



Danmark: Rapport over detailmarkedet for plantebaserede fødevarer

2020-2022



Resumé

Data over detailsalg fra NielsenIQ, der dækker 13 europæiske lande, viser at salget af plantebaserede fødevarer målt i euro er steget med 6 % i 2022 – og med 21 % siden 2020 – til 5,8 mia. euro.

Det globale skift til mere plantebaserede kostvaner har udløst en revolution i fødevareindustrien, og store fødevareproducenter og detailhandlen har imødekommet denne ændring. I Europa er salget af plantebaserede fødevarer i detailhandlen steget kraftigt i de seneste år, efterhånden som nye produkter og innovationer er kommet på markedet, hvilket har gjort det muligt for flere forbrugere at købe næste generation af plantebaseret kød, fisk og skaldyr, æg og mejeriprodukter, som kan konkurrere med animalske produkter både med hensyn til smag, pris og bekvemmelighed.

Plantebaserede fødevarer i Europa udgør et marked på 5,8 milliarder euro.

The Good Food Institute Europe har analyseret NielsenIQ's plantebaserede data for 13 europæiske lande: Østrig, Belgien, Danmark, Frankrig, Tyskland, Italien, Holland, Polen, Portugal, Rumænien, Spanien, Sverige og Storbritannien, for at beregne størrelsen og væksten i detailmarkedet for plantebaserede fødevarer fra 2020 til 2022.

€5.8 milliarder

Detailmarkedet for plantebaserede fødevarer er 5,8 mia. euro værd, en stigning fra 4,8 mia. euro i 2020.

+6 %

Salget af plantebaserede fødevarer målt i euro steg med 6 % mellem 2021 og 2022.

+4 %

Salget af plantebaserede fødevarer målt pr. enhed steg med 4 % mellem 2021 og 2022.

21 %

Salget af plantebaserede fødevarer i målt euro og salg pr. enhed steg med 21 % mellem 2020 og 2022.

For at sætte salgsresultaterne for plantebaserede kategorier i 2022 i kontekst er det vigtigt at bemærke det unikke makroøkonomiske miljø, som var til stede på grund af den igangværende krig i Ukraine, globale handelsspændinger og inflation. På trods af, at væksten på detailmarkedet for plantebaserede fødevarer aftog i 2022 i forhold til 2021, fortsatte både salget målt i euro og pr. enhed med at vokse, hvilket viser en stærk efterspørgsel fra forbrugerne på disse produkter på trods af disse udfordringer.

Overzicht over det samlede salg målt i euro af plantebaserede produkter i Europa, 2022

	Salg i euro 2022	Vækst i salget målt i euro 2021-2022	Vækst i salget målt i euro 2020-2022	Salg pr. Enhed 2022	Vækst i salget målt pr. enhed 2021-2022	Vækst i salget målt pr. enhed 2020-2022
Mælk	€2,2 mia.	7 %	19 %	1,3 mia.	6 %	20 %
Kød	€2 mia.	3 %	19 %	846 mio.	1 %	21 %
Yoghurt	€515 mio.	-0.4 %	8 %	255 mio.	-3 %	10 %
Smørepålæg	€247 mio.	13 %	40 %	140 mio.	4 %	26 %
Måltider	€181 mio.	20 %	79 %	72 mio.	14 %	71 %
Is	€174 mio.	8 %	14 %	57 mio.	8 %	15 %
Ost	€165 mio.	4 %	56 %	61 mio.	4 %	62 %
Fløde	€139 mio.	7 %	7 %	109 mio.	0 %	1 %
Dessert	€88 mio.	6 %	27 %	58 mio.	5 %	40 %
Fisk og skaldyr	€43 mio.	60 %	326 %	14 mio.	67 %	343 %
Total	€5,8 mia.	6 %	21 %	2.9 mia.	4 %	21 %

Plantebaserede fødevarer i Danmark udgør et marked på 784 millioner kroner.

Det danske detailmarked for plantebaserede fødevarer er et af de mindste i Europa. Men de danske forbrugere har et af Europas højeste forbrug af plantebaserede fødevarer pr. indbygger. Dette er i tråd med den generelle salgstendens i Danmark, hvor salget af plantebaserede fødevarer steg med 17 % mellem 2020 og 2022 til 784 millioner kroner.

Plantebaseret mælk er Danmarks mest udviklede kategori inden for plantebaserede produkter og har oplevet en stabil vækst mellem 2020 og 2022. Salget af plantebaseret kød steg igen sidste år efter et dyk i 2021, hvilket primært skyldtes et fald i gennemsnitsprisen pr. enhed. Plantebaserede smørepålæg og måltider var to områder med betydelig vækst, hvor salget oplevede tocifrede stigninger fra år til år.

Dyk ned i rapporten for at få en bedre forståelse af det danske detailmarked for plantebaserede fødevarer, og hvordan plantebaserede fødevarer vokser i forhold til animalske fødevarer.

Addendum: I april 2023 opdagede vi et antal fejl hos vores datapartner i afsnittene om plantebaseret ost, yoghurt og desserter i Storbritannien og tallene for plantebaseret ost i Polen. I denne rapport er resuméet, sammenlignende statistikker og grafer for landenes totale plantebaserede salg samt sammenligningen mellem landenes salg af plantebaseret ost opdateret med de korrekte salgstal.

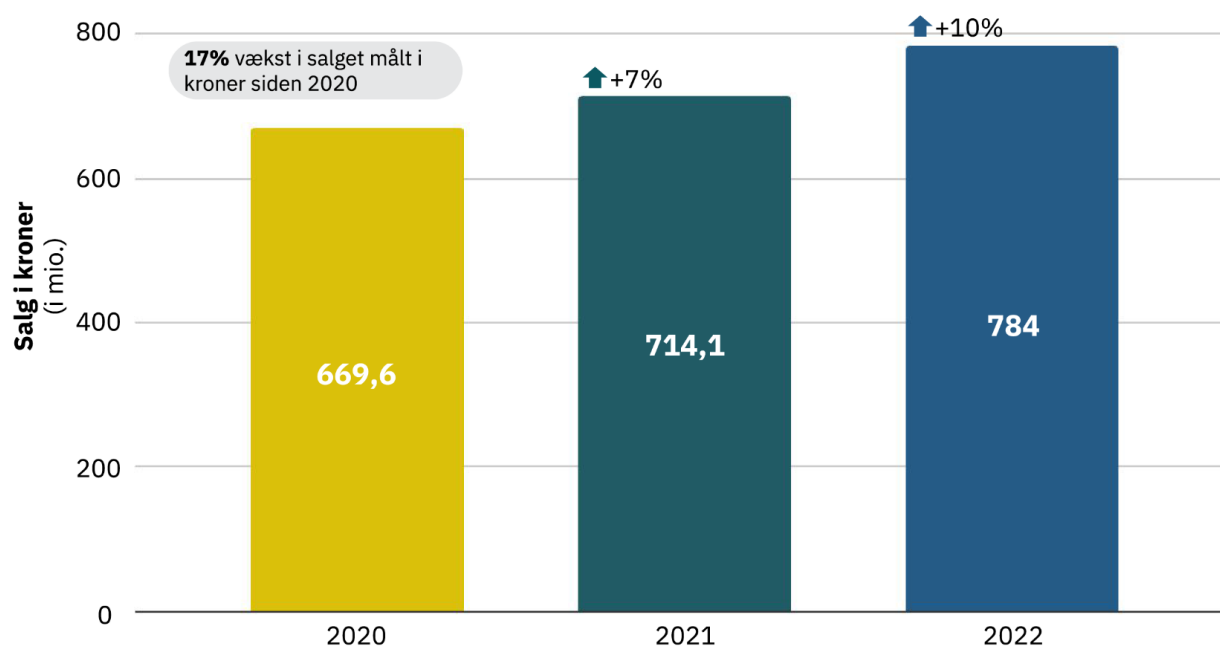
Indholdsfortegnelse

Det samlede marked for plantebaserede fødevarer	6
Kategorier	7
Sammenligning af lande	9
Sammenligning med animalske fødevarer	10
Plantebaseret kød	11
Plantebaserede måltider	14
Plantebaseret mælk	15
Plantebaseret ost	17
Plantebaserede smørepålæg	19
Plantebaseret is	20
Afsluttende bemærkninger	21
Om dataene	22

Det samlede marked for plantebaserede fødevarer

Salget af plantebaserede fødevarer i Danmark steg med 10 % i 2022 til en værdi på 784 millioner kroner (105,3 millioner euro).

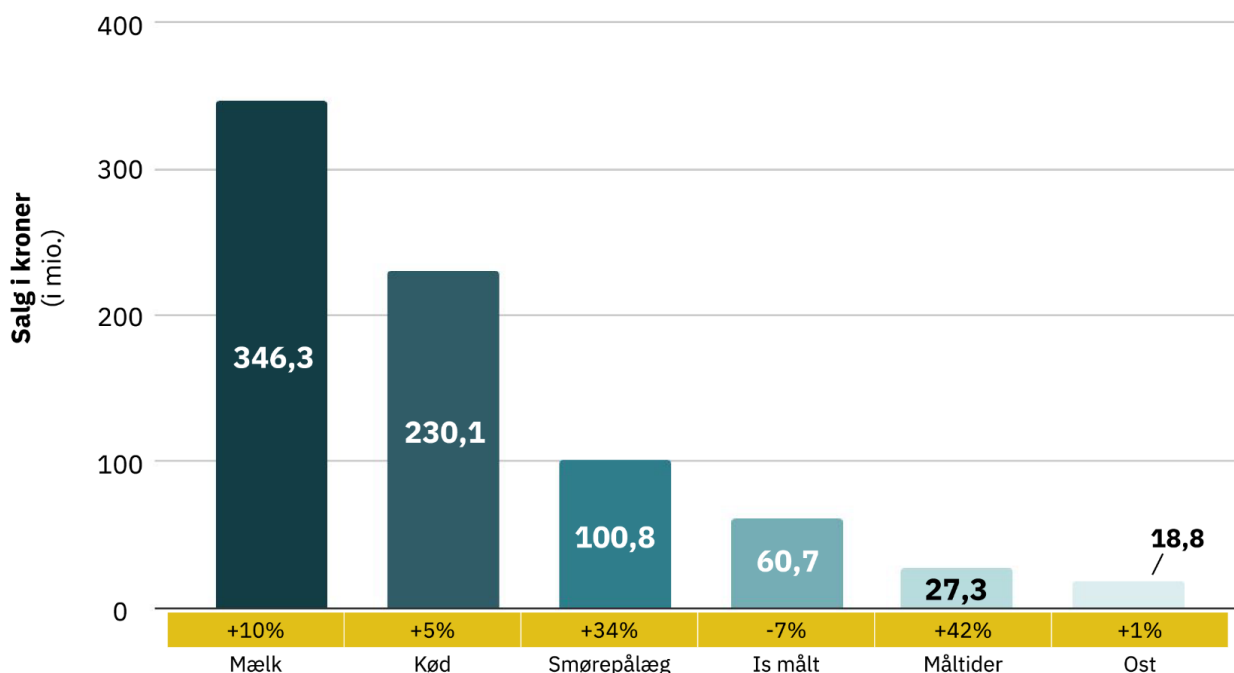
Samlet salg af plantebaserede fødevarer målt i kroner (i mio.), dansk detailhandel, 2022



Kategorier

De plantebaserede kategorier er på forskellige stadier af udvikling.

Salg af plantebaserede fødevarer målt i kroner målt i kroner efter kategori (i millioner), 2022



Nøglepunkter:

- **Plantebaseret mælk er den mest udviklede af alle de plantebaserede kategorier.** Salget af plantebaseret mælk var 346,3 millioner kroner i 2022, og kategorien fortsatte med at opleve en stabil vækst.
- **Salget af plantebaseret kød voksede til 230,1 millioner kroner i 2022**, hvilket er et opsving efter et fald i 2021. Faldet i salget i 2021 skyldtes, at gennemsnitsprisen pr. enhed plantebaseret kød faldt med 4 %, mens salget pr. enhed kun faldt med 0,3 %.
- **Plantebaserede smørepålæg og måltider oplevede en robust, tocifret vækst**, på henholdsvis 34 % og 42 % i 2022.
- **De plantebaserede kategorier vokser hurtigere end de dyrebaserede kategorier.** Væksten i enhedssalget for de plantebaserede kategorier mælk, kød og ost var større end væksten i de animalske kategorier i 2022.

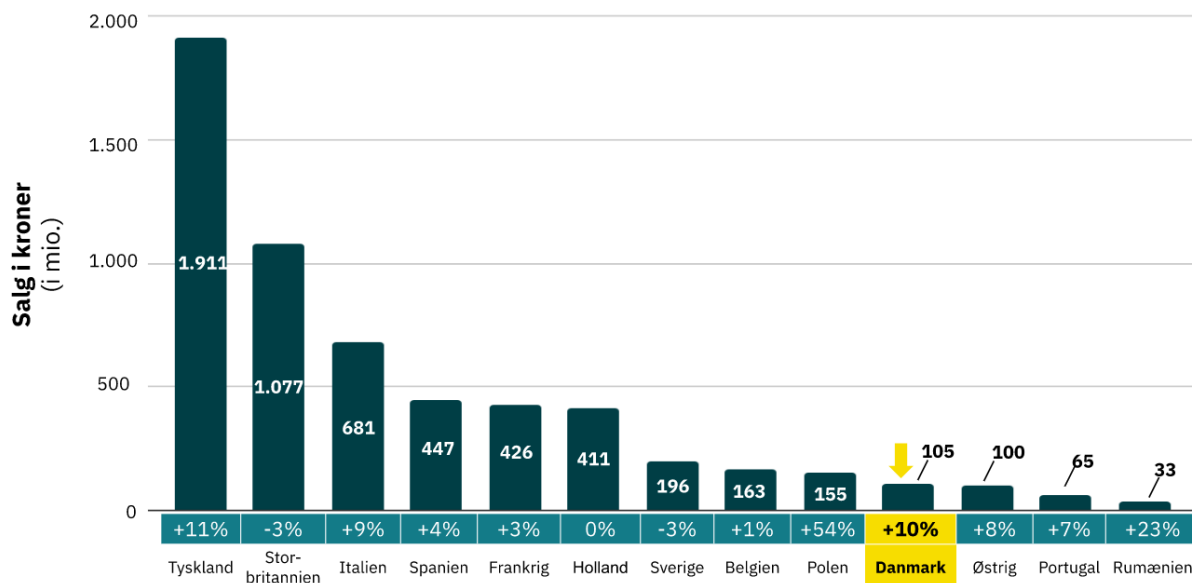
Salgsoversigt for plantebaserede kategorier, 2022

	Salg i mio. kroner 2022	Salg i mio. euro 2022	Vækst i salget målt i kroner 2021-2022	Vækst i salget målt i kroner 2020-2022	Salg pr. mio. enhed 2022	Vækst i salget målt pr. enhed 2021-2022	Vækst i salget målt pr. enhed 2020-2022
Mælk	346,3	€46,5	10 %	17 %	23,1	6 %	17 %
Kød	230,1	€30,9	5 %	-0,2 %	10,4	3 %	3 %
Smørepålæg	100,8	€13,5	34 %	68 %	6,3	17 %	54 %
Måltider	60,7	€8,2	-7 %	25 %	2	-7 %	34 %
Is målt	27,3	€3,7	42 %	73 %	1,6	43 %	94 %
Ost	18,8	€2,5	1 %	6 %	0,8	2 %	12 %
Total	784	€105,3	10 %	17 %	44,2	7 %	20 %

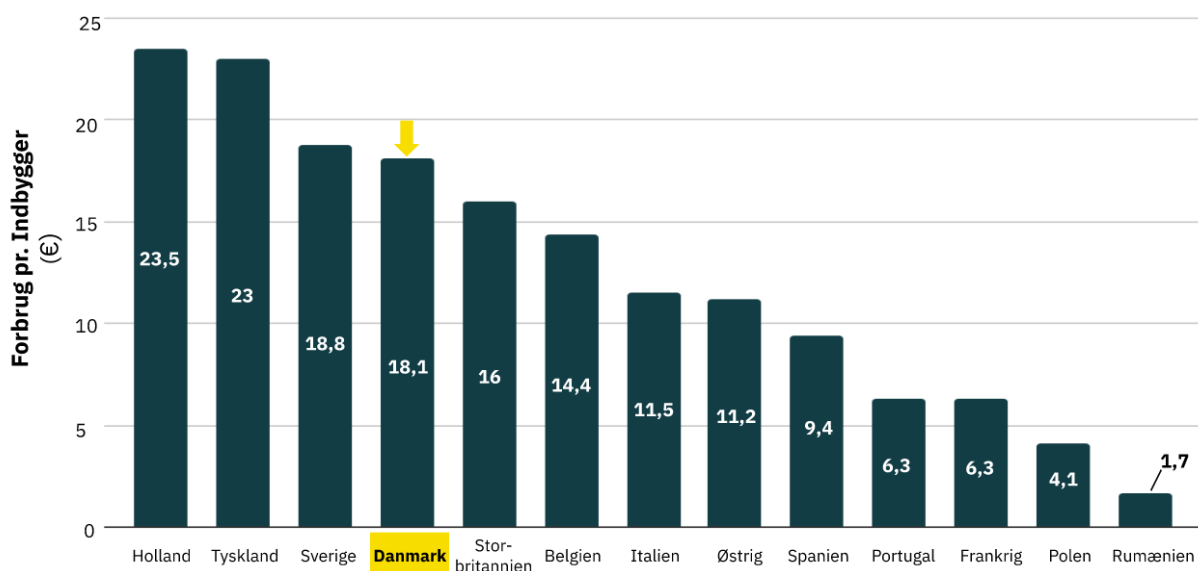
Sammenligning af lande

Danmark ligger på 10. pladsen i Europa, når det gælder salg af plantebaserede fødevarer målt i euro. Men når det gælder det gennemsnitlige forbrug af plantebaserede fødevarer målt i euro pr. indbygger, ligger Danmark på fjerdepladsen.

Salg af plantebaserede fødevarer målt i euro i hele Europa målt i euro pr. land (i millioner), 2022

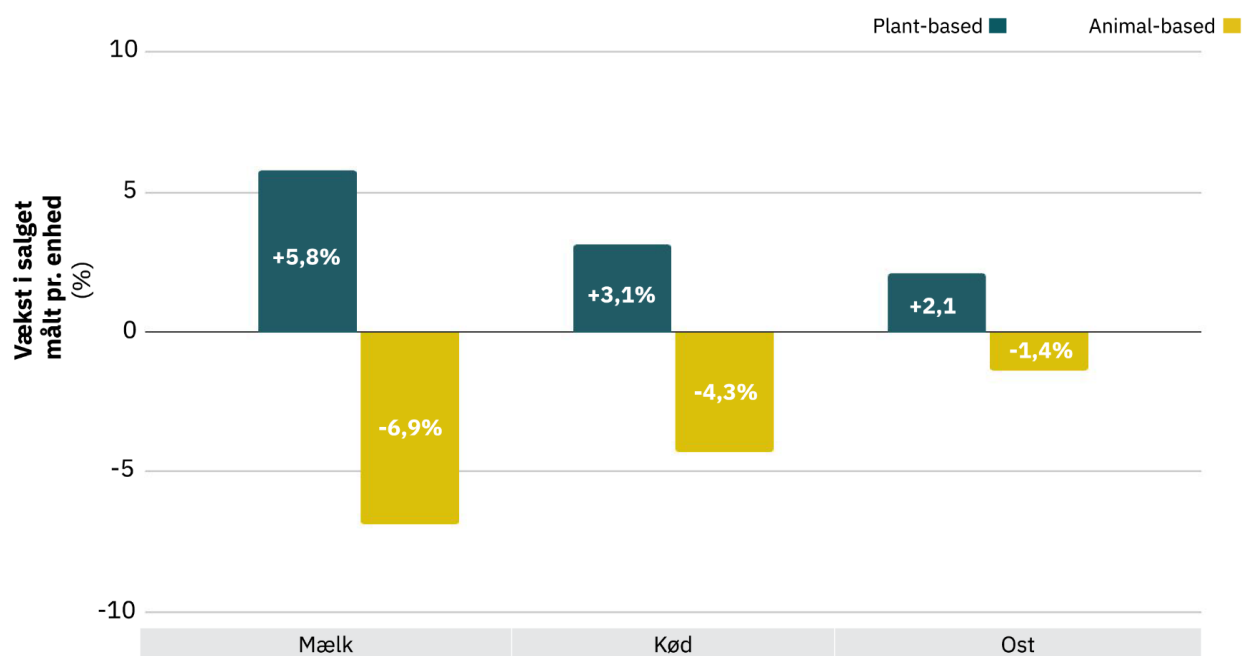


Gennemsnitligt euroforbrug for plantebaserede fødevarer i hele Europa pr. land pr. indbygger, 2022



Sammenligning med animalske fødevarer

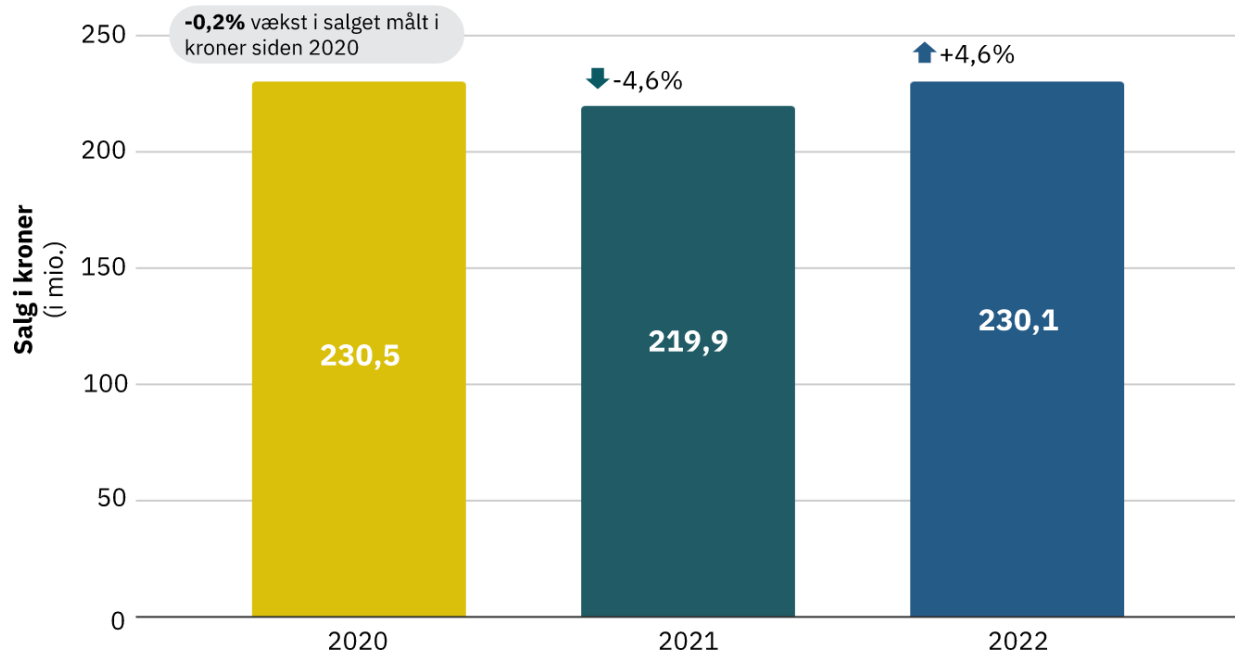
Vækst i enhedssalg i kategorien plantebaseret versus animalsk baseret, 2022



For at sammenligne væksten af plantebaserede og animalske kategorier har vi sammenlignet salget pr. enhed (i stedet for salget i kroner), da det giver en mere direkte sammenligning. I 2022 var væksten i enhedssalget for de plantebaserede kategorier af mælk, kød og ost større end væksten i de animalske kategorier.

Plantebaseret kød¹

Salg af plantebaseret kød målt i millioner kroner, 2022



Nøglepunkter:

- Salget målt i kroner af plantebaseret kød faldt i 2021, hvorefter det steg igen i 2022, mens den samlede vækst i salget målt i kroner var uændret mellem 2020 og 2022. Tilbagegangen af salget målt i kroner i 2021 skyldtes, at gennemsnitsprisen pr. enhed plantebaseret kød faldt med 4 %, mens salget pr. enhed kun faldt med 0,3 %.
- Salget af plantebaseret kød pr. enhed steg med 3 % mellem 2020 og 2022, mens salget af emballeret animalsk kød pr. enhed til sammenligning faldt med 4 %.
- Med hensyn til gennemsnitsprisen pr. enhed i 2022 er kategorien plantebaseret kød mindre påvirket af inflation og prisstigninger. Priserne på plantebaseret kød er steget med 1,5 %, mens priserne på emballeret animalsk kød er steget med 12 %.
- I 2022 havde plantebaseret kød en markedsandel på 2 % af den samlede kategori af færdigpakket kød i detailhandelen.²

¹ Kategorien plantebaseret kød omfatter både analoge produkter (produkter, der efterligner udseende og smag af animalsk kød) og ikke-analoge produkter (f.eks. vegetabilsk baserede frikadeller).

² Nielsen rapporterer kun salget af emballeret kød af animalsk oprindelse, og beregningen af markedsandelen gælder derfor kun for kategorien emballeret kød.

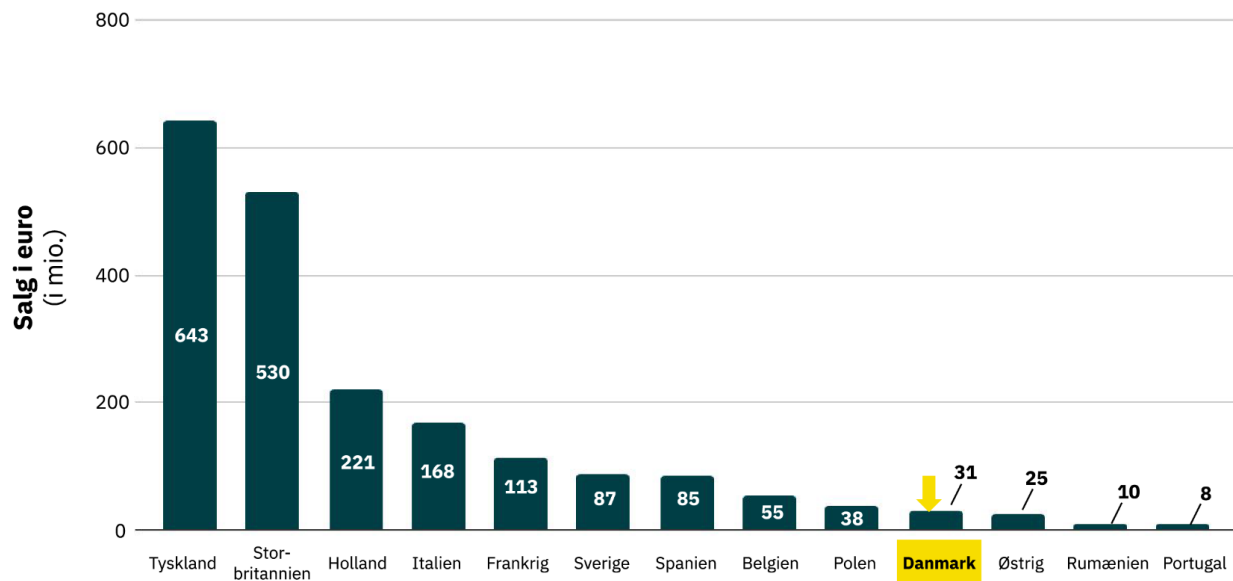
Indblik i segmenter:

- Plantebaseret kød på køl udgør størstedelen af kategorien målt i kroner i 2022 og udgør 57 % af det samlede salg af plantebaseret kød, mens frosset plantebaseret kød udgør 43 % af deUKt samlede salg af plantebaseret kød.
- De mest populære plantebaserede kødformater er forarbejdede kødprodukter (f.eks. burgere, hakket kød, nuggets), som udgør 78 % af salget målt i kroner, efterfulgt af pålæg (19 %) og pølser (3 %).

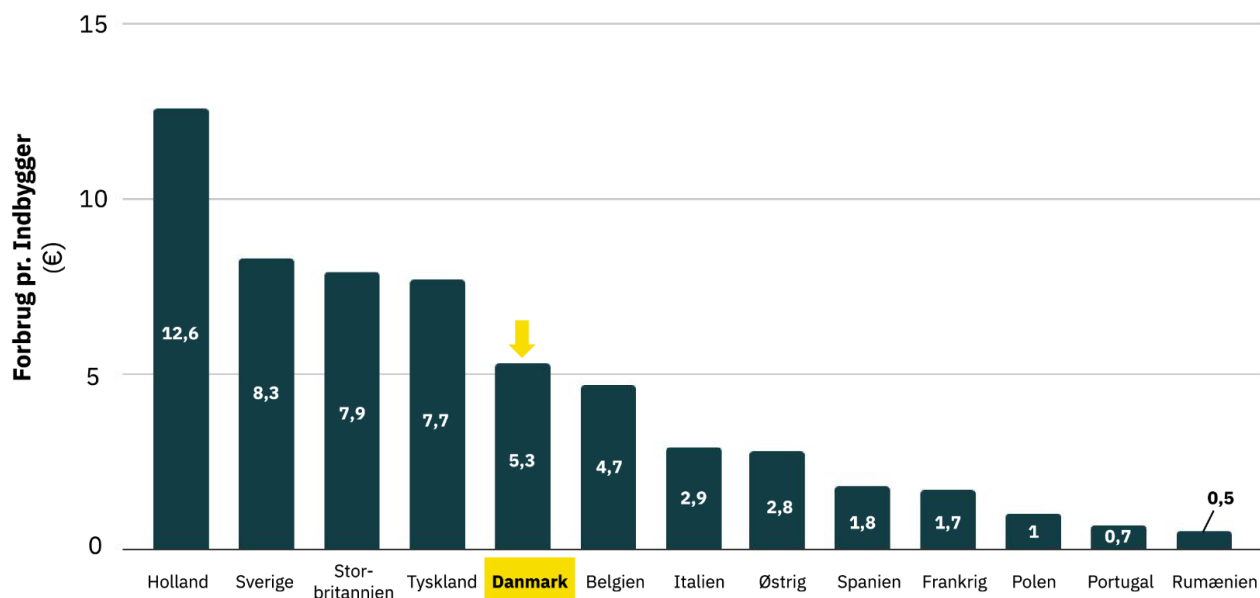
Sammenligning af lande

Danmark ligger på tiendepladsen i Europa, når det gælder salg af plantebaserede kød målt i euro. Men når det gælder det gennemsnitlige forbrug af plantebaseret kød målt i euro pr. indbygger, ligger Danmark på femtepladsen.

Salg af plantebaseret kød målt i euro og vækst i salget målt i euro pr. land (i millioner), 2022

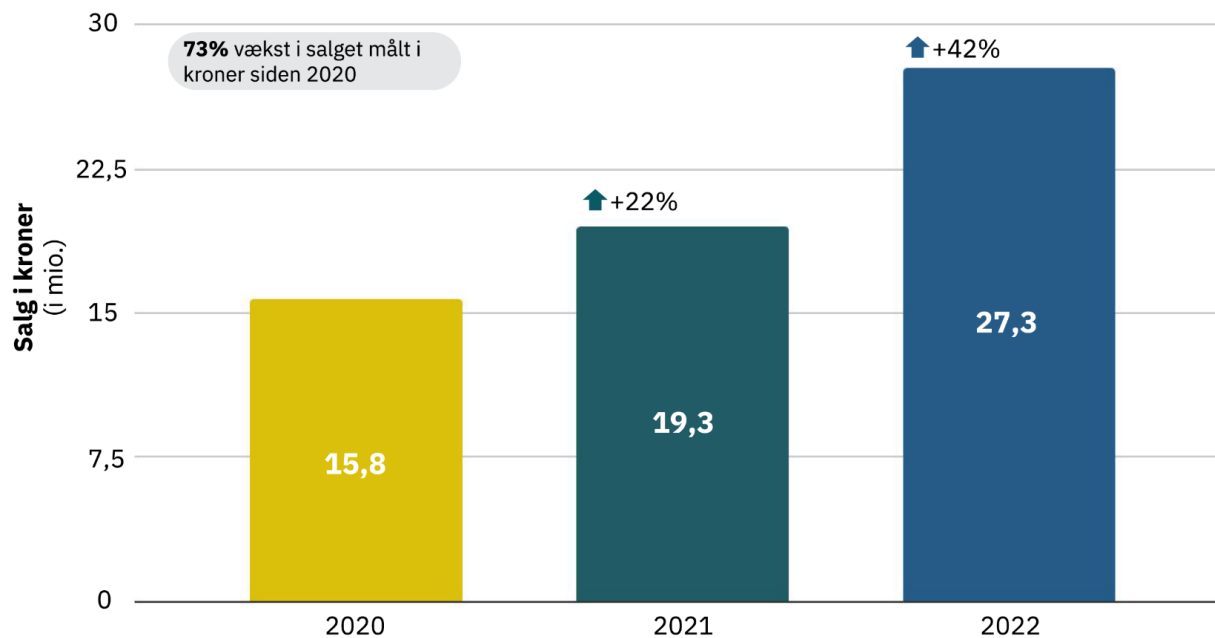


Gennemsnitligt forbrug af plantebaseret kød målt i euro pr. land pr. indbygger, 2022



Plantebaserede måltider³

Salg af plantebaserede måltider målt i kroner (i millioner), 2020-2022



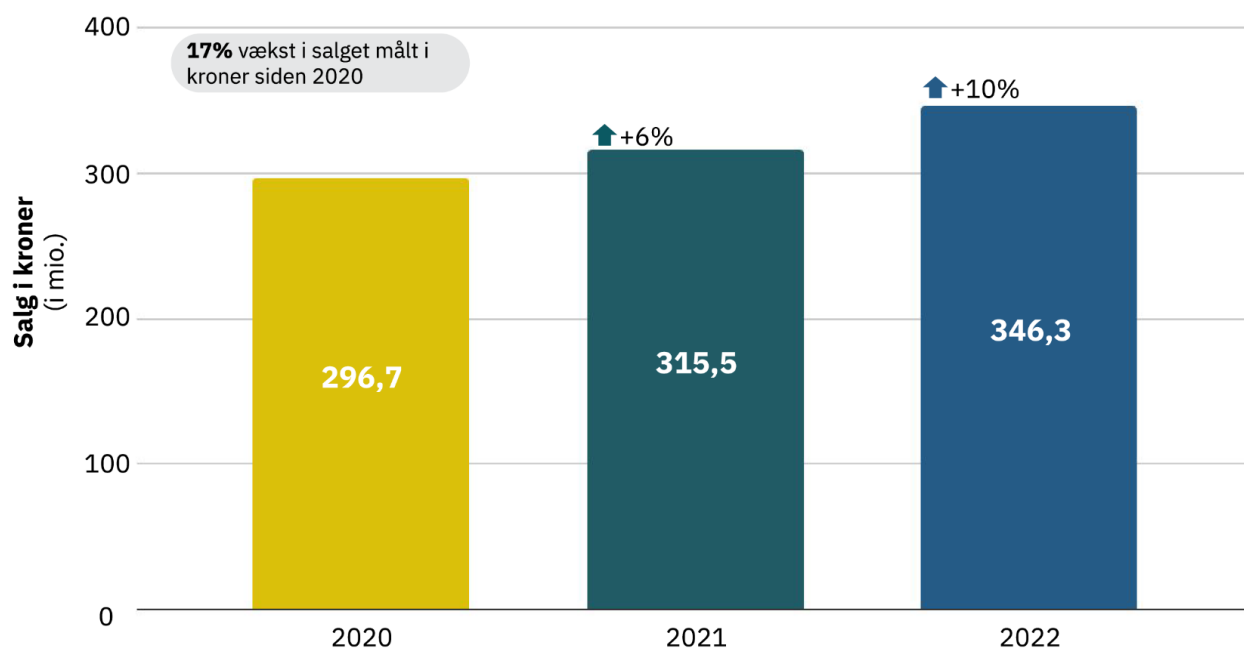
Nøglepunkter:

- Salget af plantebaserede måltider målt i kroner steg med 73 % mellem 2020 og 2022.
- Salget af plantebaserede måltider pr. enhed steg med 94 % mellem 2020 og 2022.
- Gennemsnitsprisen pr. plantebaseret måltid faldt med 1 % i 2022.

³ Kategorien plantebaserede måltider omfatter kølede og frosne færdigretter, herunder karryretter, pastaer og supper.

Plantebaseret mælk

Salg af plantebaseret mælk målt i kroner (i millioner), 2020-2022



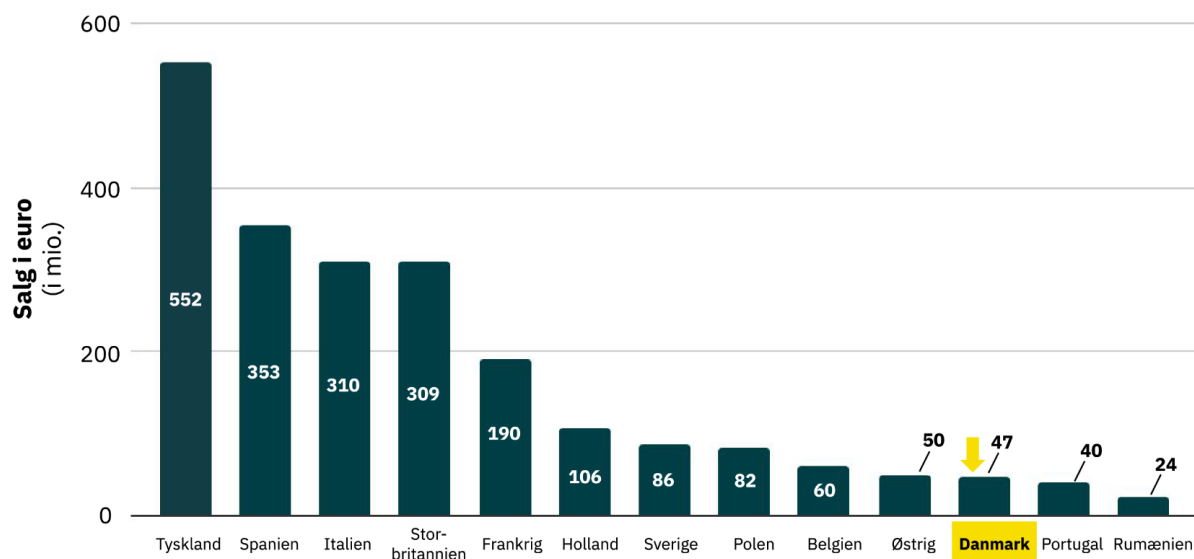
Nøglepunkter:

- Både salget af plantebaserede mælkeprodukter målt i kroner og pr. enhed steg med 17 % mellem 2020 og 2022.
- Til sammenligning faldt salget af animalsk mælk målt pr. enhed med 10 % mellem 2020 og 2022.
- Med hensyn til gennemsnitsprisen pr. enhed har kategorien plantebaseret mælk været mindre påvirket af inflation og prisstigninger i 2022. Priserne på plantebaseret mælk steg med 4 %, mens priserne på animalsk mælk steg med 20 %.
- I 2022 havde plantebaseret mælk en markedsandel på 7 % af den samlede mælkekategori.

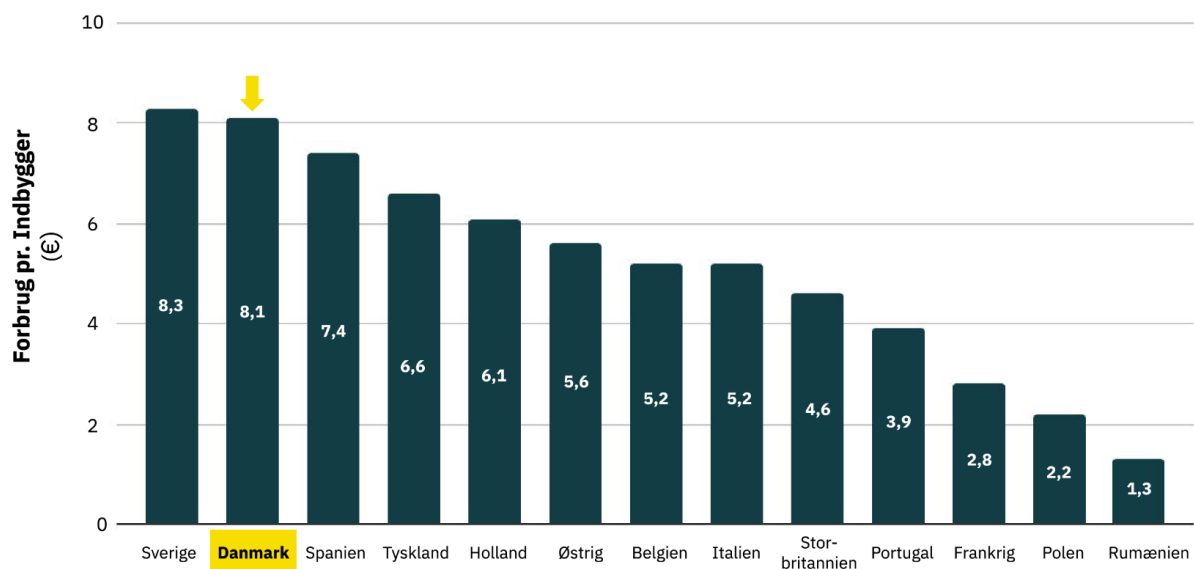
Sammenligning af lande

Danmark ligger på 11. pladsen i Europa, når det gælder salg af plantebaserede mælk målt i euro. Hvad angår det gennemsnitlige salg af plantemælk målt i euro pr. indbygger, ligger Danmark dog på andenpladsen.

Salg af plantebaseret mælk målt i euro og vækst i salget målt i euro pr. land (i millioner), 2022

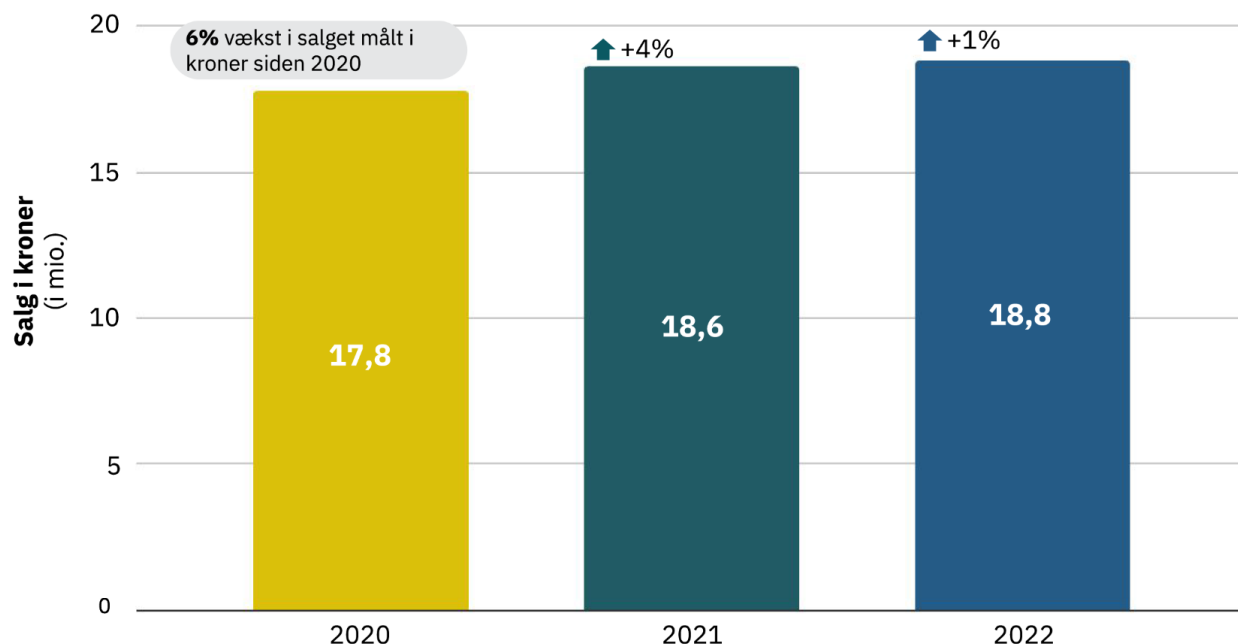


Gennemsnitligt forbrug af plantebaseret mælk målt i euro pr. land pr. indbygger, 2022



Plantebaseret ost

Salg af plantebaseret ost målt i kroner (i millioner), 2020-2022



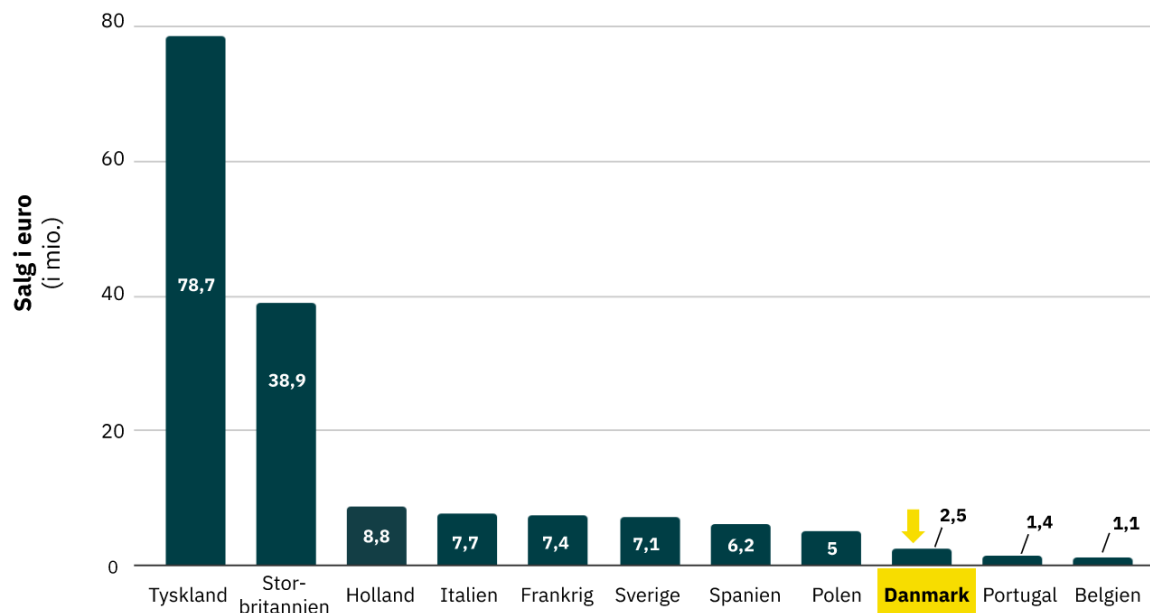
Nøglepunkter:

- Salget af plantebaseret ost målt i kroner steg med 6% mellem 2020 og 2022, og salget af plantebaseret ost målt pr. enhed steg med 12%.
- Til sammenligning faldt salget af animalsk ost målt pr. enhed med 0,4 % mellem 2020 og 2022.
- Med hensyn til gennemsnitsprisen pr. enhed har kategorien plantebaseret ost været mindre påvirket af inflation og prisstigninger i 2022. Priserne på plantebaseret ost er faktisk faldet med 1%, mens priserne på animalsk ost er steget med 14%.
- I 2022 havde plantebaseret ost en markedsandel på 0,3 % af den samlede ostekategori.

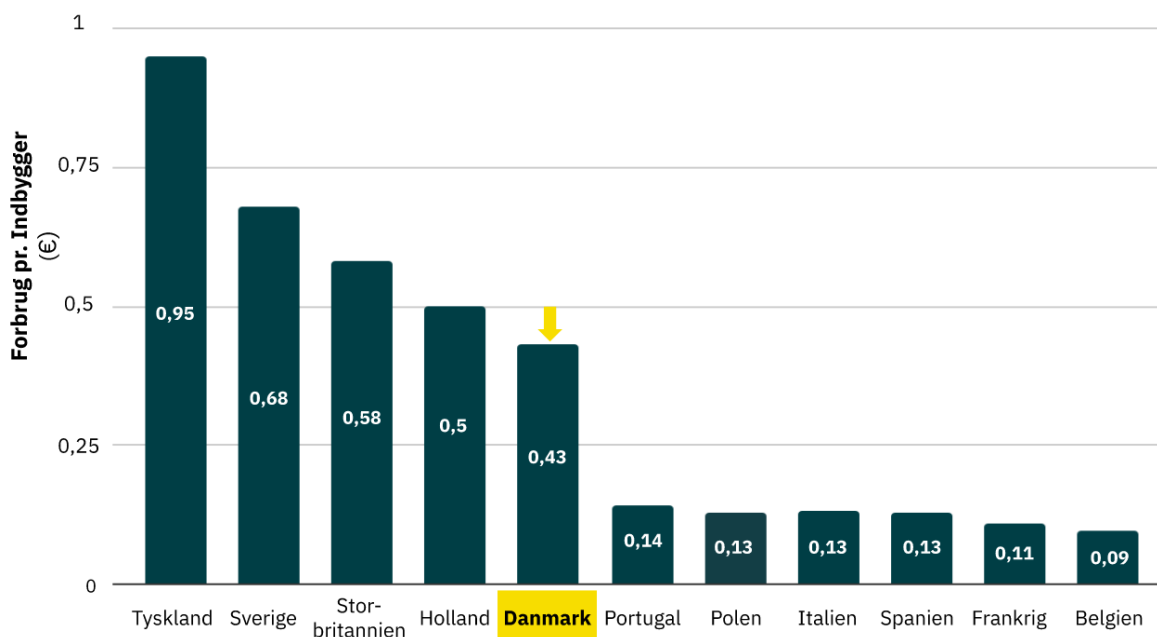
Sammenligning af lande

Danmark ligger på niendepladsen i Europa, når det gælder salg af plantebaserede ost målt i euro. Men når det gælder det gennemsnitlige forbrug af plantebaserede ost målt i euro pr. indbygger, ligger Danmark på femtepladsen.

Salg af plantebaseret ost målt i euro og vækst i salget målt i euro pr. land (i millioner) 2022

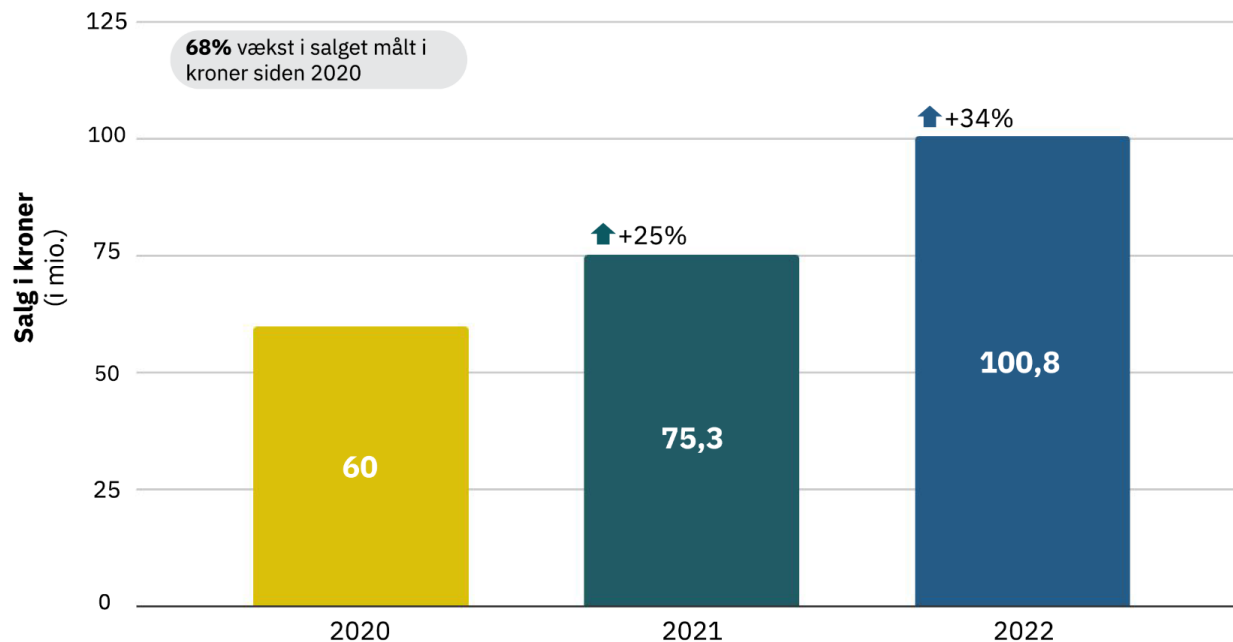


Gennemsnitligt forbrug af plantebaseret ost målt i euro pr. land pr. indbygger, 2022



Plantebaserede smørepålæg⁴

Salg af plantebaseret smørepålæg målt i kroner (i millioner), 2020-2022



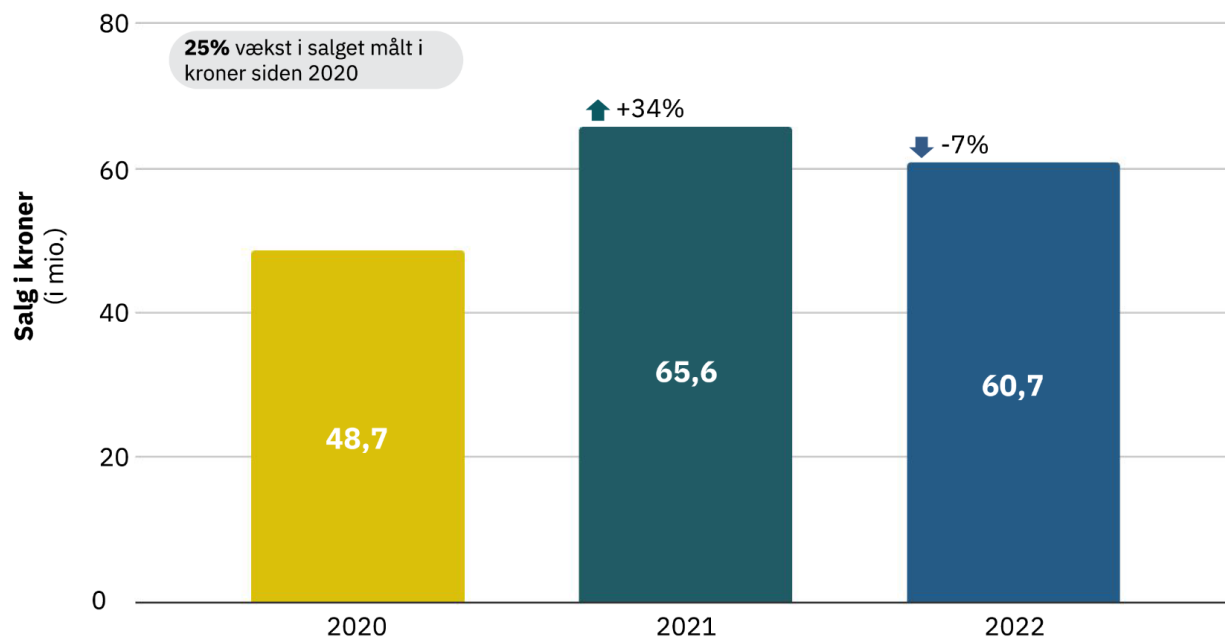
Nøglepunkter:

- Salget af plantebaserede smørepålæg målt i kroner steg med 68 % mellem 2020 og 2022.
- Salget af plantebaserede smørepålæg målt pr. enhed steg med 54 % mellem 2020 og 2022.
- Den gennemsnitlige pris pr. enhed af plantebaserede smørepålæg steg med 15 % i 2022.

⁴ The plant-based spreads category includes butters, margerines, and vegetable spreads.

Plantebaseret is

Salg af plantebaseret is målt i kroner (i millioner), 2020-2022



Nøglepunkter:

- Salget af plantebaseret is målt i kroner steg med 25 % mellem 2020 og 2022.
- Salget af plantebaserede is målt pr. enhed steg med 34 % mellem 2020 og 2022.
- Den gennemsnitlige pris pr. enhed plantebaseret is faldt med 0,5 % i 2022.

Afsluttende bemærkninger

“Detailmarkedet for plantebaserede fødevarer i Europa har oplevet en betydelig vækst de seneste år, hvilket skyldes, at der er blevet lanceret bedre plantebaserede produkter på markedet. Det er opmuntrende, da verden arbejder på at løse de mange problemer, som den intensive animalske produktion forårsager. Men for at opretholde denne vækst skal virksomhederne fortsat investere i produktinnovation for at udvikle plantebaserede produkter, der lever op til forbrugernes forventninger, når det gælder de vigtigste faktorer som smag, pris og bekvemmelighed. The Good Food Institute's [database Advancing Solutions for Alternative Proteins](#) er en fantastisk kilde til bedre at forstå de vigtigste innovationsprioriteter.”

Carlotta Lucas,
*Overordnet leder af virksomhedsengagement
hos The Good Food Institute Europe*



Om dataene

For at vurdere det danske detailmarked for plantebaserede fødevarer har GFI Europe bestilt salgsdata fra markedsanalysefirmaet NielsenIQ. Analysen i denne rapport er baseret på data rapporteret fra NielsenIQ for de komplette kategorier: plantebaserede produkter, mejeriprodukter og færdigpakket kød for de 52-, 104- og 156-ugers perioder, der slutter den 31. december 2022, for det danske marked, i henhold til GFI Europe's produkthierarki. Derfor er det muligt, at de data, der præsenteres i denne rapport, ikke stemmer overens med standardkategorierne hos NielsenIQ. Copyright © 2022, Nielsen Consumer, LLC.

Om The Good Food Institute Europe

[The Good Food Institute Europe](#) er en international NGO, der arbejder på at opbygge et mere bæredygtigt, sikkert og retfærdigt fødevarsystem ved at transformere kødproduktionen.

Vi samarbejder med forskere, virksomheder og beslutningstagere for at fremme plantebaseret og dyrket kød - og gøre det lækker, overkommeligt og tilgængeligt i hele Europa.

Ved at lave kød fra planter og dyrke det fra celler, kan vi reducere den miljømæssige påvirkning af vores fødevarsystem og brødføde flere mennesker med færre ressourcer.

GFI Europe drives af filantropi.

Kontakt

Carlotte Lucas

Senior Corporate Engagement Manager, GFI Europe

carlottel@gfi.org