

Indsigtspapir #2:

Når et fødevarer system og en madkultur skal ændres: Branchens blik på, hvor der er udækkede behov og særlige potentialer for indsatser, der kan være med til at skabe forandring

Af Katrine Ejlerskov & Daniel Barrera Madsen
Plantebaseret Videnscenter, december 2023

Dette indsigtspapir er baseret på en workshop afholdt i regi af Netværk for Fremtidens Planteproteiner i Danmark i oktober 2023. Opgaven bestod i at diskutere i mindre grupper, hvad man så af udækkede behov og særlige potentialer for at få vækst i det plantebaserede og økologiske fødevarermarked. Forudgående indsigtspapir og overblik over projekter og aktiviteter af relevans for den plantebaserede omstilling 2023, kan findes her:

<https://plantebaseretvidenscenter.dk/projekter/>.

Indhold

Fordeling af projektmidler i 2023.....	2
Fokus i dette indsigtspapir: En brainstorm på indsatsområder med brancherepræsentanter	3
Efterspørgselsfremme.....	3
Uddannelse af nøglepersoner i værdikæden	3
Skoler og uddannelsesinstitutioner	4
Dagligvarehandlen	4
Nudging og produkt-, adfærds- og oplevelsesdesign	5
Virksomheder	5
Forbrugere	6
Sundhed, ernæring og tilsætningsstoffer	7
Strukturelle udfordringer	8
Dyrkning, forarbejdningens første faser og afsætning	9

Fordeling af projektmidler i 2023

I Indsigtspapir #1, hvor vi analyserede fordelingen af fondsmidler med relevans for den plantebaserede omstilling af fødevarer systemet i Danmark, estimerede vi den samlede bevillingsstørrelse på tværs af fonde og puljer (ekskl. EU-midler) til 112 mio. kr. i 2023. Den største andel (37 % af midlerne) gik til forarbejdning, ingredienser, produktudvikling og analyser af råvarernes ernæring. Den kategori er støttet af et bredt udsnit af fonde, heraf nogle fonde der giver store, flerårige bevillinger (Novo Nordisk Fonden, The Challenge Programme 2021, Innovationsfonden, Danmarks Frie Forskningsfond og GUDP).

Plant2Food programmet, som Novo Nordisk Fonden har afsat 200 mio. kr. til over 4 år, har uddelt de første 39 mio. med projektstart i 2024, og med et fokus på at udvikle basal viden om afgrøders egenskaber og funktionalitet i fødevarer vil disse projekter også falde i kategorien 'forarbejdning, ingredienser, produktudvikling og analyser af råvarernes ernæring'.

Næststørste kategori var i 2023 'køkkenomlægning og kompetenceløft i de professionelle køkkener', der fik 23 % af fondsmidlerne, hvoraf størstedelen kom fra Puljen for Køkkenomlægning til økologi og flere planter under Fonden for Økologisk Landbrug. I 2024 er puljen reduceret fra 17 mio. kr. til 10 mio. kr.

Tredjestørste kategori var forskellige typer af projekter inden for afsætningsfremme rettet imod forbrugerne (17 % af midlerne). Midlerne stammede primært fra Puljen for Plantebaserede Fødevarer under Fonden for Økologisk Landbrug, hvor der denne ene gang blev uddelt 39 mio. kr. i 2023. For at aktivere nogle af de midler, der ellers var afsat til den forsinkede Fonden for Plantebaserede Fødevarer. Puljen for Plantebaserede Fødevarer i Fonden for Økologisk Landbrug er i 2024 reduceret til 5 mio. kr. Til gengæld har Fonden for Plantebaserede Fødevarer uddelt 58 mio. kr. til projekter, hvoraf ca. 50 mio. kr. er inden for efterspørgselsfremme, med projekt start i 2024¹.

Blandt de resterende kategorier var fordelingen i 2023, at 13 % af midlerne gik til primærproduktion af planter til fødevarer (landbrugsproduktion, dyrkning og sorter), knap 8% gik til iværksætteri, vækst og eksportfremme for virksomheder med plantebaserede produkter, og 1,4 % af midlerne til netværk og markedsanalyser. Også her forventes forskydninger med 2024-uddelingerne. Blandt andet har Industriens Fond doneret 20 mio. kr. til vækst og eksportfremme målrettet virksomheder med plantebaserede produkter².

¹ https://plantefonden.lbst.dk/fileadmin/user_upload/Plantefonden/Dokumenter/Plantefonden_-_tilsagn_2023.pdf

² <https://industriensfond.dk/nyhed/groenne-foedevarer-faar-et-boost-paa-20-millioner/>

Fokus i dette indsigtspapir: En brainstorm på indsatsområder med brancherepræsentanter

I Indsigtspapir #1 konkluderede vi, at den største udfordring ligger i at få gang i efterspørgselssiden (forbrugere, detail, foodservice og andre afsætningskanaler). I nærværende indsigtspapir går vi en tand mere i detaljer ift. hvilke konkrete behov og initiativer, som branchen kalder på. I analysen har vi medtaget refleksioner fra en workshop, som blev afholdt i regi af Netværk for Fremtidens Planteproteiner i Danmark d. 12/10-2023 i Vejle og online, dialoger med aktører i branchen, samt udvalgte rapporter.

Efterspørgselsfremme

Uddannelse af nøglepersoner i værdikæden

I 2023 er der kommet yderligere 4 AMU-kurser om plantebaseret mad i professionelle køkkener. Dertil udvikles der på et diplomuddannelsesmodul om plantebaseret kost til ernæringsprofessionelle (midler fra finansloven 2022), og der er fokus på at løfte kompetencerne og viden om planterig kost blandt underviserne på den ernæringsfaglige diplomuddannelse.

Dette bør udbygges med uddannelse af nøglepersoner i værdikæden bredt set, så fagskoler (f.eks. landbrug, gartneri, gastronom, indkøbere, it og design) og uddannelserne indenfor relevante sektorer som f.eks. detailhandlens egne uddannelser og uddannelser inden for finans/forsikring/banksektoren sætter fokus på de forskellige grenes rolle i den plantebaserede omstilling. Det kan f.eks. omhandle, hvordan banksektoren kan vejlede ift. udlån til landbrug, der ønsker at omstille fra animalsk produktion til planter, hvordan grossisternes webshops designes, så brugerne lettere dirigeres til grønne indkøb, samt uddannelse i sigende og appetitlig navngivning af produkter og måltider for fødevarerindustrien og madprofessionelle.

Også de videregående uddannelser inden for fødevarer, fødevarer-systemer og sundhed bør få plantebaseret kost i pensum, så eksempelvis læger og sygeplejersker får viden om potentielle sundhedseffekter ved plantebaserede kostformer. Københavns Universitet er gået foran med en specialisering i plantebaserede fødevarer på kandidatuddannelsen i fødevarer-videnskab fra september 2023³, men på medicinstudiet og beslægtede uddannelser er der stadig stort set ingen undervisning i ernæring.

³ <https://food.ku.dk/nyheder/2022/ny-specialisering-paa-kandidaten-i-foedevarevidenskab-fokuserer-paa-planter/>

Skoler og uddannelsesinstitutioner

Fokus på grønne måltider i skoler og uddannelsesinstitutioner er også et oplagt sted at sætte ind med indsatser, der skal rykke den yngre generation mod grønnere kostvaner. Her findes allerede forskellige typer undervisningsmaterialer og erfaringer fra bl.a. Concito (klima og bæredygtighed målrettet udskoling⁴ og erhvervsskoler⁵), Tænketanken Frej (madkundskab⁶) og Plantebaseret Videnscenter (kost og biodiversitet⁷). Der kan også være gode erfaringer at hente fra projektet som Center for Erhvervsrettede uddannelser Lolland Falster har gennemført i 2023, hvor de har arbejdet med grøn og økologisk mad i kantinerne på erhvervsskoler⁸.

Dagligvarehandlen

Selvom der hele tiden kommer nye plantebaserede produktlanceringer i detailhandlen, synes markedet her at udvikle sig i sneglefart. Her efterspørges større satsninger fra detailhandlens side, hvor de får et bredere udvalg og giver de plantebaserede produkter mere synlighed for at være med til at skabe en efterspørgsel. Det kan være at sætte nogle KPI'er for vækst i den plantebaserede kategori, strategier for at synliggøre de plantebaserede produkter, 'veggie - først og billigst', bundling af råvarer og produkter, der kan udgøre et lækkert plantebaseret måltid, smagsprøver på plantebaserede produkter, eller på andre måder at give inspiration i købsituationen og tilbudsaviserne.

Et forslag var at arbejde med friskheden af bælgfrugter som salgspareparameter ved at placere dem i frugt- og grøntafdelingen. Det kan være 'vej-selv', som Meyers samarbejder med udvalgte MENY-butikker om, men det kan også være udblødte eller kogte bælgfrugter, som sælges som friskvare. Andre forslag har været at inddrage delikatessen, sælge bælgfrugter i forskellige smagsvarianter på glas, eller få forkogte bælgfrugter som frostvare. Løsningerne bør testes af og kombineres med inspiration til forbrugerne.

Andre forslag gik på at lægge ydre pres på detailhandlen for at udvise større ansvarlighed for at præge markedet mod en mere plantebaseret indkøbskurv, f.eks. ved at sætte fokus på, at de produkter, der sælges, vitterligt er en del af detailhandlens klimabelastning under scope-3 (målemetoden hvor alle udledninger fra værdikæden medregnes).

⁴ <https://concito.dk/klimaambassaden/undervisningsmaterialer/undervisningsmateriale-til-udskolingen>

⁵ <https://concito.dk/klimaambassaden/undervisningsmaterialer/undervisningsmateriale-til-ungdomsuddannelserne>

⁶ <https://www.taenk-frej.dk/fra-jord-til-skolebord>

⁷ <https://plantebaseretvidenscenter.dk/mere-viden/til-undervisning/>

⁸ <https://www.celf.dk/samarbejde-2/projektsekretariatet-2/samarbejdsprojekter/koekkenomstilling-verdensmaal-oekologi-og-sundhed/>

Nudging og produkt-, adfærds- og oplevelsesdesign

Viden og inspiration til implementering af adfærdstiltag, der kan fremme grønnere kostvalg, bør formidles til gatekeepers indenfor dagligvarehandel, kantiner, restaurationer og fastfood. På trods af at nudging og adfærdstiltag anses som effektive og 'spiselige' tiltag, modtog nudgingprojekter med fokus på at fremme grønnere kostvalg kun 3 % af projektmidlerne i 2023. Der er brug for flere indsatser, så vi kan blive klogere på effektive adfærdstiltag, nuancerne i disse, samt implementering i forskellige settings, aktører og målgrupper. Herunder ligger også tests af produktdesigns, labels, navngivning, opbygning af IT-systemer, der sættes op, så de minder brugeren om de plantebaserede råvarer og produkter og inspirerer til brug, indretning og menuopbygning, men det kan også være dialogværktøjer til nøglepersoner, der står for salg i forskellige situationer.

Virksomheder

I handlingsplanen for plantebaserede fødevarer opfordrer Regeringen til, at der etableres en fælles Plantehub, der kan fremme netværk og samarbejde om plantesektorens fælles udfordringer: flaskehalse, regulatoriske barrierer, sammenhæng i værdikæden, start-ups' markedsindgang og udviklingen af velsmagende, sunde fødevarer. Projektet TurboPlant, som organiseres af Food Innovation House i Vejle, har de sidste par år netop arbejdet med at hjælpe små og mellemstore virksomheder til vækst og eksport af deres plantebaserede produkter⁹, og i 2023 afholdt de en messe for innovative planteingredienser, da der sker meget på området for ingredienser til plantebaserede fødevarer. Beyond Beta hos Food & Bio Cluster Denmark er et program, der understøtter startups generelt¹⁰. Tænkes der i yderligere eller supplerende former for rådgivning, så virksomheder kan få hjælp til at komme videre i processen i tide eller finde strategiske samarbejdspartnere, er private fondsmidler at foretrække, da offentlige fondsmidler er underlagt de minimis/statsstøtte-regler fra EU. De 20 millioner, som Turbo Plant har modtaget fra Industriens Fond fra 2024 og frem, er et eksempel på dette¹¹.

Konkrete input fra workshoppen til hvad virksomheder og forskere med fordel kan fokusere på:

- Som fødevarerproducent er det svært at finde semiforarbejdede økologiske frosne grøntsager, herunder også bælgfrugter
- Udvikling af produkter med tang (f.eks. burgere og chips)

⁹ <https://www.foodinnovationhouse.dk/plantebaseret/turbo-plant/>

¹⁰ <https://www.beyondbeta.dk/>

¹¹ <https://industriensfond.dk/nyhed/groenne-foedevarer-faar-et-boost-paa-20-millioner/>

- Lavstatus-produkter kan 'veganiseres' uden at det bliver opdaget/går under radaren for forbrugerne (produkter, hvor forbrugeren er ligeglad med, at det er vegansk).
- Reformulering af produkter, hybridprodukter, underkategorier.
- Overblik, egenskaber og evt. efteruddannelse i produktudvikling, da der sker rigtig meget på ingrediens- og produktudviklingsfeltet. Viden om ingredienser, der kan reducere behovet for tilsætningsstoffer.
- Hvordan deklarerer tilsætningsstofferne? Mange produkter fremstår meget forarbejdede, hvilket kan afskrække forbrugerne.
- Hjælp til opskalering af startup virksomheders produkter
- Modning af produkter: Der er en ubalance ml. iværksættere, skalering.

Rapporten 'Strategisk analyse af plantebranchens virksomheder, udviklingsveje og udviklingsbehov'¹² som Aalborg Universitet udgav i 2022, har et afsnit om nogle af de udfordringer, som plantebranchens virksomheder oplever i værdikæden (kapitel 6).

Forbrugere

Flere og flere danskere tilvælger de grønne måltider til frokost og aftensmad. De nyeste tal fra Coop Analyse viser, at 20% af danskerne på tværs af aldersgrupper nu spiser fleksitærisk eller vegetarisk¹³ og 41% ønsker 'i nogen grad', 'i høj grad' eller 'i meget høj grad' at spise mindre kød. Desuden er yderligere 25 % 'i mindre grad' åbne overfor at spise mindre kød¹⁴. Alligevel er der mange, der finder det svært at ændre vaner mod en mere plantebaseret kost og vænne sig til de nye smage.

Nogle af de forslag, der blev fremhævet til workshoppen, var uddannelse og oplysningsindsatser for forbrugerne, f.eks. ved at fejre bælgfrugternes dag (10. februar) i detailhandlen, samt madprogrammer på TV, der inspirerer til grøn mad (f.eks. 'Brødrene Price going green'). Herigennem kan forbrugerne lære mere om anvendelse, smag og konsistens af bælgfrugter. Det kunne også være tiltag til at normalisere plantemad som det oplagte valg på forskellige lokationer, f.eks. festivaler, forlystelsesparker, museer, kulturhuse, feriecentre og sportshaller. Se tabel 1 for forslag til aktører, som kan være udgangspunkt i indsatser, der er rettet imod forbrugere i særlige situationer.

¹²

https://vbn.aau.dk/ws/portalfiles/portal/490492520/Strategisk_analyse_af_plantebranchens_virksomheder_f_inal_.pdf, særligt kapitel 6.

¹³ https://coopanalyse.dk/analyse/02_9999-vegetar/

¹⁴ Data fra samme undersøgelse, præsenteret af Lars Aarup på Netværk for Fremtidens Plante proteiner i Danmark, d. 12/10

På udviklingsiden blev der talt om at danskernes 20 foretrukne retter skal udvikles i en grøn udgave, koblet med en forståelse af, hvad der gør disse retter til de foretrukne. Og der blev opfordret til at have mindre fokus på identitet, når man vælger at spise grønne måltider.

Tabel 1: Aktører, som kan være et afsæt for projekter om grønne fødevarer til forbrugerne

Bager- og konditorforretning	Bed & Breakfast og Vandrerhjem	Caféer
Campingpladser og feriecentre	Eventcatering (catering, events og dinner transportable)	Festivaler og forlystelsesparker
Flymad og færgemad	Hoteller og konferencecentre Kantiner Restauranter	Madleverandører (Wolt, EAT m.fl.)
Museer og kulturhuse	Servicestationer, tankstationer, 7-eleven, o.l.	Sportshaller
Slagterforretninger	Take-away, fast food (pizzeriaer, shawarma o.l.)	Ældreforplejning (madudbringning, plejehjem og ældrecentre)

Sundhed, ernæring og tilsætningsstoffer

Omstillingen mod en mere plantebaseret kost skal selvfølgelig også levere på befolkningens sundhed. Der er et overordnet behov for viden om plantebaseret og planterig kost til særlige målgrupper – særligt ældre, patienter og andre sårbare grupper. Hvordan en plantebaseret og planterig kost kan sammensættes, så den opfylder de ernæringsmæssige behov, hvilke kosttilskud der bør suppleres med, og hvordan kosten påvirker de ældres og sårbares helbred. Der er også behov for mere viden om dækkende plantebaseret kost til børn.

Der bliver efterspurgt viden om næringsværdien af plantebaserede fødevarer, inkl. optagelighed af mineraler. Samt udbredelse af metoder, der kan øge optageligheden, som f.eks. fermentering. På listen over projekter for 2023 (Indsigtsrapport #1¹⁵) kan man få et indblik i, hvilken forskning og virksomheder, der er i fuld gang med dette, som en måde at øge optageligheden af næringsstoffer fra forskellige plantekilder. Derudover er der en del plantebaserede produkter f.eks. ost og pålæg, der kan produktudvikles, så de får en sundere næringsprofil. Der er spændende potentialer ved tang og mikroalger, som en måde at tilføje langkædede omega-3 fedtsyrer til fødevarer. Det

¹⁵ https://plantebaseretvidenscenter.dk/media/xryjnb12/indsigtsrapport_igangvaerende-plantebaserede-projekter-i-danmark-og-udaekkede-behov.pdf

kan også være produktudvikling ift. øget proteinindhold eller komplementerende aminosyresammensætning i produkter.

For nogle vitaminer og mineraler vil det være interessant at se på potentialerne for berigelse, særligt calcium til plantedrikke og vitamin B12 til produkter, der typisk tager pladsen fra de animalske produkter. I andre lande beriges plantebaserede fødevarer med jod, selen, vitamin B2 og vitamin D.

Strukturelle udfordringer

Prisen på flere produktgrupper inden for plantebaserede fødevarer synes ofte høj, til sammenlignet med et animalsk alternativ. Prisforskellene er et problem ift. at få den brede andel af befolkningen med. Her kunne det være interessant med indsatser, der kigger ind i støtteordninger for landbruget, og forslag der kan guide politikerne til systemiske ændringer. Yderligere inspiration til sådanne tiltag kan findes i f.eks. visionsrapporten Fra Foder til Føde II¹⁶, som ni grønne organisationer udgav i november 2023. Derudover kunne differentieret moms på fødevarer eller regler om fastsatte avancer, så detailhandlen ikke kan køre kunstigt lave priser på hakket oksekød, flæsketeg og smør på bekostning af dyrere frugt og grønt, være tiltag, der gjorde den grønne indkøbskurv økonomisk attraktiv for flere forbrugere.

Det tager tid og store investeringer at udvikle en ny industri. I AgriFoodTures whitepaper estimerer, at der er behov for 600 mio. kr. årligt fra offentlige og private fonde til forskning og innovation, samt 900 mio. kr. fra private investeringer for at dække udvikling af ny teknologi, nye produktionsformer og investeringer i forarbejdningsanlæg¹⁷.

Et andet strukturelt forhold, som har meget stor betydning for markedsudviklingen i Danmark, er den samlede volumen af plantebaserede fødevarer, der produceres. Her spiller eksporten selvsagt en stor rolle. Plantebaseret Videnscenter udgiver primo 2024 et notat om de internationale markedsprognoser og andre internationale forhold, som har betydning for det fremtidige marked for eksport af plantebaserede fødevarer.

¹⁶ <https://rgo.dk/wp-content/uploads/Foder-til-Foede-II-rapport.pdf>

Sammenfatning her: <https://rgo.dk/wp-content/uploads/Fra-Foder-til-Foede-II-sammenfatning.pdf>

¹⁷

https://pure.au.dk/ws/portalfiles/portal/219295609/Climate_roadmap_white_paper_06.07.2021_final_version.pdf, s. 85

Dyrkning, forarbejdningens første faser og afsætning

Dyrkning: Det meste planteforædling er udelukkende målrettet konventionel foderproduktion, så der er behov for at udvikle bl.a. bælgædssorter, så de egner sig til både humant konsum og til økologisk dyrkning. Planteråvarer af særlig interesse for den plantebaserede omstilling, og som kan dyrkes i Danmark, er forskellige sorter af bælgfrugter, havre, hvede, boghvede, quinoa, nødder, frø m.fl.

Forarbejdningens første faser: Der er behov for investeringer i maskineri til forarbejdning af bl.a. bælgfrugter. Det gælder også forarbejdningsprocesser, f.eks. vindsigtning, så råvarerne kan bruges i innovative slutprodukter. Det kan være sammenslutninger af landmænd, eller satsninger fra større selskaber, f.eks. grovvareselskaberne.

Input fra workshoppen vedr. afsætning fra primærproducenten

- Der skal laves aftaler, som kan hjælpe med at få plantebaserede og økologiske råvarer til humant konsum ind på markedet: Afsætningssikkerhed og prissætning.
- Der er behov for projekter og initiativer, der har fokus på forsyningssikkerhed af økologiske råvarer til plantebaserede produkter.
- Det skal være nemmere for landmanden at finde aftagere, f.eks. i tæt samarbejde med fødevarerindustrien og grossister. Det kan være en større indsats på området fra grovvareselskabernes side.

Barrierer i værdikæden er belyst i kapitel 6 i rapporten 'Strategisk analyse af plantebranchens virksomheder, udviklingsveje og udviklingsbehov' (2022)¹⁸.

18

[https://vbn.aau.dk/ws/portalfiles/portal/490492520/Strategisk analyse af plantebranchens virksomheder final .pdf](https://vbn.aau.dk/ws/portalfiles/portal/490492520/Strategisk_analyse_af_plantebranchens_virksomheder_final_.pdf), særligt kapitel 6.