

# FORBRUGERKRONEN OG LANDBRUGET

---

Seniorrådgiver, Henning Otte Hansen, Fødevarøkonomisk Institut

*Landmandens andel af forbrugerkronen falder næsten år for år. Det betyder, at landbrugsvarernes andel af fødevarernes pris i butikkerne bliver mindre og mindre. En stigende andel af værditilvæksten og butikspriserne går dermed til andre end landmændene - herunder bl.a. til forarbejdning, forædling, transport og markedsføring. Som det ses i artiklen, er der tale om en almindelig global tendens, som kan forklares, og som ikke nødvendigvis er til ulempe for landmændene. Der er flere eksempler på, at udviklingen i landmandens andel af forbrugerkronen mistolkes og tages som udtryk for, at landbruget svækkes.*

## Hvad er forbrugerkronen?

Forbrugerkronen - eller „the food dollar“ - er de samlede omkostninger, som forbrugerne bruger på fødevarer. Forbrugerkronen opgøres dermed som værdien af fødevarerne i detailledet.

Værdien af fødevarerne i detailledet består af en række omkostninger, som tilføres undervejs i fødevarekæden. Der er omkostninger til råvarer, løn, energi, markedsføring, og der er også både afgifter og avancer. Disse omkostninger opstår hele vejen i værdikæden fra landmand til forbruger.

Omkostningerne til landbrugsråvarerne er „landmandens andel af forbrugerkronen“.

Man kan opdele, analysere og beskrive forbrugerkronen på flere måder. Man kan

fokusere på landmandens andel, på de enkelte sektors bidrag og på de forskellige omkostningsposter

Man kan derfor opdele forbrugerkronen på tre måder:

\* Landmandsdelen og forarbejdnings- og afsætningsdelen. Herved kan man præcist se, hvorledes landmandens andel af den samlede forbrugerkrone udvikler sig over tid.

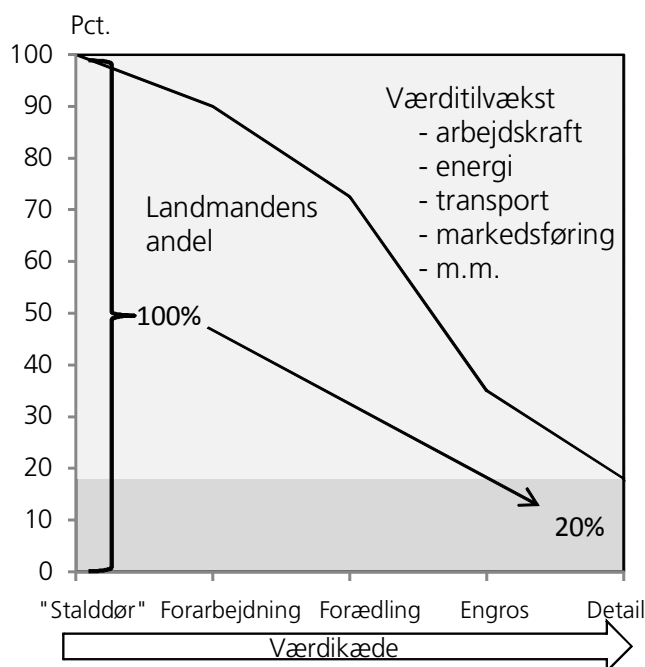
\* Opdeling af de enkelte sektorer i forarbejdnings- og afsætningsdelen og deres bidrag og værdiskabelse til forbrugerkronen. Her analyserer man hvert enkelt sektors bidrag til og deres omkostningspost i den endelige forbrugerpris. Det vil typisk være landbrugssektoren, engrossektoren,

forarbejdnings- og forædlingssektoren og detailsektoren. På den måde får man disse fire sektors andel af forbrugerkrone.

\* Opdeling af forbrugerkrone på hovedomkostningsposter. Hermed fås et billede af de væsentligste omkostningstyper i forbrugerkrone på tværs af sektorer. På den måde kan man også vurdere den samlede betydning af f.eks. energi- eller lønomkostninger på fødevarepriserne. Se også boks 2.

Landmandens andel af forbrugerkrone falder, i takt med at der tilføres mere forarbejdning, forædling og værditilvækst. Landmandens andel af forbrugerkrone undervejs i værdikæden - fra jord-til-bord - er illustreret i figur 1.

**Figur 1. landmandens andel af forbrugerkrone fra jord-til-bord. Principskitse.**



Kilde: Egen fremstilling

Figuren illustrerer, at mens landmandens andel falder, får andre led i værdikæden en større andel af værdikæden, jo læn-

gere varerne bevæger sig fremad mod forbrugerne.

I principskitsen i figur 1 falder landmandens andel fra 100 pct., når varen forlader gården, til ca. 20 pct., når forbrugerne køber fødevarerne i detailhandlen. Dette svar omtrent til forløbet i de højtudviklede lande.

Forbrugerkrone er dog ikke noget helt entydigt eller præcist begreb, idet beregningsmetoderne kan være forskellige fra undersøgelse til undersøgelse. I nogle tilfælde ser man kun på udvalgte produkter. I andre tilfælde beregner man forbrugerkrone for alle fødevarer, mens man i helt andre tilfælde også inddrager f.eks. drikkevarer. Endeligt er der undersøgelser, hvor food service, udespisning m.m. også indgår.

Der kommer desuden jævnligt nye opdaterede analyser, som anvender mere præcise og raffinerede metoder. I nogle tilfælde anvender man nu input-output-tabeller til at beregne de enkelte sektors andelen af forbrugerkrone, jfr. Canning, P. (2011). Derved justeres tallene, og de nyeste tal er ikke altid sammenlignelige med andre historiske data.

Den simple model til beregning af landmandens andel af forbrugerkrone (LFK) for et givet produkt er:

$$LFK = \frac{(P_{ii} * C_i) - B_i}{P_{di}}$$

hvor

$P_{ii}$  er landmandsprisen på produkt  $i$ ,

$C_i$  er omregningsfaktoren, som viser den nødvendige mængde landbrugsprodukter til at producere en enhed af fødevarerproduktet  $i$  i detailledet

## Boks 1. Udsagn og vurderinger vedr. forbrugerkronen

Men jeg vil minde om, at det måske er første gang i en menneskealder, at landmandens andel fødevarerne udgør af forbrugerkronen, stiger. Ellers er fødevarernes andel af forbrugerkronen halveret gennem de sidste 40 år. Det har været en kæmpe forbrugerfordel. Kun landbrugets stigende effektivitet har gjort det muligt.  
Mejdahl, Christian (2008)

Og hver gang er der nogen, der skal have del i forbrugerkronen. Så mit spørgsmål er: Hvor mange vil du som landmand dele udbyttet af dit arbejde med?  
Nielsen, Leif (2008)

Jeg tror, at vi kan sige, at det ikke altid er i landmandens interesse at øge landmandens andel af forbrugerkronen. Hvis det var, så ville landmændene sælge direkte til forbrugerne. Men det forædlings- og afsætningssystem, som vi har udviklet, gør arbejdet billigere, end landmænd selv kan gøre det. Hvis en ekstra forædling øger værdien af slutproduktet mere end omkostningerne, får landmændene en fordel af den ekstra forædling, selv om det kan sænke landmandens andel.  
Atchley, F. M. (1956)

Hvis vi ser på forbrugerkronen, har landbruget afleveret 10 procent i de sidste 10 år til detailhandlen. Den udvikling skal vi have vendt  
Kristensen, Kristian (2002), formand for dansk kartoffelproducent-forening

Udvikling af metoder til at beregne landmandens andel . . . af forbrugerkronen har bidraget til en udbredt misforståelse m.h.t. de sande sammenhænge mellem på den ene side landbruget og på den anden side fødevarerindustri og distribution. Det har fået dem til at ligne konkurrenter om en fast værdi fremfor samarbejdspartnere, der producerer en større værdi.  
Brester, G. W., Marsh, J. M. and Atwood, J. A. (2009)

Landmændene får en stadig mindre andel af forbrugerkronen for det, vi producerer i mark og stald. Derfor er det nødvendigt, at vi landmænd står sammen og holder op med at lade os underbyde af detailhandelen.  
Kjær-Nielsen, J. (2011)

Produktivitetsstigninger og prisfald har medført, at fødevarerne er blevet meget billigere til glæde og gavn for forbrugerne, men det er en udfordring for vi landmænd, at landmandens andel af forbrugerkronen i dag kun er det halve af, hvad den var for 30 år siden.  
Gæmelke, P. (2012)

### Protestskilte fyldte gaderne foran EU-bygning

Temaerne var "Landbrug i krise", "Ingen landmænd, ingen mad" og "Fair andel af forbrugerkronen". Ikke mindst det sidste optog mange af talerne. Detailkædernes store magt, som betyder, at de kan fastholde priserne, samtidig med at de sætter afregningsprisen til landmændene ned, opleves overalt som et stort problem.  
Hansen, J. B. (2009)

$B_i$  er et specifikt biprodukt ved processen,

$P_{di}$  er detail-prisen på produkt  $i$

Såfremt man skal beregne pålidelige andele af forbrugerkrone for alle fødevarer under ét, kræves der et omfattende data-materiale. Det er én af de væsentligste forklaringer på, at der ikke eksisterer ret mange analyser på internationalt niveau af forbrugerkrone opbygning

Trods disse forbehold m.h.t. metoder, datagrundlag og sammenlignelighed er der generelt god overensstemmelse i de resultater, som forskellige undersøgelser når frem til.

### Tolkning af forbrugerkrone

Forbrugerkrone - og herunder især landmandens andel af forbrugerkrone - diskuteres tit, jfr. boks 1.

Mange har den opfattelse, at det er negativt for landmændene, at deres andel af forbrugerkrone falder. Fra politisk side tolkes det ofte som et tegn på, at landmanden „bliver snydt“, og at de efterfølgende led i værdikæden uberettiget tager en for stor del af.

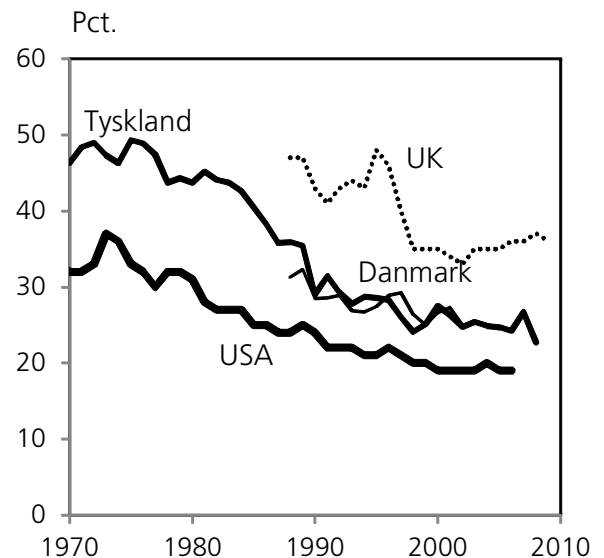
Undersøgelser viser dog, at der ikke er nogen tidsmæssig sammenhæng mellem landmandens andel af forbrugerkrone og landmændenes indtjening (Brester, G. W. et al, 2009). Opgørelser over forbrugerkrone kan derfor ikke uden videre bruges til at vise avancerne i værdikæden, fordele og ulemper ved en stor andel af forbrugerkrone m.m. - se også boks 2.

### Landmandens andel af forbrugerkrone falder

Det er et gennemgående resultat i de gennemførte analyser, at landmandens andel af fødevarernes salgsværdi i de sidste salgs-

led falder over tiden og i takt med den økonomiske udvikling. Figur 2 viser således over en årrække udviklingen i dansk og amerikansk landbrug.

**Figur 2. Udviklingen i landmandens andel af fødevarernes endelige salgsværdi.**



Anm: Metoder og datagrundlaget til beregning af forbrugerkrone kan variere over tid og fra land til land.

Kilder: USDA (2012), Dansk Landbrug (flere årgange), Wendt, H. (2011) og NFU (2010)

Som det ses af figuren, har udviklingen været meget ens i dansk, tysk, engelsk og amerikansk landbrug. Det er meget sandsynligt, at vi kan se den helt samme tendens i andre veludviklede lande, men der er kun få andre undersøgelser.

Udviklingen i de amerikanske landmænds andele af forbrugerkrone kan føres 100 år tilbage. I starten af 1900-tallet var andelen af forbrugerkrone således på omkring 50.

Der er flere naturlige forklaringer på denne tilsyneladende globale tendens:

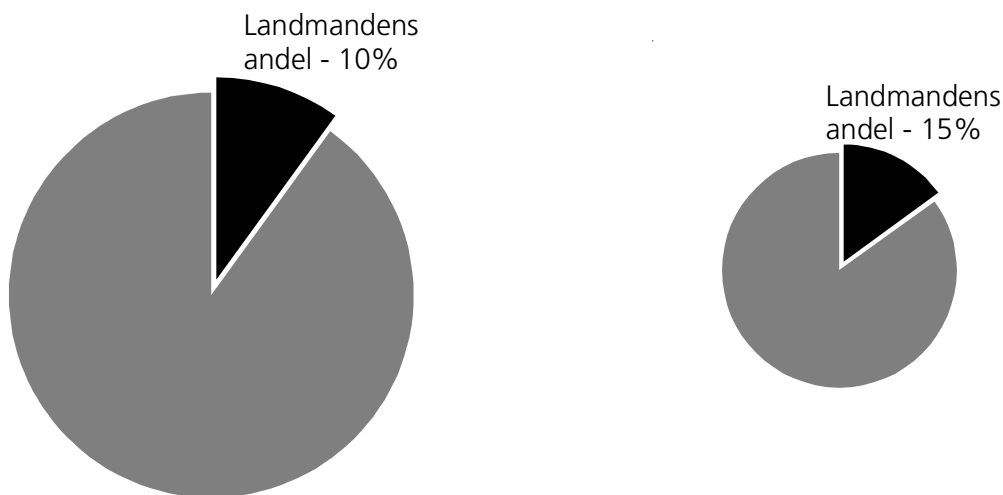
### Boks 1. Hvad er bedst: Et stor stykke af en lille kage - eller et lille stykke af en stor kage?

Landmandens andel af forbrugerkronen - eller andelen af den endelige salgspris i butikkerne - er en relativ størrelse. Ofte fokuserer man meget på den procentvise andel - uden at tage højde for, hvor stor den samlede værdi - kage - er.

Hvis forarbejdningsleddet - f.eks. et slagteri eller et mejeri - satser mere på forarbejdning, forædling og markedsføring, vil det som udgangspunkt medføre en bedre indtjening. Samtidig vil den øgede forædling medføre en konkurrencefordel, idet forarbejdnings- og forædlingsindustrien kan bevæge sig mere væk fra den hårde priskonkurrence, som virksomheder med lav forarbejdning og forædling eller ofte er udsat for. Den bedre indtjening vil - helt eller delvist - blive tilbageført til landmændene, såfremt forarbejdnings- og forædlingsleddene er andelsejede, eller såfremt der er fuldkommen konkurrence.

Den større forædling betyder imidlertid også, at råvarernes andel af den samlede værditilvækst - landmandens andel af forbrugerkronen - bliver mindre. Dette vil dog normalt blive opvejet af, at den totale værditilvækst, pris og fortjeneste stiger, hvilket som udgangspunkt vil være til landmandens fordel.

Denne sammenhæng mellem „andelen af kagen og kagens samlede størrelse“ er vist i nedenstående figurer. I eksemplerne er landmandens andel hhv. 10 og 15 pct., men landmandens gevinst er størst i det første tilfælde, fordi den samlede værditilvækst - den samlede kage - er størst i dette tilfælde.



### Stigende forarbejdningsgrad

For det første er der en tendens til stigende forarbejdningsgrad af fødevarerne i et samfund med stigende økonomisk velfærd. Også her er der tale om en global tendens.

Gennem de senere år er værditilvækstens andel af produktionen således steget

for industriprodukter. Det vil sige, at der sker en større forarbejdning af produkterne. Denne udvikling har været særlig markant for fødevarer i forhold til andre industriprodukter.

Med stigende forædling vil omkostninger til arbejds løn, produktudvikling, tilberedning m.m. stige, mens landbrugsråva-

rens andel falder. Resultatet bliver en faldende forbrugerkrone.

I boks 2 ses en opstilling af nogle af de væsentligste omkostningsposter, som findes i den amerikanske værdikæde for fødevarer og forbrugerkronen.

Man skal dog huske på, at den faldende andel skyldes, at den samlede „kage“ bliver større, og at landmandens andel blot relativt bliver mindre.

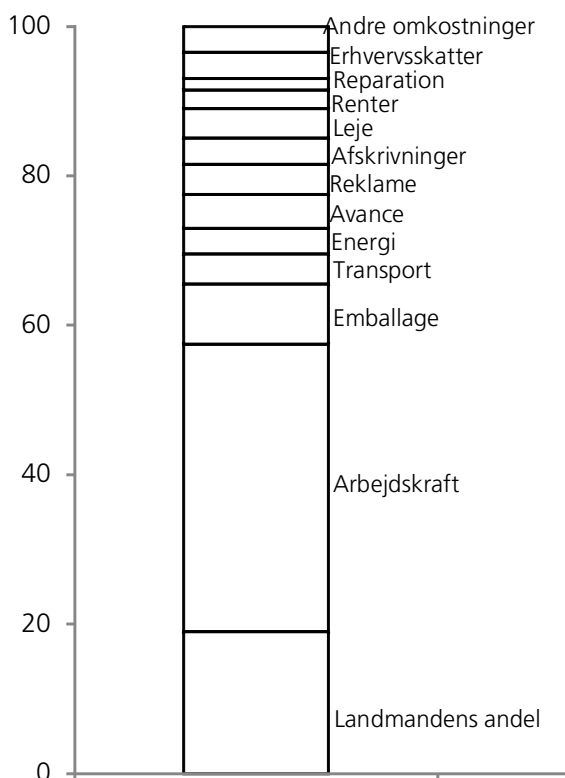
Hvis en fødevarer virksomhed investerer i produktudvikling, forarbejdning og markedsudvikling, vil det medføre - hvis det går som planlagt - at investeringen tjener sig hjem i gen i form af øget indtjening. Men resultatet bliver også, at landbrugsvarerne får en faldende andel af forbrugerkronen, fordi omkostninger til produktudvikling m.m. øges. I dette tilfælde falder landmandens andel af forbrugerkro-

nen, men landmandens indtjening stiger, da den stigende indtjening tilfalder ejerne.

### Ændret arbejdsdeling mellem landbrug og fødevarerindustri

Udviklingen skyldes også den stigende arbejdsdeling mellem landmænd og fødevarerindustri. Som det ses af figur 2, er der en klar tendens i den vestlige verden i retning af, at fødevarerindustrien overtager en betydelig del af landbrugets betydning i det agroindustrielle kompleks.

#### Boks 2. Hvem får resten af forbrugerkronen? USA som eksempel.

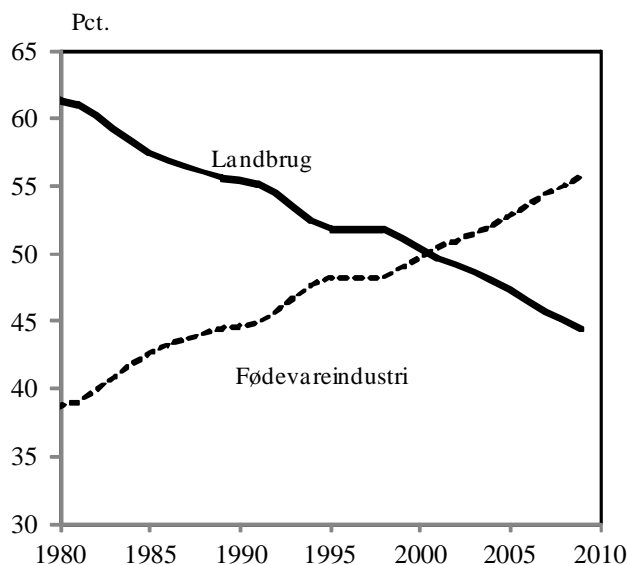


Figuren viser, at der er en række forskellige ressourcer og omkostninger, som hænger sammen med fødevarerproduktionen. Der er således et stort antal både direkte og indirekte omkostninger, som er nødvendige, og som bidrager til øget værditilvækst og til øgede salgspriser.

Selve råvareandelen er begrænset, og landmandens andel af forbrugerkronen i USA er ca. 20 pct.

Kilde: Egen fremstilling på grundlag af Canning, P. (2011)

**Figur 2. Fordeling af værditilvæksten i det agroindustrielle kompleks i OECD.**



Anm: Vejet gennemsnit af 29 OECD-lande.

Kilde: Egne beregninger på grundlag af OECD (2012) og World Bank (2012)

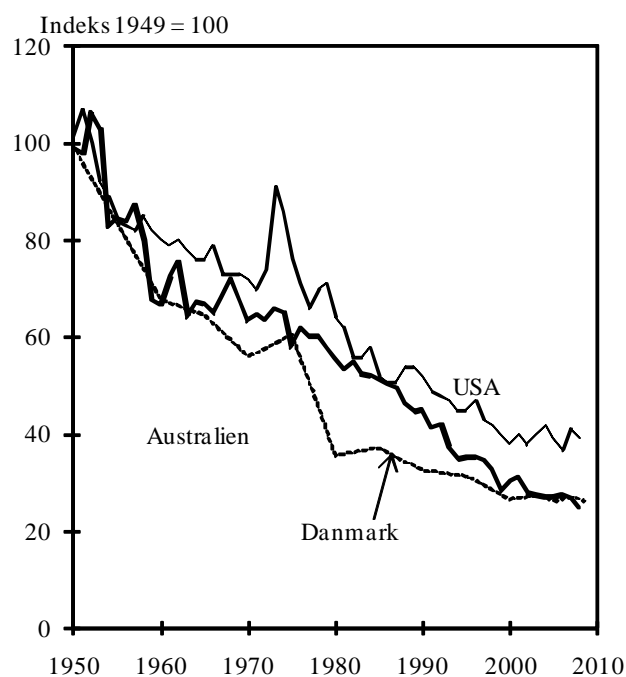
Selv om fødevarerindustrien overtager en del af beskæftigelsen og værditilvæksten fra det primære landbrug ved økonomisk udvikling, viser det sig alligevel, at også fødevarerindustrien normalt også få en relativt faldende betydning i takt med stigende økonomisk velfærd. Dette skyldes i sagens natur, at denne øget forarbejdning i fødevarerindustrien ikke kan opveje den negative effekt af den lave efterspørgselsvækst m.m.

### Landbrugets bytteforhold forværres over tid

Som konsekvens af både produktivitetsudvikling og trædemøllen vil landbrugets salgspriser udvikle sig langsommere end andre varer i samfundsøkonomien i gennemsnit. Priserne på både landbrugs- og fødevarer vil på langt sigt stige mindre end inflationen, og bytteforholdet - forholdet mellem landbrugets salgs- og faktorpriser - vil falde.

Det faldende bytteforhold er en tendens, som landbruget i næsten alle lande oplever - næsten uanset hvilket land, der er tale om. Som det ses i figur 3, falder landbrugets bytteforhold næsten efter samme tendens i så forskellige lande som USA, Australien og Danmark.

**Figur 3. Udviklingen i landbrugets bytteforhold i Australien, USA og Danmark**



Kilde: Egne beregninger på grundlag af Dansk Landbrug (flere årgange), RIRDC (1997), USDA (2009), ABARE (2008) m.m.

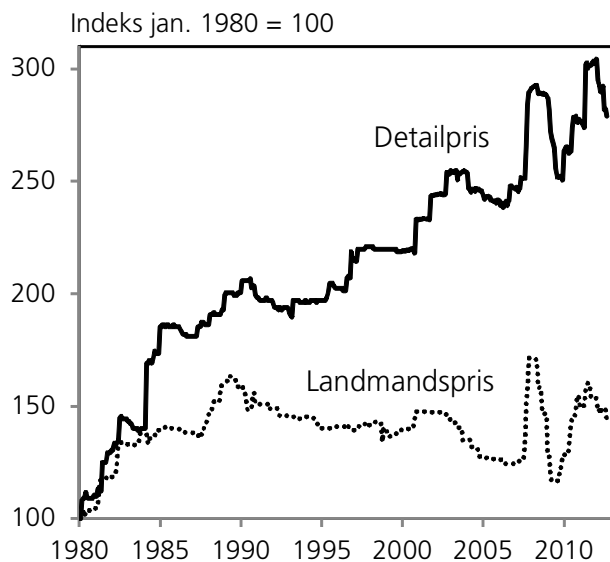
Det faldende bytteforhold over tid er et fænomen, som især gælder for landbruget, og som generelt ikke findes i samme omfang i de øvrige erhverv.

### Øget prisspænd mellem landmands- og detailpriser

Landbrugets faldende bytteforhold, faldende realpriser på landbrugsvarer samt stigende forædlingsgrad i de færdige fødevarer i detailledet er alt sammen medvirkende til, at prisspændet (forskellen) mellem landbrugs- og detailpriser øges.

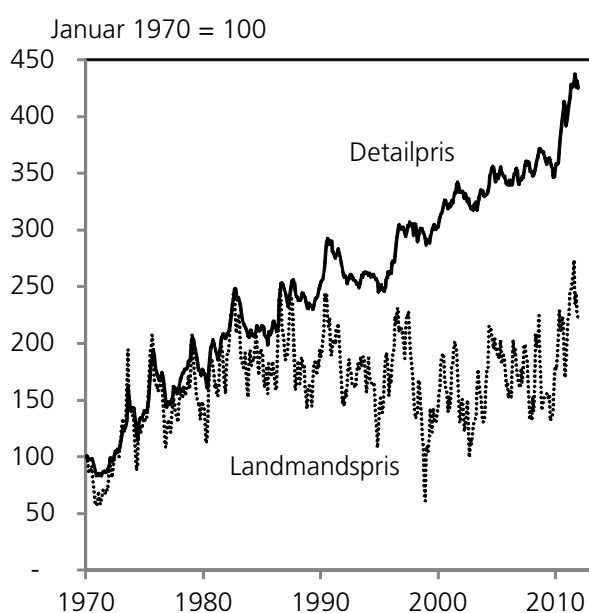
Figur 4 og 5 viser således to eksempler - to forskellige lande og to forskellige produkter - på, at forskellen mellem landmands- og detailpriser stiger over tiden.

**Figur 4. Udvikling i landmands- og detailpriser på mælk i Danmark, 1980-2012**



Kilde: Egne beregninger på Danmarks Statistik (2012a+b) og Landbrug & Fødevarer (2012)

**Figur 5. Udvikling i landmands- og detailpriser på svinekød i USA, 1970-2011**



Kilde: Egen fremstilling på grundlag af USDA (2012b)

Som det fremgår af figur 3 og 4, er der klare tendenser i retning af et stigende pris-spænd. Landmandspriserne stiger kun meget begrænset, og der er tale om realpris-fald i begge tilfælde. Detailpriserne stiger langt mere, omend prisudsving i landmandspriserne også i et vist omfang slår igennem i detailpriserne.

### Udespisning

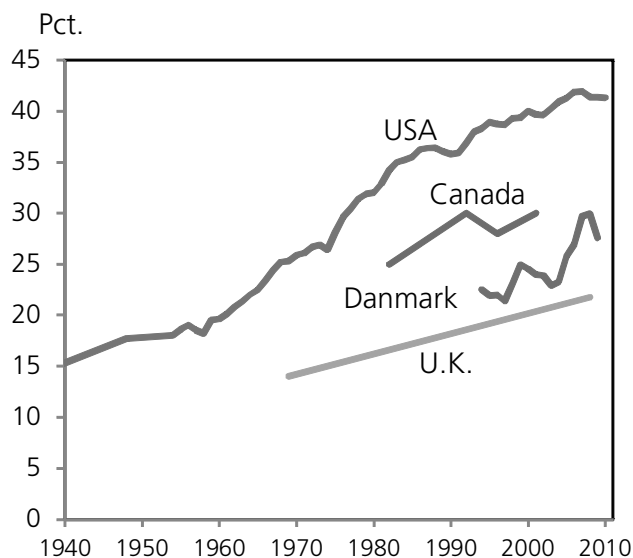
En anden klar trend i fødevarerefterspørgslen er, at en stigende del af forbruget finder sted uden for hjemmet. I takt med den stigende erhvervsfrekvens stiger spisningen på arbejdspladser m.m., men også spisning på restauranter er i betydelig vækst.

Netop udespisning er typisk indkomstafhængig og dermed konjunkturfølsom. Samtidig vil udespisning være i klar vækst i takt med den økonomiske udvikling.

I USA, som også på dette område er trendsætter, foregår nu op imod halvdelen af fødevarerforbruget ved udespisning, jfr. figur 6.



**Figur 6. Udespisning i pct. af i alt**



Anm:

USA: Fødevarer uden for hjemmet som andel af de totale fødevarerudgifter

Canada: Fødevarer købt i restauranter som andel af det totale fødevarerforbrug

U.K. Markedet for udespisning som andel af forbrugernes totale udgifter til føde- og drikkevarer

Danmark: Forbrug på restauranter, kantiner m.m. i pct. af forbrug af fødevarer og vin samt forbrug på restauranter og kantiner m.m.

Kilde: Egen fremstilling på grundlag af Agriculture and Agri-Food Canada (2012), USDA (2011), Statistics Denmark (2012) and eatoutmagazine (2009)

Figuren viser værdien af udespisningen i pct. af det samlede fødevarerforbrug. Som det ses er der en klar international tendens i retning af, at udespisning får en stigende betydning på fødevarermarkederne.

Når det gælder udespisning, er landmandens andel af forbrugerkrone meget lav - helt nede på omkring 3 pct.

### Forskelle fra produkt til produkt

Landmandens andel af forbrugerkrone varierer meget fra produkt til produkt. Det

skyldes, at nogle produkter naturligt har en større forarbejdningsgrad end andre. For eksempel er landmandens andel af forarbejdede grøntsager mindre end af friske grøntsager. Tilsvarende vil højværdiprodukter som kød også give landmanden en relativt høj andel af forbrugerkrone

Eksempler fra USA viser, at andelen kan variere fra omkring 5-50 pct. afhængig af, hvilket produkt der er tale om, jfr. tabel 1.

**Tabel 1. Landmandens andel af forbrugerkrone i USA**

Produkt	Andel Pct.
Friske jordbær	39
Friske æbler	22
Friske kartofler	16
Salat, Iceberg	27
Mel	20
Sukker	30
Margarine	21
Frisk mælk	54
Smør	50
Ost, Cheddar	30
Is	18
Corn flakes	4
Oksekød	51
Svinekød	31
Æg	51
Mejeriprodukter	30
Frisk frugt	28
Friske grøntsager	26
Forarbejdet frugt og grønt	17
Korn- og brødprodukter	7

Anm: 2010 eller seneste år med tilgængelige data. Æg og corn flakes: Gennemsnit af 1998-2000)

Kilde: USDA (2012a+b) og Congressional Research Service (2009)

Tilsvarende tal fra New Zealand bekræfter, at der er store forskelle i landmandens andel af forbrugerkrone fra produkt til produkt, jfr. tabel 2.

**Tabel 2. Landandens andel af forbruger-  
kronen i New Zealand (2008)**

Landbrugs- produkt	Detail- produkt	Andel Pct.
Hvede	Brød	16
Hvede	Spaghetti	9
Lam	Lammekød	31
Kødkvæg	Oksekød	19
Kyllinger	Kyllingekød	18
Æbler	Æbler	17
Mælk	Ost	5
Mælk	Mælk	35
Honning	Honning	40

Kilde: Federated Farmers of New Zealand (2008)

Tabellerne understreger, at landmandens andel af forbrugerkronen generelt er mindst på de produkter, som har den største forarbejdningsgrad. For eksempel er korn den vigtigste råvare i brød, men da forarbejdnings- og forædlingsgraden i mel- og brødsektoren er stor, er det naturligt, at landmandens andel af den endelige brødpris bliver relativt lille.

Generelt får landmanden en højere andel af forbrugerkronen, når det gælder animalske fødevarer. Forklaringen er, at produktionsomkostningerne i landbruget er større for animalske end for vegetabiliske produkter, og det påvirker værdisætningen i de efterfølgende led.

Andre forhold er også med til at forklare forskelle i forbrugerkronen fra produkt til produkt. Transportomkostninger, detail-avancer, spild og fordærvlighed kan også spille en betydelig rolle.

Også inden for samme produktgruppe kan der være store forskelle i landmandens andel af forbrugerkronen. Hvis der sælges højt-profilerede mærkevarer, vil markedsføringsomkostningerne og forbrugerpriserne være relativt store, og dermed bliver landmandens andel mindre. Hvis der

derimod er tale om „bulk-produkter“ eller private labels (supermarkedernes egne mærkevarer), er detailpriserne normalt lavere, men dermed bliver landmandens andel relativt større.

Endeligt kan det også være afgørende, hvorvidt fødevarerne er afsat i en discount-butik eller i en specialforretning, idet pris-sætningen typisk vil være forskellig de to steder.

### **Hvordan kan landbruget få en større andel af forbrugerkronen?**

Først skal man naturligvis spørge, om landbruget overhovedet har en interesse i en større andel af forbrugerkronen? Måske har landbruget en interesse i en arbejdsdeling, hvor andre sektorer og andre virksomheder står for forarbejdning, forædling, afsætning og detailhandel?

Andelsejerskab giver ikke i sig selv landbruget en større andel af forbrugerkronen. Andelseje sikrer derimod, at overskuddet ved andelselskabernes forarbejdning og forædling kommer tilbage i landmændenes lommer.

En større udbredelse af gårdbutikker og anden form for direkte afsætning vil øge landmandens andel af forbrugerkronen. Ved at springe mellemliddene over, sikrer landmanden sig en større del af forbrugerkronen - men også en større andel af de omkostninger, som er forbundet med forarbejdning, distribution og afsætning. Det er givetvis en fordel i mange tilfælde, men i stor skala er det ingen løsning på at øge landmandens andel af forbrugerkronen.

En væsentlig forklaring på landmandens faldende andel af forbrugerkronen er som nævnt, at der sker en stigende arbejdsdeling mellem landbrugserhvervet og fødevarerindustrien. Dermed kan landmændene blive gode til at producere landbrugs-

varer, mens fødevarerindustrien kan koncentrere sig om forarbejdning og forædling. Det vil være uhensigtsmæssigt at „rulle denne udvikling tilbage“, da den nuværende arbejdsdeling giver en mere effektiv produktion.

## Kilder

**Atchley, F. M. (1956):** “Alternative Approaches to the Marketing Margin: Farmer’s Share Concept.” *J. Farm Econ.* 38 (1956):1573–1585.

**Brester, Gary W., Marsh, John M. and Atwood, Joseph A. (2009):** Evaluating the Farmer’s-Share-of-the-Retail-Dollar Statistic. *Journal of Agricultural and Resource Economics*. Volume 34, Number 2, August 2009 <http://ageconsearch.umn.edu/handle/54543>

**Canning, Patrick (2011):** A Revised and Expanded Food Dollar Series. A Better Understanding of Our Food Costs  
USDA. Economic Research Service Economic Research Report Number 114 February 2011 <http://www.ers.usda.gov/media/131100/err114.pdf>

**Congressional Research Service (2009):** Farm-to-Food Price Dynamics. Randy Schnepf <http://www.nationalaglawcenter.org/assets/crs/R40621.pdf>

**Danmarks Statistik (2012a):** Statistikbanken

**Danmarks Statistik (2012b):** Specialudtræk

**Dansk Landbrug (flere årgange):** Dansk landbrug i tal.

**Elitzak, Howard (1999):** Food cost Review 1950-97. ERS. USDA. Agricultural Economic Report No. 780. [http://www.ers.usda.gov/media/308041/aer780\\_1\\_.pdf](http://www.ers.usda.gov/media/308041/aer780_1_.pdf)

**Federated Farmers of New Zealand (2008):** Food prices - A farmers share. May 2008 [http://www.fedfarm.org.nz/f514,16771/2008-05-15\\_-\\_Food\\_Prices\\_-\\_A\\_Farmers\\_Share.pdf](http://www.fedfarm.org.nz/f514,16771/2008-05-15_-_Food_Prices_-_A_Farmers_Share.pdf)

**Gardner, Bruce L. (1975):** “The Farm-Retail Price Spread in a Competitive Food Industry,” *American Journal of Agricultural Economics* 57(3):399-409.

**Gæmelke, P. (2012):** Jubilæumsskrift i anledning af Brørup Landboforenings 150 års jubilæum. Forord <http://www.jlbr.dk/NR/rdonlyres/3FA011AB-5F5E-4385-8DAA-74DC45FEC82/0/Jubilæumsskrift.pdf>

**Hansen, Jacob Bagge (2008):** Protestskilte fyldte gaderne foran EU-bygning  
Landbrugsavisen, Fredag 26. juni 2009

**Landbrug & Fødevarer (2012):** Månedspriser

**Mejdahl, Christian (2008):** Åbningstale ved Landbrugsmessen på Gl. Estrup lørdag den 31. maj 2008 <http://www.landbrugsmessen.dk/2008/misc/mejdahl.pdf>

**Kjær-Nielsen, J. (2011):** Det kan godt lade sig gøre at have fælles kasketter på samtidig! <http://www.fanefjordsogn.dk/lokalhistorier-pd/f/Ame%20Hemmingsen%20med%20to%20kasketter.pdf>

**Kristensen, Kristian (2002):** formand for dansk kartoffelproducent-forening <http://presseoversigten.dk/vis.asp?medID=367&kundeID=175>

**Nielsen, Leif (2008):** Pengene fra jord til bord  
Landbrugsavisen.dk Fredag 7. marts 2008

**NFU (2010):** NFU Briefing. 22nd November 2010 <http://www.commercialfarmers.co.uk/Food%20inflation%20analysis%20November%202010.pdf>

**Tonsor, Glynn (2010):** Connecting Livestock Producers with Recent Economic Research  
July 2010 Volume 1 Issue 2  
[http://www.agmanager.info/livestock/marketing/clper/CLPER\\_07-10.pdf](http://www.agmanager.info/livestock/marketing/clper/CLPER_07-10.pdf)

**USDA (1949):** Price spreads between farmers and consumers.  
<http://naldc.nal.usda.gov/download/CAT87209893/PDF>

**USDA (2012):** Food dollar series  
<http://www.ers.usda.gov/data-products/food-dollar-series.aspx>

**USDA (2012b):** Price Spreads from Farm to Consumer  
<http://www.ers.usda.gov/data-products/price-spreads-from-farm-to-consumer.aspx#25651>

**Wendt, B. (2011):** Marked increase of the farmer's share of consumer expenditures on food in Germany 2010  
[http://www.vti.bund.de/fileadmin/dam\\_uploads/Institute/MA/Bilder/Erzeugeranteil%20gestiegen.pdf](http://www.vti.bund.de/fileadmin/dam_uploads/Institute/MA/Bilder/Erzeugeranteil%20gestiegen.pdf)