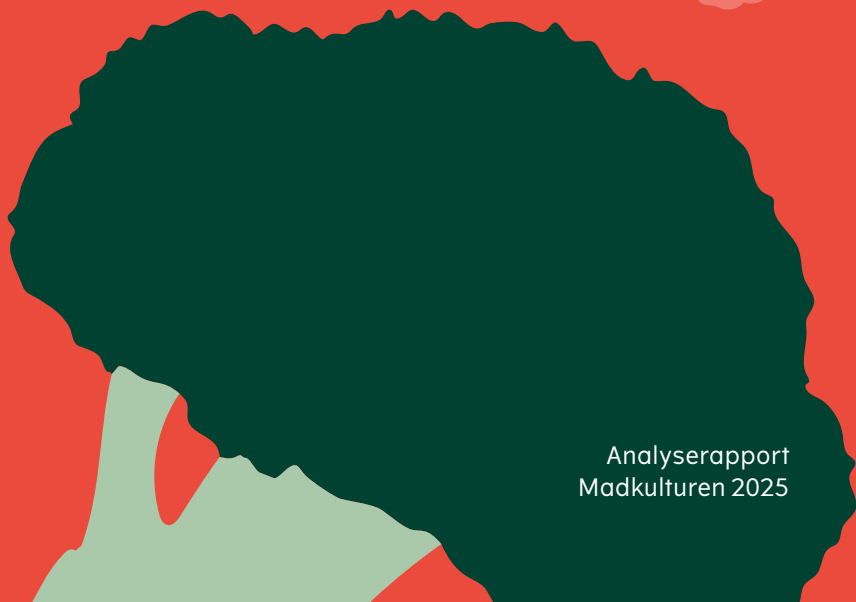


# Mere dansk frugt og grønt

Derfor er det vigtigt.  
Derfor er det svært.



**MADKULTUREN**

Analyserapport  
Madkulturen 2025

# Indhold

<b>Forord – Nyt lys på dansk frugt og grønt</b> .....	<b>2</b>
<b>Indledning</b> .....	<b>4</b>
<b>1. Hvorfor dansk frugt og grønt? - Derfor er det vigtigt</b> .....	<b>11</b>
Bred opbakning til dansk frugt og grønt .....	12
Dansk på grund af kvaliteten .....	15
Regional produktion er en del af løsningen .....	18
<b>2. Hvad spiser vi? - Forbruget af frugt og grønt i Danmark</b> .....	<b>29</b>
Langt fra seks om dagen .....	30
Få grøntsager dominerer på tallerkenen .....	32
Tre ud af fire grøntsager er importeret .....	34
<b>3. Hvad holder os tilbage? - Barrierer i madkulturen</b> .....	<b>39</b>
Grøntsager i birollen .....	40
Prisen gør det sværere at vælge dansk .....	43
Mister grebet om sæsonens råvarer .....	51
<b>4. Hvordan ligger landet? - Produktionen af frugt og grønt i Danmark</b> .....	<b>59</b>
Et lille grøntsagsland .....	60
Færre producenter trækker læsset .....	66
Specialisering i få afgrøder .....	71
<b>5. Stilstand eller udvikling? - Barrierer i produktionen</b> .....	<b>77</b>
Svært at konkurrere med import .....	79
Mangler investeringer .....	89
Markedsstrukturen giver dårlige vilkår .....	92
Svært generationsskifte i horisonten .....	102
<b>6. Hvor får vi råvarerne fra? - Detailhandlens rolle i fødevarernes værdikæde</b> .....	<b>111</b>
Dagligvarebutikker leverer størstedelen af maden .....	112
Dansk frugt og grønt er en meget lille varegruppe .....	114
<b>7. Hvordan skal vi sælge det? - Barrierer i detailhandlen</b> .....	<b>119</b>
Pris er kongen .....	120
Historien bliver ikke fortalt .....	124
Mismatch mellem detail og produktion .....	130
<b>Om undersøgelsen</b> .....	<b>139</b>
Datagrundlag .....	139
Metode .....	142
Referencer .....	144
Slutnoter .....	146

Madkulturen 2025

ISBN: 978-87-94497-02-2

**Rapporten er udarbejdet af:**

Simon Nystrup Madsen, kommunikationskonsulent  
Laura Vikelgaard Liebst, videnskonsulent  
Emma Hansen Levinsen, videnskonsulent  
Ea Boye Larsen, projektmedarbejder  
Hannibal Hoff, videnschef

# Forord

## Nyt lys på dansk frugt og grønt

Frugt og grønt har i mange årtier indtaget en birolle både i madkulturen og fødevarerproduktionen i Danmark. Det står i kontrast til situationen for de animalske fødevarer, hvor vi gennem mere end 100 år har haft succes med at udvikle en stor produktion, forarbejdningsindustri og eksport, samt at integrere de danske produkter i vores madvaner.

Nu taler en række vigtige samfundsdagsordener for at sætte nyt spotlys på forbruget og produktionen af grønne råvarer i Danmark. Det gælder hensynet til sundhed og klima, som oversat til kostråd betyder, at vi skal spise mere frugt og grønt. Det gælder udviklingen i fødevarerproduktionen mod flere plantebaserede fødevarer. Det gælder arealomlægningen, som er sat i gang med Den grønne trepart. Og det gælder forsyningsikkerhed, som på kort tid er blevet en vigtig samfundsprioritet.

Status på vores forbrug af frugt og grønt er, at vi langt fra får seks om dagen – og for hver fire grøntsager på tallerkenen er kun én produceret herhjemme. Selvom dansk produktion er en stærk værdi, spiller pris og sanselighed en større rolle, når vi fem minutter i ulvetime skal vælge mellem spidskål og sydhavsfrugter i det lokale supermarked. Det hjælper ikke, at kun få kender sæsonen for almindelige danske grøntsager.

Skal vi have mere dansk grønt på tallerkenen, er det dog ikke nok at se sagen fra forbrugers synsvinkel. En sundere, grønnere og mere regionalt fokuseret madkultur hænger også sammen med den værdikæde, som bringer maden fra jord til bord. Derfor har Madkulturen interviewet centrale aktører fra forskellige led i kæden og analyseret data om bl.a. tilbudsaviser og omsætning i detailhandlen samt gartneriernes produktion og regnskaber. Tilsammen giver det et godt billede af vilkårene og udfordringerne for detailkæder og producenter.

For detailkæderne udgør frugt og grønt en ottendedel af omsætningen – og er sjældent det, der trækker kunderne til. Varerne kan fås fra mange lande til en pris, der ofte er lavere end den danske. I en hård konkurrence mellem kæderne, er fokus ofte på pris, ensartet kvalitet og store, sikre volumener, som kan annonceres i mange butikker samtidig.

Denne praksis matcher ikke altid godt med virkeligheden hos en dansk grøntsagsproducent. Høje omkostninger til især løn gør det svært at konkurrere med kolleger fra Polen eller Spanien. Med et lille marked og få store aftagere er man dårligt stillet, når der skal aftales priser og vilkår med de store detailkæder.

Det kan alt sammen ses på bundlinjen hos de danske gartnerier, hvor resultatet er væsentligt dårligere end i resten af EU, så der mangler råderum til investeringer i væksthuse, plantager og ny teknologi.

I lyset af disse udfordringer er det ikke så sært, at frugt og grønt kun fylder 0,6 % af det dyrkede areal i Danmark. Produktionen er langt fra stor nok til at dække vores eget forbrug, undtagen af gulerødder og løg. Og med en gennemsnitsalder blandt producenterne på 60 år, er der god grund til at frygte, at særligt flere mindre grøntsagsgartnerier vil forsvinde i de kommende år.

Er det egentligt nødvendigt, at vi producerer de grønne råvarer i Danmark, når det nu skal være så svært? Det har Madkulturen både spurgt branchen og forbrugerne om.

Fra begge sider lyder det entydige svar, at det er vigtigt at have en alsidig produktion af frugt og grønt i Danmark. Som en del af løsningen på en række vigtige samfundsudfordringer – og på grund af kvaliteter som friskhed, smag og færre pesticider, som mange forbinder med de danske råvarer.

Mere dansk frugt og grønt er derfor ikke bare en svær opgave, men også en vigtig dagsorden. Rapporten her udgør et bredt vidensgrundlag om situationen og udfordringerne på tværs af værdikæden, som forhåbentlig kan inspirere dig til at tænke med, når vi sammen skal finde nye veje for dansk frugt og grønt.

**Judith Kyst**

Direktør i Madkulturen

# Indledning

## Hvor skal dit frugt og grønt komme fra?

Gennem de seneste ti år har Madkulturen fulgt råvaresammensætningen i aftensmåltidet i Danmark gennem de årlige Madkulturundersøgelser. Her ses en stabil høj andel af måltider med kød, der typisk bruges som hovedingrediens, og som definerer de mest populære retter.

I denne temaundersøgelse zoomer Madkulturen for første gang helt ind på grøntsagernes del af tallerkenen, som tit bliver overset, når vi planlægger, køber ind og laver de daglige måltider. En gennemsnitlig dansker får langt fra seks om dagen, og grøntsager er kun hovedingrediens i 10 % af aftensmåltiderne – væsentligt færre, end da Madkulturen målte det første gang i 2015.

Vores forhold til frugt og grønt skal ses i lyset af en stadig mere fortravlet madkultur og et faldende niveau af færdigheder i køkkenet. Hvert tredje måltid laves på under 15 minutter, og andelen af hjemmelavede aftensmåltider falder år for år, mens stadig flere elementer i madlavningen er helt eller delvist forarbejdede (Madkulturen 2022a).

## Værdikæden for frugt og grønt i Danmark

Skal vi have mere dansk grønt på tallerkenen, er det ikke nok at forstå værdierne, madkulturen og forbrugernes vaner. En sundere, grønnere og mere regionalt fokuseret madkultur afhænger af den værdikæde, som bringer madvarerne fra jord til bord.

Derfor undersøger rapporten også situationen for dem, der afsætter og producerer frugt og grønt i Danmark.

Det betyder, at vi får stadig færre råvarer mellem hænderne til hverdag, samtidig med at fornemmelsen for råvarernes sæson og forståelsen af vejen fra jord til bord fortaber sig mere og mere. Derfor bliver det ikke kun vigtigt at spørge, hvor meget grønt, vi spiser, men også hvor det kommer fra.

Skal et voksende fremtidigt forbrug af grøntsager komme fra danske producenter? Eller er det fint at importere tre fjerdedele – sådan som vi gør i dag? Det spørgsmål har Madkulturen stillet til 1.052 forbrugerne i Danmark og til 16 aktører fra forskellige led i grøntsagernes værdikæde.

Den klare melding fra dem lyder, at det er vigtigt at have en alsidig produktion af frugt og grønt i Danmark. Dansk grønt forbindes med en særlig kvalitet og ses som del af en bæredygtig livsstil, på linje med grønnere madvaner.

Derudover er der arbejdspladser på spil – og hensynet til, at der stadig skal være mad at få, hvis forsyningen fra udlandet svigter.

Ud over interviewene med aktører fra værdikæden trækker rapporten her på data om bl.a. tilbudsannoncer og omsætning i detailhandlen, produktion og regnskaber fra gartnerierne i Danmark og resten af EU, samt en række undersøgelser og andre offentligt tilgængelige kilder (se [Datagrundlag](#)). Til sammen giver det et godt grundlag for også at forstå udfordringerne for afsætningen og produktionen af frugt og grønt i Danmark.

## Afgrænsning af analyserne

Rapporten afdækker ikke alle led i værdikæden for frugt og grønt (Figur 1). Således er der ikke dedikerede analyser af hverken forsyningsledet, engrosledet eller forarbejdningsledet, som dog inddrages, hvor det er relevant for at forstå producenternes og detailhandlens situation.

Ift. forbruget er fokus på det frugt og grønt, der bruges i private husholdninger, hvor langt hovedparten kommer fra dagligvarekæderne. Foodservicebranchen inddrages derfor kun i begrænset omfang i analyserne,

## Derfor er det svært

Analyserne i denne rapport viser med al tydelighed, at det ikke bare er vigtigt at sikre mere dansk frugt på tallerkenen, men at det også er svært.

For forbrugerne er det svært, fordi grøntsagerne spiller en birolle i vores Madkultur, samtidig med, at vi gradvist mister grebet om deres sæson og anvendelsesmuligheder i køkkenet.

For detailhandlen er det svært, fordi importeret grønt kan sælges billigere, samtidig med at der ofte ikke er danske varianter at få, fx når det gælder convenience og frostvarer.

For producenterne er det svært på grund af høje omkostninger til løn, hård konkurrence fra udlandet, manglende investeringer og et vanskeligt generationsskifte, som trænger sig på.

selvom den også udgør en vigtig brik i det samlede billede af værdikæden.

Definitionen af frugt og grønt i rapporten omfatter hverken kartofler eller bælgfrugter, som adskiller sig fra de øvrige grøntsager både ift. deres rolle i måltiderne, den ernæringsmæssige funktion samt størrelsesordenen og de dyrkningsmæssige forhold i produktionen.

Disse udfordringer betyder, at vi i løbet af en kortere årrække risikerer at miste en del af den tilbageværende produktion, så der bliver endnu længere mellem grøntsagerne i det danske landskab og på hylderne i detailhandlen.

Dermed vil vi også glip af de værdier og potentialer, både forbrugere, producenter og detailkæder ser i, at vi har en varieret produktion af frugt og grønt i Danmark.

Madkulturens forhåbning er, at rapporten kan være med til at lægge grunden til en fælles forståelse af situationen og udfordringerne i både produktionen, afsætningen og forbruget. På den måde kan den også være med til at inspirere til fælles handling for at overkomme de mange barrierer for mere dansk frugt og grønt.

## Fire barrierer på tværs af værdikæden

### 1. Prisen gør det sværere at købe, sælge og producere dansk frugt og grønt

Som forbrugere er vi vant til at orientere os efter pris og gode tilbud under de daglige indkøb, og selvom vi gerne betaler lidt mere for dansk end for udenlandsk grønt, er det ikke nok til at sikre de danske varer en plads i indkøbskurven, særligt hvis også andre kvaliteter som økologi, størrelse eller udseende er i de importerede varianter favør.

Detailkæderne har fokus på at imødekomme kundernes krav til både pris, ensartet kvalitet og en stabil tilgængelighed, så man står bedst muligt over for de andre kæder på et marked med meget hård konkurrence. De fleste typer af frugt og grønt kan fås fra mange andre lande, og her er der ofte både større udvalg og lavere priser end i Danmark.

For de danske producenter betyder det, at konkurrencen fra udenlandske avlere er stor. Omkostningerne ved at producere er højere i Danmark, ikke mindst på grund af lønniveauet. Samtidig oplever mange avlere, at de står i en svær forhandlings-situation med de store detailkæder, som resulterer i korte aftaler og en høj risiko for producenterne.

Dette økonomiske pres kan ses på gartneriernes bundlinje, hvor overskudsgraden er væsentligt lavere end i resten af EU, hvilket bl.a. gør det svært at finansiere især langsigtede investeringer i væksthuse, plantager eller ny teknologi.

### 2. Lille variation på tallerkenen og i markedet gør det svært at være selvforsynende

Både forbruget og produktionen af frugt og grønt i Danmark er domineret af få forskellige afgrøder. På tallerkenene går de samme fem grøntsager igen dag for dag, hvoraf de tre er agurker, tomater og salat, hvor andelen af import er høj. Den præference står i vejen for en større andel af dansk frugt og grønt – og gør os sårbare i en tid, hvor forsyningsikkerhed er et vigtigt samfundsstrategisk hensyn.

Skal vi for alvor øge mængden af dansk frugt og grønt i de daglige måltider, må der gøres mere plads på tallerkenen til det, som egner sig særligt godt til dyrkning i det danske klima og har en lang sæson. Det gælder fx grønkål, rødbeder, æbler, jordskokker og græskar - men også mange andre afgrøder.

Dog hjælper det kun at ændre madvaner, hvis danske producenter også er i stand til at dyrke dette bredere sortiment af nordiske afgrøder i de nødvendige mængder og på rentabel vis.

Det gælder i dag stort set kun for gulerødder og løg, som alene står for 45 % af produktionen af frugt og grønt i Danmark, og hvor producenterne gennem stor skala og specialisering er blevet i stand til at konkurrere, også på eksportmarkedet. For andre typiske nordiske afgrøder, som fx rosenkål og blommer, er produktionen stort set udliciteret til andre lande.

### 3. Afkobling af små producenter øger afstanden og hæmmer generationsskifte

I Danmark er der et stort spring fra de få store producenter, som leverer en meget stor del af detailhandlens frugt og grønt, til de mindre, som langt hen ad vejen er koblet fra denne væsentlige del af værdikæden, og dermed fra hovedparten af forbrugerne.

Unge gartnere er typisk nødt til at starte i en lille skala, hvor det ikke er muligt at møde detailhandlens behov for at få leveret store partier over en længere periode og til en lav enhedspris.

Skal man leve op til det som producent, kræver det bl.a. investeringer i dyrt maskineri, ikke mindst til håndtering og pakning, som i Danmark ikke kan udliciteres til fx producentfællesskaber i samme grad som i flere andre EU-lande. Investeringerne er svære at finansiere, fordi overskudsgraden er ringe, og der laves korte aftaler, som det er svært at låne på baggrund af.

Netop vanskelighederne for de små og nye producenter ved at vokse sig lidt større, fremhæves i flere af brancheinterviewene som en barriere for en tættere forbindelse mellem producent og forbruger og - endnu vigtigere - for at forløse et nødvendigt generationsskifte blandt producenterne, hvor gennemsnitsalderen er 60 år og stiger.

### 4. Mangler fælles fodslag på tværs af værdikæden

På papiret bakker et stort flertal i befolkningen op om en varieret produktion af frugt og grønt i Danmark. Men af mange grunde, herunder pris og tilgængelighed, handler vi langt fra altid i overensstemmelse med det i indkøbssituationen.

Mens afstanden til råvarerne vokser i vores madkultur, bliver det stadig sværere for forbrugerne at forholde sig til, hvad det kræver at dyrke grøntsager, hvilke udfordringer producenterne har, og hvad det betyder, hvis de forsvinder.

Hos nogle aktører i detailhandlen er erkendelsen af den brændende platform for producenterne begyndt at bide sig fast. Derfor har nogle kæder fx indgået strategiske samarbejder med udvalgte producenter, som kan give større sikkerhed for afsætningen, bedre adgang til investeringer i produktionen og en mere lige fordeling af risikoen.

Overordnet set mangler der dog stadig en klar fælles forståelse på tværs af forbruger-, detail- og producentledet af situationens alvor og de udfordringer, der gør det svært at få enderne i værdikæden til at mødes. Der er brug for en samtale om, hvordan man sammen kan gå nye veje.



Ansaret ligger flere steder i værdikæden. Jeg har jo et ansvar for rent faktisk at prøve at udfordre mine grossister på, hvor langt kan vi gå for at få danske varer, når vi går i udbud.

Og så har jeg jo også et ansvar for, at når der er danske varer på vores indkøbsmodul, så rent faktisk også at aftage dem.

**Michael Allerup Nielsen**  
Enhedschef på Bispebjerg Hospital

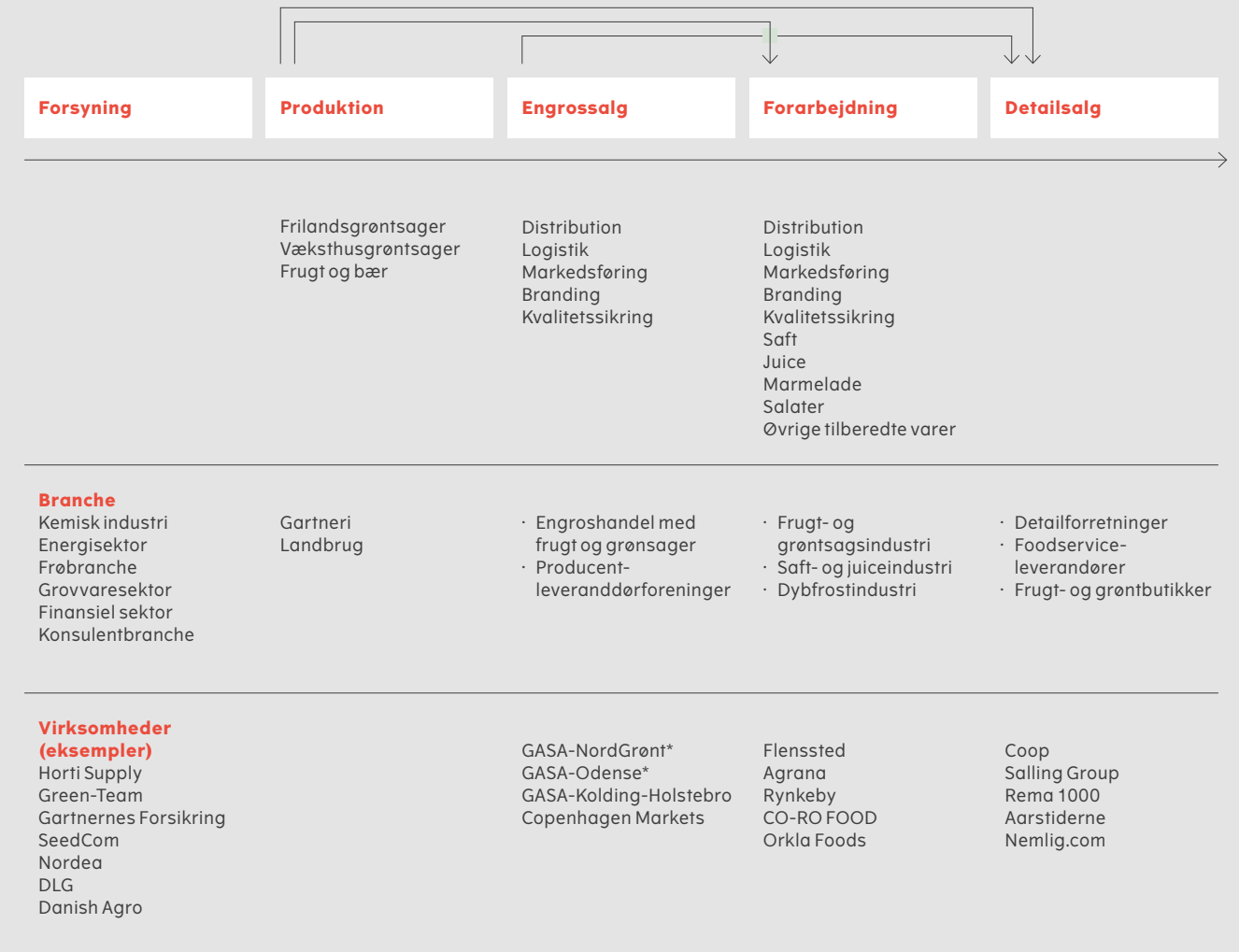


Der er ganske få frugt- og grøntproducenter. Så vi kan jo risikere, at produktionen stopper, fordi det er på så få hænder, at hvis ikke vi lige præcis får lavet generationsskiftet på de bedrifter, så holder vi helt op med at lave danske æbler eller danske grønsager. Det er en risiko, når der er så få, der er i gang derude.

**Julie Rohde Birk**  
Forstander på Kalø Økologisk Landbrugsskole

Figur 1

Den danske frugt- og grøntsektor



\* Godkendt producentorganisation (PO) med adgang til EU-støtte.

Kilde: Frit tilpasset efter forlæg fra Henning Otte Hansen (Hansen 2025).

# 1

**Hvorfor dansk frugt og grønt?  
Derfor er det vigtigt**

# Bred opbakning til dansk frugt og grønt

Langt de fleste forbrugere vil gerne bakke op om en dansk produktion af frugt og grønt og foretrækker generelt danske råvarer frem for udenlandske. Også for aktørerne i værdikæden er det indlysende, at vi fortsat skal have en produktion af frugt og grønt i Danmark.

Ud over kvaliteten og de samfundsmæssige fordele ses dansk grøntsagsproduktion som led i at bevare og udvikle vores madkultur og identitet.

## Vigtigt for forbrugerne, at der er en dansk produktion

I Madkulturens forbrugerundersøgelse fra februar 2025 svarer ni ud af ti danskere, at det er vigtigt eller meget vigtigt, at vi har en produktion af frugt og grønt i Danmark, at vi dyrker mange forskellige slags frugt og grønt, og at vi dyrker mange forskellige sorter.

Samtidig erklærer 78 % sig enige eller meget enige i, at de foretrækker at købe dansk frugt, når det er muligt. Dermed er præferencen for danske varer mere udtalt end præferencen for fx økologisk frugt og grønt, som gør sig gældende hos 35 %.

Denne store opbakning til dansk frugt og grønt på et generelt plan er dog langt fra ensbetydende med, at det automatisk er sikret en plads i indkøbskurven. I en konkret indkøbssituation, hvor mange andre hensyn også spiller ind, ikke mindst prisen, rykker dansk oprindelse nedad på listen over de mest udbredte hensyn, vi tager (se [Prisen gør det sværere at vælge dansk](#)).

Når man spørger forbrugerne, hvorfor de foretrækker dansk frugt og grønt, er det især fordi, det associeres med en god kvalitet, et lavere klimaaftryk og et lavere indhold af pesticider.

## Et spørgsmål om madkultur

For deltagerne i brancheinterviewene er det indlysende, at dansk frugt og grønt bør have en langt større plads i vores indkøbskurve og landskaber. Især fordi det flugter med flere aktuelle samfundsdagsordener og giver mening som en produktion, der passer til vores klima, landskab og identitet som et fødevarereproducerende land.

Flere af aktørerne peger også på, at en produktion af frugt og grønt i Danmark er et spørgsmål om at udvikle vores madkultur og madkulturelle identitet. De beskriver, hvordan kendskab til råvarerne, forståelsen for sæson og forbindelsen til den lokale produktion både kan bidrage til livskvalitet og gode madvalg.

Denne tankegang vækker genklang blandt forbrugerne, hvor 32 % mener, at en dansk produktion af frugt og grønt er vigtig, fordi den fremmer forståelsen for råvarernes sæson, mens 41 % mener, den er en vigtig del af en dansk madkultur og identitet.

I de følgende to afsnit dykker vi mere ned i, hvorfor forbrugerne og branchen mener, at dansk frugt og grønt er vigtig, hhv. som en kvalitet ved vores fødevarer og som en del af løsningen på en række centrale samfundsudfordringer.

9 ud af 10 bakker op om en dansk produktion af frugt og grønt	
Vigtigt, at vi har en dansk produktion af frugt og grønt, både nu og i fremtiden	91 %
Vigtigt, at vi dyrker mange forskellige slags frugt og grønt i Danmark	89 %
Vigtigt, at vi dyrker mange forskellige sorter i Danmark, fx forskellige æblesorter, jordbærsorter og gulerodssorter	83 %

Kilde: Madkulturen 2025a

# 78 %

foretrækker at købe dansk frugt og grønt, når det er muligt

# 41 %

finder, at en dansk produktion af frugt og grønt er vigtig, fordi den er en del af dansk madkultur og identitet

# 35 %

foretrækker at købe økologisk frugt og grønt, når det er muligt

# 32 %

finder, at en dansk produktion af frugt og grønt er vigtig, fordi den fremmer forståelsen for råvarernes sæson



Vil vi gerne have en grøntsagsproduktion i Danmark? Hvis produktionen er på vej ned, vil vi så genopfinde den i en ny retning? Vil vi tage vores ejerandel tilbage?

**Julie Rohde Birk**

Forstander på Kalø Økologisk Landbrugsskole



Hvis vi mister den danske produktion, så får vi den aldrig igen. Og så har vi mistet noget robusthed, noget madkultur og nogle muligheder for at spise på en sundere måde.

**Louise Køster**

Direktør på Rabarbergaarden



I stedet for bare at sige, at det går dårligt, så gælder det om at vise, hvordan man kunne gøre. Og det tror jeg bliver helt afgørende. For det er ikke sådan, at du bare kan tage fra den anden hylde, for der er ikke en anden hylde lige nu.

**Svend Brodersen**

Direktør på Gram Slot



Vi skal spise vores landskab. Af rigtig mange forskellige årsager. Livet er jo en symbiose med natur, og de kræfter derude. Helt ned til bakterier og svampemycelium og et sundt humuslag.

Du er nødt til at være tæt på og kunne mærke landskabet for at forstå det. Vi skal ikke stoppe med at spise citroner sydfra, det kommer vi ikke til. Men der skal være en god balance i det.

**Søren Ejlersen**

CoFounder i Aarstiderne

# Dansk på grund af kvaliteten

For en stor gruppe af forbrugerne er dansk frugt og grønt forbundet med en høj kvalitet og associeret med bl.a. friskhed, bedre smag, økologi og et lavere indhold af pesticider.

Man skal ikke vælge dansk for enhver pris, men mest når kvaliteten faktisk er god, ifølge værdikædens aktører.

## Seks ud af ti associerer dansk frugt og grønt med god kvalitet

I Madkulturens forbrugerundersøgelse mener 59 %, at dansk frugt og grønt ofte har en højere kvalitet end de importerede varer. Blandt disse respondenter er der samtidig en stor villighed til at betale mere for danske varer. Det er 73 % parat til, mod 50 % i resten af befolkningen, og de er i gennemsnit parat til at betale 31 % mere for danske varianter af frugt og grønt (Madkulturen 2025a).

For forbrugerne er dansk oprindelse ikke bare en værdi i sig selv, men også knyttet til andre kvalitetskriterier. Det ses bl.a. ved, at de forbrugere, som lægger vægt på dansk oprindelse i indkøbssituationen, også i højere grad end andre orienterer sig efter sundhed, færre sprøjtemidler, økologi, sæsonens råvarer og lokale produkter (se Figur 2).

Det er hensyn, som også går igen, når forbrugerne selv skal beskrive, hvorfor de foretrækker at købe danske varer.

## Ikke dansk for enhver pris

I brancheinterviewene peger værdikædens aktører på kvaliteten som en udbredt grund til at foretrække danske råvarer, og de fremhæver især friskhed og færre pesticider som noget af det, forbrugerne bør kunne forvente, når de vælger en dansk variant.

Det indebærer en forståelse for, at man som forbruger ikke bare skal vælge dansk frugt og grønt for enhver pris, men kun når kvaliteten er bedre, og prisforskellen ikke er alt for stor. Her nævnes fx tomater, som om vinteren ikke nødvendigvis er bedre, når de kommer fra et dansk drivhus, end når de importeres fra Spanien.

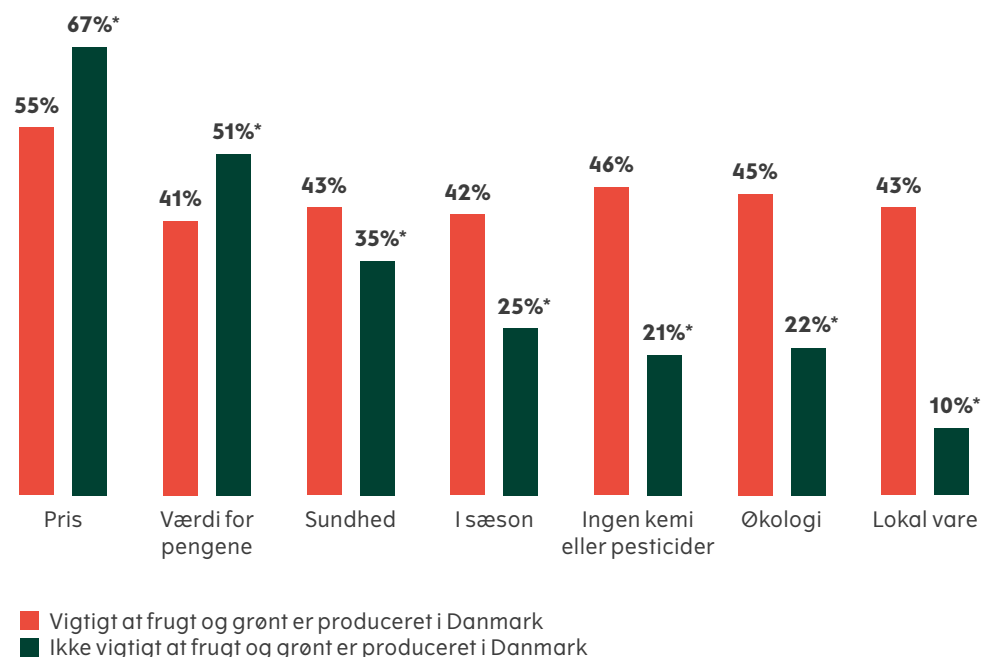
**59 %**

**mener, at dansk frugt og grønt ofte har en højere kvalitet**

Figur 2

De, der mener, at det er vigtigt at vælge danskproduceret frugt og grønt, vægter også økologi og sæsonvarer og få pesticider højt

Andele, der synes, nedenstående er vigtigt, når de køber frugt og grønt. Fordelt på, om man finder det vigtigt, at det frugt og grønt, man køber, er danskproduceret.



Kilde: Madkulturen 2025a  
N=1.032

\* =Statistisk signifikant forskel på dem der synes det er vigtigt at det frugt og grønt de køber er danskproduceret og dem der ikke gør.

## Hvorfor foretrækker du at købe dansk frugt og grønt?

"Fordi det bare er friskere, end fx en frugt fra Sydafrika, Spanien eller Italien. Og smagen er bare mange gange bedre, end for de fleste udenlandske varer."

"Det smager oftest bedre, og ser mega-indbydende ud"

"Jeg syntes, det smager bedre og er ofte mere friskt."

"Fordi det er vigtigt, at vi har vores egen produktion af frugt og grønt, og fordi jeg tror, at vores egne varer er sundere end de andre varer, man kan købe i udlandet."

"Generelt bedre kvalitet og smag."

"Jeg stoler mere på danske producenter og tænker, det er vigtigt at støtte dem ved at købe danske varer."

Svar fra respondenterne i Madkulturens forbrugerundersøgelse fra februar 2025



Dansk er et kvalitetsparameter på grund af friskhed, og fordi vi kan noget i forhold til vandforbrug, pesticider og arbejdskraft.

**Jens Nannerup**  
Direktør, GASA Odense



Nogle forbrugere vælger dansk, bare fordi det er dansk. Men typisk handler det jo om, at man ved, at når det er dansk, så følger der nogle værdier med, som man måske ikke kan smage i guleroden.

Det kan handle om, at der bliver betalt skat i Danmark, og at der er ordentlige arbejdsforhold. Men det kan også være et spørgsmål om, at der typisk er brugt færre pesticider. De værdier skal vi italesætte, for de ligger ikke nødvendigvis hos alle forbrugerne.

Landbrugsproduktionen har måske ikke den anseelse i den offentlige befolkning, som den har haft tidligere. Og så er det ikke sikkert, at folk bare vælger dansk for at støtte danske landmænd.

**Julie Rohde Birk**  
Forstander på Kalø Økologiske Landbrugsskole



Vi har jo de højeste krav i forhold til pesticider og dyrkning her i Danmark. Så man kan sige, at det vil ramme danskernes sundhed. Hvis det bliver erstattet en-til-en med tilsvarende udenlandske varer, som ikke har de samme krav. Så går det ud over folkesundheden.

**Lars Andresen**  
Teamleder i Lidl



Dansk er isoleret set ikke nødvendigvis et kvalitetsparameter. Hvis du en-til-en kigger på et stykke dansk og et stykke sydeuropæisk frugt eller grønt, så må jeg desværre sige, at tomaterne smager bedre sydfra, og de laver nogle fantastiske frugter og grøntsager.

**Søren Ejlersen**  
CoFounder i Aarstiderne



Vi ændrer ikke verden ved bare at købe dansk. Vi skal gøre det, når det giver mening i forhold til jordbelastning, bedre kvalitet og pris. Bare fordi det er dansk, behøver det ikke være god kvalitet. En turbokylling, den er så dansk, så dansk.

**Svend Brodersen**  
Direktør på Gram Slot

# Regional produktion er en del af løsningen

Ud over, at mange forbinder dansk frugt og grønt med en særlig kvalitet, er der en udbredt forståelse i befolkningen og branchen om, at en dansk produktion er vigtig for vores samfund.

Det gælder ift. bæredygtighed og sundhed, erhvervsudvikling og arbejdspladser på landet samt forsyningssikkerhed, som bliver en stadig større samfundsprioritet.

## Godt for sundhed og klima

Langt de fleste kender kostrådet om at spise mere frugt og grønt for sundhedens og klimaets skyld. Men det er ikke givet, at der er en fælles forståelse om, hvor råvarerne skal produceres for at være sundest og mest klimavenlige.

I forbrugerundersøgelsen anser næsten halvdelen (45 %) dansk frugt og grønt for at være sundere og mere miljøvenligt end udenlandsk i kraft af et lavere indhold af pesticider (Figur 3), hvilket også angives af mange i besvarelsen af et åbent spørgsmål om, hvorfor man foretrækker at købe dansk frugt og grønt.

Endnu flere, nemlig 65 %, forbinder dansk frugt og grønt med en lavere klimabelastning på grund af den kortere transportvej.

## Færre pesticider

Forståelsen om, at der er lavere indhold af pesticider i danske råvarer, bekræftes af den seneste danske pesticidkontrol.

Her blev der fundet væsentligt færre pesticidrester i dansk konventionel frugt og grønt end i udenlandsk konventionel frugt og grønt (DTU Fødevarerinstitutionen & Fødevarerstyrelsen 2025).

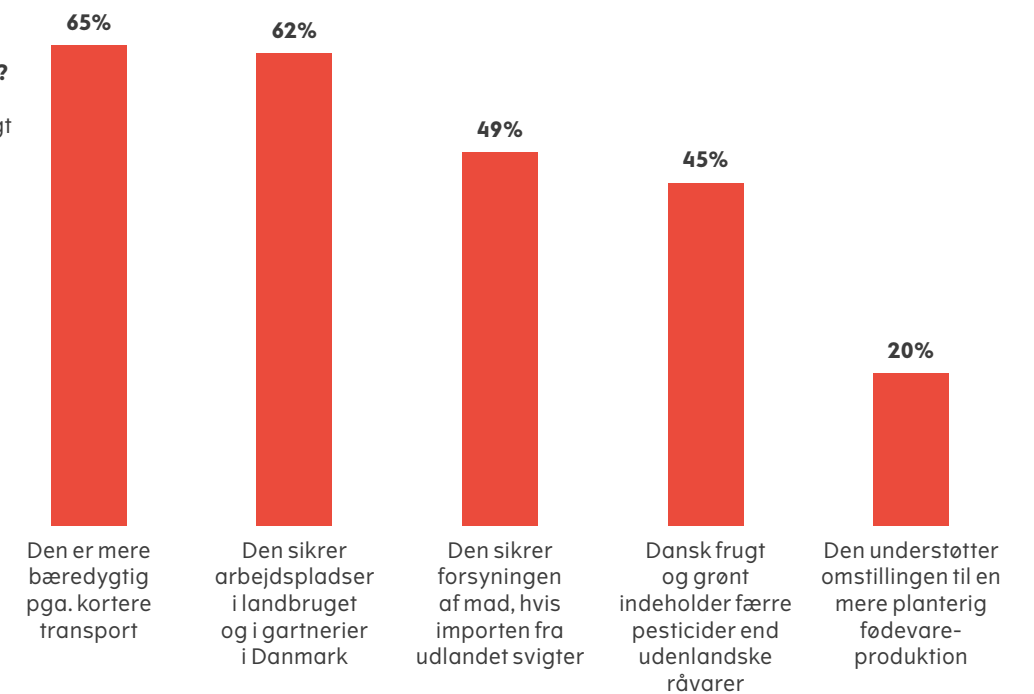
## Transporten betyder meget

Der er også hold i antagelsen om, at det på grund af transporten er mere klimavenligt at spise regionalt produceret frugt og grønt.

Figur 3

Hvorfor er det vigtigt at have en produktion af frugt og grønt i Danmark?

En dansk produktion af frugt og grønt er vigtig, fordi ...  
Andel, der har svaret enig eller meget enig.



Kilde: Madkulturen 2025a  
N=1.032

Et internationalt studie fra 2022 viser, at klimaaftrykket ved transport af frugt og grønt på globalt plan er dobbelt så stort som klimaaftrykket fra produktionen, især fordi der er brug for nedkøling under transporten. Samlet set står transporten af frugt og grønt for hele 36 % af det globale klimaaftryk fra transport af fødevarer (Li et al. 2022).

Dermed er det langt fra uvæsentligt i en klimasammenhæng, om frugt og grønt i en dagligvarebutik i København kommer fra Jylland eller Spanien.

## Det samlede klimaaftryk afhænger af afgroden

Netop pga. transporten er også det samlede klimaaftryk ved fx løg, gulerødder og salat generelt lavere for danske end for udenlandske varianter (Mogensen, Knudsen & Hermansen 2016).

For grøntsager i opvarmede væksthuse er dansk dog ikke nødvendigvis lig med mere klimavenligt. Fx er klimabelastningen fra tomater dyrket i væksthuse i Danmark knap ni gange så høj som for tomater dyrket i Spanien eller Italien – også når man tager højde for transporten (Xue et al. 2020).

Det vidner om, at et øget forbrug af dansk frugt og grønt især er relevant som en klimaløsning, når det gælder typiske nordiske afgrøder, som kan dyrkes på friland eller i opvarmede drivhuse i Danmark.

I brancheinterviewene peger flere aktører da også på, at mere dansk frugt og grønt ikke skal betyde, at vi helt holder op med at importere, men først og fremmest, at vi skal fokusere på de afgrøder, der kan dyrkes i god kvalitet under danske forhold.



Vi skal producere tingene, der hvor det giver bedst mening. Der er nogle steder, hvor man er god til at dyrke grøntsager, og nogle steder, hvor man er god til at dyrke andre ting.

Så bare fordi noget er produceret i Slesvig Holsten behøver det ikke være dårligt. For det kan sagtens være produceret på en rigtig fornuftig måde. Og jeg synes, det er okay, at de også køber noget af os.

**Svend Brodersen**  
Direktør på Gram Slot

### Hvorfor foretrækker du at købe dansk frugt og grønt?

"Fordi jeg mener, at det bl.a. er mindre ressourcekrævende (mindre transport) end frugt og grønt produceret i lande langt fra Danmark."

"Kortere transporttid. Varerne er ikke formodnede i så stort omfang som fra udlandet."

"Fordi det så ikke har været flere dage undervejs, og der er få pesticider og lignende på produktet. Det er meget mere bæredygtigt, og jeg vil helst støtte danske gartnerier/landmænd."

"Fordi jeg mener, at det er bedre for klimaet, grundet den korte transport."

"Mere miljøvenligt på alle punkter."

"Der er generelt færre pesticider i danskproduceret frugt og grønt. Køber man udenlandsk, kan man opleve, at det er sprøjtet med midler, der ikke er godkendt i Danmark."

"Fordi Danmark har meget strengere regler mht. sprøjtemidler end alle andre lande."

"Jeg stoler mest på de produkter, der er produceret i Danmark, og klimamæssigt er det også bedst."

"Fordi jeg tror, at vores egne varer er sundere end de andre varer, man kan købe i udlandet."

Svar fra respondenterne i Madkulturens forbrugerundersøgelse fra februar 2025



Forbruget af animalske produkter ligger fuldstændig stabilt, midt i en klimakrise og en sundhedskrise. Det synes jeg er skræmmende (...). Det kunne være, at man skulle lægge afgifter på kød eller bruge andre værktøjer, der kunne gøre det attraktivt at købe frugt og grønt.

**Søren Ejlersen**  
CoFounder i Aarstiderne



Det er et paradoks. Vi har klimakostråd, taler bælgfrugter op og alt muligt. Men produktionen går nedad, og vi importerer langt mere, end vi selv producerer.

Det er i min optik fuldstændig tåbeligt, når vi faktisk har et areal, vi skal bruge på en anden måde og en større opgave, vi skal løse. Det er et paradoks, også politisk, at man kører op på noget, men man ikke prioriterer en produktion i virkeligheden.

**Louise Køster**  
Direktør på Rabarbergaarden



Jeg synes, at det er meget enkelt faktisk. Jeg ser jo lige præcis grøntsagerne og formentlig også økologiske grøntsager, som fremtidens fødevarer.

Vi skal jo ikke være veganere alle sammen. Det er slet ikke der, jeg vil hen. Men vi spiser så meget kød i Danmark. Der er jo kun én vej, og det er at skære ned i vores kød. Og der skal grøntsagerne fylde noget mere på tallerkenen.

Vi skal følge kostrådene, så vil der være mere plads til gartnere i fremtiden. Og der synes jeg naturligvis, at det skal være danske gartnere.

**Dorrit Andersen**  
Direktør i RootConsult



Vi har kostrådene i Danmark, som er måske de mest ambitiøse i verden. Der er noget, vi skal spise mere af, og noget, vi skal spise mindre af. Og derfor, så synes jeg, at det på mange måder, at det er en no-brainer at sætte endnu mere fokus på dansk produktion.

**Jakob Lave**  
Branchedirektør i DI Fødevarer

### Arbejdspladser og bedre muligheder for danske producenter

Næst efter bæredygtighed er hensynet til arbejdspladser i dansk landbrug og gartneri den mest udbredte grund i befolkningen til at sikre en produktion af frugt og grønt i Danmark. Det argument har i forbrugerundersøgelsen tilslutning fra 62 %. Dertil peger 20 % på dansk produktion af frugt og grønt som en vigtig del af omstillingen til en mere planterig fødevarerproduktion (Figur 3).

Hensynet til arbejdspladserne og den danske økonomi slår også igennem i mange af de åbne besvarelser i forbrugerundersøgelsen. Her kædes det ofte sammen med en større tillid til de danske producenter.

I brancheinterviewene nævnes arbejdspladser, erhvervsudvikling og liv på landet af flere aktører som vigtige grunde til at udvikle produktionen af frugt og grønt i Danmark. Hvis vi selv producerer en større andel af vores frugt og grønt, skaber det ikke bare grundlag for flere producenter, men også for en vækst blandt de eksisterende producenter, som kan gøre, at bedrifterne både bliver en bedre forretning og mere attraktive som arbejdspladser.

# 3.392

fuldtidsbeskæftigede  
i Danmark arbejder  
med dyrkning eller  
forarbejdning af  
frugt og grønt

### Hvorfor foretrækker du at købe dansk frugt og grønt?

"Jeg mener, at det er vigtigt at støtte det lokale og nære, her altså det danske landbrug."

"Der er generelt færre pesticider i danskproduceret frugt og grønt. Køber man udenlandsk, kan man opleve, der er sprøjtet med midler, der ikke er godkendt i Danmark. Og så støtter jeg gerne dansk landbrug og erhverv."

"Fordi jeg mener man skal støtte de danske producenter."

"Støtte danske producenter. I Danmark er vi ret sikre på, at div. love og regler vedr. produktion findes og overholdes."

"Vi skal støtte dansk landbrug, og danske varer smager bedst."

"Fordi, jeg ønsker at vi også i fremtiden kan få dansk produceret frugt og grønt."

"Fordi, jeg hellere vil støtte den danske økonomi."

"Fordi, pengene bliver i Danmark."

Svar fra respondenterne i Madkulturens forbrugerundersøgelse fra februar 2025



Det giver mening, hvis vi kan strække sæsonen, så jeg får spidskål, der er plantet på Fyn, frem for at hente dem i Murcia i Spanien, hvor de er fire dage undervejs. Både, når vi snakker klima og arbejdspladser. Hvis en dansk avler kan strække sæsonen i tre-fire uger, så giver det også flere penge til ham.

**Lars Andresen**  
Teamleder i Lidl



Arbejdspladser og liv på landet har jo også en betydning. Selvom mange arbejdspladser i vores erhverv naturligt er sæsonbaseret og med udenlandsk arbejdskraft, så har det også en samfundsøkonomisk og lokalkulturel betydning, at de er her.

De betaler husleje og skat, handler i butikkerne, går i byen og i Legoland ligesom alle andre. Og der er jo også mange arbejdspladser lokalt i de mange beslægtede erhverv, såsom vognmænd, elektrikere, mekanikere osv.

**Dorrit Andersen**  
Direktør i RootConsult



Der er jo ingen af os, der synes, det er sjovt at luge. Hvordan kan vi få noget teknologi ind, som kan være med til at bakke op om den diversitet, vi også ønsker i størrelsen ude i vores landbrug? Så vi også får skabt nogle levende landdistrikter.

Det er jo også den afledte effekt, der er af at have nogle mindre landbrug. At vi får nogle levende landsbyer, hvor der også bliver skabt nogle lokale arbejdspladser.

**Louise Køster**  
Direktør på Rabarbergaarden



Hvis man nu drømmer, at produktionen i Danmark gik fra de nuværende ca. 2,5 milliarder til 4 milliarder på 5-10 år: Så vil der være 40 dejlige virksomheder, som har noget størrelse.

Så begynder der også at være nogle kollegaer, så det også er en dejlig arbejdsplads at komme på, hvor man også kan få weekendfri. Og du begynder at skabe nogle arbejdspladser.

Lige nu står man meget alene som mindre producent. Fordi man er sig selv, måske med en højre hånd, men ellers med østeuropæisk arbejdskraft.

**Jens Nannerup**  
Direktør, GASA Odense

### Forsyningsikkerhed

Fødevarerforsyningsikkerhed er i de seneste år blevet en voksende bekymring i de fleste europæiske lande, bl.a. pga. coronapandemi, krig i Ukraine og lukning af fragtruter.

En nylig rapport fra Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi (IFRO) viser, at Danmark har en høj fødevarerforsyningsikkerhed pga. en stor produktion af animalske produkter samt hvede og kartofler. Men rapporten viser samtidig, at den danske produktion af frugt, grønt og bælgfrugter på både friland og i drivhuse ikke er tilstrækkelig til at dække det danske forbrug, og at Danmark vil være afhængige af at importere frugt og grønt for at sikre en sund og varieret kost (Yu & Jensbye 2024).

Madkulturens analyser bekræfter dette billede. Hvis forsyningen af frugt og grønt fra udlandet svigter, er den danske produktion i dag kun stor nok til at dække 27 % af vores forbrug. Ud over gulerødder og løg, som vi producerer lidt mere af, end vi

forbruger, kan ingen af de mest almindelige grøntsager dækkes ind af dansk produktion (beregninger på tal fra FAO - FAOSTAT 2025).

På det punkt er både Danmark og de øvrige nordiske lande væsentligt dårligere stillet end resten af EU-landene (Fruit Logistica 2024), og det sætter os i en udsat position, hvis forsyningen fra udlandet skulle svigte.

I forbrugerundersøgelsen ser 49 % netop hensynet til forsyningsikkerhed som en god grund til at købe dansk frugt og grønt (Figur 3), ligesom bekymringen for forsyningsikkerhed fremhæves mange steder i de åbne besvarelser.

Også i de 16 brancheinterviews fylder overvejelser om forsyningsikkerhed rigtig meget. Her peger flere aktører på det aspekt, at produktion af frugt og grønt kan være vanskeligt at genetablere i Danmark, hvis det først er gået tabt, hvilket vil stille os i en endnu mere sårbar situation.

## Lav dækningsgrad med frugt og grønt i Danmark

I dag er en fjerdedel af de grøntsager, vi bruger i Danmark, og en tiendedel af vores frugt, produceret herhjemme (se Tre ud af fire grøntsager er importeret). Dette tal kaldes også selvforsyningsgraden.

I forbindelse med forsyningsikkerhed beregner man også en dækningsgrad, hvor den eksporterede mængde ikke fratrækkes (se Metode). I Danmark er det tal på 27 % for alle typer af frugt og grønt tilsammen. Det betyder, at hvis alt, vi producerede i Danmark, blev i Danmark, ville det kun være nok til at dække 27 % af det samlede forbrug af frugt og grønt.

Når dækningsgraden er større end selvforsyningsgraden skyldes det, at vi for enkelte afgrøder producerer mere, end vi selv bruger i Danmark. Det gælder primært for gulerødder, hvor produktionen kunne dække 132 % af forbruget, og løg, hvor produktionen kunne dække 107 % af forbruget (beregninger på tal fra FAO - FAOSTAT 2025).

# 27%

af forbruget af frugt og grønt i Danmark kunne dækkes af den nuværende produktion i Danmark, hvis forsyningen fra udlandet svigtede

Mere dansk frugt og grønt



## Vi ligger blandt de laveste i Europa i forhold til forsyningsikkerhed. Sverige og Østrig ligger højere end os, selvom det jo ikke er nogen store grøntsagslande.

**Jens Nannerup**  
Direktør, GASA Odense



Jeg er bekymret for forsyningsikkerheden. Vi kan jo se, at efterhånden, som der er flere og flere dele af verden, der bliver ramt af klimahændelser som oversvømmelser eller tørke, så får vi større og større mellemsæsoner, hvor vi ikke kan klare os med udenlandske varer, og hvor vi skal have nogle forsyningskæder tættere på.

Altså enten fra Danmark, eller i anden række fra fx Holland. Jo mindre produktion og variation vi har i Danmark, jo mere sårbare bliver vi i perioder med klimahændelser.

**Richo Boss**  
Direktør for Meny



Selvforsyning er jo blevet endnu mere relevant i de senere år, med krig, handelsrestriktioner og politisk uro. Vi er meget afhængige af vores nabo-lande i Europa, som jo nok vil kunne hjælpe et stykke af vejen. Men de andre lande kan også få brug for at gå ind og sikre forsyningen til deres egne forbrugere. Og det kan så ramme os, hvis vi ikke har produktionen selv.

**Lars Andresen**  
Teamleder i Lidl



Der er ganske få frugt- og grøntproducenter, så vi kan jo risikere, at produktionen stopper, fordi det er på så få hænder, at hvis ikke vi lige præcis får lavet generationsskiftet på de bedrifter, så holder vi helt op med at lave danske æbler eller dansk grønsagsproduktion. Det er en risiko, når der er så få, der er i gang derude.

**Julie Rohde Birk**  
Forstander på Kalø Økologiske Landbrugsskole



Hvis vi holder op med at producere i Danmark, så mister vi også muligheden for at gøre det, hvis det bliver nødvendigt. I en verden, der er så volatil, burde vi om nogen være verdensmestre i lige præcis det, som det landbrugsland, vi hævder at være.

Det er en kæmpe risiko, hvis vi bare er et landbrugsland, der udelukkende producerer foder til dyr, som vi sender ud ad bagdøren. I et fremtidsscenario bliver vi nødt til at være dygtige til at producere frugt og grønt også.

**Louise Køster**  
Direktør på Rabarbergaarden



Hvis der begynder at være knappe ressourcer på mad og energi, så kommer vi til at slås med hinanden for at få mad på bordet. Så der er rigtig mange gode grunde til at få styr på det her. Alle i branchen ved godt, hvor forfærdeligt det står til på det punkt, og at vi bør trække i en anden retning (...)

Der er nogle få aktører, som sidder på produktionen. Det kan jo være fint nok, hvis de gør det godt, men det er sårbart, hvis fem virksomheder endda deler produktionen imellem sig, så én laver gulerødder, én laver kartofler, én laver kål. Der bør være en vis variation i produktionen, også hos den enkelte producent.

**Svend Brodersen**  
Direktør på Gram Slot



Hvis det handler om selvforsyningsgrad, så er de små, lokale producenter for små til at gøre en forskel. Så her bliver vi nødt til at kigge på de store producenter.

**Jens Nannerup**  
Direktør, GASA Odense

### Hvorfor foretrækker du at købe dansk frugt og grønt?

"National selvforsyning, og jeg vil gerne føle mig rodfæstet lokalt."

"Jeg vil gerne støtte og spise varer der er produceret i Danmark - det er jo hjælp til selvhjælp."

"Jeg kan godt lide, vi er så selvforsynende som muligt."

"Jeg vil gerne støtte op om vores danske landbrug, og at vi er uafhængig af andre lande."

"Fordi, det er vigtigt, at vi har vores egen produktion af frugt og grønt."

"Fordi dansk kultur og produktion skal støttes. Det er vigtigt for alle danskere".

Svar fra respondenterne i Madkulturens forbrugerundersøgelse fra februar 2025

# 2

## **Hvad spiser vi? Forbruget af frugt og grønt i Danmark**

# Langt fra seks om dagen

Mere frugt og grønt på tallerkenen har været et pejlemærke for sund hverdagsmad i Danmark siden 1994, hvor det for første gang blev en del af de officielle kostråd (DR 17.9.13). Siden har også klimahensynet sat streg under anbefalingen om at spise minimum 600 gram frugt og grønt om dagen (Fødevarestyrelsen 2025).

Alligevel er der stadig lang vej fra kostråd til praksis. Kun 8 % af voksne i Danmark spiser den anbefalede mængde frugt og grønt (Sundhedsstyrelsen 2022), og mange får hverken frugt eller grønt ved dagens store måltider, viser Madkulturens undersøgelser.

Når man ser bort fra kartofler, er der kun frugt og grønt i 48 % af danskernes frokostmåltider og 63 % af aftensmåltiderne. Til sammenligning er der kød i 76 % af aftensmåltiderne og 58 % af frokostmåltiderne. 22 % af dem, der spiser både frokost og aftensmad på en typisk dag, ikke får frugt eller grønt til nogen af de to måltider (Madkulturen 2024a).

For aftensmadens vedkommende, hvor Madkulturen har data fra de seneste 10 år, er andelen af måltider med frugt og grønt ikke steget siden 2015 (Madkulturen 2025b).

Når det er sagt, er der begyndende tegn på, at flere justerer på kødforbruget og tager en mere planterig kost til sig. 40 % af danskerne oplever, at de spiser små portioner af kød ved måltiderne, og 22 %, at de kun spiser få måltider med kød. Fra 2019 til 2023 er der sket en fordobling i andelen, der bestræber sig på at spise vegetarisk eller vegansk, så det nu gælder for 9 %. Endelig er andelen af måltider med bælgfrugter gået voldsomt frem, omend den stadig er lav (Madkulturen 2023a).

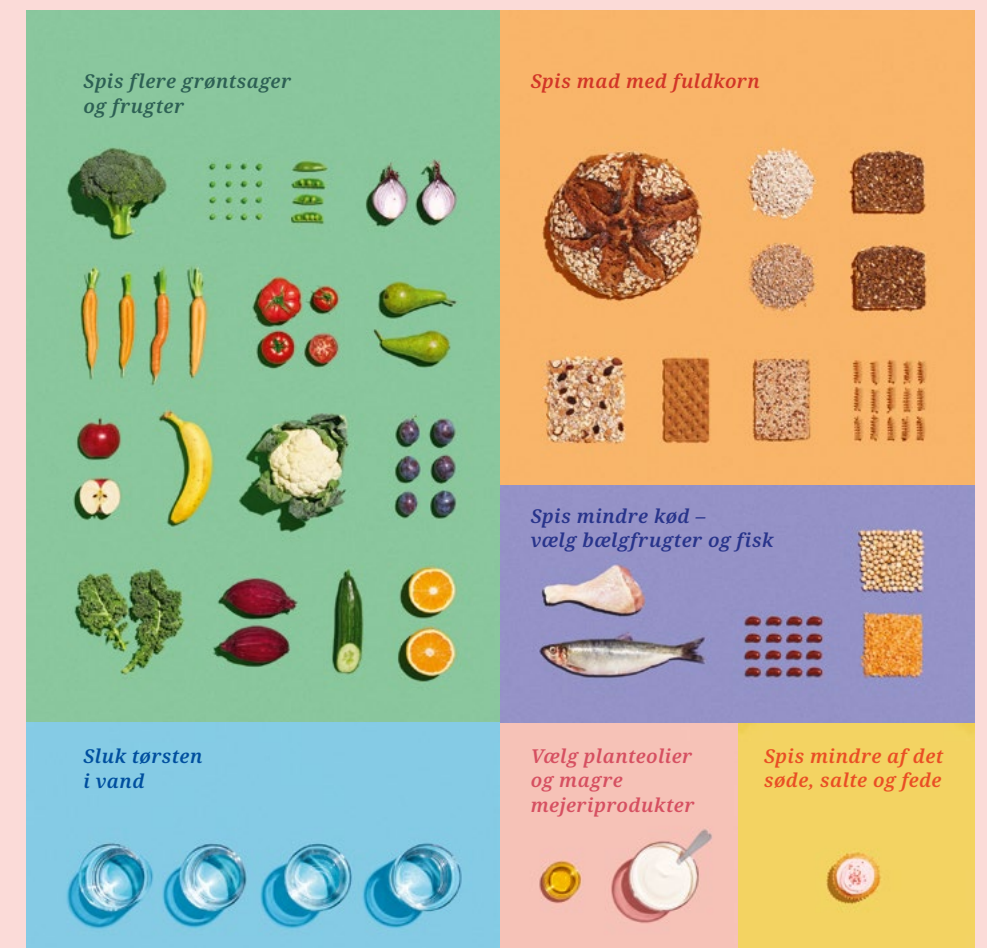
**48 %**  
får frugt eller grønt til frokost på en typisk dag

**63 %**  
får frugt eller grønt til aftensmad på en typisk aften

**22 %**  
får ikke frugt eller grønt til hverken frokost eller aften på en typisk dag

## De syv kostråd – godt for sundhed og klima

Kilde: Fødevarestyrelsen 2025.



# Få grøntsager dominerer på tallerkenen

Ser vi nærmere på de typer af grøntsager, der indgår i aftensmåltidet, er variationen meget begrænset.

De fem mest udbredte grøntsager i aftensmåltidet er tomater, løg, salat, agurk og gulerødder (Figur 4). De indgår tilsammen i otte ud af ti måltider med grøntsager. I fire ud af ti måltider med grøntsager indgår der ikke andre grøntsager end de fem.

Når der indgår grøntsager i vores aftensmåltider, indgår der i gennemsnit 2,5 forskellige slags (Madkulturen 2023a).

Den begrænsede variation i forbruget af grøntsager fremgår også af en tidligere undersøgelse, der viser, at halvdelen af vores samlede forbrug af grøntsager målt på omsætning udgøres af tomat, agurk, peberfrugt, gulerødder og løg (Coop Analyse 2016).

Listen over de mest populære grøntsager i aftensmåltidet vidner om, at fine grøntsager som salat, agurk og tomat har vundet frem, mens mange grove grøntsager som rodfrugter og kål er gledet i baggrunden i vores madkultur. De grove grøntsager har ellers for få generationer siden fyldt rigtig meget i hverdagsmaden. Samtidig er det typisk dem, der egner sig særligt godt til at dyrke på friland i Danmark, og som også bør prioriteres fra et sundheds- og ernæringsperspektiv, hvorfor et af kostrådene lyder, at man "især skal vælge grove grøntsager" (Fødevarestyrelsen 2025).

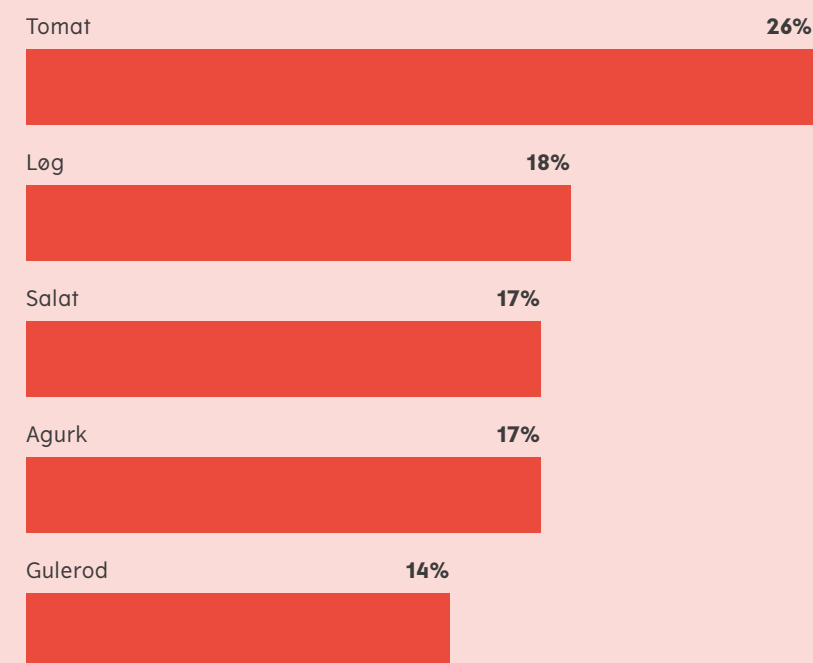
**80 %**  
af måltiderne med grøntsager indeholder mindst en af de fem mest populære grøntsager

**40 %**  
af måltiderne med grøntsager indeholder ikke andre grøntsager end de fem mest populære

Figur 4

## De fem mest populære grøntsager i aftensmåltidet

Andele, der har angivet, at følgende grøntsager indgik i gårsdagens aftensmåltid.



Kilde: Madkultur2023a  
N=2.114

# Tre ud af fire grøntsager er importeret

26%

af grøntsagerne på det danske marked er produceret i Danmark

9%

af frugten på det danske marked er produceret i Danmark

50%

er selvforsyningsgraden på det danske marked for de typer af frugt og grønt, der dyrkes i Danmark

Mens det grønne fylder relativt lidt i vores hverdagsmad, er der ekstra langt mellem danskproduceret grønt på middagsbordene i Danmark. Det kan vi se, når vi sammenligner tallene for produktion i Danmark med tallene for import og eksport af både rå og forarbejdede frugter og grøntsager. Det giver et rimelig godt billede af, hvor forsyningen af frugt og grønt til det danske marked stammer fra (se [Metode](#)).

Danske grøntsager udgjorde i 2023 26 % af forsyningen til det danske marked, mens resten blev importeret. Det er på niveau med de foregående år, men langt lavere end for få årtier siden. I 1963 var hele 92 % af grøntsagerne på det danske marked produceret i Danmark, mens kun 8 % var importeret (Figur 5).

Også når det gælder frugt, er importens andel af forbruget steget voldsomt de seneste 60 år, så den danske produktion i dag kun dækker 9 % af forsyningen til det danske marked (Figur 5).<sup>1</sup>

Det skyldes især, at vi særligt forbruger frugt som bananer og appelsiner, vi ikke kan dyrke her. Men også at typisk nordiske frugter som fx æbler i dag importeres i meget høj grad (Figur 6), mens produktionen af æbler i Danmark er faldet med 80 % over de seneste 40 år (Danmarks Statistik 2018).

Hvis vi ser på de fem mest almindelige grøntsager, er der stor forskel på, hvor stor en del af forsyningen, der er produceret i Danmark. For gulerødder og løg kommer mere end 80 % af forsyningen fra danske producenter, og for kål gælder det 65 %. Men for fine grøntsager som agurker, tomater og salat halter produktionen i Danmark et godt stykke efter (Figur 7).

Ser vi kun på de typer af frugt og grønt, hvor der er en produktion i Danmark, er det 50 % af den samlede forsyning til det danske marked, der kommer fra danske producenter.

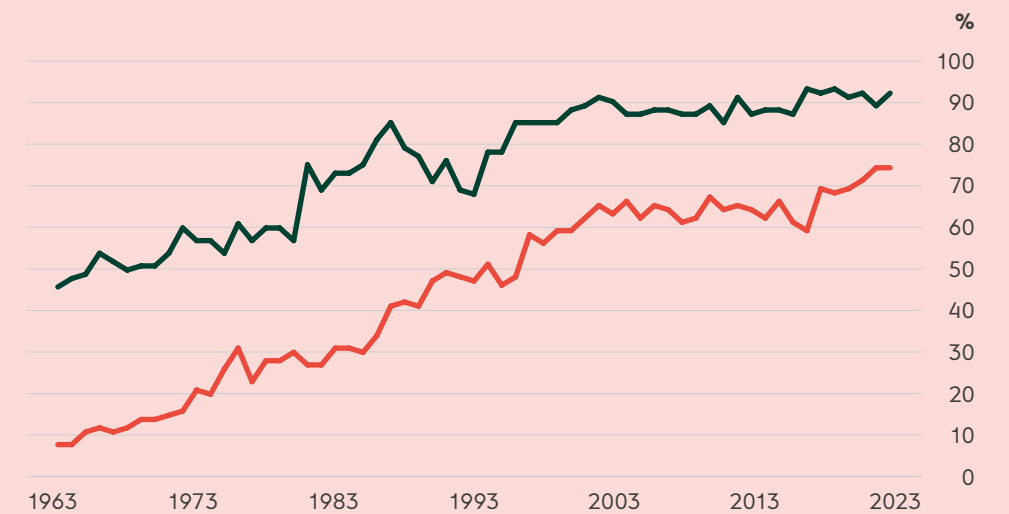
Figur 5

## Stor stigning i importens andel af forsyningen med frugt og grønt i Danmark

Importens andel af frugt og grøntsager på det danske marked, 1961-2023.

■ Grøntsager  
■ Frugt og bær

Kilde: FAO - FAOSTAT  
Tallene viser den mængde af frugt og grønt, der er til rådighed på det danske marked, hvor spild ikke er fratrukket.

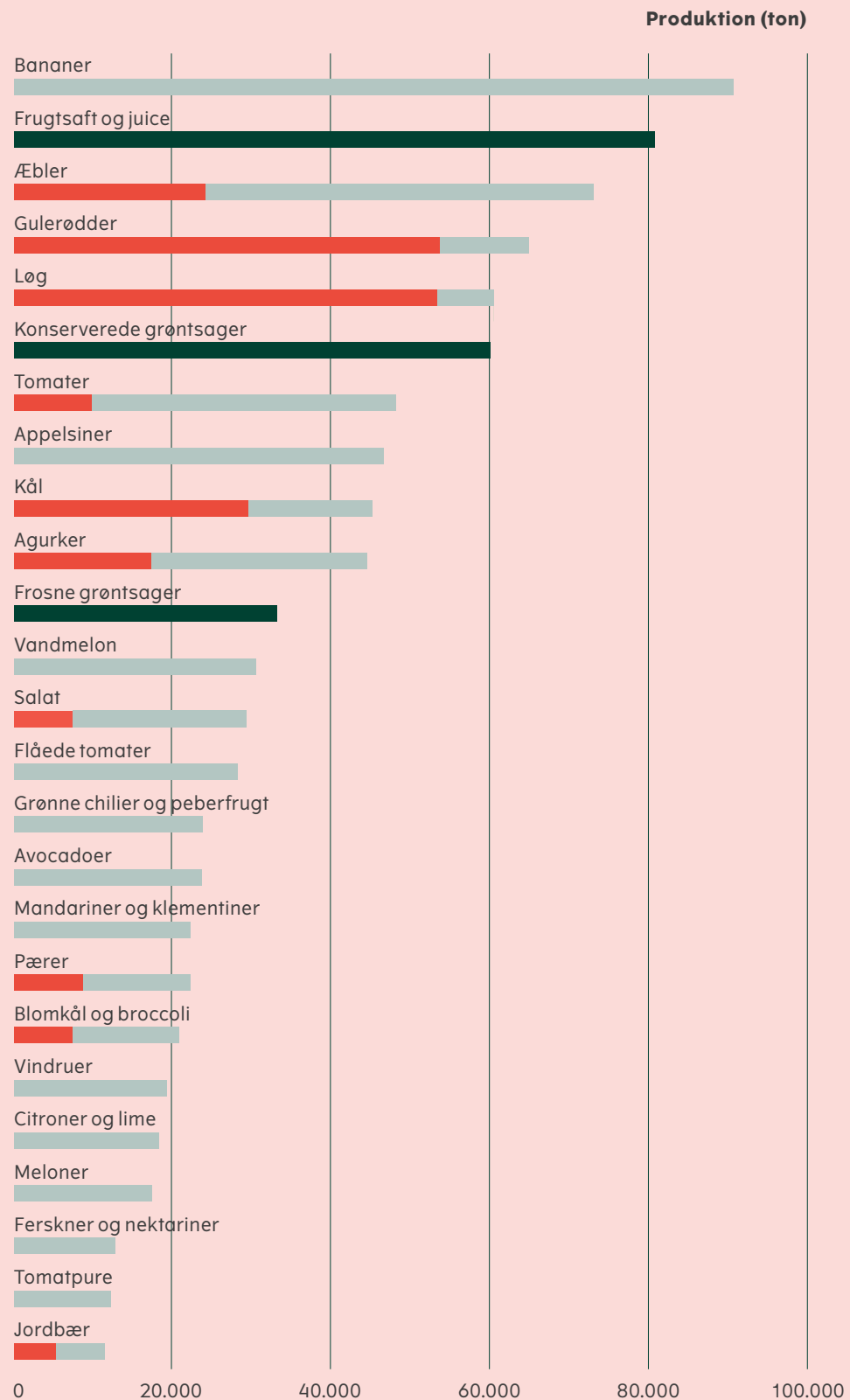


Figur 6

**Top-25 typer frugt og grønt på det danske marked**

Forsyningen af frugt og grønt til det danske marked. Dansk produktion, import og ukendt oprindelse. 2023.

- Danskproduceret
- Importeret
- Kan ikke fastslås



Kilde: FAO - FAOSTAT

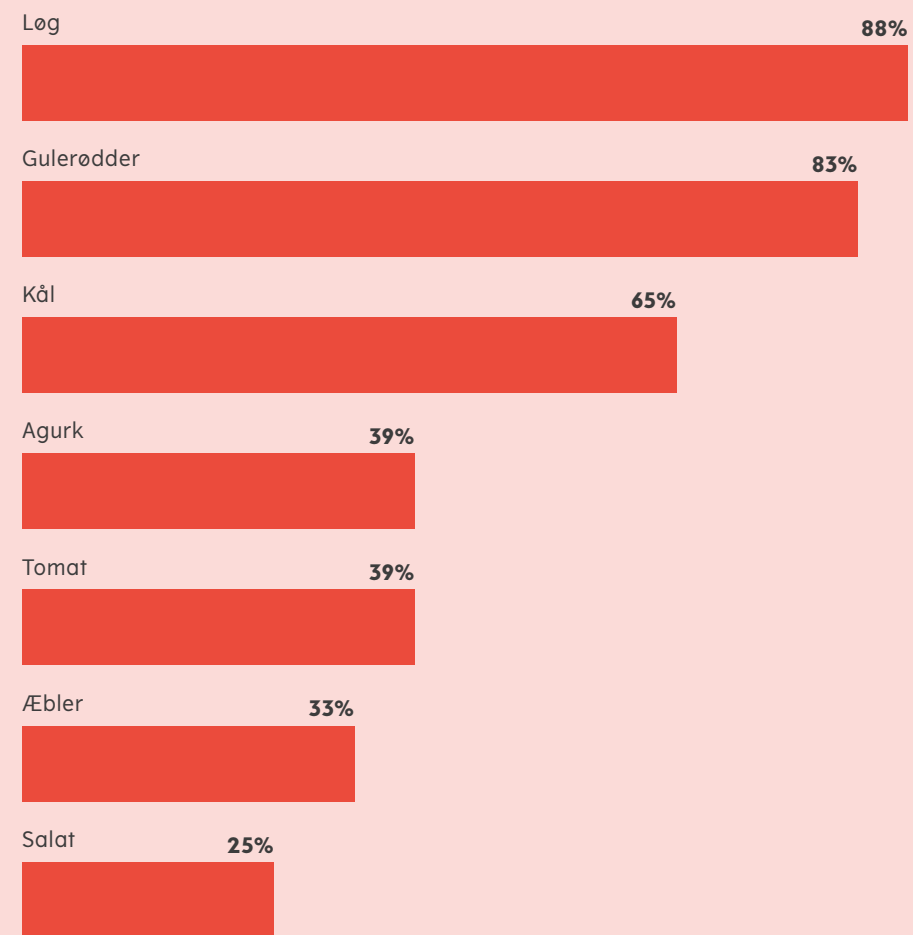
Tallene viser den mængde af frugt og grønt, der er til rådighed på det danske marked, hvor spild ikke er fratrukket.

"Kan ikke fastslås" angiver, at det med det tilgængelige data ikke har været muligt at estimere den danske produktions andel.<sup>2</sup>

Figur 7

**Almindelige frugter og grøntsager, hvor selvforsyningsgraden i Danmark er stor**

Forsyning af nedenstående frugt og grønt til forbrug i Danmark. Andel produceret i Danmark.



Kilde: FAO - FAOSTAT

Tallene viser den mængde af frugt og grønt, der er til rådighed på det danske marked Danmark, hvor spild ikke er fratrukket.

# 3

## Hvad holder os tilbage? **Barrierer i madkulturen**

# Grøntsager i birollen

En væsentlig barriere for mere dansk grønt på tallerkenen er, at de grønne råvarer i vores madkultur spiller en birolle til kød og andre animalske fødevarer.

Når vi planlægger vores måltider og køber ind, orienterer vi os primært efter kødet, og mere end hver tredje finder det svært at lave velsmagende mad uden kød. Grøntsagerne bliver ofte betragtet som tilbehør og får mindre opmærksomhed.

## 18 %

af aftensmåltiderne blev lavet med grønnsager som hovedingrediens i 2015

## 10 %

af aftensmåltiderne blev lavet med grønnsager som hovedingrediens i 2023

### Kødtunge aftensmåltider

Globalt set er der en tæt sammenhæng mellem velstand og en kost baseret mere på animalske produkter. Den sammenhæng afspejler sig i høj grad i madkulturen i Danmark, som er på en fjerdeplads over lande, hvor vegetabiliske fødevarer udgør den mindste andel af kalorieindtaget (Hansen 2023).

Birollen for de grønne råvarer ses også tydeligt ved aftensbordet, hvor kødet typisk definerer vores madlavning og de mest populære retter (Madkulturen 2023a). Mens en uforandret andel på 76 % af aftensmåltiderne indeholder kød, er der kun grønnsager i 61 % (Madkulturen 2024b).

Grøntsagerne opfattes kun som hovedingrediens i 17 % af de måltider, hvor de indgår, svarende til 10 % af aftensmåltiderne i alt. Det er et stort fald siden 2015, hvor grønnsagerne var hovedingrediens i 26 % af grøntsagsmåltiderne og 18 % af alle måltider. Tilsvarende opfattes kød i dag som hovedingrediens i 54 % af måltiderne med kød – eller fire ud af ti aftensmåltider i alt (beregninger på data fra Madkultur2015-2024).

Dertil kommer, at variationen af grønnsager i måltiderne er meget lav (se [Få grønnsager dominerer på tallerkenen](#)).

### Går ikke efter grønnsager

Ved planlægningen af måltidet er det kun 8 % af forbrugerne i Danmark, der primært orienterer sig efter grønnsager, mens 36 % primært orienterer sig efter kødet (Landbrug & Fødevarer 2024).

Samtidig har detailkædernes markedsføring langt større fokus på kød end på grønnsager. I supermarkedernes tilbudsaviser står kød for 17 % af annoncerne, mens frugt og grønt kun fylder 5 % – med en mindre andel for dansk frugt og grønt (se [Historien bliver ikke fortalt](#)).

Det store fokus på kød under planlægning og indkøb betyder, at vi tager mere let på, hvilke grønnsager der ender i indkøbskurven. Dermed er vi også mindre villige til at tage højde for grønnsagernes sæson eller bruge ekstra penge på at efterleve den udbredte præference for dansk grønt, som kommer til udtryk ved, at 78 % foretrækker at få frugt og grønt produceret i Danmark, når det er muligt (se [Bred opbakning til dansk frugt og grønt](#)).

### Brug for en hjælpende hånd

Mange danskere vil gerne variere deres forbrug af grønnsager, men oplever barrierer i form af manglende kendskab til andre typer end de mest almindelige samt viden om, hvordan de kan bruges i madlavningen (Landbrug & Fødevarer 2022). Det kommer også til udtryk ved, at hver tredje finder det svært at lave velsmagende mad uden kød (Madkulturen 2023a).

I Madkulturens interviews peger flere aktører på inspiration, maddannelse og økonomiske incitamenter som nogle af løsningerne, hvis frugt og grønt skal spille en større rolle på middagsbordet. Mere medvind til grønnsagerne generelt i vores madkultur fremhæves samtidig som en oplagt vej til også at fremme forbruget af dansk grønt mere specifikt.

## 41 %

af aftensmåltiderne har kød som hovedingrediens i 2023

## 35 %

synes, det er svært at lave velsmagende mad uden kød



Hvis du gav folk en gang tempeh, en knoldselleri, en pastinak og en bladselleri, så ville de aldrig komme i mål. De ville stå og kigge på det og grine af os. Men vi kan hjælpe det på vej.

Fx har jeg udviklet en grøn bolognese, som mange ser ud til at købe ind på. Den er lavet på tempeh med danske ærter og lupiner, og resten det er rodfrugter og løg, og så lidt tomat sydfra. En vegansk ret, der er næsten 100 % dansk.

**Søren Ejlersen**  
CoFounder i Aarstiderne



Der er jo kun én vej, og det er at skære ned i vores forbrug af kød. Og der skal grøntsagerne fylde noget mere på tallerkenen. Vi skal sådan set bare følge kostrådene.

**Dorrit Andersen**  
Direktør i Rootconsult



Vi snakker rigtig meget om at spise flere grøntsager og mindre kød. Men det kræver noget hjælp og inspiration.

Når vi siger kødfri dag, så siger folk, hvordan skal jeg blive mæt? Man tænker på salatskåle og udkogte grøntsager. Vi har i generationer lært at stege en bøf, mens det der med grøntsager har været sådan noget ved siden af. Vi er nødt til at lære at stege og krydre grøntsagerne, så flere oplever, at grøntsager smager godt.

**Anders René Jensen**  
Indkøbs- og marketingdirektør i REMA 1000



For at få folk til at tage flere varer, skal der et øget sortiment til. Men hvad skal vi gøre for at øge sortimentet? Det er ikke kun et spørgsmål om eksponering, men selvfølgelig også om madkultur. Man vil ikke købe noget, man ikke ved, hvad man skal med. Så vi skal hjælpe folk med at vælge og med at forstå, hvordan man tilbereder det.

**Jens Nannerup**  
Direktør, GASA Odense

# Prisen gør det sværere at vælge dansk

Når vi køber ind, har prisen stor betydning for, hvilke varer der ender i indkøbskurven. Det gælder også i grøntafdelingen, hvor det danske ikke er et automatisk førstevalg. Vi afvejer mange forskellige kvaliteter op mod hinanden for at vurdere, hvor vi får mest for pengene.

To ud af tre forbrugere vil gerne betale mere for frugt og grønt, der er produceret i Danmark. Men samtidig er de danske varianter typisk dyrere end de udenlandske. Dermed bliver prisen i praksis en barriere for flere grønne danske råvarer på tallerkenen.

## Fremtoning og pris er afgørende i indkøbssituationen

I en travl indkøbssituation træder vores generelle holdninger og værdier typisk i baggrunden, når vi på kort tid skal afveje mange konkrete hensyn og informationer – med prisen som en afgørende målestok (Madkulturen 2023a, Hansen 2022, Gram 2022). Det gælder også, når vi skal købe frugt og grønt.

Selvom 78 % generelt foretrækker at købe dansk frugt og grønt, når man spørger generelt, lægger kun 43 % vægt på at vælge danske varianter, når man i praksis skal købe ind og også har hensyn at tage. Så er der flere, som vægter mere direkte og sanselige indtryk som friskhed og forventningen om en god smag. Samtidig er prisen et vigtigt hensyn, der fremhæves af seks ud af ti i Madkulturens forbrugerundersøgelse (Figur 8). Det samme billede tegner sig i

flere tidligere undersøgelser (KANTAR 2022, Landbrug & Fødevarer 2024).

Dansk grønt er således ikke et automatisk førstevalg, men skal også have en attraktiv fremtoning og pris, hvis det skal være sikret en plads i indkøbskurven.

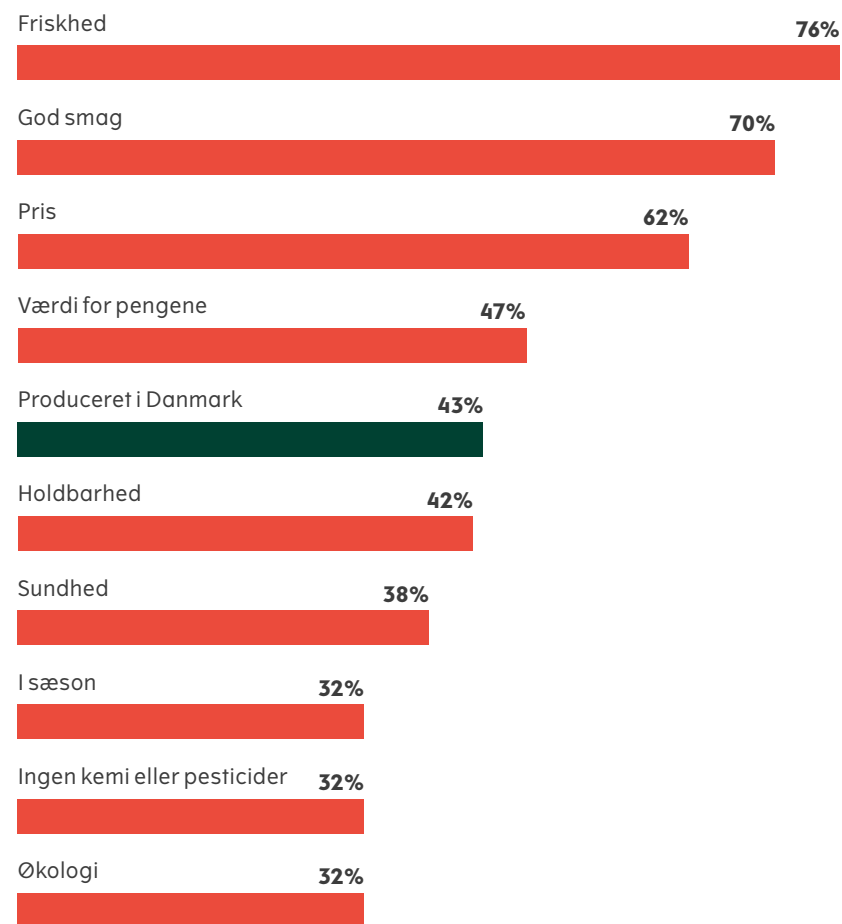
I Madkulturens interviews peger aktører fra bl.a. detailhandlen ligeledes på, at forbrugernes valg ikke automatisk falder på de danske produkter. De fremhæver især prisfokus og manglende villighed til at betale, hvad dansk grønt koster, som barrierer for de danskproducerede varer.

Flere peger desuden på, at danske varer er mest relevante for forbrugere, når de også repræsenterer andre kvaliteter som bedre smag eller færre pesticider i produktionen (se [Dansk på grund af kvaliteten](#)).

Figur 8

**Når man køber frugt og grønt, er dansk oprindelse vigtigt for fire ud af ti**

Sammenlægning af spørgsmålene "Hvad er vigtigst for dig, når du køber grøntsager?" og "Hvad er vigtigst for dig, når du køber frugt?" Top-10.

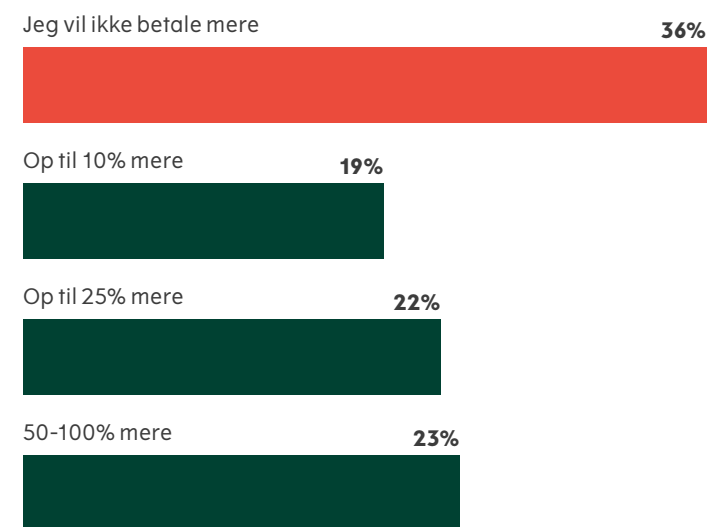


Kilde: Madkulturen 2025a  
N=1.032

Figur 9

**To ud tre er villige til at betale mere for dansk frugt og grønt**

Hvor meget er du villig til at betale mere for dansk frugt og grønt ift. udenlandsk?



Kilde: Madkulturen 2025  
N=1.032

**26%** vil en gennemsnitlig forbruger betale mere for frugt og grønt, der er produceret i Danmark

**30%** mener, at prisen på dansk frugt og grønt er for høj til, at de vil købe det

**70%** vil gerne købe mere dansk frugt og grønt, end de gør i dag

**To tredjedele vil betale mere for dansk**

Mens 78 % generelt foretrækker at købe dansk grønt, er det lidt færre, som også er villige til at betale mere for de danske varer. Det svarer 64 % bekræftende på i Madkulturens forbrugerundersøgelse. Der er forskel på, hvor meget mere, man er villig til at betale (Figur 9). Men over en bred kam, er vi villige til at betale 26 % mere for frugt og grønt, der er produceret i Danmark (vægtet gennemsnit).

I brancheinterviewene peger flere aktører på, at merprisen på dansk frugt og grønt, på trods af en større betalingsvillighed, i praksis bliver en barriere for forbrugernes valg af det danske.

Det bekræftes af, at 30 % af forbrugerne i vores undersøgelse mener, at prisen på dansk frugt og grønt generelt er for høj til, at de vil købe det, samtidig med at 70 % egentlig gerne ville købe mere dansk grønt, end de gør i dag.

Nolge aktører peger dog samtidig på, at der er et uudnyttet potentiale for at understøtte en større betalingsvillighed for dansk frugt og grønt.

**64%** vil gerne betale mere for dansk frugt og grønt, der er produceret i Danmark



Vi vil gerne købe økologi. Men så er der lige et tilbud på konventionelle tomater til en god pris. Og dem tager vi så lige i stedet for. Man har et standpunkt, til man tager et nyt. Og nogle gange holder standpunktet kun, indtil man går ned i supermarkedet og får øje på et godt tilbud.

**Lars Andresen**  
Teamleder i Lidl



Det danske er et kvalitetsparameter og kan blive det i endnu højere grad. Og så ved jeg godt, at der er en diskrepans mellem, hvad man siger som forbruger, og hvad man gør, når man står nede i supermarkedet.

I alle de undersøgelser, vi ser, vægter det danske, det nære, og det, man kan stole på, rigtig meget. Men vi kan også se, at hvis prisforskellen bliver for stor, så bliver det ved tanken.

**Richo Boss**  
Direktør for MENY



Forbrugerne har en præference for det danske, og et kraftigt fokus på pris. Man er meget orienteret efter discount og vælger ofte den billige løsning.

**Jens Nannerup**  
Direktør, GASA Odense



Vi skal have forbrugerne tættere på producenterne. Så forbrugerne faktisk finder ud af, hvor meget det kræver, og at der er nogle ildsjæle bag.

Det kræver sindssygt meget arbejde, før du står med et æble. Hvis man begynder at få den forståelse, så tror jeg både, man smider mindre ud, og at man er klar til at betale noget mere.

**Anders René Jensen**  
Indkøbs- og marketingdirektør i REMA 1000

## Stikprøve viser højere priser på dansk grønt

For at få en fornemmelse af prisforskellen mellem danske og udenlandske varianter af grøntsager har Madkulturen lavet en stikprøveundersøgelse i otte forskellige supermarkedskæder i februar 2025.

Det giver langt fra et dækkende billede, men kan tjene som en indikation af, hvilke prisforskelle en typisk forbruger skal forholde sig til under de daglige indkøb.

Stikprøveundersøgelsen er udført ved at sammenligne priserne på danske og udenlandske agurker, tomater, spidskål og æbler, både økologiske og konventionelle (Figur 10).

I stikprøven var de danske varianter i gennemsnit 7 % dyrere end de udenlandske, når der tages højde for prisforskellen på konventionelle og økologiske varianter.

Der må dog tages store forbehold for stikprøvens lille størrelse og for, at de danske varianter var underrepræsenterede, fordi stikprøven er taget i februar, hvor tilgængeligheden af dansk grønt er allermindst.

Samtidig må prisforskellen mellem danske og udenlandske varianter af særligt agurker og tomater formodes at være mindre på de tidspunkter af året, hvor den danske produktion er størst.

**7%**

**mere kostede de danske grøntsager i gennemsnit i en stikprøve i februar måned**

Figur 10

### Prisen på udvalgte grøntsager i en stikprøve

Gennemsnitspriser på tværs af otte supermarkeder i en stikprøve med 117 varer i alt.

Kilde: Madkulturens stikprøve foretaget i februar 2025

DKK	Konventionel		Økologisk	
	Udenlandsk	Dansk	Udenlandsk	Dansk
Æbler, pr.kg	16	17	22	23
Spidskål, pr. stk	15	16	18	20
Tomater, pr. kg	32	61	42	50
Agurker, pr. stk	9	10	-	18

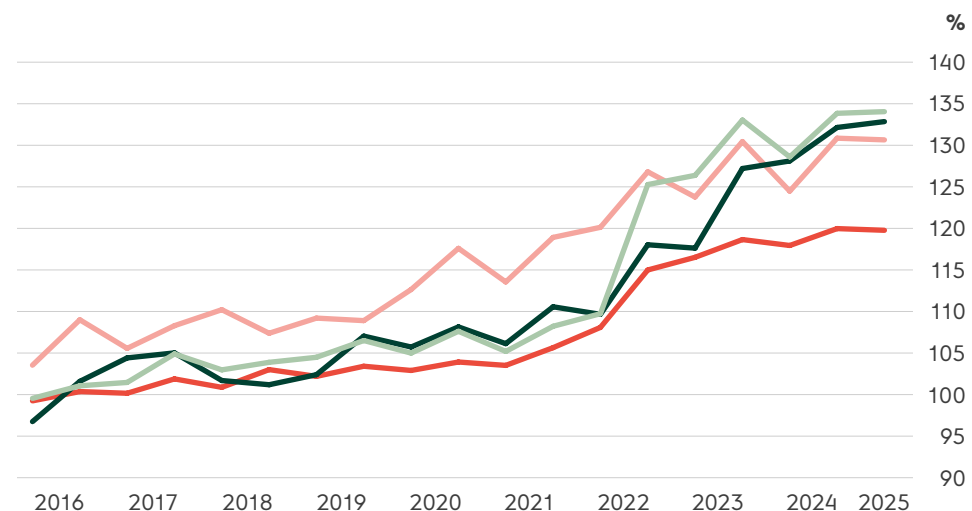
Figur 11

**Fødevarepriserne er steget mere end forbrugerpriserne generelt.**

Udvikling i forbrugerprisindekset samt i indekset for frisk frugt, friske grøntsager og fødevarer generelt. 2015=100.

- Forbrugerprisindekset i alt
- Frisk frugt
- Friske grøntsager (uden kartofler)
- Fødevarer generelt

Kilde: Danmarks Statistik - PRIS111



**Presset af stigende priser**

Over en årrække har prisen fået øget fokus for forbrugerne i forbindelse med de daglige fødevarerindkøb. Færre er nu villige til at betale mere for varer af en høj kvalitet, og 55 % går næsten altid efter de billigste varer. Det ses også på den discountbølge, som kendetegner udviklingen på detailmarkedet (Madkulturen 2023a).

En af forklaringerne på det øgede prisfokus er, at forbrugerpriserne i løbet af de seneste år er steget voldsomt, bl.a. på grund af stigende priser på energi, særligt i 2021 og 2022.

Prisstigningerne gør sig i særlig grad gældende for fødevarer, som siden januar 2022 er steget med 22 % - dobbelt så meget som stigningen i de samlede forbrugerpriser. Grøntsagerne er steget lige så meget som fødevarerpriserne generelt, mens frugt er steget lidt mindre (Figur 11).

Et højere prisniveau på grøntsager kan være med til at øge presset på de danske grøntsager, når forbrugerne kompenserer for prisstigningerne ved at vælge billigere varianter. Netop det problem nævner flere af de aktører, Madkulturen har interviewet.

I det hele taget er frugt og grønt i fare for at blive sparet væk, når vi bliver presset på madbudgettet. Så vælger vi hellere grøntsagerne fra end kødet. Det fremgår bl.a. af en analyse, Madkulturen har lavet af hverdagsmaden i økonomisk trængte familier. I denne gruppe er det 72 %, der ikke får frugt dagligt, og 49 %, der ikke får grøntsager til aftensmad på en gennemsnitlig dag. I de kvalitative interviews med forældrene omtales de animalske kalorier som sikre, mens grøntsagerne er i risiko for at ende som madspild, hvis børnene ikke kan lide dem, eller hvis de når at blive for gamle, inden man får dem brugt. Dertil bliver grøntsager anset som en dyr måde at spise sig mæt på (Madkulturen 2023b).



Da inflationen ramte, så tænkte vi, at nu bliver oksekød fravalgt til fordel for frugt og grønt. Men det skete ikke. Salget af kød holdt niveauet, mens folk downgradede frugt og grønt. Så i stedet for at tage de mere specielle slags frugt og grøntsager, så gik de ned og købte de billigere basisvarer.

**Anders René Jensen**  
Indkøbs- og marketingdirektør i REMA 1000



Forbrugerne siger, at inflationen er tårnhøj og varerne er alt for dyre. Og det er en svær kombination, fordi vi har alternativer, der er billigere i udlandet.

**Jesper Rix Mandal**  
Indkøbschef hos Dagrofa



Før fik jeg altid gulerødder og hvidkål til aften. Det har jeg ikke mere i køleskabet. Og til madpakken handler jeg kun det, min søn beder om. Jeg bliver nok nødt til også at skære mere frugt fra, fordi han ikke spiser det. Det hader jeg at skulle gøre. Men prioritet er, at vi ikke skal gå sultne i seng. Og så er det grønt, frugt og snacks, der skal skæres ned på først.

**Christina (47 år)**  
Sygemeldt og mor til et barn - interviewet til undersøgelsen Med maden som indsats (Madkulturen 2023b)

## Differentieret moms i andre EU-lande

EU's momsregler giver mulighed for, at det enkelte medlemsland kan vælge at reducere momsen på bl.a. fødevarer. Danmark er det eneste af de 27 medlemslande, som ikke gør brug af denne mulighed for reduceret moms (EU 2025) – men dog har en nulsats på aviser.

Flertallet af EU-lande har reduceret moms på fødevarer, enten alle eller nogle typer. Tyskland har fx 7 % moms på alle fødevarer, mod 19 % moms som standardsats, mens et land som Spanien har nedsat moms på 10 % for alle fødevarer og 4 % for bl.a. frugt, grønt, brød og mælkeprodukter (Skatteministeriet 2024, bilag 2).

I Danmark har differentieret moms på frugt og grønt været til debat, særligt gennem de seneste par år, og flere supermarkedskæder har afsøgt effekten ved at sænke prisen på frugt og grønt i en periode.

Lidl kørte fx en kampagne med "momsfrit" frugt og grønt fra d. 1. februar til d. 31. marts 2024. Resultatet af det initiativ var en øget omsætning på 13 % i frugt og grønt-kategorien i forsøgsperioden, mens salget i nogle områder steg med op til 31 % (Ritzau 11.10.24).

Også Coop365 har forsøgt sig med at skære 25 % af prisen på frugt og grønt. Det skete i en uge fra d. 25. til d. 31. januar 2024, hvor salget af frugt steg med 23 procent, mens salget af grønt steg med 44 % (Ritzau 22.1.24).

I en undersøgelse fra 2023 bakkede 81 % af danskerne op om reduceret moms på sunde fødevarer som fx frugt og grønt (Sundhedsstyrelsen 2023), og i 2024 lavede Skatteministeriet en omfattende afdækning af de samfundsøkonomiske effekter på en række områder af at sænke momsen på frugt og grønt (Skatteministeriet 2024).

# Mister grebet om sæsonens råvarer

For få generationer siden var forbruget af frugt og grønt i meget høj grad bestemt af, hvad der kan dyrkes i Danmark. Nu er råvarehorisonten for særligt yngre forbrugere i langt højere grad defineret af supermarkedernes stabile udvalg, hvor importerede råvarer spiller en stor rolle.

Madlavning fra bunden er på hurtig retur, og der bliver stadig længere mellem de rå grøntsager i vores køkkener. Det giver en større afstand til råvarerne, som bl.a. viser sig i et lavt kendskab til grøntsagernes dyrkningssæson.

### Færre måltider afspejler sæsonens råvarer

Detailhandlen har over de sidste 50 år gennemgået en udvikling mod et udvidet varesortiment, der for de fleste produkters vedkommende er fast året rundt. Denne udvikling er drevet af teknologiske muligheder, adgang til globale markeder og forbrugernes stigende forventninger om at kunne lave de samme velkendte retter året rundt.

Der bliver stadig længere mellem sæsonens råvarer i vores aftensmåltider. I 2023 var det 17 %, der på en typisk aften oplevede, at deres aftensmåltid afspejlede sæsonens råvarer, mod 21 % i 2019. Samtidig er det nu kun 30 %, der angiver at have købt sæsonens råvarer i løbet af en typisk uge (Madkulturen 2023a).

Dog er det stadig en væsentlig værdi for mange, at måltiderne afspejler sæsonens råvarer. Det betyder meget for næsten halvdelen af forbrugerne i Danmark (45 %) (Madkulturen 2023a), ligesom 32 % i Madkulturens måling fra februar 2025 svarer, at de lægger vægt på sæsonen, når de køber grønt.

Nogle danske afgrøder har en meget lang sæson, ikke mindst rodfrugter og hovedkål, der både kan sælges direkte fra marken og opbevares i mange måneder på køl. For forbrugerne er sæson dog især vigtigt, når det gælder tre danske råvarer med en meget kort sæson, nemlig asparges, jordbær og nye kartofler (Figur 12). Selv disse tre typisk danske sæsonafgrøder er i stadig højere grad tilgængelige fra udlandet på andre tidspunkter, hvilket på sigt kan være med til at mindske forbrugernes villighed til at prioritere at købe dem i den korte danske sæson.

Figur 12

**Forkærlighed for danske asparges, jordbær og nye kartofler**

Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Sammenlægning af meget enig/enig.



Kilde: Madkultur 2023a  
N=2.187



Hvis detaileddet gerne vil bakke op om dansk frugt og grønt, så bliver de nødt til at vise forbrugeren, at man ikke kan forvente de samme varer hele året rundt, og at produkterne varierer i størrelse. Så danskerne skal måske vænne sig til en anden form for kvalitet, hvor smagen er bedre, men hvor der kan være små skønhedsfejl.

**Sanne Aagesen**

Faglærer ved Roskilde Tekniske Skole, Vilvorde



Grundlæggende har vi jo vænnet den danske forbruger til, at tingene er i sæson hele året.

**Richo Boss**

Direktør for MENY

**32%**

lægger vægt på at få sæsonens råvarer, når de køber frugt og grønt

**17%**

oplever at aftensmaden i går afspejlede sæsonens råvarer.

**30%**

køber sæsonens råvarer i løbet af en typisk uge

## Hvilke af disse råvarer er i sæson i Danmark i september?



### Få unge ved, hvornår danske råvarer er i sæson

I Madkultur23 præsenterede vi et stort antal respondenter for syv almindelige grøntsager og bad dem angive, om de var i sæson i september, hvor spørgeskemaet blev udfyldt. Mere end halvdelen (55 %) havde ingen rigtige svar, og yderligere 25 % svarede rigtigt for halvdelen af råvarerne.

Kendskabet til grøntsagernes sæson var lavest blandt unge under 25. Her var det 72 %, der ikke kendte sæsonen for nogen af de syv grøntsager, mod 44 % blandt 50-80-årige.

Det lave kendskab til råvarernes sæson kan i høj grad være med til at forklare, at så få af os oplever, at vores aftensmåltider afspejler sæsonen. Dels påvirker det manglende kendskab vores evne til at orientere os efter sæson, når vi køber ind. Dels kan vi have svært ved at vurdere, om vi faktisk spiser efter sæsonen.

I Madkultur23 så vi samtidig en tæt sammenhæng mellem sæsonkendskab og værdien om at spise efter sæsonen. Blandt dem, der svarer forkert i sæsonquizen, er der langt færre, der går op i, om deres måltider afspejler sæsonen (Madkulturen 2023a).

Det kan ses som et forvarsel om, at værdien om at spise efter sæson er på vej ud af vores madkultur. Det bekræftes af, at det blandt de 18-25-årige nu kun er 32 %, som går op i, om deres måltider afspejler sæsonens råvarer.

### Færre råvarer mellem hænderne

Det hjemmelavede måltid har traditionelt set haft en central plads i madkulturen i Danmark, men set over en årrække bliver hjemmelavet mad stadig oftere erstattet af færdigretter, takeaway eller mad spist ude (Madkulturen 2022). Det gælder ikke mindst de måltider, hvor alt er lavet fra bunden, som i 2024 udgjorde 44 % af aftensmåltiderne på en gennemsnitlig aften mod 55 % i 2016 (beregninger på data fra Madkultur24, Madkulturen 2024a).

Når vi laver mad hjemme, skal det tit gå hurtigt. Et gennemsnitligt aftensmåltid bliver lavet på 27 minutter, og hvert tredje måltid på under 15 minutter. Det kan bl.a. lade sig gøre i kraft af convenience, som 72 % af os bruger i madlavningen på en typisk aften. Særligt for grøntsagernes vedkommende er convenience udbredt i form af enten færdiglavede eller klagjorte grøntsager, som indgår i 38 % af aftensmåltider med grøntsager (Madkulturen 2022).

55 %

kender ikke sæsonen for syv almindelige grøntsager

72 %

af unge under 25 år kender ikke sæsonen for syv almindelige grøntsager

38 %

af aftensmåltiderne med grøntsager blev tilberedt med brug af med færdiglavede eller klagjorte grøntsager

Udviklingen mod mindre hjemmelavet mad, hurtigere madlavning og mere convenience i køkkenet betyder, at vi generelt har færre hele grøntsager mellem hænderne til hverdag. Over tid kan det medføre en ringere forståelse for, hvilke grøntsager, der indgår i vores retter, og hvordan rå grøntsager skal håndteres i køkkenet. Det gælder ikke mindst for den generation, som er børn i dag, og som stadig sjældnere får lov til at deltage i madlavningen derhjemme (Arla Fonden 2024, Madkulturen 2022).

Allerede i dag er der mange, som finder det svært at lave mad af sæsonens råvarer (Arla 2022). Fx er det 30 %, der finder det svært at udnytte forskellige spændende grøntsager i maden (GASA Odense 2024), og 17 % der finder det svært at lave mad med mange grøntsager (Madkulturen 2019).

Netop det lave kendskab til grøntsagerne og usikkerheden i køkkenet fremhæves af flere aktører i Madkulturens interviews som væsentlige barrierer for at få nye, danskproducerede grøntsager på menuen hos den gennemsnitlige forbruger (se [Grøntsager i birollen](#)).

#### **Grøn convenience er et tveægget sværd**

Selvom convenience på den ene side er med til at øge afstanden til råvarerne, kan grøn convenience på den anden side være en løftestang for mere grønt i maden, fordi det letter indkøbsvalget og gør det mere overskueligt for forbrugeren at lave mad med flere grøntsager – eller snige dem ind ad bagdøren.

I brancheinterviewene påpeges det dog også, at andelen af dansk convenience med grøntsager i butikkerne i dag er lav, og at forbrugerne ikke i samme grad tænker over oprindelsen, som man gør ved hele råvarer. I den forbindelse kan det også være en barriere for dansk grønt, at oprindelsesmærkning af grønt ikke gælder for de forarbejdede produkter (Fødevarestyrelsen 2022).

I dag har i hvert fald én stor grøntsagsproducent, Dangrow, et sortiment af tilbehørs- og måltidssalater med danske råvarer (GASA Nord Grønt 2025). Men generelt er der blevet væsentligt færre fødevarer virksomheder, der forarbejder frugt og grønt (se [Mangler forarbejdede produkter](#)). Bl.a. er der ikke længere nogen produktion af frosne grøntsager til industri i Danmark, hvilket fx begrænser muligheden for at bruge danske grøntsager, når man laver hakkekød med en andel af grønt iblandet.

17 %

finder det svært at lave mad med mange grøntsager

44 %

fik helt og aldeles hjemmelavet mad på en typisk aften i 2024

Mere dansk frugt og grønt



En del af løsningen er at arbejde med convenience. Vi (i Aarstiderne, red.) implementerer rigtig mange rodfrugter. I fiskefarsen, i ærtefalaflerne, i hybridfarserne. Det er tæt på, at der næsten ikke er et reelt stykke kød i kasserne mere, fordi vi simpelthen har lavet hybridfarser.

**Søren Ejlersen**  
CoFounder i Aarstiderne



Det kræver noget hjælp og inspiration at spise flere grøntsager. Grøntsager skal have noget smag, og det skal vi have hjælp til. Det prøver vi fx at imødekomme med opskrift til kunderne, der kombinerer en grøntsag og en smags-giver til en simpel grøntsagsret (...)

Kød med en andel af grøntsager er en ny måde at skrue op for det grønne på. Hos os har det været med til at reducere mængden af kød vi sælger. Men da der ikke er nogen dansk produktion af frosne grøntsager til industri, er det indtil videre lavet med importerede grøntsager.

**Anders René Jensen**  
Indkøbs- og marketingdirektør i REMA 1000



Det er langt de færreste convenience-produkter med grønt i butikkerne, som er danske. Det tænker forbrugeren ikke over, fordi etiketten måske nok er genkendelig og med en dansk tekst. Langt størsteparten af fx måltidssalaterne kommer faktisk fra Holland eller Sverige.

**Dorrit Andersen**  
direktør i Rootconsult

# 4

## **Hvordan ligger landet? Produktionen af frugt og grønt i Danmark**

# Et lille grøntsagsland

Hvert år produceres omkring 275.000 ton frugt og grønt i Danmark til en værdi af ca. 2,8 mia. kr. Det er en af de laveste produktioner pr. indbygger i EU – og langt mindre, end vi selv forbruger.

Produktionen af frugt og grønt er faldet over de seneste år, målt på vægten, og arealmæssigt fylder den i dag kun 0,6 % af det dyrkede areal i Danmark.

## Lav produktion pr. indbygger

Den danske produktion af frugt og grønt er meget lille set i forhold til flere andre europæiske lande. I 2023 blev der samlet set produceret godt 5.800.000 ton grøntsager i EU, og heraf udgjorde den danske produktion kun 0,4 % målt på mængde og 2 % målt på værdien af udbyttet (Eurostat 2025, FADN 2025). Dermed er den danske produktion langt fra tilstrækkelig til at dække vores forbrug (se [Tre ud af fire grøntsager er importeret](#)).

Selv når man ser på de seks grøntsager, som produceres mest i Danmark, er vores produktion meget lille pr. indbygger ift. store grøntsagslande i EU som Spanien, Holland, Italien og Grækenland.

I Frankrig og Tyskland er produktionen ift. indbyggertallet dog tættere på det danske niveau, selvom den franske og tyske produktion i absolutte tal er langt større end den danske (Figur 13).

Også andelen af arbejdsstyrken, som er beskæftiget med gartneriproduktion, er væsentlig lavere i Danmark end i de syv lande i Figur 13. Herhjemme har vi, hvad der svarer til 5.342 fuldtidsbeskæftigede i de specialiserede gartnerierhverv (inkl. planteskoler og væksthushproduktion af prydanter, både heltid og deltid). Det svarer til 0,2 % af arbejdsstyrken, mod 0,9 % i gennemsnit for de syv lande i Figur 1 (beregninger på tal fra Danmarks Statistik JORD1 og NAN1; FADN 2025; Eurostat 2025).

**0,4 %**  
af EU's produktion af frugt og grønt kommer fra Danmark (målt på mængde)

**0,2 %**  
af den danske arbejdsstyrke er beskæftiget i gartnerierhvervet

Mere dansk frugt og grønt

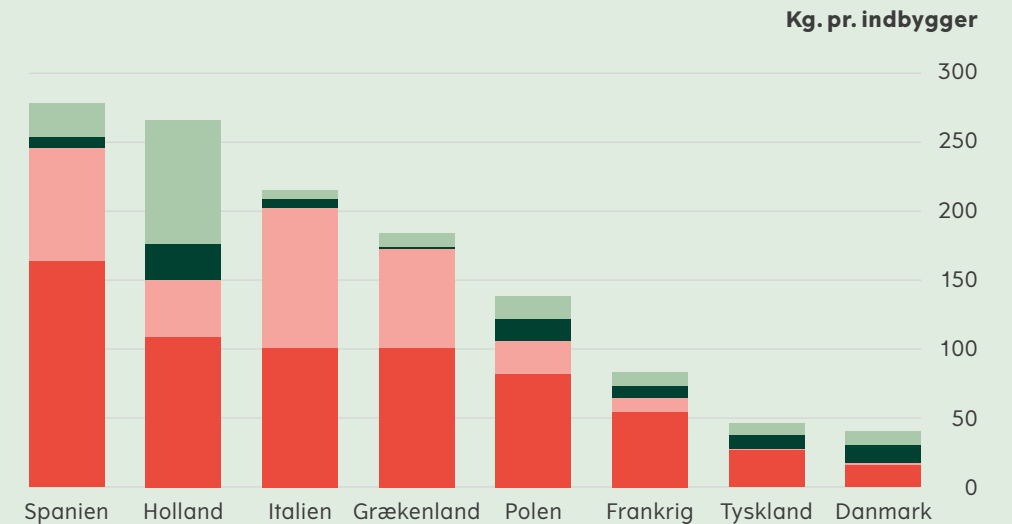
Figur 13

## Danmark er et lille grøntsagsland

Produceret mængde grøntsager i udvalgte EU-lande (kg.) ift. indbyggertal. 2023.

■ Andre grøntsager  
■ Tomater  
■ Gulerødder  
■ Løg

Kilde: Eurostat



## Dansk frugt og grønt på friland og i væksthuse

I Danmark blev der i 2023 år høstet 275.000 ton frugt og grønt i alt (Danmarks Statistik GARTN1) til en værdi af ca. 2,8 mia. kr., målt som bruttoudbytte (Danmarks Statistik JORD1).

Den største del af produktionen udgøres af frilandsgrøntsager, der målt på værdien af brutto-udbyttet står for 46 % af produktionen af frugt og grønt i Danmark.

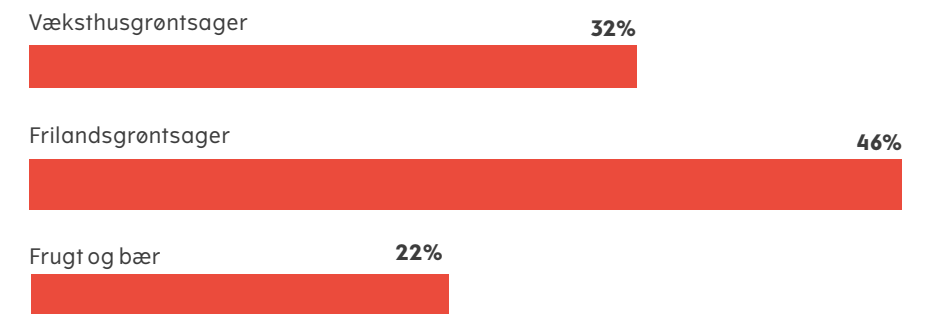
Væksthushgrøntsager står for 32 %, mens frugt og bær står for 22 % (Figur 14).

Figur 14

## Frilandsgrøntsager udgør næsten halvdelen af frugt og grønt, der produceres i Danmark

De tre driftformers andel af produktionen på specialiserede heltidsbedrifter (målt på værdien af bruttoudbyttet).

Kilde: Beregninger på tal fra Danmarks Statistik – JORD1



# 27%

er vægten af frugt og grønt høstet i Danmark faldet fra 2017 til 2023

### Fald i den producerede mængde

Høsten af frugt og grøntsager varierer naturligt år for år, men tendensen i Danmark er over de seneste 15 år gået mod faldende produktion, målt på vægten. Faldet gælder både for frilandsgrøntsager, væksthushgrøntsager samt frugt og bær (Figur 15). Den største udvikling er sket fra 2017 til 2023, hvor den samlede produktion af frugt og grønt er faldet med 99.000 ton, svarende til 27 %.

For frilandsgrøntsagernes vedkommende dækker faldet især over en lavere høstet vægt af gulerødder siden 2020 (se Figur 22 i afsnittet Specialisering i få afgroder). Arealet med gulerødder er ikke faldet tilsvarende. Det kan skyldes, at en større andel af gulerødderne høstes som små snackgulerødder. Afregningsprisen for et ton gulerødder er steget mere end for andre frilandsgrøntsager (Danmarks Statistik LPRIS26), hvilket også kan hænge sammen med, at en større del af høsten nu anvendes til forbrug frem for til industriproduktion, hvor afregningsprisen typisk er lavere.

Det største procentvise fald i produktionen af frilandsgrøntsager, målt på vægt, er sket i produktionen af ærter til konsum, der på ét år blev reduceret med to tredjedele, da

fødevarer virksomheden Ardo i 2022 stoppede sine danske aktiviteter (beregninger på tal fra Danmarks Statistik GARTN1; Food Supply 23.03.23). Selv hvis man ser bort fra ærter, er produktionen af frilandsgrøntsager faldet siden 2017, målt på vægten.

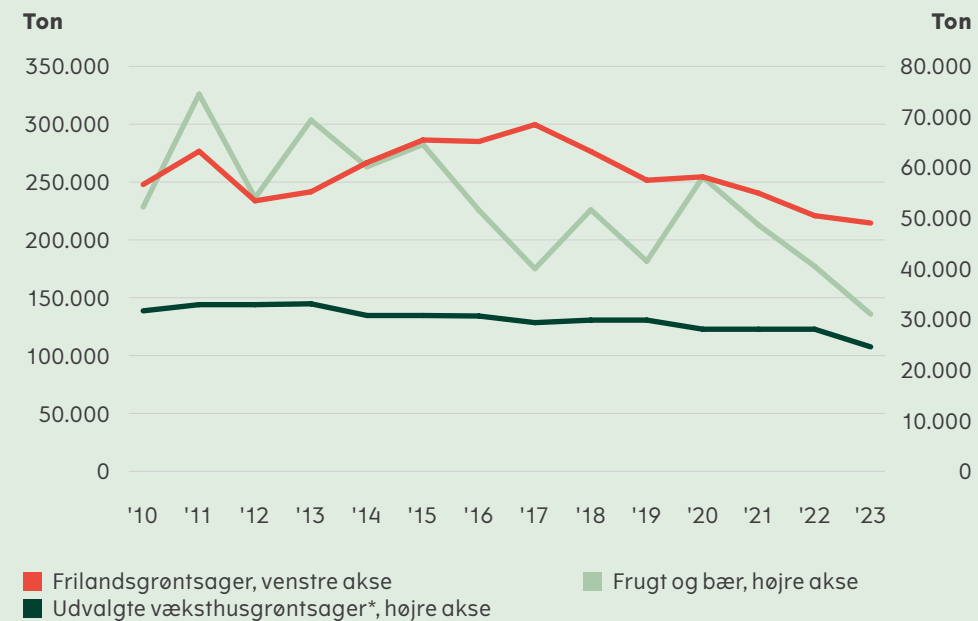
Ser man på frugt og bær, satte faldet målt på vægt allerede ind fra 2013 (Figur 15). Særligt produktionen af bær og stenfrugt er faldet voldsomt – med 60 % i løbet af de seneste ti år. Det skyldes bl.a., at prisen på især kirsebær faldt voldsomt i begyndelsen af perioden (Danmarks Statistik 2014). En anden faktor, der kan have påvirket den arbejdskraftintensive bærproduktion i Danmark negativt, er tabet af sæsonarbejdere fra udlandet efter corona-nedlukningen (se [Svært at konkurrere med import](#)).

For væksthushgrøntsagernes vedkommende er det største fald sket siden 2022 (Figur 15), hvor stigende energipriser især gik ud over dyrkningen af agurker i Danmark (TV2 Fyn 19.06.23). Samlet set er produktionen målt på vægt her faldet med ca. en fjerdedel siden 2008 og en ottendedel siden 2017, sammenlignet med 2023.

Figur 15

### Faldende produktion, målt på vægt

Udvikling i produktion af frugt og grønt i Danmark (målt i tons). Produktionen af frilandsgrøntsager er akset til venstre, produktionen af væksthushgrøntsager og frugt og bær er akset til højre. 2010-2023.



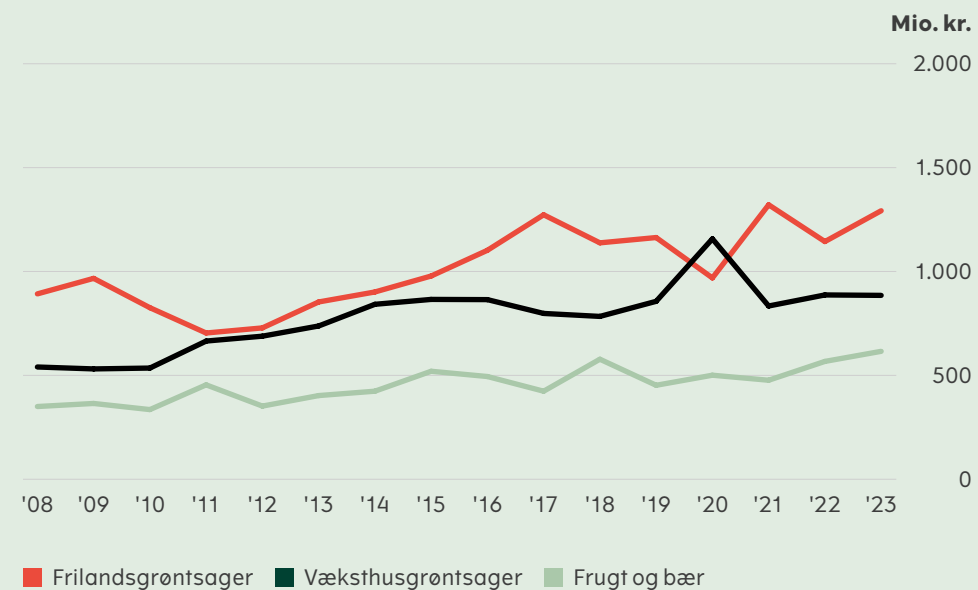
Kilde: Danmarks Statistik – GARTN1

\* tomater, salat og agurker

Figur 16

### Stigende produktion, målt på værdien

Udvikling i værdien af bruttoudbytte i alt (mio. kr.) for frilandsgrøntsager, væksthushgrøntsager samt frugt og bær. 2008-2023.



Kilde: Danmarks Statistik – JORD1

## Slut med danske ærter fra frost

Ærter til konsum har i årtier været en meget væsentlig grøntsagsafgrøde i Danmark, der lagde beslag på ca. halvdelen af grøntsagsarealet i 1980'erne og på ca. en fjerdedel i 2010'erne (Danmarks Statistik AFG6). En stor del af produktionen blev afsat til fødevarer virksomheden Ardo, der som den eneste virksomhed producerede frosne ærter i Danmark.

I december 2022 lukkede Ardo sin produktion i Danmark for at samle produktionen på eksisterende fabrikker i andre europæiske lande. Begrundelsen var bl.a., at ærtesæsonen i Danmark er for kort og uforudsigelig til, at man fandt det rentabelt at foretage de nødvendige investeringer i et nyt produktionsanlæg (Food Supply 23.03.23).

Som resultat af lukningen er arealet med ærter i Danmark faldet med to tredjedele (Landbrugsavisen 01.11.22).

Efter Ardos lukning har afsætningselskabet Dybfrostærter amba. sammen med Business Lolland-Falster gjort et forsøg på at genetablere produktion af dybfrostærter i Danmark (Dybfrostærter amba. 2025).

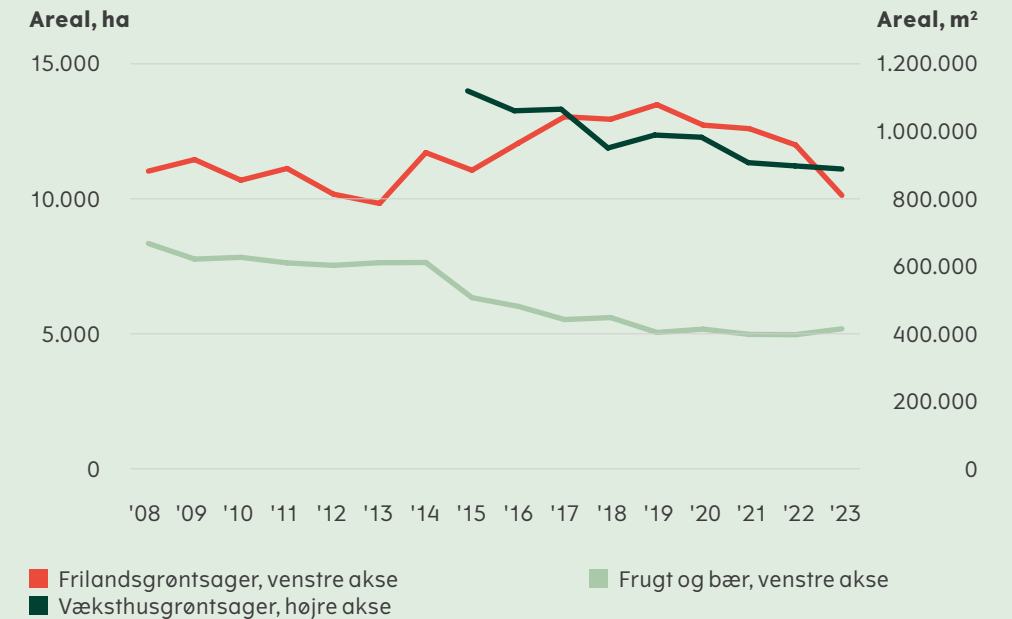
Desuden har der de seneste år i Danmark været interesse fra flere andre sider for at finde nye anvendelsesmuligheder og niches for produktionen af ærter, som er en god lokal kilde til planteprotein og kan bidrage positivt til sædskiftet på bedrifterne (Ingeniøren 29.10.18, ICROFS 05.12.22).

Figur 17

### Et let faldende areal med frugt og grønt

Udvikling i areal med frilandsgrøntsager (ha), frugt og bær (ha) (venstre akse) og væksthushgrøntsager (m<sup>2</sup>) (højre akse). 2008-2023.

Kilde: Danmarks Statistik – AFG6 og VHUS15



**0,6%**  
af det dyrkede areal i Danmark blev i 2023 brugt til dyrkning af frugt og grønt

### Større værdi af høsten

Mens den producerede mængde målt på vægt er faldet, er der sket en stigning i værdien af produktionen af frugt og grønt fra 2008 til 2023. Det er især værdien af frugt og bær, der er steget, mens frilands- og væksthushgrøntsager har oplevet større udsving (Figur 16).

Bruttoudbyttet for de tre produktioner er tilsammen steget med 55% siden 2008 og med 13% siden 2017 (beregning på tal fra Danmarks Statistik JORD1).

Denne stigning i værdien skal dog ses i sammenhæng med udviklingen i prisen på frugt og grønt hos producenterne, der alene fra 2015 til 2023 er steget med 61 % for grøntsager og 47 % for frugt og bær (Danmarks Statistik LPRIS26), ligesom fødevarerprisindekset for forbrugerne er steget med 50 % fra 2008 til 2023 (Danmark Statistik PRIS111).

### Lille del af det dyrkede areal

Dyrkningen af frugt og grønt i Danmark lagde i 2024 samlet set beslag på ca. 16.000 ha, svarende til ca. 0,6 % af det dyrkede areal i Danmark (beregninger på data fra Danmarks Statistik AFG5). Det er en væsentligt lavere andel end gennemsnittet i EU på 2 %. I Holland, som har den største grøntsagsproduktion i EU målt på arealet, lægger frugt og grønt beslag på 10 % af arealet (Madens Folkemøde 2024).

Arealet, som er anvendt til dyrkningen af frugt og grønt i Danmark, er ikke faldet i helt samme takt som produktionen målt på vægt. Arealet med frilandsgrøntsager og væksthushgrøntsager er faldet med 16 % fra 2016 til 2023, mens arealet med frugt og bær er faldet med 13 % (Figur 17). Hvis man ser bort fra ærter til konsum, er arealet med frilandsgrøntsager dog steget med 6 % siden 2016 (beregninger på tal fra Danmarks Statistik AFG5, VHUS15).

Forskellen i udviklingen i den høstede vægt og det dyrkede areal med frilandsgrøntsager kan bl.a. skyldes, at et større areal dyrkes økologisk samt at sammensætning af afgrøder har ændret sig.

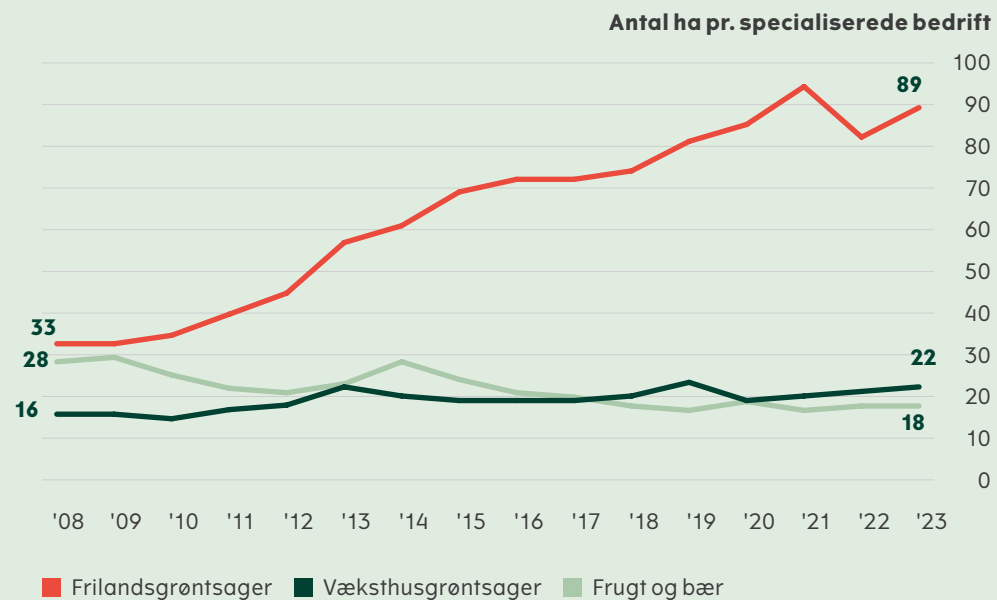


Figur 19

**Stigende gennemsnitsareal på specialiserede bedrifter**

Udvikling i arealet med frugt eller grøntsager i ha pr. bedrift for danske bedrifter specialiseret i hhv. frilandsgrøntsager, væksthusgrøntsager samt frugt og bær.

Kilde: Danmarks Statistik – JORD2



**Få producenter står for en stor del af produktionen**

Et resultat af de mange års strukturudvikling er, at det nu er få store bedrifter, der står for en betydelig andel af produktionen af grøntsager i Danmark. Ser man på de registrerede bedrifter, var næsten 40 % af arealet med frilandsgrøntsager i 2019 således fordelt på de ti største bedrifter, mens over 60 % af arealet med væksthusgrøntsager var fordelt på de ti største bedrifter (Danmarks Statistik 2021).

I realiteten er der endnu færre store producenter, som står for en meget stor del af produktionen af frugt og grønt i Danmark. Det skyldes, at mange af de største produktioner omfatter flere bedrifter, ligesom en producent meget ofte er registreret på to eller flere CVR-numre, fx fordi man har økologisk og konventionel produktion.

Ud fra en gennemgang, Madkulturen har lavet af offentligt tilgængelige regnskabsoplysninger og registreringer af antallet af ansatte, skønnes det, at der reelt er 10 producenter, som står for omkring 40 % af den samlede produktion af frugt og grøntsager i Danmark, mens de næste 20 på listen står for ca. 30 %. Et estimat, der dog er forbundet med meget stor usikkerhed.

Konsolideringen blandt de store producenter kan ses som et resultat af den hårde konkurrence med resten af EU, når den danske produktion skal afsættes til detailhandlen og, i mindre omfang, på eksportmarkederne i EU (se **Svært at konkurrere med import**). Her er det kun de største og mest effektive producenter, der kan levere den nødvendige volumen og til den pris, der tilbydes.

**66%**  
af de specialiserede gartnerier i Danmark har en omsætning på mere end 750.000 kr.

**19%**  
af specialiserede gartnerier i EU har en omsætning på mere end 750.000 kr.

**Mange småproducenter**

Ud over heltidsbedrifter specialiseret i frugt og grønt er der en underskov af producenter i Danmark, der dyrker frugt og grønt på hobbyplan, på deltid eller som en sideproduktion til andre afgrøder.

Baseret på tal fra landbrugs- og gartneritællingen fra Danmarks Statistik er der samlet set omkring 2.000 bedrifter i Danmark, som har en produktion af frugt eller grøntsager (Danmarks Statistik AFG5 og VHUS15).<sup>6</sup> Det tal har stort set været uændret de seneste 10-15 år (Figur 20).

Deler man det samlede areal med frugt og grøntsager i Danmark ud på alle de bedrifter, giver det ca. 7 ha pr. frilandsbedrift med frugt eller grøntsager og ca. 4.500 m2 pr. bedrift med væksthusgrøntsager. Det er lidt mindre end for 10 år siden (beregninger på tal for Danmarks Statistik AFG5 og VHUS15). Det vidner om, at der blandt de mindste producenter finder en omvendt strukturudvikling sted - mod mindre bedriftsstørrelser.

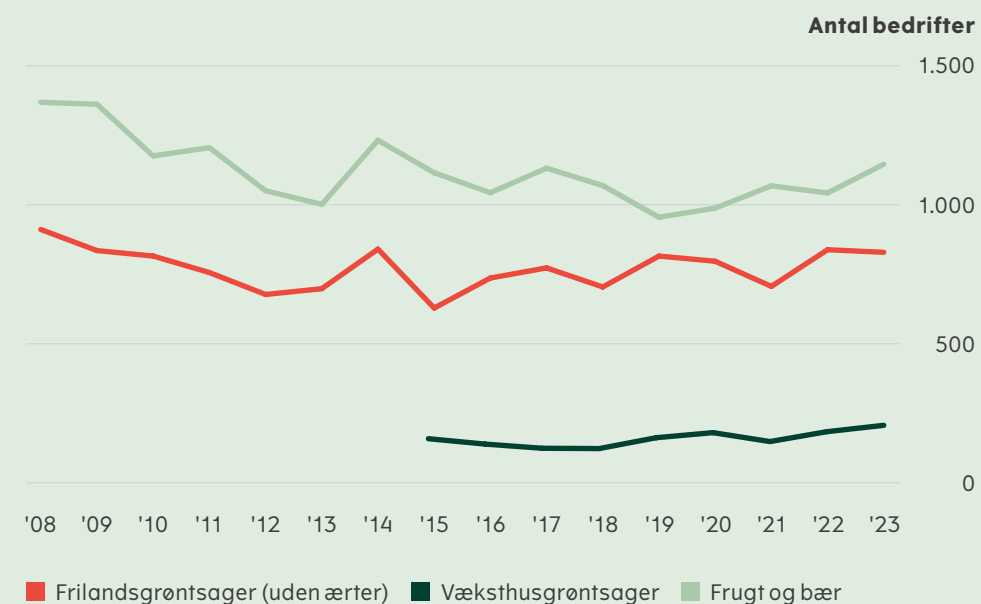
Det ændrer dog ikke ved, at hovedparten af produktionen af frugt og grønt i Danmark finder sted på de specialiserede heltidsbedrifter, og at den især er samlet på et lille antal af de allerstørste.

Figur 20

**Lidt flere bedrifter siden 2015**

Udvikling i antallet af bedrifter med frilandsgrøntsager (uden ærter), væksthusgrøntsager samt frugt og bær. 2008-2023.

Kilde: Danmarks Statistik – AFG5 og VHUS15



## Mere økologisk frugt og grønt i landskabet

I Danmark er den økologiske andel af produktionen af frugt og grønt større end for den øvrige landbrugsproduktion.

Mens produktionen af frugt og grønt kun lægger beslag på 0,6 % af det dyrkede areal, er det 2,3 % af det økologiske areal, som dyrkes med frugt og grøntsager (Landbrugsstyrelsen 2024).

Aralet med økologiske gartnerier (inkl. bedrifter specialiseret i frugt og grønt) er steget de seneste år, og derefter faldet en smule fra 2022 til 2023 (Figur 21).

Dermed går udviklingen i gartneriernes økologiske areal den modsatte vej af udviklingen i fx Spanien, hvor arealet med økologisk frugt og grønt alene det seneste år er steget med 7,5 % (Alimarket 2024).

I 2023 var 40 % af den danske grøntsagsproduktion på friland økologisk (Landbrug & Fødevarer 2025).

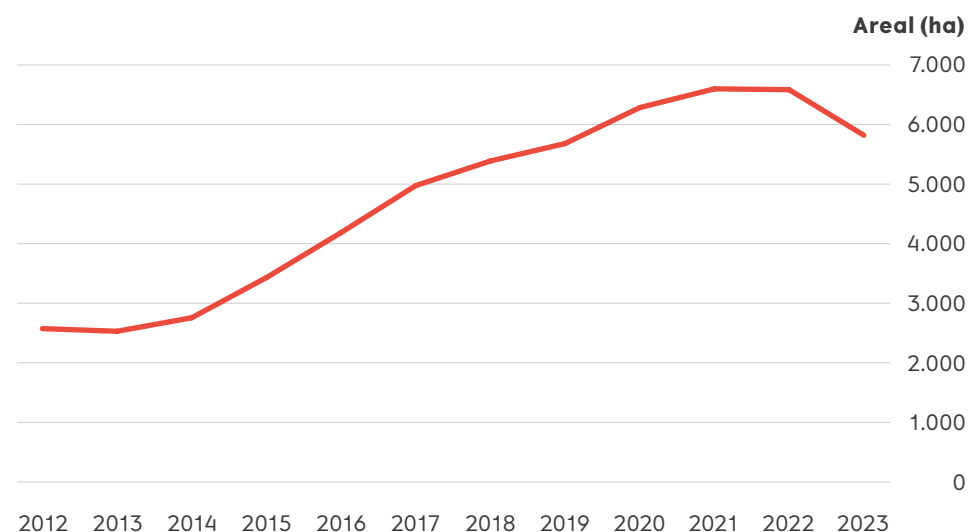
Det svarer nogenlunde til økologiens andel på 37 % af omsætningen af frugt og grønt i Danmark (Landbrug & Fødevarer 2025).

Figur 21

### Fordobling af det økologiske areal

Udvikling i areal på økologiske bedrifter (fuldt omlagt) inden for gartnerierhvervet. 2012-2023.

Kilde: Danmarks Statistik – OEKO11



# Specialisering i få afgrøder

Den danske produktion af frugt og grønt er præget af en høj grad af specialisering i bestemte afgrøder. De største afgrøder er gulerødder og løg, der står for næsten halvdelen af den høstede vægt af frugt og grønt i Danmark. Over de seneste 55 år er der kun sket få ændringer i, hvilke afgrøder der i stor stil dyrkes i Danmark.

### Gulerødder og løg dominerer

På friland er det i dag især gulerødder og løg, der dominerer i Danmark – med en andel af den samlede produktion af frugt og grønt på 48 % målt på vægten. Dernæst kommer hovedkål og salater (Figur 22). Tilsammen står disse fire store frilandsafgrøder for 85 % af vægten af produktionen af frilandsgrøntsager og for 56 % af det dyrkede areal med frilandsgrøntsager (beregning på tal fra Danmarks Statistik GARTN1).

For væksthushgrøntsagernes vedkommende dominerer agurker og tomater (Figur 22), som tilsammen står for 88 % af grøntsager i væksthush målt på både vægt og areal (beregning på tal fra Danmarks Statistik GARTN1 og VHUS15).

Når det gælder frugt og bær, er æbler, pærer og jordbær langt de mest udbredte afgrøder (Figur 22), som tilsammen udgør 80 % af produktionen målt på vægt og 57 % af arealet med frugt og bær i Danmark (beregninger på tal fra Danmarks Statistik GARTN1).

### En international tendens

Den høje grad af specialisering kan ses som et led i at sænke enhedsomkostningerne for at klare sig i konkurrencen og som en forudsætning for at kunne producere de store partier, der skal til, når man som producent skal levere til detailhandlen eller til eksport.

# 48%

af frugt og grønt, der høstes i Danmark, er gulerødder og løg, målt på vægten

Samtidig er specialiseringen i sammenhæng med det lave generelle niveau i produktionen medvirkende til, at selvforsyningsgraden i Danmark er lav for mange typer af grøntsager (se [Tre ud af fire grøntsager er importeret](#)).

Specialiseringen i bestemte afgrøder er ikke noget særligt for Danmark, men gør sig også gældende for store grøntsagslande i EU som fx Italien og Spanien, hvor tomater står for hhv. 47 % og 29 % af grøntsagsproduktionen. Her er et højere generelt niveau i produktionen dog medvirkende til, at selvforsyningsgraden med frugt og grønt overordnet set er meget højere end i Danmark (Fruit Logistica 2024).

#### Samme afgrøder som i 1970

Et andet udtryk for specialiseringen er, at der kun sker få ændringer over tid i hvilke typer af frugt og grønt, der dyrkes i Danmark. Listen over de mest dyrkede afgrøder er stort set den samme i dag som for 55 år siden. Det hænger ikke kun sammen med, hvad der egner sig til dyrkning i det danske klima, men kan fx også skyldes, at man har investeret i specialiseret udstyr til de bestemte afgrøder.

På listen over de 15 mest dyrkede grøntsager i Danmark er der kun byttet lidt rundt på afgrødernes indbyrdes placering siden 1970 (Figur 22). Selve afgrøderne er de samme som dengang, bortset fra asier, som i 1970 blev dyrket i større mængder end i dag (Danmarks Statistik 1970), samt broccoli, der først vandt indpas i grøntsagsproduktionen i løbet af 1980'erne.

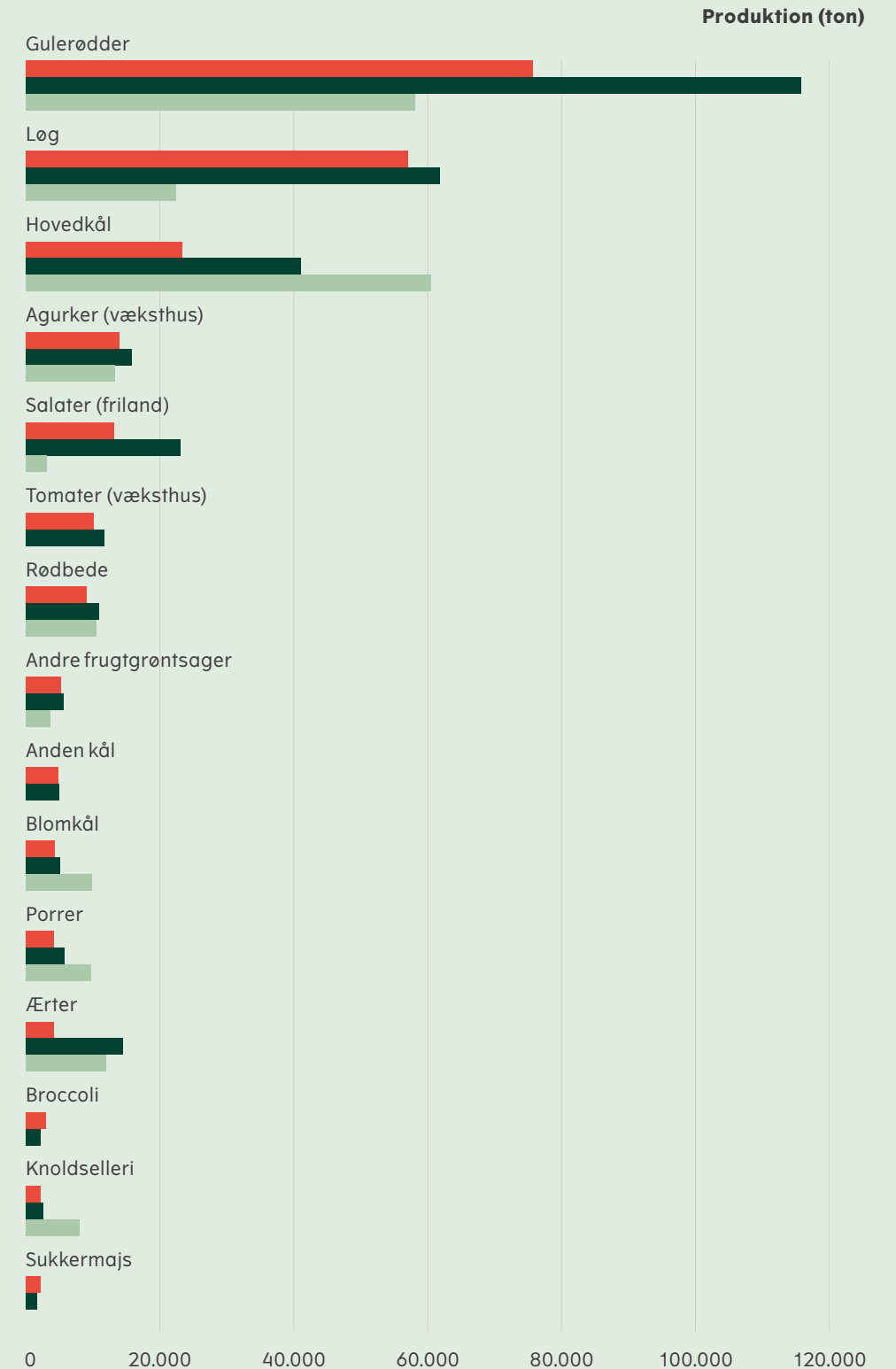
Samme billede tegner sig for de otte mest dyrkede typer af frugt og bær. Denne liste indeholder de samme afgrøder som i 1970, kun med den forskel, at produktionen af æbler og blommer er blevet væsentlig mindre over de seneste 55 år (Figur 23).

Den største ændring i den høstede mængde målt på vægt er de seneste år sket for gulerødder (Figur 22). Arealet med gulerødder er dog ikke faldet tilsvarende, hvilket fx kan skyldes, at en større andel af gulerødderne nu høstes som små snackgulerødder. Relativt set er ændringerne størst for hovedkål og for ærter, hvor det sidste især skyldes lukningen af en stor produktion af frosne ærter på Falster i 2022 (se [Et lille grøntsagsland](#)).

Figur 22

De 15 mest dyrkede grøntsager i Danmark i 1970, 2017 og 2023, målt på vægt

■ 2023  
■ 2017  
■ 1970

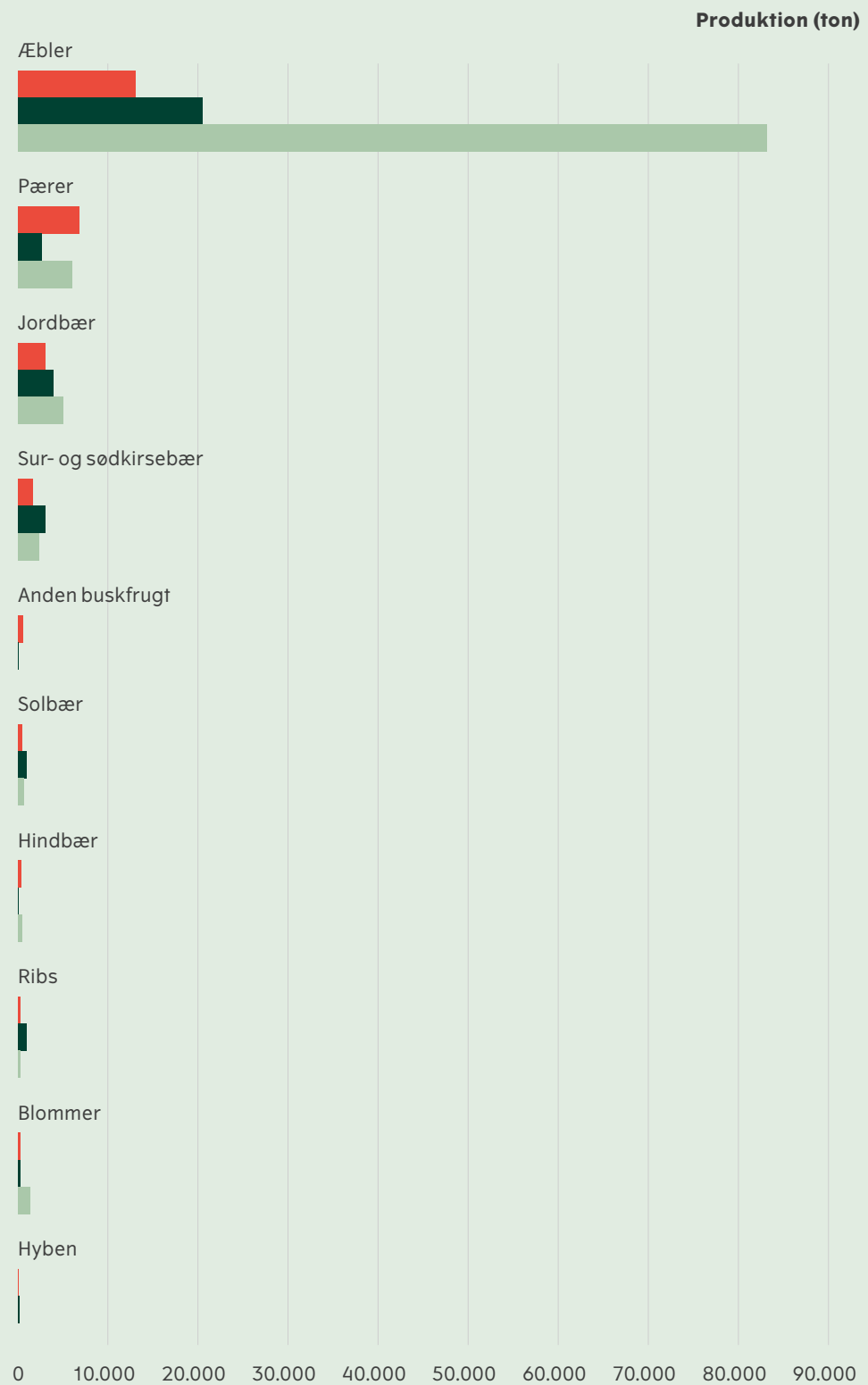


Kilde: Danmarks Statistik  
— GARTN1

Figur 23

De 10 mest dyrkede typer af frugt og bær i Danmark i 1970, 2017 og 2023, målt på vægt

■ 2023  
■ 2017  
■ 1970



Kilde: Danmarks Statistik  
— GARTN1



# 5

## **Stilstand eller udvikling? Barrierer i produktionen**



I den daglige drift er det svært for gartnerne at tjene penge på produktion af frilandsgrønsager. Produktionsomkostninger bliver ikke dækket af afregningsprisen med supermarkedskæderne.

**Dorrit Andersen**  
Direktør i Rootconsul



Der er rigtig mange frugt- og grønt-avlere, som ikke har en fornuftig indtjening. De skal virkelig planlægge, og samtidig være risikovillige. Det er også derfor, at nogle generationsskifter ikke slår igennem. Det er ikke længere en interessant sektor.

**Stephan Bruhn**  
Kategori direktør for frugt og grøntsager i Salling Group



Vores gartnere har fået dårligere rammevilkår, de tjener for lidt, og derfor er der ikke blevet investeret tilstrækkeligt.

**Jens Nannerup**  
Direktør, GASA Odense



Vores prispunkt bliver tvunget lavt. Hvis du sammenligner med de lande, vi importerer fra, så er vores løntryk jo meget højere. Så vores basis for, hvad en gulerod skal koste i Danmark for, at de reelle omkostninger er betalt, ligger meget højere end i mange andre europæiske lande, hvor løn og krav til miljø er lavere.

Den strukturelle udfordring er, at det faktisk kun er de store producenter, der reelt kan få det her til at køre rundt, fordi de kan benytte nogle teknologier, SMV'er ikke kan, og få en volumen, der er stor nok.

**Louise Køster**  
Direktør på Rabarbergaarden

# Svært at konkurrere med import

Produktionen af frugt og grønt i Danmark foregår i hård konkurrence med andre europæiske lande. Mens to tredjedele af forbrugerne er parat til at betale lidt mere for danske produkter, er omkostningerne til især løn meget højere i Danmark end i resten af EU.

Samtidig bliver producenterne presset hårdt på prisen, når de skal lave aftaler med store detailkæder og grossister. Danske producenter opererer med lave marginer og en høj risiko, og gartnerierhvervets rentabilitet er væsentligt lavere i Danmark end i de europæiske lande, vi konkurrerer med.

## En lønintensiv produktion

Produktionen af frugt og grønt er en time-tung produktion, og lønniveauet i Danmark er væsentligt højere end i de fleste andre EU-lande. I 2023 udgør lønnen 28 % af udbyttets værdi på specialiserede bedrifter med frugt og grønt, og det høje lønniveau er derfor i meget høj grad med til at svække konkurrenceevnen af den danske produktion.

I de specialiserede heltidsgartnerier som helhed går der i gennemsnit 1,5 arbejdstime til at producere et udbytte på 1.000 kr. (Danmarks Statistik JORD2). Det er halvdelen gang mere end for landbrug med planteavl.

Timeforbruget er størst ved produktionen af frugt og bær og lavest for frilandsgrøntsager (Figur 24).

Gartneriernes lønomkostningerne pr. lønnet time er i Danmark fire gange højere end for gennemsnittet i EU, halvdelen gang højere end i Holland, tre gange højere end i Spanien, og otte gange højere end i Polen, som er nogle af de lande, vi importerer meget frugt og grønt fra (Figur 25). Udover en lavere timeløn har producenter i Polen en langt større andel af ulønnet arbejdskraft fra fx familiemedlemmer, hvilket ikke er særlig udbredt i Danmark (FADN 2025).

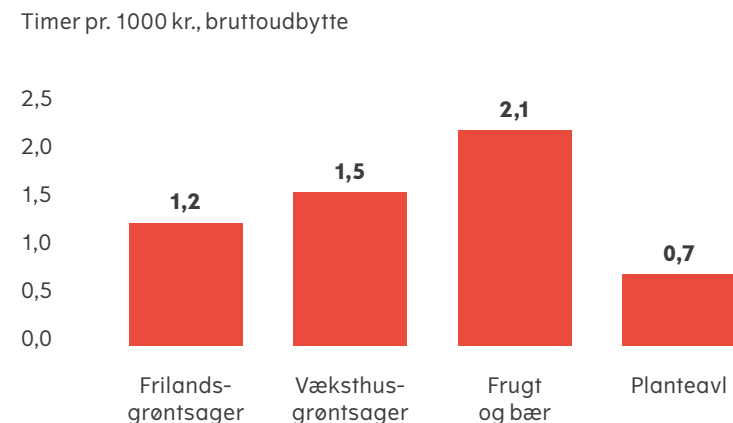
**28 %** er lønomkostningens andel af bruttoudbyttets værdi for producenter af frugt og grønt i Danmark

**800 %** er lønomkostningen pr. lønnet time i gartnerierhvervet i Danmark højere end i Polen

Figur 24

**Størst timeforbrug ift. bruttoudbytte ved produktionen af frugt og bær**

Arbejdsindsats (timer) pr. 1000 kr. bruttoudbytte på specialiserede bedrifter med frugt og grønt i Danmark. 2023.

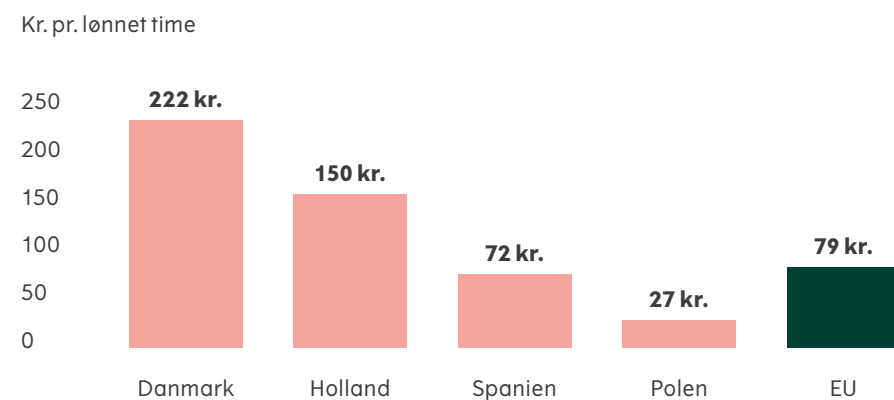


Kilde: Danmarks Statistik – JORD2

Figur 25

**Dyre løntimer på gartnerier i Danmark**

Lønomkostninger pr. lønnet time i gartnerierhvervet for Danmark og udvalgte EU-lande. Omregnet fra euro til danske kroner. 2022.

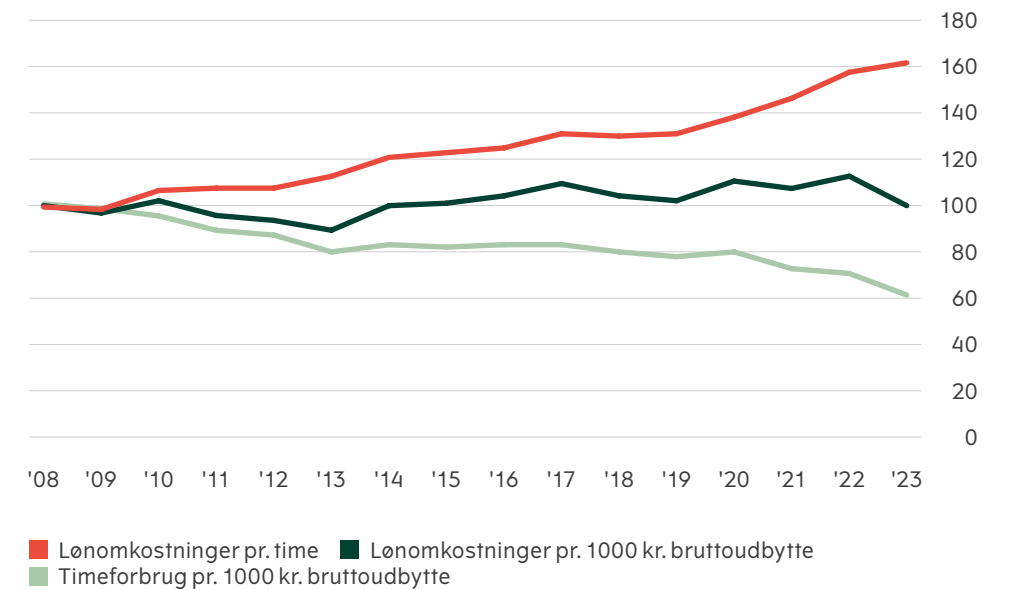


Kilde: Beregninger på tal fra FADN 2025

Figur 26

**Lønnen stiger, mens timeforbruget falder**

Indeks for lønomkostninger pr. time, lønomkostninger pr. 1000 kr. bruttoudbytte og timeforbrug pr. 1000 kr. bruttoudbytte for specialiserede bedrifter med frugt og grønt i Danmark. 2008=100.



Kilde: Beregninger på tal fra Danmarks Statistik – JORD2

**Stigende løn, men mindre timeforbrug**

Over de seneste 15 år er lønomkostningen i det specialiserede gartnerierhverv pr. time steget med 37 %, fra 167 kr. i 2008 til 222 kr. i 2023.. Det er mindre end i EU som helhed, hvor lønomkostningen fra 2013-2022 er steget med 67 %, fra 25 kr. til 42 kr. pr. time (beregninger på tal fra FADN 2025).

På trods af denne stigning har lønomkostningens andel af udbyttets værdi været stabilt for specialiserede bedrifter med frugt og grønt i Danmark over de seneste 15 år. Det hænger sammen med, at produktionen er blevet væsentligt mindre timetung, idet timeforbruget set i forhold til udbyttets værdi er faldet med næsten 40 % (Figur 26).

Udviklingen mod en mindre timetung produktion er formentlig et resultat af den konsolidering blandt de store producenter, som har fundet sted over de seneste mange år (se [Færre producenter trækker læsset](#)). Det høje lønniveau i Danmark må antages at være en vigtig drivkraft bag denne strukturuudvikling.

Ud over, at det høje lønniveau udgør en væsentlig barriere for producenterne af frugt og grønt i Danmark, kan det være svært i det hele taget at skaffe den nødvendige arbejdskraft til produktionen af frugt og grønt i Danmark. På trods af det høje lønniveau peger flere aktører i Madkulturens interviews på, at det nu også er svært at få sæsonarbejdere fra udlandet efter corona-nedlukningen, hvor mange i stedet fik arbejde hjemme.



Lønninger er jo blevet sindssygt presset de sidste par år. Både løn, pension, fritvalgsordning. Og det presser jo bare, fordi det næsten er umuligt at komme igennem prisstigningerne.

**Uffe Krogh Jepsen**  
Administrerende direktør i Dangrow



Efter corona er meget arbejdskraft blevet væk, og i hele forsyningskæden bliver det mere og mere vanskeligt at finde den nødvendige arbejdskraft. Det hører vi fra avlerne, der har svært ved overhovedet at skaffe de gode folk, som skal arbejde i marken for at plukke jordbærerne eller høste kål og salat.

**Stephan Bruhn**  
Kategoridirektør for frugt og grøntsager i Salling Group



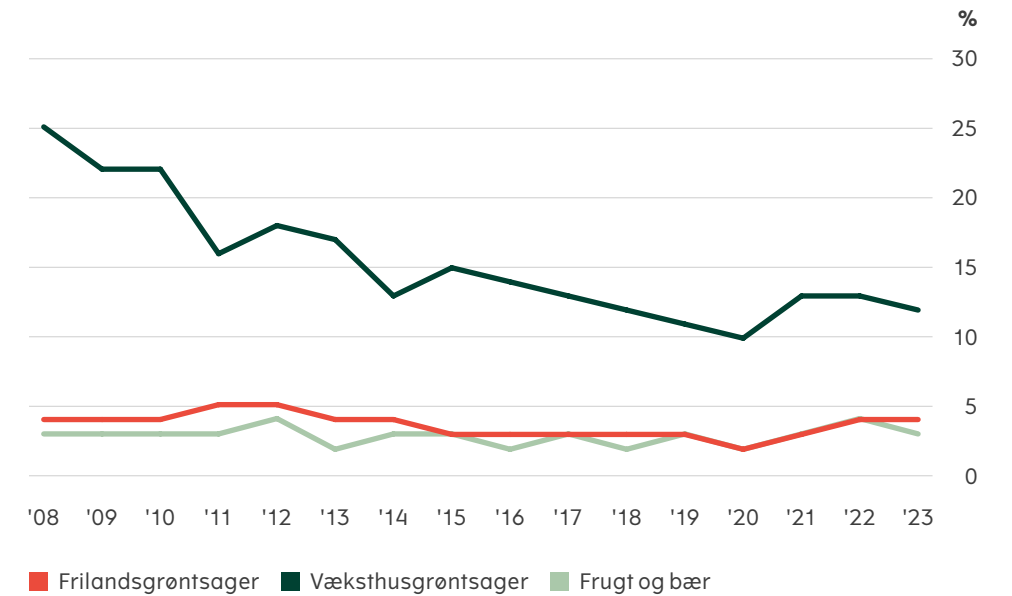
Kål, salater, bladselleri m.fl. som høstes manuelt; der er det jo lønningerne, der er den helt store forskel. Det er en udfordring, idet de samme produkter jo kan købes billigere i udlandet. Altså fx i Tyskland og Holland er lønnen betydeligt lavere end i Danmark for det samme arbejde.

**Dorrit Andersen**  
direktør i Rootconsult

**Figur 27**

**Faldende energi-omkostninger pr. bruttoudbytte**

Energiomkostningers andel af bruttoudbytte. 2008-2023.



Kilde: Beregninger på tal fra Danmarks Statistik – JORD2

**Energiomkostningerne tynger mindre**  
Energi er en anden stor post i regnskabet hos de specialiserede bedrifter, særligt med væksthushushold, hvor energiomkostningerne udgør 10-12 % af bruttoudbyttets værdi (Figur 27).

Også på dette punkt er udviklingen dog gået den rigtige vej for danske producenter de seneste 15 år. På trods af en stigende tendens i energipriserne, særligt siden 2021 (Danmarks Statistik ENERGI2, ENERGI14), har energiomkostningernes andel af bruttoudbyttets værdi ligget stabilt for specialiserede producenter af frilandsgrøntsager samt frugt og bær. For bedrifter med væksthushushold er værdien af udbyttet faldet betydeligt siden 2008, men har været forholdsvis stabil siden 2021 (Figur 27).

Den faldende tendens i energiomkostningerne skyldes formentlig først og fremmest energiforbedringer, bl.a. i forbindelse med, at mange væksthushold har omlagt fra naturgas til fjernvarme (Danmarks Statistik 2023b).

At omkostningerne til energi har været stabile de seneste år, på trods af stigende energipriser, kan dog også skyldes, at producenterne har valgt at producere mindre i opvarmede drivhuse med agurker og tomater (Danmarks Statistik 2023c, DR 7.9.22).

Samlet set er den danske gartneriproduktion ikke mere energitung end den europæiske gartneriproduktion som helhed. Herhjemme svarede energiomkostningerne i 2022 til 7 % af bruttoudbyttet, mod 8% i gennemsnit for EU-landene, 10 % i Holland og 12% i Polen. I Spanien er energiomkostningerne dog væsentligt lavere, nemlig på 5 % af bruttoudbyttet (beregninger på tal fra Danmarks Statistik GARTN1 og FADN 2025).

I Madkulturens brancheinterviews nævnes især de store udsving i energipriserne og skiftende vikår i relation til energiforsyning som en væsentlig risikofaktor for væksthusholdsgartnerierne. Når marginerne er lave, kan disse udsving hurtigt æde den fortjeneste, man gerne skulle have haft.



Vinterproduktion i væksthuse er mere eller mindre konkurrencedygtig med Holland, hvis man regner transporten ind.

Men der er en kæmpe usikkerhedsfaktor i energiprisen, som afgør, om du overhovedet tjener noget som avler. Det er gift for industrien. Og så kommer vi til, hvad kunderne vil betale for en dansk agurk.

Hvis den stiger 8 eller 10 procent på grund af løn eller energipriser, så kan vi se, at kunderne fravælger at spise dansk.

**Stephan Bruhn**  
Kategoridirektør for frugt og grøntsager i Salling Group



Det er rigtig svært at få økonomi i væksthuse i dag på grund af lønomkostninger og tunge omkostninger til energi. Det giver selvfølgelig en højere pris, som er helt reel. Udfordringen er, at hvis prisen bliver for høj, så fravælger forbrugerne varen.

**Anders René Jensen**  
Indkøbs- og marketingdirektør i REMA 1000



Der er én ting, som i hvert fald har medvirket til stagnerende grøntsagsproduktion, og det er hele støttesystemet, der tilgodeser størrelse og ikke gørelse, og hele den politiske del, som har haft fokus på animalske producenter.

**Louise Køster**  
Direktør på Rabarbergaarden



Hele produktionen af industribær er stort set flyttet til Polen. Fordi Polen har udviklet sig og gjort brug af EU-tilskud til at plante plantager og jordbær- og solbærmarker og så videre.

For nogle år tilbage tog de markedet på den måde, og det vil vi også blive ramt af i den resterende del af produktionen, hvis ikke der sket noget.

**Dorrit Andersen**  
Direktør i Rootconsult



Landbrugslobbyen har bakket op om mejeri- og kødproduktion i mange år. Man burde ryste posen og putte noget energi ind i frugt- og grøntsagsproduktionen i stedet.

**Sanne Aagesen**  
faglærer ved Roskilde Tekniske Skole, Vilvorde

**2,7 %**

af udbyttes værdi modtager gartnerier i et gennemsnitligt EU-land fra EU's tilskuds- og støtteordninger

**1,8 %**

af udbyttes værdi modtager gartnerier i Danmark fra EU's tilskuds- og støtteordninger

### Nye afgifter

I Madkulturens brancheinterviews peger flere aktører på afgiftsniveauet i Danmark på tværs af værdikæden som noget af det, der kan gøre det svært for dansk frugt og grønt at konkurrere med importen.

Ser man på gartnerierne regnskaber, fylder skatter og afgifter (bortset fra indkomstskat og moms) relativt lidt. I hele gartnerierhvervet i Danmark udgør grønne afgifter og ejendomsskatter under 0,3 % af bruttoudbyttet, hvilket er lidt mindre end gennemsnittet i EU – og ca. halvt så meget som i 2013 (beregninger på tal fra FADN 2025). Ser man alene på de grønne afgifter, udgjorde de i 2023 under 0,2 % af bruttoudbyttet på specialiserede bedrifter med frugt og grønt i Danmark (Danmarks Statistik GARTN1).

Dette tal omfatter dog ikke de afgifter, som bogføres sammen med driftsomkostningerne i landbrugenes regnskaber. Det gælder først og fremmest elafgift, hvor størstedelen dog godtgøres (SKAT 2025), og pesticidafgifter, hvor afgiftens størrelse afhænger af midlet, men hvor satserne er blevet sat op i 2023 (Miljø- og Ligestillingsministeriet 2023).

Tallene fra 2023 viser heller ikke den grønne vejafgift og CO2-afgift, som fra 1. januar 2025 er indført på gartnerier i Danmark.

Hvis ikke andre EU-lande indfører tilsvarende grønne afgifter, kan det være med til at forværre konkurrencesituationen for de danske producenter, hvilket flere af interviewpersonerne også peger på.

### Skæv fordeling af tilskud

I gartnerierhvervet i Danmark, hvor producenter af frugt og grønt udgør 60 % af bedrifterne, fylder tilskud og støtteordninger relativt lidt og mindre end for producenter af frugt og grønt i EU som helhed – og væsentligt mindre end for landbrug med planteavl.

I 2022 udgjorde den samlede støtte i danske gartneriers regnskaber, inkl. investeringsstøtte, 1,8 % af deres bruttoudbytte. I et gennemsnitligt EU-land var støttens andel 2,7 %, mens andelen i Polen var 3,5 % (beregning på baggrund af FADN 2025).

Ud over den støtte, der fremgår direkte af producenterne regnskaber, er der andre støtteordninger for frugt og grønt, som ikke gives til den enkelte producent. Det gælder især landdistriktsmidler og støtte til producentorganisationer. Støtten til producentorganisationer kan udgøre op til 4,1-4,6 % af deres omsætning (Landbrugsstyrelsen 2025), og gives i Danmark til GASA Nord Grønt og GASA Odense.

Niveauet af støtte til danske producenter af frugt og grønt står i stærk kontrast til niveauet af den støtte, der gives til landbrugsproduktion. For bedrifter specialiseret i planteavl svarer støttens andel af brutto-udbyttet i regnskaberne til 13,6 % i Danmark og 16,3 % i hele EU (beregning på baggrund af FADN 2025).

Hvis man regner støtte til foderproduktion med, er det 82 % af EU's landbrugsstøtte, der går til animalsk produktion, hvilket efterlader en lille andel til produktionen af frugt og grønt samt andre vegetabiliske fødevarer (Kortleve et. al. 2024).

Den skæve fordeling af landbrugsstøtten fremhæves i brancheinterviewene som en væsentlig barriere for at udvikle produktionen af frugt og grønt i Danmark. Det sidste ikke mindst, fordi støttemidlerne til investeringer i fx frugtplantager i Polen har været med til at øge presset på de danske producenter af bl.a. bær.

## Muligheder i støtteordninger fra EU

I 2022 udbetalte EU ca. 41 milliarder euro i støtte til landbrug og gartnerier. En stor del af støtten er direkte betalinger til bedrifterne, baseret på bl.a. areal, produktionsform og klimarelaterede faktorer i produktionen.

I Danmark udgør den direkte støtte 803 millioner euro i direkte landbrugsstøtte, svarende til 2 % af EU's samlede direkte støtteudbetalinger (EU-Oplysningen 29.11.2023).

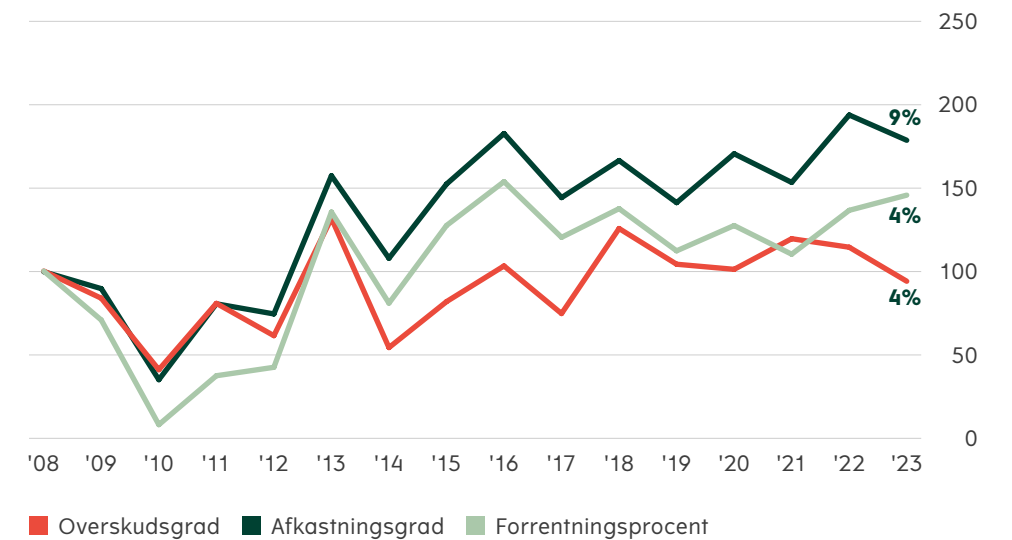
EU's nye fælles landbrugspolitik, der trådte i kraft 1. januar 2023, rummer foruden den direkte støtte forskellige andre ordninger, som kan være med til at understøtte en udvikling af produktionen af frugt og grønt i medlemslandene. Det gælder bl.a.:

- **Investeringsstilskud gennem land-distriktsmidlerne (ELFUL):** Støtte til opgradering af produktionsfaciliteter, udvikling af nye sorter og klimavenlige løsninger.
- **Forsknings- og innovationsprogrammet Horizon Europa:** Støtte til forskning i nye dyrkningsmetoder og innovation inden for landbrugssektoren.
- **Eco-schemes:** Støtte til bæredygtige dyrkningsmetoder som økologi og præcisionslandbrug.
- **EU's støtte til markedsforanstaltninger og eksport:** Støtte til fx markedsføringskampagner eller afsætning i forbindelse med skolemadsordninger.
- **Producentorganisationer:** Tilskud til markedsføring og produktion af frugt og grønt gennem producentorganisationerne, som i Danmark tæller Gasa Nord Grønt og Gasa Odense Frugt-Grønt.

Figur 28

### Forbedret rentabilitet for producenter af frugt og grønt i Danmark over de seneste 15 år

Indeks baseret på vægtet gennemsnitlig overskudsgrad, afkastningsgrad og egenkapitalens forrentningsprocent for frilandsgrøntsager, væksthusgrøntsager og frugt og bær samlet. 2008-2023. 2008=100.



Kilde: Beregninger på tal fra Danmarks Statistik – JORD2 og JORD7

### Lavere rentabilitet end i EU

Den hårde konkurrencesituation for producenter af frugt og grønt i Danmark afspejler sig i en rentabilitet, der er væsentligt lavere end gennemsnittet i EU, og som gør det svært for de danske producenter at få økonomien til at hænge sammen.

I det samlede gartnerierhverv havde danske producenter i perioden 2006-2022 en gennemsnitlig overskudsgrad på 8 % mod et gennemsnit i EU på 29 %. Denne forskel mellem overskudsgraden for gartnerier i Danmark og det øvrige i EU har gjort sig gældende i ca. samme omfang siden 2008 (beregninger på data fra FADN 2025).<sup>7</sup>

På trods af den svære konkurrencesituation har rentabiliteten for de specialiserede bedrifter med frugt og grønt i Danmark dog udviklet sig svagt positivt de seneste 15 år. Figur 28 viser udviklingen i rentabiliteten

målt på overskudsgrad (resultat ift. omsætningen), afkastningsgraden (resultat ift. samlede aktiver) og forrentningsprocenten (resultat ift. egenkapitalen). Alle tre nøgletal er forbedret fra 2008 til 2023. Dog har overskuds- og afkastningsgrad taget et knæk fra 2022 til 2023 (Figur 28).

Den forbedrede rentabilitet kan ses som et udtryk for, at kun de mest rentable bedrifter har overlevet den konsolidering, som især har gjort sig gældende for de specialiserede produktioner med frilandsgrøntsager (se **Færre producenter trækker læsset**). De tilbageværende producenter har høstet nye stordriftsfordele og været i stand til at nedbringe time- og energiforbruget i deres produktion.

# 8 %

er overskudsgraden for gartnerier i Danmark i gennemsnit fra 2016-2022.

# 29 %

er overskudsgraden for gartnerier i EU i gennemsnit fra 2016-2022.

# 30 %

er afregningsprisen for frugt og grønt steget fra 2020 til 2023.

## Mangler investeringer

I Danmark er gartnerierhvervet i dag mindre kapitalintensivt end i fx Holland, og investeringernes andel af omsætningen er lavere end gennemsnittet i EU.

Samtidig beretter aktørerne i værdikæden om, at det er svært at finansiere nødvendige investeringer i bl.a. væksthuse, plantager og ny teknologi, hvilket kan være en væsentlig barriere for at udvikle produktionen i Danmark og konkurrere med specialiserede producenter i resten af EU.

### Stigning i producenternes priser

De seneste år er producenternes drifts-omkostninger steget med 37 % fra 2020 til 2023 som følge af prisstigninger (Danmarks Statistik JORD2). Når rentabiliteten alligevel er forbedret en smule, skyldes det, at afregningsprisen for frugt og grønt også er steget. Det gælder ikke kun forbrugernes priser (se [Prisen gør det sværere at vælge dansk](#)), men også den pris, der afregnes til producenterne.

Afregningsprisen på frugt er således steget med 9 % fra 2020 til 2023, mens afregningsprisen for grøntsager er steget med 33 %.

Udregnet som et vægtet gennemsnit på baggrund af omsætningen, er afregningsprisen for frugt og grønt samlet set steget med 30 % fra 2020 til 2023 (beregning på baggrund af Danmarks Statistik LPRIS26 og JORD2).

Det er væsentligt mere end stigningen i års-gennemsnittet for forbrugerpriserne, som i samme periode var på 13 % (Danmarks statistik PRIS8).

### Relativt lav kapitalintensitet

En fortsat udvikling mod større bedrifter og en mindre time- og energitung produktion må formodes at kræve et højt niveau af investeringer i bl.a. jord og driftsmidler, der kan understøtte skalaproduktion og en større automatisering af arbejdet med bl.a. lugning og høst. Man kunne derfor forvente, at gartnerierhvervet i Danmark ville være væsentligt mere kapitalintensivt end i andre EU-lande.

Det er det også, hvis man sammenligner med lande som Polen og Spanien. Men kapitalintensiteten i Danmark er kun lidt højere end gennemsnittet i EU – og væsentligt lavere end i fx Holland. I Danmark har gartnerier således materielle anlægsaktiver for 500 kr. pr. arbejdstime i produktionen på et gennemsnitligt år, mod 200 kr. i Polen og 800 kr. i Holland (Figur 29).

Kapitalens omsætningshastighed (brutto-udbytte divideret med materielle anlægsaktiver) er væsentligt højere i Danmark end

gennemsnittet i EU. I Danmark er det forhold 1,1 mod 0,5 for EU som gennemsnit og 0,3 for Polen (beregninger på baggrund af data fra FADN 2025). Producenterne i Danmark er således gode til at skabe omsætning med den lave kapital, der er til rådighed. Det kan være udtryk for, at driftsmidlerne på de danske bedrifter er afskrevet, mens de i fx Polen er af nyere dato.

### Hårdt brug for investeringer

Den lave kapitalintensitet i kombination med høje lønomkostninger kan være en væsentlig del af forklaringen på, at overskudsgraden på de danske bedrifter er lav. Hvis produktionsapparatet er nedslidt, kan det desuden betyde, at de økonomiske udfordringer for danske producenter bliver endnu større i løbet af få år.

Det billede bekræftes af brancheinterviewene, hvor manglende investeringer i bl.a. drivhuse, plantager og ny teknologi som fx lugemaskiner fremhæves som en stor udfordring.



# Markedsstrukturen giver dårlige vilkår

Særligt små producenter har svære vilkår på markedet for frugt og grønt i Danmark. Det danske marked er meget lille, hvilket betyder, at afsætningen typisk foregår gennem forudgående aftaler, hvor producenterne har dårlige kort på hånden over for store detailkæder, grossister og foodserviceleverandører.

Producenterne i Danmark er desuden i vidt omfang henvist til selv at håndtere og afsætte deres produktion, hvilket gør det svært for små producenter at få fodfæste på markedet.

## Afsætning baseret på aftaler

Markedet for dansk frugt og grønt er i europæisk perspektiv et meget lille marked, både ift. antallet af forbrugere, de danske varers lave markedsandel og produktions lille omfang ift. den samlede økonomi (se [Et lille grøntsagsland](#)). Bl.a. derfor fungerer afsætningen af frugt og grønt i Danmark meget anderledes end i flere andre EU-lande

I store grøntsagslande som Holland og Spanien er koncentrationen af producenter meget stor, for Spaniens vedkommende i fem regioner, og der er et stort eksportmarked. Det er medvirkende til, at der her er et effektivt marked for frugt og grønt med stor elasticitet i både udbud og efterspørgsel. Afsætningen foregår typisk på engrosmarkeder og auktioner uden forudgående aftaler mellem producenter og aftagere (MAPA 2004).

I Danmark er der derimod kun få muligheder for at afsætte produktion af frugt og grønt uden forudgående aftaler, og eksportmarkedet er lille. Derfor er det meget væsentligt

for større producenter af frugt og grønt i Danmark at have styr på afsætningen i god tid gennem aftaler med detailhandel, foodserviceleverandører eller grossister (Økoportalen 2024).

## Korte aftaler på indkøbernes vilkår

I brancheinterviewene peger flere aktører på, at danske producenter af frugt og grønt typisk er dårligt stillet i forhandlinger med de store aftagere i bl.a. detailhandlen. Her har indkøberne de bedste kort på hånden til at presse priserne og definere vilkårene. Det betyder fx, at detailhandlen sjældent har pligt til at aftage de aftalte varer, så størstedelen af risikoen ender med at ligge hos producenterne. Det ulige forhold kan desuden resultere i et dårligt forhandlingsklima frem for mere samarbejdende tilgange.

Et særligt problem for producenterne er, at aftalerne ofte har en kort løbetid på typisk et enkelt år. Det skaber usikkerhed om fremtiden og gør det svært at udvide produktionen eller opstarte nye mere langsigtede produktioner, som kræver investeringer.



Hvis man skal have et godt marked, er man nødt til at have flere kunder; ellers er der en kæmpe risiko. Det er en meget grundlæggende ting at løse for at sikre, at der er et dansk marked i fremtiden, og at man kan låne til udvikling.

Eksport kan være en del af løsningen – at man også har mulighed for at sende sine varer til udlandet, hvis ikke der er afsætning eller de rigtige priser herhjemme.

**Jens Nannerup**  
Direktør, GASA Odense



Hver by burde have en grøntavler og en frugtavler, som leverede til de lokale supermarkeder på tværs af kæderne. På Samsø er der en kæmpe stor producent, som leverer til en af de meget store kæder i hele landet.

Hvordan kan det være, at sådan en fantastisk ø som Samsø ikke aftager lokale produkter fra de små lokale avlere? Det der spænder ben, er kulturen for store købsaftaler (...) Jeg gætter på, at dansk detail på et eller andet tidspunkt vågner op og får øje på det. Fordi det kunne være et smukt landskab, hvis der var en kålmark her rundt om Humlebæk, hvor høsten landede nede i den.

**Søren Ejlersen**  
CoFounder i Aarstiderne



I Danmark har vi en tradition for, at alle gartnere selv både producerer, pakker, markedsfører og sælger deres varer.

I udlandet, i Holland for eksempel, er det anderledes. Der er man sammen i et kooperativ, med et pakkehus, hvor ti løg- eller rødbedeavlere, leverer deres varer ind. Herhjemme er man jo fødevarer virksomhed, fordi man står for det hele. Her adskiller frugt- og grøntproduktionen sig fra det omgivende landbrug.

Et kvægbrug, en griseavler, en kornavler, de leverer deres varer ind til et stort andelsselskab, som så har forhandlet prisen for dem til en markedspris. Sådan er det ikke her. Der er det en stykpris, man selv forhandler. Så der er også en større risiko.

**Dorrit Andersen**  
Direktør i Rootconsult



Historisk har vi lukket aftaler for et år ad gangen, og så har vi trukket en streg i sandet og sagt, har det været godt eller skidt? Nu prøver vi virkelig også at kigge længere frem og sige, hvor er vi i dag, og hvor vil vi gerne hen?

– sammen med leverandørerne. For der skal jo nogle voldsomt store investeringer til, og så skal det mere være et samarbejde mellem køber og sælger, frem for at vi skifter leverandørerne ud år for år.

**Jesper Rix Mandal**  
Indkøbschef hos Dagrofa



Det har været sådan, at gartneren ikke kunne få lukket sin årsaftale i første hug. For indkøberen skulle lige ud og spørge konkurrenten først. Så presser de måske ham fire ører. Og så går man tilbage til gartneren, og siger, nu kan vi få de fire ører et andet sted. Det er der ingen, der vinder på. Så vi skal beslutte at tage ansvar, sammen.

**Dorrit Andersen**  
Direktør i Rootconsult



Der kan være en situation, hvor vi står med 400 paller blomkål og en kontrakt, der siger 7,5 kr. Så siger de bare, nå men I har for mange, og vi mangler ikke sådan rigtig.

Men vi kan da give 3 kr. eller 4 kr. for dem, ellers kan vi ikke sælge dem for jer. Og så står vi der med håret i postkassen. Det er sådan, det er med kontrakter i Danmark, hvor avleren står med hele risikoen, fordi der ikke er nogen aftagerpligt på de afgrøder, der er plantet. Hvis der var det, så kunne vi lettere investere i fremtiden, og den vej igennem kunne man også lave det til en fornuftig pris i fremtiden.

**Uffe Krogh Jepsen**  
Administrerende direktør i Dangrow



Producenterne og detailhandlen har haft et dysfunktionelt forhold. Så når de er ude og lukke aftaler, så er det helvede for producenterne. Jeg kan lige så godt sige det. Et helvede. Producenterne frygter dem - og sådan skulle det jo ikke være.

**Louise Køster**  
Direktør på Rabarbergaarden

For aftagerne i detailhandlen opleves de kortsigtede aftaler og den manglende aftagerpligt som en fordel, fordi de minimerer risikoen for at brænde inde med producenterne, der typisk har en kort holdbarhed, samtidig med at man kan evaluere aftalerne løbende uden at være låst fast. Fx hvis man senere ønsker at ændre i sortimentet, eller man ikke har fået varerne til tiden eller i den ønskede volumen.

Dog kan flere af aktørerne fra detailhandlen også se en fordel i længere aftaler med et mere strategisk perspektiv, og de peger på, at tendensen i nogle dele af branchen nu går lidt mere i den retning.

#### **Producenter er også fødevarer-virksomheder**

I Danmark står de fleste producenter af frugt og grønt ikke kun for at dyrke afgrøderne, men også for bl.a. opbevaring, klargøring, pakning og distribution. Markedsføring og salg er dermed også producenternes ansvar, men udliciteres i mange tilfælde til en anden aktør, hvor producentorganisationerne GASA Odense og GASA Nord Grønt er langt de største.

Denne lave grad af arbejdsdeling i producentledet er en stor forskel fra et land som Spanien, hvor man som producent typisk sælger sin høst som bulk-varer og overlader opbevaring, klargøring, pakning, distribution og afsætning til andre aktører (MAPA 2004; Cooperativas Agro-alimentarias de España 2023).

At der ikke findes samme understøttelse af producenternes adgang til markedet i Danmark kan være en del af forklaringen på, at danske producenter i gennemsnit er væsentligt større end i resten af Europa (se [Færre producenter trækker læsset](#)).

Det kræver en stor volumen, hvis man som producent skal kunne gøre det hele selv, ikke mindst fordi processer som vask og pakning kræver dyrt, specialiseret udstyr.

Det er både med til at øge den risiko, man påtager sig ved at producere frugt og grønt, samt behovet for investeringer, som i sig selv er en barriere, særligt for mindre producenter (se [Mangler investeringer](#)). Samtidig peger aktørerne i Madkulturens interviews på, at det gør det svært for nye generationer at tage over, når man ikke blot kan fokusere på primærproduktionen, men skal drive en fødevarer virksomhed med kølerum, vaskeanlæg, pakkemaskiner og afsætningskanaler.

#### **Barrierer for små producenter**

Markedsstrukturen og den manglende understøttelse af producenternes adgang til markedet er en barriere for, at små producenter kan vokse sig større ved at sælge til grossister, foodservice og detailhandlen.

I brancheinterviewene peger flere aktører på, at det er svært for de små producenter at møde forventninger til bl.a. mængder, kvalitet, emballering og leveringssikkerhed, der gælder her, særligt fordi de skal klare det hele selv (se også [Mismatch mellem detail og produktion](#)).

De små producenter må i stedet finde nicher, hvor de kan operere på andre vilkår, fx ved at dyrke market gardens (højintensiv dyrkning på et lille areal) og afsætte direkte til fx restauranter, via en gårdbutik eller gennem en CSA-ordning (abonnement, hvor kunderne betaler forud for sæsonen). Disse kanaler fylder dog meget lidt i den samlede værdikæde (se [Dagligvarebutikker leverer størstedelen af maden](#)), og producenterne skal stadig varetage både klargøring, pakning og afsætning, hvilket ikke bliver nemmere af, at salget foregår direkte til slutbrugere som restauranter eller private husholdninger.



Maskiner til at pakke i pap er outstanding dyre. Fx en maskine som kan lime og lægge seks eller otte æbler i en pakke uden plastik. Den skal pakke 3-4.000 ton æbler, før det er en god forretning, og det er der måske kun ét pakkeri i Danmark, der gør. De fleste bliver nødt til at fylde det, man har, i poser. Æblerne er ikke nødvendigvis dårligere, men det kan komme til at se sådan ud.

For gulerøddernes vedkommende er der volumen nok til at sortere og pakke nogle nicheprodukter. Men for fx æbler eller broccolini er volumen så lille, at det bliver mere dogmeagtigt.

**Jens Nannerup**  
Direktør, GASA Odense



De små har svært ved at afsætte deres ting. Man skal op og have en stor volumen, for at grossisterne tager det ind. Det der med lokale danske varer er populært på papiret, men når det skal ud til kunderne, som typisk vil være professionelle køkkener eller detail, så er de små for små. De har kun et direkte salg som en mulighed. Det begynder så også at vokse rundt omkring, men der er simpelthen ikke et logistiksystem til de små producenter.

**Louise Køster**  
Direktør på Rabarbergaarden



Hvis den nye generation skal ud og kunne etablere sig på en økonomisk fornuftig måde, så er de nødt til at lære at gøre det på et meget lille areal. Og det er der faktisk også mange af dem, der gør.

Men de tæller jo selvfølgelig ikke ret meget i den statistik, fordi de arealer, de tager ud og køber eller forpagter gennem fx andelsgårde, de er jo på ganske få hektar. Det er jo sådan noget 3-5 hektar måske, de dyrker (...). De afsætter direkte til forbrugerne. Det er noget af det, de virkelig har brug for at lære: hvordan afsætter de grøntsagerne direkte.

**Julie Rohde Birk**  
Forstander på Kalø Økologiske Landbrugsskole



Jeg hylder småskalaproducenterne som helte, men det er forsvindende, hvad de producerer. Vi (Aarstiderne, red.) kan ikke købe fra de helt små regenerative, det er alt for dyrt, og de har jo slet ikke de mængder, der skal til.

Det er virkelig forsvindende værdi, hvad de præsterer. Det er typisk noget der lander i en Michelin restaurant eller til en lokal restaurant. Vi skal finde en vej, så småskalaproducenter får økonomi i deres produktioner, så de kan inspirere en masse til at gå samme vej.

**Søren Ejlersen**  
CoFounder i Aarstiderne



Det, vi ser lykkes, er, at vores faglærte gartnere allierer sig med en højskole og starter et gartneri, eller de forpagter et stykke jord. Vi havde nogen, der ikke engang var færdiguddannede, så havde de forpagtet et stykke jord og startet en market garden op.

**Susanne Ogstrup**  
Uddannelsesleder på Roskilde Tekniske Skole, Vilvorde



Den her underskov af mindre lokale producenter, der sælger lokalt eller leverer til en lokal restaurant, dem vil der jo altid være plads til. Men det er ikke noget, som kommer ind på supermarkedshylderne. Det er nicheproduktion.

**Dorrit Andersen**  
Direktør i Rootconsult

## Nye forbindelser på tværs af værdikæden

Aktørerne i Madkulturens interviews tegner konturerne af tre veje til at forbedre producenternes vilkår på markedet for frugt og grønt i Danmark: Det er strategiske samarbejder på tværs af værdikæden, stærke producentfællesskaber, og et større fokus på at fremme andelen af dansk grønt gennem offentlige udbud.

### 1. Strategiske samarbejder mellem producenter og detailhandel

Gennem de seneste år har flere detailkæder indgået længerevarende partnerskaber med danske primærproducenter om at udvikle brands, storytelling og nicheprodukter, som kan bidrage til at øge værdien af den danske produktion over for kunderne eller lette vejen ind i detailhandlen for små producenter. Her er nogle af eksemplerne:

- **Rema 1000 og Gram Slot** indgik i 2010 et strategisk samarbejde, som bl.a. indebærer, at Rema 1000 nu ejer 50 % af Gram Slot. Det giver en mere forpligtende relation, hvor Gram Slot i høj grad er sikret afsætning gennem et fast sortiment i butikkerne og samtidig kan udvide produktionen i takt med, at Rema 1000 udvider deres butiksportefølje og sortiment af Gram Slot-produkter. Det har indtil videre resulteret i en udvidelse af det dyrkede areal på Gram Slot fra 700 ha til 3.500 ha (Food Supply 26.08.13, Økologisk Landsforening 27.04.24).

- **Salling Group og Tjele Gods** har for nylig indgået et strategisk samarbejde, som for Salling Group handler om at styrke positionen over for kunderne gennem mere inspirerende oplevelser, mens det for Tjele Gods særligt handler om at udvikle produktionen i tæt samspil med aftageren for at opnå en højere grad af sikkerhed for afsætning (Tjele Gods 2025.).

- **MENY's Danske Madskatte** er et koncept i butikkerne, der har til formål at gøre de danske råvarer mere tilgængelige og nemmere at finde på hylenderne (MENY 2025). Det omfatter indtil videre 50 danske producenter og ca. 700 varer, og har efter de første 100 dage bidraget til en stigning i salget af de danske produkter på tværs af kategorier (Ritzau 23.05.24, Ritzau 18.09.24).



Hvis vi skal have de mindre leverandører til at vokse, så nytter det ikke noget, at vi binder dem op på de samme samhandelsbetingelser, sikkerhedsstillelser og betalingsbetingelser, som vi for eksempel gør med Arla eller nogle af de allerstørste. Så dræber man dem jo ved fødslen.

**Richo Boss**  
Direktør i Meny



Vores samarbejde med Tjele Gods skal være med til at sikre, at der bliver dyrket nogle økologiske grøntsager.

Det er i opstartsfasen, så vi må se, hvor vi lander henne. Men ideen er selvfølgelig, at det er en rigtig god økologisk landbrugsjord, der er adgang til. Og så definerer vi sammen med avleren, hvad der skal produceres.

**Stephan Bruhn**  
Kategori direktør for frugt og grøntsager i Salling Group



Kan man lave flere samarbejder, som Rema 1000 og Gram Slot har gjort? Altså lave alliancer, hvor man går sammen, og man har en fælles interesse, også økonomisk, i at få det til at køre.

**Louise Køster**  
Direktør på Rabarbergaarden



Vi planter danske frugttræer, fordi vi også gerne vil have danske æbler i fremtiden. Der var to frugttræsproducenter, som vi handlede med. Nu er der én tilbage.

Vi vil gerne det danske, men vi er nødt til at starte helt derude og sige, hvad er det, der gør, at der bliver færre og færre gartnerier? Hvis de ikke kan leve af det, så må vi have endnu mere fokus på, hvad der skal til for at drive det.

**Anders René Jensen**  
Indkøbs- og marketingdirektør i REMA 1000



Vi har lavet et samarbejde med Stengården, en økologisk gård, hvor der er udsving i produktionens størrelse. Der kan være en høst, som giver så meget, at de ikke kan sælge det i gårdbutikken, og derfor er aftalen, at vi hver 14. dag, køber overskuddet direkte fra dem. Vi betaler den pris, de nu engang koster, selvom det er en overskudsvarer. Deres alternativ, var enten at pløje porrerne ned, eller at fødevarer af så høj en kvalitet var endt som dyrefoder.

**Michael Allerup Nielsen**  
Enhedschef på Bispebjerg Hospital

## 2. Stærkere producentfællesskaber og fælles løsninger

I interviewene fremhæves producentfællesskaber og fælles løsninger til fx vask og pakning som en vej til at aflaste producenterne og lette vejen til markedet for mindre producenter af frugt og grønt i Danmark. Det gælder også eksportmarkederne, som kan være en del af løsningen, hvis producenterne skal være bedre stillet ift. skalering, prissætning og bedre muligheder for at afsætte overskudsproduktion i situationer, hvor det danske marked er for småt.

I denne sammenhæng kan man bl.a. lade sig inspirere af udviklingen i Spanien, hvor kooperativer, producentorganisationer og forarbejdningfællesskaber allerede i 2004 håndterede halvdelen af produktionen af frugt og grønt (MAPA 2024), mens deres omsætning siden er næsten fordoblet, bl.a. drevet af en stor teknologiudvikling (Cooperativas Agro-alimentarias de España 2023).



I skolemadsdiskussionen siger alle, at vi skal dyrke noget lokalt, der lander på en skole. Men hvem skal vaske gulerødderne, pastinakkerne, kartoflerne osv.?

Der er en supply chain-problematik, som er til at føle på. Men et æble og en pære og et salathoved og knoldselleri kunne let finde vej med de rigtige logistiske systemer, hvis vi gik sammen om det.

**Søren Ejlersen**  
CoFounder i Aarstiderne



Noget af det, vi har kunnet hjælpe med (hos Gasa Odense) har været at få en eksport i gang, så producenterne får et større marked, hvilket er svært at gøre selv for den enkelte producent (...). Det giver nogle stordriftsfordele, noget innovation og bedre muligheder, end man kan få på et lille marked med 5 mio. mennesker.

**Jens Nannerup**  
Direktør, Gasa Odense

## 3. Fokus på offentlige udbud

Offentlige køkkener udgør et vigtigt vækstmarked for danske producenter af frugt og grønt. Det er også et område, som brancheorganisationen Dansk Gartneri har særlig fokus på, bl.a. med en vejledning til aktører på tværs af de offentlige køkkeners værdikæde (Dansk Gartneri 2024).

EU's udbudsregler tillader ikke at stille krav om national oprindelse. Alligevel kan udbudsmaterialerne bidrage til at øge andelen af danske produkter gennem bl.a. kvalitetskrav, miljøkrav, produktionsstandarder samt krav om fx økologiandele, sæsonvarer eller leveringsafstand (Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen 2022).



Offentlige indkøb via foodservice-leverandører rummer et spændende potentiale. Det kræver, at man driver udbuddene på en bedre måde – gennem et samarbejde mellem branchen, udbudsjuristerne og de offentlige institutioner og køkkener, der gerne vil fremme det danske. Fx skal man ikke have et krav om, at der skal være 18 sorter af æbler at vælge imellem – for så vil det ende med udenlandske varer. Det gælder om at sætte de rigtige kriterier op.

**Jens Nannerup**  
Direktør, Gasa Odense

At udnytte de muligheder fordrer et tæt samarbejde mellem producenter eller producentfællesskaber på den ene side og de offentlige aktører, som ønsker at støtte dansk produktion på den anden side. De offentlige aktører kan i den forbindelse bl.a. støtte sig til strategien Grønne indkøb for en grøn fremtid, herunder målsætningerne i statens fødevarepolitik om en høj andel af vegetabiliske råvarer i statslige kantiner (Regeringen 2020).



De offentlige køkkener, som arbejder med økologi, får ofte udenlandske økologiske varer, fordi de er billigere.

Der mangler udbudskriterier, som ikke kun handler om pris, men alle andre parametre, som danske råvarer er bedst på, f.eks. friskhed og dermed mindre spild.

Vi har gode og kontrollerede arbejdsforhold, høje lønninger, og formentlig verdens strammeste lovgivning og kontrol indenfor både miljø, fødevarer sikkerhed og økologi - og det skal da som minimum komme vores patienter, børn og ældre til gode, i de offentlige køkkener.

**Dorrit Andersen**  
Direktør i Rootconsult

# Svært generationsskifte i horisonten

Med en gennemsnitsalder på 60 år blandt ejerne af bedrifter med frugt og grønt i Danmark, er der meget snart brug for mange nye producenter til at drive erhvervet videre.

Generationsskiftet er bl.a. udfordret af store bedriftsstørrelser, stigende jordpriser, dårlige lånemuligheder og nye beskatningsregler for små ejendomme, som alt sammen gør det svært at komme i gang som ny avler. Samtidig er antallet af kandidater begrænset, fordi frugt og grønt ikke prioriteres på landbrugsuddannelserne, samtidig med at det er svært at finde relevante lærepladser.

Endelig kan arbejdsforholdene, produktionsmetoderne og de dårlige indtjeningsmuligheder være med til at afholde mange unge fra at kaste sig ud i en fremtid som frugt- eller grøntsagsavlere.

## Høj gennemsnitsalder er en brændende platform

Gennemsnitsalderen for ejerne af heltidsbedrifter specialiseret i frugt og grønt i Danmark er på 60 år, og den stiger i øjeblikket med et halvt år for hvert år, der går (Figur 30). Til sammenligning er gennemsnitsalderen for ejerne af landbrugsbedrifter i Danmark 54 år, og stiger ikke i samme grad (Danmarks Statistik JORD2).

Det betyder, at et meget stort generationsskifte trænger sig på inden for ganske få år, hvilket også er en påtrængende bekymring for mange af aktørerne i Madkulturens interviews.

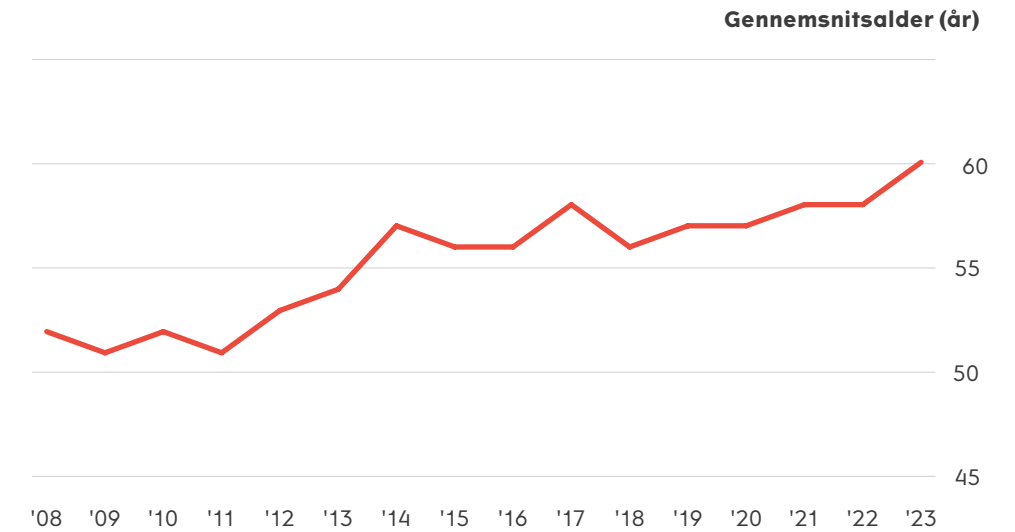
En tidligere opgørelse fra Danmarks Statistik har vist, at det især i de mindre gartnerier, at ejeren er ved at nå pensionsalderen. På de største gartnerier er ejerne yngre end gennemsnittet (Danmarks Statistik 2021).

Figur 30

## Stigende gennemsnitsalder for producenter af frugt og grønt

Udvikling i gennemsnitsalderen for ejerne af heltidsbedrifter specialiseret i frugt og grønt. 2008-2023.

Kilde: Beregninger på tal fra Danmarks Statistik – JORD2



## En uoverkommelig investering

Adgangen til at overtage produktionen for den næste generation er ifølge de interviewede aktører udfordret af en række faktorer. Særligt kombinationen af store bedriftsstørrelser, stigende jordpriser og dårlig adgang til at låne til en grøntsagsproduktion gør det svært at etablere sig.

Fra 2015 til 2024 er den gennemsnitlige jordpris i Danmark steget med 17 % til 162.000 kr. pr. ha (Danmarks Statistik LPRIS37), og prisen presses stadig opad af øget efterspørgsel fra bl.a. naturprojekter, udenlandske opkøbere og kapitalfonde, øget produktion af industrikartofler samt energiselskaber, der køber landbrugsjord for at etablere solcelleanlæg (TV2 25.2.25).

Med en gennemsnitlig bedriftsstørrelse på 89 ha for specialiserede heltidsbedrifter med frilandsgroentesager, skal man som ny producent skaffe 14 mio. kr. alene for at købe jorden, eller forpagte den til en pris, som også er stigende (beregning på baggrund af Danmarks Statistik LPRIS37).

Hvis man i stedet vælger at starte småt med et frilandsgartneri på under 5 ha, kan man til gengæld forvente en høj ejendomsskat, idet den efter 2023 ikke længere vil være kategoriseret som en landbrugsejendom, men som en erhvervsjendom (Vurderingsportalen 2025).



## Det er vigtigt, at næste generation ikke står med sorte per.

**Svend Brodersen**  
Direktør på Gram Slot



Nu er vi på grænsen til, at 70 % af alle landbrugere skal på pension inden for de næste par år. Og hvem er det, der skal købe de landbrug, som er blevet nogle gigantiske enheder nu?

Hvis vi ikke går ind og gør et eller andet for at bryde dem op, så de unge mennesker kan komme ind, så er der ikke andre til at købe dem, end de andre store landmænd eller investeringsfonde. Nogle, der har de der mange, mange millioner. De små landbrugere har ikke en chance. De har ikke 50 millioner kroner. Det er en kæmpe udfordring.

**Julie Rohde Birk**  
Forstander på Kalø Økologisk Landbrugsskole



Du skal have noget volumen for at kunne være med i det her game og levere til detailkæderne. Derfor bliver der færre og færre avlere. Og mange af de eksisterende, de er oppe i en lidt højere alder, mens der ikke kommer mange unge folk til. Så der er da lidt en udfordring med at gøre erhvervet sexet, i forhold til, om man vil overtage den her måde at dyrke på i nutidens jobmarked.

**Lars Andresen**  
Teamleder i Lidl



Som det er lige nu, så føler de unge, at de store gårde er fuldstændig uden for rækkevidde. Og så har de opgivet på forhånd. Derfor er vi nødt til at tale ind i, at det godt kan lykkes i mindre skala.

**Sanne Aagesen**  
Faglærer ved Roskilde Tekniske Skole, Vilvorde



Vi har jo en masse unge mennesker, som gerne vil lære om fremtidens landbrug med innovative praksisser som regenerativ dyrkning, samdyrkning osv. De unge er klar, men så er vi bare tilbage ved adgangen til jorden.

Hvordan får vi lavet de her små enheder, som de skal bruge til at komme i gang? De er jo sådan set klar til at betale for forholdsvis små enheder, men problemet er, at der ikke er nogen små enheder.

**Julie Rohde Birk**  
Forstander på Kalø Økologisk Landbrugsskole



Prisen på jord er for dyr. De nyuddannede jordbrugere kan ikke få et lån i banken. Man er ikke interesseret i at låne penge ud til grønsagsproduktion. Men du kan godt låne mange millioner til at købe et svinebrug.

**Sanne Aagesen**  
Faglærer ved Roskilde Tekniske Skole, Vilvorde



Der er jo ikke mange unge mennesker, der står med flere millioner sådan lige til at lægge for at købe et gartneri, eller en plantage, eller en gård.

Det er rigtig svært at starte op, medmindre man er næste generation i en familie. Der er brug for en anden tilgang ift. at støtte op omkring adgang til likviditet, så de unge kan komme i gang.

**Anders René Jensen**  
Indkøbs- og marketingdirektør i REMA 1000



Det hjælper heller ikke, når der så er blevet ekstra beskatning på de små gårde, fordi man er bange for, at det hele bliver til hobbyheste.

At du lige pludselig skal betale samme ejendomsskat som en parcelhusgrund på 2,5 ha, gør det umuligt. Når ejendomme først er kommet i den pulje, så tænker jeg ikke, at det bliver til en fødevarerproducerende ejendom igen.

**Sanne Aagesen**  
Faglærer ved Roskilde Tekniske Skole, Vilvorde



Jeg håber snart, at der er nogle politikere, der øjner, at de er ved at gøre det fuldstændig umuligt for et egentlig solidt vækstlag af nye jordbrugere. I Danmark har vi i mange år ikke prioriteret gartneri- og hortonomuddannelserne. Det giver os et vidensproblem.

Vi har en stabil tilgang af elever, der gerne vil fødevarerproduktion. Men de får slukket drømmene en for en, når de hverken kan få en læreplads eller kan arbejde med bæredygtige produktionsformer.

**Sanne Ogstrup**  
Uddannelsesleder på Roskilde Tekniske Skole, Vilvorde

#### Lærerpladser er en flaskehals

En anden væsentlig bekymring i brancheinterviewene er, at landbrugs- og gartneriuddannelserne ikke er tilstrækkeligt gearet til at tilvejebringe det store antal kvalificerede grøntsagsgartnere og frugtavlere, som snart skal til at overtage fra de aldrende avlere.

Frugt og grøntsager nyder stor interesse fra eleverne på landbrugsskolerne, hvor 37 % giver udtryk for, at de godt kan se sig selv som grøntsagsproducenter i fremtiden. Men på uddannelserne får emnet ikke et tilsvarende stort fokus. Således svarer 60 % af de adspurgte elever, at de enten har fået "intet" eller "for lidt" viden om grøntsagsproduktion indtil videre under deres uddannelse, mens kun 28 % oplever, at emnet er blevet tilstrækkeligt afdækket (Landbrug & Fødevarer 2023).

Skolerne beretter også om store udfordringer med at finde lærepladser inden for frugtavl og grøntsagsproduktion, hvilket bl.a. resulterer i et højt frafald, når landbrugs- og gartnerieleverne er færdige med grundforløbet og skal starte i praktik.

Endelig er der en bekymring på skolerne om, hvem der fremover skal undervise i produktionen af frugt og grøntsager, der er et specialiseret område med få faglærte undervisere – og få producenter med viden om de enkelte afgrøder, som man kan trække på. I den forbindelse nævner flere også, at der desværre ikke længere er en specialiseret hortonomuddannelsen i Danmark.



Antallet af lærepladser er faldet de seneste år. Og det er jo en af de ting, som faktisk er rigtig, rigtig trist. Vi har faktisk elever nok, men de kan ikke finde en læreplads inden for frugt og grønt. Det er især de mindre produktionsvirksomheder, som siger, at de ikke har råd til at have lærlinge.

**Sanne Aagesen**  
Faglærer ved Roskilde Tekniske Skole, Vilvorde



Vi har en del, der har lærepladser på grøntsagsproducerende virksomheder, men eleverne søger jo ikke de store landbrugsvirksomheder, de søger de små, lidt mere nicheagtige produktioner. Især i frugtavl har det været svært at finde lærepladser i mange år. Der er rigtig mange frugtavlere, som faktisk ikke tager lærlinge.

**Susanne Ogstrup**  
Uddannelsesleder på Roskilde Tekniske Skole, Vilvorde



Vi har den rigtige faglighed – endnu... Men vi har ikke så mange, der har den faglighed, som de gamle har. Den er ved at forsvinde. Det er jo et håndværksfag, hvor vi står på skuldrene af de tidligere generationer. Vi er nødt til at have deres viden med også.

**Susanne Ogstrup**  
Uddannelsesleder på Roskilde Tekniske Skole, Vilvorde



I Holland er der et helt andet grundlag for grøntsager, fordi der er så mange, der har mange års erfaring. Er vi fem eller seks økologiske løgproducenter i Danmark, for eksempel?

Det siger noget om, hvor få personer det er, der arbejder med det her. Det kan godt være, at man kan vælge grøntsagsdyrkning på et valgfag, men hvis det her skal fylde meget, og det skal det jo, så skal alle have en eller anden form for introduktion.

Udfordringen er, at mange landbrugsskoler vil tænke, hvem her har egentlig kompetencer til at undervise i grøntsager? De færreste har nogen at trække på, som virkelig bundet i frugt og grønt.

**Svend Brodersen**  
Direktør på Gram Slot



Jeg ser en masse elever, som gerne vil have en helt anden livsstil, end hvad den traditionelle produktionstankegang kan tilbyde. Det kan måske være ok med en mindre indtægt, hvis blot man kan stå inde for det man laver.

**Sanne Aagesen**

Faglærer ved Roskilde Tekniske Skole, Vilvorde

**Arbejdsforhold og værdier kan stå i vejen**

I interviewene nævnes både arbejdsforholdene og de dårlige økonomiske muligheder i produktionen af frugt og grønt som noget, der kan afskrække unge fra at gå ind i erhvervet. Hvis man vil have en almindelig arbejdsuge og timeløn, kræver det en bedrift af en vis størrelse, for at produktionen kan blive rentabel, og der kan være grundlag for flere hænder og et kollegialt fællesskab.

På den anden side er der også mange unge, der uddanner sig inden for erhvervet, som ikke finder det interessant at drive en traditionel storskalaproduktion. De ser fx gartnerierhvervet som en mulighed for at bruge deres krop, udleve idealer for bæredygtig fødevarerproduktion eller bygge noget op som selvstændig i samarbejde med andre. De motivationer harmonerer ikke nødvendigvis med at overtage eller arbejde i en stor kapital- og maskintung grøntsagsproduktion.

Derfor er der mange unge, som i stedet orienterer sig mod alternative produktionsformer og småskalaproduktion i form af fx market gardens. Det viser sig ikke bare på de officielle landbrugs- og gartneruddannelser, men fx også i søgningen til Den regenerative jordbrugsskole, hvor 42 elever siden etableringen i 2022 har gennemført en kort landbrugsuddannelse med praktik for egen regning (Regenerativt Jordbrug 2025).

Set fra de store producenters og værdikædens perspektiv kan det virke som en barriere, at unge jordbrugere orienterer sig mod produktionsformer, som er langt fra den, som i dag er bærende for den danske produktion af frugt og grønt. Men af interviewene fremgår det også, at de avlere, som lykkes med at etablere sig på en lille skala, godt kunne blive klar til at drive produktion i større skala, hvis udfordringerne med bl.a. markedsstruktur, finansiering og understøttende funktioner bliver løst.



Der er et helt grundlag af en ny generation, som vil arbejde med grøntsager. Alle de nye jordbrugere, som siger, vi skal dyrke mad, samtidig med at vi skal løse nogle andre udfordringer.

De vil ikke lave korn, men grøntsager. Gå med det momentum. Gå med dem, og giv dem nogle muligheder for at komme i gang. Det gode ved dem er, at de gør det bare. De starter måske med 200 kvm og er utrolig agile. Kig på Godis Grønt. De gik bare i gang, og er faktisk ved at være ret store nu.

**Louise Køster**

Direktør på Rabarbergaarden



De (eleverne, red.) er idealister eller aktivister først, og så er de jordbrugere. De beholder deres ideologi, og rigtig mange ender også med at arbejde med grøntsager.

Men de begynder måske at blive en lille smule mere pragmatiske i forhold til, at vi måske er nødt til at arbejde med nogle dyr for at have sunde sædskifter og lave naturpleje, for eksempel.

Så begynder dyrene at komme ind på nogle andre præmisser end bare som fødevarer, fordi vi simpelthen skal bruge dem i den produktionsform, vi laver.

**Julie Rohde Birk**

Forstander på Kalø Økologisk Landbrugsskole



Eleverne efterspørger i stor stil at lære at dyrke mad på et mindre areal. Altså at lave en økonomisk bæredygtig produktion på et mindre areal med en højintensiv grøntsagsproduktion.

De tæller jo selvfølgelig ikke ret meget i statistikken, men deres output er enormt, i forhold til, en gammeldags, højindustriell grøntsagsproduktion, som jo ikke er tilnærmelsesvis så produktiv ift. arealet. Det handler jo også lidt om, hvad det er, vi gerne vil have fra fremtidens fødevarerproduktion.

**Julie Rohde Birk**

Forstander på Kalø Økologisk Landbrugsskole

# 6

**Hvor får vi råvarerne fra? Detailhandlens rolle i fødevarernes værdikæde**

# Dagligvarebutikker leverer størstedelen af maden

I Danmark kommer langt de fleste af madvarerne i de daglige måltider fra detailhandlen. Aftensmåltidet tilberedes for det meste hjemme, og her indeholder ni ud af ti måltider varer fra en fysisk eller online dagligvarebutik, mens tre ud af fire udelukkende består af ingredienser fra en dagligvarebutik (Madkulturen 2023a). Dermed har udbuddet i disse butikker stor betydning for vores adgang til råvarer.

## For mange dagligvarebutikker

Antallet af dagligvarebutikker i Danmark har ligget relativt stabilt i de seneste år. I 2022 var der 2.490 butikker, mod 2.370 butikker i 2012 (Danmarks Statistik 2024b), men intet land i Europa har flere supermarkeder pr. indbygger end Danmark (Berlingske 02.01.21), og de fleste forbrugere har mulighed for at til- og fravælge specifikke butikker og kæder baseret på andre parametre end blot deres placering.

Det betyder, at markedet er, og længe har været, præget af hård konkurrence. Centrale aktører fra dagligvarekæderne har gennem de seneste år gentagne gange givet udtryk for, at mætningspunktet for antallet af dagligvarebutikker er nået, og at der især er for mange discountbutikker i Danmark ift. indbyggertallet (TV2 05.08.20; Politiken 20.04.23).

## Discount er en del af hverdagen

Hvor supermarkederne for 15 år siden fyldte betragteligt mere end discountbutikkerne, er discountbutikkernes markedsandel siden vokset betragteligt, så den nu næsten er på størrelse med supermarkedernes. Trods en relativt stabil butiksmasse er discountbutikkernes markedsandel steget fra under 30 % i 2008 til 43 % i 2023 (Brandt 03.02.23).

Langt størstedelen af danskerne handler nu i én eller flere discountkæder mindst en gang om ugen – og mange handler kun i discount. Samtidig besøger vi typisk flere forskellige discountbutikker i jagten på de bedste priser (Madkulturen 2023a).

Forskellen på supermarkeder og discountbutikker er gradvist blevet mindre.

På den ene side har mange supermarkeder iværksat forskellige discounttiltag, hvor pris og værdi for pengene er i fokus. Det afspejler sig fx i Coops strategi for deres supermarkeder, der i højere grad satser på egne varer og på at matche priserne fra discountbutikker (DR 06.04.23, Finans 02.11.23).

På den anden side har discountbutikkerne flyttet sig fra et stramt fokus på billige varer til at have flere varenumre og et større udvalg af bl.a. økologi, ligesom

forbrugernes tilfredshed med udvalget i discountkæderne er vokset, så den nu stort set er på linje med supermarkederne (Madkulturen 2023a).

Retail Institute, som opgør markedsandele baseret på antal butikker, anslår, at discountbutikkerne vil øge deres markedsandel fra 45,6 % i 2023 til 47,7 % i 2028, primært på bekostning af nærbutikker og mindre supermarkeder (Retail Institute 02.11.23).

76 %

handler i en discountbutik ugentligt

39 %

handler udelukkende i discountbutikker

75 %

af aftensmåltiderne tilberedt og spist i hjemmet indeholder udelukkende madvarer fra supermarkeder

90 %

af aftensmåltiderne tilberedt og spist i hjemmet indeholder madvarer fra supermarkeder

# Dansk frugt og grønt er en meget lille varegruppe

## En syvendedel af dagligvarebutikker-nes fødevareomsætning

Ud af den samlede fødevareomsætning, stod frugt og grønt-kategorien i 2024 for 12 %, fordelt på 8 % til grøntsager og 4 % til frugt. Det viser tal baseret på digitale kvitteringer fra et panel på omtrent 10.000 husstande (Kauza 2024). Frugt og grønt-kategoriens andel af fødevareomsætningen har været stabil over de seneste fem år (Figur 31).

## Mindre end en tredjedel kommer fra Danmark

Hvis vi zoomer ind på de 12 %, ser vi af Kauzas registreringer, at knap en tredjedel stammer fra danskproduceret frugt og grønt. Dette er et gennemsnit for året, da andelen af danske varer varierer en del gennem de forskellige sæsoner – med den højeste andel i sommerhalvåret (Figur 32).

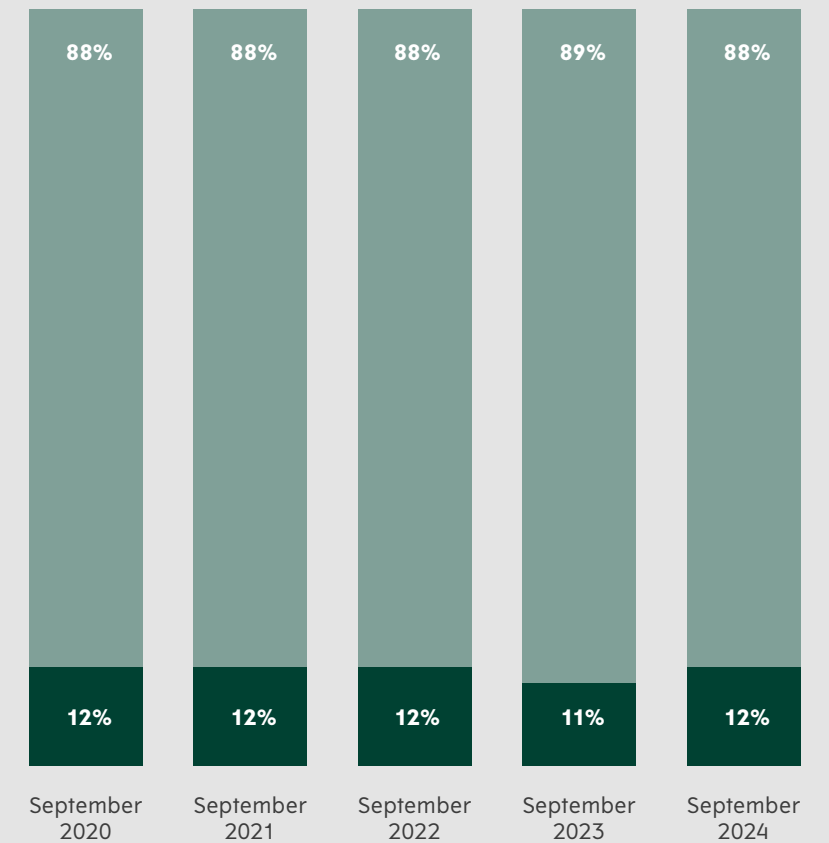
Samlet set udgør dansk frugt og grønt 4 % af den samlede fødevareomsætning i dagligvarebutikkerne i Danmark.

Figur 31

## Frugt og grønt udgør 12 % af fødevareomsætningen

Frugt og grønts andel af fødevareomsætningen i dagligvarehandlen. 2020-2024.

■ Frugt og grønt  
■ Øvrige fødevarer

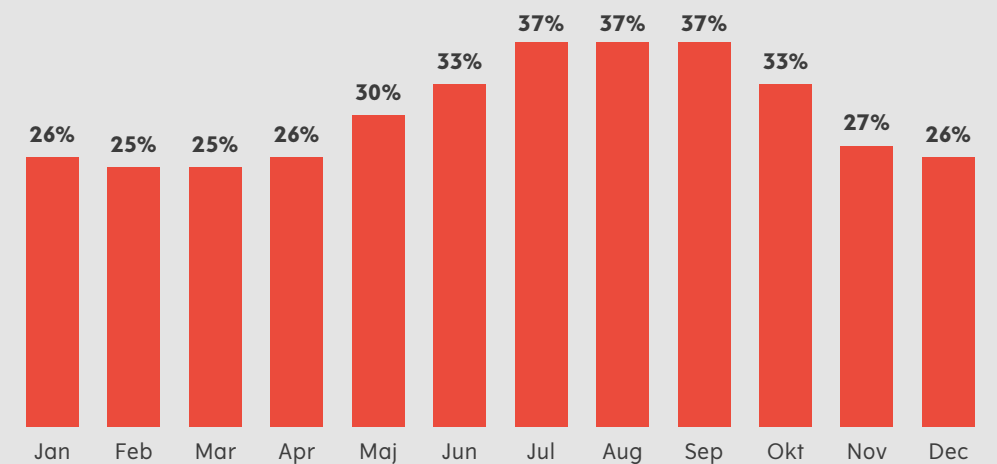


Kilde: Kauza 2024

Figur 32

## Dansk frugt og grønt udgør ca. 30 % af frugt og grønt-omsætningen

Andelen af danskproduceret frugt og grønt ud af frugt og grønt-kategoriens omsætning i dagligvarebutikkerne. 2024.



Kilde: Kauza 2024

## Frugt og grønt den største økologiske kategori

I 2023 var frugt og grønt den største økologiske kategori med en omsætning på 5,7 mia. kr. Det svarer til 37 % af omsætningen for alle økologiske varer. Den næststørste kategori var mælk, ost og æg med et økologisk salg på 4,1 mia. kr. (Danmarks Statistik OEKO3). Af den samlede omsætning af økologisk frugt og grønt udgør frugt 32% og grønt 68%.

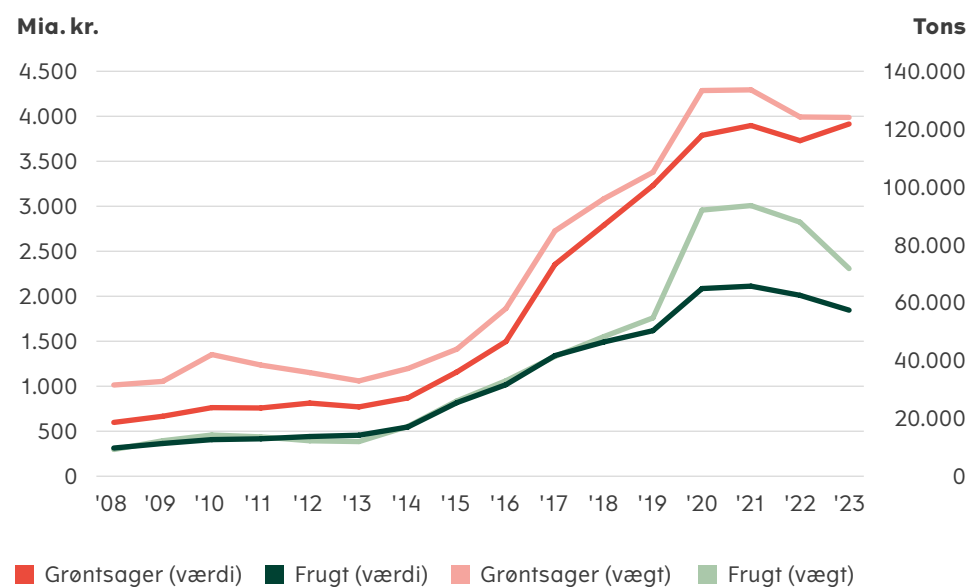
Fra 2022 til 2023 steg salget af økologiske grøntsager med 5%, mens salget af økologisk frugt faldt med 8% målt på omsætning og 18% målt på mængde (Figur 33). Bananer er den mest solgte varer, både målt på mængde og omsætning, og tegner sig alene for 509 mio. kr. Det svarer til 16% af det økologiske salg af frugt og grønt og 3% af det samlede økologiske detailsalg (Danmarks Statistik OEKO3).

Figur 33

### Stigning i salget af økologisk grønt og fald i salget af økologisk frugt

Udvikling i detailsalget af økologisk frugt og grønt målt på vægt og omsætning, 2008-2023.

Kilde: Danmarks Statistik - OEKO3



# 7

**Hvordan skal  
vi sælge det?  
Barrierer i  
detailhandlen**

# Pris er kongen

En central barriere for at øge udbuddet af dansk frugt og grønt er det store fokus på pris, som præger mange af de grundlæggende logikker, principper og beslutningsprocesser, der driver detailhandlen. Det fremgår af Madkulturens brancheinterviews med aktører på tværs af værdikæden.

## Økonomien skal jo hænge sammen

Fokus for detailhandlen er primært at sikre, at forretningen fungerer så effektivt og økonomisk som muligt. Det gælder også ift. indkøb og lagerstyring, hvor den centrale opgave er at indkøbe varer til den bedst mulige pris og i passende mængder, så man undgår både overkapacitet og mangel.

Fokus på den økonomiske bæredygtighed viser sig også ift. prisfastsættelse, hvor detailhandlerne skal sikre, at omkostningerne dækkes, og avancen er på et acceptabelt niveau, samtidig med at man må tage hensyn til konkurrenternes priser,

forbrugernes betalingsvillighed og det generelle prisniveau.

Sidst, men ikke mindst, giver detailhandlens fokus på den økonomisk bæredygtige forretning sig til udtryk i markedsføringen, hvor tilbud bruges strategisk til at øge kundetilstrømningen og dermed omsætningen.

Inden for dette overordnede paradigme, hvor fokus er på optimering, effektivisering og pris, bliver de værdier, som forbindes med dansk frugt og grønt, ofte skubbet i baggrunden, selvom det er noget, man typisk har et ønske om at støtte.



Jeg tror, en stor del af det her drejer sig om, at vi kun har solgt og konkurreret på pris i en lang årrække.

**Jens Nannerup**  
Direktør, Gasa Odense Frugt-Grønt



For detailhandlen er der jo ingen tvivl om, at det er ”pris, pris, pris”, der er første prioritet. Det er det, de bliver målt på af kunderne, mens kvalitet, samt hvor varerne kommer fra, bliver prioriteret lavere.

**Uffe Krogh Jepsen**  
Administrerende direktør i Dangrow



Vi har vænnet forbrugerne til, at alt handler om pris.

**Anders René Jensen**  
Indkøbs- og marketingdirektør i REMA 1000



Danskerne er ekstremt prisbevidste og marginalerne er små i denne branche. Der skal ikke meget forskydning til, så prioriteres udenlandske alternativer. Det er jo de balancer, der er. Det gælder også på frugt og grønt.

**Jakob Lave**  
Branchedirektør i DI Fødevarer



Der er jo ikke nogen indkøbere og forbrugere, der ikke gerne vil det danske. Men med hvilken margin? Hvad kan det danske trække i forhold til det udenlandske? Er det 5 %, 8 %, 10 %...? Bliver 12 % for dyrt, så de køber det i udlandet i stedet for?

**Uffe Krogh Jepsen**

Administrerende direktør i Dangrow



Vi skal forstå den indkøbspris, producenterne tilbyder på en vare. Så skal vi se, hvad vi kan sælge den til, så vi også har noget avance – vi skal jo også tjener penge. Hvis salgsprisen bliver for høj, køber forbrugerne ikke varen. Så står vi jo og har et tab (...) Så det er forbrugeren, der skal tage et valg, om de fx vil købe en pose danske æbler til 25 kr. eller udenlandske, som måske vil ligge i 20-22 kr. Udviklingen peger på, at man går mere op i pris, end i hvor varen kommer fra.

**Lars Andresen**

Teamleder i Lidl



Vi skal jo alle sammen dele den regning – og kæderne skal også betale deres del. Vi skal lade gartneren gøre det så billigt og så godt som muligt. Men detailhandlen er mellemmanden, og de skal også betale en del af gildet. Og forbrugeren naturligvis også.

**Dorrit Andersen**

Direktør i Rootconsult



Det er den måde, vi i detailhandlen i Danmark driver vores butikker på. Over for kunderne er det pris, pris, pris. Og danskerne elsker gode tilbud.

**Anders René Jensen**

Indkøbs- og marketingdirektør i REMA 1000



Jeg tror langt henad vejen, at vi har vænnet den danske forbruger til og understøttet dem i, at prisen fylder ganske, ganske meget. Så hvis tingene kan købes billigere udenlandsk end dansk, er det ofte de udenlandske varer, der vinder – uagtet kvaliteten.

**Richo Boss**

Direktør for MENY

**30 %**

har svært ved at afkode oprindelseslandet på frugt og grønt i supermarkederne.

**39 %**

af forbrugerne oplever, at de ofte har svært ved at prioritere mellem forskellige hensyn ved indkøb af frugt og grønt, fx økologi, miljø eller oprindelsesland.

**Importeret frugt og grønt er billigst**

Omkostningerne ved at dyrke frugt og grøntsager i Danmark er typisk højere end ved at producere samme varer i udlandet, særligt på grund af lønniveauet (se **Svært at konkurrere med import**). Derfor bliver indkøbsprisen på dansk frugt og grønt naturligt også højere end på de udenlandske varer.

Brancheinterviewene peger på, at denne forskel i indkøbspris er en afgørende årsag til, at udbuddet af frugt og grønt i detailhandlen er begrænset, og at det fylder så lidt i omsætningen (se **Dansk frugt og grønt er en meget lille varegruppe**). Konkurrencen med de importerede varer betyder, at producenterne ofte står tilbage med konsekvensen af de højere produktionsomkostninger, hvilket naturligvis ikke understøtter en økonomisk bæredygtig forretning for dem.

**Detailhandlen har understøttet et forbrugerfokus på pris**

Fleere brancheinterviews peger på, at detailhandlen har været med til at understøtte forbrugernes stærke fokus på pris. Samtidig med en udvikling, hvor discountbutikker og -tiltag fylder mere og mere, har supermarkeder og discountbutikker i stigende grad konkurreret på prispunkter (se Dagligvarebutikker leverer størstedelen af maden).

I Madkulturens forbrugerundersøgelse fra februar 2025 svarer 39 % af forbrugerne, at de har svært ved at prioritere mellem forskellige kvalitetsparametre for frugt og grønt, fx oprindelsesland og økologi. Derudover har 30 % svært ved at afkode oprindelseslandet på frugt og grønt i butikkerne.

I en indkøbssituation, hvor vi som forbrugere på kort tid skal træffe mange valg og afveje forskellige kvalitetsparametre for hver enkelt vare, bliver prisen derfor i endnu højere grad afgørende, særligt når vi sammenligner to nogenlunde ens varer (se **Prisen gør det sværere at vælge dansk**).

# Historien bliver ikke fortalt

Selvom frugt og grønt udgør en syvendedel af fødevareomsætningen, er kategorien meget sparsomt repræsenteret i tilbudsaviserne, og størstedelen af annoncerne drejer sig om udenlandske varer. Forbrugernes efterspørgsel efter lokale varer er faldende, hvilket gør fortællingen om det danske som en kvalitet endnu vigtigere.

## Få annoncer for frugt og grønt

Dansk dagligvarehandel bruger mange annoncekroner på tilbudsaviser, og de er ubetinget en af branchens væsentligste markedsføringskanaler. To ud af tre danskere har inden for den seneste uge læst en fysisk eller digital tilbudsavis (Pej gruppen & Fonden af 1. oktober 1959 2023). Et ældre studie peger også på, at tilbuddene i aviserne er afgørende for mange forbrugeres valg af butik (Konkurrence- og Forbrugestyrelsen 2012). Det er derfor ikke ligegyldigt, hvilke varer der annonceres for.

Når man ser nærmere på indholdet af annoncerne i tilbudsaviserne, viser der sig et stort misforhold mellem annonceringen for frugt og grønt på den ene side og kategoriens andel af fødevareomsætningen på den anden.

Mens omsætningen af frugt og grønt udgør 12 % af den samlede fødevareomsætning i detailhandlen, udgør annonceringen kun hhv. 2 % og 3 % og i alt 5 % af det samlede billede i tilbudsaviserne (beregninger på

tal fra Tilbudsdata.dk). Til sammenligning fylder kød 17 % af fødevareannoncerne, hvilket er med til at understrege, at frugt og grønt på flere områder spiller en birolle i vores madkultur.

## Langt mellem dansk frugt og grønt i tilbudsaviserne

Af de 5 % af fødevareannoncerne i 2024, der omhandlede frugt og grønt, var størstedelen annoncer for udenlandske (eller ikke specificerede) varer. Blandt annoncerne for frugt var 10 % for danske varer, mens dansk grønt tegnede sig for 48 % af alle annoncerne for grøntsager.

Den lave andel af dansk frugt i annoncerne hænger bl.a. sammen med, at fx bananer og appelsiner er blandt de allermest populære frugter, som måske derfor også fylder mest i tilbudsaviserne (beregninger på tal fra Tilbudsdata.dk).



Når der skal kunder i butikken, gør man, som altid: Man sælger billigt smør eller billig sodavand, så kommer folk.

**Anders René Jensen**  
Indkøbs- og marketingdirektør i REMA 1000

**12 %**  
af fødevare-  
omsætningen i  
detailhandlen i 2024  
udgøres af frugt og  
grønt

**5 %**  
af fødevare-  
annoncerne i tilbuds-  
aviserne i 2024 var  
for frugt og grønt

**17 %**  
af fødevare-  
annoncerne i tilbuds-  
aviserne i 2024 var  
for kød

**10 %**  
af annoncerne  
for frugt i  
tilbudsaviserne  
var annoncer  
for dansk frugt

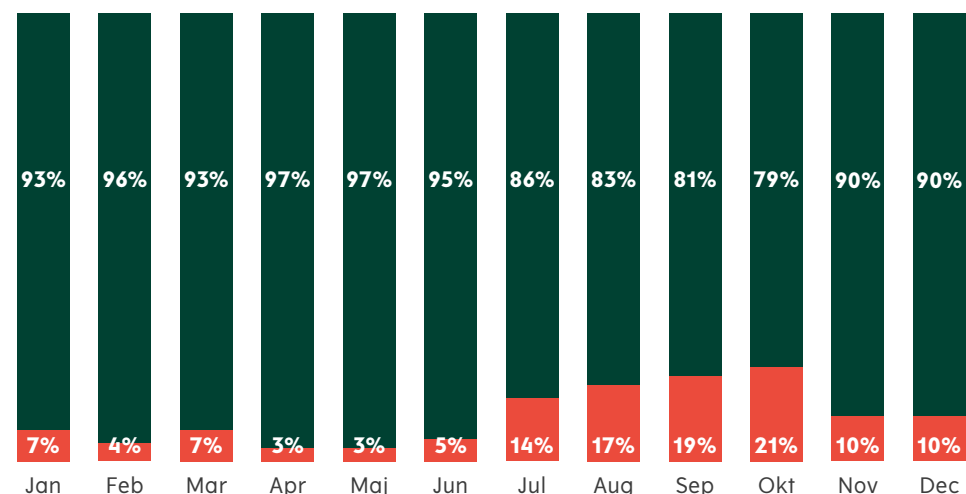
**48 %**  
af annoncerne  
for grøntsager  
i tilbudsaviserne  
var annoncer  
for dansk grønt

Figur 34

**Mest dansk frugt i august-oktober**

Andel af annonceringer for hhv. dansk og udenlandsk frugt i danske tilbudsaviser fordelt på måneder. 2024.

■ Dansk  
■ Udenlandsk



Kilde: Beregninger på tal fra tilbudsdata.dk



Det gælder om at få landbruget til at være en del af folks dagligdag. At åbne op og vende alle 'adgang forbudt'-skiltene om. Vi er nødt til at skabe kontakt til hr. og fru Jensen. At få en dialog og give forbrugerne mulighed for at være med på rejsen.

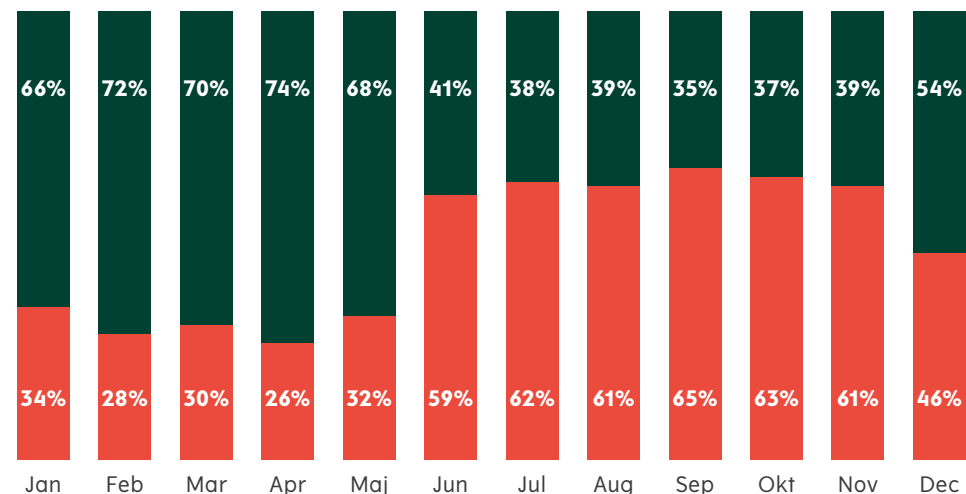
**Svend Brodersen**  
Direktør på Gram Slot

Figur 35

**Flest danske grøntsager i sommer- og efterårsmånederne**

Andel af annonceringer for hhv. dansk og udenlandsk grønt i danske tilbudsaviser fordelt på måneder. 2024.

■ Dansk  
■ Udenlandsk



Kilde: Beregninger på tal fra tilbudsdata.dk

**Annoncer for dansk frugt og grønt følger sæsonerne**

Markedsføringen af dansk frugt og grønt er i høj grad sæsonbestemt, ligesom det gælder for salget (se [Dansk frugt og grønt er en meget lille varegruppe](#)). Dansk frugt og grønt fylder således mere hen over sommeren og efteråret end resten af året (Figur 34 og Figur 35).

I sommermånederne er det især danske asparges, cherrytomater, rabarber og jordbær, der fylder, mens det i efteråret er diverse kål, pærer og rodfrugter, der annonceres med (beregninger på data fra tilbudsdata.dk).

**Langt imellem lokale råvarer**

Det at bruge lokale fødevarer er en stærk værdi i vores madkultur og noget, som vi tillægger stadig større betydning (Madkulturen 2023a). Det ses også i Madkulturens forbrugerundersøgelse fra februar 2025, hvor 24 % svarer, at de lægger vægt på lokale varer, når de køber frugt og grønt.

I praksis går udviklingen dog den modsatte vej – mod færre lokale fødevarer i vores indkøbskurve og måltider.

Det gælder både madvarer produceret eller dyrket i nærområdet og madvarer fra en bestemt egn i Danmark. Andelen af aftensmåltider, der indeholdt en af de to former for lokale råvarer, er faldet fra 28 % i 2019 til 22 % i 2023. Tilsvarende er andelen af forbrugere, der køber lokale råvarer mindst en gang om ugen, faldet drastisk – fra 28 % i 2019 til 13 % i 2023 (Madkulturen 2023a).

Med til det billede hører, at mange nu er i tvivl om, hvilke madvarer, der er lokale. I 2023 gjaldt det 46 %, mod 38 % i 2016. Tvivlen er størst blandt forbrugere i de store byer, hvor tilgængeligheden og informationen om lokale råvarer i høj grad afhænger af supermarkedernes udvalg og skiltning (Madkulturen 2023a).

I flere brancheinterviews peges på forbindelsen til råvarerne, forståelsen for sæson og kendskabet til producenterne som vigtige drivkræfter for at spise mere dansk frugt og grønt. De drivkræfter forudsætter, at historien om råvarernes oprindelse, om producenterne og de lokale forhold bliver fortalt.



Jeg tror, at historiefortælling omkring dansk landbrug og dansk frugt og grønt er lidt overset. Min egen erfaring er, at jeg kunne finde danske produkter, som jeg blev meget begejstret for og tænkte: det vil vores kunder elske!

Men hvis vi glemmer at fortælle den historie og bare sætter varerne ind på hylden, så står de og samler støv.

**Richo Boss**  
Direktør for MENY

#### **Detailhandlen kan styrke fortællingen om 'det danske'**

De produkter, der markedsføres i tilbudsaviserne, promoveres ofte samtidig med særlige placeringer i butikken. Derfor står de stærkere end de produkter, der ikke markedsføres. Og som beskrevet ovenfor kommer dette kun sjældent dansk frugt og grønt til gode. Det stiller krav til forbrugernes evne til dels at finde varerne, men særligt også ift. at forstå og afveje produkternes egenskaber og værdi – ud over prisen.

Flere brancheinterviews peger, at en stærk og tydelig fortælling om varernes oprindelse kan være med til at vejlede og oplyse forbrugerne om værdierne ved en dansk produktion af frugt og grønt (se [Regional produktion er en del af løsningen](#)).

Samtidig understreger flere, at en øget pris ikke bare skal forbedre bundlinjen i detailhandlen, men også skal komme producenterne til gode og være med til at forbedre deres trængte økonomi.



”Hvem er Axel fra Vestjylland, og hvad er det, han laver?” Det skal vi have fortalt. Selv kender vi det ud og ind og kan ikke andet end at være stolte, når vi ved, at varerne kommer derudefra. Men forbrugerne ved det overhovedet ikke. Så jeg tror, vi skal prøve at få noget nærhed ind.

**Jesper Rix Mandal**  
Indkøbschef hos Dagrofa



Mange aner ikke, hvor tingene kommer fra. Så vi skal have forbrugerne tættere på producenterne. Når man faktisk finder ud af, hvor meget det kræver, før du står med et æble, så får man mere respekt for det. Man smider mindre ud og vil måske også betale, hvad det koster.

**Anders René Jensen**  
Indkøbs- og marketingdirektør i REMA 1000



Når vi taler oksekød og svinekød, er det slet ikke et spørgsmål, om det skal være dansk. Det marked har slået sig fast. Jeg kunne heller aldrig finde på ikke at købe danske mejeriprodukter. Dansk frugt og grønt har ikke de samme produktnavne som fx mejerierne. Altså, vi har Arla, Thise og Naturmælk – kunne du lige se, vi skulle begynde at importere mælk fra Sverige?

**Michael Allerup Nielsen**  
Enhedschef på Bispebjerg Hospital



Nogle kæder holder prisen nede på et fornuftigt niveau, som jeg kalder det, og lægger måske en højere avance på nogle andre varer end grøntsager. Andre kæder fremhæver danske varer som et primeprodukt, der ligger til en forholdsvis høj pris, som producenterne ikke nødvendigvis kan genkende. Og hvis der så ligger et tilsvarende udenlandsk produkt ved siden af, som er en 5'er billigere, skal forbrugeren godt nok være stærk i troen.

**Dorrit Andersen**  
Direktør i Rootconsult



Det er jo branding af et enkeltstående produkt, der kan retfærdiggøre, at varen skal koste måske to kroner mere. Det tror jeg, vi kommer til at se meget mere af, end vi tidligere har set. Det er også et parameter, vi selv arbejder med i vores virksomhed.

**Uffe Krogh Jepsen**  
Administrerende direktør i Dangrow

# Mismatch mellem detail og produktion

På flere områder er der stor forskel på de grundlæggende hensyn og interesser, som henholdsvis detailhandlen og producenterne af frugt og grønt i Danmark opererer ud fra. Fx er detailkædernes efterspørgsel efter store partier en barriere for mindre producenter, ligesom forventningen om leveringssikkerhed harmonerer dårligt med en produktion, der i høj grad afhænger af vejret. Detailhandlens krav om ensartet kvalitet er en anden barriere, som er medvirkende til et stort spild i produktionen.

Omvendt er der områder, hvor detailhandlens muligheder for at fremme salget af dansk frugt og grønt begrænses af manglende tilgængelighed. Det skyldes ikke kun de naturlige begrænsninger i, hvad der kan dyrkes i Danmark, men også at mange forarbejdningsvirksomheder er forsvundet, og at producenterne ofte ikke er gearet til at forlænge sæsonerne for dansk frugt og grønt.

## Store kæder kræver store mængder og god timing

I flere brancheinterviews fremhæves det som en udfordring for producenterne, at detailkæderne har behov for store mængder af specifikke varer og behov for at kunne markedsføre bestemte produkter på bestemte tidspunkter.

Som beskrevet er tilbudsaviser et centralt medie for detailhandlen i Danmark. Ud over at tiltrække kunder til butikkerne fungerer tilbudsaviserne også som et værktøj for butikkerne, når de skal gøre klar til en ny tilbudsuge. Før en vare kan komme i betragtning til en tilbudsavis eller som et

fast sortiment, kræver det en volumen af en størrelse, så butikken er leveringsdygtig i tilbudsvaren.

Det stiller store krav til producenterne, både hvad angår volumen, men i særdeleshed også timing. Den pågældende vare skal være klar i en bestemt mængde i en bestemt uge, og det efterlader ikke meget rum til dyrkningsusikkerhed. Det er derfor kun ganske få danske producenter af frugt og grønt, der har mulighed for at levere de rette mængder inden for de givne rammer.



Man skal have et betydeligt flow af varer for at komme i tilbudsavisen. Det er der 25-30 producenter, der har.

**Jens Nannerup**  
Direktør, Gasa Odense



Jeg ser en underskov af mindre, lokale producenter, der sælger lokalt, leverer råvarer til en lokal restaurant el.lign. Dem vil der jo altid være plads til. Men det er ikke noget, der kommer ind på supermarkedshylderne. Detailhandlen skal bruge er meget større mængde.

Nogle har prøvet med lokale producenter, men er gået bort fra det igen, fordi de ikke kan være sikre på, hvad der kommer; de kan ikke være sikre på kvaliteten. Varerne er ikke vasket efter fødevarekravene, og der bliver ikke lavet de analyser, som det kræver. Men jeg håber stadigvæk, der er et marked for et gårdsalg og gårdbutikker.

**Dorrit Andersen**  
Direktør i Rootconsult



Vi skal starte med at sørge for, at der er nogle producenter, der kan levere. For i dag får vi ofte mængder, som ikke dækker det, vi skal bruge. Og det gør så, at vi ikke kan markedsføre varerne. Det hjælper ikke, at der er udsolgt, og vi skuffer kunderne.

**Anders René Jensen**  
Indkøbs- og marketingdirektør i Rema 1000

### Kvalitetskrav giver spild i produktionen

Tager man et kig på frugt- og grønthyldeerne i de danske dagligvarebutikker, oplever man en høj grad af ensartethed ift. kvalitet og udseende. Agurkerne er lige og nogenlunde samme størrelse, spidskålen er stort set ens, og æblerne er samme størrelse og enten røde eller grønne.

Flere brancheinterviews peger på, at forbrugerne gennem mange år er blevet 'opdraget' til en særlig standard for, hvordan frugt og grønt skal se ud, hvor afvigelser opfattes som grimme og dårlige. Derfor ønsker forbrugerne ensartede produkter, der ser ud, som de plejer, hvilket betyder, at supermarkederne har brug for produkter

af ensartet kvalitet og sjældent har plads til afvigelser og 2. sortering.

Dette krav til ensartethed øger usikkerheden hos producenten, som står tilbage med den økonomiske risiko ved uensartede produkter, hvilket kan medføre et betydeligt spild i produktionen.

Dog er der også eksempler i brancheinterviewene på en igangværende bevægelse i detaileddet, hvor man forsøger at tage livtag med forbrugernes forventninger til den ensartede kvalitet for at mindske spildet.

## Mange kilo frugt og grønt går tabt i produktionen

Der findes ikke noget samlet tal i Danmark for fødevaretabet for frugt og grønt, som medregner alle dele af produktionen. Men i flere undersøgelser på området er der enighed om, at de kvalitetskrav, der stilles fra bl.a. detailhandlen er årsag til et betydeligt tab hos producenterne.

Rambøll har for OneThird lavet en opgørelse af madspild i primærproduktionen, der er baseret på interviews med producenter og giver et bud på fødevaretabet i produktionsledet.

Rapporten estimerer fødevaretabet i produktionen for seks typer af frugt og grønt. For æbler er det fx på 15 % og for gulerødder er på 30 %. Årsagerne til

tabene er ofte relateret til faktorer som fejl i udseende, sygdomme, overmodenhed, produktionsfejl eller krav fra detailhandlen om, at produkterne skal opfylde bestemte størrelses- og udseendekrav (OneThird 2023).

I en ældre opgørelse estimeres det, at hele 75 % af spildet i værdikæden for frugt og grønt ligger i primærproduktionen, hvor den skyldes 'dårlig råvarekvalitet', ikke-optimale sorter, dyrkningsmetoder, høst eller lagring (Christensen, 23.01.14).



Det er ude ved avlerne, at madspildet er størst. Man kan bruge broccolien som eksempel: Der må ikke være hul i en broccolistok. Men den fejler ingenting. Det er bare sådan en regel, man har fået lavet, og derfor bliver der smidt rigtig mange gode råvarer ud i Danmark pga. lige nøjagtigt det. Og hvorfor skal et blomkål være kridhvidt? Hvorfor må den ikke godt have et gulligt skær, fordi den har fået sol ude på marken? Den smager ikke anderledes.

### Uffe Krogh Jepsen

Administrerende direktør i Dangrow



Leverandørerne skal leve op til nogle meget store kontrakter, og det kan de små virksomheder ikke honorere. Derfor er næsten al detail overgået til storbrug – for det er ret svært i en market garden at sørge for, at knoldsellerierne har en bestemt omkreds alle sammen, og at de kan leveres på et præcist tidspunkt. Det kan man jo kun, hvis man har en meget stor buffermængde. Så jeg tænker egentlig, at det har været et selvmål, som detailhandlen måske selv skal gøre op med.

### Susanne Ougstrup

Uddannelsesleder på Roskilde Tekniske Skole, Vilvorde



Det er tydeligt, at forbrugerne har ændret sig. Vi har de seneste år valgt både at sælge forskellige rodfrugter på vægt samt sælge frasorterede tomater og agurker, skæve gulerødder osv.

Og forbrugerne er nu positive over for at købe dem, når vi fortæller, at smagen er den samme – det er kun udseendet, der er anderledes fra det, de plejer at købe. Derved minimerer vi madspild.

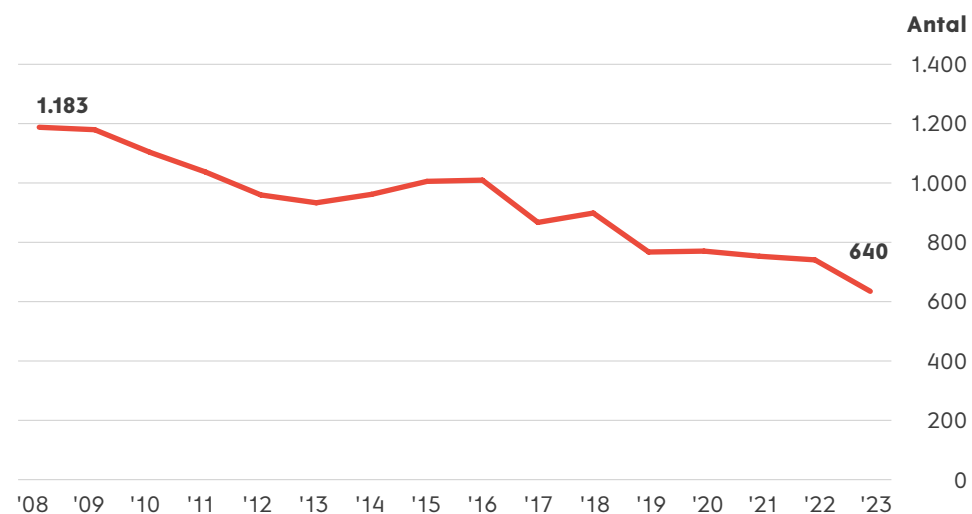
### Anders René Jensen

Indkøbs- og marketingdirektør i Rema 1000

Figur 36

### Færre fuldtidsbeskæftigede med forarbejdning af frugt og grønt

Udvikling i antal fuldtidsbeskæftigede i branchen "Anden forarbejdning og konservering af frugt og grøntsager". 2008-2023.



Kilde: Danmarks Statistik - ERHV1

#### Mangler forarbejdede produkter

Flere interviews peger på, at en stor del af forarbejdningsevne i værdikæden for frugt- og grøntsektoren i Danmark er forsvundet gennem de senere år.

Det billede bekræftes af, at antallet af fuldtidsbeskæftigede, der arbejder med forarbejdning og konservering af frugt og grøntsager<sup>8</sup>, er dykket markant: Hvor der i 2008 var knap 1.200 fuldtidsbeskæftigede var det i 2023 faldet til 640 (Figur 36).

Ifølge en opgørelse fra ESTATISTIK (2025) er denne branches salg og eksport ligeledes faldet fra hhv. 3.125 mio. kr. og 912 mio. kr. i 2009 til 2.095 mio. kr. og 611 mio. kr. i 2023.

Som beskrevet flere gange i rapporten er dansk frugt og grønt typisk dyrere end tilsvarende udenlandske produkter.

Ligesom det faktum har betydning for forbrugere og for indkøberne i detail, har det naturligvis også betydning for forarbejdningsevne i indkøb.

I flere interviews understreges det netop, at der gælder de samme omkostningsdynamikker for fødevarer- og forarbejdningsevne som for detailhandlen, og at det medfører, at det ofte vil være de udenlandske produkter, der finder vej til virksomhederne.



## I mange tilfælde er forarbejdningen af grøntsager forsvundet i Danmark. Og så kommer den ikke tilbage.

**Jens Nannerup**  
Direktør, Gasa Odense



I forarbejdningsevne har vi nogle systemer i Danmark, hvor vi i 100 år har været gode til at producere med stadig mindre input og få stadig større output. Det kan man have alle mulige holdninger til, det har jeg også. Men vi har know-how, forskning, kompetencerne, medarbejderne og produktionsanlæg til let at forarbejde grøntsager og frugt. Men at få det lokale aspekt ind er sværere.

Prisen er en udfordring. Det er en grundpræmis, man skal tage med ind i det arbejde: At medmindre sæsonen lige rammer rigtigt, så er det bare dyrere. Jeg tror, vi står stærkere med stadig større fokus på forsyningssikkerhed i en urolig tid.

**Jakob Lave**  
Branchedirektør i DI Fødevarer



Der er mange kæder, som køber convenienceprodukter i udlandet, frem for at de bliver produceret i Danmark, fordi de ikke vil betale mere for varen. Nogle gange snakker vi bare 1 krone i forskel. Men hvis du sælger en million enheder, er det jo stadig en million kroner på bundlinjen til udvikling.

**Uffe Krogh Jepsen**  
Administrerende direktør i Dangrow



Hele industrisegmentet, som vi har haft tradition for med store saft- og marmeladeproducenter samt frost- og frysetørringsindustrien, er jo totalt væk. Som i fuldstændig væk fra overfladen.

**Dorrit Andersen**  
Direktør i Rootconsult



Vi har blomkålssuppe på menuen, også om vinteren. I dag køber vi friske blomkål hjem fra Italien eller Spanien. Men vi kunne jo også købe danskproduceret, frossen blomkål – hvis det fandtes. Det friske, danske grøntsagsmarked kunne blive forlænget inden for frost.

Det samme gælder, når vi laver jordbærmarmelade på Bispebjerg – det spiser vi hele året rundt – hvor det i dag er polske, frosne jordbær, vi koger. Der er nemlig ikke en tilstrækkelig produktion i Danmark, til at man kan forlænge sæsonerne.

**Michael Allerup Nielsen**  
Enhedschef på Bispebjerg Hospital

**Sæsonerne er kortere, end de behøver at være**

Både aktører fra producent- og detailledet peger på, at mulighederne for at forlænge sæsonerne for dansk frugt og grønt ikke udnyttes godt nok. Sæsonerne kunne forlænges ved at dyrke flere afgrøder som fx grønkål, der kan høstes over længere tid, eller ved at etablere bedre muligheder for opbevaring.

Det sidste vil kræve større investeringer fra producenterens side i form af fx kølelagre. Men hvis man foretog de investeringer, burde Danmark i lige så høj grad kunne opbevare fx kål, æbler og selleri, som man gør det i fx Holland. Derved kunne disse varer udbydes danskdyrket i detailhandlen i en betydelig længere periode, end det er tilfældet i dag.

En større tilgængelighed året rundt af dansk frugt og grønt kunne også opnås gennem produktion af frosne danske grøntsager til industrien, som ikke findes i dag. At det ikke findes sætter nogle begrænsninger, fx for anvendelsen af dansk grønt i færdigretter eller hakkekød rørt op med en andel af grøntsager, ligesom det begrænser muligheden for at bruge dansk frugt og grønt året rundt i fx de offentlige køkkener.



Vi mangler et element, som vi ikke har lært, og det ved jeg ikke hvorfor. Det man kan kalde eftersæsonen på friland.

Nu er vi i november, og inden ret længe stopper kalsæsonen direkte fra mark. Det skøre er så, at vi importerer fra Holland i stedet for at opbevare den danske kål.

Hollænderne har ikke kål længere tid på marken, end vi har, for de har jo ikke et væsentlig anderledes klima end os – de er bare dygtigere til at lagre kålen. Så holder de dem på kølerum, og kan på den måde levere måske to-tre måneder længere. Opbevaring vil kunne forlænge sæsonen på rigtig mange ting.

Så der er nogle varegrupper, hvor jeg godt kunne forestille mig, at man kunne trække sæsonen længere.

**Jens Nannerup**  
Direktør, Gasa Odense



Der er kommet nogle nye teknologier til lagring af råvarer. Hvis avlerne er villige til det, kan de producere mere, men så skal de investere i nye maskiner eller kølerum, som vil gøre det muligt at holde høstede varer på køl, som forlænger sæsonen og sikrer en bedre kvalitet, og dermed kan de sælges over en længere periode.

**Stephan Bruhn**  
Kategoridirektør for frugt og grøntsager i Salling Group



Fra Regnskabsstatistik for jordbrug anvendes JORD1, der angiver resultatopgørelse for hel- og deltidsbedrifter i gennemsnit og JORD2, der angiver resultatopgørelse for heltidsbedrifter i gennemsnit. Derudover har vi brugt JORD7, der angiver nøgletal for alle heltidsbedrifter i gennemsnit.

Endeligt har vi brugt analyser udarbejdet og offentliggjort af Danmarks Statistik.

#### Statistik om europæiske gartnerier

Når rapporten sammenligner dansk frugt- og grøntsagsproduktion med EU, er der benyttet data fra EU's landbrugsdatabase Farm Accounting Data Network (FADN). Det er Danmarks Statistisk, der står for at indsamle og videregive dansk data til FADN.

For data om bedrifter er det ikke muligt i FADN's database at skille bedrifter specialiseret i frugt og grøntsager ud fra alle gartnerier, så her har vi flere steder sammenlignet det danske gartnerierhverv som helhed med det europæiske. Fordi FADN ikke samler frugt og bær-produktionen under gartneri i øvrigt har vi sammenlagt kategorierne 'specialist horticulture' og 'specialist orchards - fruit'.

#### Andet statistisk materiale

Udover data fra Danmarks Statistik og FADN er der brugt data fra Eurostat og FAO-STAT. Dertil har Madkulturen købt adgang til data om tilbudsavisers annonceringer fra Tilbudsdata.dk, og erhvervsstatistik fra Estatistik.dk.

#### Interviews med aktører fra værdikæden

Madkulturen har i perioden november 2024 til januar 2025 foretaget interviews med 16 aktører på tværs af værdikæden (se Figur 37). Madkulturen har i første omgang rakt ud til en mindre gruppe af centrale aktører, der har indblik i og berøring med både produktion og detail. Flere af disse interviewpersoner pegede på andre relevante parter i fødevarebranchen. Således fandt rekrutteringen af de resterende respondenter sted via snowball sampling, og der

har i udvælgelsen været fokus på at sprede respondentkredsen ud, så vi har fået så mange forskellige perspektiver med som muligt.

Alle interviews blev optaget og transskriberet, derefter tematisk kodet og slutteligt analyseret. Interviewene varede cirka en time hvert og blev gennemført som semistrukturerede interviews med udgangspunkt i en interviewguide. Interviewene beskæftigede sig overordnet med forbrugerne, produktionen, salgsleddet, følgeindustri samt udfordringer og muligheder i produktionen af dansk frugt og grønt overordnet set. Interviewpersonerne kom med hver deres bud på dette fra netop deres ståsted i branchen. Hvert enkelt interview giver ikke et fuldt overblik over dansk frugt og grønt i hele værdikæden, men tilsammen tegner de 16 brancheinterviews et nuanceret billede af vilkår og barrierer i værdikæden for frugt og grønt i Danmark.

Alle 16 aktører har fået citater til gennemlæsning.

#### Desk research

Madkulturen har lavet desk research om produktion, salg og forbrug af dansk frugt og grønt. Desk researchen bidrog til kvalificering af arbejdet med analyserapporten, idet den dannede fundamentet for de analytiske overvejelser og valg. Den indledende desk research omfattede ca. 30 rapporter, notater og andre kilder, og i det videre analysearbejde indsamledes yderligere ca. 35 rapporter og anden litteratur, der supplerede rapportens vidensgrundlag. Den udvalgte litteratur er således anvendt som baggrundsviden, grundlag for udarbejdelse af interviewguide til aktørinterviews, til udarbejdelse af spørgeskema og perspektivering samt understøttelse af analyserne.

En stor del af materialet er citeret i rapporten og fremgår af referencelisten.

Figur 37

#### Datagrundlag for analysen

	Produktion	Distribution og salg	Forbrug
<b>Kvantitative analyser</b>	Danmarks Statistik FADN Eurostat FAO CVR-data	Danmarks Statistik Data om tilbudsannoncer Madkulturens prisstikprøve	Forbrugerundersøgelse Madkulturundersøgelserne
<b>Desk research</b>	Gennemgang af et stort antal kilder om frugt og grønt i Danmark, hvoraf 39 er citeret i rapporten.		
<b>16 brancheinterviews</b>	<p><b>Dorrit Andersen</b> Direktør i Rootconsult</p> <p><b>Julie Rohde Birk</b> Forstander på Kalø Økologiske Landbrugsskole</p> <p><b>Louise Køster</b> Direktør på Rabarbergaarden</p> <p><b>Susanne Ogstrup</b> Uddannelsesleder på Roskilde Tekniske Skole, Vilvorde</p> <p><b>Sanne Aagesen</b> Faglærer ved Roskilde Tekniske skole, Vilvorde</p> <p><b>Svend Brodersen</b> Direktør på Gram Slot</p> <p><b>Søren Ejlersen</b> CoFounder i Aarstiderne</p> <p><b>Uffe Krogh Jepsen</b> Administrerende direktør i Dangrow</p>	<p><b>Anders René Jensen</b> Indkøbs- og marketingsdirektør i Rema 1000</p> <p><b>Jakob Lave</b> Branchedirektør i DI Fødevarer</p> <p><b>Jens Nannerup</b> Direktør i Gasa Odense</p> <p><b>Lars Andresen</b> Teamleder i Lidl</p> <p><b>Richo Boss</b> Direktør for MENY</p> <p><b>Stephan Bruhn</b> Kategori direktør for frugt og grønt i Salling Group</p> <p><b>Jesper Rix</b> Indkøbschef hos Dagrofa</p>	<p><b>Michael Allerup Nielsen</b> Enhedschef på Bispebjerg Hospital</p>



# Referencer

Alimarket (18.11.24). **Informe 2024 del sector de Frutas y Hortalizas**. (Besøgt d. 04.03.25)

Arla (28.11.22). **Danskerne synes, vinteren er den sværeste periode at spise råvarer i sæson**. (Besøgt d. 28.02.25)

Arla Fonden (2024). **Børn unge og mad**.

Berlingske (02.01.21). **Detailtopchefen satser stort på nethandel – men de fysiske butikker skal sikre væksten**. (Besøgt 05.03.25)

Brandt, J. (03.02.23). **Iрма forsømt e at imødekomme den prisbevidste forbruger**. Økologisk Landsforening. (Besøgt d. 05.03.25)

Christensen, B. (23.01.23). **Madspild i frugt og grønt værdikæden**. (Besøgt d. 07.03.25)

Coop Analyse (2016). **6 grøntsager står for halvdele n af salget**.

Cooperativas Agro-alimentarias de España (2023). **Informe Cooperativas Agro-alimentarias 2023**.

Danmarks Statistik (1970). **Landbrugsstatistik 1970**.

Danmarks Statistik (2014). **Tilbagegang for dyrkning af bær og stenfrugt**.

Danmarks Statistik (2018). **Arealet med æbler er faldet med 80 pct. På 40 år**.

Danmarks Statistik (2021). **Gartneri i 40 år**.

Danmarks Statistisk (2023a). **Statistikdokumentation for regnskabsstatistik for jordbrug 2023**.

Danmarks Statistik (2023b). **Væksthusgartnerier går fra naturgas til fjernvarme**.

Danmarks Statistik (2023c). **Agurketiden i tørre tal**.

Danmarks Statistik (2024a). **Statistikdokumentation for Landbrugs- og gartneritællingen 2024**.

Danmarks Statistik (2024b). **229.000 personer har over 5 km til dagligvareindkøb**

Danmarks Statistik (AFG5). **Statistikbanken – AFG5: Det dyrkede areal**.

Danmarks Statistik (AFG6). **Statistikbanken – AFG6: Det dyrkede areal efter enhed, afgrøde, areal og tid**.

Danmarks Statistik (ERHV1). **Arbejdssteder, job, fuldtidsbeskæftigede og lønsum efter enhed, branche og tid**.

Danmarks Statistik (ENERGI2). **Statistikbanken – ENERGI2: Priser på elektricitet for erhvervskunder**.

Danmarks Statistik (ENERGI14). **Statistikbanken – ENERGI14: Priser på naturgas for erhvervskunder**.

Danmarks Statistik (GARTN1). **Statistikbanken – GARTN1: Produktion af frugt og grønt**.

Danmarks Statistik (JORD1). **Statistikbanken – JORD1: Resultatopgørelse for alle bedrifter**.

Danmarks Statistik (JORD2). **Statistikbanken – JORD2: Resultatopgørelse for heltidsbedrifter**.

Danmarks Statistik (JORD7). **Statistikbanken – JORD7: Nøgletal for heltidsbedrifter**.

Danmarks Statistik (LPRIS26). **Statistikbanken – LPRIS26: Prisindeks for jordbrugets salg**.

Danmarks Statistik (LPRIS37). **Statistikbanken – LPRIS37: Priser for landbrugsjord og forpagtning**.

Danmarks Statistik (NAN1). **Forsyningsbalance, bruttonationalprodukt (BNP), økonomisk vækst, beskæftigelse mv. efter transaktion og prisenhed**.

Danmarks Statistisk (OEKO3). **Detailomsætningen af økologiske fødevarer efter vare og enhed**.

Danmarks Statistik (OEKO11). **Statistikbanken – OEKO11: Økologiske bedrifter og areal efter økologisk status og afgrøder**.

Danmarks Statistik (PRIS8). **Statistikbanken – PRIS8: Forbrugerprisindeks, årsgennemsnit**.

Danmarks Statistik (PRIS11). **Statistikbanken – PRIS11: Forbrugerprisindeks**. Danmarks Statistik (REGNGA1). **Statistikbanken – REGNGA1: Gartnerier, resultatopgørelse (1995-2009)**.

Danmarks Statistik (VHUS15). **Statistikbanken – VHUS15: Kulturer i væksthuse**.

Dansk Gartneri (2024). **Den offentlige sektor – fremtidens vækstmarked**.

Dansk Gartneri (2025). **Tal om gartneriet 2025**.

Detailwatch (10.04.24). **Omsætningen i dansk detailhandel faldt for første gang i årevis i 2023**. (Besøgt 05.03.2025)

DR (17.09.13). **Kostrådene gennem tiden**. (Besøgt d. 20.02.25)

DR (07.09.22). **Tårnhøje energipriser får Danmarks største tomatproducent til at droppe vinterproduktion**. (Besøgt d. 22.02.25)

DR (06.04.23). **Supermarkedernes kamp er spidset til: "Jeg har aldrig set så store ting som det, der sker i øjeblikket"** (Besøgt 04.03.25).

DTU Fødevareinstituttet & Fødevarestyrelsen (2025). **Resultater fra den danske pesticidkontrol – Pesticidrester i fødevarer 2023**.

Dybfrostærter amba (2025) **Generalforsamling i Dybfrostærter amba**. (Besøgt d. 2.3.2025).

Estatistik (2025). **Database med erhvervsstatistik**.

EU-Oplysningen (29.11.23). **Hvor meget udbetales der i landbrugsstøtte?**

EU (2025). **Momsregler og -satser**. (Besøgt d. 2.3.2025).

Eurostat (2025). **Eurostat – database**.

FAO – FAOSTAT (2025). **Food and agriculture data**.

FADN (2025). **FADN Public Database (SO)**.

Finans (02.11.23). **Ny Coop-kæde kaster sig ind i priskamp: Vi skal ramme hverdagskunderne** (Besøgt 04.03.25).

Food Supply (26.08.13). **Rema1000 er vækstgenerator for Gram Slot**. (Besøgt d. 19.02.25).

Food Supply (23.03.23). **Det lakker mod enden for frosne danske ærter i køledisken**. (Besøgt d. 19.02.25).

Fruit Logistica (2024). **European Statistics Handbook 2024**.

Fødevarestyrelsen (2025). **De officielle kostråd**. (Besøgt d. 06.02.25).

Fødevarestyrelsen (2022). **Vejledning om mærkning af fødevarer**.

GASA Odense (2024). **Markedsanalyse foretaget af Wilke**. Ikke offentliggjort.

Gasa Nord Grønt (2025). **Mød en andelshaver – Dangrow**. (Besøgt d. 03.03.25).

Gram, M. (2022). **Madindkøb og supermarkeder**. I Holm et al. (2022) **Mad, Mennesker og Måltider**.

Hansen, H.O. (2023). **Plantebaseret fremtid: Et paradigmeskifte er nødvendigt**. Tidsskrift for Landøkonomi, (vol. 209)

Hansen, H.O. (2025). **Figur over Den danske frugt- og grøntsektor**. Personlig meddelelse.

Hansen, T. (2022). **Er fødevarevalget blevet supra-komplekst? Nyhedsbrevet om forbrugeradfærd (37)**. CBS: Institut for afsætningsøkonomi.

Ingeniøren (29.10.18). **Ærter kan blive det nye protein i vores kost**. (Besøgt d. 24.02.25)

ICROFS (5.12.2022). **Ny viden om gamle ærtesorter**. (Besøgt d. 24.02.25)

KANTAR (2022). **Afdækning af markedet for frugt og grønt**. Ikke udgivet.

Kauza (2024). **Tal fra Kauza. Personlig meddelelse**. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2012). **Tilbudskultur i dagligvarehandlen**.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2022). **Gennemførelse af grønne udbud – Vejledning om udbudslovens muligheder**.

Kortleve, A.J, Mogollón, J.M, Harwatt, H. & Behrens, P. (2024). **Over 80% of the European Union's Common Agricultural Policy supports emissions-intensive animal products**. Nature Foods (5): 288-292

Landbrugsavisen (01.11.22). **1.700 hektar skal omlægges efter lukning af ærtefabrik**. (Besøgt d. 24.02.25).

Landbrugsstyrelsen (2024). **Statistik over økologiske jordbrugsbedrifter 2023 – certificering og produktion**.

Landbrugsstyrelsen (2025). **Tilskud til producentorganisationer for frugt og grønt**. (Besøgt d. 06.03.25)

Landbrug & Fødevarer (2025). **Frugt og grønt**. (Besøgt d. 06.03.25)

Landbrug & Fødevarer (2022). **Markedsanalyse – Mange danskere vil gerne spise flere grøntsager**.

Landbrug & Fødevarer (2023). **Mere økologisk frugt og grønt: Indsigter fra spørgeskemaundersøgelse blandt fremtidens fødevareproducenter**.

Landbrug & Fødevarer (2024). **Grøntsagernes rolle i danskernes madkultur og måltidsvaner**.

Landbruks- og matdepartementet (2024): **Opskrift for mer lokalmat og lokal drikke**.

Li, M., Jia, N., Lenzen, M., Malik, A., Wei, L, Jin, Y. & Raubenheimer, D. (2022). **Global food-miles account for nearly 20% of total food-systems emissions**. Nature Food (3): 445–453.

Madens Folkemøde (2024). **Grønt – vejen frem for frugt og grønt i Danmark**.

Madkulturen (2019). **Bæredygtighed og klima**.

Madkulturen (2022). **Madkultur22: Madlavning**.

Madkulturen (2023a). **Madkultur23: Råvarer**.

Madkulturen (2023b). **Med maden som indsats – Mad og måltider på et hårdt presset madbudget**.

Madkulturen (2024a). **Madkultur24: Måltidet**.

Madkulturen (2024b). **Så mange får slet ikke grøntsager til aften i 2024**. Madkulturen (2024c). **Ny nordisk mad – en madbevægelse gennem 20 år**.

Madkulturen (2025a). **Forbrugerundersøgelse fra februar 2025 om dansk frugt og grønt**.

Madkulturen (2025b). **Madindeks – Tal om mad**.

MAPA (2024). **Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación**.

MENY (2025). **Madskatte er et samarbejde**. (Besøgt 23.02.25).

Miljø- og Fødevareudvalget (2024). **Status 2023 for Sprøjtemiddelstrategi 2022-2026**.

Miljø- og Ligestillingsministeriet (2023). **Ændring af pesticidafgiften**.

Mogensen, L., Knudsen, M. T & Hermansen, J. E. (2016). **Tablet over fødevarers klimaaftryk**. (Besøgt d. 27.02.25).

Nordisk Ministerråd (2022). **Selvforsyning af fødevarer i fem nordiske øsamfund – Bornholm, Færøerne, Grønland, Island og Åland**.

OneThird (2023). **Produktionstab og madaffald i den danske primærproduktion samt økonomiske og klimamæssige effekter for syv fødevarekategorier**.

Pej gruppen & Fonden af 1. oktober 1959 (2023). **Fremtidens dagligvarehandel**.

Politiken (20.04.23). **Coops topchef efter kæmpe underskud: Der er for mange discountbutikker i Danmark**. (Besøgt d. 26.02.25)

Regenerativt Jordbrug (2025). **Den regenerative jordbrugsskole – Om skolen**. (Besøgt d. 06.03.25)

Regeringen (2020). **Grønne indkøb for en grøn fremtid – strategi for offentlige indkøb**.

Retail Institute (02.11.23). **Et kig i krystalkuglen: Så meget vil discountbutikker fylde i fremtiden**. (Besøgt d. 04.03.25).

Ritzau (22.1. 24). **365discount skærer moms en på frugt og grønt med opråb til Christiansborg**. (Besøgt d. 18.02.25)

Ritzau (23.05.24). **MENY gør status efter godt 100 dage: Kunderne vil have 'Danske Madskatte' og øger omsætningen med 15 procent**. (Besøgt d. 19.02.25)

Ritzau (18.09.24). **Væksten for Danske Madskatte fortsætter med fuld styrke**. (Besøgt d. 18.02.25)

Ritzau (11.10.24). **Lidl Danmark: "Differentieret moms vil forbedre danskernes sundhed"**. (Besøgt d. 21.02.25)

Skat (2025). **Den juridiske vejledning - E.A.4.6.3.2 Godtgørelse af afgift af elektricitet**.

Skatteministeriet (2024). **Analyse af differentieret moms**.

Sundhedsstyrelsen (2022). **Danskerne sundhed. Den nationale sundhedsprofil 2021**.

Sundhedsstyrelsen (2023). **Danskerne viden om og holdninger til overvægt og sundhed**.

Tilbudsdata.dk (2025). **Database med annoncer fra tilbudsaviser**.

Tjele Gods (2025). **Nyt samarbejde med Salling Group**. (Besøgt d. 19.02.25).

TV2 (20.02.25). **På marker kæmper landets rigeste om at eje Danmarks nye guld**. (Besøgt d. 02.03.25)

TV2 (05.08.20). **Discountbutikker bygger løs: - Vi har alt for mange supermarkeder til vores lille land**. (Besøgt d. 28.02.25)

TV2 Fyn (19.06.23). **Agurketid – den er blevet dyre-re, og der bliver dyrket færre**. (Besøgt d. 26.02.25)

Vurderingsportalen (2025) **Sådan kategoriserer vi landbrugsejendomme**. (Besøgt d. 06.03.25)

Yu, W & Jensbye, L. G. (2024). **Food security in Denmark: A data-driven assessment**. Department of Food and Resource Economics, University of Copenhagen. IFRO Commissioned Work No. 2024/06.

Xue, L., Cao, Z., Scherhauser, S, Östergren, K., Cheng, S. & Liu, G. (2020). **Mapping the EU tomato supply chain from farm to fork for greenhouse gas emission mitigation strategies**. Journal of Industrial Ecology (25): 377–389.

Alimarket (18.11.24). **Informe 2024 del sector de Frutas y Hortalizas**. (Besøgt d. 04.03.25)

# Slutnoter

1 Den tilgængelige mængde på det danske marked er udregnet som summen af produktion og import, minus eksport. Men andelen af dansk produktion er udregnet forskelligt for hhv. frugt og grøntsager.

For grøntsagernes vedkommende er den danskproducerede andel udregnet som produktionen minus eksporten, divideret med den tilgængelige mængde.

For frugt har vi ikke fraregnet eksport i udregningen af andelen af dansk produktion. Det skyldes, at Danmark reeksporterer store mængder af importeret frugt – fx bananer, der modnes i Danmark eller appelsiner der presses til juice og derefter eksporteres. Denne mængde er ikke tilgængelig for det danske marked og vil derfor forstyrre billedet.

Læs mere om udregningerne under Metode.

2 Al juice, frugtsaft og koncentrat er lagt sammen. Konserverede grøntsager er en samlet betegnelse for alle typer konserverede grøntsager, fx i eddike, saltlage, vand og lignende.

3 Sammenligning af data fra Danmarks Statistiks Regnskabsstatistik for jordbrug for forskellige år (Danmarks Statistik 1970, REGNGA1 og JORD1). Antallet af gartnerier omfatter alle hel- og deltidsbedrifter med et standardoutput af en vis størrelse (fra 2020 mindst 25.000 euro), som er specialiseret i produktion af gartneriafgrøder, dvs. ikke kun frugt og grøntsager (Danmarks Statistik 2023a og Danmarks Statistik 2024a).

4 Det gennemsnitlige bruttoudbytte for et gartneri i Danmark er på ca. 11 mio. kr., mod et gennemsnit på ca. 1 mio. kr. i EU. Mens 66 % af gartnerierne i Danmark har bruttoudbytte på over ca. 750.000 kr., gælder det kun for 19 % i EU. De seneste 10 år er strukturudviklingen i Danmark og EU dog forløbet helt parallelt – med en stigning på ca. 40 % i den gennemsnitlige omsætning pr. gartneri begge steder (beregninger på tal fra FADN 2025).

5 De specialiserede bedrifter står dermed for en lidt lavere andel del af det samlede areal end i 2008, hvor de stod for hhv. 91 % af det dyrkede areal med frilandsgrøntsager, 92 % af arealet med væksthushgrøntsager og 59 % af arealet med frugt og bær (beregninger på tal fra Danmarks Statistik JORD2, AFG6).

6 Landbrugs- og gartneritællingen omfatter alle bedrifter i Danmark med produktion af dyr og afgrøder (Danmarks Statistik 2024a). Hvis man summerer antallet af bedrifter, der har frilandsgrøntsager, ærter til konsum, frugt og bær samt væksthushgrøntsager, giver det 2.324 bedrifter i alt i 2023. Her vil der dog være nogle gengangere, eftersom den samme bedrift kan have afgrøder inden for flere af kategorierne. Derfor anslås det samlede antal af bedrifter med frugt og grønt at være på omkring 2.000.

7 Overskudsgraden er her udregnet for det samlede gartnerierhverv, hvor producenter specialiseret i frilandsgrøntsager, væksthushgrøntsager samt frugt og bær i Danmark står for 50 % af omsætningen (beregning på data fra Danmarks Statistik GARTN1).

Overskudsgraden beregnes normalt som driftsresultat / omsætning. Men da vi ikke har adgang til data om omsætningen i regnskabstallene FADN (FADN 2025), har vi i stedet beregnet overskudsgraden for driftsresultat / bruttoudbytte.

8 Det indbefatter den specifikke branche, der hedder "Anden forarbejdning og konservering af frugt og grøntsager" (branchekode 103900). Branchen omfatter fremstilling og konservering af fødevarer, der hovedsageligt består af frugt eller grøntsager (fx frosne grøntsager, grøntsagsblandinger, grøntsager konserveret i eddike, syltetøj, ristede nødder og nøddeprodukter, friske salater eller udkårne grøntsager). Det omfatter ikke fremstilling af frugt- og grøntsagssaft, fremstilling af kartofler eller færdigretter (Estatistik 2025).

# Tak til alle, der har bidraget til rapporten!

Tak til GASA Odense og KFI, der har ydet økonomisk støtte til rapporten. Og til de 16 interviewede aktører fra hele værdikæden, der er afspejlet i rapportens mange citater.

Derudover en særlig tak til Jens Nannerup, Richo Boss, Dorrit Andersen, Anders Rene Jensen, Henning Otte Hansen og Rikke Hannibal for at gennemlæse rapportudkast og bidrage med vigtige perspektiver og afklaringer.



**MADKULTUREN**

bedre mad til alle