

Lantmännen kommenterar Sveriges krisberedskap i Dagens industri: Det är svårt att försvara landet hungrig

Lantmännen signerade i dag en debattartikel i Dagens industri i samband med Almedalsveckan. Lantmännens Per Arfvidsson, vice vd. och Alarik Sandrup, näringslivspolitisk chef, menar att försvaret av Sverige kan inte enbart handla om militär kapacitet. Det krävs en vilja, beslut och genomförandekraft även i andra delar av vår beredskap – inte minst livsmedelsförsörjningen. Texten i sin helhet kan läsas nedan, alternativt på [Dagens industri](#) som publicerade debattartikeln i dag, 24 juni 2025.

Sverige saknar livsmedelsberedskap och det får konsekvenser, däribland en ökad oro för matbrist under kris och krig hos svenskarna. Och oron är befogad. I dag är enbart hälften av maten vi äter producerad i Sverige. Denna så kallade självförsörjningsgrad om 50 procent, är betydligt lägre än exempelvis i Finland och Danmark.

Den underliggande självförsörjningsgraden är egentligen ännu lägre då svenskt lantbruk är helt beroende av import av mineralgödsel och bränsle. Om våra leveranskedjor störs och importen försvåras är vi därmed betydligt mer sårbara än våra grannar.

Samtidigt visar undersökningar att nästintill alla svenskar tycker att Sverige bör ha en självförsörjningsgrad på minst 80 procent. Det här är inte radikala krav, utan rimliga förväntningar på ett land med goda jordar, en innovativ livsmedelsindustri och ett lantbruk i världsklass. Ändå är varannan tugga importerad.

Vi befinner oss i ett geopolitiskt läge där vår försörjningsförmåga är en del av vår säkerhetspolitik och vårt totalförsvar. Samtidigt har vi, trots år av pandemi och krig i Europa, fortfarande ingen tydlig tillväxt i svensk livsmedelssektor och inga beredskapslager för vare sig spannmål, insatsvaror till jordbruket eller andra förnödenheter.

Men regeringen har en plan framåt. Den nyligen presenterade Livsmedelsstrategin 2.0 är en kraftfull tillväxtstrategi och visar på probleminsikt samt förslag och ambitioner till förbättringar. Det är en ambitiös strategi men nu återstår det viktigaste – att göra förslagen till verklighet genom praktisk handling. Förmåga och vilja finns i näringslivet, men vi saknar tillräcklig privat-offentlig samverkan samt handlingskraft hos politik och myndigheter. Det räcker inte att peka på utredningar och strategier, det krävs konkreta åtgärder som gör skillnad på gårdsnivå, i livsmedelsindustrin och i hela samhället.

Vi närmar oss satsningar på det militära försvaret motsvarande fem procent av BNP – tresiffriga miljardbelopp som är nödvändiga och viktiga. Men försvaret av Sverige kan inte enbart handla om militär kapacitet. Ett robust totalförsvar förutsätter att vi också kan försörja vår befolkning med mat – oavsett vad som händer i omvärlden. Det är svårt att försvara landet hungrig.

Det är inte bara oron som ökar – frustrationen gör det också. En undersökning visar att de flesta svenskar tycker att media rapporterar för lite om landets livsmedelsberedskap. En stark försörjning och beredskap kräver inte bara politiska beslut och investeringar, den kräver också förankring och förståelse i hela samhället.

En stark och robust livsmedelsberedskap börjar alltid med ett lönsamt lantbruk, stark livsmedelsproduktion och ökad medvetenhet hos konsumenterna. Med tillväxt inom

livsmedelssektorn samtidigt som konsumenterna väljer svenskt så stärker vi inte bara vår matproduktion – vi stärker hela Sveriges krisberedskap.

Om vi – politiker, bransch och konsumenter – förstår problembilden, är överens om lösningarna och agerar därefter kan vi tillsammans skapa en starkare livsmedelsberedskap. Vi är beredda att ta vårt ansvar, men samtidigt krävs resurser och handlingskraft hos våra politiker.

Per Arfvidsson, vice vd på Lantmännen
Alarik Sandrup, näringspolitisk chef på Lantmännen

För mer information, kontakta gärna:

Lantmännens presstjänst

Tel: 010 556 88 00

E-post: press@lantmannen.com

Om Lantmännen

Lantmännen är ett lantbrukskooperativ och norra Europas ledande aktör inom lantbruk, maskin, bioenergi och livsmedel. Företaget ägs av 17 000 svenska lantbrukare, har 12 000 anställda, verksamheter i ett tjugotal länder och omsätter 70 miljarder SEK på årsbasis. Med basen i spannmål förädlas åkermarkens resurser för ett livskraftigt lantbruk. Några av Lantmännens mest kända varumärken inom livsmedel är AXA, Kungsörnen, Scan, Korvbrödsbagarn, GoGreen, FINN CRISP och Bonjour. Företaget är grundat på kunskap och värderingar som har funnits i generationer hos ägarna. Genom forskning, utveckling och verksamhet i hela värdekedjan tar Lantmännen ansvar från jord till bord. Läs gärna mer på www.lantmannen.se