

# TIDSSKRIFT FOR LANDØKONOMI

---

**NR. 1  
APRIL 2014  
201. ÅRGANG**

### **Ansvarshavende redaktør**

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

### **Redaktionsassistent**

- \* Lars Jørgensen  
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
- \* Institutleder Henrik Zobbe  
Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi,  
Københavns Universitet

### **Oplag**

- \* 900 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 24  
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:**

### **Mælkekvoterne forsvandt - var de en succes eller en fiasko? ..... 5**

Henning Otte Hansen,

Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

## **Artikler:**

### **Fødevareklyngens eksport.....9**

Finn Christensen, Ole Skovager og Thomas Søby, Landbrug & Fødevarer

### **Det kinesiske fødevaremarked: Barrierer for udenlandske virksomheder ..... 17**

Chang, Yu-ling og Henning Otte Hansen

Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

### **Det globale marked for juice - tendenser og perspektiver ..... 23**

Henning Otte Hansen

Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

### **Andelselskabernes seneste udvikling og resultater ..... 31**

Henning Otte Hansen

Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

### **Hvorfor er danske fødevarer dyre? ..... 45**

Henning Otte Hansen

Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

### **Prisdannelse på markedet for pelsskind ..... 57**

Henning Otte Hansen

Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet



# REDAKTIONELT FORORD

---

## **Mælkekvoterne forsvandt - var de en succes eller en fiasko?**

Den 1. april i år forsvandt EU's mælkekvoter, og dermed begyndte en ny markedsvirkelighed for de danske mælkeproducenter. Generelt er der tilfredshed med afviklingen, og der har gennem årene været kritik af kvoteordningernes begrænsninger. Man har dog ikke altid taget stilling til, hvad alternativet til kvoter ville have været. Da man i starten af 1980'erne diskuterede mælkeordningernes fremtid, var der reelt to muligheder for at begrænse overproduktionen og den stigende støtte på mejeriområdet: Enten skulle priserne begrænses kraftigt, eller også skulle mængderne begrænses via kvoter. En verden uden kvoter og med fortsat kunstigt høje priser var altså ikke noget alternativ.

Man valgte kvote-instrumentet - nok fordi det ville kræve for drastiske prisnedsættelser, hvis udbuddet stadig skulle være frit, og der var næppe politisk mod eller vilje til at vedtage disse prisnedsættelser. At fortsætte den bestående højprispolitik men med indførelse af kvoter ville "kun" give nogle langsigtede problemer i form af svagere strukturudvikling, manglende udnyttelse af stordriftsfordele og en svækket produktivitetsudvikling - med andre ord en svækket langsigtet konkurrenceevne.

Disse langsigtede ulemper ramte først landbruget efter nogle år, og nu - 30 år efter deres gennemførelse - mærkes de negative konsekvenser fuldt ud.

Der er flere andre eksempler på, at kvoter eller lignende udbudsbegrænsning i landbruget er forsvundet eller er under afvikling: Kvoter på kartoffelstivelse og sukker samt tvungen braklægning. Fælles for disse ordninger er, at de blev indført i perioder med høj prisstøtte og overproduktion, og ved at begrænse udbuddet, begrænsede man også omkostningerne.

Moralen er, at kvoter kan være en nem og populær måde at løse nogle kortvarige problemer på. Ulemperne er imidlertid langsigtede, og de er sværere at fjerne efterfølgende. Næste gang, der opstår overproduktion, markedsubalance eller stærkt stigende støtteomkostninger, er løsningen altså ikke at lade tiden gå og så efterfølgende indføre kvoter for at dække over skaderne. Løsningen er at reagere i tide og i videst muligt omfang lade markedet klare ubalancen. Indgreb skal i givet fald søge at genskabe markedsbalance så hurtigt som muligt igen, og derudover kan indgreb være fordelagtige med henblik på at styrke den langsigtede konkurrenceevne.

Spørgsmålet er så også, om kvoter og anden form for udbudsbegrænsning overhovedet bliver aktuelt i en verden, hvor overproduktion ikke ser ud til at blive noget stort og vedvarende problem.

Nogle landmænd fremhæver, at de i tiden med kvoter har måttet "bruge mange millioner kroner på at opkøbe mælkekvoter", og at disse penge kunne være brugt mere fremadrettet. Vi må gå ud fra, at disse landmænd har fundet det økonomisk fordelagtigt at "investere" i disse kvoter - ellers havde de næppe gjort det. Desuden ville mælkepriserne i en verden uden kvoter være langt lavere, så de "mange millioner kroner" havde hurtigt fået ben at gå på. Landmændene har dog ret i, at penge brugt på at købe kvoter ikke er særligt offensivt. Pengene er typisk betalt af yngre og dynamiske landmænd, mens de ældre landmænd har skummet fløden. Havde pengene i stedet være brugt på effektivisering og konkurrenceevneforbedring, ville de sandsynligvis have været langt bedre stillet i dag.

Mælkekvoterne blev også udformet og vedtaget i en periode, hvor mantraet mere var markedsstyring og indgreb end markedstilpasning og liberalisering. Mælkekvoterne blev indført før de første WTO-runder var gennemført, og før reformer af EU's landbrugspolitik for alvor kom på dagsordenen. Set i bakspejlet var mælkekvoterne et af de sidste krampe-trækninger i en forældet landbrugspolitik, som var under et massivt pres både indefra og udefra.

Den første artikel er af Finn Christensen, Ole Skovager og Thomas Søby og har titlen: *Fødevarerklyngens eksport*. Artiklen tager udgangspunkt i Porters klyngeteorier, i artiklen bliver den danske fødevarer-klynge eksport for de seneste tre år beregnet. Eksporten, der er opdelt i tre hovedgrupper, fødevarer, biobaserede produkter og agro-teknologi, er opgjort til 151 mia. kr. i 2014. Det understreges i artiklen, at visse brancher i fødevarerklyngen har sine udspring fra landbrugsproduktionen, men at de stort set ikke længere modtager råvarer til egenproduktionen fra landbruget mere. For at få et retvisende billede af den samlede produktion vurderes det dog, at klyngetankegangen vil give det mest retvisende billede.

Den næste artikel, *Det kinesiske fødevaremarked: barrierer for udenlandske virksomheder*, tager udgangspunkt i en opgave udarbejdet af den kinesiske studerende, Chang, Yu-ling, ved Københavns Universitet. Det kinesiske fødevaremarked er attraktivt for mange udenlandske virksomheder - men det er ofte besværligt at trænge ind på. Det skyldes mange forhold, men der er tre vigtige årsager, som bliver belyst i artiklen, nemlig store regionale forskelle, risikoen for kopiering af varemærker samt betydningen af personlige netværk.

Den efterfølgende artikel har emnet: *Det globale marked for juice - tendenser og perspektiver*. Den internationale handel med juice har været i kraftig vækst, omend der siden finanskrisens start har været en mere jævn udvikling. Væksten kan især tilskrives Kina, som har haft en meget stor stigning i både produktion og eksport, og som i dag er centrum for international afsætning af juice. Den internationale handel med juice er meget omfattende,

og mange lande er store både importører og eksportører. Den danske import af æblejuice kommer især fra Tyskland og Østrig, som dog også har en stor import fra Kina. Kinas strategiske og hurtige erobring af store dele af verdensmarkedet for et landbrugsprodukt er bemærkelsesværdig - og eksemplet indeholder nye perspektiver for fremtidens internationale handel med landbrugs- og fødevarer.

I den næste artikel, *Andelsselskabernes seneste udvikling og resultater*, vises det, at andelsselskaber har spillet - og spiller stadig - en væsentlig rolle ikke bare i landbrugs- og fødevareresektoren, men også i hele den danske samfundsøkonomi. Udviklingen gennem de seneste 10-15 år viser, at andelsselskaberne har formået at vokse og at øge deres andel af den samlede omsætning. Samtidig ses der også en stabil økonomisk udvikling. De seneste år viser endvidere en stigende indtjening og konsolidering.

Der også sektorer og dele af værdikæden, hvor andelsselskaberne ikke er til stede, og hvor andre selskabsformer ser ud til at være mere konkurrencedygtige. Det understreges, at begrænset adgang til risikovillig egenkapital også fremover kan være en barriere for andelsselskabernes strategiske udvikling.

Antallet af medlemskaber i de danske andelsselskaber falder kun svagt, mens antallet af ansatte er svagt stigende. Det skyldes dog i vid udstrækning selskabernes internationalisering, hvorved antallet af udenlandske medlemmer og ansatte stiger.

I den næste artikel stilles spørgsmålet: *Hvorfor er danske fødevarer dyre?* De danske fødevarerpriser er generelt høje set i forhold til resten af EU og også i forhold til lande uden for EU. Overordnet set er der en række forklaringer på internationale prisforskelle, og der er også flere mulige årsager til de høje danske fødevarerpriser. Forskelle i moms, kvalitet, regulering og velfærdsniveau er vigtige forklaringer, men også koncentration i både producent- og detailed, geografisk placering, tilbudskultur samt aftagende prispress kan være mulige årsager.

Den sidste artikel har titlen, *Prisdannelse på markedet for pelsskind*. Baggrunden for artiklen er, at prisdannelsen er vigtig for aktørerne på markedet, men prismekanismene, årsager og forklaringer er langt fra beskrevet eller kortlagt tilstrækkeligt.

Priserne på landbrugsvarer dannes ud fra udbud og efterspørgsel - men en række bagvedliggende faktorer påvirker udbuddet og efterspørgslen. Pelsskind adskiller sig på en række områder fra de øvrige landbrugsprodukter, og det påvirker markedsforholdene og dermed også prisdannelsen. Når man specifikt ser på prisstabiliteten på pelsskind, er det især karakteristisk, at der er tale om en stor og vedvarende prisstabilitet.

Prisdannelsen på pelsskind på de internationale markeder finder sted i et komplekst samspil mellem mange forskellige faktorer og under indflydelse af mange forhold, både markeds-

mæssige, økonomiske og institutionelle. Komplexiteten i prisdannelsen kan illustreres ved at gruppere de forhold, der påvirker den langsigtede prisudvikling, i fem kategorier, nemlig udbud, efterspørgsel, usikkerheder, automatiske stabilisatorer og selvforstærkende forhold. Empiriske data viser klare tegn på, at prisstigninger efterfølges af produktionsstigninger 2-3 år efter - og tilsvarende ved prisfald. Man kan tilsvarende se, at prisen falder, hvis der har været en periode med produktionsstigning.

Sammenhængen mellem de økonomiske konjunkturer og detailsalget af pelsskind er ganske tydelig. I de seneste ti år er der sket en markant ny markedsorientering i retning af afsætning på markeder med en høj økonomisk vækst, og dermed bliver påvirkningen og sårbarheden af generelt ændrede økonomiske konjunkturer mindre.

God læselyst.

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



# ET KLYNGEPERSPEKTIV PÅ DEN DANSKE EKSPORT AF FØDEVARER OG FØDEVARERELATEREDE VARER

---

Finn Christensen Statistikkchef, Ole Skovager Analytiker og Thomas Søby Cheføkonom. Alle fra Landbrug & Fødevarer

*Den danske fødevarereproduktion har gennemgået en hastig udvikling gennem de seneste 150 år. Det betyder, at det i dag ikke giver ret meget mening at tale om landbrugseksport. Det er således nødvendigt med anvendelse af nye begreber for at forstå kompleksiteten i den danske eksport fra fødevarerklyngen. Med udgangspunkt i Porters klyngeteorier og Danmarks Statistiks KN08-opgørelse af udenrigshandelen opstilles den danske fødevarerklynges eksport for de seneste tre år. Eksporten, der er opdelt i tre hovedgrupper, fødevarer, biobaserede produkter og agro-teknologi, er opgjort til 151 mia. kr. i 2014. Gennem mere end 125 år har erfaring, viden og udvikling været en fast del af fødevarereproduktion i Danmark, og i dag er der et tæt sammenspil mellem de enkelte elementer i den samlede værdikæde. For 100 år siden gav det mening alene at fokusere på landbrugseksporten. Videreforarbejdning og forædling af landbrugsvarerne fandtes stort set ikke, og når det alligevel forekom, skete det i direkte relation til gårdene. Op gennem det tyvende århundrede steg kompleksiteten i erhvervet ved øget specialisering, flere produktgrupper, og samspillet på tværs af land og landgrænserne øgedes. Der går en linje frem til i dag, hvor det eneste konstante har været 'udviklingen' eller 'ændringen', og det forventes ikke at stoppe i fremtiden. I dag har ingrediensindustrien en stor milliardomsætning/eksport. I dag ved vi, at en gris ikke bare kan spises, men også bruges som organdonor for mennesker, eller at der ud fra pølseskindet kan produceres heparin, der bruges som blodfortyndende medicin ved operationer m.m. Visse brancher har sit udspring fra landbrugsproduktionen, men modtager stort set ikke længere råvarer til egenproduktionen fra landbruget. Dog er der en løbende vekselvirkning af medarbejdere, der skifter mellem virksomhederne. For at få et retvisende billede af den samlede produktion er det opfattelsen, at klyngetankegangen vil give det mest retvisende billede.*




## **Klyngeteori og definitioner**

Den eksisterende litteratur giver ikke en entydig definition af, hvad klyngebegrebet dækker over. Der findes således mange forskellige beskrivelser af og bud på, hvad en erhvervsklynge er. Selv om der er forskelle, er der dog i fagkulturen grundlæggende enighed om, at en erhvervsklynge er defineret som en geografisk koncentre-

ret gruppe af virksomheder, der har en eller anden form for indbyrdes økonomisk afhængighed.

Feser (1998) beskriver, at økonomiske klynger ikke blot er relaterede og understøttende institutioner, men snarere relaterede og understøttende institutioner, der er mere konkurrencedygtige i kraft af deres indbyrdes relationer. Rosenfeld (1997)

**Figur 1. Udvikling i Landbrugs- og fødevarerhvervet**

	1900	1950	2015
<b>Paradigme</b>	Det rationelle landbrugs- og fødevarerhverv	Det masseproducerende landbrugs- og fødevarerhverv	Det specialiserede landbrugs- og fødevarerhverv
<b>Produkter</b>	Basisvarer	Bulkvarer	Forædlede varer samt nye områder som økologi og agroteknologi
<b>Forskning og teknologi</b>	Fokus på optimering af output	Forædling og mekanisering af forædlingsprocesser	Løbende effektiviseringer samt innovation, fødevarer sikkerhed og kvalitetsstyring
<b>Kunder</b>	Fokus på selvforsyning - eksport af enkelte varetyper	Fokus på forbrugere - eksport af få stærke brands	Afsætning til B2C og B2B - hjemmemarkedet udgør en aftagende andel
<b>Struktur</b>	Mange og små aktører	Mange og små aktører	Færre og større aktører - heriblandt flere top-10 virksomheder
			

Kilde: Landbrug & Fødevarer (2015)

påpeger, at klynger repræsenterer koncentrationer af virksomheder, der er i stand til at producere synergi pga. deres geografiske nærhed og gensidige afhængighed. Roelandt og den Hertag (1999) karakteriserer en klynge som et netværk af virksomheder, der er stærkt afhængige og forbundet med hinanden i værdikæden.

Ovenstående er eksempler på de mange forskellige forsøg på at definere klyngebegrebet. Et væsentligt bidrag til debatten og afgrænsningen af begrebet er leveret af Michael E. Porter, og det er det bidrag, der anvendes i det følgende.

### Porters klyngetankegang

Michael E. Porter er en af de mest fremtrædende teoretikere, der beskæftiger sig med klyngeteori. Han definerer en klynge som:

*"A cluster is a geographically proximate group of interconnected companies and associated institutions in a particular field,*

*linked by commonalities and complementarities"* (Porter, 1998).

Med andre ord er en klynge, ifølge Porter, en gruppe af geografisk nærtliggende og indbyrdes forbundne virksomheder, der har fællestræk og på samme tid komplementerer hinanden. Porter understreger således, at klyngebegrebet dækker over både en økonomisk og en geografisk dimension, hvor den økonomiske dimension bl.a. kan omfatte forskellige led i værdikæden.

Den klassiske erhvervs-klynge er ifølge Porter kendetegnet ved en høj grad af geografisk og økonomisk klyngedannelse. Et eksempel på en sådan klynge er f.eks. bilindustrien, mens sektorer med en høj geografisk klyngedannelse og en lav økonomisk klyngedannelse kan være forskellige udvindingsindustrier. Det kan eksempelvis være virksomheder, der eksporterer ubearbejdet tømmer. Forskellige servicesektorer er ofte kendetegnet ved en lav geografisk klyngedannelse (Feser, 1998).

Figur 2. To grundlæggende klyngedimensioner

		Økonomisk klyngedannelse	
		Høj	Lav
Geografisk klyngedannelse	Høj	Porters klassiske klyngebegreb	Udvindingsindustri - begrænset forarbejdning
	Lav	Avanceret producent- og forbrugerservice	Grundlæggende forbrugerservice

Kilde: Landbrug & Fødevarer Mod. e. Feser (1998)

Graden af økonomisk og geografisk klyngedannelse er et relativt begreb. F.eks. vil en sektor, der er geografisk grupperet i et nationalt perspektiv, ikke nødvendigvis være geografisk grupperet i et regionalt perspektiv. Det samme gælder graden af økonomisk klyngedannelse.

Dette komplicerer anvendelsen af Porters klyngekoncept, ikke mindst fordi der er et tydeligt normativt element i både den geografiske og den økonomiske dimension, hvilket gør det svært at identificere erhvervsklynger (Feser, 1998). Det betyder ikke, at klyngekonceptet er uanvendeligt til at beskrive og identificere erhvervsklynger i praksis, men derimod at det er nødvendigt yderligere at præcisere og afgrænse den økonomiske og geografiske dimension af klyngebegrebet.

Afgrænsningen af den danske fødevareklynge i forhold til andre klynger, og i forhold til virksomheder uden for eller i periferien af klyngen, kan være vanskelig. Med en overordnet definition af en klynge er det dog muligt yderligere at opstille en

række specifikke forudsætninger, der skal være opfyldt, for at man kan tale om en fødevareklynge. Det kan f.eks. være forudsætninger, der vedrører virksomhedernes indbyrdes organisering og sammenhængskraft, eller virksomhedernes forbedrede indtjeningssevne eller øgede markedsandele sammenlignet med tilsvarende virksomheder uden for klyngen. Om forudsætninger som disse er opfyldt, vil dog altid bero på et subjektivt skøn, og det betyder, at en konkret afgrænsning af fødevareklyngen altid vil kunne diskuteres (Hansen, 2009).

### Klyngeteori anvendt i praksis

Der findes flere forskellige analyser og opgørelser, der identificerer erhvervs/fødevareklynger, og som på en eller anden måde alle tager udgangspunkt i Porters klassiske klyngekoncept. I tabel 1 er gengivet en række studier, der alle har behandlet *fødevareklyngen* som begreb. De forskellige opgørelser vil blive drøftet ganske kort under tabellen.

**Tabel 1. Opgørelser af fødevareklyngen, oversigt**

Opgørelse	European Cluster Observatory	FORA	Eurostat	Øresund Food	Danmarks Statistik	Landbrug & Fødevarer
<b>Geografisk afgrænsning</b>	EU (lande)	DK	EU (lande)	DK+SE	DK	DK
<b>Primære landbrug</b>	Opdelt på enkelte branche-grupper	x	x	x	x	x
<b>Fødevareindustri</b>		x	x	x	x	x
<b>Biobaserede produkter</b>		/	/	/	x	x
<b>Agro-teknologi</b>		/	/	/	x	x
<b>Detailhandel</b>		-	x	-	x	-
<b>Forbrug</b>	-	-	x	-	-	-
<b>Årstal for seneste opgørelse</b>	2011	2010	2011	2011	2008	2014

Anm.: (X) = Inkluderet i opgørelsen, (/) = Delvist inkluderet i opgørelsen, (-) = ikke inkluderet i opgørelsen.

Kilde: European Cluster Observatory, (2014), FORA, (2010), Eurostat (2011), Landbrug & Fødevarer (2014) og Danmarks Statistik (2010)

European Cluster Observatory identificerer erhvervsklynger ud fra enkelte standardiserede statistiske branchegrupper. Eksempelvis kan "fødevareklyngen" enten omfatte fødevareindustrien (fremstilling af føde- og drikkevarer), eller den primære produktion, mens øvrige centrale elementer i værdikæden udelades. Det gælder f.eks. agroteknologien. Derfor giver en sådan standardiseret opgørelse ikke et retvisende billede af fødevareklyngens reelle omfang. European Cluster Observatory afgrænser desuden den geografiske dimension på landeniveau inden for EU (European Cluster Observatory, 2014).

I en analyse af FORA fra 2010 konkluderes det, at den danske landbrugs- og fødevareklynge er betydningsfuld for dansk økonomi og i den globale konkurrence på

landbrugs- og fødevareområdet. Analysen definerer en erhvervsklynge som en gruppe af virksomheder, der har lokaliseret sig i samme økonomiske region, fordi det giver konkurrencemæssige fordele. Ydermere beskrives det, at der kan være tale om beslægtede virksomheder, der er i samme branche og konkurrerer på det samme marked. Virksomhederne kan på samme tid samarbejde og være i konkurrence med hinanden, og klyngedannelsen kan også opstå mellem virksomheder, der er placeret forskellige steder i samme værdikæde – altså en definition efter Portes klassiske klyngebegreb. I FORAs analyse er Danmark den geografiske afgrænsning, mens landbrugs- og fødevareklyngens økonomiske afgrænsning opdeles i fem hovedområder: Landbrugsafgrøder<sup>1</sup>; animalsk pro-

<sup>1</sup> Inkluderer også fremstilling af landbrugsmaskiner.

duktion, fremstilling af fordærlige fødevarer, fremstilling af ikke-fordærlige fødevarer og fiskeri og fiskeriprodukter. Disse fem hovedområder er yderligere opdelt i 29 underklynger, defineret ud fra branchestatistikken, NACE rev. 1.1 (FORA, 2010).

Et andet bidrag til tankegangen om et fødevareklyngekoncept kommer fra EU's statistiske myndighed, Eurostat, i publikationen "From farm to fork statistics 2011". Publikationen beskriver de forskellige dele af værdikæden relateret til fødevareproduktionen. Det gælder den primære produktion, forarbejdning, engrossalg, transport, detailsalg og forbrug. Der er således tale om en forholdsvis detaljeret opgørelse af værdikæden i den europæiske fødevaresektor, men store dele af værdikæden er ikke inkluderet i analysen. Det gælder eksempelvis produktionen af landbrugsmaskiner og maskiner til fødevareindustrien (Eurostat, 2011).

Danmarks Statistik har i en periode udgivet "Ressourceområdestatistikken", der er en alternativ opdeling af virksomhederne i Danmark. Formålet var, ifølge Danmarks Statistik, at belyse udviklingen i indbyrdes sammenhængende erhvervsområder, som dannes ud fra slutprodukter; dvs. varer eller tjenester, som virksomhederne bidrager til. Brancherne var fordelt på otte ressourceområder, hvoraf fødevarer var et område.

En af udfordringerne ved denne statistik var, at virksomheder indgik vilkårligt – dvs. at korrektioner i forhold til udflytning eller andet ikke blev trukket ud med tilbagevirkende kraft. Dette betyder, at der ikke var grundlag for en korrekt sammenligning over tid. Desuden kan det diskuteres, om alle beslægtede virksomheder bør indgå, da serviceerhverv f.eks. dækker 50 pct. af

omsætningen inden for ressourceområdet Fødevarer.

En anden rapport, som for alvor tager klyngekonceptet til sig, er *Redefining the food sector*, udgivet af Øresund Food i 2011. Formålet med rapporten er at opfylde behovet for at inkludere alle elementer i værdikæden relateret til fødevareproduktion – fra jord til bord og tilbage til jorden igen – et behov som ingen standardiserede statistiske definitioner opfylder. Rapporten definerer en fødevareklynge som et geografisk afgrænset område med en høj koncentration af fødevareproduktion og fødevarerrelaterede virksomheder og virksomheder relateret til forskning inden for fødevareområdet. En fødevareklynge omfatter således ikke kun fødevareproducenterne, men også tilknyttede virksomheder, såsom landbrugssektoren og dens leverandører.

Øresund Food anvender branchestatistikken NACE rev. 2, mens den geografiske afgrænsning er Danmark og Sverige. I rapporten opdeles fødevareklyngen i tre niveauer: 1) Fødevareindustri-kernen, der omfatter fremstilling af fødevarer og drikkevarer, ingredienser og food service; 2) Første forsyningsniveau, som omfatter landbrugssektoren og dens leverandører; 3) Andet forsyningsniveau, der omfatter emballageindustri, transport og fragt samt engrossalg og genvinding (Øresund Food, 2011).

Beskrivelserne ovenfor er et udpluk af nogle af de forsøg, der i nyere tid har været på at beskrive fødevareklynger. Selvom baggrunden er ens for alle opgørelserne – nemlig at beskrive fødevareerhvervet ud fra en økonomisk og en geografisk dimension – er det tydeligt, at der er forskel på, hvordan en fødevareklynge defineres.



I forbindelse med en definition af fødevareklyngen er det opfattelsen, at det skal gøres med udgangspunkt i gængs og anerkendt teori, som er beskrevet i litteraturen. Samtidig anses det for afgørende, at metoden er gennemskuelig, og at det sikres, at fødevareklyngen kan opdateres ud fra et ensartet datagrundlag over tid. Disse kriterier er derfor grundlag for Landbrug & Fødevarers opgørelse af den danske fødevareklynge.

### **Landbrug & Fødevarers metode**

Som nævnt er der i tidens løb gjort flere forsøg på at definere, hvad en erhvervs-klynge kan/skal dække over, og det kan konstateres, at der ikke findes en entydig dansk eller international teoretisk eller metodisk definition af begrebet 'erhvervs- eller fødevareklynge'. Landbrug & Fødevarer (L&F) har med udgangspunkt i Porters definition opgjort udenrigshandlen for fødevareklyngen i Danmark.

Udfordringen med at sætte rammen for en afgrænsning er, hvilke data der er til rådighed nu og fremover. Ønsket om detaljerigdom står sjældent mål med det faktisk mulige. Det er desuden hensigten, at klyngen løbende skal kunne opdateres baseret på de samme datakilder. Det naturlige fokus på data er i Landbrug & Fødevarers tilfælde rettet mod Danmarks Statistiks løbende produktion af data.

Udenrigshandlen opdateres hver måned på samtlige cirka 10.000 varekoder (KN08). Statistikken er dermed den mest detaljerede brugbare statistik, der er offentlig tilgængelig.

Målet har været at synliggøre det økonomiske omfang af den danske fødevareklynges produktion og eksport på en overskuelig måde. De generelle udenrigshandelsnomenklaturer som SITC, KONJ og

BEC (hvor KONJ og BEC udfases af de danske opgørelser) kunne også være anvendt, men det er vores klare opfattelse, at de ikke giver det sande billede af klyngens eksport.

### **Fødevareklyngens eksport**

Ud fra FN's Kombinerede Nomenklatur, heraf navnet KN08, der henviser til, at disse varekoder er otte-cifrede, har Landbrug & Fødevarer defineret fødevareklyngen. Samtlige koder i nomenklaturen er individuelt gennemgået, vurderet og re-klassificeret i relation til følgende overordnede gruppering:

*Fødevarer.* Alle varer, der direkte eller indirekte er egnet som menneskeføde. Fødevarer dækker både madvarer og drikkevarer samt varer, der ikke i sin nuværende 'handelsform' umiddelbart kan spises, før der sker en forarbejdning heraf, f.eks. korn.

*Biobaserede produkter.* Vegetabiliske og animalske produkter, der ikke er egnet som menneskeføde, f.eks. minkskind.

*Agro-teknologi.* Varer, der anvendes i direkte tilknytning til fødevareklyngens produktion. Agro-teknologi inkluderer maskiner til jordbrugsproduktion samt til forarbejdning af produkter herfra i nærings- og nydelsesmiddelindustrien.

Tabel 2 viser seneste årsopgørelse af fødevareklyngens eksport.

I Danmarks samhandel med udlandet indgår til tider eksport og import af varer, der af Danmarks Statistik klassificeres som diskretionerede varer. Det betyder, at offentligheden ikke får den fulde information om varen. I disse tilfælde sker det, at et eller flere af cifrene i KN08-nomenklaturen er maskeret på detaljeret niveau.

I ovenstående tabeller har det været muligt at fordele en stor del af disse di-

**Tabel 2. Eksporten fra fødevareklyngen**

	2012	2013	2014
	— mio. kr. —		
<b>Fødevarer</b>			
Svinekød .....	32.302	31.985	30.469
Mejeri .....	16.218	16.347	16.857
Fisk og skaldyr .....	18.222	19.671	20.370
Drikkevarer .....	4.612	5.403	5.425
Kiks, brød og bagværk .....	4.192	4.311	5.476
Korn .....	4.251	3.887	3.753
Sukker og sukkervarer .....	3.375	3.361	3.367
Olier og fedtstoffer .....	2.211	2.043	2.026
Oksekød .....	3.406	3.119	2.978
Fjerkrækød .....	2.873	2.958	3.026
Frugt og nødder .....	1.838	1.920	1.914
Grøntsager .....	1.431	1.522	1.565
Kaffe og krydderier .....	408	342	410
Æg .....	431	377	340
Sammensatte fødevarer .....	7.956	8.683	7.639
Andre fødevarer .....	1.158	1.191	1.245
Biprodukter - spiselige .....	265	331	442
	<b>105.149</b>	<b>107.449</b>	<b>107.303</b>
<b>Biobaserede produkter</b>			
Pelsskind .....	11.012	13.055	8.002
Enzymer .....	6.635	6.971	7.460
Biprodukter .....	561	574	596
Huder .....	660	827	870
Olier og fedtstoffer - ikke spiselige .....	700	541	531
Foder .....	5.577	5.884	5.543
Planter .....	2.567	2.478	2.391
Træ .....	1.597	1.747	1.772
Frø .....	2.321	2.687	2.664
Udsæd .....	189	172	88
Vegetabilier - ikke spiselige .....	1.649	1.538	1.704
Andet .....	202	291	549
Avlsdyr .....	232	275	207
	<b>33.902</b>	<b>37.041</b>	<b>32.377</b>
<b>Agro-teknologi</b>			
Gødning .....	682	590	593
Plantebeskyttelse .....	1.024	1.457	1.519
Maskiner - jordbrug mv .....	5.561	4.992	4.756
Maskiner - næringsmiddelindustrien .....	3.813	4.220	4.241
Emballage - fødevarer .....	423	412	442
	11.503	11.671	11.551
<b>Fødevareklyngen i alt</b> .....	<b>150.554</b>	<b>156.161</b>	<b>151.230</b>

Anm.: Kategorien 'Træ' vedrører alene ikke-opskåret råtræ, juletræer udgør over 60 pct. Kategorien "Vegetabilier – ikke spiselige" vedrører f.eks. Planter og dele heraf til fremstilling af parfume.

Kilde: Landbrug & Fødevarer

skretionerede varer på lande. Det betyder, at residualen, altså den del af de 'diskretionerede varer' der *ikke* kan fordeles på lande, er nedbragt fra 57 mia. kr. til cirka 7,5 mia. kr. (2013). Heraf vedrører de 1,7 mia. kr. Landbrug & Fødevarers opgørelse. Statistikken er dermed mere præcis, men det betyder også, at opgørelsen af de berørte lande er lidt højere, end hvis eksporten blev udtrukket direkte fra [www.statistikbanken.dk](http://www.statistikbanken.dk). Muligheden for denne præcisering betyder naturligvis ikke, at den samlede eksport bliver højere – blot kan en større del af eksporten fordeles på lande frem for at fremstå som 'ukendt land'.

## Litteratur

**Danmarks Statistik (2010):** Ressourceområdestatistik (flere årgange)

**European Cluster Observatory (2014):** Clusters at your fingertips. Center for Strategy and Competitiveness (CSC) and Orkestra (Bacque Institute of Competitiveness). Tilgængelig på URL: [www.clusterobservatory.eu/](http://www.clusterobservatory.eu/)

**Eurostat (2011):** *Food: from farm to fork statistics*. 2011 edition, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2011.

**Feser, E. J. (1998):** Old and new theories of industry clusters. *Clusters and Regional Specialization*. Edited by Michael Steiner, pp. 18-40. London: Pion, 1998.

**FORA (2010):** *Den danske landbrugs- og fødevareklynge i et internationalt perspektiv*. FORA, feb. 2010

**Hansen (2009):** *Den danske fødevareklynge: Størrelse, afgrænsning og cases*. FOI Udredning 2009 / 23. Fødevareøkonomisk Institut, København (Frb.)

**Landbrug & Fødevarer (2015):** Opgørelse af den danske fødevareklynge. L&F, København, 2014.

**Porter (2000):** Location, Competition and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*, Feb 2000, Vol. 14 Issue 1, p.15, 20p., 4 diagrams.

**Roelandt, T., den Hertog, P. (1999):** Cluster analysis and cluster-based policy making in OECD Countries: an introduction to the theme. In *Boosting Innovation: The Cluster Approach*. Paris: OECD: ch. 1, pp. 9–23.

**Rosenfeld, S. A. (1997):** Bringing business clusters into the mainstream of economic development. *European Planning studies*, 5(1): 3-23.

**Øresund Food (2011):** Redefining the food sector. Øresund Food, maj 2011.



# DET KINESISKE FØDEVAREMARKED: BARRIERER FOR UDENLANDSKE VIRKSOMHEDER

---

Chang, Yu-Ling, studerende ved Københavns Universitet, og Henning Otte Hansen, seniorrådgiver ved Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

*Det kinesiske fødevaremarked er attraktivt for mange udenlandske virksomheder, men ofte besværligt at trænge ind på. Det skyldes mange forhold, men der er tre vigtige årsager, som bliver belyst i denne artikel, nemlig store regionale forskelle, risikoen for kopiering af varemærker samt betydningen af personlige netværk.*

## Indledning

Det kinesiske marked har stor interesse for mange udenlandske virksomheder - herunder også fødevarevirksomheder. Den store interesse skyldes høj vækst, stigende forbrugsmuligheder, efterspørgsel efter vestlige produkter, vækst i mellem- og indkomstgrupperne samt stigende efterspørgsel efter høj kvalitetsfødevarer. Dertil kommer, at Kina umiddelbart virker som et meget stort marked målt ved befolkningens størrelse og ved landets totale efterspørgsel.

Kina er dog langt fra noget nemt marked, og også danske fødevarevirksomheder har fået bitre erfaringer, eller har oplevet væsentlige barrierer ved indtrængning på det kinesiske marked.

Der er således mange forskellige „indtrængningsbarrierer“ - d.v.s. problemer ved at komme ind på det kinesiske marked. Disse problemer kan være importreguleringer, standarder, regionale forskelle, vaterinære forhold, besværlig adgang til kunder og netværk, lovgivning, korrupsion, kulturelle barrierer o.s.v.

I denne artikel ses der nærmere på tre udvalgte problemer ved indtrængning på det kinesiske fødevaremarked: Store regi-

onale forskelle, risikoen for kopiering af varemærker samt betydningen af personlige netværk.

## Store forskelle i Kina

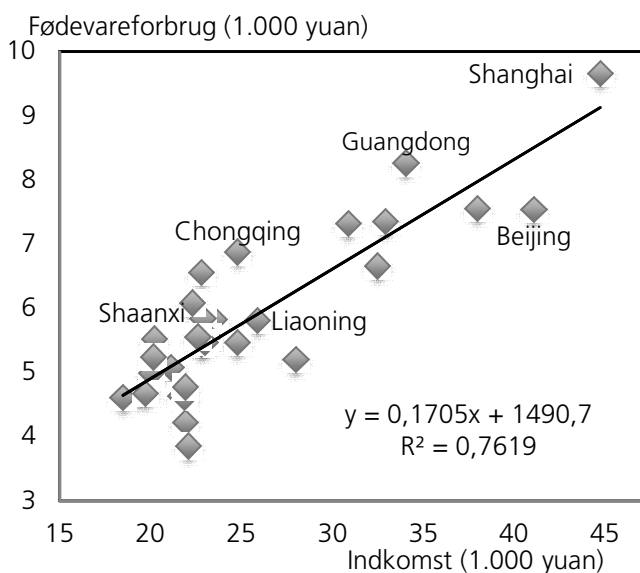
Kina er ikke bare Kina - der er meget store forskelle fra region til region. Det er vigtigt at forstå de lokale kinesiske forbrugere og markeder i stedet for at betragte Kina som ét stort og ensartet marked. Der er store forskelle i indkomst, forbrug og forbrugsvaner, og der er også tale om store afstande og infrastruktur-problemer.

Der er flere måder at opdele Kina på. I nogle undersøgelser opdeler man efter økonomi, kultur og geografi for at analysere det kinesiske marked (Saw & Wong, 2009, p.30). I denne artikel er opdelingen geografisk, og der indgår 22 provinser, 5 autonome regioner og 4 kommuner. Hong Kong og Macao er udeladt af analysen.

Selv om det er en geografisk opdeling, er der store indkomstforskelle mellem områderne, og dermed er også efterspørgslen efter fødevarer meget forskellig. Selv om efterspørgslen efter fødevarer er relativt indkomstuelastisk - man fordobler f.eks. ikke forbruget af mad, hvis indkom-

sten fordobles - er det alligevel kendetegnende, at fødevarerforbruget pr. indbygger er 2-3 gange så stort i de rigeste områder i forhold til de fattigste, jfr. figur 1.

**Figur 1. Årligt fødevarerforbrug pr. indbygger i forhold til husholdningernes indkomst (yuan, 2012)**



Anm. Forbrug er indkøbt forbrug

Kilde: Egen fremstilling på grundlag af National Bureau of Statistics of China (2013).

Figuren viser en klar sammenhæng mellem indkomst og fødevarerforbrug.

Det skal også bemærkes, at indkomsten er meget ulige fordelt i Kina. Forskellen mellem rig og fattig er stor, og indkomstuligheden er en halv gang større i Kina end i Danmark. Gini-koefficienten i Danmark ligger således på ca. 27, mens den er omkring 40 i Kina.

Alt i alt skal man passe på med at arbejde med gennemsnitstal, når man skal vurdere et markedspotentiale i Kina.

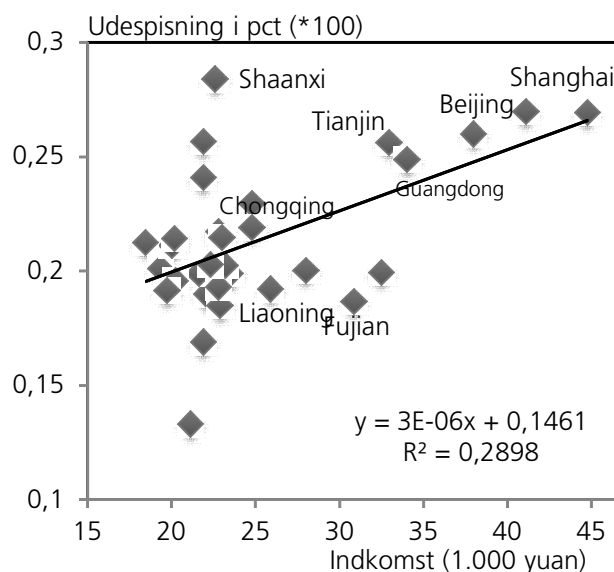
Indkomstændringer påvirker efterspørgslen efter de enkelte typer fødevarer på meget forskellige måder: Efterspørgslen efter korn, kornprodukter, kar-

tofler og andre basale fødevarer falder, og forbrugerne vil i stedet efterspørge dyrere produkter, herunder animalske produkter samt frugt og drikkevarer.

Tabellen viser også, at efterspørgslen efter kød ikke stiger så markant som forventet. Det skyldes sandsynligvis, at også udespisning stiger i takt med stigende indkomst, og i udespisningen vil indholdet af kød være relativt stort, men kødet bliver registreret som „udespisning“ og ikke som „kød“.

Den stigende udespisning i takt med stigende indkomst fremgår af figur 2.

**Figur 2. Udespisning i forhold til husholdningernes indkomst (yuan, 2012)**



Kilde: Egen fremstilling på grundlag af National Bureau of Statistics of China (2013).

Figuren viser en - om ikke entydig - sammenhæng mellem indkomstniveau og udespisning. I flere væsentlige områder udgør udespisning 25-30 pct. af fødevarerforbruget, hvilket svarer til niveauet i Danmark (Hansen, H. O., 2013).

If.eks. Shanghai udgør udespisning 27 pct. af det samlede fødevarerforbrug. I 1999 var andelen nede på 4 pct., så der er tale om hastigt ændrede forbrugsvaner.

Udespisning får generelt en stadig stigende betydning i den vestlige verden, og her spiller indkomstniveau - men også tradition og kultur - en afgørende rolle for udviklingen.

### Risiko for kopiering

Småkager er efterhånden blevet en stor forretning for udenlandske producenter i Kina. Især danske småkager er blevet meget populære i Kina i de seneste år. Afsætningen stiger, og det er ikke kun på grund af deres smag, men også fordi forbrugerne er overbeviste om, at danske fødevarer garanterer kvalitet og sikkerhed. (Sjna news, 2015).

Kelsen Group er i dag en af de helt store småkageproducenter, og de sælger 1,3 milliarder småkager til kineserne hvert eneste år - og det er målet at fordoble salget over de kommende to til tre år. Og kineserne betaler gerne en hel krone per småkage, jfr. Børsen (2015).

Kelsen Group bruger mange penge på at fastholde og udbygge navnet Kjeldsen Butter Cookies. En stor del af brandet er netop den her story-telling om Danmark, og folk kender H.C. Andersen i Kina. Firmaet har et reklamebudget på mere end 100 millioner kroner om året.

Danske småkager møder imidlertid flere markedsmæssige udfordringer i Kina (Sjna News, 2015) og (China Economy Net, 2014). Flere danske småkage-mærker har indfundet sig på det kinesiske marked. De fleste af dem bruger den samme blå og

**Tabel 1. Beregnede indkomstelasticiteter for fødevarer på forskellige indkomstniveauer på landet og i byerne i Kina**

Fødevarerkategori	Husholdninger på landet Indkomst (yuan)			Husholdninger på landet Indkomst (yuan)			
	900	2.500	6.000	2.500	7.500	10.000	22.000
Korn	0,16	0,06	0,02	0,01	-0,90	-0,10	-0,11
Kartofler m.m.				-0,10	-0,90	-0,80	-0,80
Spiseolie	0,51	0,23	0,14	0,17	-0,08	-0,11	-0,16
Grøntsager	0,60	0,16	0,03	0,20	0,09	0,08	0,05
Æg	0,72	0,46	0,38	0,50	0,10	0,05	-0,03
Svinekød	0,25	0,24	0,23	0,44	0,13	0,09	0,03
Oksekød	-0,76	0,39	0,71	0,93	0,19	0,10	-0,06
Lammekød				1,14	0,18	0,06	-0,14
Mejeriprodukter	-1,50	0,70	1,30	1,74	0,64	0,50	0,28
Fjerkrækød	0,74	0,66	0,63	0,78	0,38	0,33	0,25
Fisk	0,91	0,93	0,94	0,72	0,52	0,49	0,45
Frugt	0,38	0,48	0,50	0,95	0,35	0,27	0,15
Meloner				0,85	0,32	0,25	0,15
Alkohol				0,88	0,16	0,08	-0,07
Andre drikkevarer				1,69	1,03	0,94	0,81

Kilde: Gale and Huang (2007)

## Boks 1. Forskellige varemærker for danske småkager på det kinesiske marked



runde dåse og nævner "Denmark" eller "Danish" på emballagen, hvad enten de er importeret fra Danmark eller ej, jfr. (Sjua News, 2015) og (Jensen, 2013). På det kinesiske marked er der således flere falske mærker, der bruger lignende blå dåser som emballage til deres småkager ligesom Kjeldsens. Se også boks 1.

En af de væsentligste konkurrenter på det kinesiske marked for småkager er Mayora, som er en indonesisk fødevarer virksomhed med en årlig omsætning på ca.

10 mia. kr. Mayora sælger småkager i Kina under navnet "Danisa". På Danisas kagedåser i Kina står der både "Danish Speciality Foods APS", "Traditional Butter cookies", "Copenhagen Denmark" og "Original Danish Recipe", og der er også et billede af en kongekrone.

Det er Mayoras datterselskab, Danish Speciality Foods, der står som ejer af Danisa. Selskabet ejer varemærket, men produktionen foregår i Indonesien. Ifølge selskabets seneste årsregnskab var der ingen aktivitet i 2013, og der var ingen drifts-



indtægter. Selskabets formål er at udføre forskning og udvikling inden for fødevarerbranchen og at udnytte selskabets know how og varemærker ved licensordninger med kunder, jfr. Danish Speciality Foods (2014)

I 2014 købte selskabet Tylstrup Kager i Støvring, og det er herefter planen at starte produktion i Danmark. I den nærmeste fremtid forventes det, at der etableres nye fabrikker i flere lande. I dag er "Danisa Butter Cookies" et populært mærke blandt mange forbrugere og eksporteres til mere end 100 lande.

Danisa har nu større salg i Kina end Kelsen Group (China food business, 2014).

Kelsen Group lægger nu sag an mod Mayora, som beskyldes for kopiering og falsk markedsføring. Kelsen Group påpeger, at Danisa ved hjælp af dansk flag på pakken forvirrer de kinesiske forbrugere. Det gør, at forbrugerne kommer i tvivl om de enkelte mærker, og de kan ikke identificere de småkager, som i virkeligheden kommer fra Danmark.

Når forbrugere kommer i tvivl om troværdigheden af mærkevarer - og især varernes oprindelse og om det er udenlandsk producerede varer - falder værdien af varerne markant. Zhou and Hui (2003) viser således, at de kinesiske forbrugere foretrækker importerede varer, og selv produkter fra et joint-venture med både kinesiske og udenlandske partnere har en meget lavere pris end de oprindelige produkter.

Kelsen Group er ikke den eneste virksomhed inden for føde- og drikkevarerindustrien, som er stødt på problemer med mærkevarebeskyttelse og kopister. F.eks. havde kinesiske virksomheder på et tidspunkt tilegnet sig kendte danske varemærker som Carlsberg.

Carlsberg-mærket er blevet misbrugt af andre kopister, som brugte en meget enkel metode: De købte den lokale og billigere øl Kingstar, som sælges i en stor flaske, og omhældte den på ægte Carlsberg- og Budweiser-flasker, som kan indeholde mindre.

Derefter brugte de en kapselmaskine til at sætte nye kapsler på. Herefter blev øllen op til 10 gange så meget værd, svarende til et internationalt mærke, jfr. Gokunming, (2008). De tomme Carlsberg-flasker havde kopisterne samlet ind fra barer, diskoteker og natklubber.

### **Guanxi - netværk**

Personlige netværk er meget afgørende i Kina, og langt vigtigere end i Vesten, og de kan være en altafgørende barriere i forsøgene på at trænge ind på det kinesiske marked. Guanxi er betegnelsen for dette vigtige kinesiske netværksbegreb, som betyder, at kineserne ikke laver forretning med dig, hvis de ikke kender dig personligt, uanset hvor godt dit produkt eller din ydelse er.

Guanxi har en lang historisk betydning, og det har holdt sammen på det kinesiske samfund gennem en stor del af landets historie. Guanxi er i dag en grundsten, som forklarer meget af det kinesiske samfunds opbygning.

Den enkelte kineser opbygger gennem sit liv et netværk af forbindelser gennem gensidige tjenester. Den ene tjeneste er den anden værd, og derfor forventes der en modydelse på et eller andet tidspunkt.

Normalt bygges Guanxi op gennem familien. Man kan dog også skabe relationer i Kina ved at gøre en tjeneste for andre eller ved at være opsøgende og skabe kontakter. Det tager dog tid at opbygge netværk, og det sker ikke bare ved tilfæl-

dige møder. I praksis betyder det, at der skal ofres ressourcer på både formelle og uformelle arrangementer med de kinesiske partnere, som man ønsker at samarbejde med. Det kræver også tålmodighed, for ofte kan der gå flere møder, før det konkrete indhold i forretningerne bliver drøftet. Det er på den måde, man kan skabe tillid over for de kinesiske partnere, så de bliver overbevist om, at man er værd at samarbejde med. Hvis man er for utålmodig, kan de kinesiske partnere føle, at det rette guanxi endnu ikke er oprettet, og derfor kan man risikere at ødelægge mulighederne for samarbejde.

Da netværk er så vigtigt, betyder det også, at man som udgangspunkt er forbeholdende over for personer uden for netværket og over for personer, som man ikke kender.

For kineserne er det forbundet med høj social status, hvis man har et stort netværk af personlige forbindelser. Desto større guanxi, desto flere døre står åbne.

## Kilder

**Børsen (2015):** Kelsen går i småkagekrig mod indonesisk kæmpe. 29. januar 2015. pp. 6-7

**Chang, Yu-Ling (2015):** Understanding the Chinese Consumers and Markets - For global food industry. Afløsningsopgave ved Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi, KU Science

**China economy net (2014):** Concern about DANISA Danish cookies: DANISA's packages are sold online  
Hentet 10. januar 2015 fra  
[http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201403/14/t20140314\\_2485309.shtml](http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201403/14/t20140314_2485309.shtml)

**China food business (2014)** China food for leisure sales ranking list  
Hentet 20. januar 2015 fra  
[http://www.foodszs.com/2006010\\_115912\\_1.htm](http://www.foodszs.com/2006010_115912_1.htm)

**Danish Speciality Foods (2014):** Årsregnskab 2013

**Gale, F., & Huang, K. (2007).** Demand for Food Quantity and Quality In China. United States Department of Agriculture. Economic Research Report Number 32  
<http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/7252/2/er070032.pdf>

**Gokunming (2008):** Major counterfeit beer operation uncovered in Kunming.  
[http://www.gokunming.com/en/blog/item/520/major\\_counterfeit\\_beer\\_operation\\_uncovered\\_in\\_kunming](http://www.gokunming.com/en/blog/item/520/major_counterfeit_beer_operation_uncovered_in_kunming)

**Hansen, Henning Otte (2013):** Food Economics. Industry and markets. Routledge

**Jensen, J. M. (2013).** H.C. Andersen skal brande kager i Kina.  
Hentet 10. januar 2015 fra  
<http://www.tv2fyn.dk/article/414968:H-C--Andersen-skal-brande-kager-i-Kina>

**National Bureau of Statistics of China (2013):** China Statistical Yearbook 2013  
<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2013/indexch.htm>

**Saw, S. H., & Wong, J. (2009).** Regional Economic Development in China. Institute of Southeast Asian Studies.

**Sjna news (2015).** Denmark blue tin cookies, the real Danish butter cookies  
Hentet 25. januar 2014 fra Sjna news:  
<http://news.sina.com.cn/o/2015-01-22/153331431744.shtml>

**Zhou, L., & Hui, K. M. (2003):** Symbolic Value of Foreign Products in the People's Republic of China. Journal of International Marketing: Summer 2003, Vol. 11, No. 2, pp. 36-58.

# DET GLOBALE MARKED FOR JUICE

## - TENDENSER OG PERSPEKTIVER

Henning Otte Hansen, seniorrådgiver ved Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

*Den internationale handel med juice har været i kraftig vækst, omend der siden finanskrisens start har været en mere jævn udvikling. Væksten kan især tilskrives Kina, som har haft en meget stor stigning i både produktion og eksport, og som i dag er centrum for international afsætning af juice. Især inden for æblejuice er Kina vigtig og står for 35 pct. af verdens samlede eksport. Den internationale handel med juice er meget omfattende, og mange lande er store både importører og eksportører. Den danske import af æblejuice kommer især fra Tyskland og Østrig, som dog også har en stor import fra Kina. Kinas strategiske og hurtige erobring af store dele af verdensmarkedet for et landbrugsprodukt er bemærkelsesværdig - og eksemplet indeholder nye perspektiver for fremtidens internationale handel med landbrugs- og fødevarer.*

### Indledning

I den stadig mere globaliserede verden ser vi også, at landbrugsråvarerne kan blive transporteret fra kontinent til kontinent, før de når de endelige forbrugere. Det er en naturlig del af den internationale specialisering, hvor varerne produceres, hvor det kan gøres billigst og mest effektivt. For de mere forarbejdede varer bliver oprindelseslandet imidlertid mere og mere ukendt, når varerne bliver transporteret og forædlet i stadig stigende omfang.

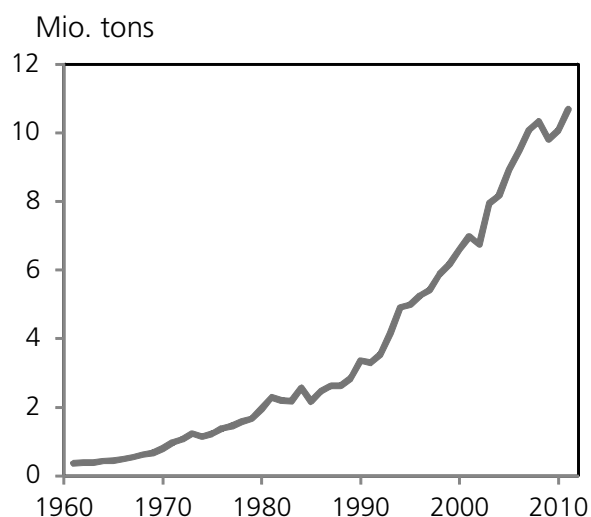
Juice er et godt og illustrativt eksempel på denne udvikling: Den internationale handel og arbejdsdeling er stigende, handelsvejene bliver komplekse, og nye eksportlande bliver vigtige.

### Stor stigning i international handel med juice

Den internationale handel med juice har været kraftigt stigende gennem de sene-

ste årtier. I mængder er verdens samlede eksport således steget med en faktor 30 i perioden 1961-2011, jfr. figur 1.

**Figur 1. Verdensmarkedet for juice**



Anm: Samlet eksport i mængder

Kilde: Egen fremstilling på grundlag af FAO (2015)

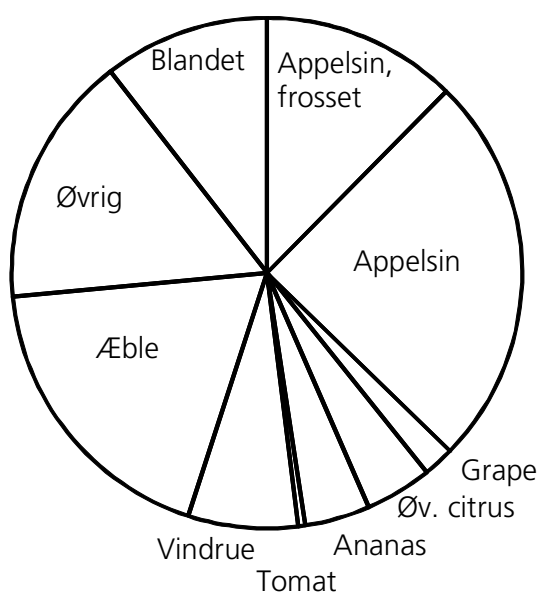
Figuren viser en vedvarende høj vækst, omend der i 2008 og 2009 var en nedgang, hvilket kan tilskrives finanskrisen og den generelt faldende internationale handel som følge heraf. I gennemsnit over hele perioden har der været en årlig vækstrate på godt 7 pct. regnet i mængder. Dette er en relativt høj vækstrate i forhold til andre landbrugs- og fødevarerprodukter.

### Sammensætningen af juice-handlen

Når det gælder international handel med frugt- og grønsagsjuice, er det værd at bemærke, at denne varegruppe indeholder flere forskellige produktgrupper. Der er således tale om både tropiske og ikke-tropiske produkter, enkeltprodukter, blandinger m.m.

Figur 2 viser således sammensætningen af den internationale handel fordelt på hovedproduktgrupper.

**Figur 2. Sammensætningen af den internationale handel med frugt- og grønsagsjuice (2013)**



Kilde: Egen fremstilling på grundlag af UN (2015)

Figuren viser, at appelsin er den vigtigste råvare i den internationale handel med juice (38%), og at æbler er den næstvigtigste råvare (19%)

I 2013 udgjorde den samlede internationale handel med juice, som opdelt i figur 2, 17 mia. US\$, svarende til ca. 88 mia. kr.

### Kina er centrum for international afsætning af juice

Den internationale handel med juice er meget omfattende. Produkterne fragtes over store afstande, hvilket især er gældende for tropiske produkter, hvor producentland og forbrugsland typisk er meget adskilt.

Også når det gælder ikke-tropisk juice, er den internationale handel veludviklet. Som det fremgår af figur 3, er der betydelige øst-vest-handelsstrømme, med Kina som en vigtig eksportør.

Figur 3 viser således de vigtigste handelsstrømme for æblejuice, hvor procenttallene viser den enkelte varestrøms andel af verdens samlede internationale handel med æblejuice.

Figuren viser som eksempel, at Kinas eksport af æblejuice til USA er betydelig, idet den udgør 17 pct. af verdens samlede eksport af æblejuice.

Det ses også af figuren, at lande som Tyskland og Østrig er store både importører og eksportører. Det er således kendetegnende, at æblejuicen i mange tilfælde flyttes over flere lande, før den når den endelige forbruger.

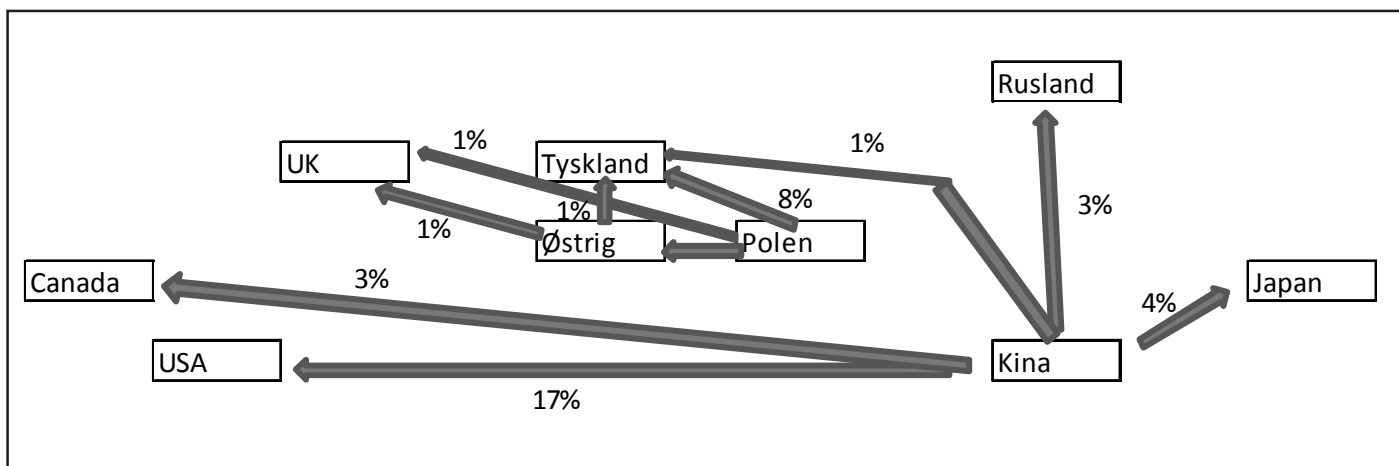
Som eksempler gælder det:

Tyskland: Verdens næst-største importør, og tredje-største eksportør.

Østrig: Fjerde-største importør og fjerde-største eksportør.



**Figur 3. Handelsstrømme for international handel med æblejuice**



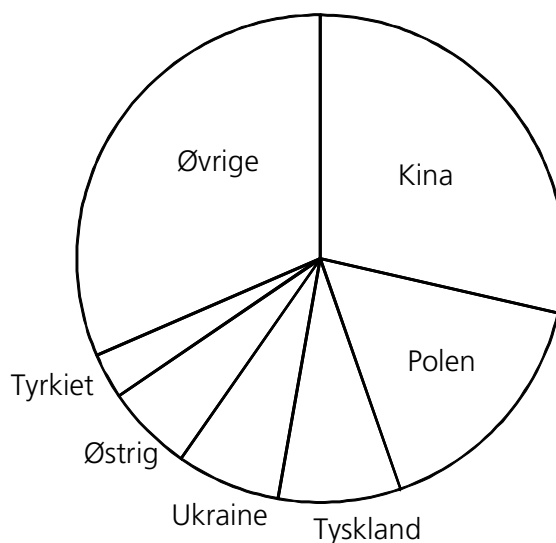
Kilde: Egen fremstilling på grundlag af UN (2014)

Holland er verdens 12-største eksportør og verdens 7-største importør

**Verdens største eksportører af æblejuice**

Som vist i figur 3, er Kina og Polen to vigtige eksportlande, når det gælder æblejuice. Disse to lande står for næsten 50 pct. af hele verdenshandlen inden for denne produktkategori, jfr. figur 4.

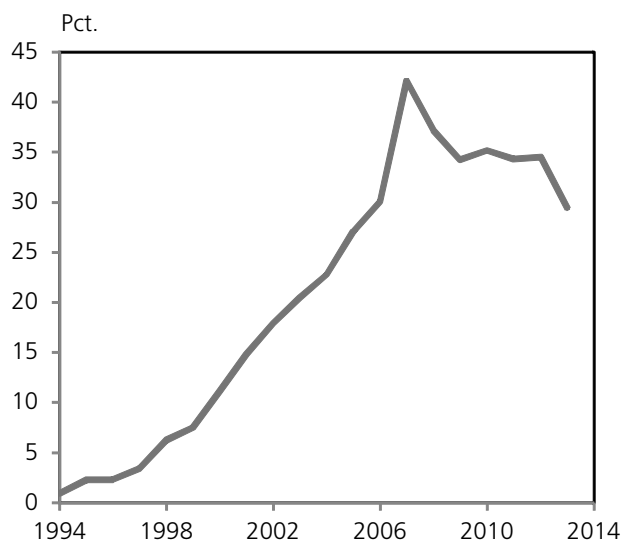
**Figur 4. Verdens største eksportlande af æblejuice (2013)**



Kilde: Egen fremstilling på grundlag af UN (2015).

Kinas rolle som stor - og næsten dominerende - eksportør af æblejuice er relativt ny. Efter 1995 steg Kinas andel af verdensmarkedet for æblejuice således til over 40 pct., men andelen efterfølgende er faldet igen, jfr. figur 5.

**Figur 5. Kinas andel af verdens samlede eksport af æblejuice**



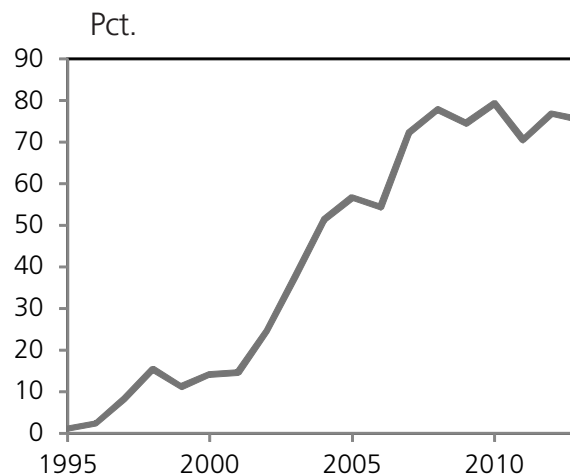
Kilde: Egen fremstilling på grundlag af UN (2015)

Som det ses af figuren, var der en kraftig stigning frem til 2007, hvorefter der har været et fald eller efterfølgende en konstant udvikling - men stadig på et forholdsvis højt niveau. Det hører til sjældenhederne, at ét land har 30 pct. af al verdens eksport, når det drejer sig som landbrugs- og fødevarer, som rent klimatisk kan dyrkes i mange lande.

I samme periode - 1994-2012 - er Tysklands andel af verdensmarkedet faldet fra 20 pct. til 8 pct. Polen, som i dag er verdens næststørste eksportør af æblejuice, har i samme periode haft en relativt stabil verdensmarkedsandel på 10-15 pct. I 2013 nåede verdensmarkedsandelen dog op på 17 pct.

Kina er klart verdens største producent af æblejuicekoncentrat. USA er Kinas største eksportmarked, og 2/3 af USA's import kommer nu fra Kina. Som det ses af figur 6, er Kinas betydning for USA's import af æblejuice steget markant gennem de sidste 10-15 år.

**Figur 6. Udviklingen i Kinas betydning for USA's import af æblejuice, 1995-2013**



Anm: Kinas andel af USA's import i pct.

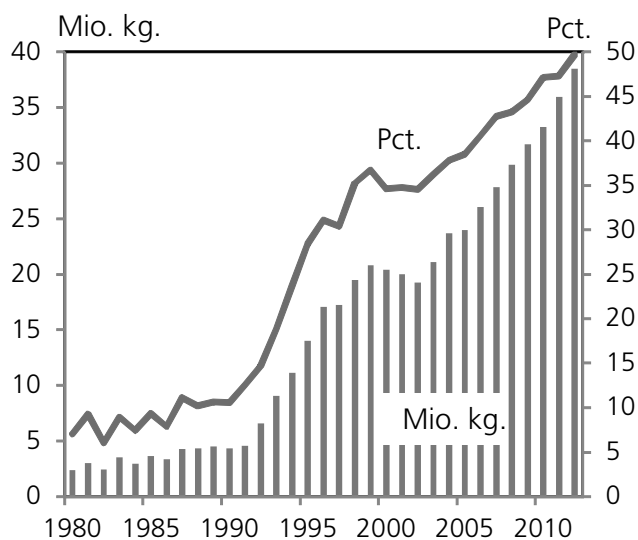
Kilde: Egen fremstilling på grundlag af UN (2014)

### **Kinas æblejuice-industri**

Den kinesiske æblejuice-industri opstod efter markedsreformerne i 1980'erne, hvor landmændene fik incitament til at udvikle gartnerisektoren, herunder også æbleproduktionen. Yderligere lancerede Verdensbanken og Kina i 1994 et meget omfattende udviklingsprojekt, hvor målet bl.a. var at skabe en både mere bæredygtig og intensiv landbrugsproduktion til gavn for både beskæftigelsen og indtjeningen. I den forbindelse blev der plantet mange nye æbletræer.

Som det ses af figur 7, steg æbleproduktionen markant i starten af 1990'erne.

**Figur 7. Udviklingen i Kinas æbleproduktion: Produktion i mio. tons og i pct. af verdensproduktionen. 1980-2012.**



Kilde: Egen fremstilling på grundlag af FAO (2013)

Som figuren viser, steg produktionen meget, både målt i vægt og i pct. af verdens samlede produktion.

Den stigende æbleproduktion medførte hurtigt et prisfald - både på verdensmarkedet og i Kina. F.eks. faldt prisen på æblejuice-koncentrat i USA med 50 pct., og æbleproducenternes gennemsnitlige salgspris faldt med 64 pct. - fra \$153 pr. ton i 1995 til \$55 per ton i 1998. Dette forklares primært med den stigende kinesiske produktion og eksport til USA, jfr. White, G. B.; Bills, N. L.; Schlupe, I. (2002).

Den amerikanske regering indførte i 2000 en antidumping-told på op til 52 pct. på import af juicekoncentrat fra Kina. Begrundelsen var, at den kinesiske juicekoncentrat blev solgt på det amerikanske marked til priser under produktionsomkostningerne, og at importen var skadelig for de amerikanske producenter. Som det sås af figur 5, fortsatte den kinesiske eksport til USA dog med at stige.

På det kinesiske marked betød de faldende priser på æbler, at offentlige, private og udenlandske investorer indskød betydelige beløb i juiceindustrien med henblik på at anvende overskudsproduktionen. Æblejuiceindustrien blev meget eksportafhængig, idet æblejuice ikke var noget traditionelt produkt i det kinesiske forbrug.

Den kinesiske regering var meget interesseret i at tiltrække virksomheder i juiceindustrien, da det gav mange fattige bønder afsætning.

Der er nu et udbygget netværk af juiceindustrivirksomheder fra Kinas østkyst og helt ind i de vestlige provinser. Juicefremstillingsvirksomheder køber råvarer fra mæglere og mellemhandlere, som igen opkøber fra millioner af landmænd, som producerer fra små frugtplantager. Æblerne moses og laves til juice-koncentrat, som efterfølgende sælges til store multinationale føde- og drikkevarerindustrier (USDA, 2011).

Inden for de seneste år er forsyningen med æbler til juiceindustrien blevet mere knap - og det gælder især de typer æbler, som er beregnet til juiceproduktion. Juiceindustrien aftager mere end 25 pct. af æbleproduktionen, og samtidig stiger den indenlandske efterspørgsel efter frisk frugt. Resultatet er blevet højere priser, som også medfører en dårligere international konkurrenceevne. Den dårligere adgang til råvarer har også begrænset væksten i juiceindustrien, og det kan være med til at forklare Kinas stagnerende rolle på det internationale marked for æblejuice.

### Danmarks import

Danmark importerer æblejuice for ca. 200 mio. kroner om året, svarende til ca. 1 pct. af verdens samlede internationale handel. Selv om Danmarks import af æblejuice har

været stigende gennem de seneste årtier, er verdenshandlen steget langt kraftigere.

Siden 1995 er den danske import fordoblet, men den tilsvarende eksport har været næsten konstant.

Den danske import af æblejuice kommer især fra Tyskland og Østrig, som tilsammen står for mere end 60 pct. af Danmarks import, jfr. tabel 1.

**Tabel 1. Den danske import af æblejuice (2013) fordelt på importlande.**

	Mio. kr.	Pct.
Tyskland	75,5	38,3
Østrig	44,4	22,5
Polen	28,1	14,3
Belgien	15,1	7,7
Holland	12,5	6,3
Tyrkiet	5,2	2,6
Kina	3,9	2,0
Sverige	3,1	1,6
Frankrig	2,7	1,4
Italien	2,2	1,1
Letland	1,8	0,9
Øvrige	2,6	1,3
I alt	198,9	100,0

Kilde: Egen fremstilling på grundlag af UN (2015)

Det er bemærkelsesværdigt, at Danmarks to største importlande - Tyskland og Østrig - er blandt verdens fire største importører af æblejuice. Samtidig er det værd at bemærke, at Østrigs næststørste importland er Kina.

Som det også ses af tabellen, er der også en, omend beskeden, import af æblejuice direkte fra Kina.

Den danske import direkte fra Kina er steget markant i de senere år. 3,9 pct. af den danske import kom i 2013 direkte fra Kina, hvilket var en tredobling i forhold til året før.

## **Erfaringer og perspektiver**

Udviklingen af den kinesiske æblejuice-industri viser, at ved hjælp af investeringer fra private virksomheder og udenlandske investorer samt med hjælp fra centrale og lokale myndigheder har det på bemærkelsesværdig kort tid været muligt at udnytte landbrugsråvarer til at opbygge en følgeindustri og erhverve en stor andel af verdensmarkedet. Æbleproduktion er relativt arbejdsintensiv, og her har Kina konkurrencemæssige styrker. Samtidig er det lykkedes at skaffe den nødvendige kapital til investeringer i især juiceindustrien fra flere kilder, og det har tilsammen skabt en sektor i stor vækst.

Den kinesiske æblejuice-industri har dog primært udviklet sig til at være en underleverandør af billige råvarer til multinationale selskaber. Der er ikke skabt væsentlige brands, og problemer m.h.t. produktionsmetoder, sporbarhed, fødevareskandaler m.m. har fastholdt den kinesiske juiceindustri i en rolle som discount- og bulkleverandør. Dette gør naturligvis industrien sårbar over for markedsændringer.

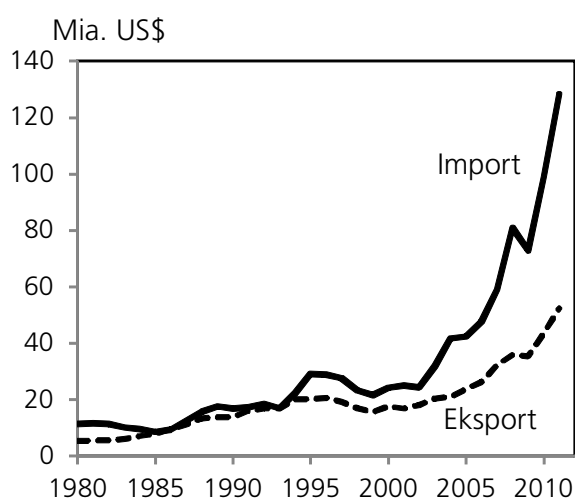
Kinas strategiske og hurtige erobring af store dele af verdensmarkedet for et landbrugsprodukt er bemærkelsesværdig, og eksemplet indeholder nye perspektiver for fremtidens internationale handel med landbrugs- og fødevarer.

Adgang til fødevarer og hele fødevarerforsyningsaspektet spiller en stor rolle i den kinesiske politik. Fødevarerkrise med stærkt stigende priser og mangel på fødevarer har tidligere vist sig at kunne være spiren til uro og folkelig opstand, og det er sandsynligvis en af årsagerne til den store bevågenhed i Kina. Fødevarerforsyningen søges forbedret dels via en større indenlandsk produktion, dels via aktiviteter i udlandet i form af opkøb, udvikling af in-

frastruktur, internationale samarbejdsaftaler m.m.

Kina har desuden det problem, at mulighederne for at øge den indenlandske landbrugs- og fødevarerproduktion er begrænsede ud fra rent naturgivne forhold. Langt størstedelen af Kinas areal kan ikke anvendes til rentabel landbrugsproduktion, og samtidig stiger behovet for fødevarer og for landbrugsjord til byudvikling. Det er således bemærkelsesværdigt, at mens den kinesiske eksport af landbrugsvarer er kraftigt stigende, stiger landbrugsimporten endnu mere, jfr. figur 8.

**Figur 8. Kinas import og eksport af landbrugsvarer, 1980-2011**



Kilde: Egen fremstilling på grundlag af FAO (2015)

Mens Kina således var næsten selvforsynende med landbrugsvarer under ét frem til slutningen af 1990'erne, er importen nu 2½ gang større end eksporten.

Et andet problem i den kinesiske landbrugsproduktion er den meget fragmenterede og underudviklede struktur. En meget stor del af produktionen finder sted på meget små enheder, og der er i vid udstrækning tale om, at der produceres til

familien eller til meget lokale markeder. I takt med byudvikling og øgede indkomster, stiger efterspørgslen efter forarbejdede fødevarer, og hele fødevarerekæden skal udvikles og opgraderes kraftigt.

Endeligt spiller også fødevarerens kvalitet en vedvarende stor rolle. Tilliden til kvaliteten af de kinesiske fødevarer er generelt lav, og det gælder både blandt de købedygtige forbrugere i de kinesiske storbyer og i udlandet. Æblejuice har imidlertid ikke været særligt udsat for kvalitetsanklager, og de kinesiske myndigheder søger at holde en høj kontrol. Risikoen for kvalitetssvigt er relativt lille, når det gælder æblejuiceproduktion. Dertil kommer, at forbrugerne ofte ikke kan spore juiceråvaren tilbage til oprindelseslandet, og derfor begrænses mulige negative forbrugerreaktioner.

Et af de interessante landbrugsområder, hvor Kina også ser ud til at opruste, er pelsproduktionen. Kina er i dag verdens suverænt største importør af rå pelskind (herunder især minkskind). Kina har tidligere forsøgt at opbygge og udvikle en indenlandsk pelsdyrproduktion, men med beskedne succes. De store prisstigninger på pelskind i årene 2010-2013 gav dog en fornyet interesse for emnet, og der er nu konkrete planer om at effektivisere og udvikle en ny pelsklynge, som skal omfatte hele værdikæden fra forskning og udvikling til pelsdyrproduktion og endelig syning og afsætning af færdig pelsbeklædning. Kinesiske investorer er i fuld gang med at erhverve sig de nødvendige kompetencer via udenlandske opkøb, greenfield investeringer, værdikædeoptimering via vertikal integration, ansættelse af udenlandsk ledelseskompentence m.m.

Alt i alt står Kina over for betydelige udfordringer, når det gælder den fremtidige fødevarerforsyning. På den ene side viser æblejuice-eksemplet, at landet formår at udvikle en produktionsgren både hurtigt og omfattende. På den anden side er der en stor indenlandsk efterspørgsel, som vil lægge et vedvarende pres på den kinesiske landbrugsproduktion fremover.

Dertil kommer, at problemstillingerne vedrørende fødevarer kvalitet, sporbarhed, forbrugertillid og vertikal integration i værdikæden langt fra er løst, og de vil være barrierer for både international vækst og konkurrenceevne i den kinesiske landbrugs- og fødevarer sektor i en lang periode endnu.

Æblejuice-eksemplet vil derfor næppe danne skole for resten af den kinesiske landbrugssektor. Æblejuiceproduktionen er speciel derved, at den er relativt arbejdsintensiv, behovet for landbrugsjord er relativt begrænset, og de umiddelbare udfordringer m.h.t. fødevarer kvalitet er begrænsede på dette produktområde. Vi kan derfor næppe forvente, at Kina på mange andre landbrugsområder kan skabe en tilsvarende stor stigning i produktionen og eksporten.

**Kilder:**

**FAO (2015):** FAOSTAT  
<http://www.fao.org/>

**Hansen, Henning Otte (2013):** Food Economics - Industry and markets. Routledge

**USDA (2011):** Chinese Apple Juice Export Growth Follows Investments in the Industry. Af Fred Gale og Sophia Huang  
<http://www.ers.usda.gov/amber-waves/2011-march/chinese-apple-juice-export.aspx>

**UN (2015):** COMTRADE  
<http://comtrade.un.org/db/>

**White, Gerald B.; Bills, Nelson L.; Schluep, Isabel (2002):** Impacts of Trade Liberalization on the New York Horticultural Sector. Working Paper. Staff paper / Cornell University, Department of Applied Economics and Management, No. 2002,04  
[http://www.econstor.eu/bitstream/10419/23484/1/sp0204\\_.pdf](http://www.econstor.eu/bitstream/10419/23484/1/sp0204_.pdf)



# ANDELSSELSKABERNES SENESTE UDVIKLING OG RESULTATER

---

Seniorrådgiver Henning Otte Hansen, Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi

*Andelsselskaber har spillet - og spiller stadig - en væsentlig rolle ikke bare i landbrugs- og fødevareresektoren, men også i hele den danske samfundsøkonomi. Udviklingen gennem de seneste 10-15 år viser, at andelsselskaberne har formået at vokse og at øge deres andel af den samlede omsætning. Samtidig ses der også en stabil økonomisk udvikling. De seneste år viser endvidere en stigende indtjening og konsolidering.*

*Der også sektorer og dele af værdikæden, hvor andelsselskaberne ikke er til stede, og hvor andre selskabsformer ser ud til at være mere konkurrencedygtige.*

*Antallet af medlemskaber i de danske andelsselskaber falder kun svagt, mens antallet af ansatte er svagt stigende. Det skyldes dog i vid udstrækning selskabernes internationalisering, hvorved antallet af udenlandske medlemmer og ansatte stiger.*

## Introduktion

Andelsselskaber spiller en væsentlig rolle i den danske agro- og fødevarerindustri, og derfor er det væsentligt at få belyst disse selskabers udvikling og resultater gennem de senere år.

Rammevilkårene og konkurrenceforholdene er under forandring, og derfor er det naturligt at spørge, om andelsejet kan overleve i en verden med stigende globalisering, eller om vi oplever en andelsform under gradvis afvikling.

Andelsselskabernes rolle og betydning i agro- og fødevarerindustrien er vanskelig at opgøre entydigt: Det afhænger for det første af, hvordan man måler betydningen. Det er afgørende, om man ser på andelsselskabernes omsætning, indtjening eller egenkapital. For det andet afhænger det også af, hvordan man afgrænser agro- og fødevarerindustrien. I denne artikel med-

regnes som udgangspunkt drikkevarerindustrien og grovareselskaber, mens f.eks. de deciderede bioteknologiske virksomheder ikke medregnes. Heller ikke dagligvare- eller fødevareretailhandlen medregnes.

Endeligt for det tredje er det også afgørende, om man snævert ser på betydningen for den danske samfundsøkonomi, eller om man også medregner effekter i udlandet.

Under alle omstændigheder er det vigtigt at tage højde for disse forhold og at undersøge flere parametre.

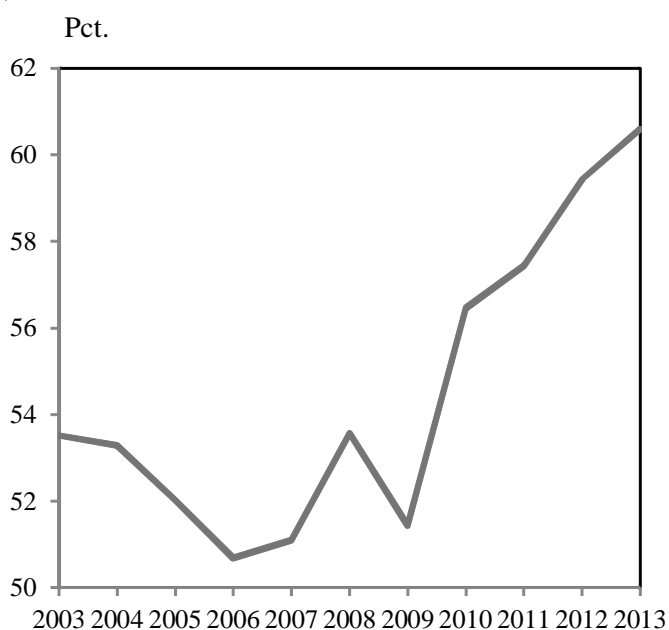
Det er ikke hensigten at få svaret på, hvilken selskabsform der er bedst. Der kan heller ikke svares entydigt på dette spørgsmål, for andelsformen kan være en fordel i nogle situationer og en ulempe i andre.

## Andelsselskabernes betydning

Et udtryk for de andelsejede agro- og fødevarer virksomheders betydning kan fås ved at undersøge deres markedsandele - altså deres relative betydning i forhold til andre selskabsformer i sektoren. Udtryk for markedsandele kan fås ved at indsamle og bearbejde data for alle selskabstyper inden for agro- og fødevarerindustrien i bred forstand (herunder også fisk). I dette tilfælde ses der udelukkende på virksomheder med om omsætning på over ca. ½ mia. kr. over en længere årrække. Resultaterne for hhv. andelsvirksomheder og andre virksomhedstyper (primært aktieselskaber) kan herefter sammenlignes.

Figur 1 viser således andelsselskabernes gennemsnitlige andele af den samlede omsætning i perioden 2000-2013.

**Figur 1. Andelsselskabernes andel af den samlede omsætning i den danske agro- og fødevarerindustri 2003-2013**



Datagrundlag: Se boks 1: (II).

Kilde: Egen fremstilling på baggrund af årsregnskaber fra selskaberne.

Som det ses af figuren, står andelsselskaberne for over halvdelen af omsætningen i den danske agro- og fødevarerindustri, og markedsandelen har været stigende i de senere år.

Baggrunden er, at der har været en relativt høj omsætningsvækst i andelsselskaberne i forhold til andre selskabstyper. I perioden 2003-2013 har der således været en næsten dobbelt så høj gennemsnitlig omsætningsvækst i andelsselskaberne, jfr. figur 2.

### Boks 1. Datagrundlag

Det statistiske grundlag bag analyserne kommer fra selskabernes offentliggjorte årsregnskaber.

I det ene tilfælde (I) er der samlet data fra 23 store andelsselskaber inden for agro- og fødevarerindustrien. Selskaber med begrænsede regnskabsoplysninger (f.eks. omsætningstal) er udeladt. Der indgår data for alle årene 2000-2013. Fiskesektoren er ikke medregnet.

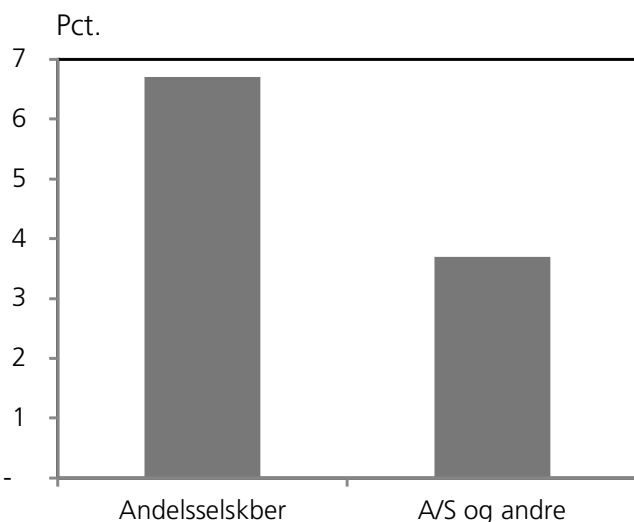
I det andet tilfælde (II) er der indsamlet data for alle selskabstyper inden for agro- og fødevarerindustrien i bred forstand (herunder også fisk). Virksomheder med om omsætning på over ca. ½ mia. kr. over en længere årrække er medtaget. Også her er selskaber med begrænsede regnskabsoplysninger udeladt. Ca. 60 selskaber indgår i denne analyse, heraf 11 andelsselskaber.

I begge tilfælde er der tale om koncernregnskabstal. Det betyder, at datterselskaber og herunder også udenlandske datterselskaber indgår i tallene.

Deciderede bioteknologiske virksomheder og detailhandelsvirksomheder er udeladt, men der vil altid være en gråzone i denne afgrænsning.



**Figur 2. Gennemsnitlig årlig omsætningsvækst i andelsselskaber og i andre selskaber i agro- og fødevarerindustrien, 2003-2013**



Datagrundlag: Se boks 1: (II).

Kilde: Egen fremstilling på baggrund af årsregnskaber fra selskaberne

Omsætningsvæksten er kommet via både fusioner og opkøb og via organisk (d.v.s. anden) vækst. Da markedsvæksten er relativt beskedent, når det gælder fødevarer - forbruget af fødevarer er i sagens natur relativt stabilt - vil en stor del af væksten komme via opkøb og fusioner.

Den relativt store vækst i andelsselskaber kan forklares ved flere forhold:

Andelsselskaberne kan være placeret på markeder eller områder, hvor stordriftsfordelene er betydelige, og hvor gevinsterne ved at fusionere og opkøbe er store.

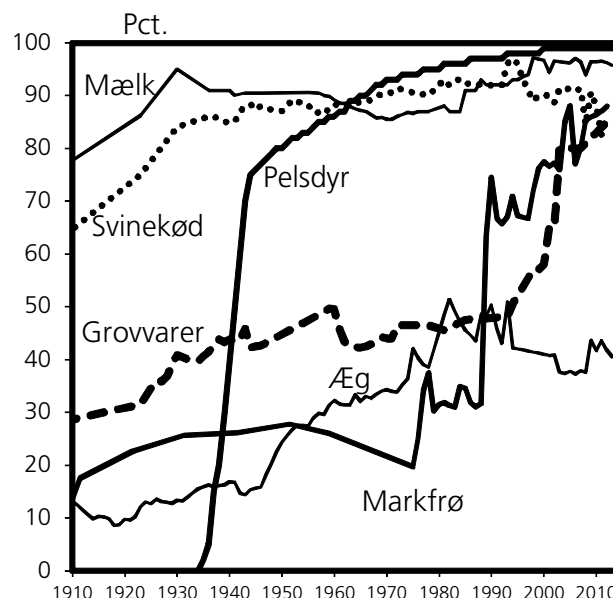
En anden forklaring kan være, at netop andelsselskaberne har en konkurrencefordel, som gør, at de nemmere kan ekspandere.

Dertil kommer, at flere af de danske andelsselskaber i agro- og fødevarerindustrien har klare og veldefinerede vækstsmål i deres strategier, jfr. f.eks. Hansen, (2005 og 2012).

Endeligt er der også indirekte indbygget en vækstskaber i andelsselskaber. Forklaringen er, at andelsselskaber som hovedregel har åbent medlemskab, og det betyder, at nye medlemmer har adgang til og kan opnå samme priser m.m. som de øvrige andelshavere. Det gælder også, selv om den øgede mængde fra nye andelshavere giver et lavere afkast til andelsselskabet, fordi denne marginale mængde skal afsættes på mindre lukrative markeder. Andelsselskaber kan på den måde ikke på samme måde foretage mængdestyring, således som andre selskaber uden åbent medlemskab kan. Resultatet er, at andelsselskaber ofte har en indbygget mekanisme, som resulterer i øget vækst og i stigende markedsandele.

Set i et lidt længere tidsperspektiv, har andelsejserformen generelt opnået en stigende betydning, jfr. figur 3.

**Figur 3. Markedsandele for andelsvirksomheder i Danmark**



Kilder: Egne beregninger på grundlag af Danmarks Statistik (flere årgange), Danske Andelsselskaber (flere årgange a+b), DLG (1973), Danske Mejeriers Fællesorganisation (1982), div. årsregnskaber samt branche- og virksomhedsindberetninger.

Figur 3 viser kun et udsnit af de sektorer i agro- og fødevarerindustrien, hvor der har eksisteret andelsvirksomheder. Af øvrige væsentlige sektorer kan nævnes oksekød, frugt og grønt, potteplanter, kartoffelstivelse og fisk.

Som det ses af figur 3, har andelsorganiseringen været stigende i perioden. Der findes også sektorer, hvor andelsformen ikke mere eksisterer eller aldrig har haft nogen væsentlig betydning. Det gælder f.eks. drikkevarer, juice m.m. samt forarbejdede grøntsager.

Endvidere er det også kendetegnende, at andelsorganiseringen især er fremtrædende i de forarbejdningsaktiviteter, som ligger tæt på landbrugets produktion i værdikæden, eller hvor landbrugsvarerne udgør en stor del af de samlede omkostninger (stor andel af forbrugerkrone), jfr. f.eks. Rogers, R. T. (2000) eller Hansen, H. O. (2013).

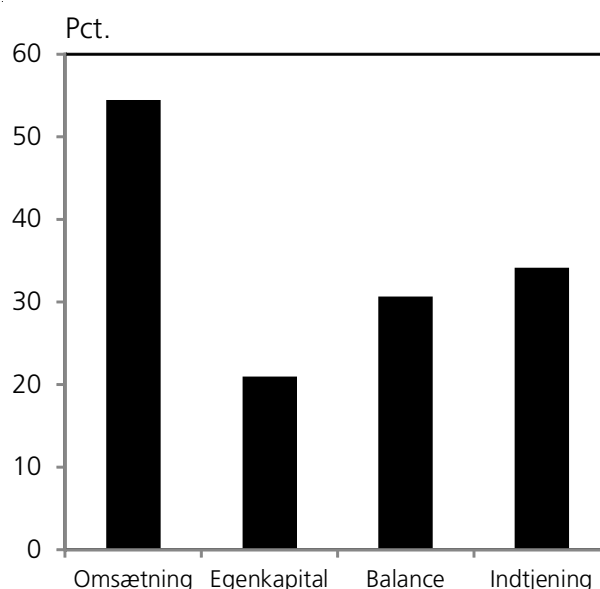
Økonomer har søgt flere forklaringer på, hvorfor der ikke er flere andelsselskaber, som er integreret ind i de senere stadier i værdikæden, hvor f.eks. forarbejdning og produktdifferentiering normalt er større. De fleste undersøgelser når frem til, at det skyldes andelsselskabernes organisation. Især den råvareorienterede fokusering samt utilstrækkelige muligheder for at investere i forskning, udvikling og markedsføring angives som primære årsager til den begrænsede integration ind i de mere forbrugerorienterede dele af værdikæden. jfr. f.eks. Royer, J. (2009).

Skabelse af vækst ved at øge værditilvæksten og ved at bevæge sig fremad i værdikæden kan derfor godt være en mulighed for andelsselskaberne, men der er to væsentlige barrierer, som skal overvindes: Strategisk orientering mod råvarefor-

syninger og manglende finansiering af den nødvendige kapacitetsopbygning.

Andelsselskabernes markedsandele og betydning er i det foregående blevet målt ud fra omsætningens relative størrelse. Der er imidlertid også andre måder at måle størrelse og betydning på. Man kan således også se på andelsselskabernes indtjening, egenkapital eller balance set i forhold til de tilsvarende tal for hele sektoren, jfr. figur 4.

**Figur 4. Andelsselskabernes andel af den samlede omsætning, egenkapital, balance og indtjening i den danske agro- og fødevarerindustri 2003-2013**



Datagrundlag: Se boks 1: (II).

Kilde: Egen fremstilling på baggrund af årsregnskaber fra selskaberne.

Som figuren viser, har andelsselskaberne 55 pct. af omsætningen i den danske agro- og fødevarerindustri, men kun ca. 20 pct. af egenkapitalen og 33 pct. af indtjeningen.

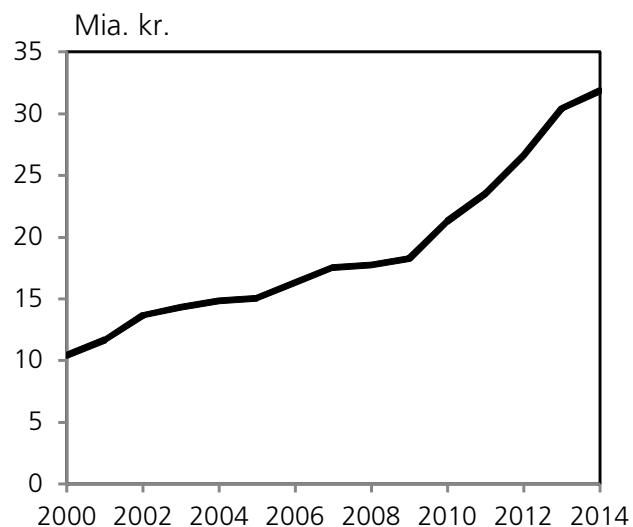
## Egenkapitalens størrelse og udvikling

Som bl.a. figur 4 viste, er egenkapitalen relativt lille i andelsselskaber. Gennem en længere periode har der været stigende opmærksomhed på dette forhold - og behovet for øget kapitalopbygning har været fremhævet af flere grunde:

- Finanskrisen har betydet, at virksomhederne bliver mødt med større kapitalkrav fra bankerne.
- Mulighederne for ny fremmedfinansiering er også reduceret i takt med finanskrisen, og det øger tilsvarende kravene til egenfinansieringen.
- Der er stadig et stort behov for yderligere vækst og strukturudvikling, og det vil nødvendiggøre yderligere investeringer og opkøb.
- Muligheden for eksterne investorer i andelsselskaber tydeliggør nødvendigheden af, at andelshavere også må opbygge egenkapital for at bevare en vis indflydelse i de fremtidige andelsselskaber.

Trods strukturelle problemer og barrierer med hensyn til at opbygge egenkapital i andelsselskaber, er der tale om en positiv udvikling i sektoren. Som det således fremgår af figur 5, er egenkapitalen blandt de største danske andelsselskaber inden for agro- og fødevarerindustrien steget betydeligt gennem de senere år.

**Figur 5. Udvikling i egenkapitalens størrelse 2000-2014 for de 23 største danske landbrugsbaserede andelsselskaber**



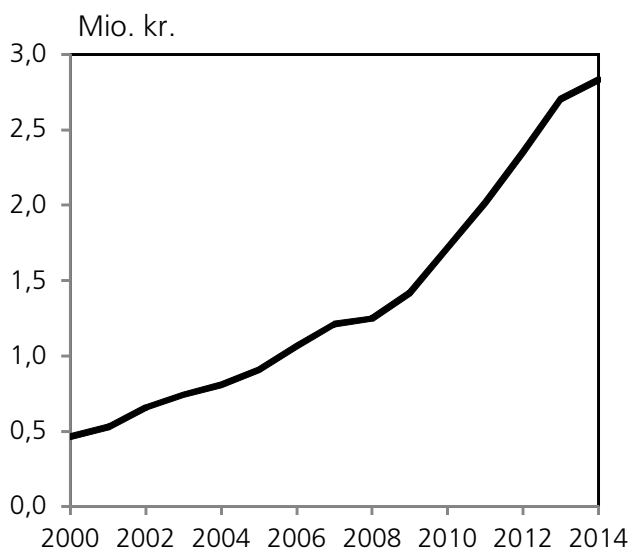
Datagrundlag: Se boks 1: (I).

Kilde: Egne beregninger på grundlag af selskabernes årsregnskaber

Figuren viser, at egenkapitalen er steget betydeligt i perioden: Ca. 50 pct. i real værdi.

Den stigende egenkapital skal ses i lyset af to væsentlige forhold: På den ene side er kapitalbehovet stigende på grund af strukturudviklingen, opkøb, udnyttelse af stordriftsfordele, forringede muligheder for ekstern finansiering m.m. På den anden side medfører udviklingen også, at der bliver færre landmænd og andelshavere. Dermed vokser presset på den enkelte andelshaver for at opbygge mere egenkapital i andelsselskaberne. Andelsselskabernes egenkapital er derfor stigende, når man beregner det pr. andelshaver - eller pr. heltidslandbrug, hvilket kan være mere præcist, jf. figur 6.

**Figur 6. Gennemsnitlig egenkapital i andelsselskaber pr. heltidsbedrift 2000-2014.**



Datagrundlag: Se boks 1: (II).

Kilde: Egne beregninger på grundlag af selskabernes årsregnskaber og Danmarks Statistik (flere årgange)

Som det ses af figuren, udgør egenkapitalen i de 23 største andelsselskaber i gennemsnit 2,8 mio. kr. pr. heltidsbedrift. Da landmænd kan være medlemmer af flere andelsselskaber, og da heltidsbrugene står for langt den største omsætning, er egenkapitalen i andelsselskaberne sat i forhold til antallet af heltidslandbrug.

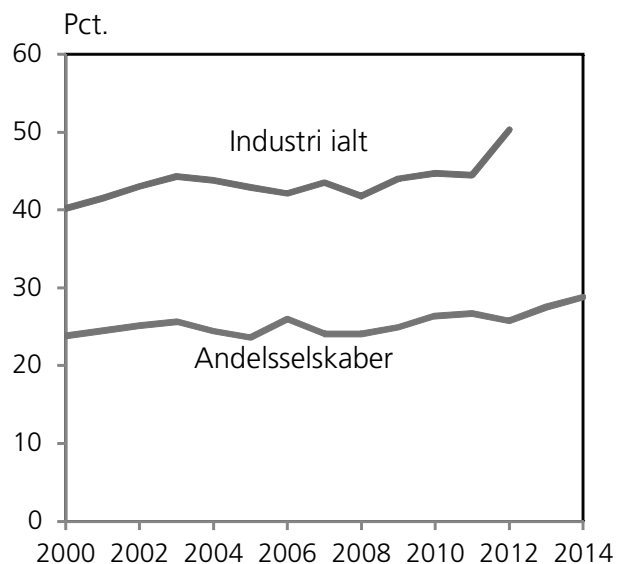
Andelsselskabernes egenkapital pr. andelshaver er således stor og kraftigt stigende. Det samme gør sig i sagens natur gældende for de fordele, som den enkelte andelshaver har af medlemskabet af et andelsselskab. Jo større landmandens og andelshaverens produktion er, desto større er gevinsten ved andelsmedlemskabet. På tilsvarende måde betyder det også, at andelsselskabernes overskud og formue skal deles mellem stadig færre andelshavere.

## Soliditetsgraden

Egenkapitalens relative størrelse vises ofte ved hjælp af soliditetsgraden. Soliditetsgraden er egenkapitalen i pct. af balancen.

Generelt gælder det, at soliditetsgraden i andelsselskaber i den danske agro- og fødevarerindustri er relativt lav i forhold til egenkapitalen i gennemsnit i hele den danske industri, jf. figur 7.

**Figur 7. Soliditetsgrader i dansk industri i alt og i de 23 største danske landbrugsbaserede andelsselskaber**



Datagrundlag: Se boks 1: (II).

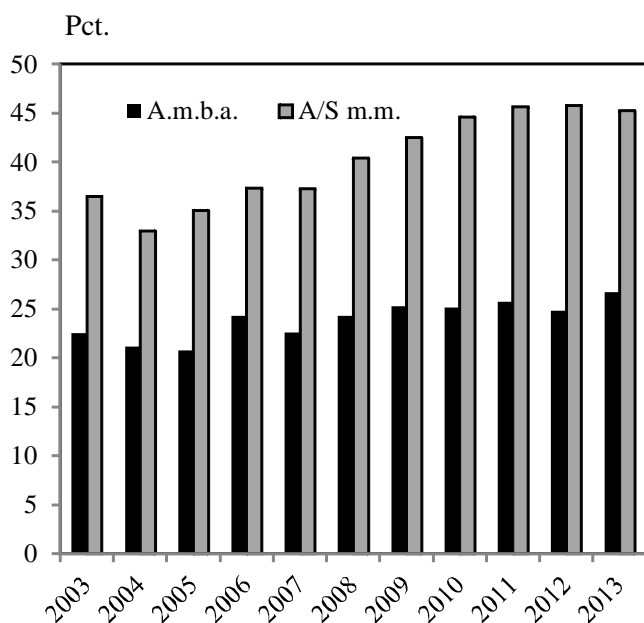
Kilde: Egne beregninger på grundlag af selskabernes årsregnskaber og Danmarks Statistik (2014)

Figuren viser en markant forskel i soliditetsgraderne mellem industrien i alt og de landbrugsbaserede andelsselskaber. Soliditetsgraden ligger i intervallet 40-50 pct. i industrien i alt og omkring 25 pct. i andelsselskaberne. Forskellen i soliditetsgrader ser ud til at være relativt stabil og konstant.

Figuren viser også, at der siden finanskrisens begyndelse har været en stigende soliditetsgrad i begge grupper.

Også inden for denne agro- og fødevareresektor er der en markant forskel på egenkapitalandelen, idet andelsselskabers soliditet som gennemsnit af perioden 2003-2013 er på 24 pct., mens den for aktieselskaber er på 40 pct. Udviklingen har dog været stigende gennem de seneste år, jf. figur 8.

**Figur 8. Egenkapitalandel blandt danske fødevarer virksomheder med en omsætning på over ½ mia. kr. om året.**



Datagrundlag: Se boks 1: (II).

Kilde: Egen fremstilling på baggrund af årsregnskaber fra selskaberne.

Figur 4 og 5 viser udviklingen i soliditetsgraderne i industrien i alt, blandt andelsselskaber i agro- og fødevarerindustrien og blandt ikke-andelsselskaber i agro- og fødevarerindustrien gennem de seneste ca. 10 år.

Figureerne viser, at ikke-andelsselskaber (primært aktieselskaber) i agro- og fødevarerindustrien har en gennemsnitlig solidi-

tetsgrad tæt på gennemsnittet af hele industrien (40-45 pct.), mens andelsselskaberne i agro- og fødevarerindustrien har en gennemsnitlig soliditetsgrad på omtrent det halve.

## Indtjening

Som det fremgik af figur 4, er indtjeningen (efter skat men før efterbetaling og udlodning) i forhold til omsætningen relativt lille blandt andelsselskaberne i agro- og fødevarerindustrien. Der kan være flere forklaringer på dette:

For det første er andelsselskaberne placeret relativt tæt på landbruget og fjernt fra forbrugerne, og her kan overskudsgraden være lille.

For det andet er andelsselskaberne relativt svagt placeret på områder med unikke værdiskabende kompetencer som stærke internationale brands, højt teknologi-

### Boks 2. De største danske andelsselskaber i agro- og fødevarerindustrien

Selskab	Omsætning, mia. kr.
Arla	79,0
DLG	59,2
Danish Crown	58,0
Danish Agro	24,1
Kopenhagen Fur	13,3
TiCan	5,2
DLF-TRIFOLIUM	3,3
Vestjyllands Andel	1,8
KMC	1,1

Noter: Kopenhagen Fur er en del af andelsselskabet Dansk Pelsdyravlerforening.

Andelsselskabet DLF amba ejer > 95 pct. af aktierne i DLF-TRIFOLIUM A/S, som derfor her betragtes som et andelsselskab.

Data for 2014 eller seneste år med tilgængelige data.

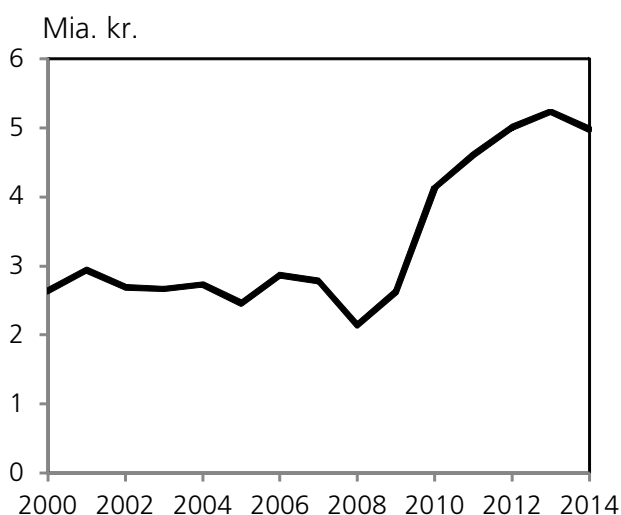
Kilde: Egne beregninger baseret på virksomhedernes årsregnskaber

og vidensindhold, patenter m.m. - områder, som normalt har en høj overskudsgrad.

For det tredje er det andelsselskabernes formål at give andelshaverne en høj pris på deres salgsprodukter. Ofte bliver andelsselskaberne målt på evnen til at give andelshaverne en høj salgspris - med eller uden efterbetaling og udlodning. Det understøttes af, at andelsselskaberne på den ene side har en stor omsætningsvækst, og på den anden side en relativt lav indtjening.

Udviklingen i andelsselskabernes indtjening i perioden 2000-2013 fremgår af figur 9.

**Figur 9. Resultat efter skat i danske andelsselskaber 2000-2014**



Datagrundlag: Se boks 1: (II).

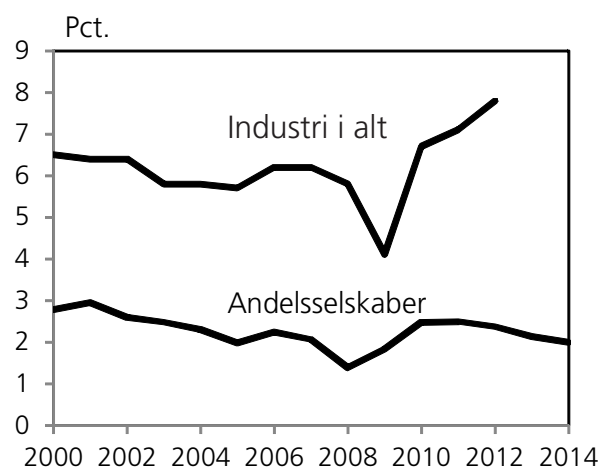
Resultatet er før efterbetaling til andelshaverne. Efterbetalingen varierer fra andelsselskab til andelsselskab og udgør fra 0 til 100 pct. af overskuddet

Kilde: Egen fremstilling på baggrund af årsregnskaber fra selskaberne

Som det ses af figur 9, er andelsselskabernes indtjening fordoblet i perioden 2009-2014. En stor del af stigningen skyldes, at

andelsselskaberne er blevet større, og kun en mindre del kan forklares ved stigende indtjeningsmarginale (overskudsgrad). Som det kunne udledes af figur 4 - og som figur 10 illustrerer yderligere - er overskudsgraden i andelsselskaberne forholdsvis konstant, og betydeligt under gennemsnittet for hele den danske industri under ét.

**Figur 10. Gennemsnitlig overskudsgrad i andelsselskaber og i industrien i alt 2003-2014**



Datagrundlag: Se boks 1: (II).

Kilde: Egen fremstilling på baggrund af årsregnskaber fra selskaberne.

Overskudsgraden (overskuddet i pct. af omsætningen) kan variere betydeligt fra virksomhed til virksomhed. Det skyldes dog i første omgang, at virksomheder, som har hovedvægt på handel og lav værdiskabelse, naturligt har en lav overskudsgrad uanset ejerform.

Tal for virksomheder inden for den danske agro- og fødevarerindustri, som er en lidt mere homogen gruppe, viser, at den gennemsnitlige overskudsgrad for andelsselskaber i perioden 2003-2013 var på 2,1 pct. mod 5,3 for andre selskabstyper. Sam-



me mønster som i figur 10 kan dermed genfindes.

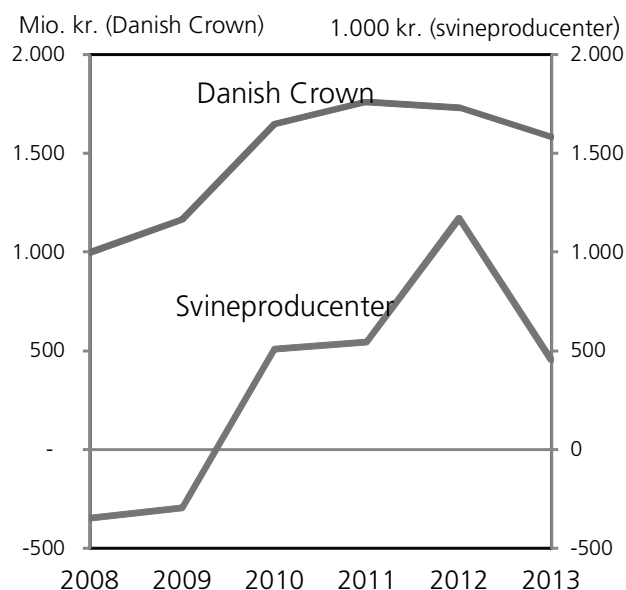
Det er karakteristisk, at andelsselskaberne har en relativt stabil indtjening fra år til år. Det gælder både i forhold til andre virksomhedstyper i samme sektor og i forhold til indtjeningen i landbruget.

Den stabile indtjening i andelsselskaberne i forhold til indtjeningen i landbruget kan forklares med, at medlemmerne har leveringspligt og dermed udgør en form for økonomisk sikkerhedsnet under andelsselskaberne.

Der er således en klar sammenhæng mellem andelsejerform, den lave egenkapital og den relativt stabile indtjening: Når andelshaverne har leveringspligt (og leveringsret), kan andelsselskabet i vid udstrækning løbende justere afregningspriserne til andelshaverne, uden at det på kort sigt medfører væsentligt færre råvareleverancer. Andelsselskabet kan dermed holde en relativt stabil indtjening, mens andelshaverne bliver stødpude, idet de tager både de positive og de negative prisudsving. Andelsselskabet flytter dermed en væsentlig del af prisisikoen tilbage til andelshaverne. Når andelshaverne dermed bliver en form for økonomisk sikkerhedsnet under andelsselskabet, vil bankerne tilsvarende tillade, at andelsselskabernes egenkapital ikke er så stor.

Som eksempel herpå ses i figur 11 udviklingen i hhv. Danish Crowns nettoresultat efter skat og gennemsnitligt nettoudbytte for en konventionel slagtesvinebedrift, 2008-2013.

**Figur 11. Danish Crowns nettoresultat efter skat og gennemsnitligt nettoudbytte for en konventionel slagtesvinebedrift, 2008-2013**



Kilde: Årsregnskaber fra Danish Crown og Danmarks Statistik (2014)

Som det fremgår, er udsvingene langt større blandt svineproducenter end hos Danish Crown.

Figur 11 illustrerer i et vist omfang, at andelsselskaberne indtjening er relativt stabil, mens andelshaverne har en langt mere ustabil indtjening.

Historisk set hører det også til sjældenhederne, at andelsselskaber i agro- og fødevarerindustrien kommer i så alvorlig økonomiske problemer, at det ender med betalingsstandsning og evt. konkurs. Bankerne har også relativt små tab på deres engagementer med andelsvirksomheder. Se også boks 3.

At indtjeningen i andelsselskaber er mere stabil end i andre selskaber ses også ved, at andelsselskaber sjældent har underskud. Set over 11-års perioden 2003-2013 var der for de 11 medtagne andels-

### **Boks 3. Andelsselskaber: Væsentlige fordele og ulemper i forhold til kapitalejede selskaber**

#### Stærk vertikal integration

Via andelsejet kontrolleres flere led i værdikæden.

#### Lave transaktionsomkostninger

Værdikæden er effektiv, og leverancer mellem leddene sker ofte direkte uden omkostninger til mellemløbere eller andre omsætningsled.

#### Stor leverings- og forsyningssikkerhed

Både landmænd og andelsselskab har en sikker afsætning og forsyning.

#### Aktivt ejerskab

De medlemsvalgte bestyrelsesmedlemmer har et aktivt ejerskab, hvor de har et stærkt incitament til at varetage deres bestyrelsesopgaver.

#### Relativt lille kapitalkrav

Leveringsforpligtelsen udgør en finansiel stødpude, og dermed er behovet for egenkapital relativt mindre.

#### Andelsselskaber er ofte økonomisk robuste

Andelsselskabskonstruktionen med leveringspligt m.m. betyder, at andelsselskaber relativt sjældent går konkurs.

#### Udjævner markedsmagten i værdikæden

Landbrugsproduktionen kommer typisk fra mange små enheder, som individuelt har en svag markedsmagt. Ved at stå sammen i andelsselskaber styrkes deres forhandlingsmagt, som bliver mere lige i forhold til de øvrige led i værdikæden.

#### Vanskeligt at tiltrække egenkapital

Mulighederne for at tiltrække ansvarlig ekstern kapital er begrænsede.

#### Mængdestyring er vanskelig

På grund af andelshavernes leveringsret har andelsselskabet kun begrænsede muligheder for mængdestyring.

#### Interessekonflikt og dobbeltrolle

Andelshavernes dobbelte rolle som både ejere og leverandører (eller kunder) kan give konflikter.

#### Usikkert incitament til langsigtede investeringer

Da andelshaverne som udgangspunkt ikke kan trække deres andele af værditilvæksten ud af selskabet, når de melder sig ud, vil deres økonomiske incitament til at lade penge stå i selskabet til langsigtede investeringer og afkast være begrænset.

#### Begrænset rekrutteringsgrundlag til bestyrelse

Bestyrelsesposterne er i altovervejende grad forbeholdt medlemmer, hvilket giver et stærkt reduceret rekrutteringsgrundlag.

#### Råvarebinding

Andelsselskaberne kan have en implicit eller eksplicit binding til medlemmernes egne råvareleverancer, hvilket kan medføre en ikke-optimal råvaresammensætning.

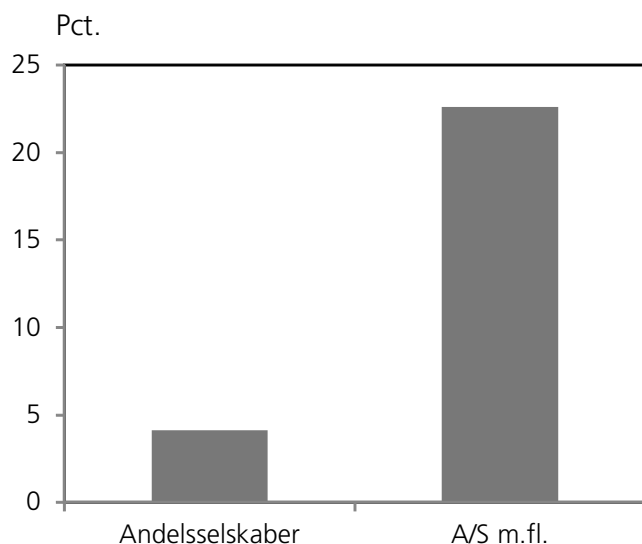
#### Fokus på værdikæden omkring andelshaverne

Andelsselskaberne vil - qua deres formål med at varetage medlemmernes forsyninger og afsætning - ofte fokusere på de led i værdikæden, som ligger tæt på andelshaverne. Aktiviteter længe fremme i værdikæden tæt på forbrugerne kan derfor blive nedprioriteret, selv om de kunne være økonomisk attraktive.



selskaber underskud i 4 pct. af årene, mens det tilsvarende tal for andre selskabstyper var 23 pct., jfr. figur 12.

**Figur 12. Hyppighed (%) af underskud efter skat i hhv. andelsselskaber og andre selskaber i den danske agro- og fødevarereindustri, 2003-2013**



Datagrundlag: Se boks 1: (II).

Kilde: Egen fremstilling på baggrund af årsregnskaber fra selskaberne

Det skal dog bemærkes, at flere af de udenlandske multinationale selskaber som f.eks. Nestlé og Unilever havde underskud i de fleste år, hvilket påvirker gennemsnittet betydeligt.

Andelsselskabernes indtjening kan også måles i forhold til deres evne til at forrente den egenkapital, som er bundet i selskaberne.

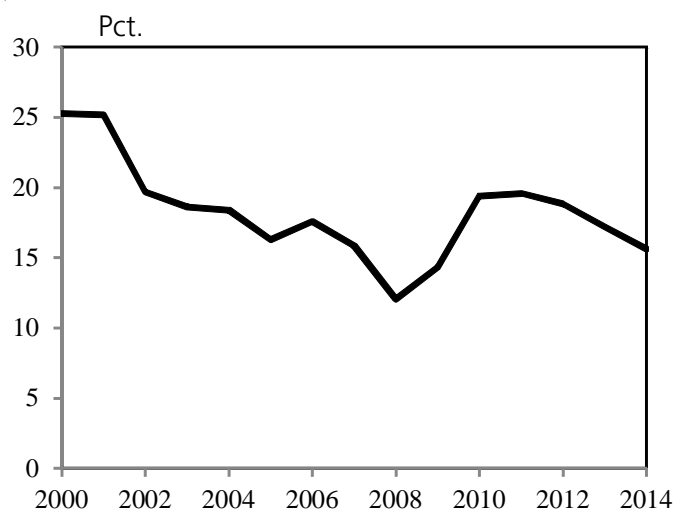
Som det allerede fremgik af figur 4, er andelsselskabernes andel af agro- og fødevarereindustriens indtjening mindre end omsætningens andel - men egenkapitalens andel er endnu mindre. Det betyder dermed, at egenkapitalforrentningen er størst i andelsselskaber.

Hvis der fokuseres på de større virksomheder i agro- og fødevarereindustrien (boks

1: (II)), kan det ses, at egenkapitalforrentningen blandt andelsselskaber er på 17 pct. som gennemsnit af årene 2003-2013, mens tallet for de øvrige virksomhedsformer ligger på 9 pct.

Egenkapitalforrentningen i andelsselskaberne har udviklet sig noget ujævnt siden årtusindskiftet, jfr. figur 13.

**Figur 13. Egenkapitalforrentning i danske andelsselskaber**



Datagrundlag: Se boks 1: (II).

Kilde: Egen fremstilling på baggrund af årsregnskaber fra selskaberne

### Medlemmer og beskæftigelse

Antallet af både medlemmer og ansatte i andelsselskabernes vil også ændre sig over tid, men dog ud fra forskellige drivkræfter.

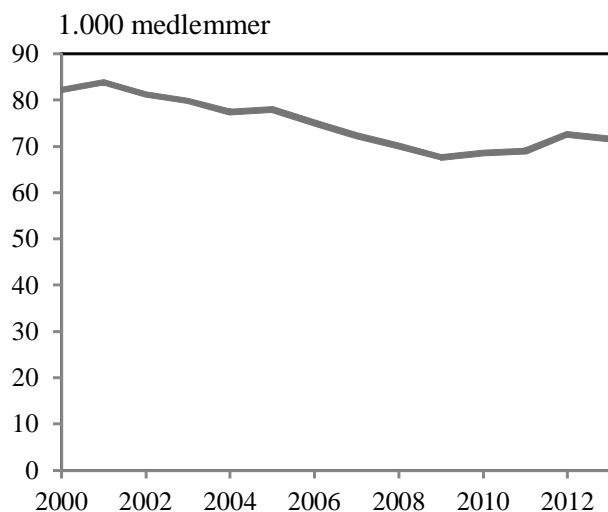
Antallet af medlemmer vil være påvirket af strukturudviklingen i landbruget, hvor antallet af landmænd falder. Da det i langt de fleste tilfælde er en forudsætning for medlemskab af et andelsselskab, at man er landmand, vil strukturudviklingen helt naturligt reducere antallet af potentielle medlemmer.

Såfremt andelsselskaberne formår at øge deres konkurrencedygtighed, kan de gøre medlemskab mere attraktivt, og dermed kan de øge antallet af medlemmer.

I mange tilfælde er landmænd medlemmer af flere andelsselskaber: Det vil således være naturligt at være medlem af både et grovvarereselskab og af et mejeri og/eller et slagteri. Derfor er antallet af medlemskaber større end antallet af medlemmer.

Som det fremgår af figur 14, er antallet af medlemmer (her målt som antal medlemskaber) faldet i perioden 2000-2013.

**Figur 14. Antal medlemmer (medlemskaber) i danske andelsselskaber 2003-2013**



Noter: Tallene omfatter medlemmer af andelsselskaber hjemhørende i Danmark. I 2013 var ca. 9.000 heraf udenlandske medlemmer.

Ikke alle andelsselskaber oplyser antallet af medlemmer, hvorfor det i nogle tilfælde er estimeret.

Kilde: Egen fremstilling på baggrund af årsregnskaber fra selskaberne

I perioden er antal medlemmer faldet med ca. 13 pct. I samme periode er antallet af landbrugsbedrifter faldet med 29 pct.

Når det gælder antal ansatte i andelsselskaberne, er der en række drivkræfter, som trækker udviklingen i vidt forskellige retninger.

På den positive side gælder det, at med andelsselskabernes stigende markedsandel må det også forventes, at en relativt stigende andel af beskæftigelsen i sektoren vil ligge i andelsselskaberne.

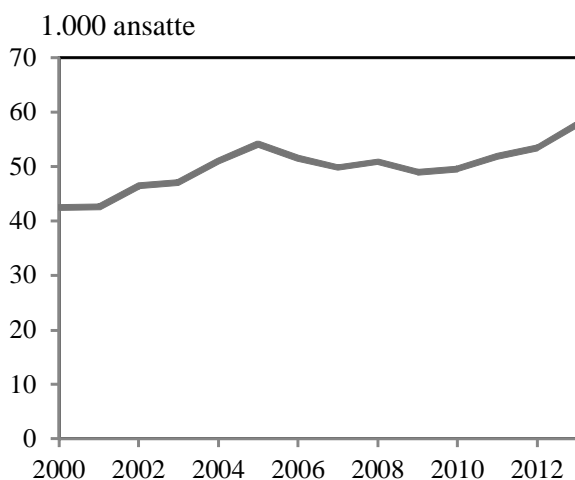
Dertil kommer, at værditilvæksten og forædlingen generelt er stigende, og det vil også øge efterspørgslen efter arbejdskraft.

I den negative retning trækker teknologi og produktivetsfremmende tiltag, som øget anvendelse af maskiner og kapital på bekostning af arbejdskraften. Med en årlig vækst i arbejdsproduktiviteten på 5-6 procent, skal der ske en betydelig produktionsstigning blot for at bevare beskæftigelsen.

Endeligt er det også vigtigt, at en stadig stigende andel af andelsselskabernes beskæftigelse ligger i udlandet. Den stigende beskæftigelse i udlandet kan komme ved fusioner og opkøb i udlandet, eller ved en udflytning af arbejdskraften til lande med lavere lønomkostninger.

Alt i alt har der været en stigende beskæftigelse i de danske andelsselskaber i agro- og fødevarerindustrien siden årtusindskiftet, jfr. figur 15.

**Figur 15. Antal medarbejdere i danske andelsselskaber 2003-2013**



Tallene omfatter kun de direkte ansatte (og ikke afledt beskæftigelse) og omfatter ansatte i både Danmark og udlandet

Kilde: Egen fremstilling på baggrund af årsregnskaber fra selskaberne

## Afslutning

Andelsbevægelsen og andelsselskaber har spillet - og spiller stadig - en væsentlig rolle ikke bare i landbrugs- og fødevarersektoren, men også i hele den danske samfundsøkonomi. Andelsselskaberne i den danske agro- og fødevarerindustri bidrager med eksport, beskæftigelse, værdiskabelse og landdistriktsaktivitet - og alene de fem største andelsvirksomheder omsætter tilsammen for i størrelsesordenen 235 mia. kr. om året.

Udviklingen gennem de seneste 10-15 år viser, at andelsselskaberne har formået at vokse og at øge deres andel af den samlede omsætning. Samtidig ses der også en stabil økonomisk udvikling. De seneste år viser endvidere en stigende indtjening og konsolidering.

Flere internationale analyser udpeger netop andelsselskaberne og landmændenes organisering af værdikæden som de

væsentligste forklaringer på den danske landbrugs- og fødevarersektors relativt store betydning og gode internationale konkurrenceevne, jfr. f.eks. Hansen, H. O. (2005).

De danske andelsselskaber har på flere områder og i flere sektorer udkonkurreret andre ejerformer. Det er derfor også åbenlyst, at andelsselskaberne har opbygget mange styrkepositioner og komparative fordele, som kan udnyttes fremover.

Omvendt er der også sektorer og dele af værdikæden, hvor andelsselskaberne ikke er til stede. Adgang til risikovillig egenkapital kan også fremover være en barriere for andelsselskabernes strategiske udvikling.

## Kilder:

**Danmarks Statistik (flere årgange).** Landbrugsstatistik.

**Danmarks Statistik (flere årgange):** Regnskabsstatistik

**Danmarks Statistik (2014):** Statistikbanken.

**Danske Andelsselskaber (flere årgange a):** Andelsbladet.

**Danske Andelsselskaber (flere årgange b):** Årsberetning.

**Danske Mejeriers Fællesorganisation (1982):** Dansk Mejeribrug 1882-2000.

**DLG (1973):** Andels-grovarhandelen gennem 75 år (Bent Hansen og S. B. Carlsen).

**Hansen, Henning Otte (2005):** Vækst i Fødevarerindustrien. - Vækst, fusioner, strukturudvikling, globalisering og koncentration i det agroindustrielle kompleks - i Danmark og globalt". Handelshøjskolens Forlag. 287 p.

**Hansen, Henning Otte (2011):** Andelsselskaber i udvikling. Andelsbevægelsens evne til forandring og omstilling i landbrugets udvikling fra den lokale til den globale landsby. Handelshøjskolens Forlag. 111 p.

**Hansen, Henning Otte (2012):** Vækst i agro- og fødevarerindustrien: Baggrund og mål. I: Tidsskrift for Landøkonomi. No 3/2012. 198. årgang. pp. 187-199

**Hansen, Henning Otte (2013):** Food Economics. Industry and markets. Routledge. U.K., USA and Canada. 420 p.

**Hansen, Svend Aage (1983):** Økonomisk vækst i Danmark. Bind II: 1914-1983. 1983

**Henriksen, Ole Bus og Ølgaard, Anders (1960):** Danmarks udenrigshandel 1874-1958.

**Rogers, Richard T. (2000):** Structural Change in U.S. Food Manufacturing, 1958 to 1997. Indlæg ved „The American Consumer and the Changing Structure of the Food System“ May 4-5, 2000 Washington, DC, and Arlington, VA.

**Royer, Jeffrey (2009):** Business Strategies for Cooperative Competitive Positioning. Indlæg ved workshop arrangeret af COGECA med emnet: Long-term governance and development strategies for European agri-cooperatives. 19. maj 2009. Bruxelles

# HVORFOR ER DANSKE FØDEVARER DYRE?

---

Henning Otte Hansen. Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

*De danske fødevarepriser er generelt høje set i forhold til resten af EU og også i forhold til lande uden for EU. Overordnet set er der en række forklaringer på internationale prisforskelle, og der er også flere mulige årsager til de høje danske fødevarepriser. Forskelle i moms, kvalitet, regulering og velfærdsniveau er vigtige forklaringer, men også koncentration i både producent- og detailed, geografisk placering, tilbudskultur samt aftagende prispress kan være mulige årsager.*

## Introduktion - teoriramme

I takt med stigende handelsliberalisering, etablering af indre markeder m.m. stiger konkurrencen, og dermed bliver markederne og priserne mere ensartede. Man bør derfor umiddelbart forvente mere ensartede priser på tværs af grænser i EU i forlængelse af den stigende markedsintegration, der har fundet sted gennem de seneste årtier.

Der kan dog alligevel opstå prisforskelle, og de kan overordnet set opstå af følgende årsager:

Imperfekte markeder. Det vil sige, at der ikke er fri konkurrence. Det kan være tilfældet, hvis der er virksomheder med en dominerende indflydelse eller konkurrencebegrænsende aftaler.

Markedsregulering: Lande eller regioner kan regulere markedet ved at kræve særlige produktstandarder, sætte begrænsninger for selskabers etablering og størrelse m.m. Dette kan medføre meromkostnin-

Denne artikel har gennemgået ekstern anonym fagfælle-bedømmelse (peer review). Professor Niels Kærgård og redaktionsassistent Lars Jørgensen, begge fra Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi, har været ansvarlige for peer review-processen.

ger, som kan overvælttes på forbrugerpriserne.

Skatte og afgifter: Forskelle i moms, punktagifter m.m. giver et væsentligt bidrag til prisforskelle.

Transportbarrierer: Fødevarer kan være vanskelige eller dyre at transportere over store afstande (f.eks. frisk mælk), og det kan medføre lokale prisforskelle.

Forskelle i landes økonomisk udvikling: Priseniveauet vil typisk være højere i rige lande.

Kvalitetsforskelle: Kvalitetsforskelle kan gøre det vanskeligt at sammenligne priser på tværs af grænser, og det kan indebære en ikke ubetydelig fejlkilde.

Handelspolitiske foranstaltninger: I forhold til lande uden for EU kan også handels- og landbrugspolitiske indgreb i form af importtold, kvoter m.m. påvirke det indenlandske prisniveau

Det er naturligvis interessant at få belyst, om de danske fødevarer er relativt dyre, om evt. prisforskelle kan forklares, og om mulige årsager.

## Er danske fødevarer relativt dyre?

Forbruger- og Konkurrencestyrelsen har flere gange analyseret de danske fødevarerpriser, og det er bl.a. konkluderet, at fødevarerpriserne steg markant fra august 2007 til februar 2008, og at prisstigningerne i Danmark var større end i vores nabolande (Konkurrencestyrelsen 2008+2009). Det blev også konkluderet, at selv om der var store råvareprisfald i 2008-2009, er der ikke sket et tilsvarende fald i forbrugerpriserne på brød, mælk og smør.

**Tabel 1. Prisniveau på fødevarer. EU-28 = 100. 2013**

Land	Indeks
Norge	174
Schweiz	155
Danmark	136
Sverige	125
Østrig	123
Finland	123
Luxembourg	121
Island	120
Irland	116
Italien	113
Belgien	113
Frankrig	109
Tyskland	108
Cypern	107
Grækenland	101
Slovenien	99
Storbritannien	99
Malta	99
Holland	98
Spanien	94
Kroatien	91
Portugal	90
Estland	88
Slovakiet	87
Letland	85
Tjekkiet	83
Ungarn	79
Litauen	76
Rumænien	69
Bulgarien	68
Polen	60

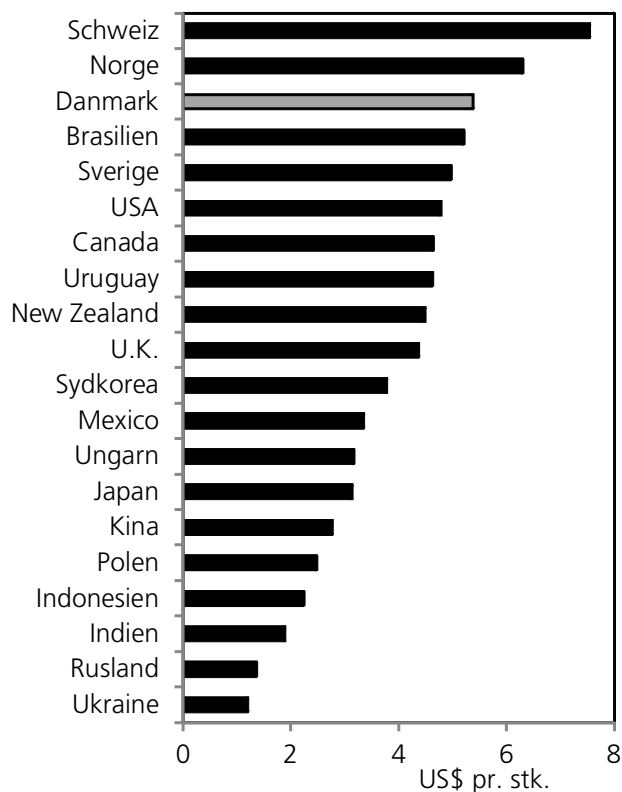
Kilde: Egen fremstilling på grundlag af Eurostat (2014)

Tabel 1 viser, at prisniveauet på fødevarer ligger højest i Danmark, når vi udelukkende ser på EU. De danske fødevarerpriser ligger således 48 pct. over niveauet i EU-27 - og henholdsvis 12 og 31 pct. over niveauet i vore to nabolande, Sverige og Tyskland.

Norge og Schweiz ligger højest, men da deres landbrug og landbrugspolitik adskiller sig markant fra forholdene i EU, kan man ikke uden videre sammenligne fødevarerpriserne i disse lande med EU's fødevarerpriser.

Andre undersøgelser bekræfter i store træk resultaterne i tabel 1. Det såkaldte Big Mac-Indeks (baseret på priser på i vid udstrækning identiske Big Mac-burgere rundt omkring i verden, jfr. boks 1) viser også, at de danske priser ligger relativt højt, jfr. figur 1.

**Figur 1. Big Mac-priser pr. januar 2015.**



Anm.: Udvalgte lande

Kilde: Egen fremstilling på grundlag af The Economist (2015)



### Boks 1. The Big Mac index

Big Mac-indekset blev udviklet af tidsskriftet "The Economist" tilbage i midten af 1980'erne. Formålet var at anskueliggøre, at forbrugerpriserne - og dermed købekraften - kunne være meget forskellige fra land til land. Et land med lave priser og dermed en relativt høj købekraft kunne derfor antages at have en undervurderet valuta.

Normalt skal man sammenligne priser på flere forskellige varer, som er identiske fra land til land, for at man kan få et tilpas sikkert grundlag for at foretage internationale pris-sammenligninger. The Economist valgte at bruge et produkt, som i store træk er ens over hele verden, nemlig en Big Mac Burger.

Mens en Big Mac i januar 2015 kostede \$4,79 i USA, var prisen i Kina - omregnet fra yuan til US\$ til markedskursen - kun \$3,35. På den måde kan yuan siges at være undervurderet med 30 pct.

Big Mac-indekset var primært beregnet til at være et letforståeligt eksempel på pris-, købekraft- og valutakursforskelle, men indekset er efterhånden blevet en international standard og måleenhed.

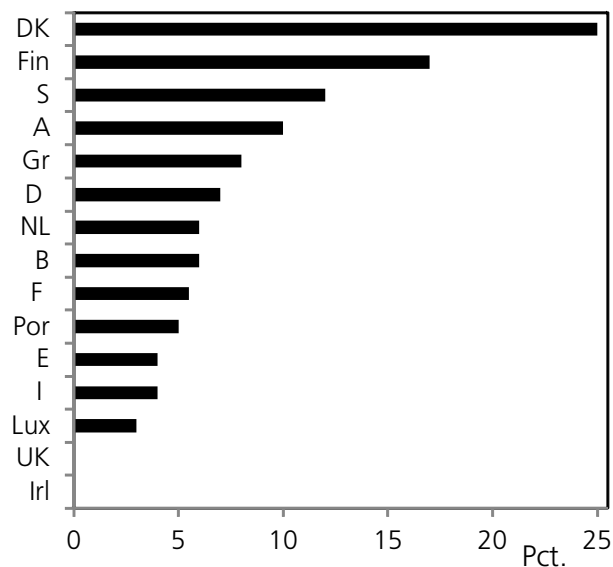
Big Mac-indekset er dog også blevet videreudviklet og forfinet, således at der kan tages højde for, at en Big Mac - og andre fødevarer og forbrugsvarer - må forventes at være billigere i u-lande, hvor lønninger og arbejdsomkostninger er betydeligt lavere end i i-landene. Man kan tage højde herfor ved at korrigere priserne i de enkelte lande med landets BNP pr. indbygger: Jo højere BNP pr. indbygger, desto højere priser. Man kan så undersøge, om priserne i et givet land ligger over eller under niveauet for tilsvarende lande - se også figur 4-6.

### Forskellige momssatser på fødevarer på tværs af lande

Der eksisterer betydelige forskelle i de enkelte landes momssatser på fødevarer, og det vil i sagens natur også påvirke forbrugerpriserne. Det må forventes, at en høj momssats betales af både producenter og forbrugere – dog sandsynligvis med forbrugere som de største betalere.

En sammenligning af momssatserne på tværs af landegrænser er ikke ukompliceret. Det skyldes, at flere lande har differentierede momssatser, hvor momssatserne kan variere fra produktgruppe til produktgruppe afhængig af forskellige parametre, herunder typisk sundhedsparametere. Ud fra opgørelser over de mest anvendte momssatser kan der dog foretages en generel sammenligning mellem EU-landene, jfr. figur 2.

Figur 2. Momssatser på fødevarer i EU-lande



Anm.: Figuren viser den generelle eller den vigtigste momssats på fødevarer

Kilde: Egen fremstilling på grundlag af Folketinget (2012).

Som det ses, er der i de fleste tilfælde en markant forskel mellem madmomsen i Danmark og i de øvrige viste EU-lande. I forhold til Sverige og Tyskland er der en forskel på hhv.

13 og 18 pct.point. En nærmere beskrivelse af den differentierede momssats i de pågældende EU-lande findes i boks 2.

### Bedre kvalitet

Prisforskelle mellem landene kan i et vist omfang skyldes, at der er forskelle i fødevarernes kvalitet – d.v.s. at det reelt ikke er ens eller homogene produkter, som sammenlignes over landegrænser. Der er flere eksempler på, at de danske kvalitetsstandarder er højere end de udenlandske, og

at de danske fødevarerprodukter hermed har en højere kvalitet end de udenlandske. Det gælder f.eks. æg, hvor danske æg er stort set fri for salmonella. Danske æg må nu mærkes "testet efter Europas skrappeste salmonellakontrol". Også i fjerkrækød er kvaliteten – målt ved forekomsten af salmonella m.m. – langt højere i de danskproducerede varer.

Et andet eksempel på en højere dansk kvalitet ses på frugt- og grøntområdet. Der bliver således generelt oftere fundet pe-

#### Boks 2. Fødevareromsatser i EU-lande

Ud af de 14 lande, der anvender en nedsat momssats på fødevarer, har fem lande (Finland, Grækenland, Luxembourg, Nederlandene og Østrig) en generel fødevareromsats, det vil sige den samme sats for alle fødevarer, idet der ikke skelnes mellem fødevarerne (sunde fødevarer kontra andre fødevarer, basisfødevarer kontra luksusvarer eller efter andre kriterier).

Situationen i de 9 lande, som har en differentieret fødevareromsats, ser i hovedtræk således ud:

Sverige anvender nedsat sats på alle fødevarer - mad og drikkevarer – undtagen vand fra vandværker, spiritus, vin og stærkt øl samt tobaksvarer.

Belgien anvender en nedsat sats på 6 % på de fleste fødevarer. Dog anvendes en sats på 12 % på margarine, og normalsatsen på 21 % anvendes på blandt andet spiselige havdyr og kaviar.

Irland og UK anvender nedsat sats på 0 % på de fleste fødevarer. Dog anvender Irland en sats på 12,5 % og UK normalsatsen 17,5 % på blandt andet leveringer af tilberedte retter og visse meget forarbejdede produkter, såsom konsumis og chokolade samt drikkevarer, der er industrielt fremstillet eller pålagt en punktafgift.

Spanien anvender en nedsat sats på 7 % på de fleste fødevarer, men har dog en særlig lav momssats på 4 % på visse varer, herunder brød, kornprodukter, mælk, ost, æg, frugt, grønsager, kartofler og andre rodfrugter.

Italien anvender en nedsat sats på 10 % på de fleste fødevarer, men har dog en særlig lav momssats på 4 % på visse varer, herunder fisk, frisk mælk, smør og ost, frugt og grønsager, ris, pasta, og spiseolier.

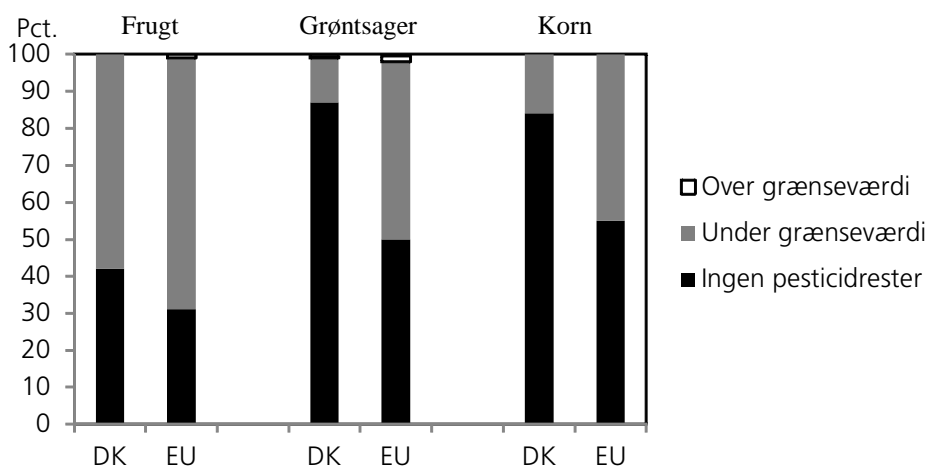
Portugal anvender en reduceret sats på 5 % på de fleste basisfødevarer, herunder korn og varer fremstillet hovedsageligt af kornprodukter, frisk og frosset kød samt noget indmad, visse fisk og skaldyr, mælk og mælkeprodukter, spiseolie, frisk frugt og grønsager. Herudover anvendes en momssats på 12 % for nogle varer, herunder kød og fisk på dåse, visse ferske og røgede fisk samt visse skaldyr. For de øvrige fødevarer anvendes normalsatsen på 17 %.

Frankrig anvender en nedsat sats på 5,5 % på fødevarer med undtagelse af visse varer, som pålægges normalsatsen. Af sidstnævnte varer kan nævnes alkoholholdige drikke, konfekturer, varer med chokolade eller kakaoindhold, margarine og kaviar.

Tyskland anvender en nedsat sats på 7 % på stort set alle fødevarer med undtagelse af alkoholholdige drikkevarer og tobak, hvor der anvendes normalsatsen på 16 %.

Kilde: Folketinget (2012)

**Figur 3. Pesticidindhold i frugt, grøntsager og korn solgt i Danmark og produceret i hhv. Danmark og EU (2012)**



Kilde: Egen fremstilling på grundlag af Fødevarestyrelsen (2014)

sticidrester i udenlandsk produceret frugt og grønt end i dansk produceret frugt og grønt, jfr. Fødevarestyrelsen (2014) og jfr. figur 3.

De højere standarder og den bedre kvalitet vil som regel indebære dels større produktionsomkostninger, dels højere forbrugerpriser.

### Høj velfærd og høje omkostninger

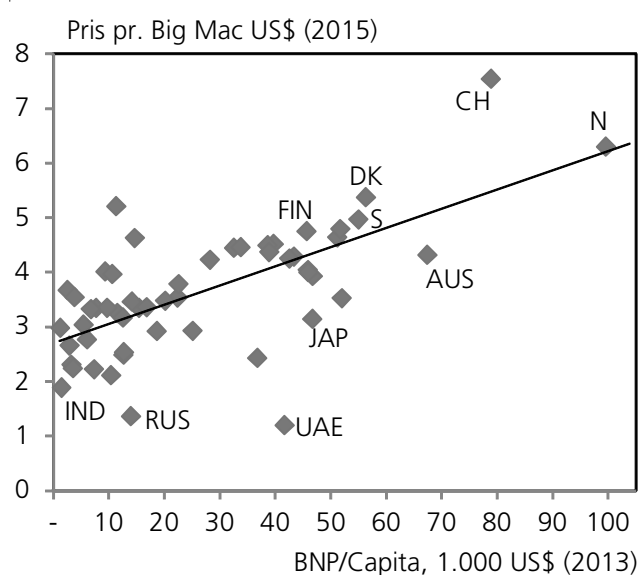
Som det er vist tidligere, er det et generelt kendetegn, at forbrugerpriserne er relativt høje i de økonomisk højest udviklede lande. Med stigende økonomisk udvikling stiger omkostninger til løn, skatter og afgifter, infrastruktur, uddannelse m.m., og disse højere omkostninger vil i et vist omfang blive overvæltet på forbrugerpriserne.

Denne sammenhæng viser sig også i praksis at være gældende, og der er således en statistisk klar korrelation mellem BNP pr. capita og forbrugerprisniveau. Nogle lande følger dog ikke helt det generelle mønster, og disse landes placering i forhold til den forventede „gennemsnitlige“ placering giver et relativt præcist mål for

de prisafvigelser, som ikke kan forklares ud fra indkomstniveauet i landet.

Korrelation mellem BNP pr. capita og forbrugerprisniveau gælder også på fødevarerområdet. Big Mac-indekset, som er et forenklet men anvendeligt mål for fødevarerprisniveauet, stiger således også med stigende indkomst, jfr. figur 4.

**Figur 4. Big Mac-priser (US\$/stk.) som funktion af landenes økonomiske velstand**



Kilder: Egen fremstilling på grundlag af The Economist (2015) og World Bank 2014

Figuren viser en relativt klar korrelation mellem BNP pr. capita og Big Mac-indekset. Det er også værd at bemærke, at Danmark ligger over tendenskurven, og det betyder - alt andet lige - at den danske pris ligger over det forventede niveau.

Lande som Norge, Schweiz, Sverige og Finland har et højt BNP pr. indbygger og et højt prisniveau, men prisniveauet er relativt højt i forhold til det mønster, som alle lande under ét tegner.

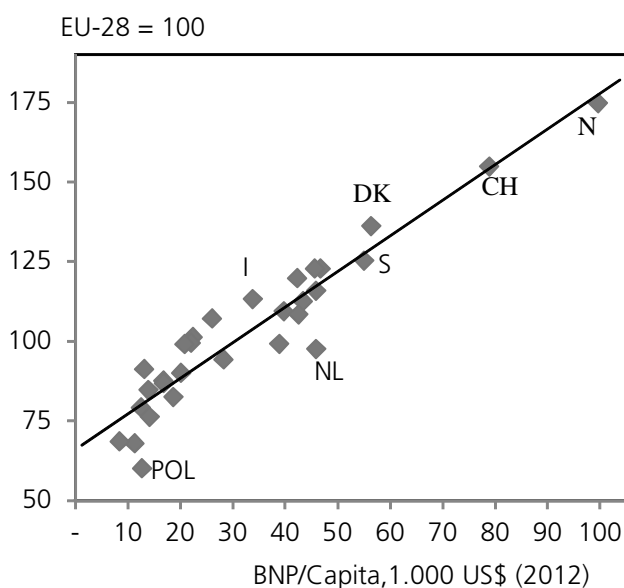
Når man analyserer fødevarer under ét - og ikke bare et enkelt produkt som en Big Mac-burger - viser der sig et næsten tilsvarende mønster og en tilsvarende korrelation mellem BNP pr. capita og prisniveau. Figur 5 og 6 viser således et indeks for fødevarer i forhold til EU-28, for henholdsvis EU-lande + Island, Schweiz og Norge og for EU-landene alene.

Luxembourg er ikke medtaget, da landet adskiller sig fra de fleste andre lande

ved at have et meget højt BNP pr. capita og en lille befolkning. Luxembourg ville derfor få en uforholdsmæssig stor vægt i sammenligningen.

Ikke-EU-lande som Schweiz, Norge og Island kan også med god grund udelades af analysen, da grundforudsætningerne og rammevilkårene for disse landes fødevareresektorer på væsentlige områder adskiller sig fra forholdene i EU. Landbruget i disse lande har gennem mange år været meget beskyttet, og landmændenes salgspriser har været holdt kunstigt oppe. Resultatet har bl.a. været en ineffektiv struktur og relativt høje priser i hele værdikæden fra jord til bord. Som det netop ses af tabel 2, har disse lande en meget høj landbrugsstøtte i forhold til EU.

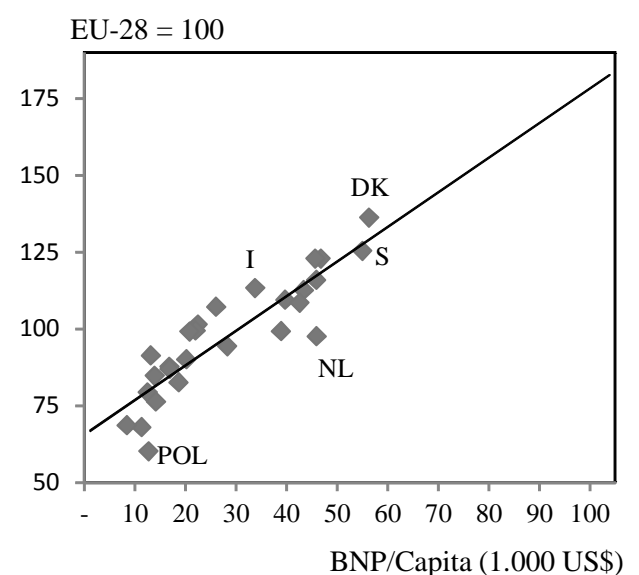
**Figur 5. Fødevarerpriser i EU m.m. (EU-28=100) som funktion af landenes indkomst pr. capita**



Excl. Luxembourg

Kilder: Egen fremstilling på grundlag af Eurostat (2014) og World Bank (2014)

**Figur 6. Fødevarerpriser i EU (EU-28=100) som funktion af landenes indkomst pr. capita**



Excl. Luxembourg

Kilder: Egen fremstilling på grundlag af Eurostat (2014) og World Bank (2014)

**Tabel 2. Landbrugsstøtte i EU og i øvrige europæiske lande (2013)**

	PSE, %	Producer NPC, ratio
EU	20	1,06
Island	41	1,50
Schweiz	49	1,30
Norge	53	1,54

PSE = Producer support estimate  
NPC = Nominal protection coefficient

Kilde: OECD (2014)

I både figur 5 og 6 ligger Danmark over tendenskurven, hvilket antyder, at vi har et relativt højt fødevarerprisniveau, selv om vi korrigerer for velfærdsforskelle. Danmark ligger ca. 8 og 10 pct.point over tendenskurven i de to figurer. Denne forskel er dog ikke større, end at den mere eller mindre kan forklares ved momsforskelle, jfr. figur 2 og boks 2.

Gennem de seneste to år er der en svag tendens i retning af, at det danske prisniveau bevæger sig i retning af EU-gennemsnittet.

### **Langsom og ufuldstændig pristransmission i værdikæden**

Der er både danske og internationale eksempler på, at pristransmissionen i værdikæden er asymmetrisk (d.v.s. prisspredningen fra landmand til forbruger er forsinket, har forskellige op- og nedgange m.m.), at der er betydelige lags, eller at prisudviklingen i de efterfølgende led i værdikæden er for stor i forhold til, hvad der umiddelbart kan forklares ud fra prisudviklingen i de foranliggende led, jfr. Hansen, H. O. (2012). Denne ufuldstændige pristransmission vil i mange tilfælde være udtryk for, at fødevarermarkederne er imperfekte - at markedet ikke fungerer fuldkomment eller optimalt. Der er her tale

om et fænomen, som optræder på vigtige nationale og internationale fødevarermarkeder.

Det er ofte forekommende i EU, at pristransmissionen i fødevarerækeden er forsinket, og der er således tale om et internationalt fænomen og ikke noget enkeltstående tilfælde i Danmark, jfr. også Hansen, H. O. (2012 + 2013).

Det er dog værd at bemærke, at detailprisstigningerne på brød i Danmark har været relativt høje - set i forhold til de øvrige EU-lande og under hensyn til landenes økonomiske udviklingsniveau. Også når man tager højde for de forskellige kornprisstigninger mellem EU-landene, er de danske brødpriisstigninger relativt store.

Når det gælder irreversibiliteten - forskellige prisstigninger og -fald - er der store forskelle fra land til land. I en række lande, herunder Danmark, er der ingen eller kun meget beskedne prislefald på forarbejdede kornprodukter efter kornprislefaldene.

Alt i alt kan denne langsomme og ufuldstændige pristransmission i værdikæden være med til at forklare kortere- eller længerevarende forskelle i fødevarerpriserne landene imellem.

### **En for koncentreret detailhandelsstruktur**

Den danske detailhandelsstruktur er relativt koncentreret, d.v.s., at der er relativt få men store detailhandelskæder.

På den ene side kan en koncentreret struktur være gavnlige for markedet, da det kan danne grundlag for udnyttelse af stor-driftsfordele og en bedre effektivitet.

På den anden side kan en koncentreret struktur skabe en ulige markedsmagtstruktur, som hindrer en fuldkommen konkurrence.

Tidligere analyser af den europæiske detailhandel har bl.a. konkluderet, at koncentrationen generelt er høj i de nordeuropæiske lande; Belgien, Danmark, Holland og Sverige (Dobson, 1999 og 2003).

Om - og i hvilket omfang - en koncentreret detailhandelsstruktur er med til at øge de danske fødevarerpriser er vanskeligt at vurdere uden at have konkret indsigt i prisfastsættelsen på markedet. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, som følger både fødevarerpriser og detailmarkedet tæt, vurderer dog, at der er en sammenhæng, jfr. boks 3.

### Boks 3. Detailhandel og konkurrence

Også hos Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen anfører kontorchef Søren Bo Rasmussen den manglende konkurrence på det danske fødevarermarked som en væsentlig årsag:

- Strukturer i den danske detailhandel gør, at konkurrencen ikke er så hård. Coop og Dansk Supermarked sidder på 75-80 pct. af alle supermarkeder, så det er ikke givet, at konkurrencen er så skarp i detailledet i Danmark, og den er heller ikke superskarp blandt bryggerierne, hvor der også er stor koncentration. I Tyskland er der større konkurrence i detailhandlen og større konkurrence om øl, og det får priserne ned, siger Søren Rasmussen. BT (2014)

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen anfører også, at produktiviteten i dagligvarehandlen er lavere end i flere andre lande. En lavere produktivitet i den danske dagligvarehandel kan i sidste ende føre til højere priser på danske dagligvarer (Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, 2012).

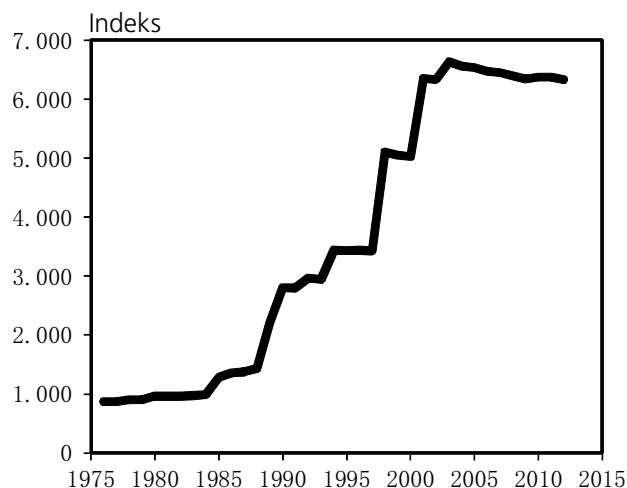
### Koncentration i producentledet

Hvis der er tale om en meget koncentreret producentstruktur med få meget store

fødevarer virksomheder, vil disse virksomheder kunne misbruge deres dominerende stilling ved at holde et relativt højt salgsprisniveau.

Der har gennem de senere år været fokus på netop koncentrationen i den danske fødevarerindustri, som har udviklet sig markant i retning af fusioner, opkøb og stigende markedsmagt. Som det ses af figur 7, er koncentrationen - her målt ved Herfindahl-Hirschmann Indekset (HHI-indekset) - steget markant

**Figur 7. Gennemsnitlig koncentrationsudvikling (HHI-indeks) i den danske agro- og fødevarerindustri, 1975-2012.**



Kilde: Egen fremstilling på grundlag af brancheoplysninger og årsregnskaber

HHI-indekset beregnes ved at tage summen af kvadraterne på de enkelte virksomheders markedsandel. Bl.a. USA's justitsministerium bruger dette indeks til at fastlægge omfanget af koncentrationen på et marked.

Gennemsnittet fås ved, at de enkelte sektors nøgletal sammenvejes ud fra deres respektive omsætning. Dermed får svineslagterier og mejerier en stor vægning og tilsvarende betydning for gennemsnitsværdierne.



#### **Boks 4. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens beregninger**

I en analyse fra 2012 konkluderer Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen bl.a.:

Priserne på dagligvarer i Danmark er ca. 4-6 pct. højere end gennemsnittet af syv EU-lande (Belgien, Danmark, Finland, Frankrig, Italien, Nederlandene og Tyskland), når der korrigeres for moms og afgifter, tages skønmæssig højde for den høje danske velstand samt at flere varer sælges på kampagne. Det giver en indikation af, at konkurrencen og effektiviteten i den danske dagligvarehandel eller i de erhverv, som producerer dagligvarer, ikke er på niveau med sammenlignelige europæiske lande.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2012)

Som det ses af figuren, har de seneste årtier været karakteriseret ved en endog meget stærk koncentrationsudvikling. De største virksomheder får en stadig stigende del af den samlede omsætning i markedet. Gennem de seneste år er udviklingen dog stagneret, og koncentrationsudviklingen er nu næsten konstant.

Denne udvikling kan både gavne og skade konkurrencen, og dermed også påvirke prisniveauet. På den ene side kan strukturudviklingen og koncentrationen i fødevarerindustrien skabe store og effektive virksomheder, som via stordriftsfordele kan sikre en god konkurrenceevne og dermed også konkurrencedygtige priser. På den anden side kan få store virksomheder – eller én stor virksomhed – misbruge sin dominerende stilling på markedet og opnå monopollignende fordele. Dette vil presse priserne op.

Den danske fødevarerindustri er generelt både koncentreret, meget internatio-

nalt orienteret og også i et vist omfang udsat for importkonkurrence. Da fødevarerindustrien samtidig står over for en relativt stærk og koncentreret detailhandel, er risikoen for, at fødevarerindustrien kan misbruge sin markedsposition, begrænset.

#### **Tilbudskultur**

Der er kommet en mere udbredt kultur med tilbud og kampagner i den danske dagligvarehandel. En tredjedel af alle varer sælges på kampagne i Danmark, mens det gennemsnitligt er ca. 20 pct. af alle varer, der sælges på kampagne i Tyskland, Italien, Sverige, Frankrig og Belgien.

Der er dermed en mulig fejlkilde, hvis man sammenligner „normalpriser“ fra land til land, hvilket er tilfældet ved Eurostats prismåling.

En undersøgelse udarbejdet af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, 2012) viser, at Eurostats prismåling for dagligvarer i Danmark skal korrigeres ned med ca. 1-3 procentpoint for at tage højde for, at flere varer i Danmark sælges på kampagne end i andre lande.

Den mere udbredte kultur med tilbud og kampagner kan dermed forklare en del af prisforskellen.

Tilbudskulturen kan også have en anden betydning, idet den er med til at fordyre markedsføringsomkostningerne for detailhandlen. Disse meromkostninger skal i sidste ende betales af forbrugerne i form af højere detailpriser.

#### **Forbud mod hypermarkeder i Danmark**

Den danske detailhandel er lovgivningsmæssigt reguleret, så man styrer butikkerne geografiske beliggenhed, størrelse og åbningstider. Planloven regulerer således,

hvor butikker må ligge, og hvor store de må være. Formålet med loven er at fremme et varieret butiksudbud i mindre og mellemstore byer samt i de enkelte bydele i de større byer og at sikre, at butikkerne har en placering med god tilgængelighed for alle trafikarter.

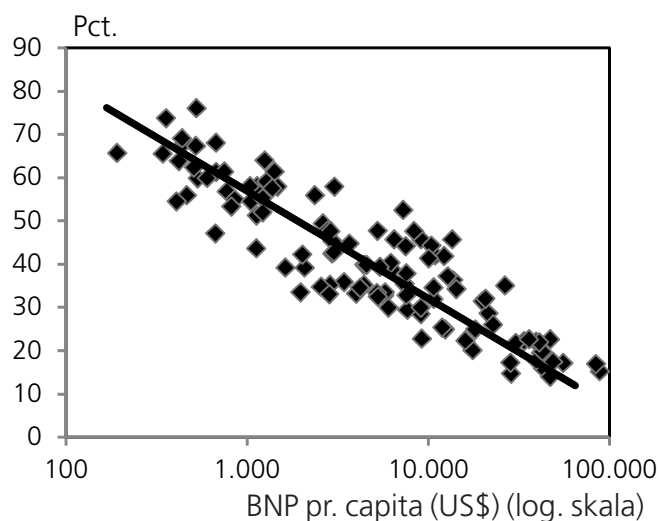
En analyse fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2012) vurderer, at en ændring af planloven, hvor der tillades flere hypermarkeder, vil kunne øge konkurrencen på markedet og bidrage til at reducere priserne.

Produktivitetskommissionen (2013) vurderer også, at den danske detailbranche er karakteriseret ved mange små butikker, og at planloven er en barriere for, at det ændrer sig. Kommissionen nåede også frem til, at den stramning af planloven, der fandt sted i 1997, koster danske forbrugere rundt regnet 2 mia. kr. om året i højere priser.

### **Fødevarer udgør en lille og faldende andel af forbruget**

Lande med høj velfærd bruger en relativt lille del af deres forbrug på fødevarer, og der er en klar korrelation mellem indkomstniveau og fødevarernes relative andel af forbruget, jfr. figur 8.

**Figur 8. Fødevarernes relative andel af de samlede forbrug som funktion af landenes økonomiske velstand**



Kilder: Egen fremstilling på grundlag af World Bank (2014), Seale, J.L. and A. Regmi (2006) og FAO (2014)

Fødevarernes faldende andel af forbruget ved økonomisk udvikling betyder, at omkostningsbelastningen bliver mindre mærkbar. Dermed kan forbrugernes pres på forbrugerpriserne blive reduceret.

### **Fødevareefterspørgslen er relativt prisuelastisk**

Flere empiriske undersøgelser viser, at fødevareefterspørgslen ikke er så prisfølsom i de rigeste lande, jfr. f.eks. Hansen, H. O. (2013). Det betyder, at der ikke er samme prispres i de højest udviklede lande. Det vil sige, at jo rigere landene bliver, desto mindre betydning får prisen for efterspørgslen. Andre parametre såsom kvalitet og convenience får en større rolle.

Denne tendens kan være med til at forklare, at fødevarepriserne er relativt høje i de rigeste lande.

## Danmark er et randområde

Danmark er et "randområde" i Europa, som ikke tiltrækker store internationale detailkæder, som kunne presse detailpriserne ned. Det er kendetegnende, at de helt store internationale detailkæder som Carrefour, Walmart, Tesco, som ellers ekspanderer kraftigt uden for landets grænser, ikke er kommet til Danmark.

Danmarks beskedne befolkningsunderlag, den relativt lille befolkningskoncentration, afstanden fra de store europæiske centre samt begrænsede muligheder for at udnytte stordriftsfordele i Danmark kan være vigtige forklaringer på dette.

## Konklusion

Det kan konkluderes, at fødevarepriserne i Danmark generelt er høje sammenlignet med niveauet i de andre vestlige lande og i EU. Prisforskelle kan opstå af flere økonomiske samt markeds- og produktmæssige årsager. Når vi korrigerer for velfærdsforskelle, ligger Danmark ca. 8-10 pct.point over et sammenligneligt gennemsnit. Denne forskel er dog ikke større, end at den mere eller mindre kan forklares ved forskelle i moms, afgifter, kvalitet, tilbudskultur og planlovgivning.

## Kilder

**BT (2014):** Lavere afgifter er det rene bluff: Sodavand vil stadig koste det halve i Tyskland <http://www.bt.dk/danmark/lavere-afgifter-er-det-rene-bluff-sodavand-vil-stadig-koste-det-halve-i-tyskland>

**Danmarks Statistik (2013):** Priseniveau indeks for fødevarer EU27=100 efter varegruppe og land <http://www.statistikbanken.dk/PPP1>

**Dobson, P. (1999):** Buyer Power and its Impact on Competition in the Food Retail Distribution Sector of The European Union. Prepared for the European Commission DG-VI. Dobson Consulting

**Dobson, P. (2003):** Retailer Buyer Power in European Markets: Lessons from Grocery Supply (Business School Research Series. Paper 2002:1)

**Eurostat (2014):** Purchasing power parities (PPPs), price level indices and real expenditures for ESA95 aggregates [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/purchasing\\_power\\_parities/data/database](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/purchasing_power_parities/data/database)

**FAO (2014):** FAOSTAT <http://faostat.fao.org>

**Folketinget (2012):** EU-oplysningen. Om, hvor mange EU-lande der har differentieret momssystem med lav moms på fødevarer [http://www.eu-oplysningen.dk/dokumenter/ft/paragraf\\_20/alle/20021761/](http://www.eu-oplysningen.dk/dokumenter/ft/paragraf_20/alle/20021761/)

**Fødevarestyrelsen (2014):** Pesticidrester i fødevarer 2012

**Hansen, Henning Otte (2012):** Pristransmission i fødevarekæden: Relationerne mellem forbrugerpriser og råvarepriser i landbruget. I: Tidsskrift for Landøkonomi. No 2/2012. 198. årgang. pp. 87-121.

**Hansen, Henning Otte (2013):** Food Economics - Industry and Markets. Routledge

**Konkurrencestyrelsen (2008):** Fødevarepriser. Oktober 2008

**Konkurrencestyrelsen (2009):** Fødevarepriser - Prisudviklingen på mælk, smør og brød Konkurrenceanalyse 02/2009

**Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2012):** Tilbudskultur i dagligvarehandlen  
Konkurrence- og Forbrugeranalyse 01  
<http://www.kfst.dk/~media/KFST/Publikationer/Dansk/2012/Tilbud%20i%20den%20danske%20dagligvarehandel%2031052012-%20analyse.pdf>

**OECD (2014):** Producer and Consumer Support Estimates database  
<http://www.oecd.org/agriculture/agricultural-policies/producerandconsumersupport-estimatesdatabase.htm>

**Produktivitetskommissionen (2013):** Planloven koster danskerne milliarder om året. I: Berlingske. 9. juni 2013. Ved Peter Birch Sørensen, Formand for Produktivitetskommissionen  
<http://www.b.dk/kommentarer/planloven-koster-danskerne-milliarder-om-aaret>

**Seale, J.L., Jr., and A. Regmi (2006):** "Modelling International Consumption Patterns." *Review of Income and Wealth*, Vol. 52, p. 603-624

**The Economist (2015):** The Big Mac index  
January 22nd 2015  
<http://www.economist.com/content/big-mac-index>

**World Bank (2014):** World Development Indicators.

# PRISDANNELSE PÅ MARKEDET FOR PELSSKIND

---

Henning Otte Hansen. Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

*Prisdannelsen på markedet for pelsskind er vigtig for aktørerne på markedet, men prismekanismerne, årsager og forklaringer er langt fra beskrevet eller kortlagt tilstrækkeligt.*

*Priserne på landbrugsvarer dannes ud fra udbud og efterspørgsel, men en række bagvedliggende faktorer påvirker udbuddet og efterspørgslen. Pelsskind adskiller sig på en række områder fra de øvrige landbrugsprodukter, og det påvirker markedsforholdene og dermed også prisdannelsen. Når man specifikt ser på prisstabiliteten på pelsskind, er det især karakteristisk, at der er tale om en stor og vedvarende prisstabilitet.*

*Prisdannelsen på pelsskind på de internationale markeder finder sted i et komplekst samspil mellem mange forskellige faktorer og under indflydelse af mange forhold; både markeds-mæssige, økonomiske og institutionelle. Komplexiteten i prisdannelsen kan illustreres ved at gruppere de forhold, der påvirker den langsigtede prisudvikling, i fem kategorier, nemlig udbud, efterspørgsel, usikkerheder, automatiske stabilisatorer og selvforstærkende forhold.*

*Empiriske data viser klare tegn på, at prisstigninger efterfølges af produktionsstigninger 2-3 år efter - og tilsvarende ved prisfald. Man kan tilsvarende se, at prisen falder, hvis der har været en periode med produktionsstigning. Bytteforholdet - forholdet mellem output- og inputpriser - i hhv. pels- og landbrugssektoren udvikler sig på langt sigt næsten ens og er faldet fra indeks 100 i 1995 til ca. indeks 25 i 2014.*

*Sammenhængen mellem de økonomiske konjunkturer og detailsalget af pelsskind er ganske tydelig. I de seneste ti år er der sket en markant ny markedsorientering i retning af afsætning på markeder med en høj økonomisk vækst, og dermed bliver påvirkningen og sårbarheden af generelt ændrede økonomiske konjunkturer mindre.*

## Teoretisk ramme

Markedsforholdene spiller en meget stor rolle for hele pelssektoren af flere årsager:

- Pelsmarkedet er frit og ubeskyttet - hvilket står i modsætning til de fleste andre landbrugsprodukter. Pelsdyrproducenternes indtjening kommer derfor næsten udelukkende via markedet.

- En meget stor andel af produktionen handles på internationale markeder. Eks-

portandelen er usædvanlig høj i mange produktionslande, især sammenlignet med andre landbrugsprodukter.

- Pelsmarkedet er meget volatilt i form af meget svingende priser, udbud og efterspørgsel over tid. Især de meget svingende priser skabt af ændringer i udbud og efterspørgsel er vigtige, da de kan være meget afgørende for sektorens indtjening og udviklingsmuligheder. Også når det gælder volatiliteten i prisudviklingen på rå pelsskind, er der tale om en usædvanlig situation set i forhold til den øvrige landbrugssektor.

Det er derfor vigtigt at få belyst markedsforholdene, så man i højere grad kan

Denne artikel har gennemgået ekstern anonym fagfælle-bedømmelse (peer review). Professor Niels Kærgård og redaktionsassistent Lars Jørgensen, begge fra Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi, har været ansvarlige for peer review-processen.

forstå de relevante markedsmekanismer, og så man i et vist omfang kan forudsige den fremtidige markedsudvikling. Dette er aktualiseret af de senere års først markante prisstigninger på pelsskind og derefter - fra slutningen af 2013 - endnu mere drastiske prisfald. Disse prisudsving påvirker i høj grad markedet og medfører en uheldig afledt turbulens.

Grundlæggende dannes prisen ud fra udbud og efterspørgsel, men en række bagvedliggende faktorer påvirker dette.

Markedet for landbrugsvarer er kendetegnet ved en række specielle forhold, herunder blandt andet fixed assets, pris- og udbudscyklusser, lags, lave indkomstelasticiteter, landbrugets trædemølle, faldende bytteforhold, irreversible udbudsfunktioner, lav individuel markedsmagt m.m., jfr. f.eks. Hansen, H. O. (2013).

Pelsskind, som også primært produceres på landbrug og derfor også må betragtes som et landbrugsprodukt, adskiller sig dog på en række områder fra de øvrige landbrugsprodukter, og det påvirker markedsforholdene og dermed også prisdannelsen. Blandt de væsentligste forskelle er, at pelsskind ikke er omfattet af EU's landbrugsstøtteordninger, og at dansk pelsskind via avlsarbejde og innovation får en væsentlig merpris i forhold til udenlandske skind. Der er således ikke tale om fuldt homogene produkter.

Pelsskind indgår i en lang og global værdikæde, og den internationale arbejdsdeling og specialisering er stor, modsat hvad der er gældende for de fleste andre landbrugsprodukter. Dertil kommer, at forædlingsgrad, differentiering, modeindhold m.m. er meget udviklet i netop pelssektoren.

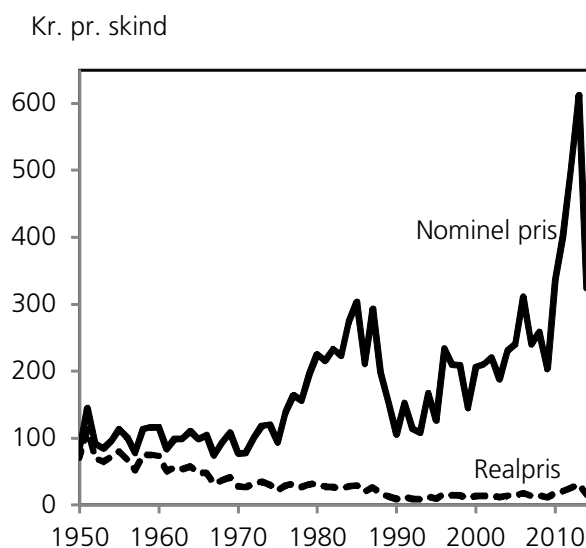
Prisdannelsen sker således ud fra et komplekst samspil af en række parametre, hvor nogle er landbrugsspecifikke, mens andre er mere generelle. For at forstå prisdannelsen er det vigtigt at få identificeret, struktureret og kvalificeret de væsentligste forhold, som påvirker prisdannelsen.

### Prisudviklingen på langt sigt

Den langtsigtede prisudvikling på pelsskind - og i vid udstrækning også andre landbrugsvarer - er på mange områder både speciel og karakteristisk. Det særlige ved prisudviklingen er, at det udvikler sig meget svagt - ofte mindre end inflationen - og at prisfluktuationerne er store.

Figur 1, som viser prisudviklingen på rå minkskind i Danmark gennem mere end 60 år, illustrerer disse forhold.

**Figur 1. Prisudvikling på rå minkskind, nominal pris og realpris, 1950-2014**



Anm. Årlige priser beregnet på grundlag af auktionspriser. Realpris er pris fratrukket inflation (forbrugerprisindeks)

Kilde: Egne beregninger på grundlag af København Fur (2015a+b) og Danmarks Statistik (2015)



Det er også karakteristisk, at der sjældent kan forventes længerevarende niveauskift i priserne: Prisstigninger bliver sædvanligvis efterfulgt af prisfald efter nogle år, og vi oplever heller ikke længerevarende perioder med meget lave priser. Det skyldes, at markedet - og her pelsdyrproducenterne - reagerer hurtigt på markedet og tilpasser produktionen til de aktuelle og forventede priser.

En prisstigning på 2-300 procent i en periode på mere end 60 år er meget lidt i betragtning af den tilsvarende inflationsudvikling i samfundet i samme periode. Der har således været tale om en betragtelig realprisnedgang på rå minkskind i perioden, jfr. figur 1.

### Prisudviklingen på kort sigt

Den kortsigtede prisudvikling på pelsskind er på mange områder bemærkelsesværdig og karakteristisk. Der kan være tale om betydelige udsving over tid, og i mange tilfælde vil priserne være afhængige af udbuddets størrelse. Også her er der i et vist omfang tale om, at prisudviklingen på minkskind svarer til prisudviklingen på andre landbrugsvarer.

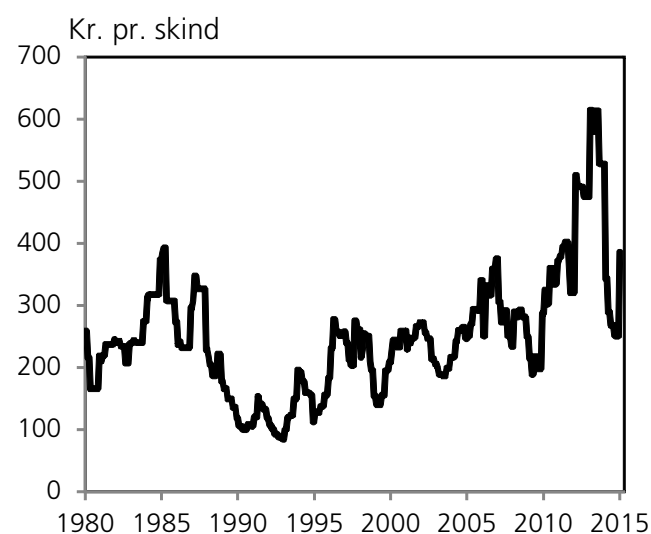
Der er dog undtagelser: For det første er markedet for pelsskind næsten helt frit og usubsidieret. For det andet er investeringerne på pelsdyrfarmene relativt begrænsede. For det trede er de lovgivningsmæssige rammer m.h.t. kvoter m.m. for at udvide pelsdyrproduktionen relativt gode. Det betyder alt sammen, at tilpasningen og tilpasningsevnen i pelsdyrproduktionen ofte er bedre end i husdyrproduktionen under ét.

Alle disse tre forhold bidrager til, at prisudsvingene på kort sigt kan være betydelige: Der er ingen markedsstøtte, som kan stabilisere markedet og priserne. Pelsdyr-

producenterne kan relativt hurtigt øge produktionen ved høje priser. Det betyder, at udbuddet kan ændres relativt hurtigt, og at udbudsændringer medfører prisændringer.

De faktiske priser på minkskind ved hver auktion hos København Fur i perioden 1980-2014 fremgår af figur 2.

**Figur 2. Priser på minkskind i Danmark: Gns. pris pr. auktion, 1980-2014**



Anm: Figuren indeholder månedspriser baseret på normalt fem auktioner pr. år. Det er antaget, at prisen ved en given auktion fortsætter frem til næste auktion.

Kilde: København Fur (2015b)

### Prisstabilitet og prisvolatilitet

Gennem de senere år har der været betydeligt fokus på landbrugsmarkedene og deres stabilitet, eller mangel på samme, verden over. De store prisstigninger og efterfølgende prisfald efter fødevarekrisen i 2007-2008 medførte en betydelig turbulens, og mange områder, som var direkte eller indirekte afhængige af landbrugs- og fødevaresektoren, blev påvirket.

Når man specifikt ser på prisstabiliteten på pelsskind, er det karakteristisk, at der er tale om en stor og vedvarende pris-

ustabilitet. Det fremgår således af tabel 1, som indeholder standardafvigelser (prisvolatilitet) på en række danske landbrugsvarer siden 1980.

**Tabel 1. Prisvolatilitet: Standardafvigelser (x 100) på landbrugspriser i Danmark, beregnet som ti-års gennemsnit**

	81-89	90-99	00-09	10-15
<u>Planteprodukter</u>				
Byg	4,9	5,2	10,8	20,2
Havre	11,9	11,1	10,9	23,4
Hvede	4,7	6,3	13,6	20,2
Kartofler	46,9	29,6	29,9	33,5
Engrapgræs	10,6	12,5	7,3	14,2
<u>Husdyrprodukter</u>				
Kvæg	2,6	3,5	6,3	4,3
Slagtekyllinger	4,3	3,0	5,6	7,2
Æg	8,8	6,7	6,0	5,4
Mælk	2,3	1,7	4,3	7,4
Slagtesvin	6,4	10,7	8,1	5,2
Smågrise	8,9	14,1	11,3	5,9
Minkskind	15,5	22,9	14,7	16,9

Anm: 2010-2015 er frem til og med januar 2015.

Anm: Prisvolatilitet er målt som standardafvigelsen over seneste 12 måneder på  $\text{LN}(\text{Pris}_t / \text{Pris}_{t-12})$ , hvor  $t$  = månedsgennemsnit.

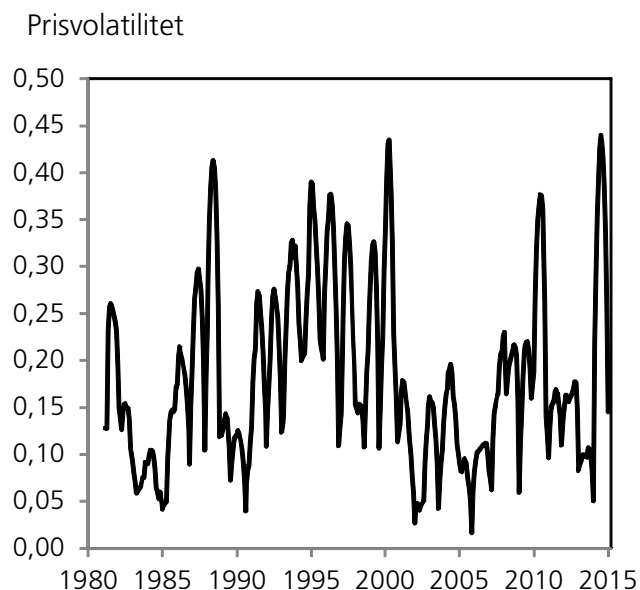
Kilde: Egne beregninger på grundlag af data fra Landbrug & Fødevarer (2015) og København Fur (2015b).

Tabellen viser, at planteprodukter generelt har den højeste prisvolatilitet. Det skyldes især, at klimaet som en vigtig faktor påvirker udbuddet fra år til år. Da efterspørgslen er relativt konstant og prisuelastisk, vil udbudsændringer medføre relativt store prisudsving. Prissvingninger som følge af spindelvævsfænomener er især kendt på kartoffelmarkederne.

Tabellen viser også, at der på korn- og mælkeområdet har været en kraftigt stigende volatilitet efter 2000. Når det gælder slagtesvin, er det modsatte gældende.

Minkskind har gennem alle perioder haft den største prisvolatilitet blandt alle husdyrprodukter. Der er imidlertid ikke tegn på nogen stigende prisvolatilitet, når det gælder minkskind - nærmere tværtimod. Siden 2000 har der været en relativ lav prisvolatilitet, hvilket fremgår af figur 3.

**Figur 3. Prisvolatilitet: Standardafvigelser på priser på minkskind i Danmark**



Anm: Prisvolatilitet er målt som standardafvigelsen over 12 måneder på  $\text{LN}(\text{Pris}_t / \text{Pris}_{t-12})$ , hvor  $t$  = månedsgennemsnit.

Kilde: Egne beregninger på grundlag af København Fur (2015b).

Ustabile, fluktuerende samt meget uforudsigelige priser og markedsforhold er generelt en betydelig ulempe af flere årsager:

For det første vil svingende priser gøre det vanskeligt at planlægge produktionen optimalt. Fra planlægningstidspunkt til salgstidspunkt kan der gå flere måneder eller år, og med meget svingende priser kan det afgørende ændre forudsætningerne for den planlagte produktion. Der er endvidere eksempler på, at det kan tage flere år for at få myndighedsgodkendt planer om nybygning eller udvidelse.

Prisvariationer, som ikke er et resultat af en ændret markedsbalance men mere et udtryk for spekulation eller træghed i tilpasningen, vil derfor medføre øget usikkerhed, og det øger risikoen for suboptimale beslutninger blandt producenter, mellemled, forbrugere og offentlige myndigheder.

For det andet kan ustabile priser også medføre, at landmænd og virksomheder må sprede risikoen, og dermed også aktiviteterne, på flere forskellige områder. Hvis priserne falder på ét område, kan man håbe på stigende priser på andre områder, og dermed kan man sprede risikoen. Det betyder imidlertid også, at man ikke kan opnå de fulde specialiserings- og stordriftsfordele.

Ustabile eller ændrede priser er ikke nødvendigvis kun en ulempe. Prisændringer kan været et udtryk for ændringer i efterspørgslen, og dermed er de ændrede priser et signal til udbyderne om at ændre produktionen.

Det kan også være en fordel for f.eks. pelsdyrproducenter, hvis pels- og foderprisen svinger parallelt. På den måde opnås et mere konstant bytteforhold, hvilket kan stabilisere indtjeningen.

### Udvikling i bytteforholdet

Forholdet mellem priserne på landbrugets salgsprodukter og driftsmidler - bytteforholdet - udvikler sig normalt negativt på langt sigt, jfr. f.eks. Hansen, H. O. (2001). Der er her tale om et globalt fænomen, som er et rammevilkår for landbrug verden over.

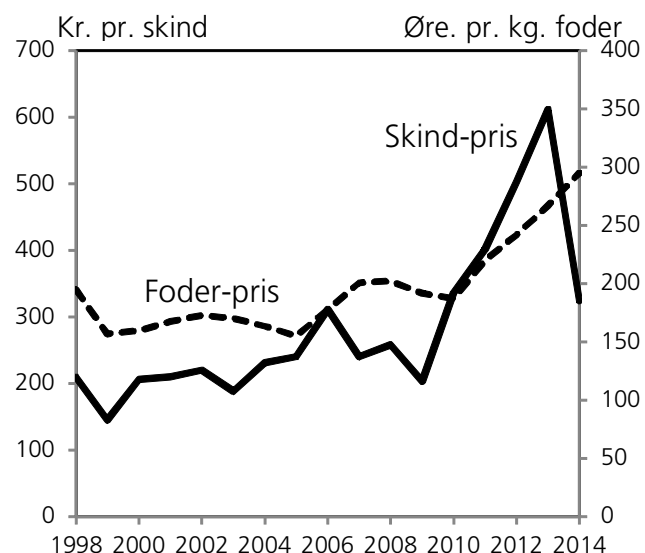
Det faldende bytteforhold ses i flere erhverv, men næppe i så udpræget grad som i landbruget.

Også i pelsdyr-sektoren er der en klar tendens i retning af et faldende bytteforhold, omend der ikke synes at være større

undersøgelser eller analyser af dette område.

Prisforholdet mellem skind og foder - som er en væsentlig del af bytteforholdet - er vigtigt for sektoren, idet foder er en væsentlig omkostning. Stigende foderomkostninger kan således i større eller mindre omfang eliminere en økonomisk fordel ved stigende skindpriser. Som det ses af figur 4, har prisforholdet mellem skind og minkfoder udviklet sig relativt gunstigt i perioden 1998-2014.

**Figur 4. Prisudvikling på skind og minkfoder**



Anm: Foderprisen er den årlige gennemsnitlige salgspris på minkfoder fra Fodercentralen for Holstebro og Omegn. 2014: Foreløbige tal.

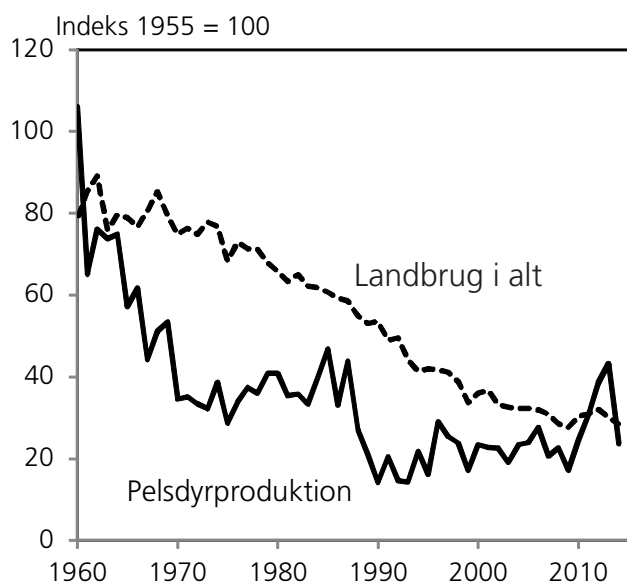
Kilde: København Fur (2015b) og Fodercentralen for Holstebro og Omegn (flere årgange).

Figuren viser således en relativt positiv udvikling i perioden. Foderpriserne har været forholdsvis konstante, mens prisen på skind - især i perioden 2010-2013 - er steget betydeligt mere.

Hvis man inddrager flere omkostninger, får man et mere præcist og mere dækkende billede af bytteforholdsudviklingen. I det følgende er der inddraget foder-, ka-

pital- og lønomkostninger i en vægtning, som svarer til deres andele af de samlede omkostninger i regnskabsresultater for danske pelsdyrproducenter. Udviklingen fremgår af figur 5.

**Figur 5. Bytteforhold for den danske pelsdyrproduktion og for landbruget i alt, 1955-2014**



Anm: Bytteforholdet for pelsdyrproduktionen er beregnet som forholdet mellem hhv. skindpriser og foder-, kapital- og lønomkostninger. Foderpriser er estimeret ud fra observerede salgpriser i perioden 1992-2014 samt på grundlag af priser på industrifisk og fiskemel i perioden 1955-2014.

Vægtningen af de forskellige faktorpriser er sket på grundlag af regnskabsstatistikker for pelsdyrproduktionen.

2014: Foreløbige tal.

Kilde: Egne beregninger på grundlag af København Fur (2015a+b) og Fodercentralen for Holstebro og Omegn (flere årgange), Danmarks Statistik (2015) og Natur-Erhvervstyrelsen (flere årgange).

Figur 5 viser udviklingen i dels hele landbrugets dels pelsdyrsektorens bytteforhold i hele perioden 1955-2014.

Det er interessant at se, at udviklingen over hele perioden er næsten ens: Både

landbruget i alt og pelsdyrsektoren har et bytteforhold, som er faldet fra indeks 100 i 1995 til ca. indeks 25 i 2014. Det vil sige, at omkostningerne (prisen på indsatsfaktorerne) er steget fire gange mere end salgpriserne.

Det vedvarende forringede bytteforhold i pelsdyrproduktionen har væsentlige konsekvenser:

Hvis man intet foretager sig for at forebygge det faldende bytteforhold, vil omkostningerne hurtigt overstige indtægterne. For at undgå et indkomsttab er pelsdyrproducenterne derfor nødt til at øge effektiviteten. Dette kan ske ved at rationalisere, således at der produceres mere med de samme eller med færre ressourcer. Der er således en meget tæt sammenhæng mellem udviklingen i bytteforholdet og produktiviteten.

### Udbudsforhold

Landbrugets udbud er ofte ustabil set i forhold til andre erhvervs udbud. En væsentlig forklaring er i sagens natur, at landbrugsproduktionen er biologisk betinget og dermed afhængig af klima og andre naturforhold. Landbrugets udbudsforhold er dermed kilde til en væsentlig usikkerhed i hele sektoren.

Når man analyserer landbrugets udbudsforhold, taler man ofte om fire forskellige former for variationer:

1. Cykliske bevægelser.
2. Tilfældige bevægelser.
3. Sæsonbevægelser.
4. Kort- og langtidstendenser.

Når det gælder udbuddet af pelsskind, er især de cykliske bevægelser et velkendt fænomen. Den primære årsag til de cykliske variationer er, at produktionens størrel-

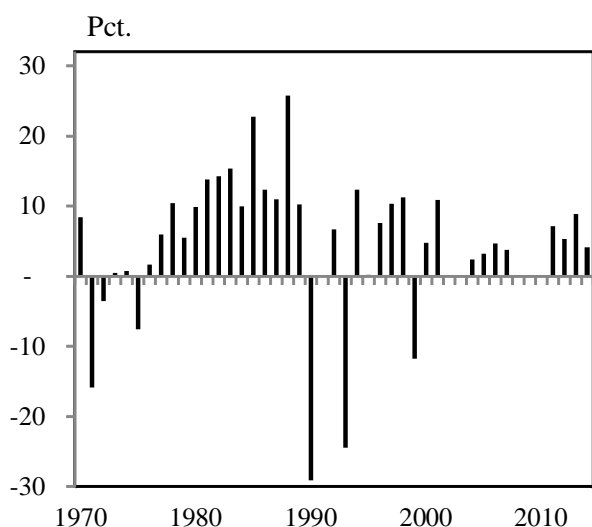
se i mange tilfælde følger et bestemt forløb m.h.t. priser, udbud og efterspørgsel, jfr. det mønster, som spindelvævsteorien fastlægger.

Spindelvævsteorien blev udformet i 1930'erne (jfr. Ezekiel, M., 1938), og har vist sig særdeles velegnet til at forklare de regelmæssige svingninger for mange landbrugsvarer. Spindelvævsteorien bygger på en række forudsætninger, herunder antagelsen om at der ikke eksisterer lagre. Denne forudsætning er således ikke fuldt opfyldt, når det gælder pelsmarkedet.

Produktionen og udbuddet af pelsskind er relativt ustabil i forhold til andre animalske husdyrprodukter. Der har været flere år, hvor produktionen af pelsskind er faldet med 20-30 pct., og der har også været år med betydelige stigninger, hvilket man ikke har set inden for andre husdyrgrene i dansk landbrug.

Der er dog tegn på, at de årlige udsving i produktion og udbud af pelsskind er aftagende, jfr. figur 6.

**Figur 6. Årlige procentvise ændringer i den danske produktion af minkskind, 1970-2014**



Anm: 2014: Foreløbige tal

Kilde: Egne beregninger på grundlag af Kopenhagen Fur (2015a+b)

Den faldende variation i produktionen kan have flere forklaringer: For det første har der i de senere år været en faldende prisvolatilitet (som vist tidligere), og det vil helt naturlig også medføre en roligere udvikling i produktionen.

For det andet bliver pelsdyrproduktionen stadig mere specialiseret, og det nødvendiggør mere viden og flere specifikke investeringer. Når først disse investeringer er foretaget, er det sværere at „skrue ned“ for produktionen. Når pelsdyrproducenterne har investeret de nødvendige store beløb i nyt produktionsanlæg, bliver de faste omkostninger store, og derfor vil produktionen fortsætte uforandret i længere tid, selv om skindpriserne falder.

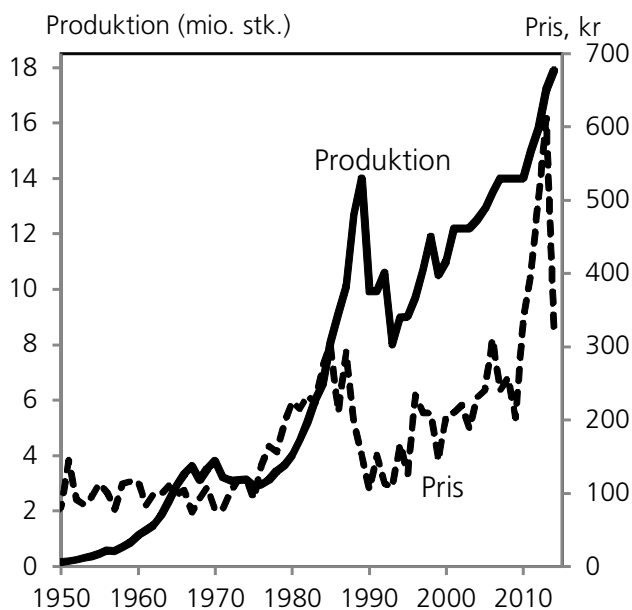
### Pris- og udbudsudvikling

Det er kendetegnende for pelsmarkederne, at der ofte er tale om ret markante og systematiske udsving i priser og udbud: Efter et år med høje priser vil man i de følgende perioder opleve et stigende udbud. Dette stigende udbud får imidlertid priserne til at falde ret hurtigt, hvilket igen får betydning for udbuddet på lidt længere sigt.

Disse modsatrettede udsving i priser og udbud ses af figur 7 og 8.



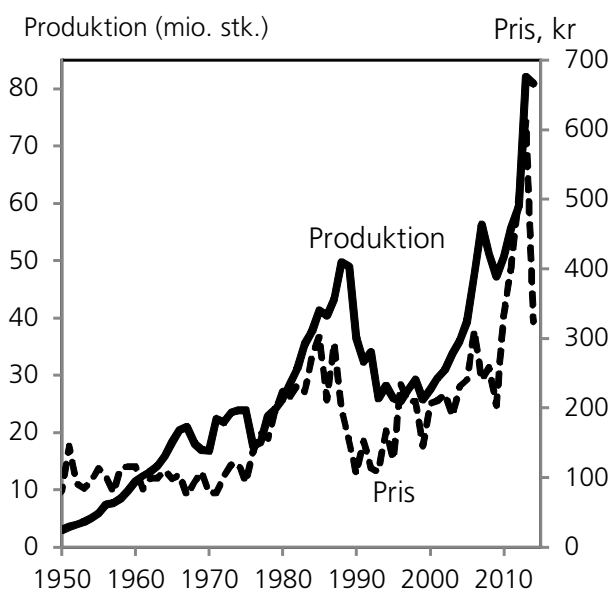
**Figur 7. Produktion af minkskind (Danmark) og pris på minkskind i Danmark, 1950-2014**



Anm: 2014: Foreløbige tal

Kilde: Egne beregninger på grundlag af København Fur (2015ba+) og Danmarks Statistik (2015)

**Figur 8. Produktion af minkskind (hele verden) og pris på minkskind i Danmark, 1950-2014**



Anm: 2014: Foreløbige tal

Kilde: Egne beregninger på grundlag af København Fur (2015a+b) og Danmarks Statistik (2015)

Som figurerne viser, er der klare tegn på, at prisstigninger efterfølges af produktionsstigninger 2-3 år efter - og tilsvarende ved prisfald. Man kan tilsvarende se, at prisen falder, hvis der har været en periode med produktionsstigning.

Man er derfor i vid udstrækning i stand til at forklare og forudsige både priser og udbud, dog med en vis tidsforskydelse. En tidsforskydelse kan forklares med en produktionstilpasning og forventningsdannelse hos minkproducenter. Det kan således bevises, at der er en klar pris-udbudsmekanisme, hvor udbuddet reagerer med en reaktionstid på 2-3 år, mens pristilpasningen sker inden for et år.

Økonometriske analyser af udbuddets tilpasning til priserne både i Danmark og globalt viser også en meget klar korrelation mellem udbud og priser - med visse lags, jfr. Hansen, H. O. (2015). Det ses her, at udbuddet reagerer relativt svagt på kort sigt men stærkt på langt sigt.

Ud fra figur 7 og 8 kan det også beregnes, at den danske produktion af minkskind har udgjort 20-40 pct. af verdensproduktionen. Det betyder, at væsentlige ændringer i den danske produktion vil påvirke verdens samlede udbud og dermed også de internationale priser.

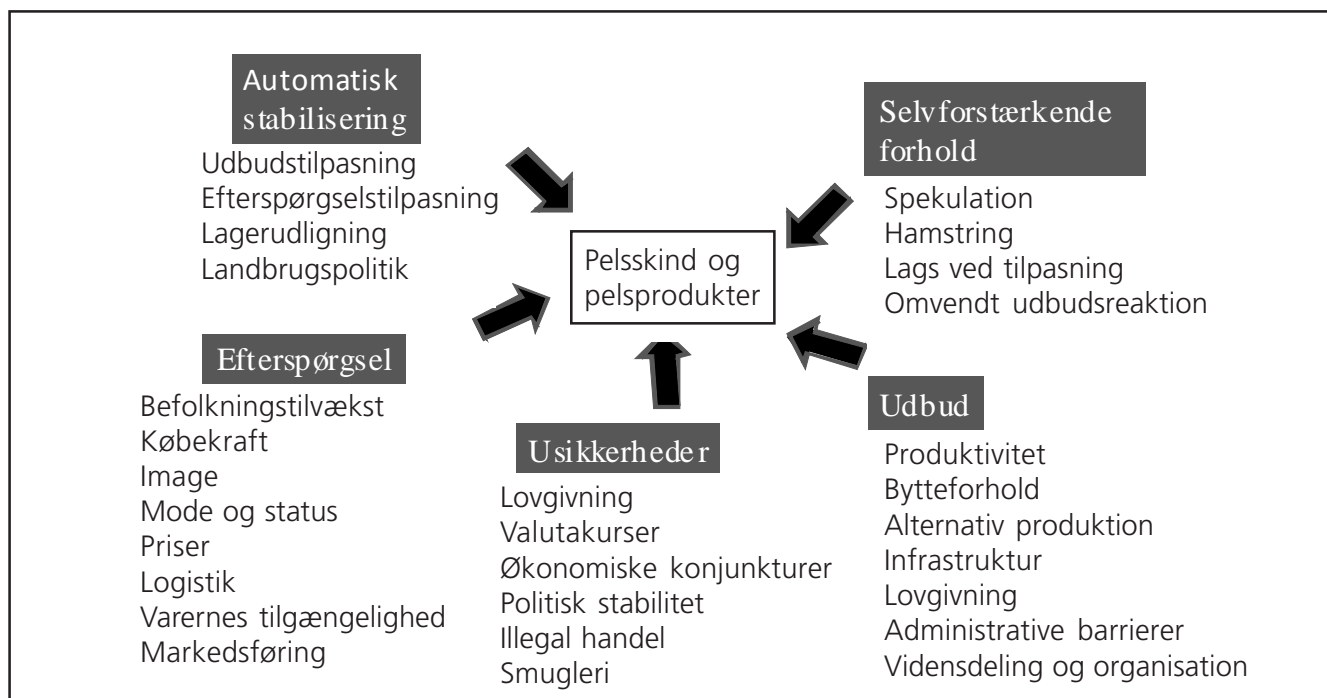
### Hvad bestemmer priserne på pelsskind?

Det er tit vanskeligt at forklare og forudsige priserne på landbrugsvarer. Det skyldes ikke mindst, at prisdannelsen er meget kompleks, og at mange forskellige forhold påvirker priserne. Dertil kommer, at mange tilfældige og helt uforudsigelige forhold spiller ind.

For at få en bedre forståelse af kompleksiteten i prisdannelsen kan man gruppere de forhold, der påvirker den langsigtede prisudvikling, i fem kategorier, nem-



**Figur 9. Drivkræfter bag udviklingen i internationale priser på pelsskind og pelsprodukter**



Kilde: Egen fremstilling

lig udbud, efterspørgsel, usikkerheder, automatiske stabilisatorer og selvforstærkende forhold. Indholdet i de fem grupper fremgår af figur 9.

#### Efterspørgslen

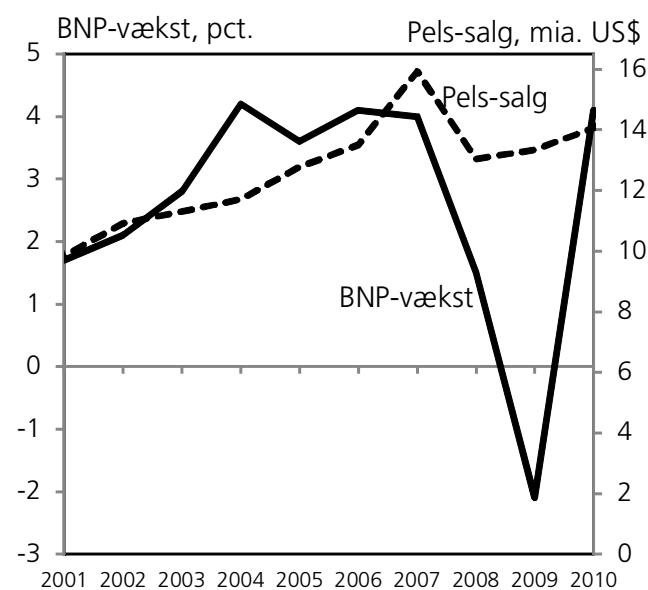
Stigende efterspørgsel vil alt andet lige få priserne til at stige.

Der er flere forhold, som kan stimulere efterspørgslen: For det første vil en stigende befolkning alt andet lige øge efterspørgslen. Da pelsprodukter primært efterspørges af højindkomstgrupper, vil især en vækst i disse befolkningsgrupper være væsentlig. Generelt vil stigende købekraft og gode økonomiske konjunkturer øge efterspørgslen.

Sammenhængen mellem de økonomiske konjunkturer og detailsalget af pelsskind er ganske tydelig både på globalt plan og for enkelt-lande. Som det ses af figur 10 og 11, varierer detailsalget af pelsskind i

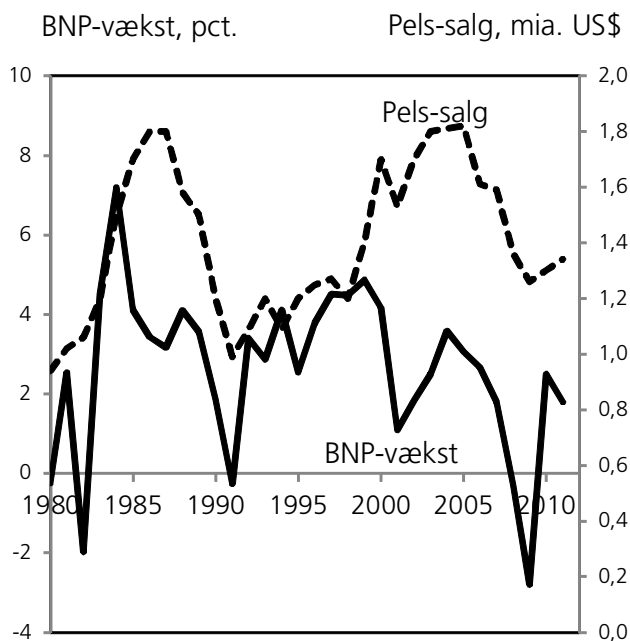
takt med konjunkturerne, her illustreret med BNP-væksten

**Figur 10. De økonomiske konjunkturer og verdens samlede detailsalg af pelsskind, 2001-2010**



Kilde: Egen fremstilling på grundlag af World Bank (2014) og Fur Commission (2011)

**Figur 11. De økonomiske konjunkturer og detailsalg af pelsskind, 1980-2011: USA**



Kilde: Egen fremstilling på grundlag af World Bank (2014) og FICA (2014)

For hele verden under ét (figur10) kan det ses, at det samlede detailsalg af pelsskind faldt fra 15,9 mia. US\$ til 13 mia. US\$ (ca. 18 pct.) fra 2007 til 2008 - sammenfaldende med finanskrisens start.

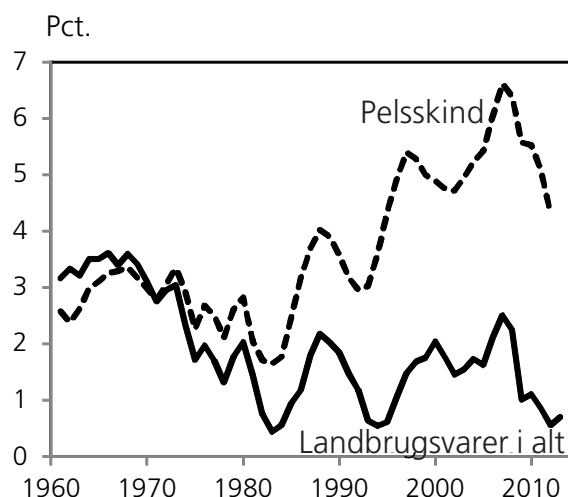
For USA's vedkommende (figur11) ses det, at pelsdetailsalget følger BNP-vækstens op- og nedture. Under perioden med faldende eller lav vækst i USA efter midten af 1980'erne, faldt USA's detailsalg med pelsskind med 33 pct. Det viser, hvor indkomst- og konjunkturfølsomt pelssalget er.

Når det gælder afsætningen af rå pelsskind, er det karakteristisk, at der det seneste tiår er sket en markant ny markedsorientering i retning af afsætning på markeder med en høj økonomisk vækst. Med mindre fokus på europæiske markeder og mere fokus på især Kina er afsætningen i høj grad flyttet til højvækstmarkeder. Når afsætningen sker til markeder med næsten konstant høj økonomisk vækst, bliver

påvirkningen og sårbarheden af generelt ændrede økonomiske konjunkturer mindre.

Udviklingen i den økonomiske vækst i importlande for hhv. rå pelsskind og landbrugsvarer i alt fremgår af figur 12.

**Figur 12. Økonomisk vækst i importlande for hhv. pelsskind og landbrugsvarer i alt**



Anm. Økonomisk vækst = Årlig ændring i pct. i BNP pr. capita i alle importlande. Vejet gennemsnit i løbende fem år.

Kilde: Egen fremstilling på grundlag af FAO (2014) og UN (2014)

Som figur 12 viser, er den økonomiske vækst på de to markedsområder gået i hver sin retning i de seneste årtier: Mens den økonomiske vækst på markederne for landbrugsvarer har været relativt lav (0-2 pct. om året), har den været relativt høj og stigende (3-6 pct om året) på markederne for rå pelsskind. Den relativt høje økonomiske vækst på markederne for pelsskind har haft en positiv effekt på efterspørgslen.

Også stigende indkomstspredning og større økonomisk ulighed kan fremme efterspørgslen.

Prisen er også vigtig for efterspørgslen. Jo lavere pris, desto højere efterspørgsel. Sammenhængen mellem efterspørgsel og pris er tovejs: Prisen påvirker efterspørgslen, og efterspørgslen påvirker prisen.

Der er også en række ikke-økonomiske forhold, som kan påvirke efterspørgslen og dermed også prisen på pelsskind og pelsprodukter. Moden kan gavne - eller begrænse - efterspørgslen efter pelsskind, men også image har en mulig påvirkning.

Efterspørgslen vil også stige, hvis køberne har en god markedsadgang. Hvis man f.eks. sikrer indkøbere et stort og varieret udbud, et transparent marked, god logistik, gennemskuelige betalingsvilkår m.m., vil det alt andet lige gøre det mere attraktivt at købe pelsskind - og dermed er indkøberne villige til at betale en højere pris.

#### *Udbud*

På udbudssiden er der også en række forhold, som kan påvirke priserne. På både de nationale og internationale markeder for pelsskind fungerer prismekanismen relativt godt: Når udbuddet stiger, vil priserne - med en større eller mindre forsinkelse - falde. Det omvendte vil i sagens natur være tilfældet, når udbuddet falder.

Stigende produktivitet kan også være med til at påvirke markedspriserne: Når produktivitetsstigninger gør det muligt at producere pelsskindene billigere, vil det på kortere eller længere sigt medføre udbudsstigning og dermed prisfald.

Ofte er det vigtigere at se på effekterne på input-output-priserne - bytteforholdet - og ikke bare på salgspriserne. Stigende omkostninger til f.eks. foder til pelsdyrene medfører et forringet bytteforhold, og det vil på kortere eller længere sigt påvirke udbuddet og dermed også markedspriserne på pelsskind.

På samme måde vil også indtjeningen i andre landbrugsgrene påvirke priserne på pelsskind: Hvis det bliver mere attraktivt at producere f.eks. slagtesvin, vil svineproduktionen tiltrække flere ressourcer - investeringer og arbejdskraft - og dermed vil udbuddet af pelsskind blive påvirket negativt, hvorved priserne på pelsskind vil stige.

Også på udbudssiden gælder det, at visse ikke-økonomiske forhold påvirker udbuddet og dermed også markedet og priserne. Lovgivning, administrative regler m.m. kan forhindre eller forsinke investeringer, som ellers kunne resultere i et stigende udbud.

#### *Usikkerheder*

Der er en række risici og usikkerheder, som kan påvirke de internationale landbrugsmarkeder og dermed også priserne på pelsskind. Det er ofte svært at tage højde for disse forhold, og derfor er det uundgåeligt, at de også medfører svingende priser.

De økonomiske konjunkturer har en væsentlig betydning - som det er vist i det foregående - men der er i sagens natur en del usikkerhed og uforudsigelighed knyttet til den fremtidige konjunkturudvikling.

En anden usikkerhed er valutakursudviklingen. Omkring 90 pct. af de danske pelsskind bliver afsat til lande uden for euro-området og dermed til lande, som har mere eller mindre flydende valutaer i forhold til den danske krone. Dermed er pelssektoren den sektor i dansk landbrug, som umiddelbart er mest eksponeret over for valutakursændringer.

Hvis f.eks. den danske krone bliver styrket med 10 pct., vil værdien af de danske pelsskind omregnet til fremmed valuta stige tilsvarende. En ensidig stigning i de danske priser på pelsskind vil ikke være mulig

på et meget konkurrencepræget internationalt marked, og derfor må priserne tilpasse sig de ændrede valutakurser. Afhængig af faktureringsvaluta, valutakurs-af-dækning, følsomhed over for valutakurs-ændringer m.m. vil det derfor betyde, at de danske priser afregnet i kroner vil falde. På kort sigt kan det således være en ulempe med en stærkere valuta, men på længere sigt kan det være en fordel på grund af billigere importerede råvarer, lavere rente m.m.

Ved at undersøge regnskaber og økonomiske analyser fra danske agro- og fødevarevirksomheder kan det ses, at valutakursudviklingen spiller en stor rolle for konjunkturer, indtjening og internationale konkurrenceevne jfr. f.eks. Hansen, H. O. (2010). I flere tilfælde er det også muligt at se, at eksport af et givet landbrugsprodukt varierer i takt med valutakursudviklingen, jfr. f.eks. Hansen, H. O. (1993).

Når det gælder markedsf forhold og herunder valutakursudviklingens påvirkninger, adskiller pelssektoren sig dog på flere områder fra de andre landbrugssektorer: Danske pelsskind dominerer i et vist omfang de internationale markeder, og pelsskind bliver på auktionerne i København Fur umiddelbart prisfastsat i danske kroner. Alligevel er det givet, at valutakursændringer påvirker prisforholdene og den internationale konkurrenceevne på kort sigt.

En anden væsentlig usikkerhed skyldes svindel ved import af minkskind til Kina. I branchen har det i mange år været kendt, at der blev sendt skind ulovligt over grænsen fra Hong Kong til Kina (Berlingske Business, 2014). På den måde har man kunnet undgå at betale den højere kinesiske importtold. Der er i de seneste år blevet grebet hårdt ind over for denne illegale handel. Endvidere har de kinesiske myndighe-

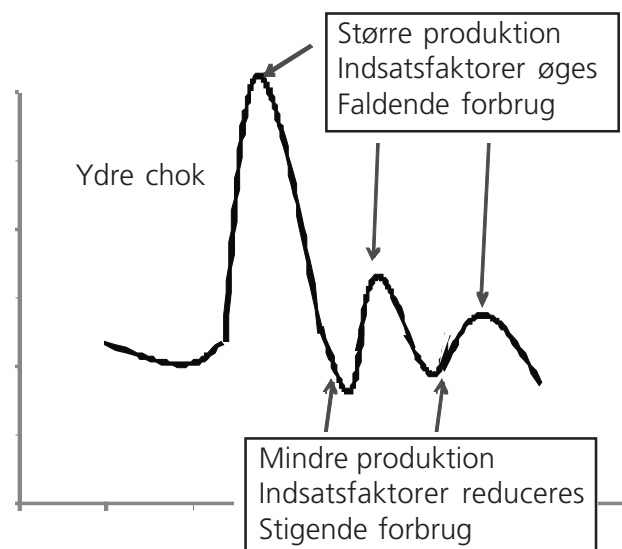
der sendt observatører til auktionerne i København Fur, hvilket har gjort andre kinesiske indkøbere nervøse. Resultatet blev bl.a. færre kinesere til auktionerne i København, hvilket påvirkede efterspørgslen (Berlingske Business, 2014).

### Automatisk stabilisering

I en markedsøkonomi - og herunder også på pelsmarkedet - er der en række automatiske stabilisatorer, som sikrer, at markedet automatisk søger at nå en ligevægt eller markedsbalance. Hvis der f.eks. er en situation med et lavt udbud af pelsskind, vil priserne stige, og det vil få pelsdyrproducenterne til at øge produktionen via mere intensiv drift, større kapacitetsudnyttelse, kapacitetsudvidelse m.m. Samtidig vil efterspørgslen mindskes p.g.a. de højere priser, og både udbuds- og efterspørgselsreaktionen vil være med til at sikre en ny ligevægt på markedet - indtil der evt. kommer en ny påvirkning udefra.

Denne automatiske stabilisering er illustreret i figur 13.

**Figur 13. Automatisk markedsstabilisering efter et ydre chok.**



Kilde: Egen fremstilling

Det ydre chok kan være sygdomsudbrud, en ny stor efterspørger på markedet, spekulation eller andet, som får priserne til at stige. Den markante udbygning af den kinesiske pelsdetailhandel gennem de senere år er et eksempel på et chok, som har øget efterspørgslen betydeligt. Der kommer derefter en reaktion i form af stigende udbud og faldende efterspørgsel, som før eller siden får priserne til at falde igen.

Det kan også i praksis ses, at markedet automatisk stabiliserer sig. Pelsfarmerne vil tilpasse produktionen til priserne, og dermed vil priser, udbud og efterspørgsel nærme sig et ligevægtspunkt - indtil en ny ydre uro opstår.

#### *Selvforstærkende forhold*

Der er imidlertid også nogle forhold, som virker lige modsat den automatiske stabilisering: Der findes nogle selvforstærkende forhold, som "gør ondt værre", og som gør, at markedet kan komme ind i en ond cirkel.

For eksempel kan begyndende prisstigninger sammen med uro på markedet og rygter om yderligere prisstigninger få købere og forbrugere til at hamstre af frygt for en mangelsituation. Stigende priser kan dermed på kort sigt forøge efterspørgslen. Denne form for panik er således selvforstærkende.

På tilsvarende måde kan sådanne begyndende prisstigninger animere nogen til at spekulere i tro på, at der blot er tale om en begyndende prisstigning. Denne form for spekulation kan også være selvforstærkende.

Det spiller en vis rolle for markedet for pelsskind, at man kan oplagre skindene fra auktion til auktion og fra år til år. Modsat visse andre landbrugsprodukter, hvor det teknisk og økonomisk er vanskeligt lagre

over en længere periode, kan pelsskind nemmere opbevares, og det kan være med til at udjævne udbuddet og dermed også priserne. Netop auktionssalgsformen kan gøre det fordelagtigt at trække skind ud af markedet og overføre dem til senere auktioner, såfremt der ikke er en tilstrækkelig og øjeblikkelig efterspørgsel efter et givet parti. Man kan således konstatere, at det langt fra er 100 pct. af de udbudte skind på de udenlandske auktionshuse, der bliver solgt på den pågældende auktion.

Oplagring fra år til år kan også finde sted (ofte på frostlager), og det sker typisk for at undgå store prisfald ved at reducere udbuddet. Der er således også eksempler på længerevarende oplagring af pelsskind for at stabilisere markedet og priserne.

Danske Pels Auktioner, som senere ændrede navn til København Fur, gjorde brug af oplagringsinstrumentet i en periode i 1990'erne. Man opgav efterfølgende denne praksis, dels fordi det var vanskeligt at organisere, dels fordi de opbyggede lagre påvirkede prisen efterfølgende: Når køberne kendte til lagrenes eksistens, kunne de se, at udbuddet kunne stige ved at reducere lagrene, og derfor lagde det et låg på prisudviklingen. Samme fænomen ses på de internationale kornmarkeder, hvor der er en klar sammenhæng mellem lagrenes størrelse og markedsprisen, jfr. Hansen, H. O. (2013). København Fur har således i de seneste år undgået lageropbygning fra år til år.

#### *Komplekst samspil*

Prisdannelsen på pelsskind på de internationale markeder finder sted i et komplekst samspil mellem mange forskellige faktorer og under indflydelse af mange forhold - markeds-mæssige, økonomiske og insti-



tutionelle. Dertil kommer, at mange forhold er svære at forudsige og i vid udstrækning ikke kan påvirkes. Dermed er både pelsdyrproducenter og købere og sælgere af pelsskind udsat for betydelig markedssikkerhed.

Med den internationale liberalisering af verdenshandlen og den stigende globalisering får markedskræfterne større betydning, og det bliver sværere for de enkelte lande og for de enkelte markedsaktører at styre udviklingen.

## Kilder

**Berlinske Business (2014):** Ulovligheder har været kendt længe  
<http://www.business.dk/detailhandel/ulovligheder-har-vaeret-kendt-laenge>

**Danmarks Statistik (2015):** Statistikbanken  
[www.statistikbanken.dk](http://www.statistikbanken.dk)

**Ezekiel, M. (1938):** The Cobweb Theorem. I: Quarterly Journal of Economics

**FAO (2014):** FAOSTAT  
<http://www.fao.org/>

**Fur Commission (2011):** More Evidence of Increasing Fur Sales  
<http://old.furcommission.com/news/newsF12j.htm>

**FICA (2014):** FICA Facts. Fur Information Council of America.  
<http://www.fur.org/fica-facts/>

**Fodercentralen for Holstebro og Omegn (flere årgange):** Årsregnskab

**Hansen, Henning Otte (1993):** Dansk landbrugs placering i samfundet. Jordbrugsforlaget. 224 p.

**Hansen, Henning Otte (2001):** Landbrug i et moderne samfund. Handelshøjskolens Forlag. 438 p + XXVIII

**Hansen, Henning Otte (2010):** "Agro- og fødevarerindustriens konjunkturer". I: Landbrugs Økonomi 2009. pp. 55-86. Fødevarerøkonomisk Institut

**Hansen, Henning Otte (2013):** Food Economics - Industry and Markets. Routledge

**Henning Otte Hansen (2014):** The global fur industry: Trends, Globalization and Specialization. I: Journal of Agricultural Science and Technology. Vol 4, Number 7, July 2014. (serial Number 39). pp. 543-551

**Hansen, Henning Otte (2015):** Den danske pelssektor - Struktur, konkurrenceevne og internationale placering. Handelshøjskolens Forlag. Under publicering

**Kopenhagen Fur (2015a):**  
[www.kopenhagenfur.com](http://www.kopenhagenfur.com)

**Kopenhagen Fur (2015b):** Interne statistikker, data-uddrag m.m. udarbejdet af Jesper Clausen

**Landbrug & Fødevarer (2015):** Månedspriiser. Elektronisk prisstatistik

**NaturErhvervstyrelsen (flere årgange):** Fiskeristatistisk Årbog

**UN (2014):** COMTRADE  
<http://comtrade.un.org/db/>

**World Bank (2014):** World Bank Indicators