



# Fødevareklyngens corona-år

I en corona-tid

# Fødevareklyngen leverer

Verden har stået overfor en ny udfordring i form af en sundhedskrise, hvilket har vendt op og ned på vores hverdag. Men på trods af store omvæltninger, så har den danske fødevareklynge levet op til sit ansvar, og forsynet Danmark og verden med gode danske varer.

Det danske landbrugs- og fødevareerhverv leverer – også i en tid præget af covid19. Krisen har været alvorlig, både økonomisk og sundhedsmæssig, men vi har heldigvis ikke oplevet en fødevarekrise i Danmark. Fra landet lukkede ned i marts 2020 og til dags dato har der været mad på hylderne, i kølediskene, og på spisebordet hjemme hos danskerne. Det danske landbrug og fødevareerhverv har nemlig ikke siddet stille. Forsyningskæderne har fungeret, landmændene, medarbejdere på slagterier og mejerier, fødevareproducenter, fødevarekontrollen og mange flere har arbejdet, så der har været friske danske fødevarer til forbrugerne.



**Fødevareklyngen eksporterede for 163,8 mia. kr. i 2020**

År 2020 var det første år med corona, som skabte en helt ny markeds- og hverdagssituation, hvor det meste af verden og størstedelen af vores afsætningsmarkeder var på usikker grund. Den danske fødevareklynge eksporterede for 163,8 mia. kr., hvilket var 3,0 mia. kr. lavere end året før. Det var primært de biobaserede produkter, der oplevede en nedgang, navnlig

eksporten af mink. Et erhverv som led en slet skæbne i november 2020 på grund af covid19 pandemien.

En eksportvare, som oplevede vækst i 2020, var gris. Den samlede eksport af gris var 35,6 mia. kr. i 2020, hvilket var 2 mia. kr. højere end i 2019. Dette var på trods af de udfordringer, som de danske slagterier har haft herhjemme med smitteudbrud og eksportstop til Kina fra de coronaramte slagterier.

Generelt har den danske fødevareklynge klaret sig godt igennem coronakrisen, og det skyldes, at der på tværs af værdikæden har været et tæt og stærkt samarbejde. Forbrugere i Danmark og i store dele af verden har derfor – også i en tid med usikkerhed – kunnet nyde gode danske kvalitetsfødevarer, hvor fødevarer sikkerhed og forsyningsikkerhed er i højsædet.

Fødevareklyngen

# Coronas påvirkning på fødevareklyngens værdikæde

Udbredelsen af covid19 har påvirket den danske fødevareklynges værdikæde. Det varierer, hvor meget de enkelte sektorer er blevet påvirket. Dette afsnit vil give et indblik i, hvilken indvirkning covid19 krisen har haft på udvalgte sektorer.

## Mejeri

Under den 1. coronabølge i marts 2020 blev fornuftige markedspriser afløst af store prisfald, da hele foodservicesektoren stort set lukkede ned. Det betød prisfald på 20-30 pct. i løbet af ganske få uger. Relativt hurtigt begyndte priserne dog at stige igen, da det viste sig, at efterspørgslen stadig var intakt, idet faldet til foodservice i stort omfang blev udlignet af en tilsvarende stigning i detailhandlen. Under 2. corona-bølge var der ingen reaktion på markedspriserne. Nedlukningen af foodservice betød dog, at mejerierne blev nødt til at omstille deres produktion til i stedet at kunne sælge 'dagligvarer'. Derved forsvandt en del af salget af de relativt dyre produkter til restauranter. Specielt for mejerier, der primært solgte til foodservice, var det en hård periode at komme igennem. Generelt i mejeri-sektoren har der været et fald i både eksportmængde og -værdi i 2020, hvilket både skyldtes lavere priser, men også øget salg på hjemmemarkedet.



**Faldende efterspørgsel af mejeriprodukter til foodservice blev udlignet af en tilsvarende stigning i detailhandlen**

## Gris

I starten af covid19-nedlukningen oplevede grisesektoren visse startvanskeligheder med forskellige myndigheder på vigtige 3. lands markeder (fx Kina), som lukkede nogle af vores virksomheder i kortere perioder. Derudover gav usikkerheden om udenlandsk arbejdskraft en række logistiske udfordringer for slagterierne. De mange nedlukninger i foodservicesektoren medvirkede desuden til en faldende efterspørgsel efter grisekød. Derudover har slagtingerne og eksporten været påvirket, når der har været smitteudbrud på de danske slagterier.

Men overordnet set har grisesektoren klaret sig rigtig godt gennem corona krisen. Det skyldes bl.a. grisesektorens mangeårige globale afsætningsfokus, som kom sektoren til gode, hvilket bedst afspejles i noteringsudviklingen i perioden.

## Okse

I oksekødsektoren har man været stærkt påvirket af, at covid19 pandemien lukkede ned for hele foodservicesegmentet, som er den sektor, som aftager de dyre udskæringer. Restriktioner og nedlukning af foodservicesegmentet samt nedsat turisme har derfor haft en negativ påvirkning på forbruget af oksekød. Desuden brød afsætningen af huder til Italien ned og var medvirkende til en yderligere forværring i økonomien hos de danske producenter.

## Æg

Under covid19 pandemien har der været rigeligt med æg i de danske fødevarebutikker, måske bortset fra de første dage, hvor der blev hamstret. Generelt er salget af skalæg steget kraftigt under covid19 krisen, og for hele 2020 steg salget med over 10 pct. Det var dog ikke tilfældet med salget af æg til foodservice, som faldt med 25-30 pct. for hele året. Det var hovedsageligt salget til foodservices private aktører, såsom restauranter, som faldt idet hospitaler, plejehjem mm. fortsat lavede mad hver dag. Det øgede salg af skalæg betød, at der blev mangel på æggebakker.



**Salget af skalæg er generelt steget under covid19 krisen**

Under covid19 pandemien har der ikke været nogle problemer i æggesektoren mht. foder til dyrene eller transport, og der har heller ikke været mange covid19 smittede på hverken farmene eller på pakkerierne.

Det ovenstående er et billede af, hvad der er sket i Danmark under covid19 pandemien, men det samme har været tilfældet i næsten alle andre lande. Undtagelsen har bl.a. været Indien, hvor salget af fjerkrækød og æg faldt dramatisk efter rygter på de sociale medier om, at covid19 blev spredt med fjerkræ - det tog 4-6 måneder, før markedet rettede sig igen.

Også i Colombia er æggesektoren hårdere ramt end herhjemme, idet regeringens forslag om højere skatter, inkl. højere moms, for at få penge i kassen til afhjælpning af corona, førte til social uro og strejker, så der i et par uger i maj ikke blev leveret foder til farmene, og kyllinger og æg er ikke blevet sendt på markedet. Det har ført til store prisstigninger, og millioner af dyr er døde af sult.

## Ingredienser

I starten af covid19 nedlukningen var ingrediensvirksomhedernes fokus på at sikre fortsat produktion og afsætning til kunderne. Ingrediensbranchen er primært B2B, og har således ikke været påvirket direkte af udsving i forbrugerefterspørgslen under covid19 pandemien. Forsyningskæderne var mærkbart påvirket af afbrudte forsyningslinjer samt manglen på fødevarecontainere, som skabte flaskehalse for bl.a. fødevare- og ingrediensvirksomhederne. Det er lykkedes branchen i vidt omfang at inddæmme smitten blandt medarbejderne også i produktionen, således at den ikke har været ramt

af nedlukning i samme grad som fx slagterisektoren. Hovedparten af ingrediensvirksomhederne er stærkt eksportafhængige og derfor præget af udviklingen på de danske fødevareeksportmarkeder.

Under covid19 krisen har det forøgede fokus på sundhedsfremmende fødevarer og fødevarer med antiinflammatorisk effekt virket positivt på efterspørgslen af ingredienser. Den danske fødevarer sikkerhed og kontrol forventes at betyde endnu mere for den globale forbruger end før corona. Stigende fokus og krav til produkter med høj fødevarer sikkerhed forventes at stå stærkere, og dermed vil den danske ingredienssektor kunne komme hurtigere ud af krisen til trods for, at den er stærkt eksportafhængig.

Covid19 har også vist positive elementer blandt ingrediensvirksomhederne. Covid19 har ført til en øget "korpsånd" hos medarbejderne, og der har vist sig en stærk vilje til at komme med nye ideer og optimere forretningsprocesser i alle led af værdikæden i virksomhederne. Branchen har været hurtig til at omstille sig til en digital verden fx med digitale smagninger og kundeevents. Ingredienssektorens stærke fokus på innovation og løsninger til at modvirke klimaforandringer har sikret den en stærk platform igennem covid19 pandemien.



**Den danske fødevarer sikkerhed og kontrol forventes at betyde endnu mere for den globale forbruger end før corona**

Den seneste tids stigende globale råvarepriser tegner også til at vise sin effekt i ingrediensmarkedet med stigende priser på ingredienser. Ophævelsen af restriktionerne tegner til at bidrage til en forøget efterspørgsel efter fødevarer og dermed også ingredienser og dermed en fremgang i branchen i de kommende måneder. De globale makrotrends indenfor fødevarer (stigende befolkning, større andel af middelklassen og øget efterspørgsel efter forarbejdede fødevarer) har også været med til at afbøde effekterne af covid19.

## Mink

Ikke alle de danske landbrugserhverv har haft det lige nemt under coronakrisen. I begyndelsen af oktober 2020 fortalte regeringen, at alle covid19 smittede minkbesætninger skulle aflives. Og onsdag d. 4. november 2020 besluttede regeringen og myndighederne at lukke hele den hæderkronede danske minkproduktion, hvilket kostede de danske minkavlere deres levebrød og livsværk.



**Før covid19 var Danmark verdens største producent af minkskind**

Nedlukningen af det danske minkerhverv har resulteret i, at et kæmpe potentiale for indtjening går tabt, samt lukning af en stor dansk produktion. Danmark var før covid19 verdens største producent af minkskind, med en produktion på 12,8 mio. minkskind i 2019. Kvaliteten på danske skind skyldtes høj dyrevelfærd på baggrund af flere årtiers forskning på området, hvilket sikrede danske minkskind en merpris på 25 pct. sammenlignet med gennemsnitsprisen på udenlandske skind. Stort set alle danske minkskind blev solgt gennem Kopenhagen Furs aktioner, hvor omkring 99 pct. af de pelsskind, som blev solgt, blev eksporteret. I 2019 var værdien af salget på knap 5 mia. kr., og udgjorde knap 3 pct. af den samlede eksport fra fødevareklyngen. Sammenlignet med hele den danske vareeksport, udgjorde minkskind i 2019 en halv procent heraf i værdi.

## Gartneriproduktion

Eksporten af planter udgør 2 mia kr. årligt. Gartnerierne har normalvis det største salg i marts, april og maj måned, hvor 40-80 pct. af omsætningen normalt ligger. Under corona-nedlukningen i hele Europa faldt eksporttallene katastrofalt. I foråret 2020 var der ordrer for 800 mio. kr., som på kort tid blev annulleret. Bare på en uge blev der kasseret 400.000 planter. Imidlertid fandt gartnerierne nogle andre salgskanaler for et mindre udsnit af disse ordrer.



**Danskernes øgede tid i hjemmet under covid19 har bidraget til et øget behov for at forskønne hus og have**

Hvor eksporten har været ramt, har hjemmemarkedet fået en opblomstring. Danskernes ændrede adfærd mod tid i hjemmet har bidraget til øget behov for at forskønne hus og have. Det har især planteskoler og havecentre mærket. Som både i 2020 og 2021 har berettet om øget omsætning af alle planter.

Nedlukning af hele catering-segmentet har også ramt de gartnerier, som har haft særlig fokus på at levere frugt og grønt. Forbrugernes ændrede købsvaner betød dog, at flere har gjort brug af måltidskasser og online shopping af fødevarer. Flere gartnerier har formået at omstille leverancerne til dette, hvilket har gjort skaden mindre end først antaget.

De hjælpepakker, som den danske regering lavede, viste sig desværre ikke tilstrækkelige for gartnerierhvervet, som har fået et par skrammer som følge af dette.

## Foodservice

# Foodservicesektoren under covid19 pandemien

Sektoren har været hårdt ramt under pandemien, men fremtiden ser dog stadig lys ud på den anden side af krisen.

Da covid19 ramte Danmark, gik det hårdt ud over store dele af foodservicesektoren. Ad flere omgange har alle steder med servering været lukket, og kun take-away og hjemmelivering har været muligt. Selv i perioder, hvor alle steder måtte genåbne, har spisesteder med servering været underlagt restriktioner, der i høj grad har begrænset deres forretning. Heldigvis har branchen været gode til at agere innovativt og finde på løsninger, der har gjort det muligt at minimere skaderne.



**Foodservicesektoren udgør fortsat et attraktivt marked for fødevarerproducenter**

## Forventet fremtidig vækst i foodservice-kanalen

De forskellige take-away- og udbringningsløsninger, som foodservicebranchen har udviklet, vil antageligt være en gevinst på sigt, da der er forventninger om at visse forbrugergrupper vil fortsætte med at bestille og købe deres mad online. Desuden anslås det, at niveauet for udespisning vil være længere tid om at genfinde sin styrke. Privatøkonomien vil for mange fortsat være presset, og turismen fra udlandet vil være længere tid om at vækste igen. Derfor anslår tal fra Euromonitor, at sektorens omsætning først i 2023 og 2024 vil være på niveau med omsætningen præ-covid19. Men der er grund til optimisme, da der er flere tegn på, at hele sektoren vil genfinde sin styrke og komme forstærket ud af krisen. Det skyldes en positiv udvikling i sektoren, som bunder i både vigtige ændringer i samfundet, samt ændringer i forbrugernes præferencer. Foodservicesektoren udgør dermed fortsat et attraktivt vækstmarked for fødevarerproducenter.

## Foodservicesektoren følger med forbrugernes ønsker

Foodservicesektorens fremtidige comeback skyldes især en række forhold, hvor den vigtigste drivkraft for udviklingen er foodservicesektorens egen evne til at tilpasse sig og løbende følge med forbrugernes ønsker. Dette gælder både i distributionen såvel som i produktudbudet. Den private del af foodservicesektorens nye måder at holde forretningen kørende på, som de har gjort under covid19, har øget sektorens tilgængelighed, samt udvalg og størrelse. Generelt ses der blandt danskerne en øget interesse for madkvalitet, og Landbrug & Fødevarers undersøgelser har vist, at forbrugerne oplever, at mange spisesteder i Danmark bidrager positivt med inspiration, kvalitet og gode madoplevelser.

## Forbrugerne

# Coronas påvirkning på forbrugerne

Covid19 pandemien har haft stor indvirkning på danskernes liv det forgangne år. Det har medført ændringer i forhold til indkøbsvaner, spisevaner og forbrug generelt.

Interessen for fødevarer og madlavning er steget under covid19 krisen. Den øgede interesse for mad afspejles bl.a. i, at der bruges mere tid på madlavning, bages mere, afprøves flere nye opskrifter og ingredienser, samt der bruges flere penge på frisk frugt og grønt. Det interessante ved disse nye vaner er, at mange har et ønske om at fortsætte med at prøve nye opskrifter, samt bage brød og kage efter covid19 pandemien.

## Stigende fokus på den mentale sundhed

I flere forskellige studier, som Landbrug & Fødevarer har været en del af, peger forbrugerne på, at covid19 har afstedkommet både større og mindre fokus på sundhed. Hvor der før måske primært har været fokus på den fysiske sundhed, så har pandemien medført et øget fokus på den mentale sundhed. I forhold til forbrugernes spisevaner, så har det ikke umiddelbart medført de store ændringer i opbygningen af hovedmåltiderne, udover at forbrugerne nævner, at de bruger mere tid på madlavningen hjemme. Men nedlukninger og færre muligheder har gjort det acceptabelt med selvforkælelse i form af ekstra snacks, mellemmåltider osv. og forbrugerne tilkendegiver, at de har spist mere slik, chokolade, kage, kiks og indtaget alkohol til at forsøde hverdagen lidt i en udfordrende tid. Direkte adspurgt, mener mange forbrugere dog, at "fornuften" vender tilbage efter corona med fokus på at lægge de usunde spisevaner bag sig.



**Pandemien har medført et øget fokus på den mentale sundhed**

## Forbrugerne vil nedskalere take-away og opskalere udespisning

Vi har under covid19 oplevet, hvordan al udespisning er blevet umuliggjort. Selv efter at foodservicesektoren er åbnet op igen, har forbrugerne været mere forsigtige i forhold til udespisning, dels pga. bekymring om smittefare, og dels pga. et mere begrænset forbrug. Forbrugerne er i stedet gået over til at købe deres måltid som take-away. Take-away er på samme vis, som med de søde sager, også noget som forbrugerne regner med at nedskalere fremadrettet. Det skyldes, at når pandemien har lettet sit greb, så vil det igen være muligt at indtage sin mad ude, hvilket mange vil gøre brug af.



**Danskerne forventer at fortsætte med deres ændrede indkøbsvaner efter covid19**

## Ændrede indkøbsvaner vil vare ved efter covid19 pandemien

Når man tager et kig på, hvorledes forbrugerne har foretaget deres indkøb, kan der også spores en række ændringer. Mange har valgt at handle på andre tidspunkter og oftere alene, og mange har handlet sjældnere end normalt. Samtidig er en ændring af indkøbsvaner på førstepladsen over det, som forbrugerne forventer at fortsætte med efter covid19 pandemien. Mange har opdaget fordelene ved at foretage sine indkøb på tidspunkter, hvor der er færre mennesker i butikkerne og i de mere stille perioder.