

SLUTRAPPORT

Plantefondsprojekt [2025-2026]

SVBL

Sundt valg, bæredygtigt liv: Plantebaserede skatte
i dit Supermarked



7. JULI 2025

Af Karsten Nielsen
Food from Denmark A/S



FONDEN FOR
PLANTEBASEREDE
FØDEVARER

Fonden for Plantebaserede Fødevarer

Projektet, som er beskrevet i denne rapport, er støttet af Fonden for Plantebaserede Fødevarer, Plantefonden, som er en erhvervsstøtteordning under Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri.

Plantefonden giver tilskud til projekter, der understøtter udviklingen af sektoren for plantebaserede fødevarer, og programmet dækker hele værdikæden fra primærproduktion til forarbejdningsindustri og afsætningsled.

Det er Plantefondens ministerudpegede bestyrelse, som beslutter, hvilke projekter der skal modtage tilskud. Bestyrelsen betjenes af Plantefondssekretariatet i Landbrugs- og Fiskeristyrelsen.

Plantefondssekretariatet i Landbrugs- og Fiskeristyrelsen

Nyropsgade 30, 1780 København V

Augustenborg Slot 3, 6440 Augustenborg | Tlf.+45 72 18 56 00

Mail: plantefonden@lfst.dk

Web: www.plantefonden.dk

Denne slutrapport er godkendt af Plantefonden, men det er alene rapportens forfatter/projektlederen, som er ansvarlige for indholdet. Rapporten må citeres med kildeangivelse.

SLUTRAPPORT

SVBL

Sundt valg, bæredygtigt liv: Plantebaserede skatte i dit Supermarked

FAKTA OM PROJEKTET

Projektet blev gennemført af Food from Denmark i perioden fra 1. januar 2025 til 30. juni 2026. Projektet havde til formål at styrke den internationale efterspørgsel efter danske plantebaserede fødevarer gennem etableringen af en særlig plantelounge på PLMA-messen i Amsterdam, Europas største messe for private label-produkter.

Projektet samlede 40 danske plantefødevarer virksomheder, som fik mulighed for at præsentere deres produkter over for internationale indkøbere fra detailhandel og foodservice. Planteloungen kombinerede produktudstilling, smagsoplevelser og storytelling i et innovativt messekoncept, der skabte synlighed og dialog mellem producenter og internationale beslutningstagere.

Projektet blev gennemført med succes på PLMA-messen i både 2025 og 2026 og bidrog til at styrke kendskabet til danske planteprodukter på eksportmarkederne.

FORMÅL

Projektets overordnede formål var at øge den internationale efterspørgsel efter danske plantebaserede fødevarer ved at skabe en inspirerende og oplevelsesbaseret platform, hvor internationale indkøbere kunne møde danske producenter og opleve produkterne gennem smag, sanser og dialog.

Projektet skulle:

- Øge kendskabet til danske planteprodukter blandt internationale detail- og foodserviceaktører.
- Inspirere europæiske indkøbere til at inkludere flere plantebaserede produkter i deres sortimenter.
- Skabe nye forretningsrelationer mellem danske producenter og internationale indkøbere.
- Bidrage til øget eksport og markedsadgang for danske plantebaserede fødevarer.
- Fremme positive oplevelser og opfattelser af plantebaserede fødevarer som sunde og bæredygtige valg.

PROJEKTETS RELEVANS FOR FONDENS STRATEGI OG INDSATSOMRÅDER

Projektet blev gennemført under Plantefondens indsatsområde "Øge efterspørgslen på danske plantefødevarer internationalt".

Projektet understøttede indsatsområdet direkte ved at skabe synlighed og interesse for danske plantebaserede produkter blandt internationale indkøbere, grossister og detailkæder. Gennem planteloun-

gen blev danske produkter præsenteret i en professionel og inspirerende kontekst, som gjorde det lettere for internationale aktører at opdage og vurdere nye plantebaserede løsninger til deres sortimenter.

Projektet bidrog samtidig til at styrke Danmarks position som et innovativt fødevarerland inden for plantebaserede produkter. Ved at samle 40 danske virksomheder i én fælles indsats blev branchens samlede internationale gennemslagskraft øget, og der blev skabt nye muligheder for eksport, vækst og markedsadgang.

På den baggrund vurderes projektet at have haft høj strategisk relevans for Plantefondens målsætning om at fremme international efterspørgsel efter danske plantefødevarer

KONKRETE PROJEKTRESULTATER OG HERAF REALISEREDE EFFEKTER

Projektet opnåede en række konkrete resultater:

- Etablering af en unik plantelounge på PLMA-messen i både 2025 og 2026.
- Deltagelse af 40 danske plantefødevarevirksomheder.
- Udvikling af et innovativt koncept baseret på food-oplevelsesdesign, produktfremvisning og smagsoplevelser.
- Gennemførelse af mere end 40 LinkedIn-opslag og omfattende digital markedsføring rettet mod internationale målgrupper.
- Udvikling af videomateriale, markedsføringsmaterialer, landingpage, pressemateriale og informationsmaterialer.
- Uddeling af cirka 1.700 informationskort til besøgende på de to messer.
- Oprettelse af over 135 konkrete leads alene i 2025, hvilket oversteg projektets målsætning om mindst 80 relevante besøgende.
- Gennemførelse af evalueringer med virksomheder og besøgende efter messen.

PROJEKTFORLØB OG ERFARINGER

Projektet blev gennemført som planlagt og omfattede seks arbejdsopgaver: planlægning, virksomhedssparring, internationale invitationer, markedsføring, gennemførelse af planteloungen samt opfølgning. En af projektets største styrker var evnen til at samle 40 virksomheder omkring en fælles eksportfremmende indsats. Samtidig viste projektet, at oplevelsesbaseret markedsføring kan være et effektivt redskab til at skabe interesse for plantebaserede produkter hos internationale indkøbere. Kombinationen af produktudstilling, smagsprøver, storytelling og personlige møder skabte stor opmærksomhed og engagement blandt messens besøgende.

Projektet gav også værdifulde erfaringer med koordinering af større virksomhedsgrupper. De mange deltagere havde forskellige forventninger og interesser, hvilket krævede omfattende forventningsafstemning og løbende dialog. Derudover viste gennemførelsen af café- og serveringsområdet, at logistik, fødevarerhåndtering og bemanding kræver betydelige ressourcer og detaljeret planlægning.

En anden erfaring var, at organisk markedsføring via LinkedIn og PLMA's egne platforme var mere effektiv end forventet og gav projektet adgang til et bredere internationalt publikum end oprindeligt planlagt. Derimod viste det sig vanskeligere at opnå omtale i traditionelle medier uden budget til betalt annoncering.

Samlet set demonstrerede projektet, at en målrettet, oplevelsesbaseret eksportindsats kan være et effektivt redskab til at øge efterspørgslen efter danske plantebaserede fødevarer internationalt. Erfaringerne giver et stærkt grundlag for fremtidige eksport- og markedsføringsprojekter inden for plantefødevaresektoren.

KONKLUSION OG PERSPEKTIVERING

Projektet *Sundt valg, bæredygtigt liv: Plantebaserede skatte i dit Supermarked (SVBL)* har opfyldt sit formål om at øge den internationale efterspørgsel efter danske plantebaserede fødevarer gennem etableringen af en plantelounge på PLMA-messen i Amsterdam. Projektet samlede 40 danske plantefødevarevirksomheder og skabte en attraktiv platform, hvor internationale indkøbere kunne opleve danske planteprodukter gennem smag, inspiration og dialog.

Projektet har bidraget til øget synlighed for danske planteprodukter, styrket internationale relationer og skabt nye forretningsmuligheder for de deltagende virksomheder. Samtidig har det bidraget til at positionere Danmark som en stærk og innovativ aktør inden for plantebaserede fødevarer på de internationale markeder.

Erfaringerne viser, at fælles eksportfremstød og oplevelsesbaseret markedsføring er effektive værktøjer til at skabe interesse for plantebaserede fødevarer og åbne døren til nye markeder. De kontakter og relationer, der er opbygget gennem projektet, forventes fortsat at skabe værdi efter projektets afslutning. Projektet har dermed ikke alene leveret konkrete resultater i projektperioden, men også skabt et solidt fundament for fremtidig eksportvækst og en fortsat udvikling af den danske plantefødevaresektor.

Perspektiverne for projektet rækker ud over den afsluttede projektperiode. De relationer, der er skabt mellem virksomheder og internationale indkøbere, forventes fortsat at danne grundlag for nye samarbejder, markedsadgang og eksportmuligheder. Erfaringerne fra SVBL viser samtidig, at oplevelsesbaseret markedsføring er et effektivt redskab til at fremme plantebaserede fødevarer internationalt, og konceptet kan derfor med fordel videreudvikles og anvendes på andre eksportmarkeder og internationale fødevaremesser.

På længere sigt forventes projektet at bidrage til en fortsat positiv udvikling i den danske plantefødevaresektor. Øget synlighed, styrket international interesse og flere kommercielle muligheder kan skabe incitament til yderligere investeringer i innovation, produktudvikling og produktion af plantebaserede fødevarer. Projektet har således ikke alene skabt konkrete resultater i projektperioden, men også lagt

et solidt fundament for fremtidig vækst, øget eksport og en fortsat styrkelse af Danmarks position inden for plantebaserede fødevarer på de internationale markeder.

Læs mere om Plantefondens projekter på www.plantefonden.dk