



Markedsdata for den plantebaserede fødevarerektor i Danmark 2022
- med særligt fokus på økologiens betydning

Delrapport 4 - Investeringer, foodservice og arbejdspladser



Markedsdata for den plantebaserede fødevareresektor i Danmark 2022
- med særligt fokus på økologiens betydning
Delrapport 4 - Investeringer, foodservice og arbejdspladser

1. Udgave

København

Plantebaseret Videnscenter og Plantebranchen, 2022

Forfattere

Daniel Barrera Madsen, Plantebaseret Videnscenter

Julie Bjerre Donatzsky-Hansen, Plantebranchen

Katrine Tschentscher Ejlerskov, Plantebaseret Videnscenter

Rune-Christoffer Dragsdahl, Dansk Vegetarisk Forening

Layout

Camilla Grasson

camillagrasson.dk

Alle rettigheder forbeholdes.

Kopiering fra dette dokument må kun finde sted efter aftale.

Støttet af Fonden for Økologisk Landbrug

Fonden for **økologisk landbrug**

Indhold

6. Investeringer i den plantebaserede fødevareresektor - nationalt og internationalt	4
6.1 Massive investeringer i plantebaseret væksteventyr	4
6.2 Plantebaserede investeringer præsenteret af danske nyhedsmedier	5
Case: Bælg	7
6.3 Stort investeringspotentiale i danske, plantebaserede virksomheder	12
6.4 Økologiens rolle i den plantebaserede udvikling	13
7. Foodservice: Undersøgelse af strategier for bæredygtighed, økologi og plantebaseret mad	15
7.1 Perspektivering af undersøgelsens resultater	18
8. Arbejdspladser i den plantebaserede fødevareresektor i Danmark	20
8.1 Udviklingen af arbejdspladser relateret til den plantebaserede fødevarerproduktion i Danmark	20
8.2 Værditilvækst i forarbejdningsleddet	22
8.3 Strategiske forretningsmuligheder for værditilvækst til plantebaserede råvarer	23
Bibliografi	24



6. Investeringer i den plantebaserede fødevarer sektor - nationalt og internationalt

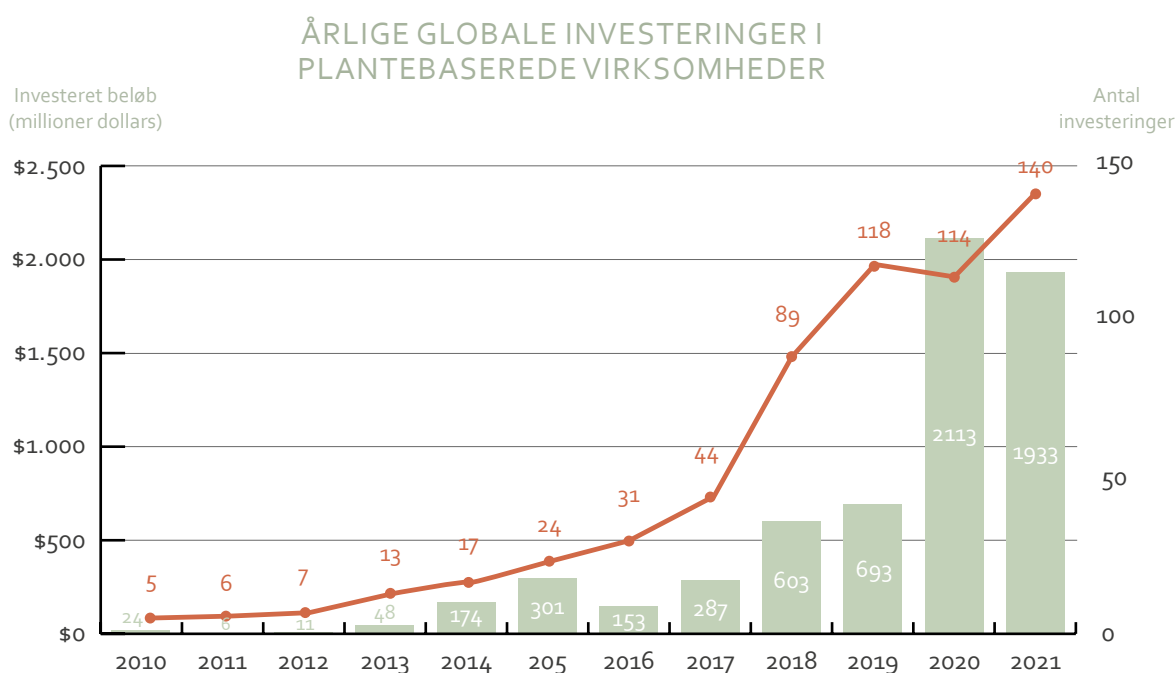
Dette kapitel dykker ned i investeringspotentialet for den økologiske, plantebaserede sektor. Flere investeringscases med større og mindre danske virksomheder fremhæves med henblik på at belyse, hvordan investeret kapital i plantebaserede virksomheder har udviklet sig gennem de seneste år og hvilken rolle, som økologien har spillet.

6.1 Massive investeringer i plantebaseret væksteventyr

Der investeres massivt i satsninger på plantebaserede fødevarer, i Danmark såvel som globalt. De globale investeringer i alternative proteiner er steget med 60 % fra 3,1 mia. USD i 2020 til 5,0 mia. USD i 2021 ifølge analyseinstituttet Good Food Institute (Good Food Institute, 2022). I 2021 blev 1,9 mia. USD (38% af det samlede beløb) investeret i kategorien plantebaseret kød, skaldyr, æg og mejeri, mens 1,7 mia. USD

(34 % af det samlede beløb) blev investeret i kategorien fermentering og 1,4 mia. USD (28 % af det samlede beløb) i kategorien kultiveret kød.

Kategorien plantebaseret kød, skaldyr, æg og mejeri har i perioden 1980 til 2021 rejst investeringer for 6,36 mia. USD. Med 1,9 mia. USD rejst alene i 2021, repræsenterer investeret kapital for 2021 altså 30 % af alle investeringer siden 1980 (Good Food Institute, 2022). Disse tal viser, at plantebaserede fødevarer, som tidligere har været anset som et nichemarked, nu bevæger sig mod et mere mainstreammarked. Investeringer i den plantebaserede fødevarer sektor er vurderet til at være en af de bedste investeringer, man kan lave, for at reducere CO₂ udledningerne, hvilket er attraktivt for investorerne (Boston Consulting Group and Blue Horizon Corporation, 2022). Figur 6.0 viser udviklingen i investeringer i plantebaseret kød, skaldyr, æg og mejeri fra 2010 til 2021.



Figur 6.0: Figuren viser de globale investeringer, herunder investeret kapital samt antal investeringer, i plantebaserede virksomheder (plantebaseret kød, skaldyr, æg og mejeri) fra 2010 til 2021. Grafen medtager ikke investeringer i kategorien fermentering og kultiveret kød. Egen illustration på baggrund af GFIs analyse af data fra PitchBook Data, Inc.

Den samme tendens kommer til udtryk i Danmark, hvor der de seneste år er blevet investeret i både mindre og større danske virksomheder samt udenlandske virksomheder, der etablerer sig i Danmark. Sådanne investeringer tillader, at Danmark kan dyrke, forarbejde, sælge og eksportere flere planter direkte til forbrugere i hele verden. I dette kapitel gennemgår vi et udpluk af relevante investeringer, som underbygger tendensen og viser, at Danmark i højere grad end før satser på at udvikle det plantebaserede fødevarerhverv. Det fremhæves ligeledes hvilken rolle, som økologien spiller i Danmarks satsning.

6.2 Plantebaserede investeringer præsenteret af danske nyhedsmedier

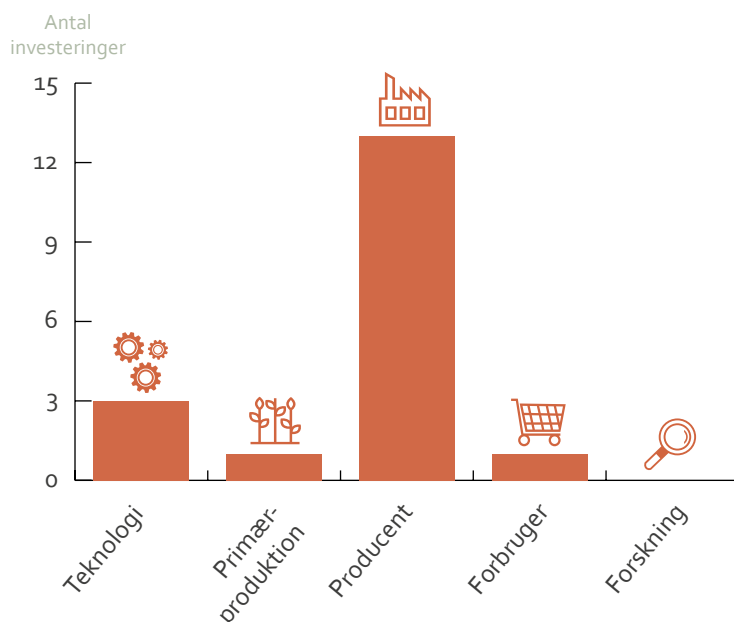
Vi har foretaget en systematisk litteratursøgning af alle danske nyhedsmedier med henblik på at få kendskab til bredden af større investeringer i danske, plantebaserede virksomheder. Større investeringer defineres i denne sam-

menhæng som investeringer på minimum en million DKK. Alle artikler skrevet på dansk og udgivet fra 1. januar 2017 til 29. juli 2022 med fokus på investeringer i den plantebaserede industri blev inkluderet. Søgeord blev kombineret på følgende måde:

Plantebasere AND Investering* AND Danmark AND Mio.*

Søgningen gav 271 resultater. 249 artikler blev sorteret fra på baggrund af overskrift og abstract - eller hvis flere artikler beskrev den samme investering. Efter nærlæsning af de resterende 22 artikler blev yderligere fem artikler sorteret fra. Tilbage er 17 artikler, som præsenterer en række større investeringer i eller opkøb af danske, plantebaserede virksomheder. Figur 6.1 viser, hvordan de 17 investeringer fordeler sig på tværs af værdikæden. I kontrast til de 271 indledende resultater giver den samme søgning for perioden 2012 til 2017 til sammenligning otte resultater, hvilket bekræfter, at vi i Danmark følger den globale tendens, som viser en markant stigning i investeringer de seneste år.

INVESTERINGER I DEN PLANTEBASEREDE SEKTOR PÅ TVÆRS AF VÆRDIKÆDEN



Figur 6.1: Investeringer i den plantebaserede sektor på tværs af værdikæden. Bemærk at grafen er baseret på en mediescreening fra perioden 01.01.2017 - 29.07.2022, og at grafen derfor ikke favner alle investeringer, som er blevet foretaget i perioden.

Da mediescreeningen er begrænset til at vise investeringer, som med de udvalgte søgeord er blevet omtalt i de danske medier, og heraf kun fremhæver større investeringer af minimum en million DKK, er det vigtigt at nævne, at der i samme periode er uddelt langt flere investeringer til blandt andet forskning, som ikke er medtaget i figur 6.1. Mange start-ups har ligeledes modtaget flere mindre investeringer fra offentlige og private fonde, som netop satser

på grønne iværksættere som en bærende del af fødevarerens omstilling. Konfekturvirksomheden Bælg, som siden 2019 har produceret økologisk kikærtekonfekt på Fyn, er eksempel på en mindre virksomhed, der har oplevet, hvordan investeringer fra erhvervsfonde ikke kun giver et økonomisk rygstød - men ligeledes er helt centrale for udviklingen af virksomhedens kompetencer og gode partnerskaber.



Case: Bælg

Tekst af Julie Donatzky-Hansen

Citater af Mikkel Præst, Forretningsudvikler og Investor, Bælg

Økologisk og plantebaseret konfektur på danske 2. sorteringskikærter

I en tidligere slagteriforretning i Ørbæk på Fyn producerer Martin, Benjamin og Mikkel konfekt på en base af danske, økologiske kikærter og overtrukket med mørk chokolade. Kikærterne er 2. sorteringsråvarer fra Kragerup Gods ved Ruds Vedby på Vestsjælland - en kort køretur fra Bælgs produktion på Østfyn.

"Vi bruger 2. sorteringskikærter fra Kragerup Gods, der ellers ville ende som grisefoder. Det er helt centralt for Bælgs fortælling, at vi bruger råvarer fra lokale producenter"

Modsat en tidligere overbevisning kan det nemlig lade sig gøre at dyrke den eksotiske afgrøde i det danske klima, og Kragerup Gods har sat et ambitiøst mål om et årligt udbytte på 30 tons. Bælg aftager flere tons kikærter om året til deres konfekturproduktion, men kikærten er ikke den eneste bælgfrugt, som Bælg kigger til. Andre gode, danske afgrøder vil også komme i spil, når virksomheden over de kommende år udruller deres ekspansionsplaner.

"Hos Bælg er der mange spændende ting i sigte! Vi udforsker forskellige typer af bælgfrugter i produktionen, og så kommer vi snart ud med en soft-ice på aquafaba, som vi har udviklet i tæt samarbejde med en landsdækkende isproducent"

Høj kvalitet, økologi og gennemskuelige råvarer resulterer i Årets Innovationspris

Rig på protein og dyrket lokalt, CO₂-neutralt og økologisk er salgsparametre, som ræsonnerer med nutidens forbruger. Derfor har Bælg ramt et hul i markedet med deres økologiske konfekt, som er gluten- og laktosefri, rig på protein, lav på sukker og helt uden animalske ingredienser; en snack af høj kvalitet og med gennemskuelige råvarer.

"At have det røde Ø-mærke på vores produkter er en selvfølge for os. Processen med at få hapserne økologicertificerede lærte os samtidig rigtig meget om vores råvarer, så alt i alt har det været en meget vigtig del af virksomhedens udvikling"

Måske derfor løb én af deres fire varianter - den med appelsin - afsted med sejren, da den prestigefyldte konkurrence Sol Over Gudhjem løb af stablen i juni 2022. Her blev årets Innovationspris tildelt Bælg. På Organic Plant-based Expo i november 2022 modtog Bælg ligeledes publikumsprisen for Årets Økologiske Plantebaserede Start-up. Begge priser bekræfter netop drengene i, at de med deres produkter har fat i den lange ende.

"Om 3 år er vi 25 ansatte og omsætter for 30-40 millioner"



Foto: Freya Helmersen



Foto: Freya Helmersen




Foto: Freya Helmersen



Stort potentiale til både erhverv og privat

Hvad der startede i 2019 med to barndomsvenner, som var på jagt efter en ærlig snack af høj kvalitet, er nu blevet til en ambition om 25 ansatte og en omsætning på 30-40 millioner i 2025. Holdet bag Bælg har overbevist forhandlere og grossister om, at produktet har potentiale. Til private forhandles Bælgs produkter i alle Helsams forretninger, i Magasins Mad&Vin samt en række specialforretninger i hele landet, og der er flere planlagte salgskanaler i vente, som skal bringe produkterne direkte til slutbrugeren. På nuværende tidspunkt er de hos Bælg særligt stolte af deres display i Mad&Vin, som viser, at også Danmarks ældste stormagasin har indset værdien i at satse på den plantebaserede udvikling. Blandt andet AB Catering, Pantrii og Inco forhandler produkterne til erhverv. Som del af deres strategi har Bælg stort fokus på foodservice, da det særligt er her, de ser et stort potentiale for deres produkter.

"Vi fokuserer på, at det er foodservice, som skal trække læsset. Vi ser os selv som en helt naturlig del af foodservice, hvor det er fagfolk, som stiller krav til produkter"

"Bælg har helt sikkert en fremtid på de udenlandske markeder såsom Tyskland. Men vi fokuserer på at etablere os i Danmark, inden vi for alvor tager springet ud over landets grænser"


Et væksteventyr drevet af investeringer

Siden opstarten i 2019 har Bælg modtaget investeringer fra SMV:Food Innovation, SMV:Vækstpilot, Future Food & Bioresource Innovation samt Fødevarerbranchens Kompetenceløft, som på kort tid har tilladt virksomheden at vokse til en så markant størrelse som i dag med flere ansatte og forhandlere i hele landet. Investeringerne har ikke kun givet virksomheden et økonomisk rygstød, men har medvirket til at opbygge gavnlige partnerskaber og stærkt netværk, som er uundværligt for en SMV i vækst.

"Vi kan ikke overleve uden netværk. Netværk er helt fundamentalt for Bælgs udvikling, så vi griber alle muligheder for at møde, dele erfaringer og samarbejde med andre interessenter"

Bælg er eksempel på, at virksomheder leverer, når fonde tør satse på nye, grønne ideer. Forbrugere, forhandlere og organisationer i både ind- og udland har øje på og anerkender Bælg, netop fordi produkterne er nytænkende, cirkulære og profitable.





På baggrund af mediescreeningen gennemgår vi nedenfor syv udvalgte investeringer fra 2018 til 2022, som underbygger investeringspotentialet i sektoren. Gennemgangen tager udgangspunkt i syv relevante artikler og fremhæver de vigtigste pointer herfra - eventuelt

suppleret med information fra de respektive virksomheders hjemmesider for at øge forståelsen. Listen er ikke udtømmende, men er et repræsentativt udsnit af investeringer foretaget over de seneste fem år.



Alfa Laval nærmer sig omsætning på seks milliarder i Danmark

Jern-Maskinindustrien 7. juli 2022

I 2022 investerer Alfa Laval stort i blandt andet fabriksflytning, som skal sikre optimeret produktion og mindre miljøaftryk. Et resultat er ligeledes ansættelsen af 70 nye medarbejdere i Kolding, som skal bidrage til at styrke Alfa Laval's test- og udviklingsfaciliteter i Danmark.

Alfa Laval i Kolding fremstiller pumper, ventiler og tankudstyr til fødevarerindustrien, og virksomheden står særlig stærkt inden for udviklingen af bæredygtighedsfremme teknologi. Det er tydeligt for virksomheden, at fødevarerindustrien bevæger sig mod en mere plantebaseret produktion, og at efterspørgslen på produkti-

onsudstyr til dette sortiment er større end førhen.

"Vi oplever også en stigende efterspørgsel på vores teknologier og procesudstyr, der kan indgå i produktionen af plantebaserede drikke og ikke mindst plantebaseret protein. Udviklingen er drevet af en øget efterspørgsel på plantebaserede drikke som hvede- (red. havre) og soyadrik som følge af dels pressede globale forsyningskæder på fødevarer samt en øget forbrugerbevidsthed om fødevarers miljøaftryk og sundhed", siger Per Lund Hansen, administrerende direktør i Alfa Laval Copenhagen (Eilers, 2022).



Pengeindsprøjtning til satsning på plante-fødevarer

Landbrugsavisen 31. juli 2021

Virksomheden Aurion satser stort på plantebaserede produkter, og Thise Mejeri, Planetary Impact Ventures samt flere af Aurions nuværende avlere har samlet investeret 5 mio. DKK, så Aurion hurtigere end forventet kan realisere deres strategi om at dyrke flere planter til føde. Efter investeringer i nyt produktionsudstyr kan Aurion årligt forarbejde og omdanne 300-500 tons linser, bønner og ærter til færdige produkter.

Den betydelige investor, Planetary Impact Ventures, som ellers hovedsageligt investerer i grønne start-ups, ser stort potentiale i at bidrage til udviklingen af en dansk virksomhed med et historisk fokus på høj kvalitet. Med nye løsninger er Aurion stærkt positioneret til at udvikle det danske landbrug og imødekomme forbrugernes voksende efterspørgsel på mere klimavenlige fødevarer.

"Vi forudser, at danskerne kommer til at spise langt mere danskproduceret plantebaseret kost i fremtiden, end de gør i dag. Men det kræver, at fødevarerne smager godt og har en høj næringsværdi. Med afsæt i Aurions lange historik og fokus på kvalitet er virksomheden perfekt positioneret til at løse den opgave", mener Thomas Høgenhaven, direktør i Planetary Impact Ventures (Birk, 2021).

Aurion har produceret brød og boller af danske, biodynamiske råvarer siden 1974 og forudser nu særligt stor vækst inden for bønner, linser og ærter. Aurion producerer 100 % kornprodukter og bælgfrugter, som er dyrket af Aurions ca. 40 økologiske og biodynamiske avlere.



I Hedensted skal brede hestebønner pulveriseres til fremtidens fødevarer

Børsen 8. juni 2021

Meelunie GPI A/S producerer proteiner og ingredienser til fødevarerindustrien. Med investeringen i opførsel af en ny fabrik i Hedensted sætter virksomheden på visionen om at blive en af de førende inden for hestebønneproteiner i Danmark og resten af verden.

Danmarks Grønne Investeringsfond og Ringkjøbing Landbobank står bag den samlede projektinvestering på 250 mio. DKK. Lars Laursen, direktør i Meelunie, påpeger, at der i investormiljøet har været rigtig god respons på projektet, netop fordi Meelunie arbejder med en teknologi, som bevæger fødevarerproduktionen i retning af en mere plantebaseret proteinudvinding og bidrager til at fremhæve Danmarks førerposition i udviklingen.

“Vi ser flere og flere projekter i fonden, der går i den retning. Jeg mener, at vi i Danmark har noget dna inden for produktion af fødevarer, som vi kan udnytte og på den måde tage en frontposition i udviklingen af de her teknologier og vise resten af verden, hvordan det kan gøres både kommercielt og klimamæssigt bæredygtigt”, siger Michael Zöllner, adm. direktør i Danmarks Grønne Investeringsfond (Raun, 2021).

Ambitionen er at opstarte produktionen i efteråret 2022. På sigt skal fabrikken udbygges til at rumme fire produktionslinjer, så Meelunie kan håndtere 100.000 tons hestebønner.



Tidligere McKinsey-konsulent udviklede plantebaseret opskriftsapp: Lander investering på 30 mio. kr.

Landbrugsavisen 31. juli 2021

Opskriftsappen PlantJammer, udviklet af danske Michael Haase, bygger på ambitionen om at få forbrugeren til at spise mere plantebaseret. Appen genererer plantebaserede opskrifter med særligt fokus på madspild og bæredygtighed med udgangspunkt i forbrugernes ønsker og de råvarer, der er tilgængelige i køleskabet. Med investeringen på 30 mio. skal PlantJammer videreudvikle og opskalere teknologien samt udbrede deres markedsføringsindsatser og dermed nå ud til endnu flere brugere.

Netop PlantJammers unikke teknologiske tilgang har fået Miele Venture Capital, Dr. Oetker og Vækstfonden til at investere i virksomheden. Alle tre finansieringsfonde fremhæver teknologisk udvikling - og kunstig intelligens - som et kerneelement af særlig betydning for den grønne omstilling af fødevarerindustrien.

“I Vækstfonden vil vi gerne investere i virksomheder, der har et særligt bæredygtigt fokus og gør en forskel for klima og grøn omstilling. Det gør Plant Jammer, og det er en mission, vi tror på, og som kommer til at fylde endnu mere i fremtiden, og det er også baggrunden for, at vi har investeret i virksomheden,” siger Eric-Alan Rapp, der er partner i Vækstfondens afdeling for direkte investeringer (Bendtsen, 2020).

Det er anden gang, at Miele Venture Capital og Dr. Oetker investerer i virksomheden, da begge finansieringsfonde ser stort forretningspotentiale i PlantJammer. PlantJammer har vundet flere priser for deres teknologi og ide, herunder IBM Watson AI Prize i 2018, Creative Business Cup 2018, Årets Grønne Iværksætter ved Veggie World 2019, Foodtech2050 i 2020, Årets Coop Bloomer i Sverige 2020, Aldi - Techfounders i 2020 og Barilla - Good Food Makers i 2020.



Plantedriksproducent vil smide 100 millioner efter dansk fabrik

FødevareWatch 25. maj 2020

Plantedriksproducenten DRYK, der siden opstarten i 2019 har fået produceret deres sortiment i Sverige, skal med opførelsen af egen fabrik på Stevns rykke produktionen fra Sverige til Danmark. Virksomheden investerer 100 mio. DKK i fabrikken, som har en planlagt størrelseskapacitet på 40.000-50.000 millioner liter plantedrik årligt. Fabrikken forventes opført i løbet af 2022, og indtil da vil produkterne fortsat blive produceret af Trensoms Food i Sverige. Succes med eksport til udlandet har ligeledes givet et skub i omsætningen, og Christian Christensen, direktør i DRYK, forventer en øget omsætning i de kommende år.

"Vi har kun været på det danske marked i få måneder, og salget er fordoblet måned for måned.

Lige nu har vi rundet en omsætning på en kvart million om måneden, så vi er stadig en meget lille fisk i det store hav, men det går fremad," siger Christian Christensen, direktør i DRYK (Buch, 2020).

I produktionen af deres plantedrikke benytter DRYK fortrinsvist økologisk havre og ærter, som har et naturligt indhold af blandt andet calcium, D-vitamin og B12-vitamin. Næringsstofferne tilsættes samtidig til produkterne for altid at sikre en ensartet sammensætning af næringsstoffer i hver enkelt batch. Med denne tilsætning af næringsstoffer har DRYK ikke mulighed for at opnå økologisk certificering af deres produkter på trods af, at der benyttes økologiske ingredienser.



Morgenmadsproducent satser på global trend

Lolland-Falsters Folketidende 3. september 2019

I Nakskov investerer Nakskov Mill Foods A/S massivt i plantebaseret protein til køderstatning. Investeringen på 30 mio. går til nye produktionsanlæg, som kan øge virksomhedens produktionskapacitet til det tredobbelte.

Nakskov Mill er med deres snack- og morgenmadssortiment førende inden for ekstrudering. På deres eksisterende produktionslinjer producerer virksomheden allerede ekstruderet ærteprotein, men direktør Christian Bring fremhæver, at øget produktionskapacitet er nødvendig for at følge med den store efterspørgsel.

"Plantebaseret protein er en global trend, som vi ser store muligheder i. Trenden tager ud-

gangspunkt i både klima-dagsordenen og sundheds-dagsordenen, som optager mange forbrugere i disse år", siger direktør Christian Bring (Bøgh, 2019).

Investeringen tillader Nakskov Mill at rekruttere marginalt flere medarbejdere og øge produktionskapaciteten målt pr. medarbejder. Virksomheden forventer vækst i basisforretningen, produktion af morgenmadsprodukter, men med investeringen særligt vækst inden for satsningen på ekstruderet plantebaseret protein til nye køderstatningsprodukter.



Investorer putter 78 mio. kr. i vegansk convenience

Food Supply 23. august 2018

Simple Feast leverer økologiske og plantebaserede måltidsløsninger til døren i bionedbrydelig emballage. Efter at have lukket en Serie A-investeringsrunde sikrer virksomheden sig 78 mio. DKK fra venturekapitalvirksomheden Balderton Capital fra London og 14W fra New York. Sweet Capital fra Stockholm og ByFounders fra København findes ligeledes blandt eksisterende investorer.

"Hvad vi spiser, påvirker ikke kun vores egen sundhed, men også planetens. Med en global transition mod plantebaseret mad er vi overbevist om, at Simple Feast er i en unik position til

at ændre den måde vi spiser på og skabe større opmærksomhed om konsekvenserne af vores fødevarevalg", siger Daniel Waterhouse, partner i Balderton, om investeringen (Gade, 2018).

Investeringen skal gå til udviklingen af virksomheden, så Simple Feast kan tilbyde endnu flere forbrugere sunde og klimavenlige måltider. I efteråret 2022 blev Simple Feast erklæret konkurs. Virksomheden havde på det tidspunkt 150 ansatte og havde gennem de foregående otte år leveret omtrent 5,5 millioner plantebaserede, økologiske måltider i Danmark, Sverige og Californien.

6.3 Stort investeringspotentiale i danske, plantebaserede virksomheder

Gennemgangen af investeringer, som er blevet omtalt i danske nyhedsmedier fra 2018 til 2022, viser kun et udsnit af de samlede investeringer foretaget i den plantebaserede sektor i perioden. Mange investeringsfonde såsom GUDP, Vækstfonden samt andre private fonde ser stort potentiale i sektoren og investerer både større og mindre beløb i projekter, som har til formål at styrke og udvikle det plantebaserede felt.

Særligt forskningsfeltet har i de seneste år modtaget flere investeringer. Som eksempel modtog CellFood-projektet i 2022 15 millioner fra Aarhus Universitets Forskningsfond. Projektet løber i perioden 2022-2027 og skal undersøge mulighederne indenfor produktion af cellulære fødevarer, herunder kultiverede kød- og mejeriprodukter samt præcisionsfermentering.

Projektet har ligeledes modtaget supplerende finansiering fra andre private og offentlige fonde (Strandsby, 2022).

Med samarbejdsplatformen Plant2Food har Novo Nordisk Fonden over de kommende fem år investeret 200 millioner i udviklingen af plantebaserede fødevarer. Investeringen fokuserer på tidlig forskning, hvor forskere skal samarbejde med virksomheder om at løse komplekse problemstillinger. For at styrke branchens ståsted deles alle resultater åbent, og der udtages ikke patenter (Novo Nordisk Fonden, 2022).

6.4 Økologiens rolle i den plantebaserede udvikling

Med de fremhævede cases bliver det tydeligt, at økologien spiller en rolle i udviklingen af det plantebaserede marked. Økologi er omdrejningspunktet for både Bælg, Aurion og Simple Feast, som har modtaget massive investeringer i perioden. DRYK er ligeledes eksempel på en virksomhed, som jævnfør økologiforordningen ikke kan opnå økologisk certificering, men som i bred udstrækning arbejder med økologiske råvarer. I de seneste år er der blevet foretaget flere markante investeringer i plantebaserede virksomheder, som bygger på økologiske principper. Af relevante eksempler kan i tillæg fremhæves Danish Agros investering i Organic Plant Protein i 2022, Kale Uniteds investering i Planteslagterne i 2021 og Lidl's investering i Naturlif Foods i 2021, som kort gennemgås herunder.

Organic Plant Protein, som producerer økologiske, plantebaserede produkter, fik ny storinvestor, da Danish Agro i foråret 2022 købte 28 % af aktierne i virksomheden. Danish Agro har et særligt strategisk fokus på plantebaserede fødevarer og økologi og ønsker med investeringen at engagere sig yderligere i den plantebaserede sektor. Med en produktionskapacitet på 5.000 tons om året er Organic Plant Protein stærkt positioneret til at bidrage til den vækst, som markedet oplever verden over. En overvægt af virksomhedens salg går på nuværende tidspunkt til eksport, og investeringen fra Danish Agro skal blandt andet bidrage til at udvikle hjemmemarkedet (Mørch & Kristensen, 2022).

Svenske Kale United investerede i efteråret 2021 750.000 DKK i Planteslagterne, som udvikler grøntsagsbaserede alternativer til kød. Kale United investerer udelukkende i plantebaserede brands og specialiserer sig i at hjælpe disse ud over rampen. Planteslagternes fokus på rene råvarer og minimal forarbejdning fik Kale United til at vælge denne virksomhed som deres første investering i Danmark. Investeringen skal understøtte virksomhedens indtog på det engelsk og svenske marked (Rudbeck, 2021).

I 2021 indgik den danske fødevarereproducent Naturlif Foods en aftale med discountkæden Lidl til et trecifret millionbeløb. Naturlif Foods skal producere plantedrikke, som skal afsættes under Lidl's egne mærker. Lidl har en strategi om at øge andelen af danske produkter i kædens danske butikker. De danske produkter sendes videre til butikker i andre lande i Europa, og med mere end 11.000 butikker i over 30 lande markerer aftalen et internationalt gennembrud for Naturlif Foods (Olesen, 2021).

Eksemplerne viser, at Danmark følger den globale, plantebaserede trend, og at danske virksomheder følger med, når det drejer sig om at udvikle forretningsideer, som er med til at accelerere den grønne omstilling. Samtidig bekræfter eksemplerne, at økologien spiller en væsentlig rolle i udviklingen, og at de økologiske principper i høj grad ræsonnerer med den plantebaserede bevægelse.





7. Foodservice: Undersøgelse af strategier for bæredygtighed, økologi og plantebaseret mad

I dette kapitel præsenterer vi en undersøgelse foretaget blandt 25 danske foodservicevirksomheder, der afdækker forekomsten af bæredygtighedsstrategier blandt disse. De 25 adspurgte virksomheder repræsenterer et bredt udsnit af den danske foodservicesektor og favner både markante aktører som ISS, Coor og Compass Group samt mindre, lokale aktører som Godt og Grønt, Madministeriet og Madværk. På den måde giver undersøgelsen et nuanceret billede af det danske landskab.

Vi har med undersøgelsen søgt at kortlægge forekomsten af bæredygtighedsstrategier blandt danske foodservicevirksomheder med særligt fokus på virksomhedernes ambitioner for økologi og plantebaserede måltider. Det er første gang, at undersøgelsen bliver foretaget, og ambitionen er fremadrettet at følge udviklingen med et par års mellemrum. Modsat eksisterende foodserviceundersøgelser udforsker denne undersøgelse udelukkende virksomhedernes egne ambitioner om at tage del i omstillingen til et grønnere og mere økologisk madudbud. Argumentet for dette er bevidst at kortlægge køkkeneres indre motivation, da det i vid udstrækning er denne, der afgør deres engagement og succes med omstillingen. Køkkener som på eget initiativ har fastlagt og efterlever en bæredygtighedsstrategi, er særligt interessante at fremhæve.

En bæredygtighedsstrategi er i denne undersøgelse bredt defineret og kan både dække en bæredygtighedsrapport med målbare KPI'er, et manifest, et værdigrundlag, en visionsrapport, guidelines eller lignende. Det har i denne undersøgelse været op til den adspurgte virksomhed at definere, hvad der forstås ved en bæredygtighedsstrategi. Når undersøgelsen på sigt udbygges, vil begrebet bæredygtighedsstrategi ligeledes blive mere konkret defineret. En bæredygtighedsstrategi favner generelt bredere end et fokus på økologi og grønne råvarer, og undersøgelsen skal på sigt udbygges til at involvere flere relevante aspekter.

25 foodservicevirksomheder blev inviteret til at deltage i undersøgelsen, hvoraf syv virksomheder valgte at besvare undersøgelsen. Resultaterne fremgår af figur 7.0. De inviterede virksomheder var kantine- eller cateringvirksomheder med aktiviteter i Danmark. Både SMV'er og store virksomheder blev inviteret til undersøgelsen for at sikre repræsentativ deltagelse. Enkelte af de inviterede virksomheder har ligeledes aktiviteter i udlandet.

Alle virksomheder, som ikke besvarede undersøgelsen, fik muligheden for at besvare spørgsmålene telefonisk, men mange meldte fra på grund af tidspres og andre prioriteter.

OVERSIGT OVER RESPONDENTERNES SVAR

Virksomhed	Har virksomheden en bæredygtighedsstrategi?	Har virksomheden sat mål for økologi?	Har virksomheden sat mål for reduktion af kødforbruget?	Har alle gæster mulighed for at vælge mindst én plantebaseret ret hver dag?
Cheval Blanc Kantiner	Ja	Ja	Ja	Ja
Compass Group Danmark	Ja	Ja	Ja	Ja
Food by Coor	Ja	Ja	Ja	Ja
NemBuffet (før Hansens Catering)	Ja	Ja	Ja	Ja
Jespers Torvekøkken	Ja	Ja	Nej	Ja
LOCA Gruppen	Ja	Ja	Ja	Ja
Meyers	Ja	Ja	Ja	Ja

Figur 7.0 Forekomsten af bæredygtighedsstrategier blandt danske foodservicevirksomheder: Oversigt over respondenternes svar

Figur 7.0 viser resultaterne for de virksomheder, der besvarede undersøgelsen. Med undtagelse af NemBuffet (før Hansens Catering) er alle respondenter større, etablerede virksomheder med landsdækkende aktiviteter. Alle syv respondenter svarer, at virksomheden har en bæredygtighedsstrategi, og at virksomheden derigennem viser, at de tager stilling til, hvordan deres aktiviteter påvirker bæredygtigheden af fødevarer systemet. Ifølge besvarelserne indeholder alle bæredygtighedsstrategier blandt de adspurgte virksomheder mål for økologi og reduktion af kødforbrug. Kun en enkelt virksomhed nævner, at de som del af deres strategi ikke har sat mål for reduktion af kødforbrug. Alle respondenter svarer, at spisende gæster har mulighed for at vælge mindst én plantebaseret ret hver dag. Det har været op til respondenterne at definere, hvad der forstås ved en plantebaseret ret, herunder om der refereres til en vegetarisk eller vegansk ret.

For de øvrige 18 virksomheder har vi indhentet svar via deres hjemmesider. Resultaterne fremgår af figur 7.1. Der tages udgangspunkt i de samme spørgsmål, som undersøgelsen omfattede. Spørgsmålet om, hvorvidt alle gæster har mulighed for at vælge mindst én plantebaseret ret hver dag, fremgår ikke af figur 7.1, da dette ikke er muligt at aflæse ud fra en hjemmeside. For alle spørgsmål er svaret er noteret som "ja" i tabellen, hvis det fremgår tydeligt af virksomhedens hjemmeside, at de arbejder aktivt med en bæredygtighedsstrategi, har sat mål for økologi eller har sat mål for reduktion af kødforbrug. Hvis en virksomhed ikke tydeligt har kommunikeret en bæredygtighedsstrategi, et mål for økologi eller et mål for reduktion af kødforbrug via deres hjemmeside, er svaret noteret som "nej" i tabellen.

OVERSIGT OVER RESULTATERNE FRA RESPONDENTERS HJEMMESIDER

Virksomhed	Har virksomheden en bæredygtighedsstrategi?	Har virksomheden sat mål for økologi?	Har virksomheden sat mål for reduktion af kødforbruget?
.506	Ja	Ja	Ja
Kokkenes Køkken	Ja	Ja	Ja
Europa Kantiner	Nej	Ja	Ja
Godt og Grønt	Nej	Ja	Ja
Social Cantina	Nej	Ja	Ja
ISS	Ja	Nej	Ja
Cocina	Nej	Ja	Nej
Kirsch og Co.	Nej	Ja	Nej
Madværk	Nej	Nej	Ja
VEATERY	Nej	Nej	Ja
Simply Cooking	Ja	Nej	Nej
Gastro Kantiner	Nej	Nej	Nej
Global Gastro	Nej	Nej	Nej
Gastro By Bøgh	Nej	Nej	Nej
Madministeriet	Nej	Nej	Nej
Nordgrønt	Nej	Nej	Nej
City Catering	Nej	Nej	Nej
Nordic Catering	Nej	Nej	Nej

Figur 7.1. Forekomsten af bæredygtighedsstrategier blandt danske foodservicevirksomheder: Oversigt over resultaterne fra respondenteres hjemmesider.

Virksomheder, som ifølge figur 7.1 ikke synes at arbejde aktivt med en bæredygtighedsstrategi, er primært mindre virksomheder med aktiviteter i afgrænsede dele af landet. Det er muligt, at virksomhederne integrerer forskellige aspekter af bæredygtighed i deres arbejde i praksis, uden at det samles i en bæredygtighedsstrategi.

Læseren skal således være opmærksom på, at resultaterne ikke nødvendigvis er retvisende, da en virksomhed godt kan arbejde med en bæredygtighedsstrategi, uden at det fremgår af hjemmesiden.

EKSEMPLER PÅ AT VIRKSOMHEDEN HAR SAT MÅL FOR ØKOLOGI ELLER REDUKTION AF KØDFORBRUG:

"KIRSCH & CO garanterer at efterleve alle krav til det økologiske spisemærke bronze"

(Kirsch & co, 30.09.22)

"Vi arbejder med økologiske råvarer og vil snarest muligt kunne præsentere det økologiske spisemærke bronze" *(Godt og Grønt, 30.09.22)*

"Vi er min. 90 % økologiske og laver mad fra bunden"

(Social Cantina, 30.09.22)

"I vores hverdag er der mange retter med grøntsager i fokus (...). De gange på en uge vi serverer kød, bruger vi den absolut bedste kvalitet"

(Social Cantina, 30.09.22)

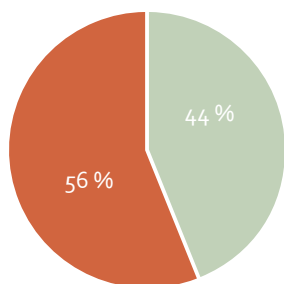
"Vi garanterer minimum 30 % økologi i vores køkken, tilbereder alt fra bunden og bruger friske råvarer, gerne fra den danske køkkenhave og lokale producenter"

(Kokkenes Køkken, 30.09.22)

Figur 7.2, 7.3 og 7.4 præsenterer forekomsten af bæredygtighedsstrategier samt mål for økologi og reduktion af kødforbrug for alle 25 foodservicevirksomheder. Figurene samler resultaterne fra de syv virksomheder, som selv har opgivet svar på spørgsmålene, og fra de 18 virksomheder, hvor vi selv har aflæst svar fra

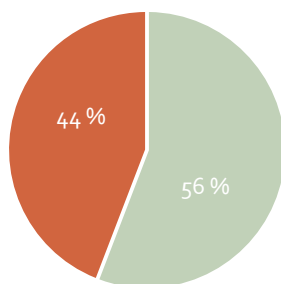
virksomhedernes hjemmesider. En undervægt af de adspurgte virksomheder har på nuværende tidspunkt formuleret en bæredygtighedsstrategi (44 %). Omvendt har en overvægt af de adspurgte virksomheder sat mål for økologi (56 %) og sat mål for reduktion af kødforbrug (56 %).

HAR VIRKSOMHEDEN EN BÆREDYGTIGHEDSSTRATEGI?



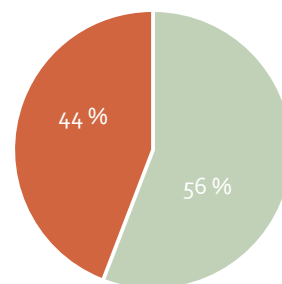
Figur 7.2

HAR VIRKSOMHEDEN SAT MÅL FOR ØKOLOGI?



Figur 7.3

HAR VIRKSOMHEDEN SAT MÅL FOR REDUKTION AF KØDFORBRUG?



Figur 7.4

■ Ja ■ Nej

7.1 Perspektivering af undersøgelsens resultater

Resultaterne fra undersøgelsen peger på, at flere køkkener tager ansvar for omlægningen på trods af, at det fortsat er et mindretal, som arbejder aktivt med en bæredygtighedsstrategi. Det er relevant, at flere virksomheder sætter bæredygtighed højt på agendaen, da en bæredygtighedsstrategi med klare ambitioner kan målrette virksomhedens aktiviteter og initiativer, så alle indsatser bidrager til at sikre virksomheden målbare bæredygtighedsgevinster. Tidligere rapporter peger ligeledes på, at bæredygtighed for alvor er kommet på de professionelle køkkeners dagsorden, og at de professionelle køkkener, herunder både offentlige og private, spiller en vigtig rolle i at udbrede det sunde og klimavenlige valg blandt borgerne (Bossen, Kaad-Hansen, & Kallmeyer, 2022) og (Pedersen, Røjel, Løbner, & Kidmose, 2021).

Pedersen et al. (2021) har i 2021 spurgt 184 madprofessionelle fra både den private og offentlige sektor om forekomsten af strategier for sund og klimavenlig mad i deres køkkener. 45 % af respondenterne svarede "ja" til, at de i deres køkken har formuleret en strategi, som understøtter køkkenets omlægning til sundere og mere klimavenlig mad. 47 % af respondenterne svarede "nej", mens 8 % af respondenterne svarede "ved ikke". Det er rimeligt at antage, at de 8 %, som svarede "ved ikke", ikke har en bæredygtighedsstrategi eller at en eventuel bære-

dygtighedsstrategi er så vagt forankret i køkkenet, at den ikke har indflydelse på køkkenets daglige arbejdsgang. Resultaterne præsenteret af Pedersen et. al (2021) er i overensstemmelse med resultaterne præsenteret i dette kapitel, der viser, at 44 % af virksomhederne har formuleret en bæredygtighedsstrategi. Det tegner et mønster af, at omtrent halvdelen af de professionelle køkkener opererer med en bæredygtighedsstrategi i et forsøg på at udbrede en grønnere og mere økologisk kost til deres spisende gæster. Mens resultatet peger på, at omlægningen er en prioritering hos mange køkkener, er der fortsat plads til forbedring.

Undersøgelsen præsenteret i dette kapitel har udelukkende fokuseret på de private aktører i den danske foodservicesektor. På sigt skal undersøgelsen udbygges til ligeledes at omfatte de offentlige aktører, da det langt hen af vejen er de offentlige køkkener, som skal lede omlægningen til grønnere og mere økologisk mad i de professionelle køkkener. De offentlige køkkener opererer med en anseelig volumen og er derfor stærkt positioneret til at facilitere en markant ændring, når først de sætter mål for økologi eller reduktion af kødforbrug.





8. Arbejdspladser i den plantebaserede fødevarerektor i Danmark

Udviklingen i antallet af arbejdspladser i Danmark inden for den plantebaserede fødevarerektor er svær at estimere. Der er mange ukendte faktorer, der spiller ind. I dette afsnit undersøger vi nogle af disse faktorer og ser på, hvad fremtidsudsigterne siger.

Fødevarereklyngen beskæftiger 188.000 personer i Danmark (2020), hvoraf ca. 75.000 er beskæftigede i afledte støtteerhverv såsom håndværkere og chauffører. 62.000 personer er ansat direkte i primærproduktionen, mens 64.000 personer arbejder i jobs, der er relateret til aktiviteterne i landbruget og de tæt knyttede forarbejdningserhverv såsom; mejerier, slagterier samt stivelse- og sukkerfabrikker (Landbrug & Fødevarer, 2021). Statistikkerne viser dog ikke hvor mange af disse, der arbejder med planteproduktion til humant konsum, planteproduktion til foder eller animalsk produktion.

Hvad er fødevarereklyngen?

Fødevarereklyngen består af primærlandbruget, fiskeri, de tæt knyttede forarbejdningsindustrier (slagterier, mejerier samt sukkerogstivelsesfremstilling), produktion af øvrige føde- og drikkevarer, agroindustrien samt en række biobaserede produkter. (Landbrug & Fødevarer, 2022)

Et estimat fra SEGES og de danske universiteter peger på, at Danmark kan opnå en andel på 1 til 3 procent af det globale marked for plantebaserede fødevarer. Det vurderes at ville kunne skabe 9.000 til 27.000 arbejdspladser i Danmark (Henriksen, 2021). Dette tapper ind i, at der er et behov for, at Danmark skaber nye arbejdspladser i landbruget, da flere og flere arbejdspladser i det danske animalske landbrug forsvinder. Dette gælder blandt andet producenter der opdrætter svin, da Kina ikke længere aftager særlig meget kød fra svin, fordi de bli-

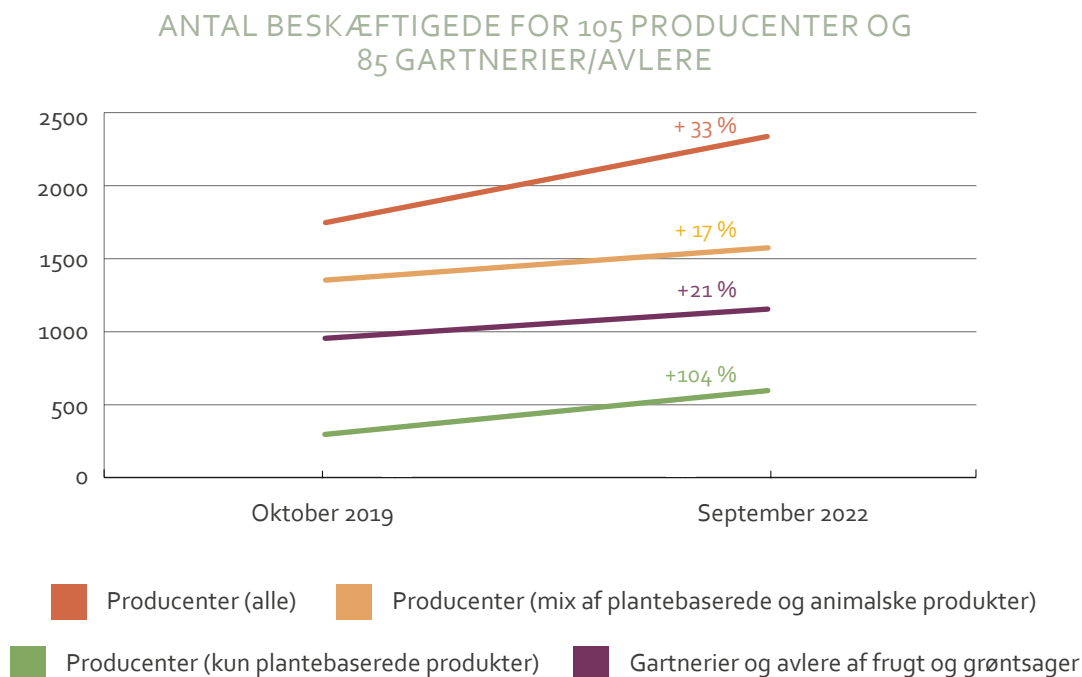
ver selvforsynende (Attrup, 2022). Slagterierhvervet i Danmark er også under trussel, hvor Danish Crown bl.a. fyrede 300 slagteriansatte i efteråret 2022 (Gilse, 2022), mens Fødevarerforbundet NNF kritiserede Danish Crown for at sende danske smågrise til Tyskland for opfodning og slagtning i stedet for at gøre det i Danmark (Gilse, 2022).

8.1 Udviklingen af arbejdspladser relateret til den plantebaserede fødevarereproduktion i Danmark

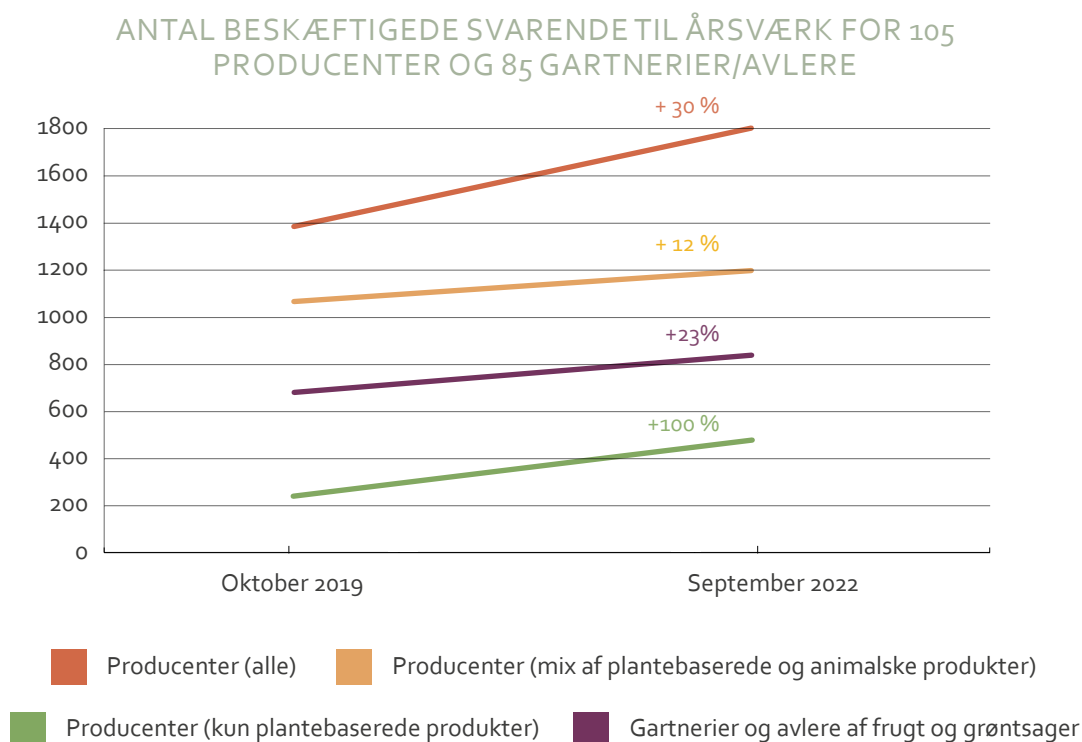
Vi har undersøgt antallet af arbejdspladser og fuldtidsbeskæftigede for 105 producenter, der udelukkende eller delvist arbejder med plantebaserede fødevarer. Vi har også undersøgt dette for 85 avlere og gartnerier, der producerer grøntsager, rodfrugter, krydderier, frugter eller bær. Resultaterne er derfor kun et udsnit af hele erhvervet i Danmark, men det dækker alligevel bredt blandt de plantebaserede producenter og avlere i Danmark, så det giver en god indikation om, i hvilken retning disse dele af erhvervet bevæger sig. Vi har målt på antallet af ansatte og fuldtidsbeskæftigede i oktober 2019 og i september 2022. Data er indhentet fra datacvr.virk.dk, men ikke fra de samme måneder i de respektive år, grundet tilgængeligheden af den specifikke data først startede fra oktober 2019, samtidig med at oktober 2022 ikke var offentliggjort på det tidspunkt, hvor vores undersøgelse fandt sted. Selvom der er meget sæsonarbejde hos avlerne i sommermånederne, synes der ikke at være særlig stor forskel på september og oktober måned i 2020 og 2021 for de avlere, der kunne blive berørt af dette. Derfor vurderer vi, at forskellen i månederne ikke har en stor betydning. For de producenter der både har animalske og plantebaserede fødevarereprodukter, har vi lavet et kvalificeret estimat på, hvor meget virksomhedens veganske produkter udgør af den samlede solgte værdi og taget denne tilsvarende del af de beskæftigede i virksomheden.

I figur 8.0 kan man se udviklingen for antallet af beskæftigede med plantebaserede fødevarer og i figur 8.1 kan man se tilsvarende for antallet af årsværk. Der er sket en stigning på 33 % i antallet af beskæftigede med plantebaserede fødevarer hos producenterne. Den største stigning findes hos de producenter, der udelukken-

de producerer plantebaserede fødevarer, hvor vi ser en fordobling af beskæftigede i løbet af tre år. Antallet af beskæftigede på gartnerier og avlere af frugt og grøntsager er steget med 21 % på tre år. Vi ser de samme tendenser for antallet af årsværk for både producenter og avlere.



Figur 8.0. Kilde: Egen beregning pba. datacvr.virk.dk



Figur 8.1. Kilde: Egen beregning pba. datacvr.virk.dk

8.2 Værditilvækst i forarbejdningsleddet

En produktion af danske frugter og grøntsager til direkte salg i supermarkederne, vil næppe kunne drive udviklingen alene, selvom selve produktionen af grøntsager og proteinafgrøder til humant konsum kræver en større arbejdsstyrke end produktionen af foder. For at omstille landbruget fra animalsk til plantebaseret produktion, er der brug for en værditilvækst af de plantebaserede råvarer, ligesom der sker en værditilvækst hos f.eks. mejerier, hvor komælken bl.a. omdannes til ost og smør. Ved en forarbejdning af råvarerne sker der en værditilvækst, der er med til at give råvarerne en mer-værdi og øge beskæftigelsen.

Økologisk producerede råvarer giver en værditilvækst i sig selv pga. dyrkningsformen. Nogle gange kræver det f.eks. mere arbejdskraft at producere økologiske fødevarer såsom løg, gulerødder og fennikel, der skal luges manuelt for ukrudt, hvorimod det bliver sprøjtet væk i den konventionelle produktion. Figur 8.2 viser forarbejdningsleddets andel af indkomsten og beskæftigelsen. Her ses det, at værditilvæksten i forarbejdningsleddet for gartnerier, der hovedsageligt producerer plantebaserede fødevarer til humant konsum, er meget lav. Salgsafgrøder har en lidt højere værditilvækst i forarbejdningsleddet, men salgsafgrøder går hovedsageligt til foder. Der er en høj værditilvækst i forarbejdningsleddet for de animalske erhverv.

FORARBEJDNINGSLEDDETS ANDEL AF INDKOMSTEN OG BESKÆFTIGELSEN

Produktionstype	Forarbejdningsleddets andel af:	
	Indkomst	Beskæftigelse
Gartneri	4 %	3 %
Salgsafgrøder	7 %	10 %
Kvæg	23 %	30 %
Svin	23 %	39 %

Figur 8.3. Kilde: (Jacobsen, 2014)

8.3 Strategiske forretningsmuligheder for værditilvækst til plantebaserede råvarer

Vi har tidligere i rapporten fundet, at forbrugerne siger, at de foretrækker at skifte kødet ud med grøntsager, svampe og bælgfrugter frem for forarbejdede køderstatninger. Det giver derfor muligheden for at producere friske, frosne eller tørrede afgrøder, der har en lav eller ingen forarbejdningsgrad. Dette giver dog en lav værditilvækst. Madkulturens rapport for 2022 viser, at færre danskere har tid til at lave et måltid mad fra bunden hver dag (Madkulturen, 2022). Derfor er der brug for klargjort convenience, såsom salatblandinger, forskåret grøntsager, udblødte bælgfrugter eller marinerede og frosne grøntsagsblandinger, som giver mere værditilvækst.

I denne rapport har vi også fundet, at salget af forarbejdede plantebaserede produkter har en højere vækstrate end f.eks. bælgfrugter. Man kan derfor også satse på en mildere eller højere forarbejdning af proteinafgrøder til konsumprodukter, f.eks. granulater, plantedrikke, plantefars eller planteost. Dette vil give en højere værditilvækst, tæt på niveauet for kvæg og svin, som kan være med til at skabe flere arbejdspladser.

Vi har til sidst i rapporten også set store investeringer i teknologiske løsninger, hvorved man kan omdanne proteinrige afgrøder til ingredienser eller halvfabrikata og sælge videre til industriel anvendelse. Denne forretningsform vil også kunne skabe en høj værditilvækst.

Danmark har allerede nu plantebaserede virksomheder, der hver især arbejder med en af de tre forretningsformer. Der vil dog i fremtiden være brug for mange flere virksomheder og et mix af produkter er nødvendigt, når Danmark skal skabe nye arbejdspladser i landbruget og de relaterede og tætknyttede forarbejdningshverv. Omstillingen fra et animalsk landbrug til en mere plantebaseret fødevarerproduktion er allerede i gang, men der skal sættes turbo på, hvis antallet af nye plantebaserede arbejdspladser skal følge med antallet af nedlagte arbejdspladser i det animalske landbrug.



Bibliografi

Attrup, L. (25. april 2022). Slagteriernes guldgrube er kollapsed: Kinas import styrtdykker. Hentet fra Finans: finans.dk/erhverv/ECE13944630/slagteriernes-guldgrube-er-kollapset-kinas-import-styrtdykker

Bendtsen, A. S. (25. august 2020). Tidligere McKinsey-konsulent udviklede plante-baseret opskrifts-app: Lander investering på 30 mio kr. Hentet fra Børsen: borsen.dk/nyheder/proselvstaendig/30-mio-kr-til-plantebaseret-opskriftsapp1

Birk, U. (21. juli 2021). Pengeindsprøjtning til satsning på plante-fødevarer. Hentet fra Landbrugs Avisen: landbrugsavisen.dk/avis/pengeindsprøjtning-til-satsning-på-plant-fødevarer

Bossen, H., Kaad-Hansen, L., & Kallmeyer, V. (2022). Økologisk Markedsrapport. Aarhus: Økologisk Landsforening.

Boston Consulting Group and Blue Horizon Corporation. (2022). Food for Thought - The Untapped Climate Opportunity in Alternative Proteins. BCG & BHC.

Buch, M. S. (25. maj 2020). Plantedriksproducent vil smide 100 millioner efter dansk fabrik. Hentet fra FødevarerWatch: fodevarewatch.dk/Fodevarer/article12165028.ece

Bøgh, J. (8. september 2019). Nakskov Mill Foods A/S investerer millioner i plantebaseret protein til køderstatning. Hentet fra Folketidende: folketidende.dk/artikel/morgenmadsproducent-satser-på-global-trend

Eilers, H. (7. juli 2022). Alfa Laval nærmer sig omsætning på seks milliarder i Danmark. Hentet fra JernIndustri.dk: jernindustri.dk/article/view/858904/alfa_laval_naermer_sig_omsaetning_pa_seks_milliarder_i_danmark

Gade, C. (23. august 2018). Investorer putter 78 mio. kr. i vegansk convenience. Hentet fra Food Supply: food-supply.dk/article/view/616452

Gilse, E. V. (15. september 2022). Landbruget lukker danske arbejdspladser. Hentet fra Fødevarer forbundet NNF: nnf.dk/nyheder/2022/september/landbruget-lukker-danske-arbejdspladser

Good Food Institute. (2022). 2021 State of the Industry Report - Plant-based meat, seafood, eggs and dairy. Good Food Institute.


Henriksen, C. B. (21. maj 2021). Lektor: Danske proteinafgrøder kan reducere det globale klimaaftryk. Hentet fra Altinget: altinget.dk/foevarer/artikel/lektor-danske-proteinafgrøder-kan-reducere-det-globale-klimaaftryk

Jacobsen, L.-B. (2014). Det landbrugs- og fiskeriindustrielle kompleks 2009-2012. Nr. 030-0001/13-5480, 6 s., IFRO Udredning Nr. 2014/16. København: Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi.

Landbrug & Fødevarer. (2021). Fakta om Fødevareklyngen. København: Landbrug & Fødevarer.

Landbrug & Fødevarer. (23. november 2022). Viden om - beskæftigelse. Hentet fra lf.dk: lf.dk/viden-om/beskaeftigelse

Madkulturen. (2022). Madkultur. København: Madkulturen.



Mørch, T. R., & Kristensen, W. R. (2. juni 2022). Producent af plante proteiner sælger ejerandel til Danish Agro. Hentet fra AgriWatch: agriwatch.dk/article14099170.ece

Novo Nordisk Fonden. (10. november 2022). Åben samarbejdsplatform skal bringe Danmark i front på udvikling af plantebaserede fødevarer. Hentet fra Novo Nordisk Fonden: novonordiskfonden.dk/nyheder/aaben-samarbejdsplatform-skal-bringe-danmark-i-front-paa-udvikling-af-plantebaserede-foedevarer

Olesen, J. (21. januar 2021). Lidl baner vejen for trecifret million-eksport af danske plantedrikke. Hentet fra FødevarerWatch: fodevarewatch.dk/Drikkevarer/article12704670.ece

Pedersen, L., Røjel, S. T., Løbner, H., & Kidmose, U. (2021). Videns- og behovsafdækning af værktøjer og initiativer til fremme af sund og klimavenlig mad i professionelle køkkener. Aarhus: DCA – Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug.

Raun, K. G. (7. juni 2021). I Hedensted skal brede hestebønner pulveriseres til fremtidens fødevarer. Hentet fra Børsen: borsen.dk/nyheder/baeredygtig/groen-teknologi/i-hedensted-skal-hestebonner-pulveriseres-til-fremtidens-fodevarer

Rudbeck, J. (3. september 2021). Ny investering skal sende planteslagtere til Sverige og England. Hentet fra FødevarerWatch: fodevarewatch.dk/Fodevarer/article13251665.ece

Strandsby, K. K. (2. september 2022). Institut for Fødevarer sætter skub i udviklingen af cellulære fødevarer. Hentet fra DCA - Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug: dca.au.dk/aktuelt/nyheder/vis/artikel/institut-for-foedevarer-saetter-skub-i-udviklingen-af-cellulaere-foedevarer