

28. september 2020

# Foodservice er på trods af Covid-19 fortsat fremtidens fødevaremarked

Per Vesterbæk

peve@lf.dk

3339 4677

Cecilia Logo-Koefoed

celk@lf.dk

3339 4376

- Selvom foodservicesektoren pt. er meget hårdt ramt af coronakrisen, så ser fremtiden for foodservicesektoren lys ud på den anden side af krisen
- Demografiudviklingen i Danmark vil være med til at skabe vækstmuligheder i foodservicesektoren
  - En aldrende befolkning kan komme til at betyde større efterspørgsel på foodservice; både i den offentlige og private del
  - Et stigende antal singlehusholdninger øger efterspørgslen på mad fra den private foodservicesektor
- Foodservicesektorens evne til at tilpasse sig udviklingen i samfundet både før og efter coronakrisen såvel som at forbedre både tilgængelighed og produktudbud kan forklare både væksten før coronakrisen og den kommende vækst på den anden side af krisen.

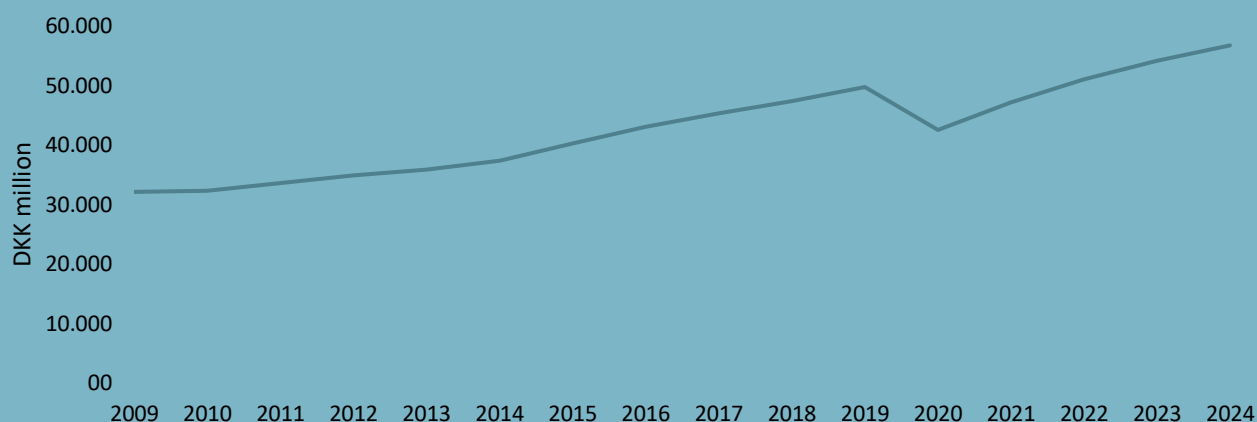
## Markedet for foodservice vil igen opleve positiv udvikling

Foodservicesektoren er et spændende marked, som indtil coronas indmarch i Danmark vækstede markant. Selvom sektoren har oplevet nedgang under samfundets nedlukning i foråret 2020, så forventes markedet at vækste igen på den anden side af coronakrisen. Det skyldes en positiv udvikling i sektoren, som bunder i både vigtige ændringer i samfundet samt ændringer i forbrugernes præferencer. Denne rapport vil hovedsageligt tage udgangspunkt i foodservicedata fra før corona.

Foodservicesektoren består både af private og offentlige aktører, hvilket medfører, at der er store forskelle på de enkelte aktører på markedet. Den private sektor stod i 2019 for 79 pct. af de serverede måltider, mens den offentlige sektor ifølge Danmarks Statistik stod for en andel på 21 pct. For den offentlige foodservicesektor er det især ældreinstitutionerne, der fylder, mens det for den private foodservicesektor er restauranter, der dominerer fordelingen af måltider.

En opgørelse fra Euromonitor International viser, at den private foodservicesektor har oplevet en stabil vækst fra 2009 til 2019. Dog har den nuværende coronakrise medført et fald i salget i den private foodservicesektor. Efter år 2020 forventes det dog, at salget igen vil udvikle sig positivt, og allerede i år 2022 forudsiger Euromonitor, at salget vil have oversteget niveauet fra før coronakrisen. Foodservicesektoren udgør dermed fortsat et attraktivt vækstmarked for fødevarerproducenter.

Figur 1: Consumer Foodservice in Denmark, historical/forecast of market sizes, current prices



Kilde: Euromonitor International 2020

Ifølge Euromonitor skyldtes den positive vækst i den private foodservicesektor til og med 2019 især makroøkonomiske parametre såsom øget disponibel indkomst, en høj forbrugertillid samt en stigning i udvalget af convenience-løsninger. Disse parametre påvirkede foodservicesektoren positivt i og med, at danskerne spiste mere ude samt købte mere take-away.

### Danskerne spiser oftest på restaurant med bordservering

Siden 2009 har restauranter oplevet en stabil vækst, og ifølge Euromonitor vil det i høj grad være restauranter, der driver væksten i den private foodservicesektor i de kommende år. Dette skal ses i forlængelse af de seneste års udvikling i de uafhængige foodserviceaktørers markedsandel i den private foodservicesektor. De uafhængige foodserviceaktører har vundet plads på det danske foodservicemarked siden 2013, og udgjorde i 2019 77 pct. set op imod foodservicekæderne, der udgjorde 23 pct. samme år.

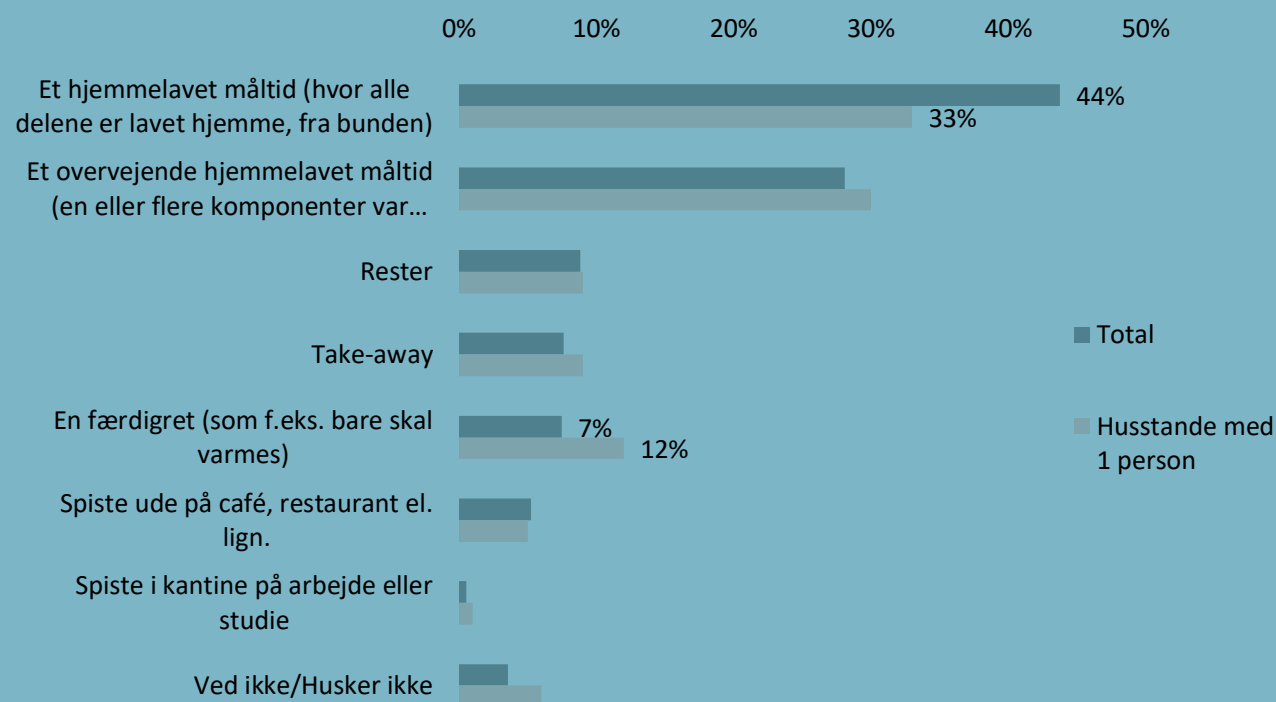
I Landbrug & Fødevarers undersøgelse om udespisning gennemført af *Is It a Bird* og *Norstat* i efteråret 2019, blev et repræsentativt udsnit af danske forbrugere spurgt om deres udespisningsvaner. Her så vi, at restaurant med bordservering var det mest populære spisested med over halvdelen af danskerne, som havde spist på denne type spisested indenfor den seneste måned. En tredjedel havde desuden spist på fastfood restaurant/grillbar.

I undersøgelsen fremgik det desuden, at 3 ud af 4 danskere havde været ude og spise indenfor den seneste måned, med et signifikant højere antal i aldersgruppen 18-29-år og til gengæld færrest blandt danskere i alderen 60-70 år. Desuden var der en signifikant højere udespisningsfrekvens i Region Hovedstaden end i andre regioner. Noget tyder derfor på, at de unge danskere i Region Hovedstaden er den befolkningsgruppe, som er med til at skubbe den positive udvikling i restaurationsbranchen indtil coronakrisen ramte.

## Færdigretter er især populære i singlehusstande

I en anden undersøgelse fra Landbrug & Fødevarer om bl.a. aftensmad foretaget i august 2020 ser vi, at singlehusstande i signifikant mindre grad end andre tilbereder et varmt måltid til aftensmad i løbet af en typisk uge, mens de omvendt signifikant oftere spiser en færdigret, som de varmer selv.

Figur 2: Spørgsmål: Hvordan vil du beskrive din aftensmad i går?



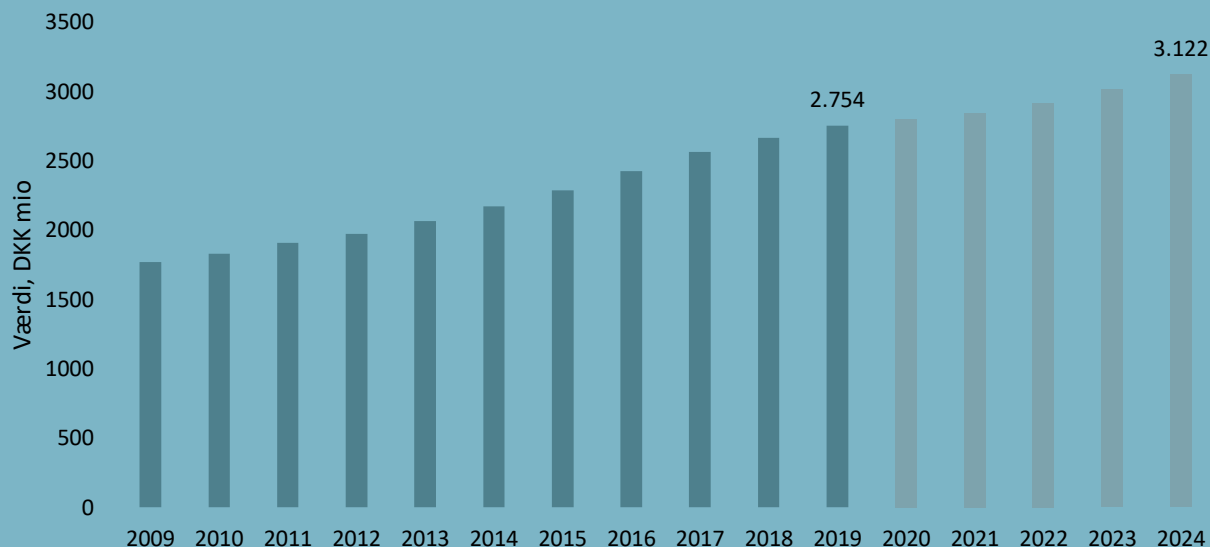
Kilde: Epinion for Landbrug & Fødevarer, Q3 2020. Base: alle=939, husstande med 1 person=275

Andelen af færdigretter, der bliver solgt i supermarkeder og andre indkøbssteder, har været stigende gennem de sidste mange år. Og fremtiden for færdigretter ser lys ud; også på trods af corona. Ifølge Euromonitor vil efterspørgslen efter færdigretter og convenience-løsninger vokse yderligere, idet coronakrisen har medført nye hjemmemåltider og uforudsete begivenheder for mange danskere<sup>1</sup>.

Færdigretter bliver mere og mere populære blandt danskerne, og i 2019 blev der solgt færdigretter for 2,75 milliarder kr. i detailhandlen. Det svarer til en stigning fra 2009 på knap 1 milliard kr., svarende til en vækststigning på 56 pct. Euromonitor forudsiger, at salget af færdigretter vil nå en værdi på 3,1 milliarder kroner i 2024, hvilket er en vækststigning på 13 pct. på 5 år, dette på trods af coronas påvirkning af markedet.

<sup>1</sup> Euromonitor: "The Impact of Corona on Consumer Foodservice", 2020

Figur 3: Salg af færdigretter, detail værdi, DKK mio.

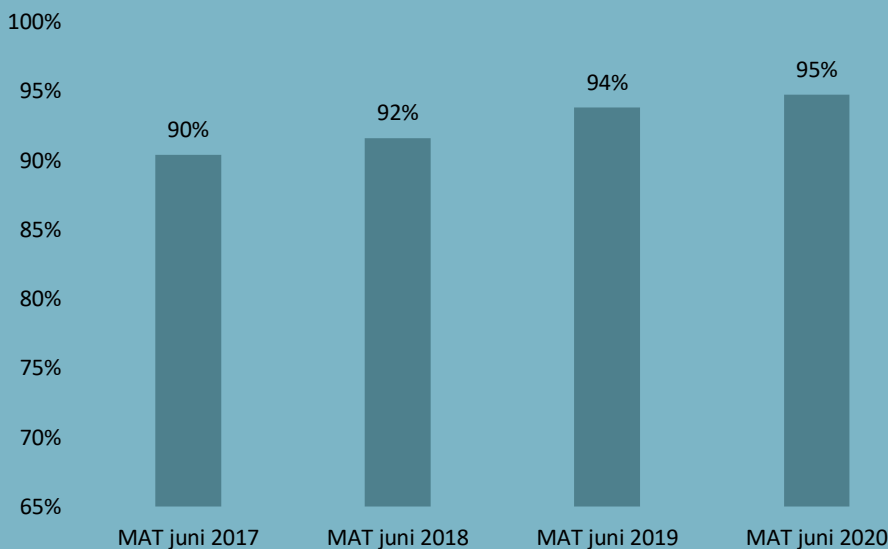


Anm.: 2020-2024 er Euromonitors forecast

Kilde: Euromonitor, market share, Ready Meals in Denmark, 2020

Også GfK ConsumerScan for Landbrug & Fødevarer for 2020 beskriver en fremgang i udviklingen i markedet for færdigretter, hvilket især er drevet af, at danskere køber færdigretter oftere end tidligere år.

Figur 4: Andel af de danske husstande, der køber færdigretter



Kilde: GfK ConsumerScan for Landbrug & Fødevarer (Base: 2842)

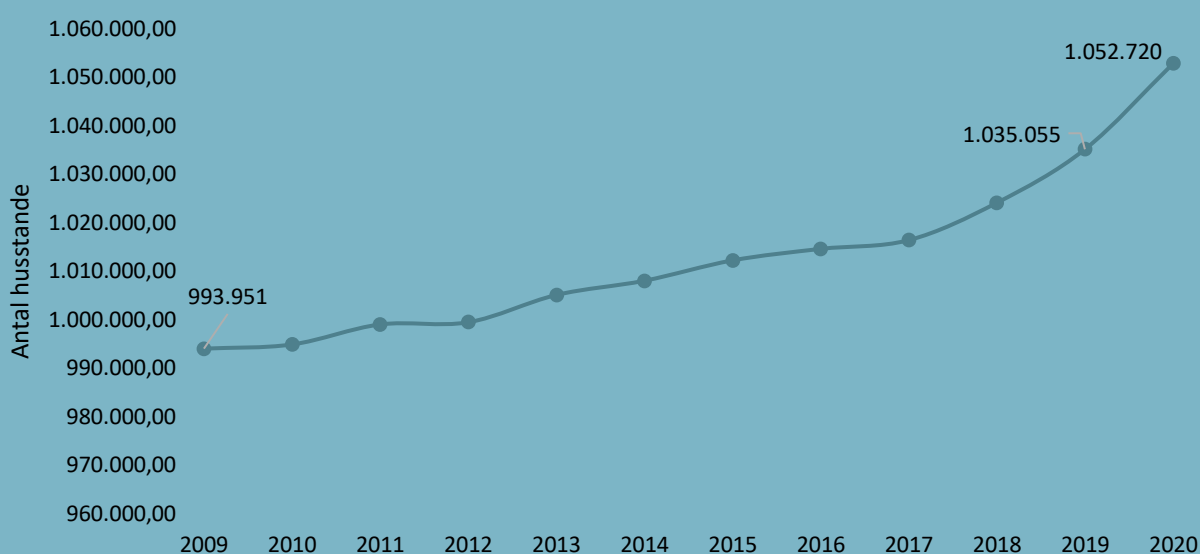
"Penetration" angiver hvor mange procent af de danske husstande, der har købt produktet

MAT = Moving Annual Total. De seneste 12 måneder

## Vækst i singlehusstande er med til at drive positiv udvikling af færdigretter

Gennem de seneste 10 år bor stadig flere danskere alene. Antallet af singlehusstande er steget med 6 pct. siden 2009. Ifølge Danmarks Statistik bor over 1 million danskere alene. Fra 2019 til 2020 steg antallet med knap 18.000 husstande fra 1.035.055 til 1.052.720. Det svarer til en procentstigning på 2 pct. på ét år.

Figur 5: Antallet af en-person husstande



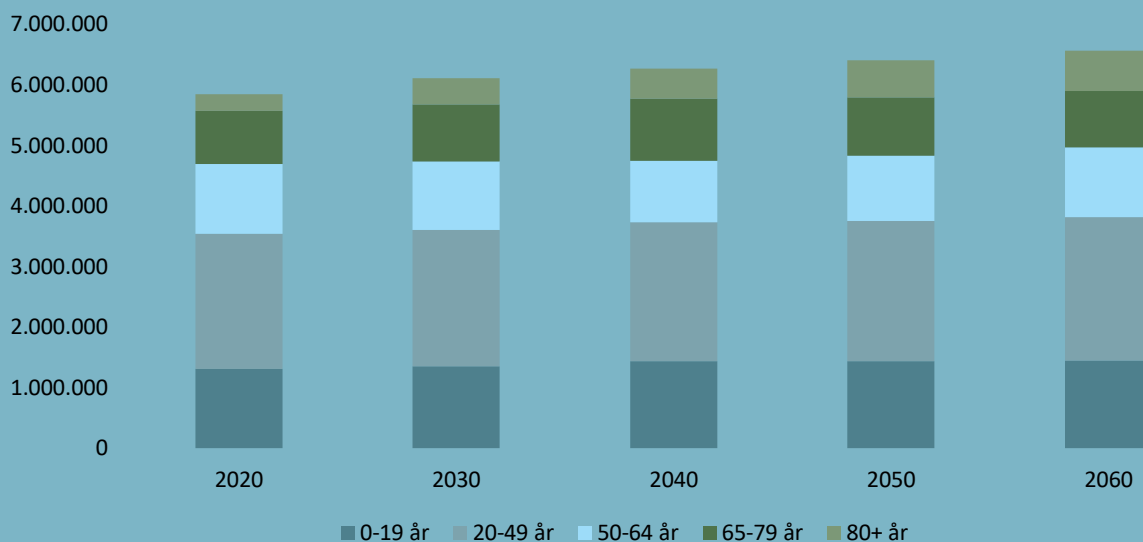
Kilde: Danmarks Statistik, (FAM55N), marts 2019

Landbrug & Fødevarers undersøgelse om bl.a. aftensmad fra august 2020 viser, at aftensmaden skal smage godt, men også være nem og hurtig at tilberede især blandt de, der bor alene. Færdigretter kan her være et populært alternativ til hjemmelavet mad. Forventningen til fremtidens salg af færdigretter samt det stigende antal singlehusstande indikerer derfor en lys fremtid for færdigret-markedet.

## En aldrende befolkning kan betyde vækst i foodservicesektoren

Den danske befolkning er aldrende. Det viser befolkningsfremskrivningen fra Danmarks Statistik. Det er især antallet af danskere 80+ år, som der forventes at blive flere af. Fra 2020 til 2030 forventes aldersgruppen at stige med 59 pct., svarende til en stigning på 160.000 personer. Desuden forventes gruppen af 65-79-årige at vokse med 6 pct., dvs. mere end 56.000 flere end i dag. Den positive udvikling i antallet af ældre forventes ikke at aftage inden år 2060.

Figur 6: Befolkning efter aldersgrupper år 2020-2060



Kilde: Danmarks Statistik, (FRDK118), september 2020

Det stigende antal ældre forventes at medføre en stigning i antallet af potentielle forbrugere af mad til ældre. Ældreinstitutioner er den største aftager af servering af måltider i den offentlige foodservicesektor, hvorfor demografiudviklingen formentlig vil betyde, at ældre-institutionerne vil opnå en endnu større andel af serverede måltider i sektoren.

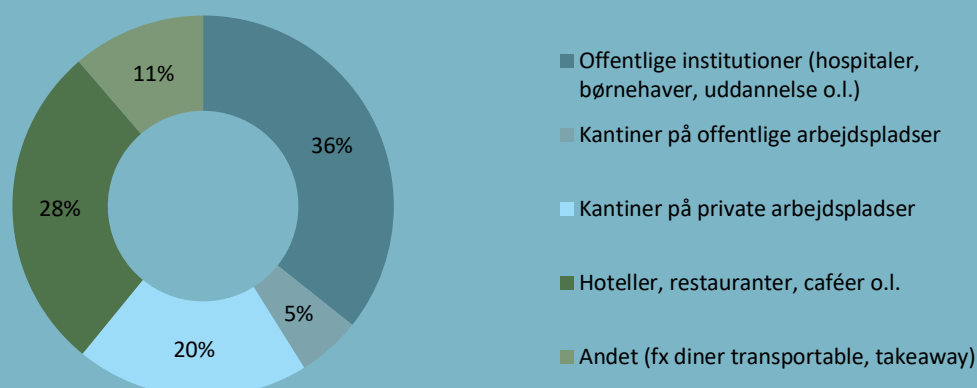
En stigning i antallet af ældre danskere kan også medføre vækst i den private foodservicesektor. Seniorerne er ofte købestærke, og vil ikke lade sig nøje. De stiller krav til fødevarernes kvalitet og er tit åbne over for ny inspiration. Netop derfor har dette segment måske i højere grad tid og overskud til at udforske nye madvarer og retter, som den private foodservicesektor kan levere.

## Økologi til foodservice fortsætter med at være eftertragtet

Ifølge Danmarks Statistik steg salget af økologiske føde- og drikkevarer til foodservicesektoren med 11 pct. fra 2018 til 2019. I 2019 udgjorde salget af økologiske føde- og drikkevarer 2,6 mia. kr. mod 2,3 mia. kr. i 2018 hvilket betyder, at økologiske fødevarer udgør 11,6 pct. af det samlede salg til foodservicesektoren. Dermed er salget af økologiske føde- og drikkevarer til foodservicesektoren fordoblet siden 2014, hvor salget lå på 1,3 mia. kr.

I 2019 aftog den private sektor 59 pct. af det samlede økologiske salg til foodservicesektoren, mens den offentlige sektor aftog 41 pct. Dermed var det offentlige forbrug af økologiske fødevarer dobbelt så stort som sektorens andel af det samlede salg af føde- og drikkevarer til foodservicesektoren, der ligger på 21 pct. Dette skyldes, at økologi i højere grad fylder mere i det offentlige med 23 pct. økologi, modsat det private, hvor kun 9 pct. er økologi.

Figur X: Salg af økologiske varer til foodservice efter kunde grupper 2019



Kilde: Danmarks Statistik (OEKO08), september 2020

Stigningen i salget af økologiske føde- og drikkevarer til foodservicesektoren kan bl.a. tilskrives den store fremgang i andelen af spisesteder med "Det Økologiske Spisemærke". Ifølge Danmarks Statistik steg antallet af spisesteder med denne type mærkning med 20 pct. fra 2.648 i 2018 til 3.175 i 2019 (ultimo året). Tallene viser både et øget antal af spisesteder med et økologisk spisemærke, men også et mere intenst økologisk forbrug i køkkener, som skifter fra bronze-mærket (30-60 pct. økologi) til sølv- (60-90 pct.) eller guldmærke (90-100 pct.). Udbredelsen af det økologiske spisemærke kan især ses i Region Hovedstaden, som huser over halvdelen af spisestederne. En stigning i andelen af spisesteder med "Det Økologiske Spisemærke" vidner om, at danskerne i stigende grad efterspørger økologi i foodservicesektoren. Dette gør sektoren til en vigtig medspiller i økologi-væksten i Danmark.

## Foodservice er fortsat et vigtigt marked for fødevarerproducenter

For fødevarer virksomheder er foodservicesektoren en spændende sektor. Der er ikke mange fødevarer markeder, der kan rapportere om kontinuerlig vækst over en så lang periode som 2009-2019. Det formodes kun at ville tage sektoren omkring 2 år at komme på fode igen efter en meget hård coronakrise for salgskanalen og det endda med et højere salg end før krisen. Foodservicesektorens fremtidige comeback skyldes især en række vigtige udviklinger, såsom det stigende antal af singlehusstande, som vil medføre en stigende efterspørgsel efter nem mad fra den private foodservicesektor i form af f.eks. take-away. En anden udvikling er den aldrende befolkning, som forventes at påvirke hele foodservicesektorens omsætning positivt.

Men den vigtigste drivkraft for udviklingen er foodservicesektorens egen evne til at tilpasse sig og løbende følge med forbrugernes ønsker. Dette gælder både i distributionen såvel som i produktudbuddet. Dette var tydeligt under nedlukningen i foråret 2020, hvor især den private del af foodservicesektoren måtte finde nye måder at holde forretningen kørende på. Sektorens tilgængelighed, udvalg og størrelse betyder, at forbrugerne hurtigt og nemt kan købe mad fra foodservicesektoren, f.eks. via online bestillingsforme. Generelt ses der blandt danskerne en øget

interesse for madkvalitet, og Landbrug & Fødevarers undersøgelser har vist, at forbrugerne oplever, at mange spisesteder i Danmark bidrager positivt med inspiration, kvalitet og gode madoplevelser.

## Kilder til analysen

- Danmarks Statistik
- Euromonitor International
  - Consumer Foodservice in Denmark 2020
  - Ready Meals in Denmark 2019
- GfK Consumerscan
- Is It a Bird for Landbrug & Fødevarer. Kvalitativt data indsamlet efteråret 2019
- Norstat for Landbrug & Fødevarer. Data indsamlet i oktober 2019 blandt 1.998 repræsentativt udvalgte danskere ml. 18-70 år.