

ØKOLOGISK MARKEDSRAPPORT FOR TYSKLAND 2024

INKLUSIV GO TO MARKET INFORMATION



INDBLIK I DET TYSKE MARKED

Formål med rapporten: Markedsrapporten skal være med til at skabe et overblik over det økologiske marked i Tyskland for eksportparate danske virksomheder. Hensigten er at gøre det nemt at danne sig et overblik over relevant viden, herunder go to market information om det tyske marked, samfundet og de tyske økologiske forbrugere.

Rapporten indeholder:

- Statistisk overblik over økologi i Tyskland
- Overblik over den tyske detailhandel med indsigt i relevante kæder
- Overblik over de største økologiske dagligvarekæder i Tyskland
- Overblik over de største fødevaregrossister i Tyskland
- Indsigt i materialisthandlen ”Drogeriemärkte” i Tyskland
- Indsigt i helsekostforretninger i Tyskland
- Certificeringer i Tyskland

Rapportens opbygning:

- Første del: PEST-analyse af Tyskland
- Anden del: Overblik over det tyske økologiske marked
- Tredje del: Analyse af den tyske øko-forbruger

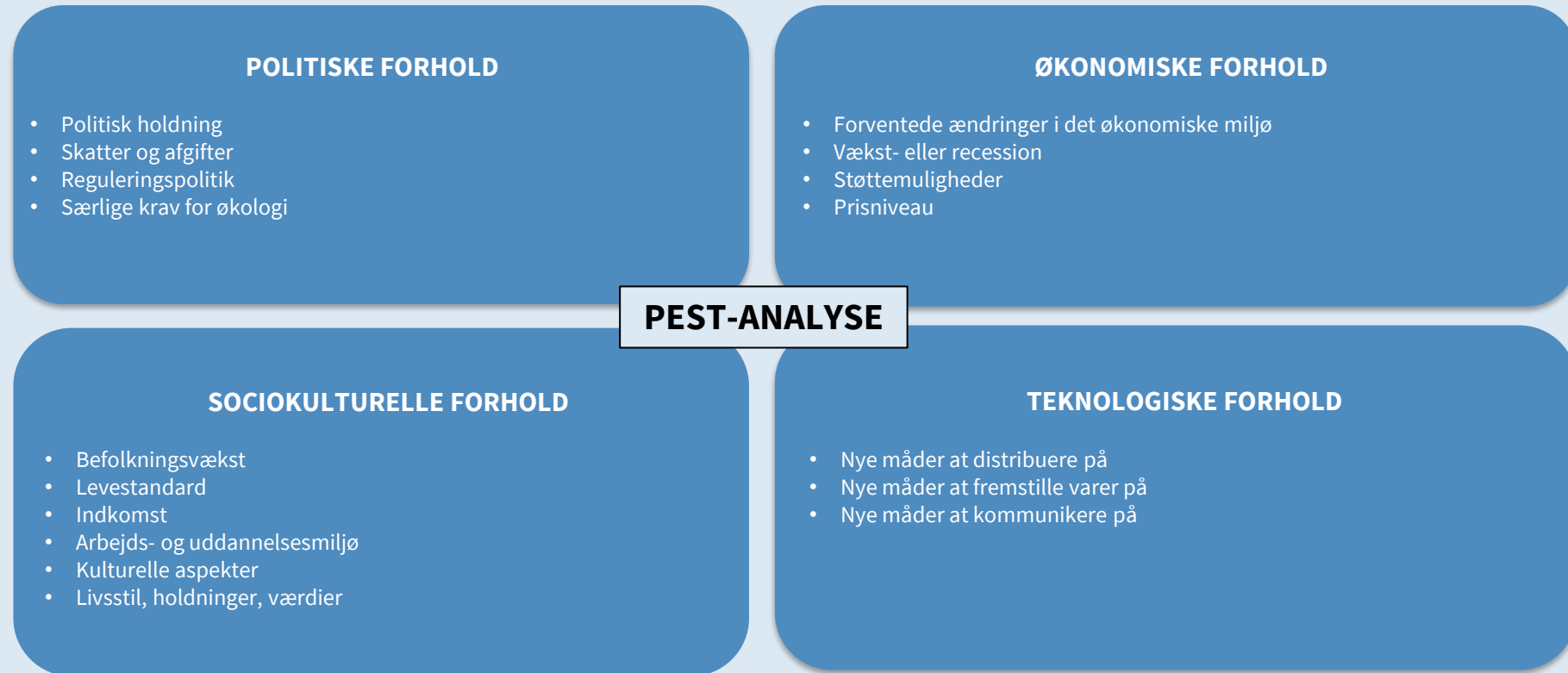


INDBYGGERE:
Over 83 mio.

ØKO-ANDEL:
6,3 %

PEST-ANALYSE TYSKLAND

PEST-ANALYSE: SPILLEREGLER PÅ DET FRANSKE MARKED



POLITISKE FORHOLD

SPØRGSMÅL:	SVAR:
Hvilke politiske holdninger er der ift. økologi?	• Økologi er et politisk fokus i Tyskland og de økologiske landmænd har mulighed for støtte både fra EU, staten og de enkelte føderalstater • EU-støtten går både direkte til landmanden men også til forskellige støtteprogrammer • Tyskland har en "Organic Strategy 2030" om at nå 30% økologisk landbrugsjord i 2030 (Bmel.de)
Hvad og hvor høj er skatter og afgifter?	• 7% på "dagligdagsfødevarer" også kaldt "nødvendighedsfødevarer" (Pwc.com) • 19% som hovedregel på drikkevarer og luksusvarer. Mælk og æblejuice har dog 7% • Eksempel: 7% på en gulerod, men som gulerodsjuice 19%
Er der specielle reguleringspolitikker inden for fødevarer eller økologi specielt?	• Fra 1. Januar 2019 trådte en ny emballage lov i kraft, VerpackG. For mere info se: https://verpackungsgesetz-info.de/en/
Er der særlige markeds- og lovgivningskrav inden for økologi?	• I Tyskland følges EU lovgivningen (det grønne EU-økologimærke) • Det tyske "Bio-Siegel" lever op til EU-reglementet og kan bruges som supplement til det grønne EU-mærke

ØKONOMISKE FORHOLD

SPØRGSMÅL:	SVAR:
Er der tale om en vækst- eller recessionsøkonomi?	• Tyskland er Europas største og verdens 4. største økonomi (Forbes, 2024) • Tyskland havde en negativ vækst på 0,3% i 2023, men forventes at få en positiv vækst i 2024 (Dansk Erhverv, 2024) • Inflationen lå på 5,9% i 2023 (Destatis.de) og forventes at ligge på omkring 2,4% i 2024 (EU kommissionen) • Arbejdsløsheden lå i 2023 på 3,1% (Eurostat)
Hvilke støttemuligheder for økologien findes der?	• Tyske økologiske landmænd har mulighed for at modtage arealstøtte igennem EU's "Common Agricultural Policy" Denne arealstøtte designes og vedtages af både den tyske føderale regering, de forskellige føderalstater og EU. • Bl.a. giver stort set alle tyske føderalstater en højere støtte for en vis periode til landmænd der konverterer til økologisk jordbrug (Thunen.de) • Derudover har Tyskland også et "Federal Organic Farming Program" der undersøtter udviklingen af økologisk landbrug og fødevareproduktion i Tyskland. Dette spiller en stor finansiel rolle i deres "Organic Strategy 2030 (Bundesprogram.de)
Hvad er det generelle prisniveau for fødevarer?	• Tyskland ligger 6% over EU-gennemsnittet (Danmarks Statistik, 2024). Til sammenligning ligger DK 21% over gennemsnittet.
Hvor stor en andel af indkomsten bruger indbyggerne på mad?	• I gennemsnit bruger hver tysker 181 EUR på økologiske fødevarer pr. år (FiBL, 2024) • Private tyske husholdningers samlede forbrug af fødevarer udgjorde i 2023 omkring 4,5% af Tysklands BNP (Statista)

SOCIOKULTURELLE FORHOLD

SPØRGSMÅL:	SVAR:
Hvad er befolkningstilvæksten?	• Ca. 83,15 mio. indbyggere i 2023 (Eurostat)
Hvad er levestandarden i Tyskland?	• Levestandarden i Tyskland minder om den skandinaviske levestandard • Høj levestandard og et velfungerende demokrati • Indkomstskatten er lavere i Tyskland end i Danmark → maks. 45% beskatning på personlig indkomst (PWC) • Alle lønmodtagere skal til gengæld ud over skatten betale til fire sociale ordninger – pension, sygekasse, pleje og arbejdsløshedsforsikring
Hvad er husstandsindkomsten i Tyskland?	• Den gennemsnitlige husstandsindkomst i Tyskland pr. indbygger ligger på omkring 35.235 EUR (OECD)
Hvilke kulturelle faktorer eksisterer i landet?	<u>De 5 T'er:</u> • Tilpasning: Vær forberedt på at tilpasse din forretningsmodel, produkt, emballage, markedsføring mv. • Tilstedeværelse: Regelmæssig kontakt, overvej etablering af tysk kontor/sælger og reager straks ved ordretilgang • Tålmodighed: Det kan tage tid, før nye leverandører, produkter og løsninger vinder indpas. Tyskland består af 16 delstater og mere end 83 mio. indbyggere, hvorfor det er vigtigt at fokusere sin indsats til et afgrænset område. • Timing: Vær skarp på dit produkt og fokuser indsatsen der, hvor din virksomhed har en særlig konkurrencefordel • Tal Tysk: Kommuniker på tysk, hvis du vil sælge i Tyskland. Sprogbrug, kommunikation og kanalvalg skal tilpasses modtageren. Også i forbindelse med markedsføring kan det svare sig at få professionel assistance

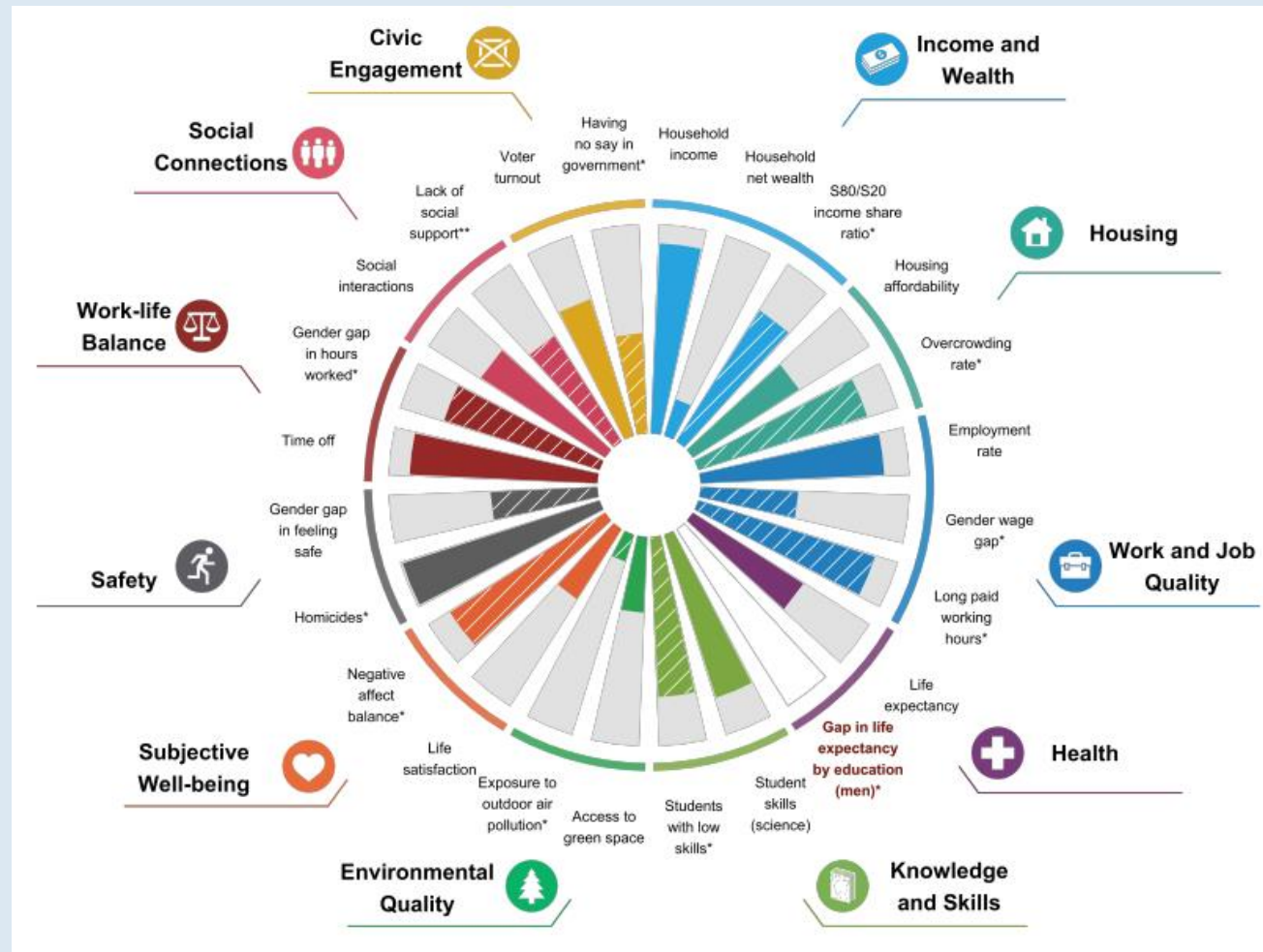
SOCIOKULTURELLE FORHOLD (FORTSAT) - HANDELSKULTUR

SPØRGSMÅL:	SVAR:
Hvad er handelskulturen – værdier: hierarki/formel/uformel	• Formel og hierarkisk • Vær punktlig
Do's and Don'ts?	• Kom altid i god tid til møderne - Førstehåndsindtrykket er altafgørende for en tysker • Husk formaliteter som hilsen, ingen mødeaflysning mv.
Personligt fremmøde/mail/telefon?	• Direkte telefonkontakt (Mail kan være en længere proces) • Inspirerende website med relevant info
Handelssprog – og tiltaleform?	• Generelt tiltales tyskerne "De" • Tyskerne afgør, hvornår relationen er på et niveau, hvor I tiltaler hinanden med DU • Direkte og præcis kommunikation uden smalltalk
Sprog – lokalt/engelsk?	• Deutsch bitte – giver nyttige point! • Flere unge indkøbere begår sig dog godt på engelsk
Hvad er god skik ved kundemødet?	• Husk fin dress code • Vær forberedt – det er dine tyske mødedeltagere også • Skriftlig dokumentation – en aftale indgås altid skriftligt • Materialer på tysk – hav meget gerne virksomhedsmateriale klar på tysk – det afspejler seriøsitet • Tyskere er mere skeptiske – argumentation underbygges med statistik og fakta
Handelskultur og kutymmer?	• Det er en fordel at opbygge et længerevarende forhold • Man skal forvente markedsføringsbidrag ved store kæder samt forvente, at der skal forhandles om prisen • Think global – act local (regionale forskelle)

TEKNOLOGISKE FORHOLD

SPØRGSMÅL:	SVAR:
Hvilke teknologiske tendenser ses på markedet generelt?	• I 2023 udgjorde online-handel 2,9% af det samlede detailsalg af fødevarer (Statista) • Digitalisering er blevet et varmt emne i Tyskland. Selvom det debatteres heftigt overalt, mangler der konkrete implementeringsprojekter. • Mange tyskere blev mere vant til at købe fødevarer online under Corona-pandemiens første bølge
Er der nye måder at fremstille varer på?	• Varer fremstilles, som i andre europæiske lande, med 3D-printere, robotter samler varerne og varen bliver solgt online • Især den kunstige intelligens har fundet sit potentiale i industrien og erhvervslivet.
Er der nye måder at kommunikere på?	• Online møder er efter Corona-pandemien blevet en effektiv måde at mødes på • Mød også de tyske indkøbere på Xing (Tysklands svar på LinkedIn)

TYSKERNES VELBEFINDENDE



DET ØKOLOGISKE FORBRUG I TYSKLAND

DET TYSKE ØKOLOGISKE MARKED I KORTE TRÆK

ØKOLOGI I TYSKLAND:

- Tyskland har de seneste år haft den største totale omsætning af økologi i Europa (15.3 mia. EUR i 2022)
- 53% af dansk økologisk eksport gik til Tyskland i 2022
- Salget af økologiske fødevarer er faldet med 3,5% fra 2021 til 2022
- Det økologiske landbrugsareal i Tyskland udgør ca. 11%

TYSKE ØKO-TRENDS:

- Forbrugerne har tidligere købt økologiske varer i specialforretninger
- Men nu står supermarkederne og discountbutikkerne for ca. 67% økologi-omsætningen i 2023
- Tyskerne ser bio-mærket som en kvalitetsgaranti og stiller krav til information om de fødevarer, de køber
- Desuden lægger de stor vægt på, at varerne er regionale/lokale
- Tyskerne spiser generelt meget ude og foodservice er derfor en relevant målgruppe at have for øje

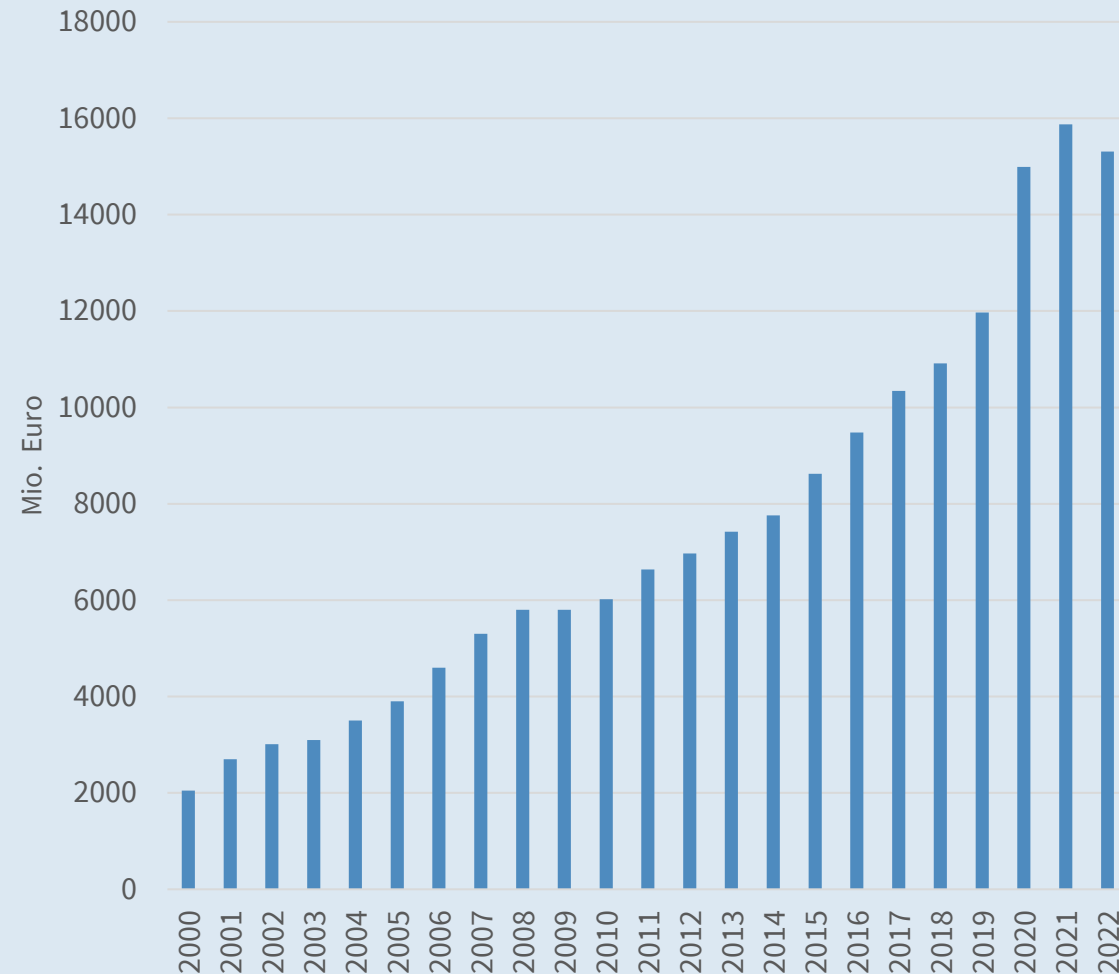


ØKO-ANDEL:
6,3 %

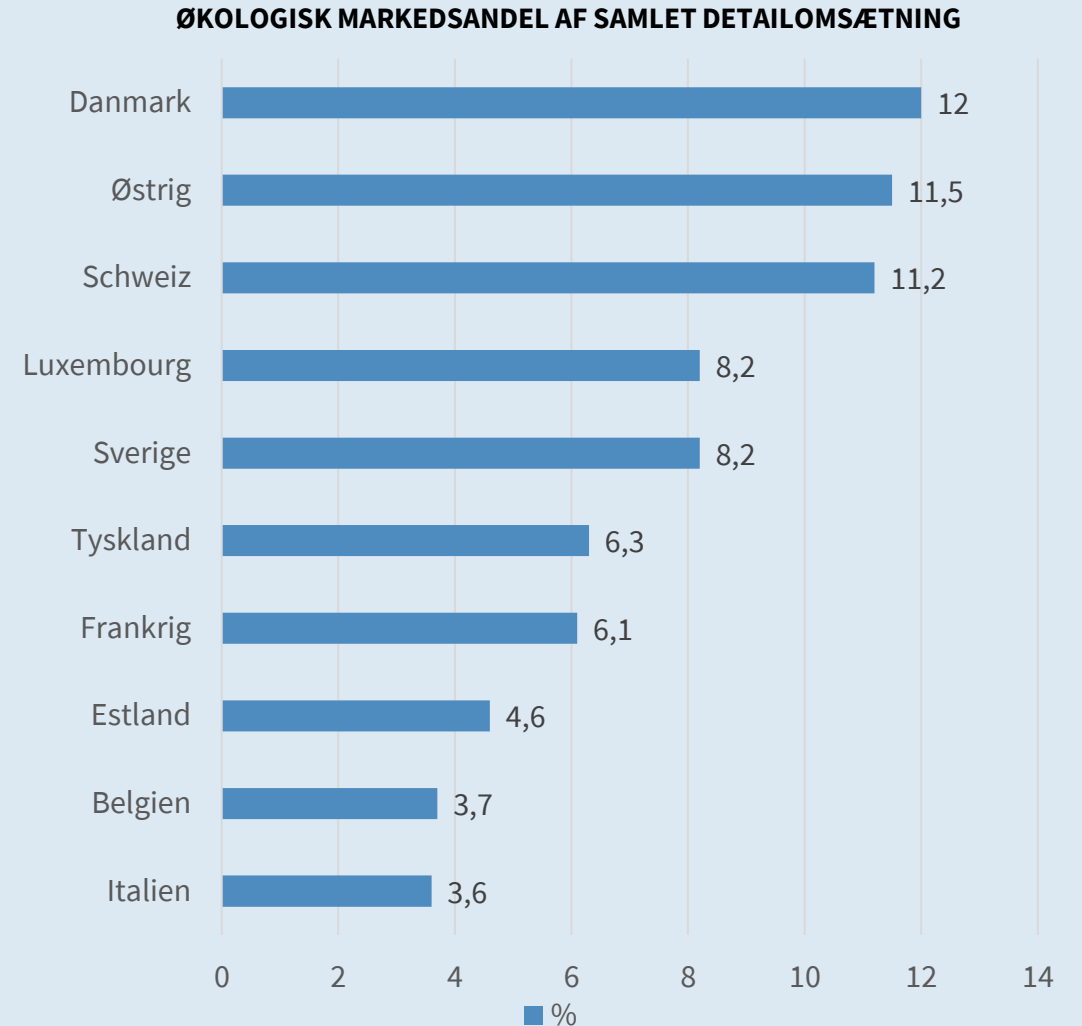
INDBYGGERE:
Over 83 mio.

DEN TOTALE ØKOLOGISKE OMSÆTNING I TYSKLAND FALDT FRA 2021 TIL 2022

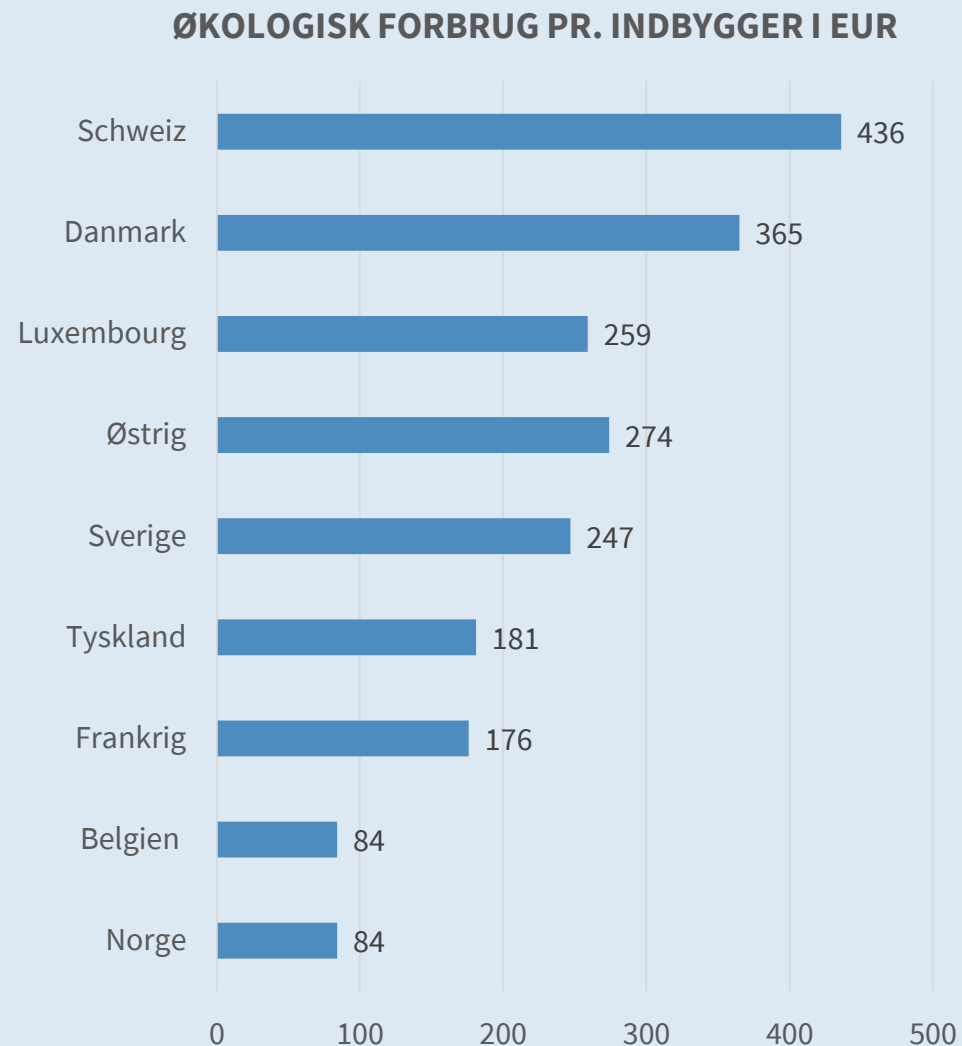
SAMLET ØKOLOGISK OMSÆTNING I TYSKLAND



DEN TYSKE ØKOLOGISKE MARKEDSANDEL HALTER EFTER DEN DANSKE

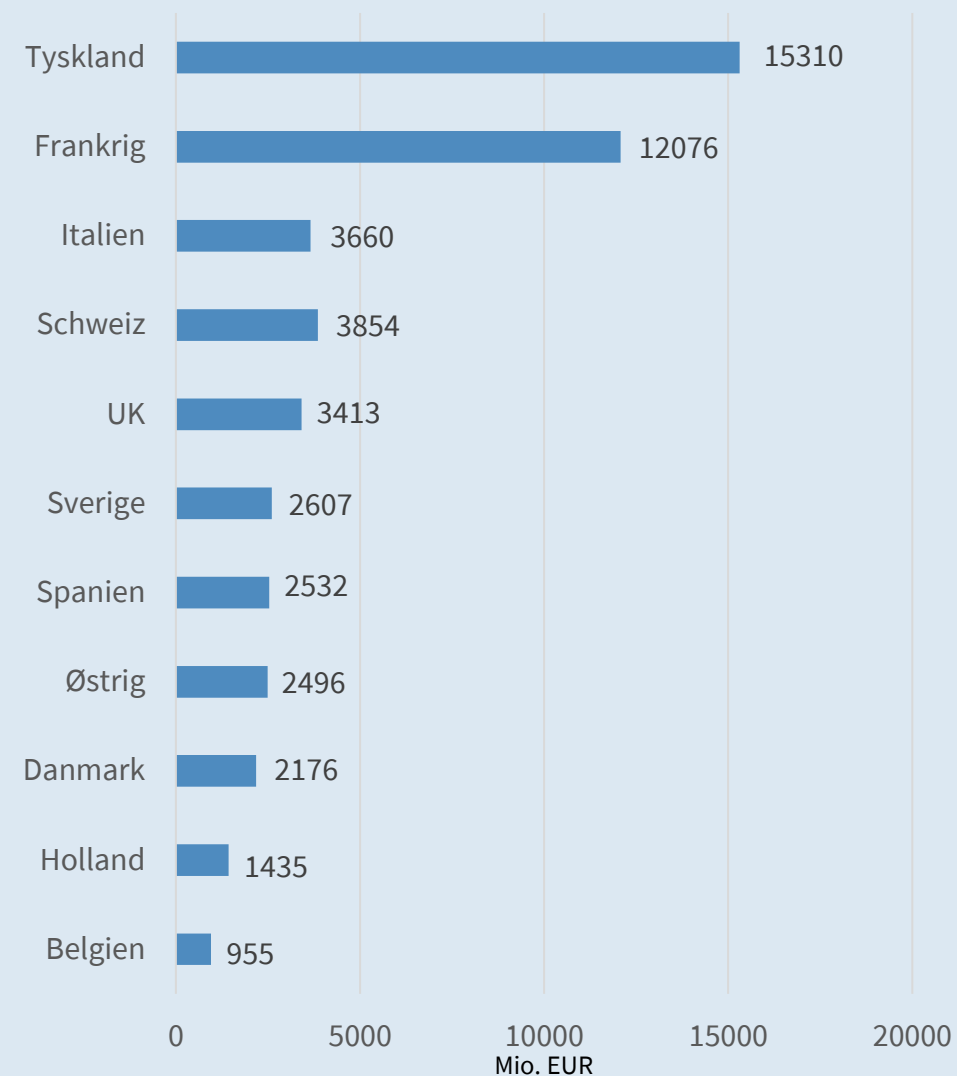


TYSKERNE LIGGER PÅ EN 6. PLADS OVER STØRST ØKOFORBRUG PR. INDBYGGER I EU



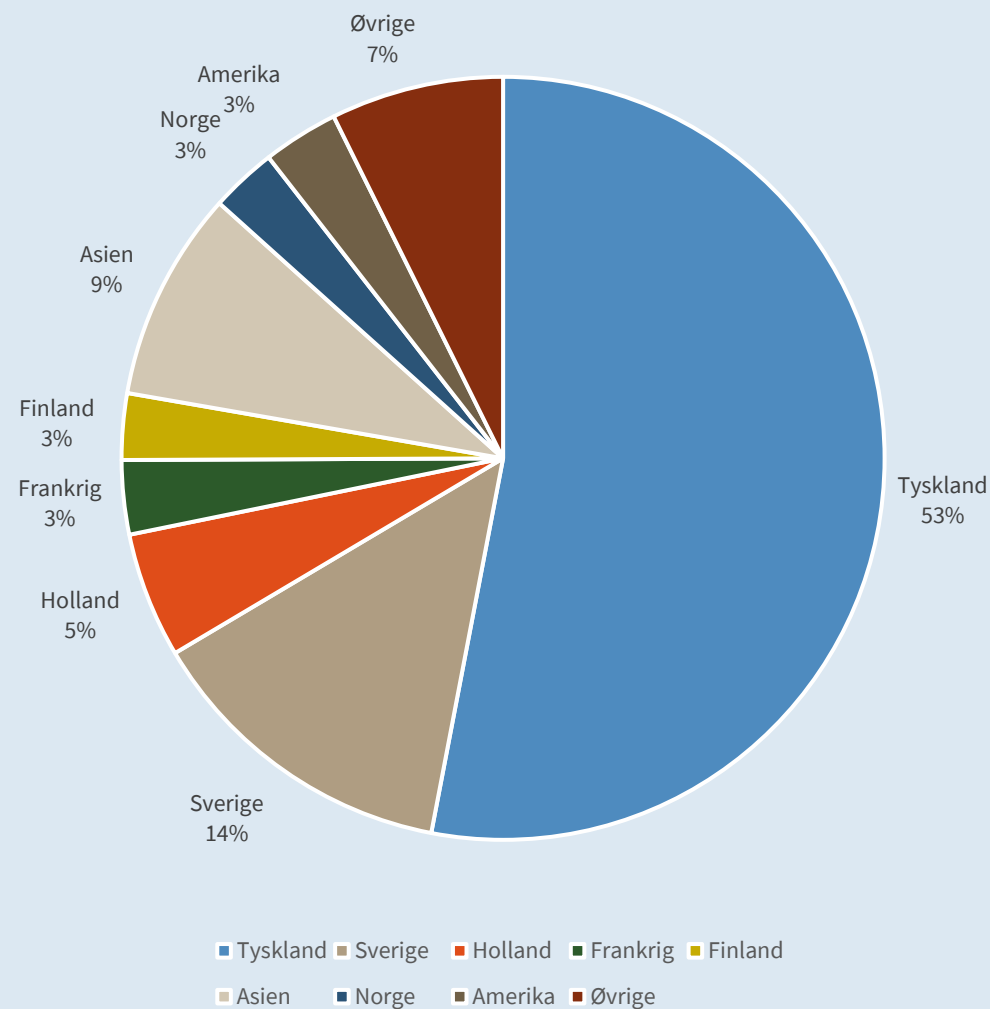
TYSKLAND HAVDE DEN STØRSTE ØKOLOGISKE FØDEVAREOMSÆTNING I EUROPA I 2022

ØKOLOGISK FØDEVAREOMSÆTNING I EU 2022



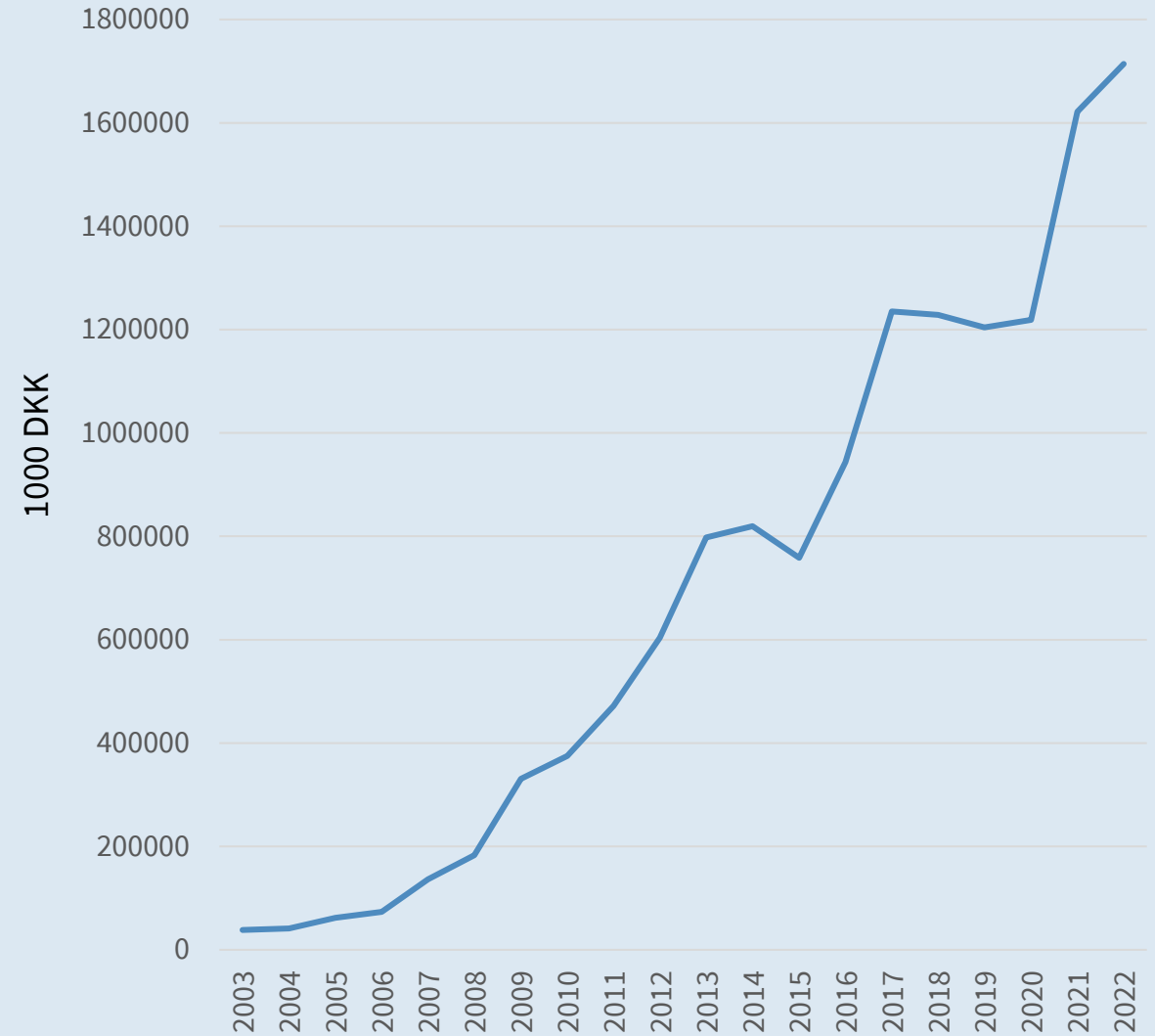
53% AF DEN DANSKE ØKOLOGISKE EKSPORT GIK I 2022 TIL TYSKLAND

FORDELING AF DANSK ØKOLOGISK EKSPORT 2022



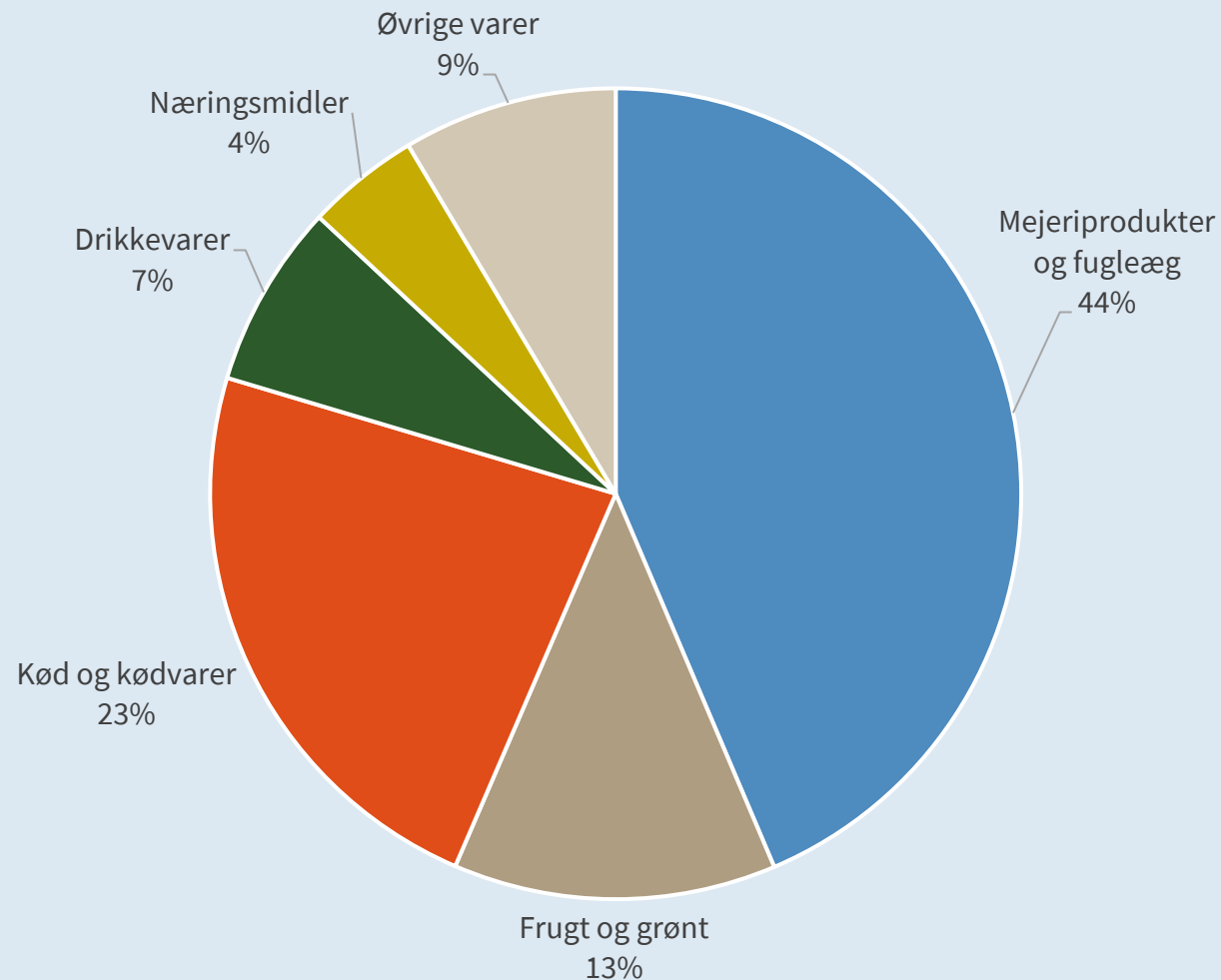
DANSK ØKOLOGISK EKSPORT TIL TYSKLAND STEG FRA 2021 TIL 2022

UDVIKLINGEN I DANSK ØKOLOGISK EKSPORT TIL TYSKLAND



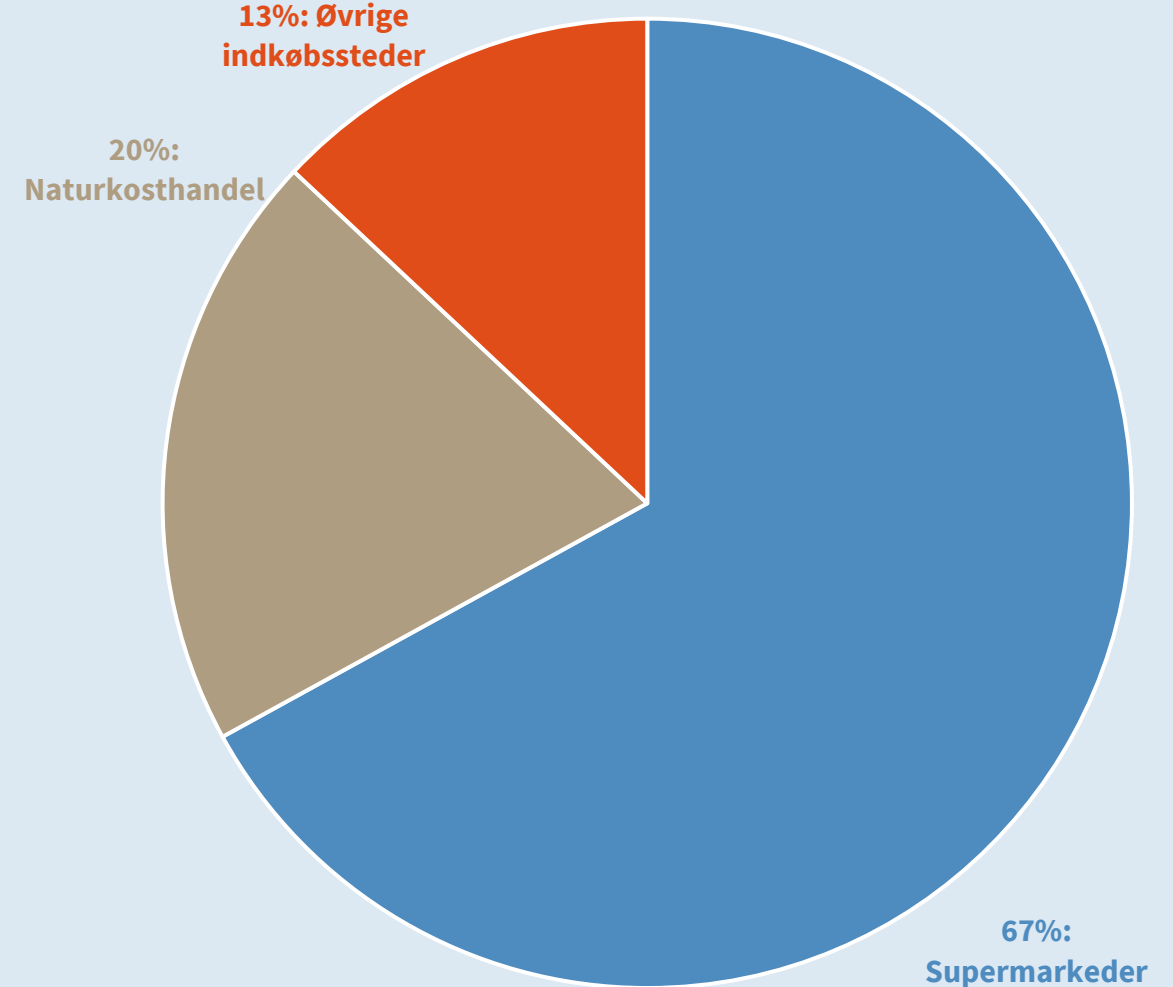
MEJERI OG ÆG ER DE STØRSTE ØKOLOGISKE EKSPORTVARER TIL TYSKLAND 2022

FORDELING AF DANSKE EKSPORTVARER TIL TYSKLAND 2022



67% AF DE ØKOLOGISKE
FØDEVARER I TYSKLAND
SÆLGES I SUPERMARKEDER

FORDELING AF TYSKE SALGSKANALER FOR ØKOLOGISKE VARER 2023



DET TYSKE DETAIL- OG FOODSERVICEMARKED

OVERBLIK OVER VIGTIGE DISTRIBUTIONSKANALER I TYSKLAND

DETAILKÆDER	ØKO-DETAILKÆDER	GROSSISTER	ØKO-GROSSISTER
• Edeka-gruppen • Rewe-gruppen • Schwarz-gruppen • Aldi-gruppen • Metro AG • Amazon.de • Otto gruppen • Media-Markt Saturn • dm-Drogeriemarkt	• Alnatura • Denn ´s BioMarkt • SuperNaturMarkt • Bio Company • Ebl Naturkost • Superbiomarkt • Vollcorner • LPG	• Metro C+C • Transgourmet • Edeka C+C • Intergast • Servicebund • Lekkerland • Port International	• Dennree • BIOGARTEN • Weiling • Midgard • Naturkost West • Rinklin Naturkost • TERRA Naturkost • Grell-Naturkost • Ökoring • Naturkost Übelhör • Naturkost Elkershausen • Bodan

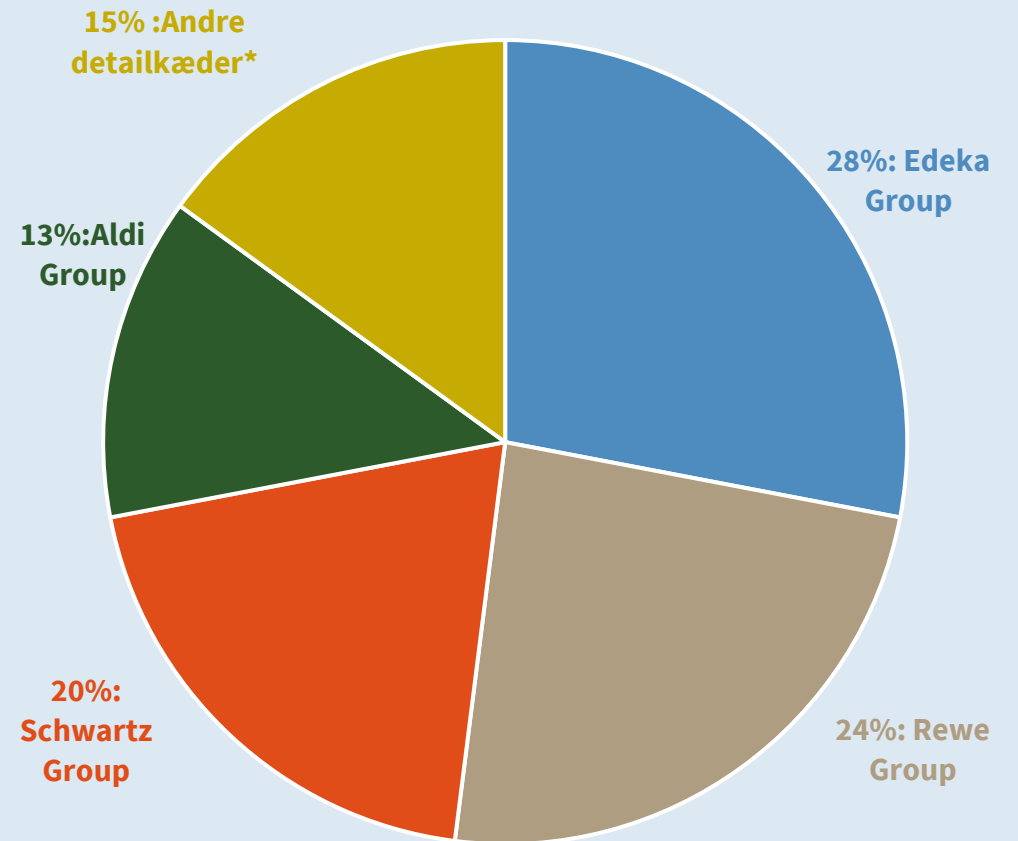
DE FIRE STØRSTE TYSKE DAGLIGVAREGRUPPER 2022

DAGLIGVAREGRUPPE		SAMLET OMSÆTNING I 2023	MARKEDSANDEL 2022
	Edeka-Gruppen	70.7 mia. EUR	28%
	Rewe-Gruppen	40 mia. EUR	24%
	Schwarz-Gruppen	61.9 mia. EUR (2022)	20%
	Aldi-Gruppen	31.9 mia. EUR	13%

Note: Omsætning = tysk omsætning, dvs. ikke medregnet eventuelle udenlandske aktiviteter

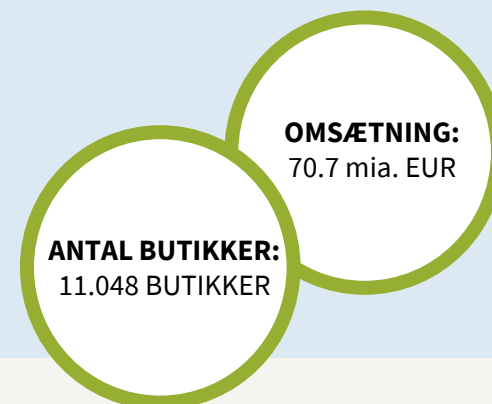
EDEKA-GROUP HAVDE DEN STØRSTE MARKEDSANDDEL I 2022

TYSKE DETAILKÆDERS MARKEDSANDELE 2022



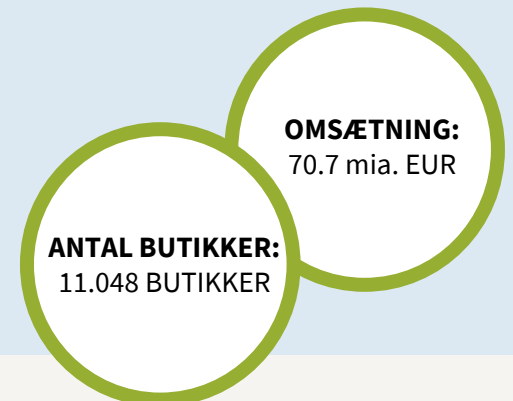
EDEKA ER DEN STØRSTE DAGLIGVAREKÆDE I TYSKLAND

- Samlet antal butikker i 2023: 11.048 butikker
 - Edeka-butikker: 5.759 butikker
 - Netto Marken-Discount: 4.349 butikker
 - Øvrige butikker, foodservice, C+C mv.: 940 butikker
- Edeka har stor fokus på økologi og har eget Private Label "Edeka Bio" og Naturkind; BioBio (Netto)
- Edeka havde i 2022 en økologisk omsætning på ca. 2 mia. EUR, hvilket gør dem til market-leader på salg af økologiske fødevarer
- Edeka ser en stadig udvidelse af deres store økologiske sortiment som en fundamental del af deres bæredygtighedsstrategi
- Særligt vil de fokusere på at udvide deres økologiske private-label sortiment



EDEKA-GRUPPEN BESTÅR AF FLERE FORSKELLIGE KONCEPTER

- Edeka er et andelsselskab (Genossenschaft)
 - De enkelte butikker er ejet af selvstændige købmænd
 - Edeka har ca. 3.400 selvstændige købmænd
 - Købmændene bestemmer selv indretning og udsmykning af butikkerne
 - Flere købmænd har tilføjet deres eget navn i Edeka-logoet
 - EDEKA har deres øko-mærke "Edeka Bio"
- Udover supermarkeder har Edeka-gruppen bl.a. også andre koncepter:
 - Discount: „Netto Marken-Discount“, „Treff 3000“, „Diska“, „NP“
 - Varehus: „Marktkauf“, „Ratio“, „E-center“
 - Supermarked: „E-neukauf“, „Express“
 - Grossist: „E-C+C Grossmarkt“
 - Faghandel: „Trinkgut“, „Wünsche“, „Büsch“, Thürmann“, „Schäfers“ mv.
 - Online: „Edeka24“, „bringmeister.de“

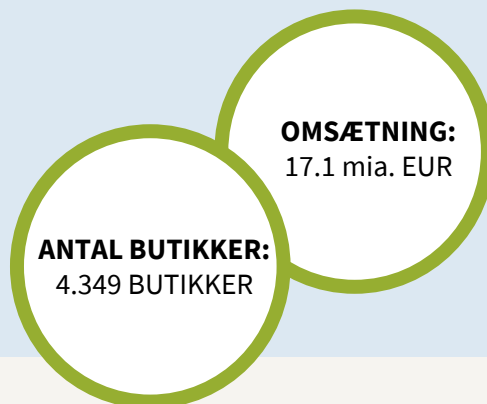


NETTO MARKEN DISCOUNT ER EDEKAS LANDSÆKKENDE DISCOUNTKÆDE

- Netto Marken Discount er Tysklands 3. største discountkæde efter Lidl og Aldi
- Kæden må ikke forveksles med Netto i Danmark
- Kæden har et bredt sortiment med ca. 5.000 forskellige varer
- Yderligere har de et omfangsrigt økologisk Private Label "BioBio"

Strategiske økologiske initiativer

- Har lavet et partnerskab med den økologiske forening Naturland, som certificerer Netto-Marken Discount private-label varer
- Blev i 2024 medlem af den økologiske forening Biokreis eV i med henblik på at styrke deres økologiske ekspertise, styrke økologiske salgskanaler for regionale Biokreis produkter og tilsikre bredere økologisk sortiment for deres kunder

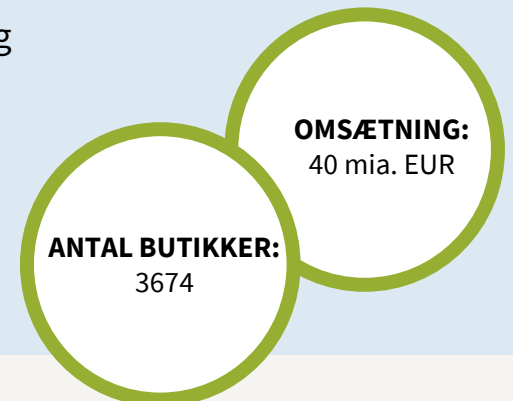


REWE ER TYSKLANDS NÆSTSTØRSTE DAGLIGVAREGRUPPE

- Samlet antal butikker i 2022:
 - Rewe-butikker: 1551 butikker
 - Penny (discountkæde): 2.123 butikker
- Rewe har stor fokus på økologi og har eget Private Label "REWE Bio", REWEBio + vegan, NatuGut (Penny)
- Kæden er udover Tyskland repræsenteret i 21 lande
- Rewe har hovedkontor i Köln
- Rewe opkøbte i 2020 Lekkerland

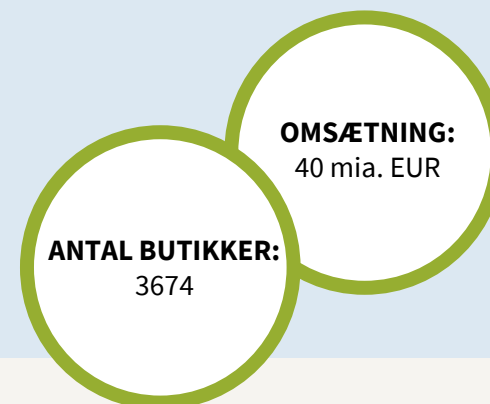
Strategiske økologiske initiativer

- Har over 850 økologiske private-label produkter i deres sortiment, hvor 300 er certificeret af den økologiske forening Naturland
- Hjælper landmænd med transitionen fra konventionel til økologisk landbrugsproduktion igennem deres "Rewe Wegbereiter program"



REWE-GRUPPEN HAR LIGELEDES FORSKELLIGE KONCEPTER

- REWE er et andelsselskab (Genossenschaft)
 - De enkelte butikker er ejet af selvstændige købmænd
 - Nogle ejer små kæder af butikker
- REWE er opdelt i flere forskellige koncepter:
 - Supermarked: „Rewe“, „Rewe City“
 - Discount-kæde: „PENNY“
 - Varehuse: „Rewe - Ihr Kaufpark“, „Rewe XL“
 - Lokalmarked: „nahkauf“
 - Convenience: „Rewe to go“
 - Gastronomi: „Akzenta“
 - Faghandel: „Toom Getränkemarkt“, „Glocken Bäckerei“,
 - Byggemarked: „toom“, „B1“, „Klee“
 - Turisme: „DER Touristik“, „Jahn“, „Departs“, „ITS“ osv.
 - Online: „Rewe.de Lieferservice“



PENNY ER REWE-GRUPPENS DISCOUNTKÆDE

- PENNY er en af de største discountkæder i Tyskland
- Fødevarer udgør langt størstedelen af kædens samlede omsætning
- Sortimentet er domineret af private-label produkter
- Deres økologiske private-label mærke hedder "NATURGUT"
- PENNY har 8 logistikcentre, der dækker hele Tyskland
- Foruden Tyskland har PENNY også filialer i:
 - Østrig
 - Italien
 - Rumænien
 - Tjekkiet
 - Ungarn



SCHWARZ-GRUPPEN ER TYSKLANDS TREJDE STØRSTE DAGLIGVAREGRUPPE

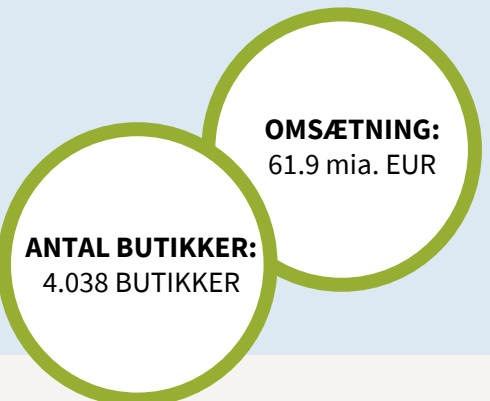
- Schwarz-gruppen ejer de 2 store detailkæder Lidl og Kaufland

LIDL:

- Omsætning 2022: 30.1 mia. EUR
- 3.270 butikker i Tyskland
- Lidl er den 2. største discountkæde i Tyskland efter Aldi
- Kæden har eget økologisk private label "BIO organic"
- Andre økologiske private labels: Lidl-Bio, Molbona, Maribel, Alesto, (partnerskab med Bioland)
- Kæden har filialer i 34 lande

KAUFLAND:

- Omsætning 2022: 31.8 mia. EUR (OBS: gælder både tysk og udenlandsk omsætning)
- 768 butikker i Tyskland
- Kæden har eget økologisk private label: K-Bio
- Foruden Tyskland har Kaufland filialer i 7 lande



ALDI NORD OG ALDI SÜD ER TILSAMMEN TYSKLAND STØRSTE DISCOUNTKÆDE

ALDI NORD:

- Omsætning i Tyskland 2023: 15 mia. EUR
- 2.200 butikker i Nord-Tyskland og 3230 i resten af Europa
- Kæden har foruden Tyskland filialer i 9 lande

ALDI SÜD:

- Omsætning i Tyskland 2022: 16.9 mia. EUR
- 2.011 butikker i Tyskland
- Aldi Süd er opdelt i 31 regionsselskaber, der primært dækker Vest og Sydtyskland
- Kæden har foruden Tyskland filialer i 8 lande



ANTAL BUTIKKER:
4.211 i Tyskland

OMSÆTNING:
31.9 mia. EUR

METRO-GRUPPEN

METRO gruppen består af følgende kæder:

- Mediamarkt, Saturn & Redcoon (elektronikforhandlere)
- Metro Cash + Carry (grossist)
- I alt har Metro AG 625 butikker på globalt plan → 102 af dem ligger i Tyskland
- I 2023 havde de tyske Metro-butikker 1.969 økologiske produkter i sortimentet, hvoraf 135 var private-label
- Metro gruppen havde en omsætning på 4.9 mia. EUR i 2023



ØVRIGE KÆDER I DAGLIGVAREHANDLEN

GLOBUS

- Globus havde i 2020 en omsætning på 5.14 mia. EUR
- Kæden har omkring 65 varehuse i Tyskland
- Varehusene har omkring 50.000 til 100.000 varer i sortimentet
- Globus er en familievirksomheder, der udover de store varehuse også ejer 91 byggemarkeder og 6 elektronikforhandlere
- Har mindre end 5% i markedsandel i Tyskland

NORMA

- Norma havde i 2022 en omsætning på 4.48 mia. EUR i Tyskland
- Kæden har 1.336 butikker
- Norma er en discountkæde, som dækker hele Tyskland foruden Nordtyskland
- Kæden er ligeledes repræsenteret i Frankrig, Tjekkiet og Østrig
- Sortimentet er bredt og inkluderer eget økologiske Private Label "Bio Sonne"



ØVRIGE KÆDER I DAGLIGVAREHANDLEN

NETTO NORD

- Netto Nord havde i 2020 en omsætning på 1.1 mia. EUR
- Kæden har omkring 342 butikker fordelt på 2 regioner
- Netto er datterselskab af Salling Group og har butikker fordelt i Nord- og Østtyskland
- Sortimentet består af 2.000 artikler – både mærkevarer og private label
- Deres økologiske private label mærke hedder ”GO ÖKO”

TEGUT (MIGROS)

- Tegut havde i 2023 en omsætning på 1.28 mia. EUR
- Kæden har 345 butikker fordelt på 6 bundeslande
- Tegut har sortiment bestående af 23.000 artikler, heraf ca. 3.800 øko-varer
- Kæden har eget økologisk Private Label ”tegut...BIO” og har ligeledes Alnatura Bio-produkter i deres sortiment
- Tegut dækker regionalt: Hessen, Bayern, Rheinland, Thüringen, Göttingen, Stuttgart
- Fokuserer meget på sustainability, fairness og gennemsigtighed



ØVRIGE KÆDER I DAGLIGVAREHANDLEN

BARTELS-LANGNESS GRUPPEN (BELA)

- BELA-gruppen havde i 2021 en omsætning på 5.1 mia. EUR
- Gruppen har omkring 815 butikker fordelt på flere forskellige koncepter
- BELA har bl.a. fødevarekæderne "Famila Nordost", "Markant" og "nah&frish"
- Familia er den største kæde med ca. 80 butikker med ca. 40.000 varer i sortimentet

BÜNTING GRUPPEN

- Bünting-Gruppen havde i 2021 en omsætning på 1.7 mia. EUR
- Kæden har 267 butikker fordelt på flere forskellige koncepter
- Bünting ejer bl.a. detailkæderne "Famila Nordwest" og "Combi"
- Familia har 20 butikker med omkring 80.000 varer i sortimentet



DE STØRSTE ØKOLOGISKE SUPERMARKEDSKÆDER OG GROSSISTER I TYSKLAND

ØKO-DAGLIGVAREKÆDE		ANTAL BUTIKKER	OMSÆTNING
	Dennree (Denn's og diverse Biomärkte)	1.689 butikker (2020)	1.13 Mia. EUR (2020)
	Alnatura	153 butikker (2024)	1.14 Mia. EUR (2023)
	Weiling	1.201 butikker (2020)	261 Mio. EUR (2023)
	Bio Company	60 butikker (2024)	205 Mio. EUR (2023)

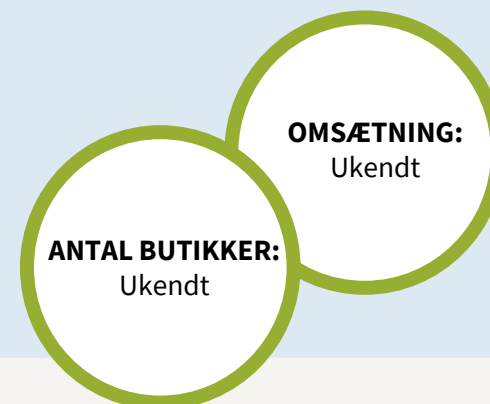
DENNREE

DENNREE

- Dennree er den største økologiske spiller på det tyske marked og fungerer som grossist med egne øko-supermarkeder
- Dennree har 7 afdelinger fordelt i hele Tyskland og én afdeling i Østrig
- Produktsortimentet består af mere end 14.000 økologiske produkter
- Dennree leverer som grossist til Tyskland, Østrig, Italien, Luxemburg, Kroatien, Slovenien, Rumænien mv.
- Hovedkontoret ligger i Töpen, Tyskland

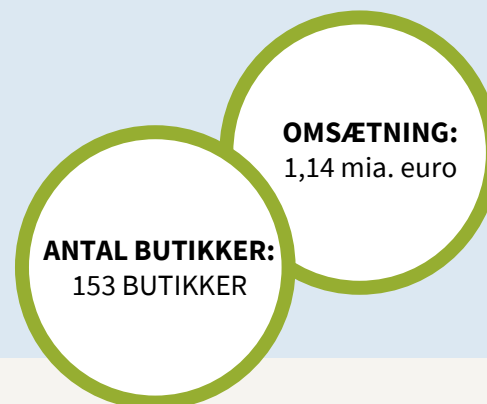
DENN'S

- Denn's Biomarkt er Dennress økologiske supermarkedskæde
- Butikkerne er fordelt i hele Tyskland
- Sortimentet består af omkring 6.000 økologiske varer



ALNATURA

- Alnatura er en 100% økologisk dagligvarekæde i Tyskland
- Det er en national kæde, som har 153 butikker fordelt på 75 byer i Tyskland
- Alnatura har yderligere 13.700 filialer fordelt på 14 lande i Europa (inkl. datterselskaber)
- Produkterne sælges også i andre butikker (dvs. kæden leverer også som grossist)
- Alnatura er den største økologiske private label aktør i Tyskland med eget PL-brand "Alnatura"
- Over 6000 økologiske produkter i deres butikker (1.300 Alnatura private-label produkter)
- De fører generelt små produktpakninger
- Alnatura har stor fokus på at reducere emballage og opgør hvert år, hvor meget emballage de sparer



WEILING

- Weiling er den næststørste nationale grossist af økologiske fødevarer i Tyskland
- De har over 45 års erfaring og kalder sig selv øko-pionerer siden 1975
- Det er en familievirksomhed med omkring 720 medarbejdere
- Weiling leverer blandt andet til alle de uafhængige økologiske butikker i Tyskland
- De leverer til ca. 1.000 øko-butikker i det meste af Tyskland
- Sortimentet består af ca. 12.000 varer, herunder eget øko-mærke "Bioladen"
- Kæden har logistik-center i Coesfeld og Lonsee
- Private label: Bioladen



BIO COMPANY

- Bio Company blev grundlagt i Berlin i 1999
- Kæden er regional og har 61 butikker fordelt i Berlin, Brandenburg og Sachsen
- Bio Company har hovedsæde i Berlin
- De har omkring 10.000 økologiske fødevarer i deres sortiment
- Derudover omkring 500 økologiske fødevarer under eget private label
- De har ugentlig 300.000 besøgende i deres butikker
- Kæden har stor fokus på bæredygtighed og laver bl.a. følgende opgørelser:
 - 1000 tons reddede fødevarer pr. år
 - 52% sparet CO2 siden 2013
 - 0 plastikposer
 - 100+ langvarige regionale partnerskaber



ØVRIGE REGIONALE ØKOLOGISKE SUPERMARKEDER

REGIONALE ØKOLOGISKE SUPERMARKEDER		ANTAL BUTIKKER	OMRÅDE
	EBL Naturkost	30 butikker (2024)	Sydtyskland bl.a. Nürnberg, Würzburg, Bamberg
	Super Biomarkt	26 butikker (2024)	Nordrhein-Westfalen
	ALECO	28 butikker (2024)	Nordwest
	Vollcorner	20 butikker (2024)	München
	Naturgut	12 butikker	Stuttgart-området
	Erdkorn	11 butikker (2024)	Nord bl.a. Hamborg, Kiel mv.
	LPG biomarkt	10 butikker (2024)	Berlin

ØVRIGE ØKOLOGISKE GROSSISTER I TYSKLAND

REGIONALE ØKOLOGISKE GROSSISTER		ANTAL VARER I SORTIMENT	OMRÅDE
	Terra Naturkost	15.000	Nord- og Østtyskland
	Rinklin Naturkost	12.000	Baden Württemberg-området
	Grell Naturkost	10.000	Nordtyskland
	Ökoring Handels	12.000	Bayern-området
	Biogarten	12.000	National levering
	Naturkost West	10.000	Ruhr-området
	Midgard Naturkost		Berlin og Brandenburg

DE STØRSTE FØDEVAREGROSSISTER I TYSKLAND

FØDEVAREGROSSISTER		OMSÆTNING	LOKATIONER
	Metro C+C	4.9 mia. EUR (2023)	102 (2024)
	Transgourmet Deutschland	4.14 mia. EUR (2023)	50 (2024)
	Edeka Foodservice	3.1 mia. EUR (2023)	85 (2024)
	Intergast	Ca. 2 mia. EUR	150 (2024)

METRO

- Metro opererer i foodservicebranchen og tilbyder deres kunder en lang række services
- Metro er markedspladsen for gastronomi
- Metro har egne private labels
 - METRO Chef – målrettet professionelle køkkener
 - METRO Professional – tilbehør til gastronomibranchen (gryder, paletter, forklæder mv.)
 - METRO Premium - high end fødevarer, kulinariske specialiteter
- De tre store mærkesager hos Metro er:
 - Bæredygtighed
 - Regionalt fokus
 - Vand-initiativ



LOKATIONER:
102 STK.

OMSÆTNING:
4.9 mia. EUR

TRANSGOURMET

- Transgourmet er specialister indenfor foodservice-branchen
- De servicerer hver dag omkring 41.000 kunder i foodservicesektoren
- De har et sortiment bestående af 15.000 artikler
- Transgourmet opererer også i Polen, Rumænien, Frankrig, Østrig, Schweiz og Spanien
- Transgourmet har følgende koncepter:
 - Transgourmet Central and Eastern Europe
 - Transgourmet
 - Selgros Cash & Carry
 - Transgourmet Cash & Carry
 - Transgourmet seafood



LOKATIONER:
50

OMSÆTNING:
4.14 mia. EUR

EDEKA FOODSERVICE

- Edeka foodservice leverer til hele foodservice branchen og specialhandlen i Tyskland
- Kæden er opdelt i 3 regioner: Nord, Midt og Syd
- Edeka har 85 C+C og varehuslagre i Tyskland
- Sortimentet er bredt og med egne private labels bl.a.
 - *Maitre* til spisesteder
 - Edeka Foodservice *Classic* & *Premium* til køkkener
 - *Edeka & Gut & Günstig* til detailhandlen

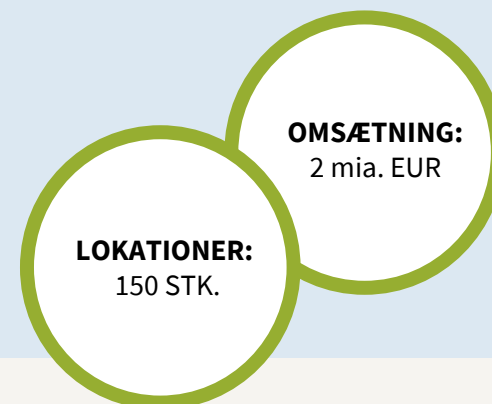


LOKATIONER:
85 STK.

OMSÆTNING:
3.1 mia. EUR

INTERGAST

- Intergast er et forbund med 40 fødevaregrossister i Tyskland, Østrig, Schweiz, Belgien og Luxembourg
- De tilbyder fuldt sortiment
- Kæden har omkring 150 foodservice-lokationer
- 800 produkter under egne private labels MASTER CHEF EDITION, Cuisine Noblesse & Monte Castello Professional
- Service-centralen ligger i Sydtyskland i Schwarzwald
- Intergast har over 30 års erfaring i branchen
- Har 150 madleveringssteder



ØVRIGE FØDEVAREGROSSISTER

ØVRIGE GROSSISTER:

- | | |
|---------------------|---|
| • Chefs Culinar | Bredt sortiment – foodservice – national levering |
| • Servicebund | Bredt sortiment – foodservice – national levering |
| • TIFA pro frish | Bredt sortiment – foodservice – national levering |
| • Euro Frische Team | Bredt sortiment – foodservice – national levering |
| • Vierlande | Bredt sortiment – foodservice – national levering |
| • CF Gastro | Bredt sortiment – foodservice – national levering |
| • L. Stroetmann | Bredt sortiment – primært levering til Edeka-Gruppen (omkring 100 butikker) |
| • + mange flere | |

GROSSISTER MED SPECIALISERET SORTIMENT:

- | | |
|--------------------|----------------|
| • Deutsche See | Fiskeprodukter |
| • Frische Paradies | Delikatesse |
| • Rungis Express | Delikatesse |
| • Reinhold Bruck | Frostvarer |
| • + mange flere | |

”DROGERIEMÄRKTE” ER STORT I TYSKLAND

- Der findes flere forskellige drogerie-kæder i Tyskland, og her ses også et stort salg af økologiske fødevarer
- Der findes i alt 5.000 drogerie-butikker i Tyskland , hvoraf de 4 dominerende kæder er: Rossmann, DM, Budni og Müller

ROSSMANN:

- 2.288 butikker i Tyskland
- Omsætning 2023 (Tyskland): 9.3 mia. EUR
- Nationalt repræsenteret samt i 6 øvrige EU-lande

DM:

- 2.108 butikker i Tyskland
- Omsætning 2023 (Tyskland): 11.39 mia. EUR
- Nationalt repræsenteret med stort øko-sortiment



”DROGERIEMÄRKTE” ER STORT I TYSKLAND

MÜLLER:

- 580 butikker i Tyskland (2024)
- Omsætning 2020: 4.01 mia. EUR
- Stærkt repræsenteret i Sydtyskland

BUDNIKOWSKY:

- 195 butikker (2024)
- Omsætning 2020: 500 Mio. EUR
- Primært repræsenteret i Hamborg-området



DE FØRENDE HELSEKOSTBUTIKKER I TYSKLAND

VITALIA REFORMHAUS:

- Vitalia er en af de førende helsekostkæder i Tyskland med 94 filialer
- Kæden er dominerende i Sydtyskland, men har omkring 16 butikker beliggende i Berlin
- Sortimentet består af 5.000 artikler, heriblandt helsekost, økologiske fødevarer samt naturmedicin
- Omkring 99% af produktsortimentet er vegansk eller vegetarisk
- Vitalia har egen webshop

REFORMHAUS BACHER:

- Reformhaus Bacher er den næststørste helsekostkæde i Tyskland
- Kæden har 89 filialer fordelt på 7 Bundeslande og 69 byer
- Bacher er primært repræsenteret i den vestlige del af Tyskland
- Sortimentet består af helsekost, heriblandt en del økologiske fødevarer samt naturmedicin
- Kæden har egen webshop

Udover ovenstående 2 kæder finde en lang række helsekostkæder i Tyskland. En del af disse hører til andelsselskabet Reformhaus GmbH.



DE STØRSTE ONLINE-SUPERMARKEDER I TYSKLAND

- Rewe.de (REWE)
- Bringmeister.de (Edeka)
- Mytime.de
- Amazonfresh.de (Amazon)
- Food.de
- Real.de/lebensmittleshop (Metro)
- Getnow.de (Getnow New)
- Picnic.de (Picnic)
- Supermarkt24h.de
- Edeka24 (Edeka)



BIO-SIEGEL ER TYSKLANDS ØKO-MÆRKE

TYSK BIO-SIEGEL:

- Det sekskantede Bio-Siegel er Tysklands nationale øko-mærke
- Bio-Siegel blev lanceret i 2001 og har stor genkendelighed blandt de tyske forbrugere
- Bio-Siegel underligger de gældende regler for det europæiske øko-mærke og er en valgfri, dog anbefalet, tilføjelse til det tyske marked
- Brugen af Bio-Siegel er omkostningsfrit
- ALLE produkter, som mærkes med Bio-Siegel, skal registreres. Via nedenstående link ses proceduren for ansøgning om Bio-Siegel: <https://www.oekolandbau.de/en/bio-siegel/information-for-companies/steps-towards-the-bio-siegel/>



DET EUROPÆISKE ØKO-MÆRKE

EU ØKO-MÆRKE:

- Brugen af det europæiske øko-mærke underligger EU-regler
- Grundet stor genkendelighed bruges Bio-Siegel stadig markedsføringsmæssigt
- Mange økologiske producenter vælger ofte at vise begge øko-mærker sidebillet
- Skriftligt kan økologiske fødevarer betegnes med "Bio" eller "Öko" – derudover er følgende betegnelser godkendte:
 - biologisch / ökologisch
 - kontrolliert ökologisch / biologisch
 - biologischer / ökologischer Landbau
 - biologisch-dynamisch
 - biologisch-organisch



OFTEN ER CERTIFICERINGER ET KRAV HOS DE TYSKE INDKØBERE

CERTIFICERINGER I TYSKLAND:

- BRC og IFS certificeringer er standard certificeringer, som oftest er et krav fra mange af de tyske detailkæder
- Yderligere certificeringer er meget individuelt fra kæde til kæde

ØKOLOGISKE CERTIFICERINGER:

- Udover det europæiske og tyske øko-mærke er der flere mulige certificeringer
- Her kan bl.a. nævnes
 - Naturland
 - Bioland
 - Bio Kreis
 - USDA Organic
- Få et overblik over yderligere øko-certificeringer på www.organic-bio.com/en/labels



DER FINDES TO FORSKELLIGE PANTSYSYSTEMER I TYSKLAND

EINWEG PFAND:

- Einweg-flasken mærkes med DPG-Logo og har altid pant på 25 cent
- Pantfri emballage: flasker under 0,1-liter eller over 3,0 liter, økologisk fordelagtige drikkevareemballage af karton.
Plastik fra Einweg indgår i recycling, men kun 34% af plast genbruges til flasker

<http://www.dpg-pfandsystem.de/index.php/en/>

MEHRWEG PFAND:

- Mehrweg-flaskerne genbruges op til 50 gange (glas) og 25 gange (plastik)
- Mehrweg-flasken skal ved lov ikke mærkes med logo
- Panten ligger mellem 8-15 cent
- Eksempler på mehrweg-pant er:
 - Ølflasker (alle størrelser) 8 cent,
 - Mineralvand 15 cent



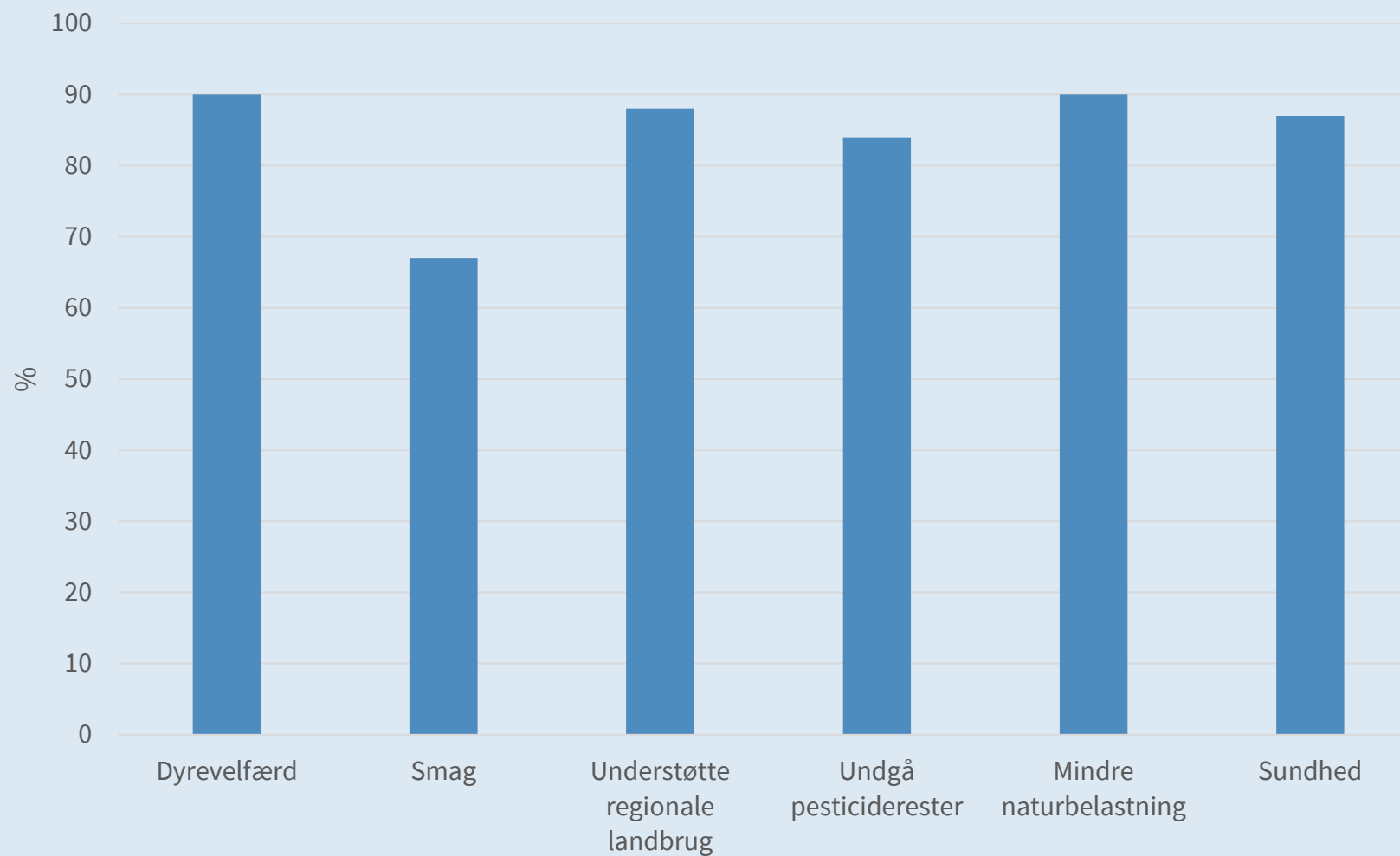
DEN TYSKE ØKOFORBRUGER

HVEM, HVORFOR OG HVORNÅR?

- Over 80% af tyskerne køber økologiske dagligvarer enten ofte eller lejlighedsvist
- Økologiske æg samt frugt og grøntsager er de mest populære økologiske dagligvarer hos tyskerne – f.eks. Køber 32% af tyskerne udelukkende økologiske æg
- 91% af tyskerne køber bl.a. deres økologiske varer i supermarkederne
- De tyske kvinder køber mere økologisk end mændene gør → dog har mændene nærmet sig kvinder igennem de seneste år



TYSKERNES BEVÆGGRUNDE FOR AT KØBE ØKOLOGI



TAK FORDI DU LÆSTE MED

RAPPORTEN ER UDARBEJDET AF ORGANIC DENMARK

KONTAKTINFORMATION

INTERNATIONAL MARKEDSCHEF DENNIS HVAM

DHV@OKOLOGI.DK

[ORGANICDENMARK.COM](https://www.organicdenmark.com)

FØLG ORGANIC DENMARK PÅ LINKEDIN OG TILMELD DIG VORES
NYHEDSBREV

SIGN UP FOR ORGANIC NEWS

By entering your email, you consent to the storage and use of your email for the purpose of receiving our newsletter.

By entering your email, you agree to receive additional information and marketing materials from us.

By entering your email, you acknowledge and agree to our Privacy Policy. You can review our Privacy Policy [here](#).

SUBMIT