

# TIDSSKRIFT FOR LANDØKONOMI

---

**NR. 1**  
**MARTS 2017**  
**203. ÅRGANG**

### **Ansvarshavende redaktør**

- \* Seniorrådgiver Henning Otte Hansen  
Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi,  
Københavns Universitet

### **Redaktion**

- \* Professor Carsten Daugbjerg  
Crawford School of Public Policy  
Australien
- \* Kontorchef Niels Lindberg Madsen  
Landbrug & Fødevarer, Axelborg
- \* Professor Peter Nedergaard  
Institut for Statsvidenskab  
Københavns Universitet
- \* Professor Niels Strange  
Skov & Landskab  
Københavns Universitet
- \* Chefkonsulent  
Torben Wiborg  
LMO
- \* Afdelingsleder Jesper S. Skou  
Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi,  
Københavns Universitet

### **Oplag**

- \* 550 stk.

### **Tryk**

Ecograf ApS Højbjerg

### **Abonnement**

- \* 550 kr. excl. moms pr. år
- \* Medlemmer af Det Kongelige Danske  
Landhusholdningsselskab modtager gratis  
Tidsskrift for Landøkonomi

### **Løssalg**

150 kr. excl. moms og forsendelse

### **Udgivere**

- \* Det Kongelige Danske  
Landhusholdningsselskab  
c/o Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi  
Københavns Universitet  
Rolighedsvej 25  
1958 Frederiksberg C  
Mail: 1769@1769.dk  
www.1769.dk
- \* Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi  
Københavns Universitet  
Rolighedsvej 25  
1958 Frederiksberg C  
Tlf. 35 33 68 00  
Fax. 35 33 68 01  
Mail: ifro@ifro.ku.dk  
www.ifro.ku.dk

### **Sats & layout**

- \* Henning Otte Hansen

# INDHOLD

---

## **Redaktionelt forord:**

### **Fusionsbølge i landbrugets forsyningsindustri? ..... 5**

Henning Otte Hansen,

Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

### **Kornets fremstillingspris ..... 11**

Daniel Rosenkilde Damhus. Studerende ved

Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

### **Amerikansk landbrugsstøtte og WTO - Presset til grænsen? ..... 19**

Daniel Pedersen. Stud. oecon. agro, Københavns Universitet

### **Landbrugets fremtid: Hvor står vi? Hvad bliver der gjort? ..... 29**

Søren Kjeldsen-Kragh, professor emeritus

Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

### **Det er lidt dyrere at være en økologisk forbruger – men ikke kun på grund af merpriserne ..... 47**

Sigrid Denver, Jonas Nordström og Tove Christensen,.

Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

### **Højpris- og højkvalitetsprodukter og den danske eksport af landbrugs- og fødevarer..... 55**

Henning Otte Hansen, Christian Elleby og Morten Gylling

Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

### **Hvornår har 1.000 landbrug 90 pct. af landbrugsjorden?..... 95**

Henning Otte Hansen

Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

# REDAKTIONELT FORORD

---

## Lokale eller globale fødevarer?

Landbrugs- og fødevaremarkederne er i udvikling, og der er mange forskellige og undertiden modsatrettede tendenser. Nye forbrugersegmenter opstår og vokser, inspiration fra fremmede madkulturer skaber ny efterspørgsel, og den internationale markedsføring påvirker også markederne.

To modsatrettede tendenser viser sig på landbrugs- og fødevaremarkederne i disse år:

På den ene side er der klare tendenser i retning af mere globalisering, liberalisering og mere fælles internationale forbrugerønsker. Globaliseringen indebærer større international handel, større transnationale virksomheder og mere bevægelse over landegrænser m.h.t. kapital, arbejdskraft, viden m.m.

Med globaliseringen vil råvarerne købes, hvor de er billigst - over hele verden - og dermed udvaskes eller forsvinder den lokale sjæl. På den måde kan man „shoppe rundt“ og finde de billigste eller bedste varer fra hele verden.

Der er en tendens til, at fødevarerne skal være ensartede over hele verden, og de skal passe ind i fødevareindustriens eller detailhandlens globale mærkevarestrategi. Der satses på stor-drift med markedsføring via global reklameindsats og globale mærkevarer. Netop den teknologiske udvikling og massekommunikation gør det nemmere at markedsføre produkter på internationale markeder, og vi får dermed mere ensartede produkter.

Også detailhandlen bliver mere og mere international, idet en stigende andel af deres omsætning finder sted uden for deres oprindelige hjemland. Selv om der sker en vis tilpasning af varesortimentet til de enkelte landes behov, vil der også via detailhandlens internationalisering ske en ensartning af fødevareudbudet.

På den anden side er der også en række markeds- og forbrugertendenser i retning af mere fokus på det lokale, nære og oprindelige. Nogle forbrugere efterspørger således fødevarer produceret og afsat i nærområdet. Det er ikke nogen ny tendens, men den er blevet forstærket i de senere år. Som udsagnene i boks 1 illustrerer, er debatten er aktuel i Danmark.

## Boks 1. Aktuelle udsagn om lokale fødevarer

### Boom i salg af lokale fødevarer giver flere blod på tanden

*DR Nordjylland, 20/9 2016*

### I Coop vil vi give dig lokale råvarer

*Coop 19/10 2016*

### Detailhandlen kæmper om de lokale producenter

*FoodCulture 14/10 2016*

### Vadehavslam: Forskel mellem store danske aktørers erklærede forkærlighed for danske egne produkter og den faktiske evne/vilje til at formidle en merpris . . .

*Tidsskrift for Landøkonomi 2016/1*

### Lokale fødevarer er både sundt for dig og godt for Danmark

*FoodCulture 14/10 2016*

### Lokalt er autentisk

Det er et nærhedsprincip. Forbrugerne har et ønske om, at det skal være lokale varer og ikke tomater fra Spanien. Der er noget autentisk og spændende ved det. De ønsker noget fra deres egen egn, og ikke det alle andre køber  
*Kvickly, Haderslev. I Jyske Tidende 30. oktober 2016*

### Lokale fødevarer erobrer dagligvarehandlen

Vinden er med de små fødevarerproducenter. Der er ved at ske så stort et skift i detailbranchen, at de lokale varer fremover kan blive en fast del af sortimentet.

*Business.dk. 16. Juli 2014*

### Danskerne spiser stadig flere lokale fødevarer

Det betyder meget for mange at få historien med, og derfor ligger der et kæmpe potentiale i at producere varer med lokal identitet. . . Det er fortællingen, der gør forskellen. At det kommer fra et sted, man selv potentielt kunne tage ud at besøge  
*Information, 28. september 2016.*

Den stigende opmærksomhed omkring lokale fødevarer er ikke kun et dansk fænomen - der er tilsyneladende tale om en international tendens, omend der generelt er tale om et nicheområde.

Efterspørgslen efter lokale fødevarer kan være en modreaktion på det mere og mere globaliserede og industrielle vareudbud, der findes. I efterspørgslen efter lokale fødevarer ligger der også et ønske om at komme tilbage til rødderne. Denne nye tendens ligger også tæt op af forbrugerønsket om „oprindelse“: Nogle forbrugere lægger vægt på at kunne spore fødevarerne tilbage til den landmand, som har produceret varerne.

Mange supermarkeds kæder har taget denne tendens til sig: Man forsøger at profilere sig på dette område, og man får adgang til mere unikke varer, som konkurrenterne måske ikke har. Samtidig placerer supermarkederne sig i en stærkere markedsposition: Hvor de før var afhængige af få store fødevarerleverandører, får de nu adgang til flere mindre udbydere, og det giver supermarkederne en langt stærkere forhandlingsposition. På den måde opnår supermarkeds kæderne en styrket forhandlingsposition og større markedsmagt ved at satse mere på lokale fødevarer.

Også på udbudssiden er der tiltag i retning af fokus på lokale produkter: Små lokale mejerier og mikrobryggerier er ofte opstået med udgangspunkt i en lokal identitet. Man har således forsøgt at differentiere varerne fra de store globale mærker, og man lægger mere vægt på nærheden til producenten, lokale egenskaber m.m. Produkterne kan dels opfylde en lokal efterspørgsel, dels afsættes på internationale markeder men med en „lokal identitet eller historie“ eller et egnsmærke. På den måde bliver lokale varer afsat internationalt.

Fremkomsten af flere gårdbutikker er også et udslag af ønsker om at komme tættere på producenten, springe mellemed over og sikre en kortere tid og afstand mellem produktion og forbrug. Der findes steder i Europa, hvor gårdbutikker tegner sig for 30 procent af detailhandelens totale omsætning.

I en amerikansk stikprøveundersøgelse (Fortune 16. august 2015) svarede halvdelen af kunderne, at de er villige til at betale op til 10 pct. mere for lokalt producerede fødevarer. En tredjedel er villig til at betale op til 25 pct. mere. Her bemærkes det, at „lokal“ er blevet en betegnelse for kvalitet, friskhed, autentisk, troværdig, miljøvenlig og gavnlig for lokalområdet. Ofte er betydningen af „lokal“ usikker, og lokale fødevarer er blevet en for stor del af supermarkedernes markedsføring og profilering.

Der er også i Danmark eksempler på, at begrebet „lokalt producerede fødevarer“ er uklart. Der er tilfælde, hvor fødevarer med lokale danske stednavne - hvor forbrugerne opfatter dem som lokale fødevarer - er produceret i udlandet.

Der er imidlertid også eksempler på, at man argumenterer for lokale fødevarer i et forsøg på at beskytte den indenlandske landbrugsproduktion og de indenlandske landmænd. Her er der tale om forsøg på protektionisme og ikke i sig selv et argument for lokale fødevarer.

Hvad betyder udbredelsen af lokale fødevarer for dansk landbrug og fødevarerindustri? Først skal det slås fast, at tendensen m.h.t. mere fokus på lokale fødevarer er én ud af flere tendenser, og at den ikke er - og næppe bliver - mere end en niche. Nogle landmænd kan givetvis via lokal produktion i samarbejde med fødevarer virksomheder eller detailkæder få en profitabel produktion. Spørgsmålet er imidlertid, om sådanne partnerskaber er ligeværdige og holdbare på længere sigt.

Danske landmænd er nok de landmænd i verden, der er mest afhængige af udenlandske - ikke-lokale - markeder. Derfor kan øget fokus på lokale fødevarer umiddelbart være en ulempe. Omvendt spiller de danske fødevarer en meget lille rolle for forbrugernes samlede efterspørgsel - selv i de vigtigste eksportlande - så der vil helt sikkert være plads til både lokale og danske fødevarer i indkøbskurvene verden over.

Dette nummer af Tidsskrift for Landøkonomi har som tema: Feeding the Future. Baggrunden er, at Yara og Det Kongelige Danske Landhusholdningsselskabet i september afholdt en

konference med samme emne. Indlederne blev bedt om at sende en artikel baseret på - eller med udgangspunkt i - deres indlæg på konferencen. Dette resulterede i seks modtagne artikler, som gengives i dette nummer af Tidsskrift for Landøkonomi.

Første artikel indeholder den *introduktion*, som Frederik Lüttichau, Præsident for Det kongelige Danske Landhusholdningsselskab gav på konferencen. Frederik Lüttichau tog udgangspunkt i, at landbruget gennem mange årtier har bevist, at vi er i stand til at forsyne et stigende befolkningsantal med tilstrækkelige fødevarer: Vi kan producere mere og billigere mad, verdens fødevareforsyning bliver bedre, og kvaliteten af fødevarer er i top. Denne positive udvikling kan dog ikke uden videre fortsætte: Vi står over for nogle helt nye globale udfordringer – udfordringer, som vi må forholde os til og tackle bedst muligt og i tide.

Den næste artikel er af Owen Roberts, Præsident for IFAJ, den internationale forening af landbrugsjournalister. Emnet er *Feeding the World: Hvordan kan medier hjælpe med at udnytte viden i landbruget?* I artiklen understreges det, at god kommunikation mellem landmænd og deres videnskilder er afgørende for, at landmændene kan udvikle og optimere deres bedrifter. Landbrug og forskning har længe været forbundet: Landmænd ønsker og har brug for at få adgang til forskningsresultater, og medierne er et redskab til at sikre denne adgang. Journalister hjælper med at flytte viden fra dem, der har det, til dem, der har brug for det. Bedre videnbaseret landbrug er afgørende vigtigt i arbejdet med at skabe en fremtid med større bæredygtighed og fødevarer sikkerhed.

Den næste artikel, *Dansk landbrug og verdens behov for fødevarer* er skrevet af Steen Gade, tidligere SF-ordfører for landbrug, miljø, klima og udviklingspolitik, tidligere direktør for Miljøstyrelsen samt formand for Globe Europe. Steen Gade understreger, at det aldrig vil kunne blive et dansk projekt at løse verdens fødevareproblemer. Derimod kan Danmark på den globale scene bidrage med vore erfaringer. Både gode og dårlige, og så viderebringe de gode. Det gælder forhold som effektivitet, organisering, sundhed, miljø og klima.

Den næste artikel, er skrevet af Uffe Jørgensen og Poul Erik Lærke, begge fra Institut for Agroøkologi, Aarhus Universitet. Artiklen har titlen *Merproduktion og mindre udledning i græsmarken*, og undertitlen *Omlægning til flerårige græsser kan sikre opfyldelse af en række miljømålsætninger i landbruget og understøtte en lokal produktion af protein*. I artiklen fokuseres der på omlægning til flerårige afgrøder, som kan være med til at understøtte gennemførelsen af EU's Vandrammedirektiv og Nitratdirektivet samt understøtte de nye EU-mål for reduktion af drivhusgasser i landbruget. Forbedrede dyrkningssystemer kan i nogle tilfælde fordoble det samlede biomasseudbytte, og der er en mulighed for at erstatte noget af den importerede protein fra sojabønner.

*Big data - en ny grøn revolution?* er titlen på den næste artikel, skrevet af Svend Christensen, Institutleder og professor ved Institut for Plante- og Miljøvidenskab, Københavns Universitet. Udgangspunktet er, at der er behov for en intensiveret primærproduktionen for at

sikre en nødvendig produktionsudvidelse. Det kan bl.a. ske med nye forædlingsmetoder og anvendelse af store datamængder fra satellitter, droner og intelligente maskiner. Det vil fortsætte i de kommende år, hvor nye metoder vil genere endnu flere data og skabe et helt nyt grundlag for forædling af fremtidens afgrøder. De nye metoder vil ikke kun skabe højere udbytte, men også speede forædlingsprogrammer op og dermed reducere antallet af år, som det tager at forædle og fremavle nye sorter.

Den sidste artikel fra konferencen har titlen *Landbrugets globale udvikling* og undertitlen *Den globale udvikling for et bæredygtigt landbrug, der skal producere nok mad, energi og industriråvarer til en stadig markant stigende verdensbefolkning*. Udgangspunktet for artiklen er, at landbrugs- og fødevaremarkederne verden over står over for betydelige udfordringer i de kommende årtier: Stigende befolkning, endnu flere mennesker i byerne samt et næsten konstant landbrugsareal lægger et pres på landbrugsmarkederne og forudsætter stigende produktivitet. Det konkluderes bl.a., at hovedproblemet i den globale fødevarerforsyning ikke er mangel på fødevarer, men derimod mangel på købekraft i den fattige og sultende del af befolkningen. Stigende ustabilitet og markedsusikkerhed kendetegner også landbrugets globale udvikling, og det vil fortsætte fremover.

Uden for temaet følger den anden artikel af professor emeritus, Søren Kjeldsen-Kragh. *Landbrugets fremtid: Hvad ønsker samfundet?* Mens første artikel beskrev landbrugets fremtid ud fra landbrugserhvervets synsvinkel, ser denne artikel på erhvervet ud fra samfundets synsvinkel. I artiklen ses i første omgang på, hvordan landbrugets produktionsmetoder påvirker vandmiljøet, jorden, luften, klimaet og naturen med dets dyre- og planteliv. Dernæst behandles nogle af de etiske problemer i forbindelse med landbrugets udvikling. Endelig ses der på, hvordan landbrugets produktionsformer og produkter relaterer sig til menneskers sundhed. Det konkluderes bl.a., at der er to ting, som borgere er stærkt interesseret i, og det er de eksternaliteter, der er knyttet til landbrugsproduktionen, og det er kvaliteten af de fødevarer, som produceres.

Den sidste artikel har emnet: *Landbrugets trædemølle: Gælder den stadig?* Trædemøllen begynder, når ny teknologi udvikles og bliver taget i anvendelse af nogle landmænd, som er hurtige til at implementere og udnytte ny viden. Disse landmænd formår at få en økonomisk fordel af den nye teknologi. I takt med at flere og flere landmænd tager den nye teknologi i anvendelse, stiger produktionen, og dermed falder priserne. Dermed forsvinder den umiddelbare økonomiske fordel, som de innovative landmænd fik, da den bliver spist af de faldende priser. De efternølende ("fodslæbende") landmænd, som først ret sent tager ny teknologi i anvendelse, oplever dermed kun de negative effekter af teknologiudviklingen, nemlig prisfald. Landmænd i trædemøllen vil altid være nødt til at løbe hurtigere og anvende ny teknologi for at opveje det fald i realpriser og bytteforhold, som landbruget altid vil stå overfor. Forbrugerne får i sidste ende fordel i form af billigere fødevarer.



I artiklen konkluderes det, at trædemøllen, dens forudsætninger og afledte virkninger stadig er fuldt gældende. Det er ikke muligt for et enkelt land eller region af bremse trædemøllen på lang sigt. På lokalt plan kan man løse nogle sociale og økonomiske problemer skabt af trædemøllen gennem nemmere afvandring.

God læselyst.

Ph.D., cand. agro. & merc. Henning Otte Hansen (ansvarshavende redaktør)  
Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet