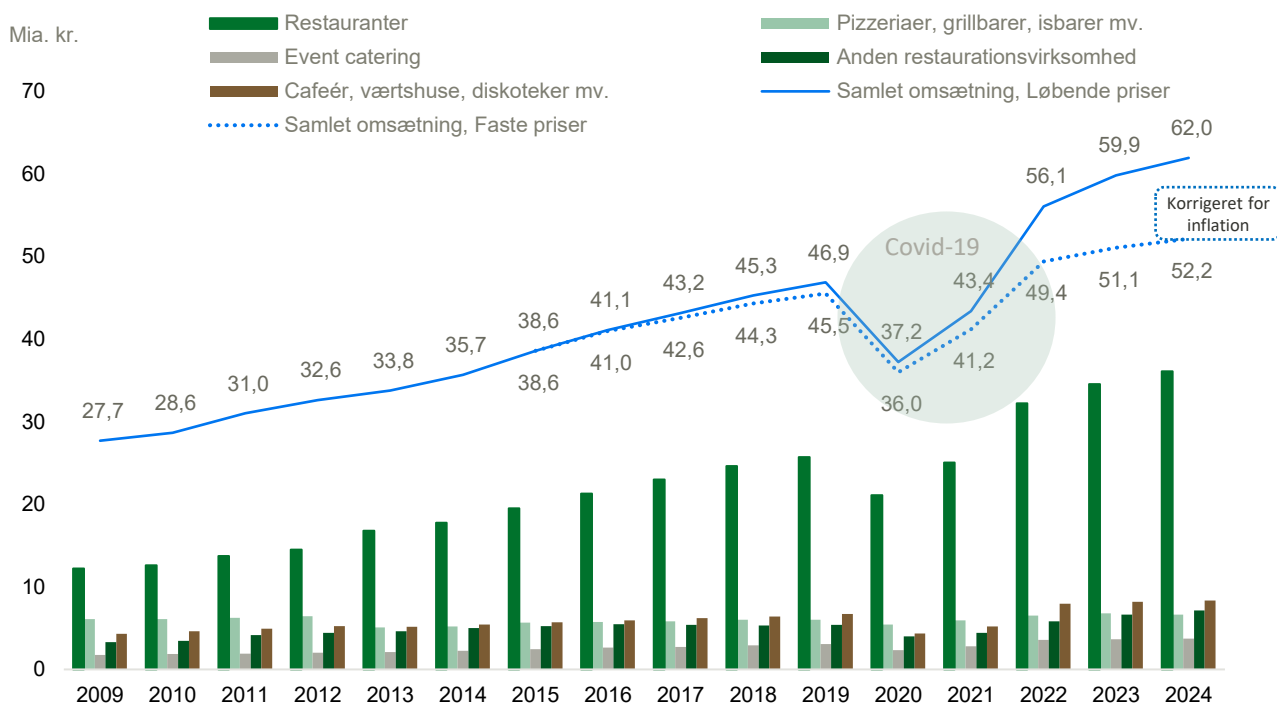
Efter nedlukningernes ophør er danskerne igen begyndt at gå ud at spise, og turismen er vendt tilbage. Det mærkes tydeligt i restaurationsbranchen, hvor omsætningen steg med 7,2 mia. kr. fra 2021 til 2022, yderligere 2,2 mia. kr. fra 2022 til 2023 og endnu 1,6 mia. kr. fra 2023 til 2024. Samlet set svarer det til en stigning på 11 mia. kr. siden 2021 (løbende priser).

Inflationen kan dog give et misvisende billede af den reelle udvikling i den private foodservicesektor, fordi højere priser alene kan løfte omsætningen uden, at det nødvendigvis betyder, at danskerne spiser mere ude. Når vi korrigerer for inflation ved hjælp af Danmarks Statistiks forbrugerprisindeks, lander sektorens omsætning i 2024 på 52,2 mia. kr. i 2015-priser (faste priser). Sammenlignet med

2019 svarer det til en stigning på 32 pct. i faste priser for hele den private sektor. I løbende priser er stigningen helt oppe på 61 pct.

Figur 3 viser, at omsætningen i faste priser flader mere ud i 2024, mens kurven for løbende priser fortsætter opad. Det udvider afstanden mellem vækstkurverne og understøtter tolkningen af, at prisudvikling har været den dominerende vækstmotor i den seneste periode. Den reelle efterspørgsel ser ud til at normalisere sig eller vokse mere moderat. Det kan f.eks. skyldes, at post-genåbnings-effekterne er klinget af, at forbrugerne er blevet mere prisfølsomme, eller at forbrug flyttes mellem kanaler (f.eks. mere take-away vs. bordservering) uden at øge den samlede volumen i tilsvarende omfang.

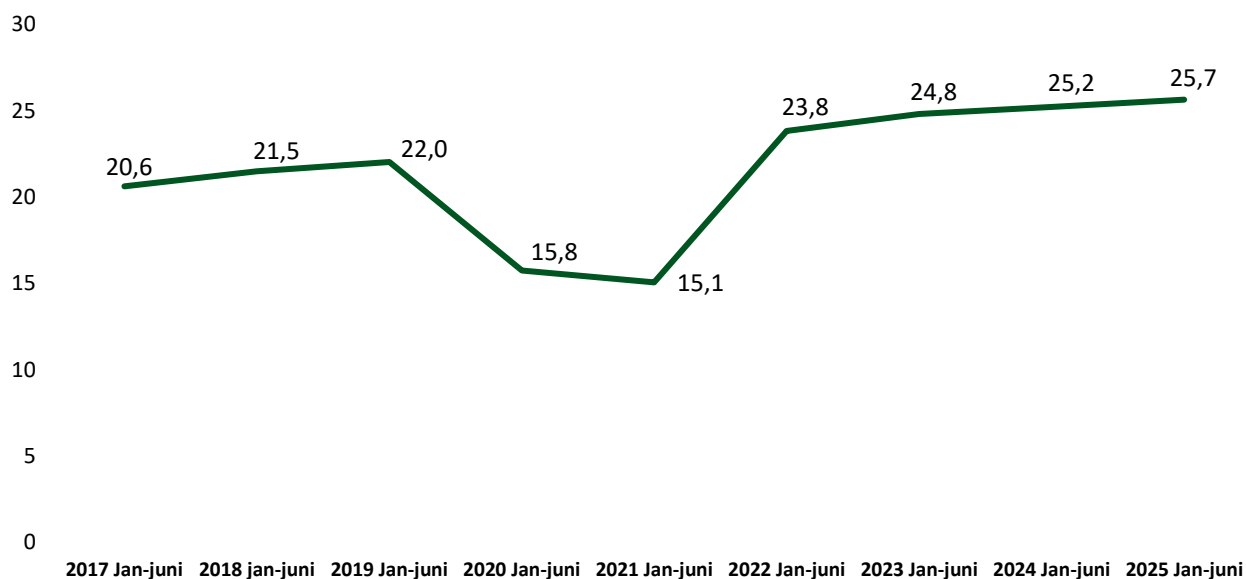
Figur 3: Omsætningen i den private del af foodservicesektoren. Løbende priser, mia. kr. samt den samlede omsætning i faste priser (2015=100)



Kilde: Danmarks Statistik, FIKS44 og PRIS112. Anmærkning: Ved faste priser korrigeres for inflation med forbrugerprisindekset (2015=100). Faste priser = Løbende priser (FIKS44) / Forbrugerprisindeks (2015=100) * 100. Bemærk at: Danmarks Statistik har korrigeret de opgjorte tal for tidligere år.

Kigger vi på 2025, ser omsætningen i den private foodservicesektor i første halvår af 2025 lovende ud. Fra januar til juni 2025 er der blevet omsat for 25,7 mia. kr. i 2015-priser (faste priser – korrigeret for inflation), hvilket er lidt over omsætningsniveauet for første halvår af 2024, og et godt stykke over omsætningen i årene før pandemien.

Figur 3: Omsætningen i den private del af foodservice-sektoren, i faste priser (2015=100), mia. kr.

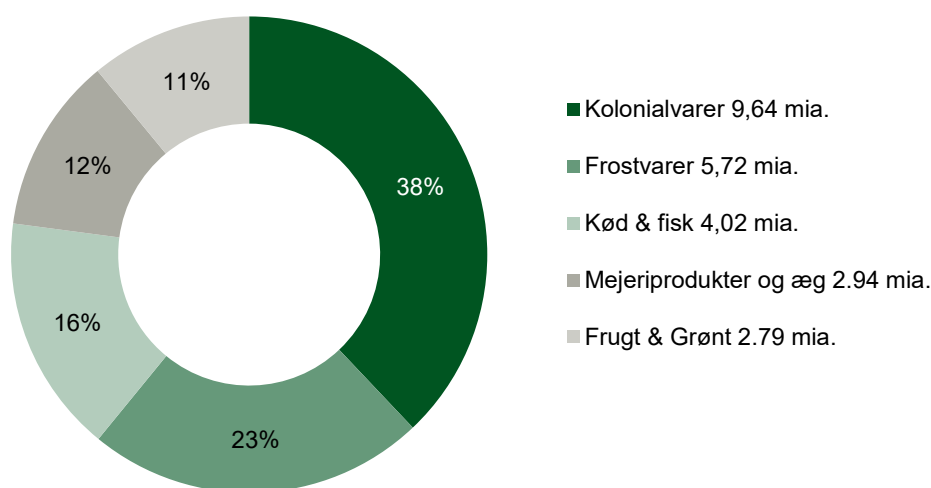


Kilde: Egne beregninger pba. af Danmarks Statistik, FIKS44 og PRIS111. Faste priser = Løbende priser (FIKS44) / Forbrugerprisindeks (2015=100) * 100.

Drikkevarer driver en stor del af foodserviceomsætningen

En gennemgang af Danmarks Statistiks opgørelse over varegrupper solgt til foodservice viser, at kolonialvarer udgør den største andel med over en tredjedel af grossistsalget – svarende til 9,64 mia. kr. i 2024. Frostvarer står for cirka en fjerdedel af salget (5,72 mia. kr.), mens fersk kød og fisk udgør 16 pct. Mejeriprodukter og æg tegner sig for 12 pct., og frugt og grønt for 11 pct. af det samlede foodservicesalg. Fordelingen mellem varegrupperne har været relativt stabil de seneste år.

Figur 4: Danmarks Statistiks opgørelse over salget af fødevarer til foodservice i 2024 inddelt i varegrupper, mia. kr., procentfordeling

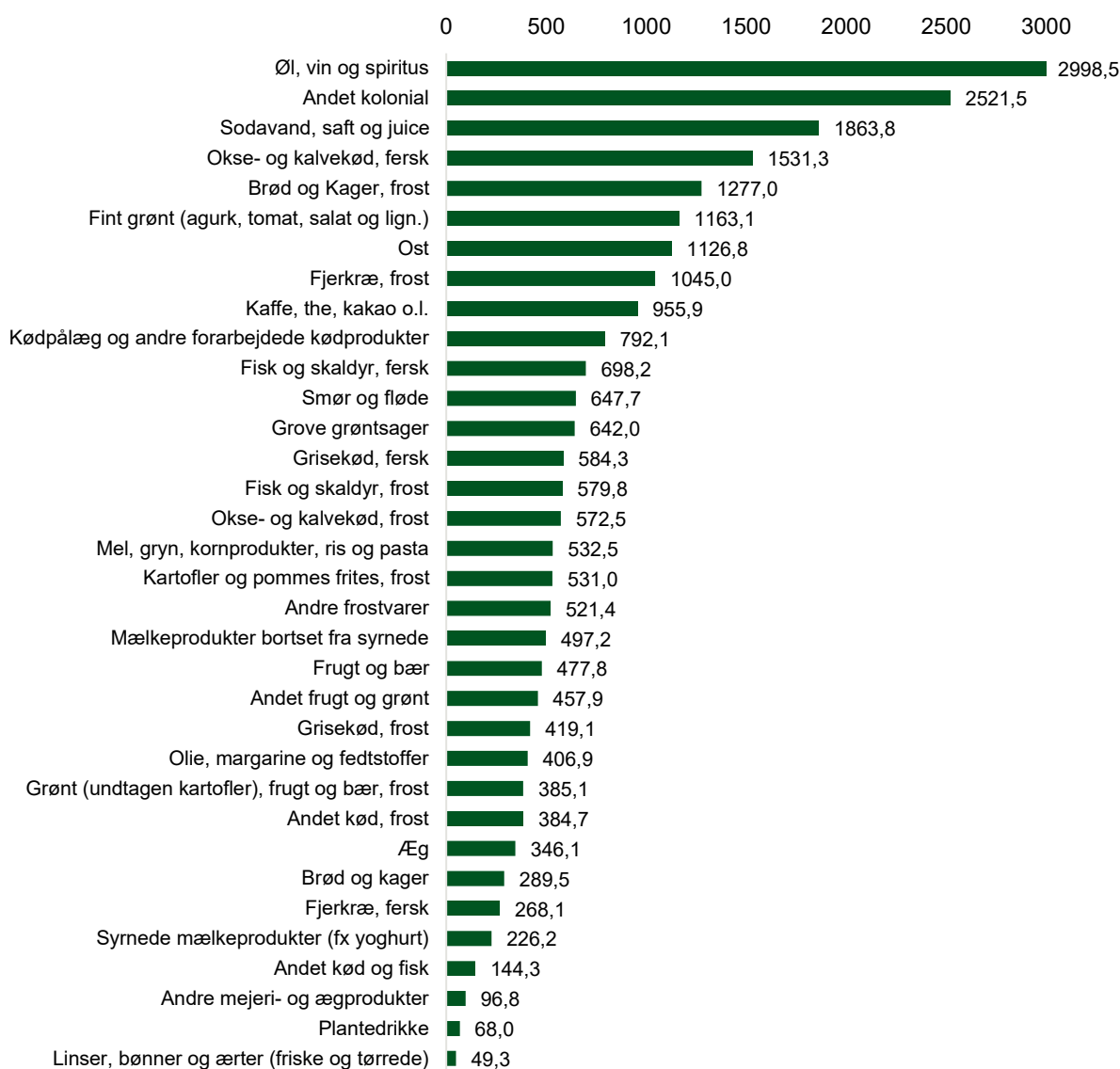


Kilde: Danmarks Statistik, august 2025, OEKO77, Salg til foodservice i 2024. Anmærkning: Alle beløb er i løbende engrospriser og ekskl. moms. NB: Det samlede salg er mere sikkert end salget fordelt på varegrupper. NB: Frostvarer inkluderer alle varer, der opbevares på frost. Tal for kød og fisk inkl. frost er 7,02 mia. kr. og for frugt og grønt inkl. frost 3,71 mia. kr.

Kolonialvarer omfatter langtidsholdbare produkter som øl, vin, spiritus, sodavand, konserver, mel, gryn, pasta, brød og kager – og blandt de største varekategorier i foodservice er netop drikkevarerne.

I 2024 var øl, vin og spiritus den største kategori med en omsætning på 3,0 mia. kr., mens sodavand, saft og juice udgjorde den tredjestørste kategori med 1,9 mia. kr., og ser man samlet på drikkevarekategorierne øl, vin, spiritus, sodavand, saft, juice, kaffe, te, kakao, mælkeprodukter og plantedrikke, så udgjorde disse i alt 6,3 mia. kr. i 2024, en stigning på 5,7 pct. sammenlignet med året før. Især kategorien kaffe, the, kakao o.l. er steget i omsætning fra 776,2 mio. kr. i 2023 til 955,9 mio. kr. i 2024, dvs. en stigning på hele 23 pct. Dette kan formentlig forklares ud fra de historiske høje prisstigninger på både kaffe og kakao i 2024. Alt i alt udgør drikkevarer 25,4 pct. af det samlede salg af føde- og drikkevarer til foodservice.

Figur 5: Salg af fødevarer til foodservice i 2024 inddelt i varegrupper, mio. kr.



Kilde: Danmarks Statistik, august 2025, OEKO77, Salg til foodservice i 2024. Anmærkning.: Alle beløb er i løbende engrospriser og ekskl. moms. Det samlede salg er mere sikkert end salget fordelt på varegrupper. Bemærk at varegrupper vises for hhv. fersk og frost.

Ferskt okse- og kalvekød stiger 16 pct. i omsætning, mens frossent falder

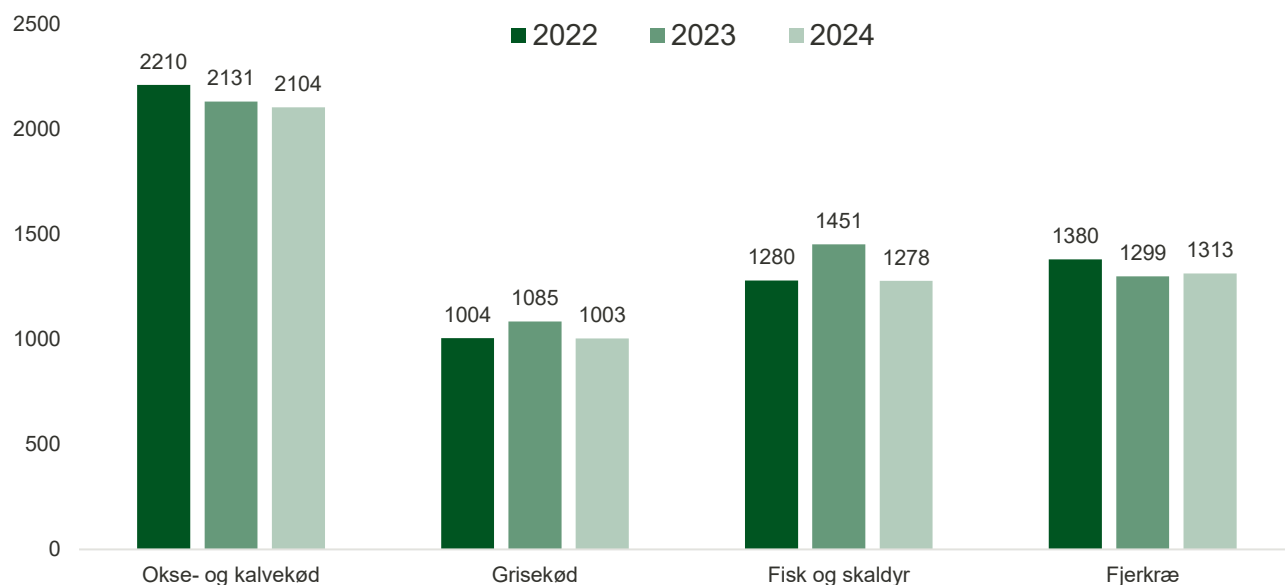
I 2024 fastholdt ferskt okse- og kalvekød sin position som den fjerde største varekategori i foodservice målt på værdi – præcis som året før – med en omsætning på 1,53 mia. kr. (figur 5). Det svarer til en vækst på 16 pct. i forhold til 2023, hvor salget lå på 1,32 mia. kr. Inkluderer frossent okse- og kalvekød, når det samlede salg i 2024 op på 2,10 mia. kr. Modsat ferskt har frossent dog oplevet et markant fald på 29 pct., fra 807,5 mio. kr. i 2023 til 572,5 mio. kr. i 2024. Samlet set betyder det, at den totale omsætning for okse- og kalvekød (fersk + frost) holder et stabilt niveau på omkring 2,1 mia. kr. sammenlignet med sidste år.

I 2024 nåede omsætningen for fisk og skaldyr – samlet for fersk og frost – 1,28 mia. kr. Det er et fald på 11,7 pct. sammenlignet med 2023, hvor omsætningen lå på 1,45 mia. kr. Efter nogle år med vækst markerer 2024 dermed et skifte, hvor kategorien nu oplever tilbagegang.

Fjerkræ omsatte i 2024 for 1,3 mia. kr. samlet for fersk og frost. Kategorien adskiller sig fra de øvrige animalske varegrupper ved, at salget primært sker som frostvarer: For hver krone fersk fjerkræ sælges der cirka fire kroner frossent fjerkræ i foodservice. Til sammenligning dominerer fersk kød i de tre andre store animalske kategorier. Omsætningen for fjerkræ har desuden været stabil de seneste år på omkring 1,3 mia. kr.

Grisekød er den mindste kategori blandt kød og fisk med en samlet omsætning på 1,00 mia. kr. for fersk og frost i 2024. Det er et mindre fald fra 1,08 mia. kr. året før, hvilket betyder, at den vækst, der prægede perioden 2022-2023, ikke er fortsat ind i 2024.

Figur 6: Danmarks Statistiks opgørelse over salget af fødevarer til foodservice for varegrupperne okse- og kalvekød, grisekød, fisk og skaldyr samt fjerkræ. Samlet (fersk og frost lagt sammen) 2022-2024, mio. kr.

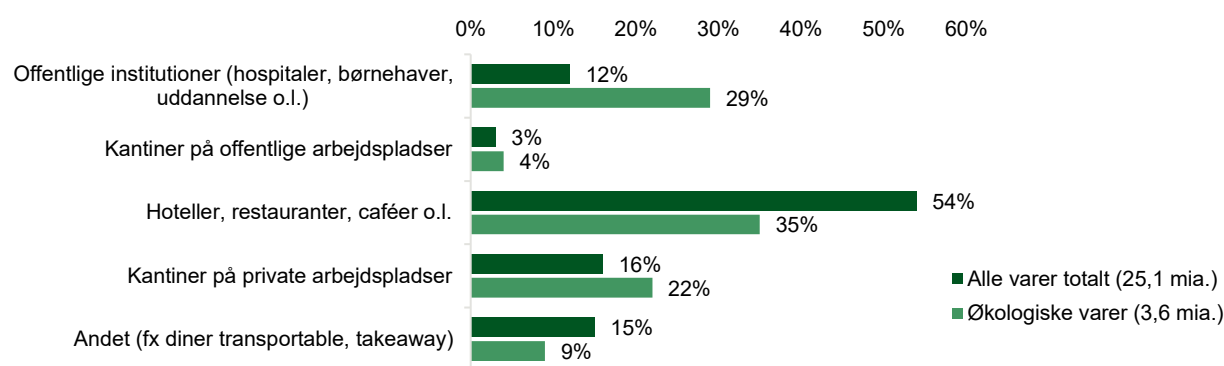


Kilde: Danmarks Statistik august 2025, OEKO77, Salg til foodservice i 2022-2024. Fersk og frosset lagt sammen for kødtyperne Okse- og kalvekød, Grisekød, Fisk og skaldyr samt Fjerkræ. Alle beløb er i løbende engrospriser og ekskl. moms.

Økologien står stærkt i de offentlige institutioner

Kigger man på hele foodservicesektoren samlet, så er det økologiske salg af føde- og drikkevarer gået frem fra at udgøre 13,7 pct. af det samlede salg til foodservice i 2023 til at udgøre 14,3 pct. i 2024. Det er særligt i den offentlige sektor, at økologien står stærkt. Den offentlige foodservice aftog 15 pct. af det samlede salg af føde- og drikkevarer til foodservice, men aftog hele 33 pct. af det økologiske salg til foodservice. Dermed er den økologiske andel mere end dobbelt så høj som sektorens andel af alle føde- og drikkevarer. Inden for den private foodservicesektor er økologien stærkest i kantiner på private arbejdspladser, der aftog 22 pct. af de økologiske varer, der blev solgt til foodservice i 2024. Samlet set, står hoteller, restauranter, caféer o.l. dog for den største andel af det totale økologiske foodservicesalg på 35 pct.

Figur 7: Danmarks Statistiks opgørelse over salget af føde- og drikkevarer til foodservice i 2024 inddelt efter kundegrupper, procentfordeling, alle varer totalt sammenlignet med økologiske varer, mia. kr.

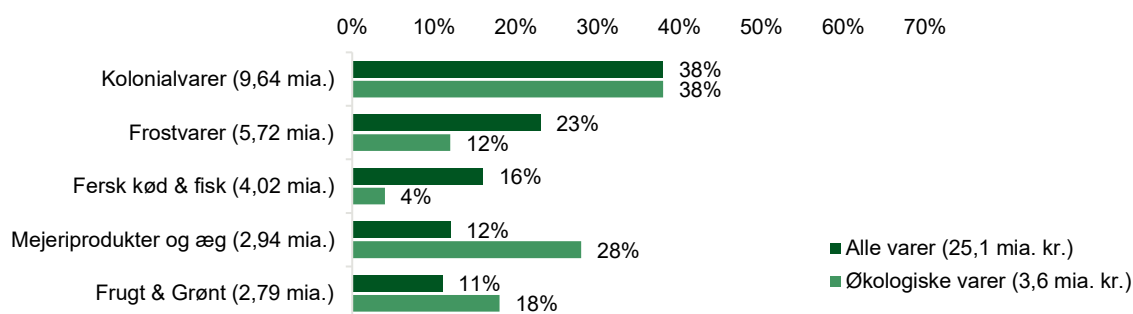


Kilde: Danmarks Statistik, august 2025, OEKO88. Salg af føde- og drikkevarer til foodservice, efter kundegrupper, 2024.

Især mejeriprodukter og æg samt frugt & grønt har stor økoandel

Danmarks Statistiks opgørelse viser markante forskelle i, hvilke varegrupper der typisk sælges som økologiske til foodservice. Fersk kød og fisk er næsten udelukkende konventionelle, mens mejeriprodukter og æg i langt højere grad sælges økologisk (28 pct.) fremfor konventionelt (12 pct.). Også frugt og grønt skiller sig ud, hvor 18 pct. af salget er økologisk mod 11 pct. konventionelt.

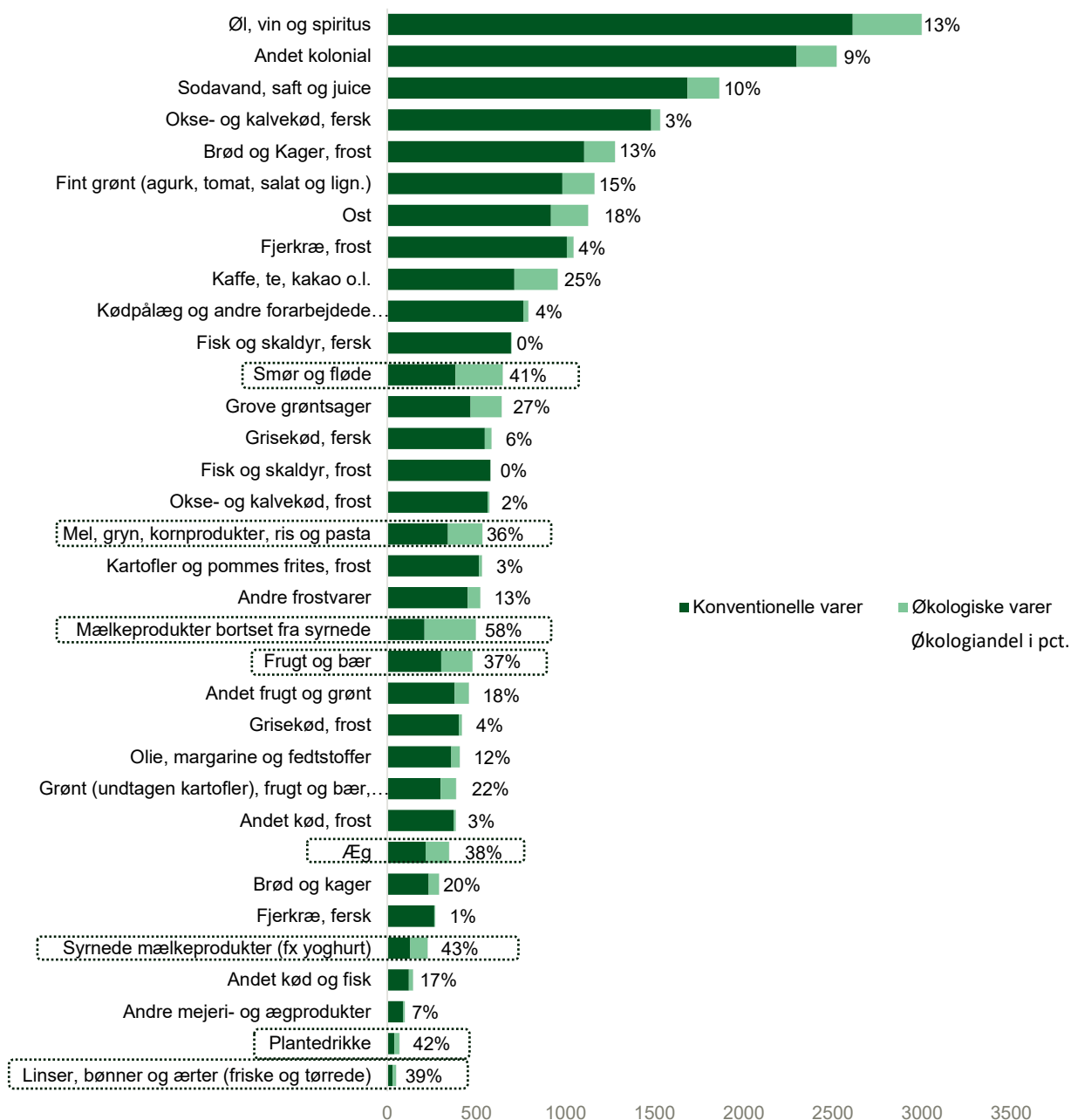
Figur 8: Danmarks Statistiks opgørelse over salget af føde- og drikkevarer til foodservice i 2024 inddelt i varegrupper, procentfordeling, alle varer totalt sammenlignet med økologiske varer, mia. kr.



Kilde: Danmarks Statistik, august 2025, OEKO77, Salg til foodservice i 2024. Anmærkning: Alle beløb er i løbende engrospriser og ekskl. moms. Omsætningen er målt som fødevaregrossisters salg til foodservice-aftagere.

En nærmere gennemgang af varekategorierne viser store forskelle i økologiandelen. For mælk (ekskl. syrnede produkter) er andelen 58 pct., hvilket er 1 procentpoint højere end i 2023. Syrnede mælkeprodukter som yoghurt har en økologiandel på 43 pct. svarende til 96,6 mio. kr., en stigning på 3 procentpoint siden sidste år. Smør og fløde ligger også højt med 41 pct. (mod 39 pct. i 2023). Kategorien mel, gryn, kornprodukter, ris og pasta har en andel på 36 pct., men her ses et fald på 3 procentpoint fra 2023. Æg står fortsat stærkt med en økologiandel på 38 pct. i 2024 mod 37 pct. året før.

Figur 9: Danmarks Statistiks opgørelse af salget af fødevarer til foodservice i 2024, mio. kr. fordelt på andelen af hhv. konventionelle og økologiske varer

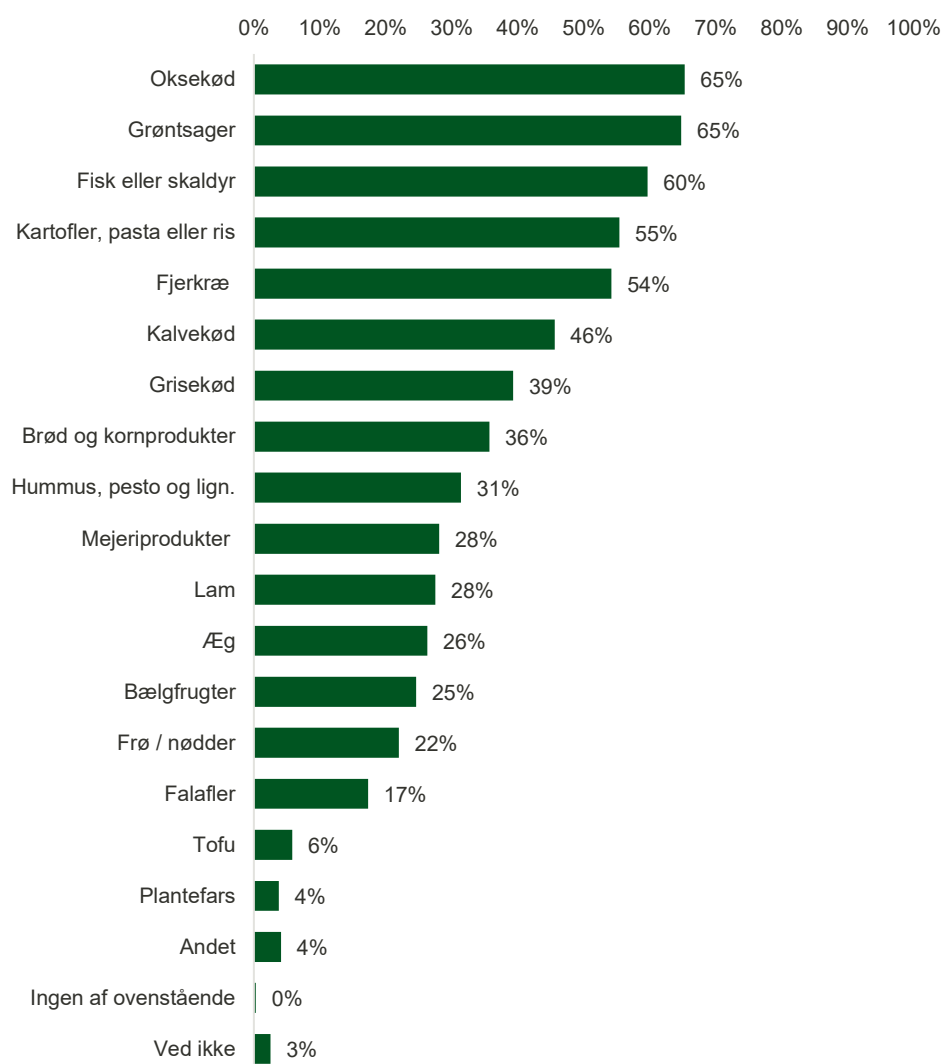


Kilde: Danmarks Statistik, august 2025, OEKO77. Alle beløb er i løbende engrospriser og ekskl. moms. Omsætningen er målt som fødevaregrossisters salg til foodservice-aftagere. Stiplet firkant markerer kategorier med stor økologiandel (>35 pct.)

Danskerne foretrækker oksekød og grøntsager, når de spiser ude

I en ny undersøgelse om udespisning foretaget af Landbrug & Fødevarer i juni 2025, ser vi, at måltider med oksekød, grøntsager og fisk/skaldyr foretrækkes, når danskerne spiser ude. At oksekød ligger på førstepladsen hos danskerne, afspejler meget godt dets høje placering i omsætningen til foodservice. Til sammenligning ligger de plantebaserede alternativer i den lave ende af foretrukne fødevarer ved udepisning.

Figur 10: Spg. Hvilke af nedenstående fødevarer kan du godt lide i din mad, når du/l spiser ude?
Du kan vælge flere svar

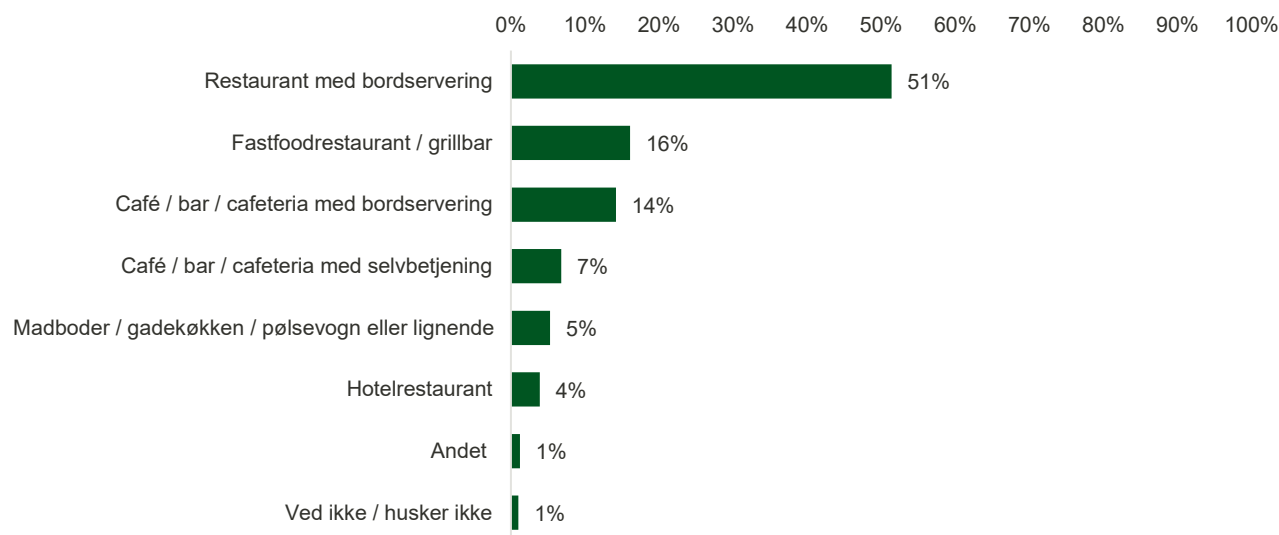


Kilde: Analyse af Landbrug og Fødevarer, data fra Voxmeter, juni 2025, n=920 (har spist ude inden for de seneste 3 mdr.) Analysen er med støtte fra Fonden for Plantebaserede Fødevarer

Danskerne blev også spurgt til deres seneste udespisnings-situation, og her viser billedet, at udepisning primært sker i forbindelse med aftensmåltidet (66 pct.) efterfulgt af frokostmåltidet (26 pct.). Den primære anledning var at spise ud med familie og/eller venner og i knap halvdelen af tilfældene blev det planlagt helt spontant eller i løbet af den samme dag. Generelt var den seneste

spiseoplevelse hos danskerne forbundet med sociale og familiære bånd. Hver anden (51 pct.) spiste på restaurant med bordservering, den seneste gang, de spiste ude, 16 pct. spiste på en fastfoodrestaurant/grillbar, mens 14 pct. spiste på café med bordservering.

Figur 11: Spg. Tænk på den seneste gang, hvor du købte og spiste mad på stedet. Hvor var det henne?



Kilde: Analyse af Landbrug og Fødevarer, data fra Voxmeter, juni 2025, n=920 (har spist ude inden for de seneste 3 mdr.) Analysen er med støtte fra Fonden for Plantebaserede Fødevarer

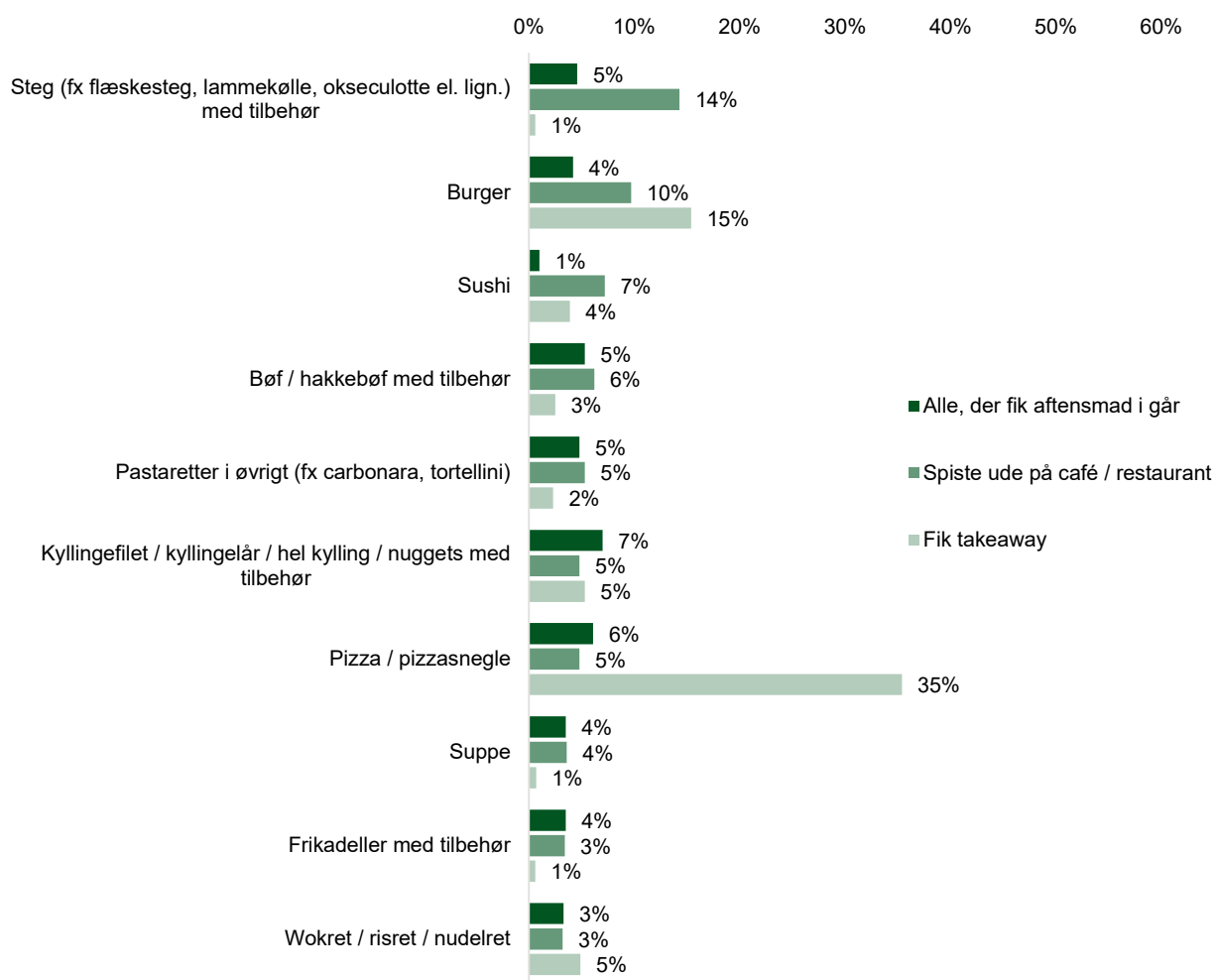
Steg, burger og sushi hitter på menukortet ved udespisning

I Landbrug og Fødevarers undersøgelser af madkultur og måltidsvaner har 5 pct. i gennemsnit spist ude på cafe, restaurant el.lign. aftenen før, uanset om det var en hverdag eller weekend, mens 6. pct. blandt danskerne fik take-away til aftensmad.

De mest populære retter på menukortet ved udespisning dagen før var steg, burger, sushi og bøf med tilbehør, mens pizza, burger og wokretter dominerer take-away.

Et nærmere kig på udviklingen viser, at sushi i udespisning er steget fra 4 pct. i 2023 til 7 pct. i 2024 – denne stigning på 3 procentpoints svarer til en stigning på hele 75 pct. Samtidig ser vi også, at pizza som take-away er blevet endnu mere populært. Salget af retten er steget med 9 procentpoint fra 2023 til 2024, dvs. en 35 pct. stigning.

Figur 12: Spg. Herunder vil du se forskellige retter, som man kan spise til aftensmad. Fik du en eller flere af disse til aftensmad i går? TOP-10 retter ved udespisning

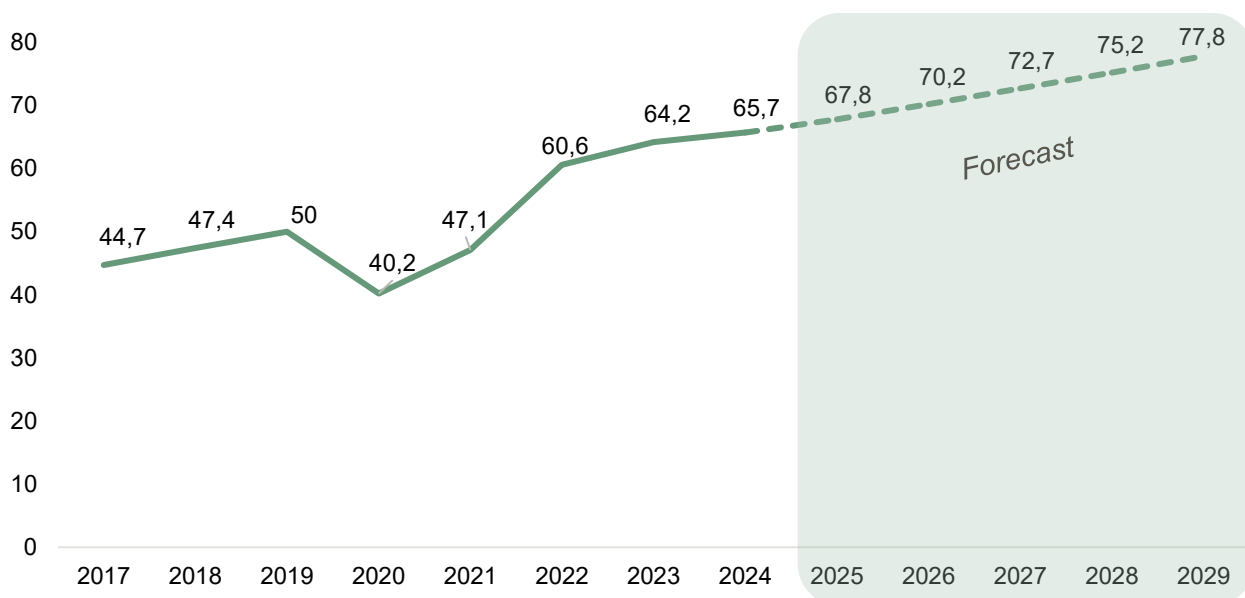


Kilde: Analyse af Landbrug & Fødevarer, data fra Voxmeter. "Madkultur tracker " Q1-Q4 2024, fik aftensmad i går n=3790, heraf spiste ude på café / restaurant n= 196, fik take-away n=243. Mulighed for flere svar. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse.

Euromonitor International nedjusterer prognosen for vækst i privat foodservice

Euromonitor International har for nylig nedjusteret deres prognose for den private foodservicesektor i Danmark, hvor de i 2023 opjusterede den. Der forventes nu en omsætning på 75,2 mia. kr. i 2028, hvilket er en nedjustering på 2 mia. kr. fra 2023-prognosen. De forventer dog samtidig, at omsætningen vil stige yderligere til 77,8 mia. kr. i 2029.

Figur 13: Euromonitors opgørelse over udviklingen frem til 2024 samt den forventet udvikling frem mod 2029 i markedsstørrelsen af den danske private foodservicesektor. Løbende priser, milliarder DKK.



Kilde: Euromonitor International, Consumer Foodservice in Denmark, historical/forecast of market sizes, current prices, DKK-billions. 2017-2024 is calculated figures, whereas numbers from 2025-2029 are forecast.

Selvom der forventes vækst i den private foodservicesektor, peger Euromonitor International på flere udfordringer, der kan bremse udviklingen. Branchen er under vedvarende omkostningspres efter inflationen i 2022, som har hævet priserne på råvarer, energi, transport og lønninger. Mange har måttet hæve priserne, hvilket kan skræmme prisfølsomme kunder væk. Samtidig er manglen på kvalificeret arbejdskraft, især kokke og tjenere, en barriere, der gør det svært at opretholde service og åbningstider - særligt for mindre restauranter.

Hertil kommer et stigende digitalt pres: Platforme som Wolt og Just Eat ændrer spillereglerne med høje kommissioner og krav om synlighed, mens forbrugerne forventer hurtig, gnidningsfri service. Uden digitale løsninger som apps, online booking og loyalitetsprogrammer risikerer aktører, ifølge Euromonitor International, at miste markedsandele, og branchen bevæger sig mod et skel mellem dem, der tilpasser sig - og dem, der ikke gør.

Opsummering: Foodservicesektoren vokster fortsat - drevet af især prisstigninger

Samlet set viser analysen, at salget af føde- og drikkevarer til foodservice i 2024 nåede 25,1 mia. kr., hvilket er 2 pct. mere end året før. Økologisk salg voksede 6 pct. mens konventionelle varer steg 2 pct. og udgør fortsat størstedelen af markedet. Den private sektor stod for 85 pct. af salget, og omsætningen her steg til 62,0 mia. kr. - en stigning på 3,5 pct. fra 2023 og hele 61 pct. siden 2019. Væksten skyldes især øget salg til hoteller, restauranter og caféer, men inflationen har også løftet omsætningen, uden at forbruget nødvendigvis er steget tilsvarende. Korrigeret for inflation var omsætningen 52,2 mia. kr. i 2024, hvilket viser, at prisudviklingen har været den primære drivkraft bag væksten, mens den reelle efterspørgsel ser ud til at normalisere sig eller vokse mere moderat.

Økologiske varer står stærkt i den offentlige sektor, som aftager en tredjedel af det økologiske salg mod 15 pct. af det samlede fødevarer salg til hele branchen. I den private sektor er økologiandelen størst i kantiner, men samlet set står hoteller, restauranter og caféer for den største del af det samlede økologiske foodservicesalg (35 pct.). Mejeriprodukter, æg samt frugt & grønt har særligt høje økoandele.

Når danskerne spiser ude, foretrækker de oksekød, grøntsager og fisk/skaldyr. Steg, burger, sushi og bøf er blandt de mest populære restaurant-retter, mens pizza og burger dominerer take-away. At mange danskere gerne vil have oksekød, når de spiser ude, afspejles af, at okse- og kalvekød samlet var den tredjestørste kategori afsat til foodservice i 2024 målt i værdi.

Foodservicesektoren er uden tvivl et attraktivt marked for fødevareproducenter, og den vigtigste drivkraft for den positive udvikling i foodservicesektoren er nok i virkeligheden også sektorens egen evne til at tilpasse sig og løbende følge med forbrugernes behov og ønsker. Ifølge Euromonitor International nyeste prognose forventes den danske private foodservicesektor at fortsætte med at vokse. Selvom der er udsigt til fortsat vækst, peger Euromonitor International dog på udfordringer som omkostningspres, mangel på arbejdskraft og stigende krav til digitale løsninger, som sektoren skal håndtere fremover.

Fødevareproducenter kan med fordel fokusere på at udvikle produkter, der følger forbrugernes ønsker og tendenser. Samtidig anbefales det at kigge på muligheden for at investere i digitale løsninger og effektivisering, da branchen oplever stigende omkostninger og mangel på arbejdskraft. Ved at være fleksible og samarbejde tæt med foodserviceaktører kan producenterne styrke deres position i et marked, der fortsat forventes at vokse, men hvor kravene til innovation og tilpasning er stigende.

Kilder til analysen

- Statistikbanken, OEKO77: Salg til foodservice efter varetype, varegruppe og enhed
- Statistikbanken, OEKO88: Salg til foodservice efter varetype, kundegrupper og enhed
- Statistikbanken, FIKS44: Opgørelse over omsætningen i den private del af foodservicesektoren
- Statistikbanken, PRIS112: Forbrugerprisindeks (2015 =100) efter hovedtal
- Statistikbanken, PRIS111: Forbrugerprisindeks (2015 =100) efter varegruppe og enhed
- Analyse af Landbrug & Fødevarer, data fra Voxmeter. "Madkultur tracker " Q1-Q4 2024, fik aftensmad i går n=3790, heraf spiste ude på café / restaurant n= 196, fik take-away n=243
Mulighed for flere svar. Undersøgelsen er repræsentativ på køn, alder, region og uddannelse
- Analyse af Landbrug og Fødevarer, data fra Voxmeter, juni 2025, n=920 (har spist ude inden for de seneste 3 mdr.) Analysen er med støtte fra Fonden for Plantebaserede Fødevarer
- Euromonitor International, Consumer Foodservice in Denmark 2025
- Forsidebilledet er fra Pexels.dk, fotograf Michelle Riach