

Årsberetning 2025/26

Friland
Danish Crown

Danish Crown Vej 1
8940 Randers SV
Danmark

+45 89 19 27 60
frilandinfo@friland.dk
www.friland.dk



Indhold

3 Direktørens beretning
5 Formandens beretning
6 Årets resultater
7 Gennemgang af koncepterne
10 Strategiske eksportmarkeder
11 Det danske marked
14 Naturfokus

Et stærkt kommercielt år for Friland i en vanskelig markedssituation

Friland har haft et stærkt kommercielt år med rekordomsætning, øget salg og flere slagtninger på tværs af vores koncepter. Vi har især haft fremgang i Danmark og USA, og vi står i dag stærkere kommercielt end for et år siden.
Det kan vi være stolte af. Fremgangen viser, at der fortsat er et marked for økologisk kød og kød med høj dyrevelfærd, når vi bygger på stærke kunderelationer, tydelige koncepter og høj kvalitet.

Men de gode resultater fortæller ikke hele historien. For mange af vores leverandører har det været et svært år med betydeligt pres på økonomien.

Det gælder særligt producenterne af Frilandsgris og økologiske grise, som har været hårdt ramt af den faldende konventionelle notering. For økologiske grise er situationen yderligere forværret af, at udbuddet af økologiske grise i Europa er steget hurtigere end efterspørgslen. Det har skabt overforsyning og yderligere prisfald. På oksekødssiden har udviklingen derimod været positiv.

Jeg ved, hvor meget den økonomiske situation fylder ude på bedrifterne. Når afregningen falder, påvirker det både årets resultat og mulighederne for at investere i og udvikle produktionen. Det ændrer Frilands rekordomsætning ikke på. Derfor haster det med at skabe mere værdi for vores leverandører.

"Vi kan og skal handle på det, vi selv har indflydelse på"

En central prioritet i 2027 bliver at øge værdien af hvert kilo, fastholde og udvikle vores eksisterende kunder og samtidig vinde nye kunder og åbne nye markeder. Det kræver forskellige løsninger, fordi markedssituationen varierer mellem vores koncepter.

Jeg forventer, at den første del af det kommende regnskabsår fortsat bliver vanskelig, særligt for økologisk gris. Markedsvilkårene ændrer sig over måneder, ikke uger. Samtidig forventer vi i 2027 en mere stabil produktion på et fortsat højt niveau, og vi arbejder målrettet på at øge afsætningen og skabe en bedre balance mellem produktion og marked.

Vi kan og skal handle på det, vi selv har indflydelse på. Det skylder vi de landmænd, der hver dag investerer tid, kræfter og penge i at producere dyr med fokus på økologi og høj dyrevelfærd.

Jeg har fortsat stor tro på de langsigtede muligheder for økologi og høj dyrevelfærd. Det økologiske forbrug stiger fortsat på vores største eksportmarked - Tyskland. I 3. kvartal 2026 satte tyskerne ny rekord med 8,1 % af det samlede forbrug. I Danmark ligger andelen på 12,2 %, og kødkategorien er i 2026 mere end 4 %. Og i USA ved vi, at efterspørgslen især i Californien er vokset markant. Så kunderne og forbrugerne efterspørger fortsat økologi, høj dyrevelfærd og produkter med tydelig oprindelse. Det er et stærkt udgangspunkt for fremtiden.

Som bindeled mellem landmændene og markedet skal vi omsætte den efterspørgsel til konkrete muligheder for vores leverandører og bidrage til et økonomisk grundlag, der gør det attraktivt at investere i økologi og høj dyrevelfærd.
Sidste år skrev jeg, at vi gik et mere udfordrende marked i møde end i 2025. Det gjorde vi.

Nu skal vi komme bedst muligt gennem den svære periode og sikre, at vores kommercielle fremgang også kommer leverandørerne til gode. Det arbejde er allerede i gang og bliver vores vigtigste opgave i det kommende år.

Svend Schou Borch
Direktør, Friland




Daniel Nielsen
Frilandmand
Svend Schou Borch
Direktør, Friland

Et stærkere fundament kræver balance i markedet

Året har budt på både fremskridt og udfordringer for Friland. Vi har styrket vores leverandørgrundlag på kreaturområdet, men samtidig er økonomien hos mange af vores griseleverandører kommet under pres. Det understreger, hvor vigtigt det er at skabe balance mellem produktion og efterspørgsel.

Det europæiske udbud af økologiske grise er steget hurtigere end efterspørgslen, særligt på vores vigtige tyske marked. Sammen med den faldende konventionelle notering har det ramt økonomien hos mange af vores griseleverandører.
På kreaturområdet er det til gengæld lykkedes os at fastholde og tiltrække nye leverandører. Det er en vigtig udvikling, fordi den faldende produktion af økologisk mælk betyder, at der bliver færre økologiske kreaturer til rådighed. Det er lykkedes gennem en fælles indsats i Friland og et godt samarbejde med Danish Crown.

I bestyrelsen har vi derfor givet strategien et serviceeftersyn. Vores konklusion er, at retningen fortsat er den rigtige. Vi skal sikre et stærkt leverandørgrundlag, men samtidig balancere tilførslen af dyr til det, markedet kan aftage til en fornuftig pris.

Uden kunder, der vil købe vores produkter, har vi ingen forretning. Derfor er det positivt, at vi er kommet tættere på vores nøglekunder og har oplevet vækst hos flere af dem. Vi ønsker at styrke vores position på det danske marked og i Tyskland, som er vores klart største marked. Samtidig vil vi bygge videre på fremgangen i USA og udvikle strategiske samarbejder på andre markeder.

Vi skal også skabe mere værdi gennem forædling. Det handler blandt andet om at gå fra store partier af fersk kød til også at kunne tilbyde specialudskæringer og detailpakkede produkter, der er tilpasset kundernes behov. Samtidig skal vi sikre en bedre afsætning af hele grisen og ikke kun de mest efterspurgte udskæringer. På den måde kan vi øge værdien af hvert enkelt dyr og skabe grundlag for en bedre afregning til leverandørerne.

> "Politiske ambitioner om økologi og dyrevelfærd skal følges af betalingsvillighed"

I Danmark er der i øjeblikket stor politisk opmærksomhed på økologi og bedre dyrevelfærd. Det er positivt, men ambitionerne skal også hænge sammen med virkeligheden på markedet. Det er dyrere at producere med højere dyrevelfærd, og hvis forbrugerne ikke vil betale merprisen, risikerer vi at svække økonomien hos netop de landmænd, der skal føre ambitionerne ud i livet. Derfor er balancen mellem de politiske ambitioner, produktionen og forbrugernes betalingsvillighed helt afgørende.

Jeg tror på de langsigtede muligheder for Friland. Vi kan ikke styre de politiske beslutninger eller udviklingen på verdensmarkedet, men vi kan styre vores position hos kunderne og skabe mere værdi af de dyr, vores leverandører producerer.

Det bliver en vigtig opgave i det kommende år. For Frilands succes skal i sidste ende også kunne mærkes på økonomien ude hos landmændene.

Peter Fallesen Ravn
Bestyrelsesformand, Friland



Årets resultater

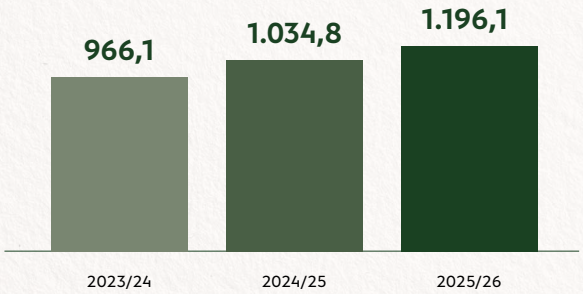
SAMLET OMSÆTNING (mio. DKK)

1.196

▲ 15,6 %

Friland fortsatte den positive udvikling i 2025/26 med vækst i både omsætning og aktivitetsniveau. Den samlede omsætning steg med 15,6 % til 1.196 mio. DKK mod 1.035 mio. DKK året før. Det samlede antal slagtninger steg med 9,7 %. Samlet set har både omsætning og aktivitetsniveau udviklet sig positivt gennem de seneste tre regnskabsår.

OMSÆTNING GENNEM SIDSTE 3 ÅR (mio. DKK)



OMSÆTNINGSFORDELING

93 %
af omsætningen kommer fra økologiske koncepter



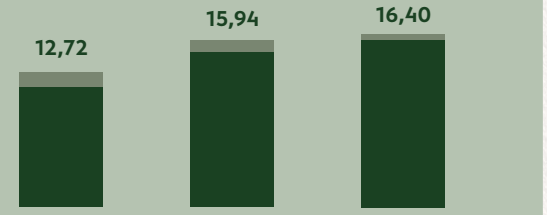
- Økologiske grise **65 %**
- Økologiske kreaturer **28 %**
- Frilandsgris **7 %**

Omsætningsvæksten i 2025/26 er primært drevet af koncept Økologiske grise, som fortsat udgør den største del af Frilands forretning. Koncept Økologiske kreaturer bidrager ligeledes væsentligt til omsætningen, mens koncept Frilandsgris fastholder en stabil udvikling. Samlet står de økologiske koncepter for 93 % af Frilands omsætning i 2025/26.

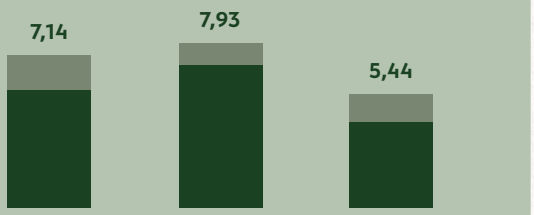
UDBETALING OG RESTTILLÆG

DKK/KG PR. SLAGTET KILO

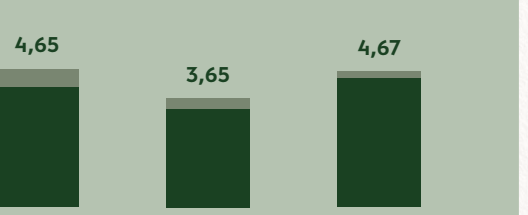
ØKOLOGISKE GRISE



ØKOLOGISKE KREATURER



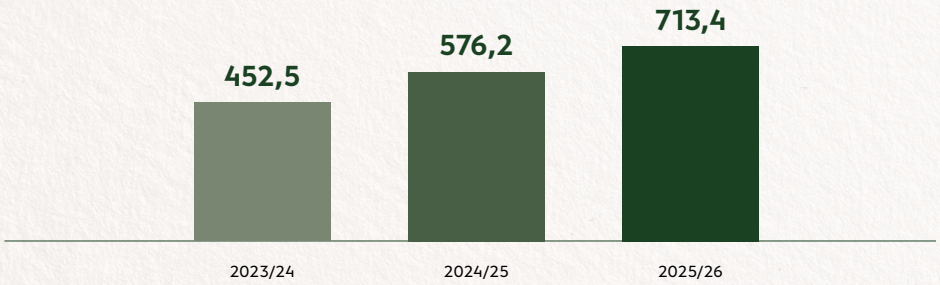
FRILANDSGRIS



Løbende udbetaling Resttillæg

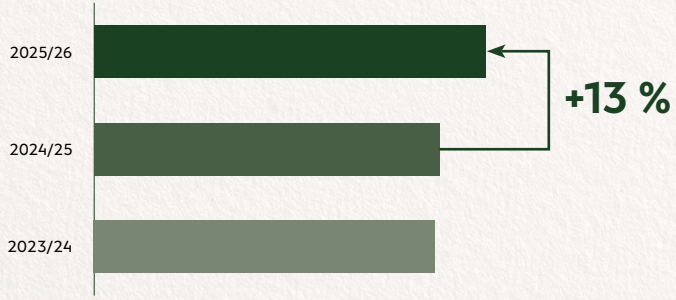
Økologiske grise

UDVIKLINGEN I OMSÆTNING (mio. DKK)



Koncept Økologiske grise fortsatte den positive udvikling i 2025/26 og styrkede sin position som Frilands største forretningsområde. Omsætningen steg til 713,4 mio. DKK mod 576,2 mio. DKK året før, mens antallet af slagtninger voksede med 13 %. Den positive udvikling i råvaregrundlaget er særligt glædelig, da et stærkere grundlag er afgørende for at kunne understøtte den fremtidige balancerede vækst i konceptet. Samtidig steg den afsatte mængde med 7 %, hvilket understreger en fortsat stærk efterspørgsel efter dansk økologisk gris. Den samlede betaling inklusive resttillæg udgjorde 26,32 DKK/KG mod 27,90 DKK/KG året før.

ANTAL SLAGTINGER

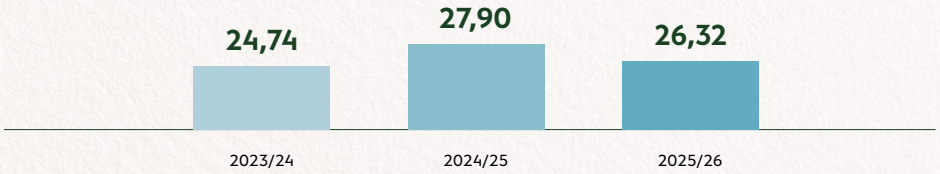


MARKEDSUDVIKLING 2025/26



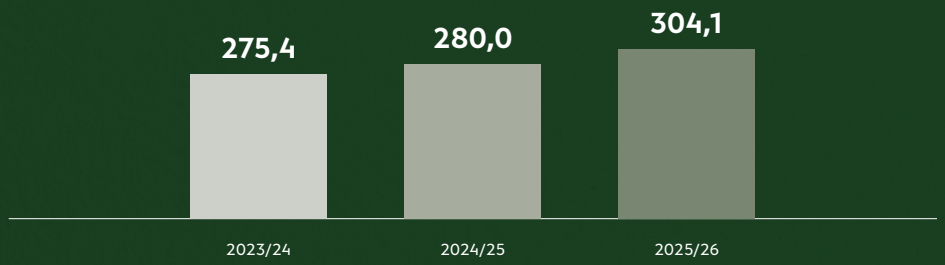
Væksten var særligt drevet af en flot udvikling i Danmark og USA. Tyskland er fortsat konceptets største marked, hvor efterspørgslen efter økologisk grisekød har været fornuftig gennem året. Det tyske marked har dog været præget af et betydeligt overudbud af økologiske grise, hvilket har presset både afsætningen og afregningspriserne.

SAMLET BETALING FOR ØKOLOGISKE GRISE
DKK/KG PR. SLAGTET KILO



Økologiske kreaturer

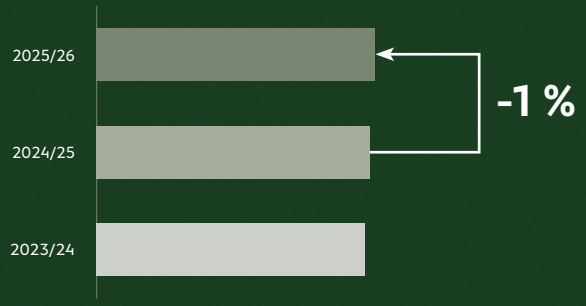
UDVIKLINGEN I OMSÆTNING (mio. DKK)



Økologiske kreaturer omsatte i 2025/26 for 304 mio. DKK, hvilket er en stigning på 9 % sammenlignet med året før. Udviklingen sker på trods af et udfordrende første halvår på det danske marked, som fortsat er konceptets vigtigste marked.

Samtidig er det særligt positivt, at udviklingen i råvaregrundlaget er blevet stabiliseret efter flere års tilbagegang. En stabilisering er afgørende for konceptets fortsatte udvikling og skaber et stærkere fundament for at imødekomme markedets efterspørgsel i de kommende år.

ANTAL SLAGTINGER



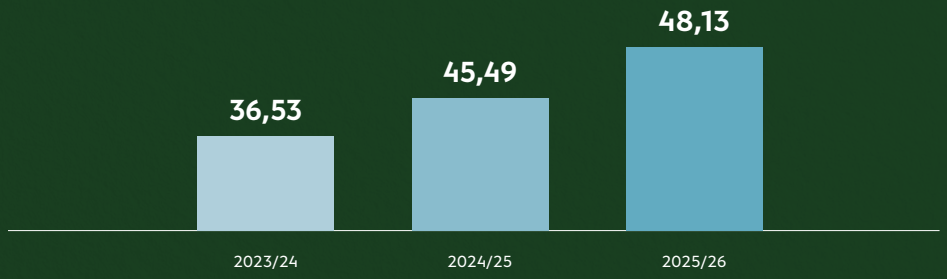
MARKEDSUDVIKLING 2025/26



Den afsatte mængde voksede med 8 % sammenlignet med sidste år. Væksten var primært drevet af en bedre udnyttelse af hele dyret, idet knogler og ben nu også afsættes. Det forbedrer værdiskabelsen og understøtter den positive udvikling i konceptet.

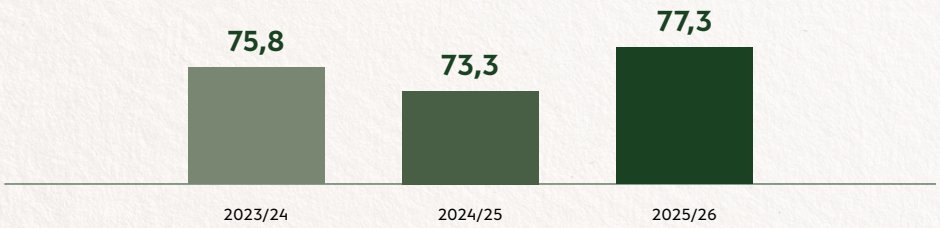
Den samlede betaling steg til 48,13 DKK/KG slagtet vægt mod 45,49 DKK/KG året før og er dermed på det højeste niveau i de seneste tre regnskabsår.

SAMLET BETALING FOR ØKOLOGISKE KREATURER
DKK/KG PR. SLAGTET KILO



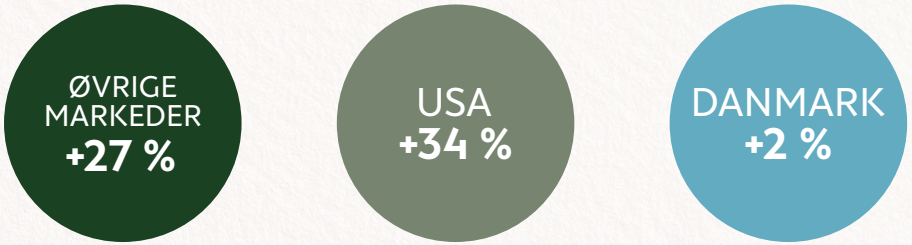
Frilandsgris

UDVIKLINGEN I OMSÆTNING (mio. DKK)



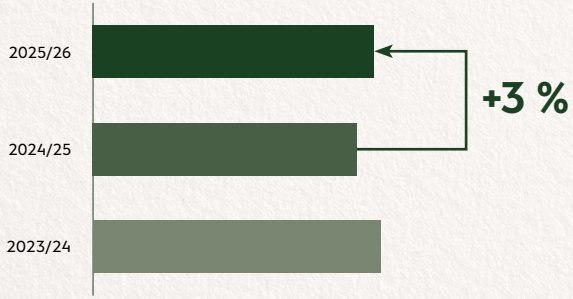
2025/26 var et år med positiv udvikling for Frilandsgris. Omsætningen steg til 77,3 mio. DKK mod 73,3 mio. DKK året før. Samtidig blev råvaregrundlaget fastholdt på et næsten uændret niveau, hvilket sikrede et stabilt fundament for konceptet.

MARKEDSUDVIKLING 2025/26

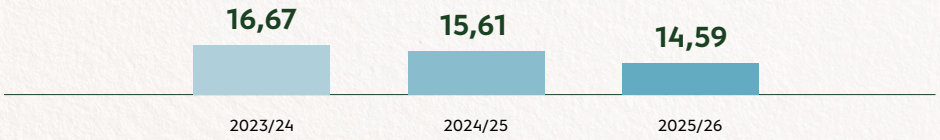


Den samlede afsatte mængde steg med 9 %, drevet af vækst på både hjemmemarkedet og eksportmarkederne. Danmark voksede med 2 %, mens USA og øvrige eksportmarkeder steg med henholdsvis 34 % og 27 %. Udviklingen understreger en fortsat stærk efterspørgsel efter Frilandsgris på tværs af markeder. Den samlede betaling til producenterne udgjorde 14,59 DKK/KG pr. slagtet vægt mod 15,61 DKK/KG året før.

ANTAL SLAGTINGER



SAMLET BETALING FOR FRILANDSGRIS
DKK/KG PR. SLAGTET KILO



Strategiske eksportmarkeder

USA

USA er et centralt marked for Friland. USA er verdens største marked for økologi – og økologien er i vækst. Til trods for modvind med toldsatser har vi evnet at løfte afsætningen til det amerikanske marked med 91 % i 2025/26. Det er blandt andet skabt med baggrund i et særdeles vigtigt partnerskab med Applegate, som er en del af Hormel Foods.

"Vi er stolte af vores seksårige partnerskab med Friland, som repræsenterer det ypperste inden for økologisk griseproduktion og deler Applegates værdier og ambitioner. Vores forretning er vokset markant de seneste fem år, og i samme periode har vi femdoblet vores indkøb fra Friland. Det vidner om et stærkt samarbejde og en fælles tro på, at ansvarlig landbrugsdrift skaber værdi for mennesker, dyr og planeten."

— Joseph O'Connor, President of Applegate





I 2025/26 har vi også udvidet vores kundeportefølje i USA med True Story Foods. Samarbejdet giver Friland adgang til flere distributionspunkter og skaber et stærkt fundament for yderligere vækst i USA.



"Siden 2023 har vi fordoblet antallet af steder, vi leverer økologiske produkter til, og vi forventer, at salget er steget med 235 % ved udgangen af 2026. Med flere nye produkter på vej hos vores vigtigste kunder ser vi gode muligheder for at fortsætte væksten."

— Scott McDonald, Director of Supply Chain

TYSKLAND

Tyskland er med sine mere end 80 mio. indbyggere fortsat vores vigtigste marked, og det økologiske forbrug er i 3. kvartal steget til rekordniveau. Friland har været aktiv på det tyske marked i mange år, og vi har en etableret kundebase med mange tætte kunderelationer.

2025/26 har været et vanskeligt år på det tyske marked, særligt for økologisk gris. Efterspørgslen har været fornuftig, men et overudbud af økologiske grise har lagt pres på markedet og priserne. Trods de udfordrende markedsvilkår har vi øget samhandlen med flere af vores strategiske tyske kunder. Det understreger værdien af de langsigtede kunderelationer, hvor vi i tæt samarbejde skaber afsætning og øget værdi for dansk økologisk kød.

"Samarbejdet mellem Friland og Ludwigsluster har udviklet sig fra et klassisk kundeforhold til et tæt og tillidsfuldt partnerskab. Sammen udvikler vi innovative produkter og skaber øget værdi gennem forædling og markedsføring af dansk økologisk kød. Vi er stolte af at være en del af Frilands værdikæde og ser frem til at udvikle partnerskabet yderligere."

— Ulrich Müller, General Manager, Ludwigsluster

Fra landmand til forbrugernes indkøbskurv

Friland har i årets løb lanceret nye produkter og styrket samarbejdet med detailhandlen. Samtidig har kampagner og aktiviteter givet forbrugerne indblik i dyrevelfærden og landmændene bag produkterne.

Større synlighed hos detailkunderne

I MENY blev sortimentet af Frilandsgris udvidet med blandt andet grillmedister, BBQ-koteletter og marinerede nakkekoteletter. Lanceringerne blev fulgt op af kampagner og en sommertour til seks butikker, hvor kunderne kunne smage produkterne og høre om dyrevelfærden bag dem. Desuden deltog 25 MENY-slagtere i et kursus med gårdbesøg for at få større indsigt i produktionen og bedre forudsætninger for at rådgive kunderne.

Friland Økologi lancerede også nye produkter, blandt andet filet à la mørbrad, BBQ-nakkekoteletter og BBQ-kamben. Hos Nemlig blev både nye produkter og klassiske udskæringer fra Friland Økologi og Frilandsgris markedsført gennem fælles kampagner. Samarbejdet omfattede også invitationer til Sofari, hvor forbrugerne kunne besøge de økologiske grise hos landmændene. Nemlig.com var blandt de detailkunder, der oplevede særlig god salgsvækst i løbet af året.



— Grill-nyheder



— Frilandsgris MENY sommertour

Hos Coop blev Friland Økologis pålæg markedsført på Änglamark Thise-mælkekartoner. Indsatsen satte gang i pålægssalget, og kampagnen blev derfor gentaget senere på året.



— Änglamark Thise-mælkekarton

Friland Økologi er desuden på vej med en ny emballageløsning til hakket oksekød. De traditionelle plastbakker skal erstattes af poseemballage, der skal reducere plastforbruget og effektivisere produktionen. Samtidig giver den nye emballage mulighed for at fremhæve de tre hjerter i Statens Dyrevelfærdsmærkning tydeligere.

Større synlighed hos detailkunderne

I foråret satte kampagnen FRI til at smage forskellen fokus på økologisk grisekød og grisenes liv under åben himmel. Kirsten og Hans Erik Jørgensen fra Risbjerg Landbrug medvirkede i kampagnen. Senere på året blev Hans Erik kåret til Europas bedste økologiske landmand i 2026, en historie Friland også delte med forbrugerne.



— Busreklame fra kampagnen FRI, marts. *Credits: Out of Media*

For at nå nye målgrupper samarbejdede Friland også med en influencer, som besøgte en økologisk griseproducent og gav sine følgere indblik i grisenes liv og forholdene på gården.

I efteråret fulgte kampagnen Nyd smagen af frihed for økologisk oksekød. Her var det kvæget på græs, den danske oprindelse og landmændenes arbejde, der var i centrum. Kampagnen blev blandt andet vist på busser og digitale medier og sendt i radioen.

På Frilands hjemmeside, sociale medier og i nyhedsbreve blev historier fra landmændene kombineret med opskrifter, stegeguides og inspiration til hverdagsmaden. Nyhedsbrevet havde omkring 27.000 modtagere.



— Kampagnen FRI, September. *Credits: ZUPA*

Tusindvis af smagsprøver på Food Festival

På Food Festival i Aarhus kunne besøgende smage økologisk grise- og oksekød og høre mere om dyrevelfærden bag produkterne. I løbet af festivalens tre dage blev der uddelt mere end 16.000 smagsprøver, mens 1.650 gæster blandede deres egen krydderirub.



— Friland Økologi på Food Festival 2026





Naturfokus på friland.dk

Friland har samlet videoer, landmandsportrætter og konkrete eksempler på naturtiltag, der skal inspirere flere landmænd til at styrke biodiversiteten på deres bedrifter.

Indholdet på friland.dk bygger blandt andet på initiativet Naturfokus, som Friland har udviklet i samarbejde med Innovationscenter for Økologisk Landbrug. Her har de deltagende griseleverandører fået analyseret naturgrundlaget på deres bedrifter og modtaget konkrete anbefalinger til, hvordan de kan skabe bedre vilkår for planter og dyr.

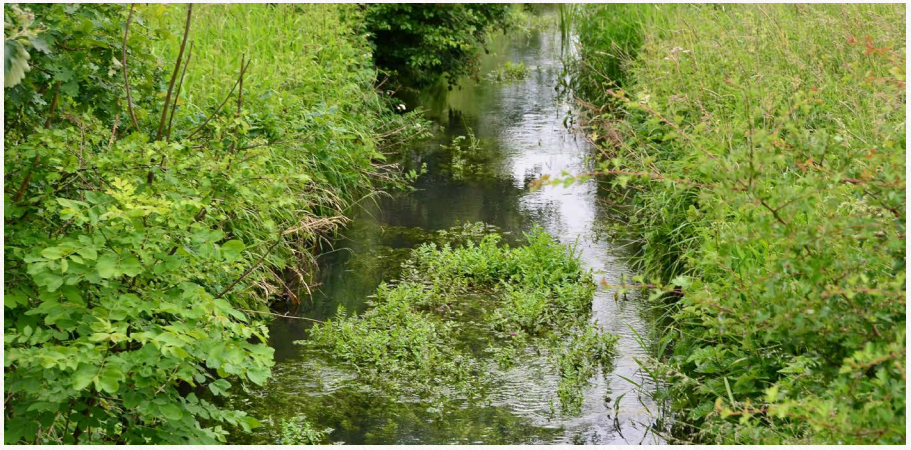
På hjemmesiden fortæller både leverandører af Frilandsgris og økologiske producenter om deres praktiske arbejde med biodiversitet. Gennem videoer og portrætter viser de, hvordan naturhensyn kan blive en del af den daglige landbrugsdrift.

Der er blandt andet eksempler på, hvordan man kan arbejde med levende hegn, søer, markstriber og vådområder. Samtidig findes der faglig viden om, hvordan forskellige naturtiltag kan skabe bedre levesteder for planter og dyr.

Scan QR-koden og læs mere om Naturfokus på friland.dk.



— Når landskabet består af mange forskellige elementer, skabes der flere levesteder for agerlandets arter.



— Faste landskabselementer, også kaldet seminaturarealer, omfatter blandt andet læhegn, diger, grøfter, markveje, moser, remiser og fredede fortidsminder.



Friland
Danish Crown

Danish Crown Vej 1
8940 Randers SV
Danmark

+45 89 19 27 60
frilandinfo@friland.dk
www.friland.dk