

17. november 2011

Axelborg, Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000 E info@if.dk
F +45 3339 4141 W www.if.dk

Isbranchen i Danmark

Når danskerne køber is, vælger de oftere end før is af en højere kvalitet. Det kommer de små nicheproducenter til gode. Faktisk kan man sammenligne isbranchen med ølbranchen, hvor en underskov af små producenter blomstrer frem, og klarer sig ganske godt.

Hovedkonklusioner

- ❖ De nordiske lande spiser mest is pr. indbygger. Finnerne spiser mest is i EU. Jo sydligere et land ligger, jo mindre is spiser dets indbyggere. Danskerne spiste i 2010 gennemsnitligt 8,5 kg is.
- ❖ Fra 2009 til 2010 faldt detailsalget af is med ca. 1 pct., når man ser på volumen, og steg med 1 pct. med hensyn til værdi. Dermed var salget af is på godt 2 milliarder kroner i 2010. Tallet har været stabilt siden 2008. Denne udvikling forventes at fortsætte de kommende år.
- ❖ Branchen ser i disse år en polarisering mellem budget- og kvalitetsprodukter. Midterkategorien taber terræn.
- ❖ Segmentet med "detail hjemmelavet" is er det mest dynamiske segment med en vækst på 4 pct. i 2010.
- ❖ Markedet er karakteriseret ved at blive mere polariseret end tidligere, og midtersegmentet taber terræn. Overordnet steg enhedsprisen for is i 2010 med 2 pct., da konsumenterne i højere grad skiftede til produkter med en gennemsnitligt højere enhedspris. Det sker samtidig med, at budget-is også får en større andel af salget.
- ❖ Nestlé – én af de førende internationale spillere – forlod det danske ismarked i 2009, da de solgte datterselskabet Premier Is til private equity-virksomheden Erhvervsinvest K/S, der også ejer Polar Is.
- ❖ Markedet deles mellem få store, internationale aktører og en underskov af små, lokalt funderede producenter.
- ❖ Øgede afgifter på sukker har medvirket til prisstigninger - i nogle tilfælde på op mod 10 pct.

Det betyder kategorierne

- ❖ **Impuls-is:** Is der købes enkeltvis i kiosker, isboder eller lignende.
 - Multipakke: Flere is i samme pakke. Enten samme type eller forskellige. Ofte købt i supermarkederne.
 - Enkelt portions-is: Enkelt servering. Købes enkeltvis.
- ❖ **”Detail hjemmelavet” is:** Mikro eller mindre virksomheder, der leverer portions-is som enkeltstyks eller i litervis. Købes ofte i supermarkederne eller hos producenterne selv.
- ❖ **”Spis-hjemme is”:**
 - Is, der ofte er købt i supermarkederne. Gerne i litermål.
 - Bulk-is: Soft ice, is der købes ind af forhandlere. Eller storindkøb til kommercielle eller private formål.
 - Isdesserter: Blandingsprodukter som iskager, der typisk bruges i selskabelige sammenhænge.
- ❖ **Frossen yoghurt:** Som navnet. Ikke så udbredt i Danmark (endnu)
- ❖ **Is købt på isrestauranter:** Ikke så udbredt i Danmark (endnu)

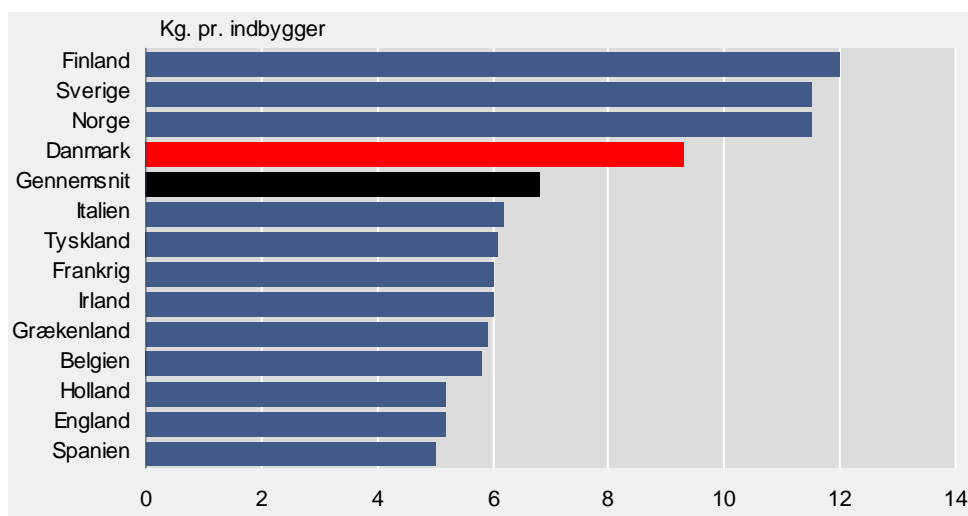
Tendenser for danskernes forbrug

Nordboerne er vilde med is

Samlet var issalget på ca. 2 milliarder kroner i 2010.

Vi spiser mere is end de gennemsnitlige europæere. Faktisk kan man sige, at jo mere nordligt man bor, jo mere foretrækker man is. Finnerne topper med et årligt forbrug af is på 12 liter i 2009. I bunden var Spanien med et gennemsnitligt forbrug på 5 liter pr. indbygger. Det gennemsnitlige europæiske forbrug var ca. 7 liter.

Figur 1. Det gennemsnitlige europæiske forbrug pr. indbygger i 2009



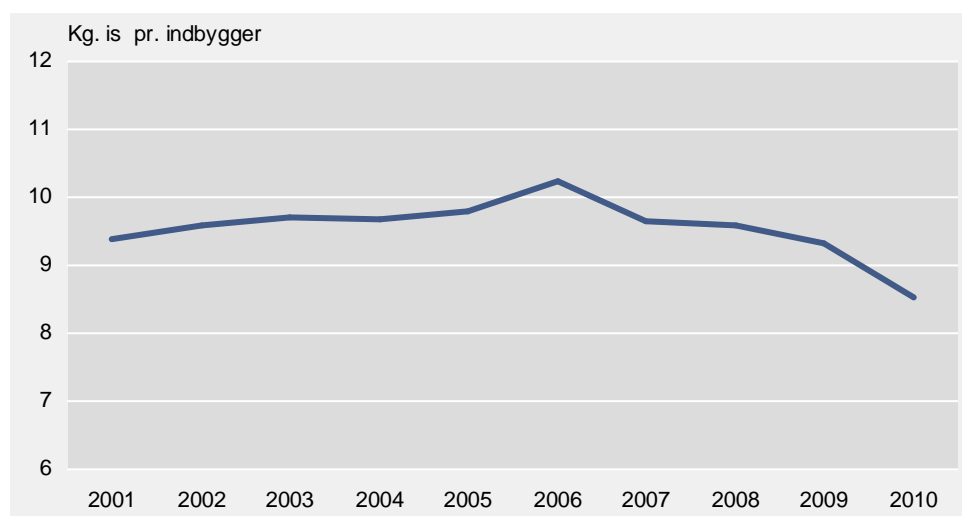
Kilde: Dansk Isindustri og Euroglace

Hver dansker spiste ca. 8,6 liter pr. dansker i 2010.

Danskernes isforbrug falder

Isforbruget er faldet en anelse siden succesåret 2006. I 2010 blev der solgt 48.115 tons konsumis. Det svarer til et forbrug på ca. 8,6 liter pr. dansker i 2010. Hver dansker brugte 370 kr. på is i 2010. Samlet var issalget på ca. 2 milliarder kroner i 2010.

Figur 2. Udviklingen i danskernes forbrug fra 2000-2010

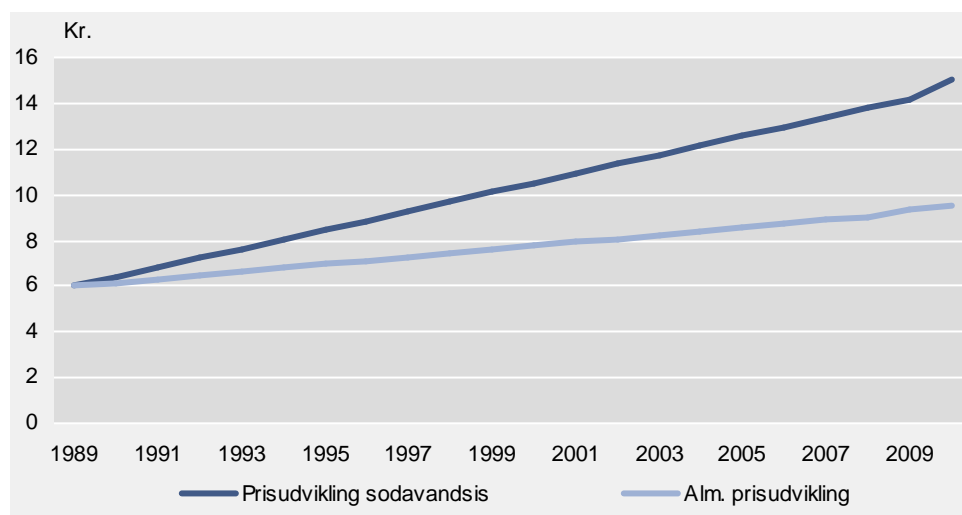


Kilde: Dansk Isindustri

Store prisstigninger på is

Det er en generel udvikling, at priserne på is er steget markant gennem den senere årrække. For eksempel kostede en Kæmpe Læske 5 kroner i 1985. Den burde teoretisk koste 9 kr., men i stedet kostede den 15 kr. i 2009. En champagnebrus koster i 2011 15 kroner. I 1989 var prisen 6 kroner. Hvis isens prisudvikling havde fulgt forbrugerprisudviklingen, ville den koste 9,50 kroner.

Figur 3. Statistik fremskrivning af prisen på en champagnebrus og den almindelige prisfremskrivning

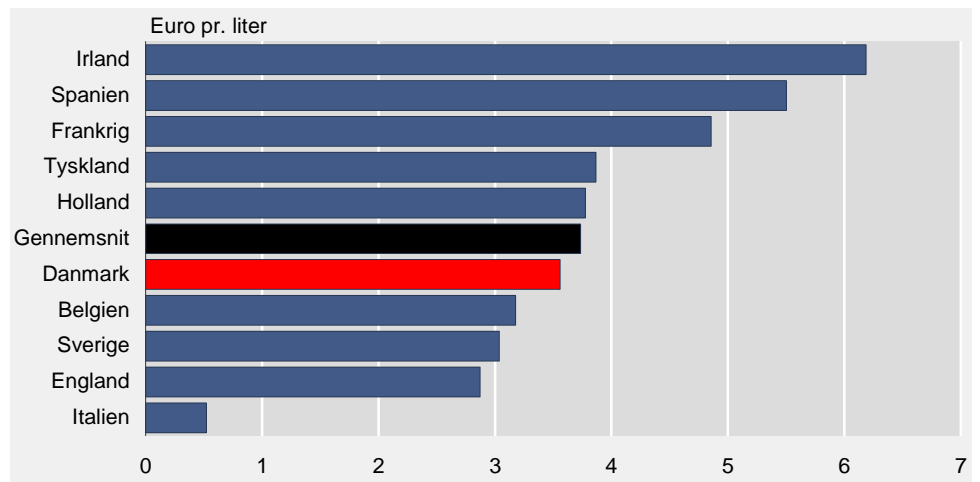


Kilde: Danmarks Statistiks prisberegner

Danske ispriser ligger under det europæiske gennemsnit

Prisen for en liter is svinger fra land til land. Italien har den billigste is med 0,52 eurocents pr. liter. Danmark ligger med en pris på 3,6 € pr. liter eller godt 27 kr., hvilket er under gennemsnittet, der er 3,7 € pr. liter. Prisen på is i Danmark vil formentlig stige yderligere, når fedtafgiften indføres.

Figur 4. Sammenligning af enhedspris i udvalgte europæiske lande i Euro i 2009



Anm: Is lavet på stedet, hvor det er solgt, og softice er ikke med.

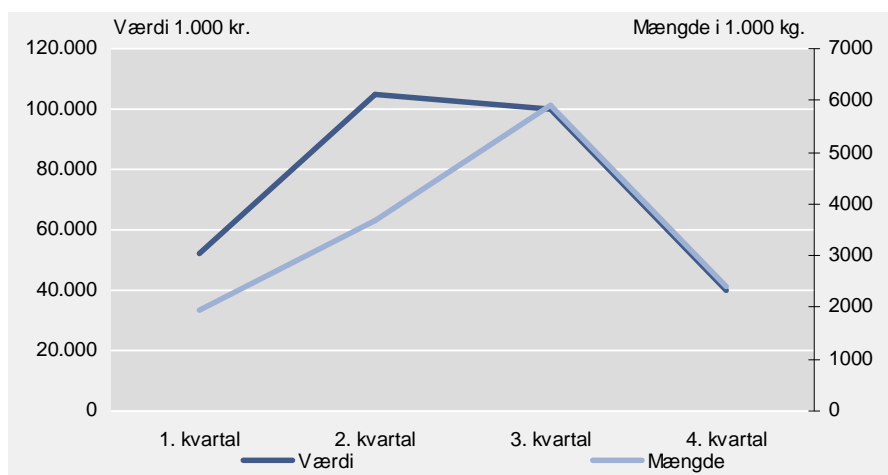
Kilde: Euroglace, 2009

Vi bruger flest penge på is i de sene forårsmåneder

Vi bruger flest penge på is i 2. kvartal og køber flest i 3.

Is indgår i mange sociale sammenhænge. Issæsonen er hovedsagligt begrænset til sommerhalvåret. 2. kvartal var den periode, hvor vi brugte flest penge på is i 2010. Vi foretrak altså dyrere is, da sæsonen startede, end da den sluttede. Isforbruget toppet mængdemæssigt i 3. kvartal.

Figur 5. Fordelingen af salget af is i løbet af 2010



Kilde: Danmarks Statistik

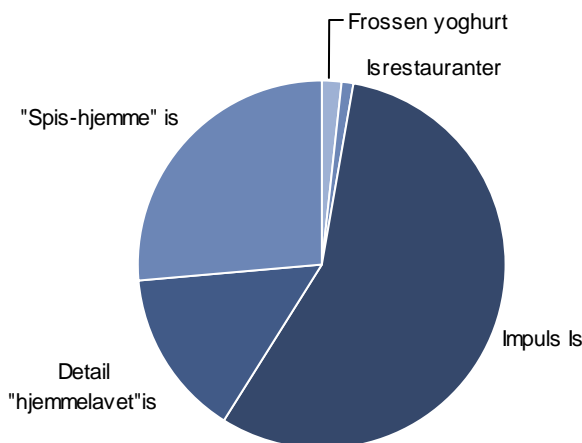
Is spises overvejende hjemme

Størstedelen af de danske is spises i hjemmet. Ifølge industriens egne opgørelser var 58 pct. af den is, der blev spist i 2010 "spis-hjemme-is". Til sammenligning stod "impulskøbs-is" købt i kiosker og lignende for 35 pct. af issalget. Tallene her forklares ved, at "spis-hjemme-is" købes i større mængder ad gangen, end andre typer is, der typisk sælges enkeltvis eller i mindre portioner til at tage med.

Udviklingen i mængde og værdi fordelt på segmenter

Det samlede salg af is var ca. 2 mia. kr. i 2010. Tallet har været stabilt, og forventes at være det i de kommende år. Salget af de såkaldte "impuls-is" fra kiosker faldt en anelse fra 2009 til 2010. Salget af håndlavede isvafler og liter-is i højpriskategorien oplevede i samme periode en lille stigning i omsætningen. Set over en femårig periode er styksalget af "impuls-is" gået mest tilbage, mens den billigere "multipakke"-løsning, oplevede en fremgang. Det kan måske vidne om, at danskerne er blevet mere prisfølsomme i perioden. "Impuls-isene", der stod for 56 pct. af omsætningen af det danske issalg i 2010.

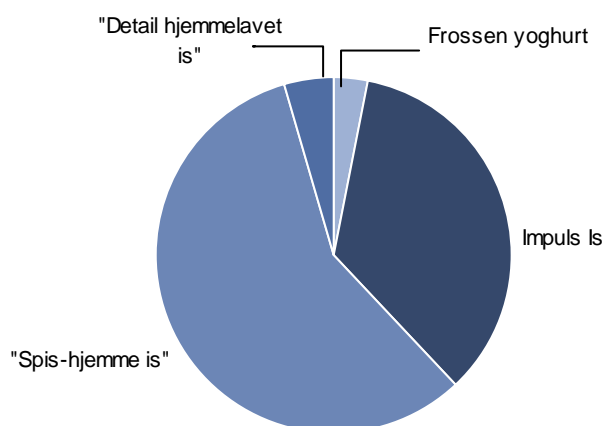
Figur 6. Værdien af issalget fordelt på de specifikke segmenter i 2010



Kilde: Dansk Isindustri og Euromonitor International og egne beregninger

Værdien af issalget har haft en helt anden udvikling end mængden. "I 1980'erne kunne man ikke sælge is, der kostede mere end de gængse produkter i kioskerne. Men siden er der sket en stor forandring i danskernes isvaner. Publikum til kvalitetsis er i dag blevet langt bredere. Folk er bevidste om, hvad de spiser, og vil gerne betale for at få en is, der smager godt, og er fremstillet af gode råvarer" siger direktør Hans Jørgen Eibye, Hansens Flødeis, til magasinet Mejeri. Alle kategorier på nær "enkeltportions-is" er steget betydeligt i pris siden 2005. Priserne er steget med mellem 7 og 40 pct. i perioden.

Figur 7. Fordelingen af salget af forskellige typer is i 1.000 liter i 2010



Anm: Bemærk, at der ikke findes tal for mængden af is solgt på isrestauranter

Kilde: Dansk Isindustri

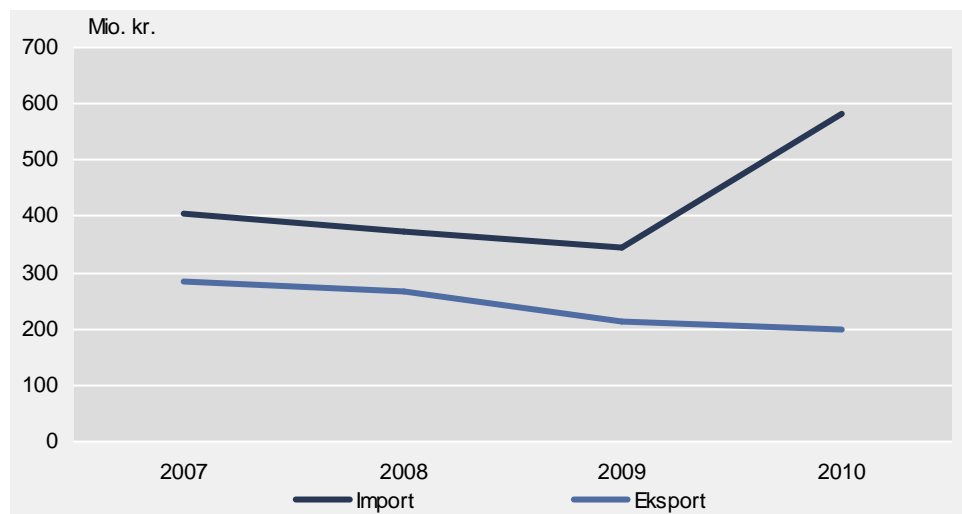
Hellere kvalitet end kvantitet

Danskerne vil hellere skære ned på forbruget af is end på kvaliteten. Det viser erfaringen fra finanskrisen, hvor rådighedsbeløbet faldt og det gjorde forbruget dermed også. Det danske isforbrug fortsatte volumenmæssigt med at falde i 2010. Andre årsager til den faldende volumen kan være danskernes bekymring for de sundhedsmæssige aspekter ved et stort isforbrug, eller de stigende priser. Det til trods, konkurrerer is fint med andre typer af søde sager, såsom konfekt, slik, kage og kiks.

Vi spiser flere is, end vi selv producerer

Vi spiser flere is, end vi producerer. Det er hovedsagligt Tyskland og Sverige, som vi importerer fra. Det kan skyldes strategiske beslutninger fra de store internationale producenters side, der har placeret en stor del af produktionen i Tyskland, hvor fremstilling alt andet lige er billigere end i Danmark. Denne udvikling har betydet, at importen fra Tyskland steg fra 119 millioner kr. i 2009, til 311 millioner kr. i 2010. Den samlede import af konsumis var på 582 millioner kr. i 2010 mod 382 millioner kr. i 2009. Samtidig faldt eksporten af konsumis fra 283 millioner kr. i 2007 til 199 millioner kr. i 2010. Ishandelsbalancen var altså negativ med 383 millioner kr.

Figur 8. Dansk import og eksport af konsumis

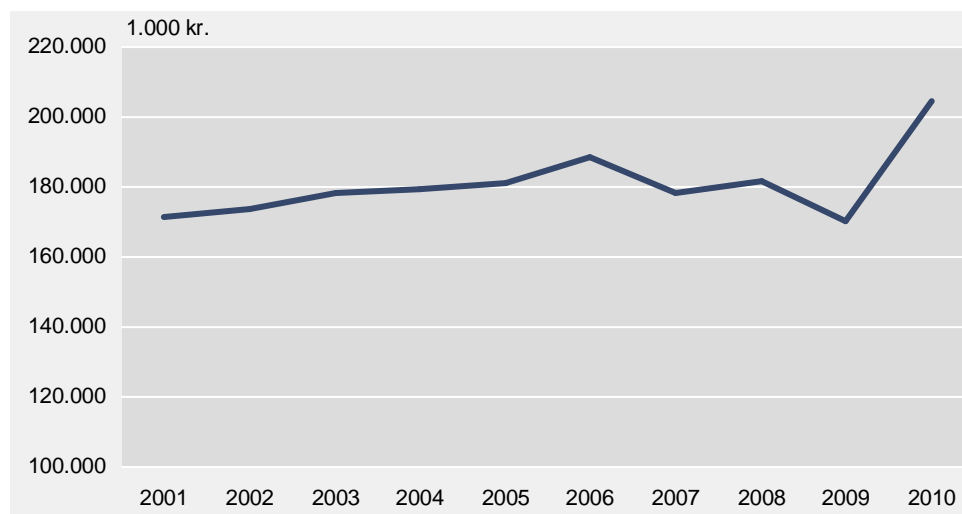


Kilde: Danmarks Statistik

Fedtafgiften vil hæve priserne yderligere

Skatteministeriets opgørelse viser, at Staten tjente 204 millioner kr. på issalget i 2010. Den relative stigning i statens indtjening skyldes, at afgifterne af sukkerindholdet steg til 4,25 kr. pr. liter i 2010 fra 3,40 kr. pr. liter i 2009, hvor indtægten fra skatter og afgifter var 170 millioner.

Figur 9.
Skatteministeriet
indtjening på afgifter
fra konsumis fra 2001-
2010



Kilde: Skatteministeriet og egne beregninger

Afgifter på sukker, mælk og fløde er en af grundene til, at ispriserne er steget. Afgiften betyder, at for hver liter is, der bliver solgt, går 4,25 kroner til statskassen. Snart vil en ny fedtafgift skubbe prisen på is yderligere op. Men isafgifter alene forklarer ikke de voldsomme prisstigninger, som isene har været ude for.

Tendenser for branchen

Branchen konsoliderer sig

I 1934 var der 139 isfabrikker herhjemme. I 1950'erne var tallet ca. 100. Men i 1990'erne blev markedet overtaget af store, internationale spillere som Nestlé og Unilever, der købte op blandt de små virksomheder. Denne strukturudvikling har medført en højere grad af ensretning af issortimentet. Parallelt med den stigende koncentration i isindustrien er der i de senere år opstået en underskov af mindre og mellemstore producenter, som har markeret sig med kvalitetsprodukter i den dyrere ende af prisskalaen. Nogle med afsæt i traditionelle mejerier som Aabybro Mejeri og Vejbstrup Flødeis, mens andre, som Hansens Flødeis, bygger videre på traditioner og produktionsanlæg fra det tidligere Frederiksborg Is.

Internationale markedsledere

Isbranchen er i særdeleshed domineret af internationale brands og producenter såsom Frisko, Diplom Is og Hjem Is, der alle er ejet af udenlandske selskaber. Blandt de fem førende selskaber, står de tre multinationale selskaber for 48 pct. af salget.

Frisko Is A/S, som ejes af den globale gigant Unilever Group, er en klar markedsleder i Danmark med 32 pct. af den samlede værdi i 2009. Frisko Is nød godt af de mange promotions- og produktudviklingsaktiviteter igangsat af den store multinationale virksomhed, og havde dermed stordriftsfordele i forhold til

konkurrenterne. Virksomheden er førende inden for både detail- og impulskanalerne med globale brands som Magnum, Cornetto og Carte d'Or. Magnum er virksomhedens mest prioriterede brand, og blev lanceret i adskillige nye versioner i 2009 og 2010.

Premier Is er den næststørste producent af is. Virksomheden var frem til 2008 ejet af Nestlé, som siden solgte til danske Erhvervsinvest K/S. Kendetegnende for de store aktører er, at de ofte sælger og køber dele af hinandens virksomheder som led i strategiske udviklingsplaner.

Nicheprodukter vinder frem

Is er en relativ dyr spise, som man i højere grad end før tager stilling til, inden man køber den. Flere og flere danskere er klar til at betale lidt ekstra for at få gode råvarer i vaflen eller på tallerkenen. Markedet for de mere nichebetonede segmenter oplevede derfor den største stigning i det ellers skrumpende marked. Her steg omsætningen med 4 pct. i 2010. For at klare konkurrencen, er det vigtigt for producenterne, at have et produkt, der skiller sig ud. Det gør de blandt andet ved at producere luksuis, "sundere" is, eller is til ældre og sygdomsramte med ekstra protein.

Man kan sammenligne udviklingen at kvalitetsis med mikrobryggeriernes udvikling, som også i de seneste år har buldret frem, og har ændret ølmarkedet. Ølmarkedet er som ismarkedet, der begge i dag fremstår med et langt større udbud og tilgængelighed end tidligere. Årsagen til deres fremblomstring er, at nicheproducenterne kan holde prisforskellen nede mellem en håndlavet kvalitetsis og en "industri-is", og at de samtidig kan imødekomme efterspørgselen på mere kvalitetsprægede is.

Branchens udvikling stagnerer – men ikke for alle

Den moderate værdi- og volumenmæssige udvikling i isbranchen i 2009 og 2010 var en markant turnaround fra ellers stærke markedsresultater i tidligere perioder, til nedgangstider med en faldende markedssituation. "Detail-hjemmelavede" is og "tag-med-hjem" kategorien, er de kategorier, der ikke oplevede tilbagegang i 2010. Det gælder både for værdien og mængden. Her mødes, eller skabes, den øgede efterspørgsel efter kvalitetsis. Paradoksalt bliver en voksende andel af kvalitetsisene distribueret gennem lavprisbutikker, hvilket har påvirket enhedsprisen negativt og dermed også branchens værditilvækst.

Distributionskanalerne er stabile

Distributionsmønstrene forblev ganske stabile i 2010. Det skyldes på den ene side kvalitetsiskategoriens stærke position, og på den anden side "impulsissalg"-kanalernes salg af "enkelt portionsis". På samme tid har en øget prisfølsomhed fra forbrugernes side været med til at øge lavprisbutikkernes andel af detailmarkedet.

Tydelig branding og Private Label betaler sig

De mest succesfulde brands i 2009 inden for "kvalitets- spis- hjemme" is var Hansens Flødeis og Ben & Jerry's. Her er produkternes branding tydelig. Det står i skærende kontrast til det faktum, at private labels' (PL) markedsandele steg relativt kraftigt i 2009. Især i budget-bulk segmentet, hvor PL stod for halvdelen af salget. PLs nød også godt af den store stigning i salget fra lavprisbutikker i 2009, da disse sælger flere PL-produkter, især inden for bulk- og multi-pakke impuls køb.

Branchens fremtidsudsigter

Udsigterne for den danske isbranche ser ikke umiddelbart lyse ud. Selv om forbrugerne skifter til kvalitetssegmentet, og det medfører en værditilvækst, så ser det ud til, at udviklingen i salgsvolumen forbliver moderat i de kommende år. Volumen forventes at stige med bare 1 procent i den kommende 5-årige periode, set i forhold til den samme foregående periode, hvor væksten i volumen var 2 pct. Udviklingen i værdien forventes at falde med 1 pct. Til sammenligning steg værdien med 21 pct. i den forrige periode. Det forventes, at "tag-med-hjem" er det segment, der vil vokse mest fremover. Det bliver på bekostning af midtersegmentet. Oven i dette imødeser industrien også stigende skatter og afgifter. Blandt andet vil fedtafgiften påvirke industrien, når den træder i kraft 1. okt. 2011.

Aktører på den danske ismarked

Nyeste tal fra CVR-registret oplyser, at der i Danmark p.t. er 29 virksomheder/juridiske enheder inden for isproduktion. Disse er:

POLAR IS DEPOT
BC-GROUP DENMARK APS
BROSTRÆDE FLØDE-IS APS
POLAR IS DEPOT
HANSENS FLØDEIS ApS
MEJERIGAARDEN A/S
CocoáFair
VICTUS IS ApS
FUN FACTORY ApS
Avanti I/S v/Christian Richter og Erik Hansen
PROFIL EJENDOMME ApS
Holiday Ice BV.
PARADIS A/S

Ny Lundgård Ismejeri v/Kirsten Kjærgaard
SVANEKE IS ApS
PARADIS KØBMAGERGADE ApS
Konzeptman v/Joakim Christmas Kabongo
ISBAR ApS
Isobar
Jevikra
Paradis Østerbro v/Daniel Shee Nielsen og Tommy Christiansen
SICILIANSK IS ApS
RUBBER DUCK FROZEN YOGHURT ApS
Atlantis v/Munazza Ahmed
ISMAGERIET ApS
Paradis Magasin
Flavour Galore v/Deborah Marie Veronica Jensen
PappaNilla I/S
Skee Ismejeri ApS
Aabybro Mejeri
Skarø Is
Hjemmeis
Iskæder: "Paradis", med 36 butikker

*Anm: 12 af virksomhederne er ejerselskaber med ingen ansatte. Kilde: CVR-registret. Udtræk foretaget juni 2011



Landbrug & Fødevarer

Axeltorv 3
1609 København V

T +45 3339 4000
F +45 3339 4141

E info@lf.dk
W www.lf.dk

Yderligere kontakt

Leif Nielsen 3339 4238 lni@lf.dk
Marie Holm Hvidt 3339 4023 mhh@lf.dk