



Almanya Tüketici Gıda Trendleri

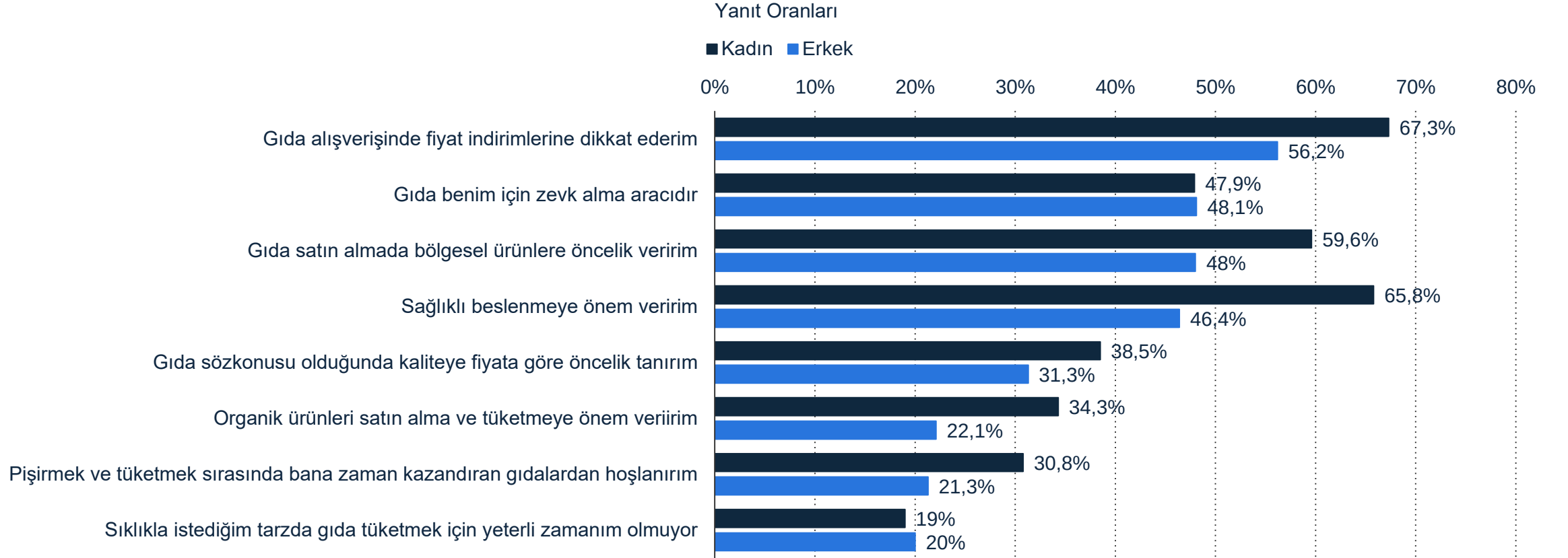
İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri
İhracatçıları Birliği (İHBİR)

Ve

Ankara Üniversitesi Gıda Güvenliği Enstitüsü
İşbirliği ile Hazırlanmıştır

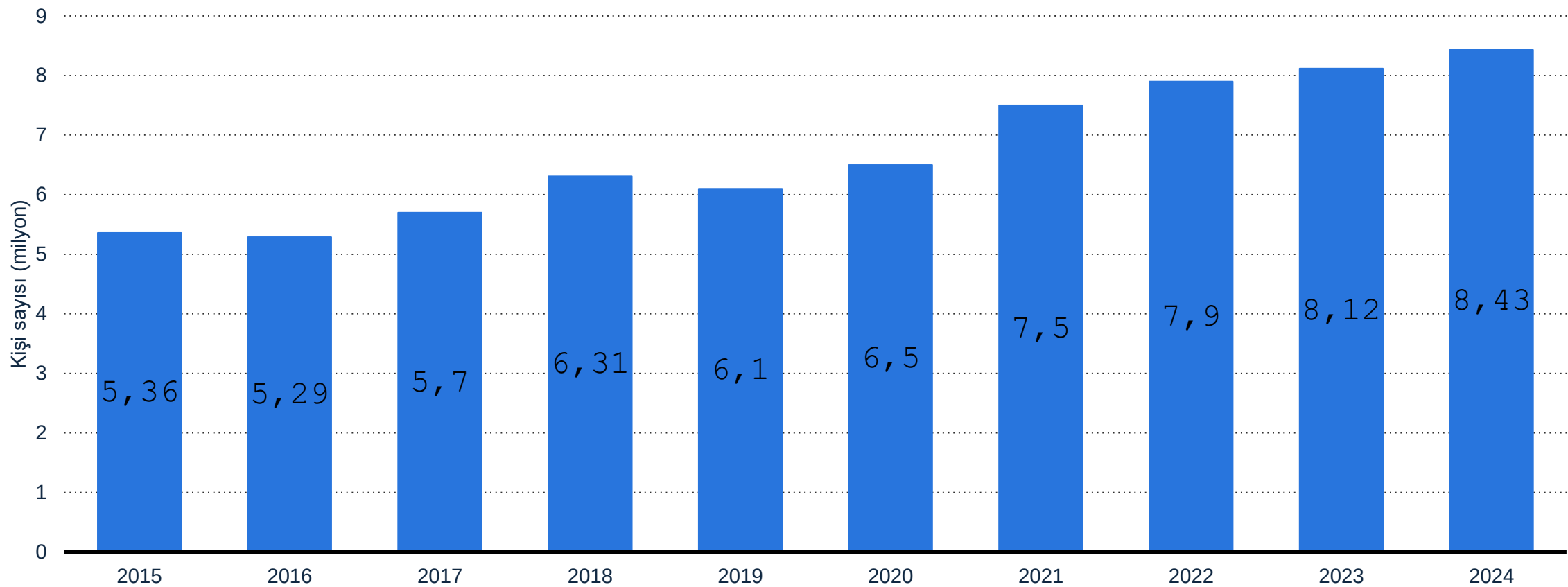
Ekim, 2025

Almanya'da Bireylerin Beslenme Tercihleri (2024)



2024 yılında Almanya'da kadınların yaklaşık %67'si market alışverişi sırasında iyi fırsatlara dikkat ederken, erkeklerde bu oran %56 olarak gerçekleşmiştir.

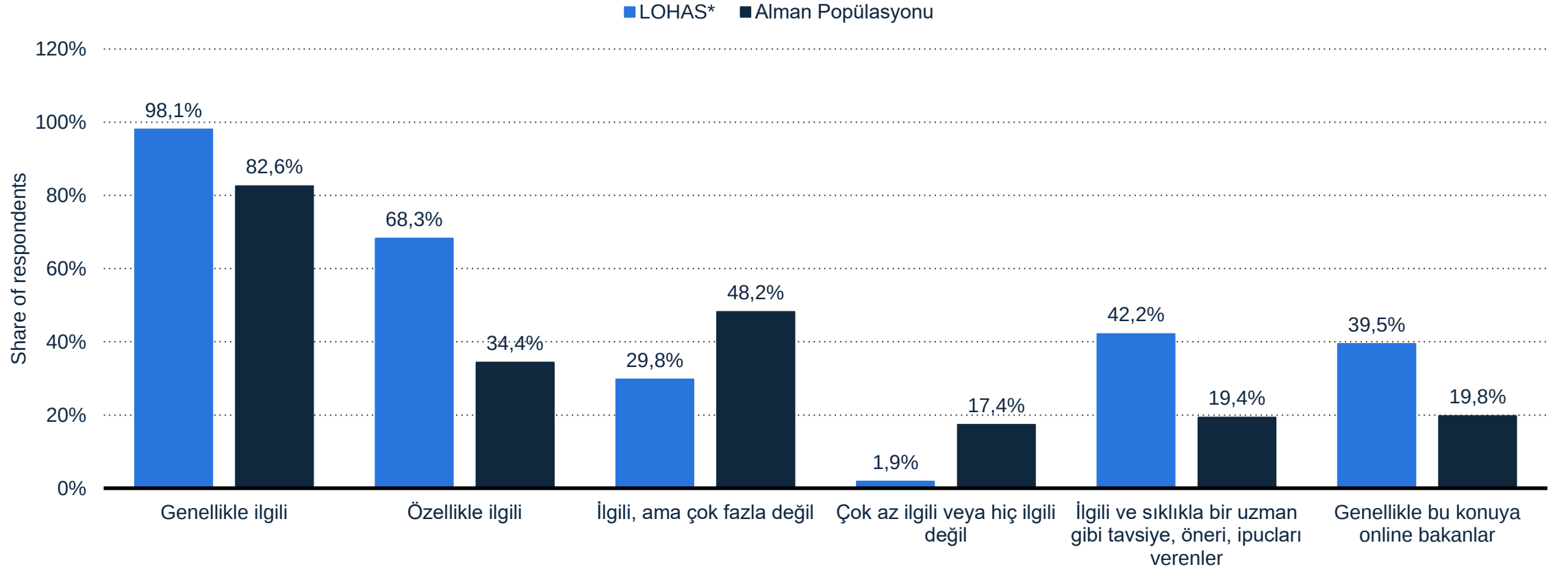
Kendini vejetaryan olarak tanımlayan bireylerin Almanya’da sayısal değışimleri (2015 – 2024, milyon kişi)



Kendini vejetaryan olarak tanımlayan bireylerin Almanya'da sayısal değişimleri

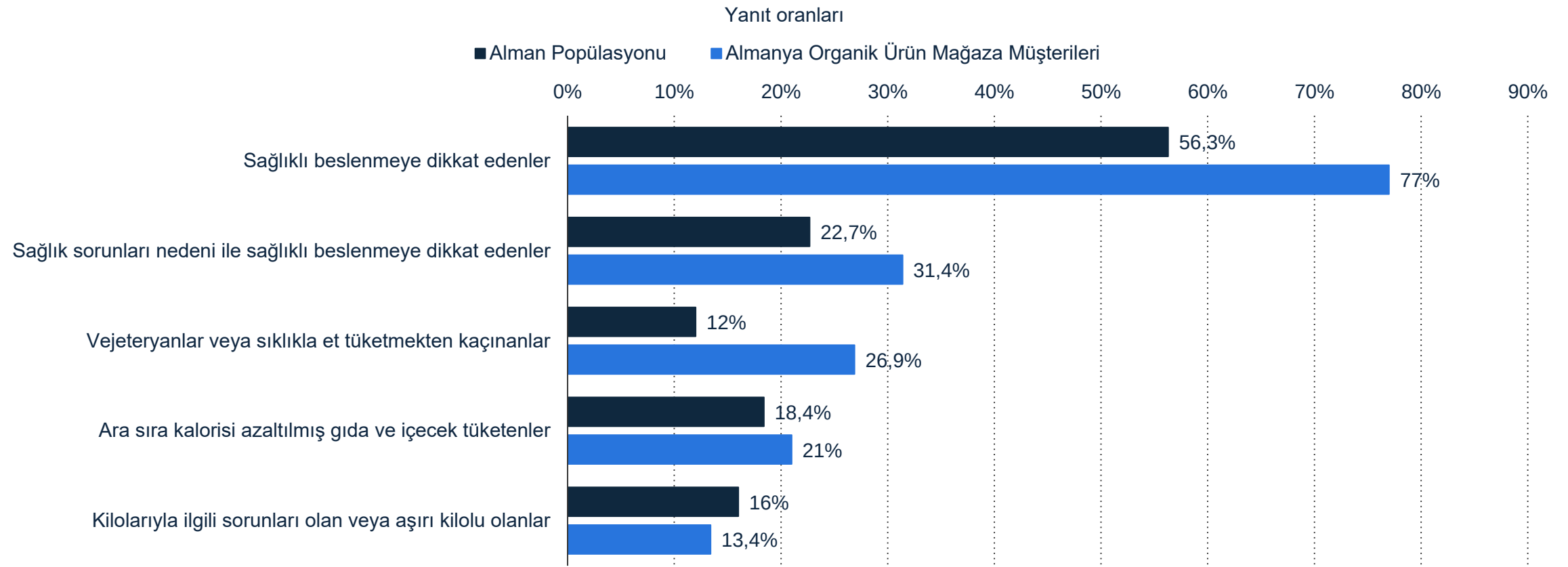
- 2024 yılı itibarıyla Almanya'da yaklaşık 8,43 milyon kişi ya vejetaryen olarak beslenmekte ya da büyük ölçüde et tüketiminden kaçınmaktadır. 2014 yılından bu yana, tamamen veya büyük oranda vejetaryen olduğunu belirten bireylerin sayısında belirgin bir artış görölmektedir.
- Almanya'da et tüketimi eğilimleri:
Kişi başına et tüketimi son yıllarda değişim göstermiştir. Kanatlı etleri hariç, domuz ve sığır eti tüketiminde yıllık bazda dikkate değer düşüşler yaşanmıştır. Almanya'nın geleneksel olarak tanındığı et ve sosis ürünleri tüketimi ise ürün türüne göre değişmiş, bu durum Almanların artık tamamen et veya sosis tüketiminden vazgeçmeye isteksiz olmadıkları düşüncesini güçlendirmiştir.
- Almanya'da vejetaryen ve vegan et ikameleri pazarı:
Almanya'daki et tüketimindeki azalma, vegan ve vejetaryen et ikamelerinin üretimindeki artışla paralel seyretmektedir. 2021 yılında Almanya'da yaklaşık 100.000 ton bu tür alternatif ürün üretilmiştir. 2019 yılından itibaren yalnızca iki yılda üretim yaklaşık 40.000 ton artmıştır. Parasal olarak bu, yaklaşık 460 milyon Euro değerinde bir et ikamesi üretimi anlamına gelmektedir.
- Kapsam: Almanya; 2015-2023; 14 yaş ve üzeri; Almanca konuşan nüfus.
Katılımcılara, "vejetaryenler veya büyük ölçüde etten kaçınan kişiler" grubuna dahil olup olmadıkları sorulmuştur. Örneklem bilgisi: 2025 yılı, 25.140 katılımcı.

LOHAS'ı (sağlık ve sürdürülebilirlik yaşam tarzı) takip eden ve 2024'te Almanya'da sağlıklı beslenme hakkında bilgi edinmek isteyen kişiler (2024)

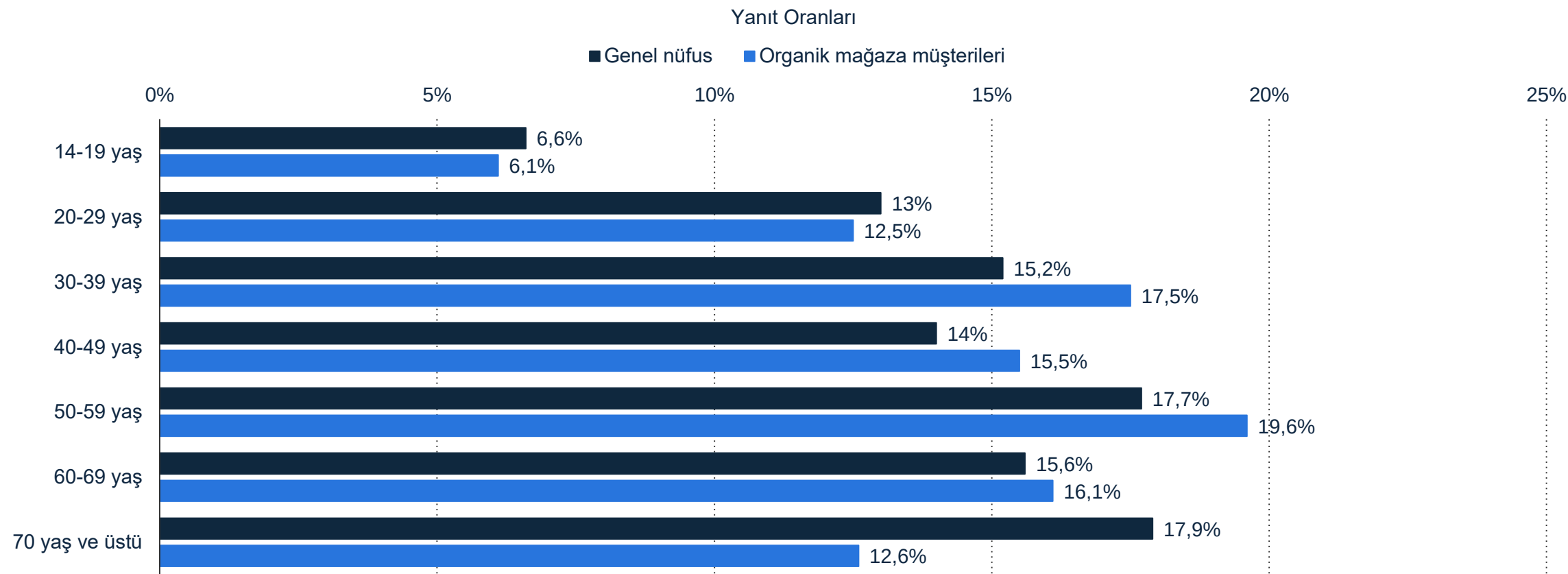


2024 yılında ankete katılanların yaklaşık %68,3'ü, sağlıklı beslenme hakkında bilgi edinmeye özellikle ilgi duyduklarını belirtmiştir. Buna karşılık, toplam nüfusta bu oran yaklaşık %34,4 seviyesindedir. *LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability), yaşam tarzı ve tüketim alışkanlıkları bakımından sağlık ve sürdürülebilirlik odaklı bireyleri tanımlayan bir gruptur. Kapsam: Almanya; 2024; 14 yaş ve üzeri; LOHAS grubu.

Organik mağaza müşterilerinin beslenme alışkanlıklarına göre genel nüfusa oranı (Almanya, 2024)



Organik mağaza müşterilerinin yaş grubuna göre genel nüfusa oranı (Almanya, 2024)



2024 yılında organik mağazalardan alışveriş yapan katılımcıların %77'si sağlıklı beslenmeye özen gösterdiğini ifade etmiştir.

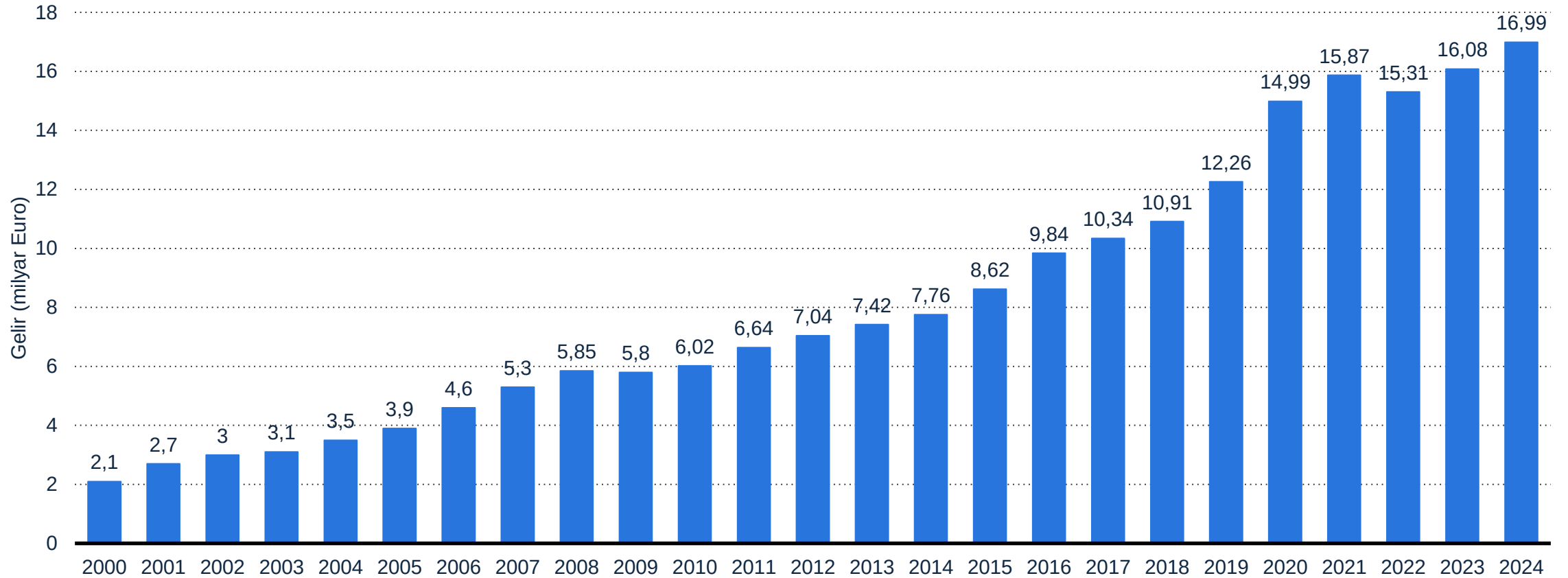
Kapsam: Almanya; 2024; 14 yaş ve üzeri; organik mağazalardan alışveriş yapan bireyler.



Organik, Vegan ve Bölgesel Gıdalar

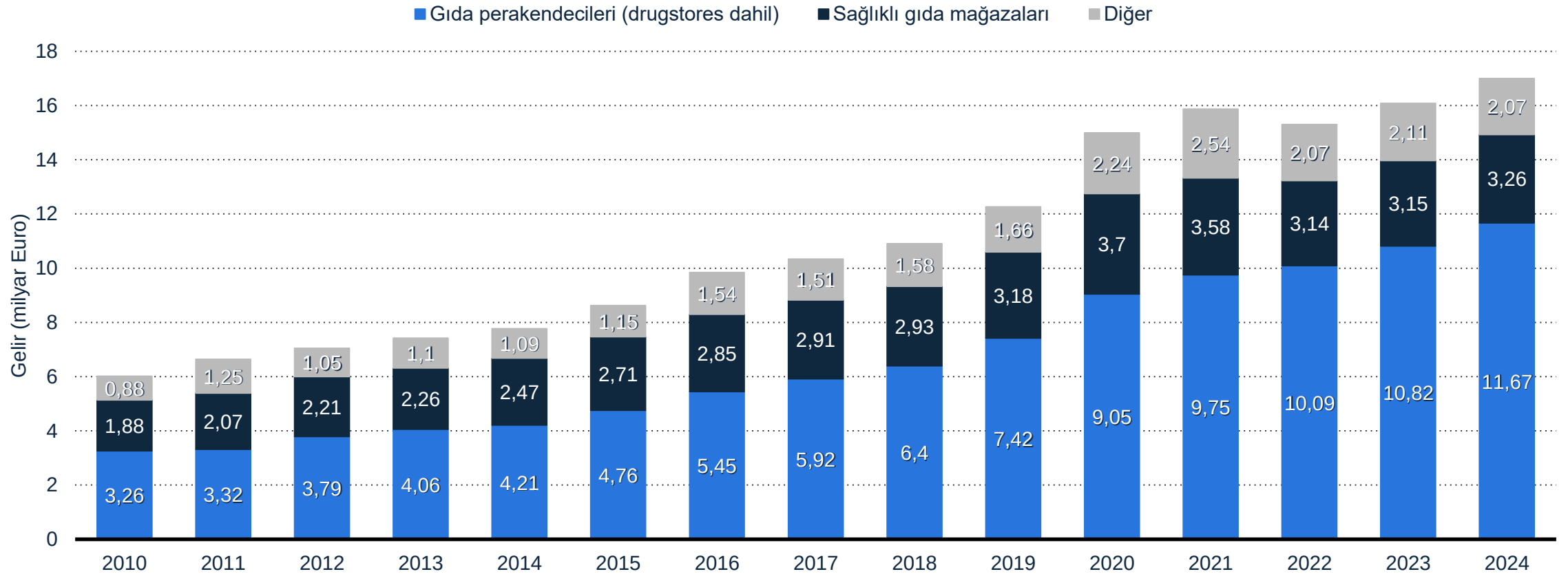
Almanya Tüketici Gıda Trendleri

Almanya'da 2000-2024 yılları arasında organik gıdalardan elde edilen gelir (milyar Euro)



Mevcut ankete göre, 2024 yılında Almanya nüfusu içinde organik mağazalardan alışveriş yapanların en büyük payını 50-59 yaş aralığındaki tüketiciler oluşturmuştur. Katılımcıların %12,5'i ise 20-29 yaş grubundadır. Kapsam: Almanya; 2024; 14 yaş ve üzeri; organik mağazalardan alışveriş yapan tüketiciler.

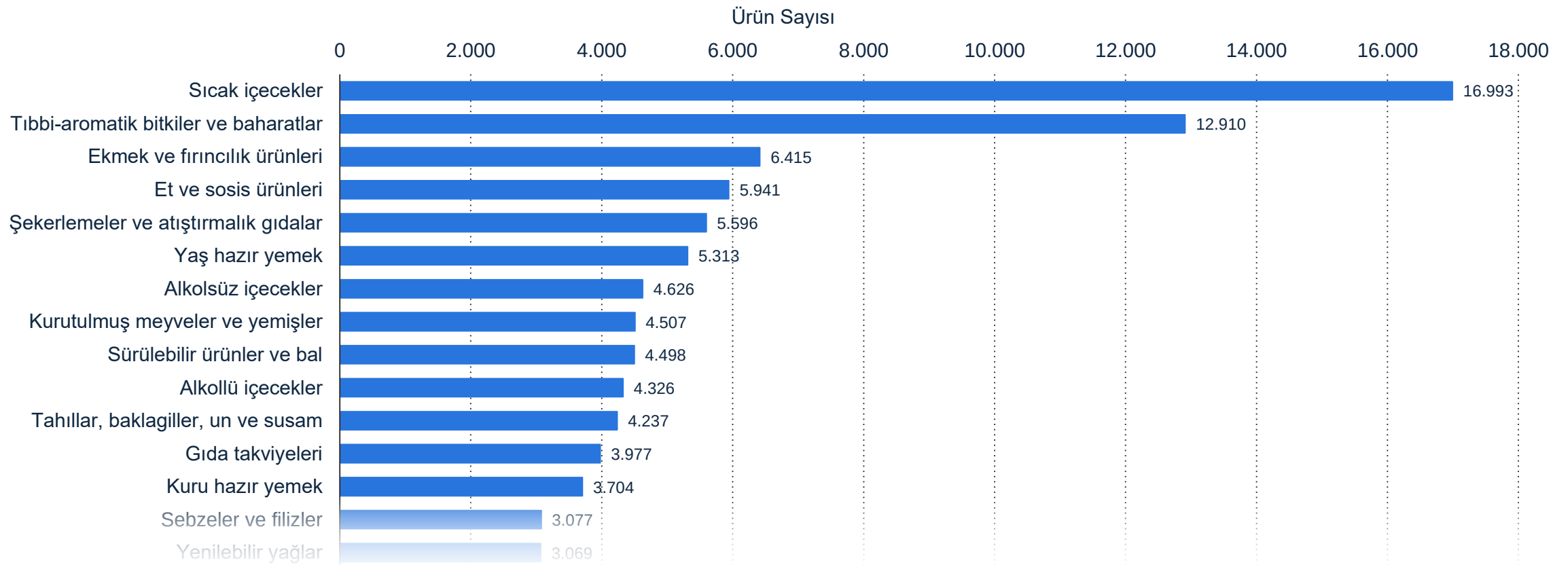
Almanya'da 2010-2024 yılları arasında organik gıda ürünlerinden elde edilen gelirler, satış kanallarına göre (milyar Euro)



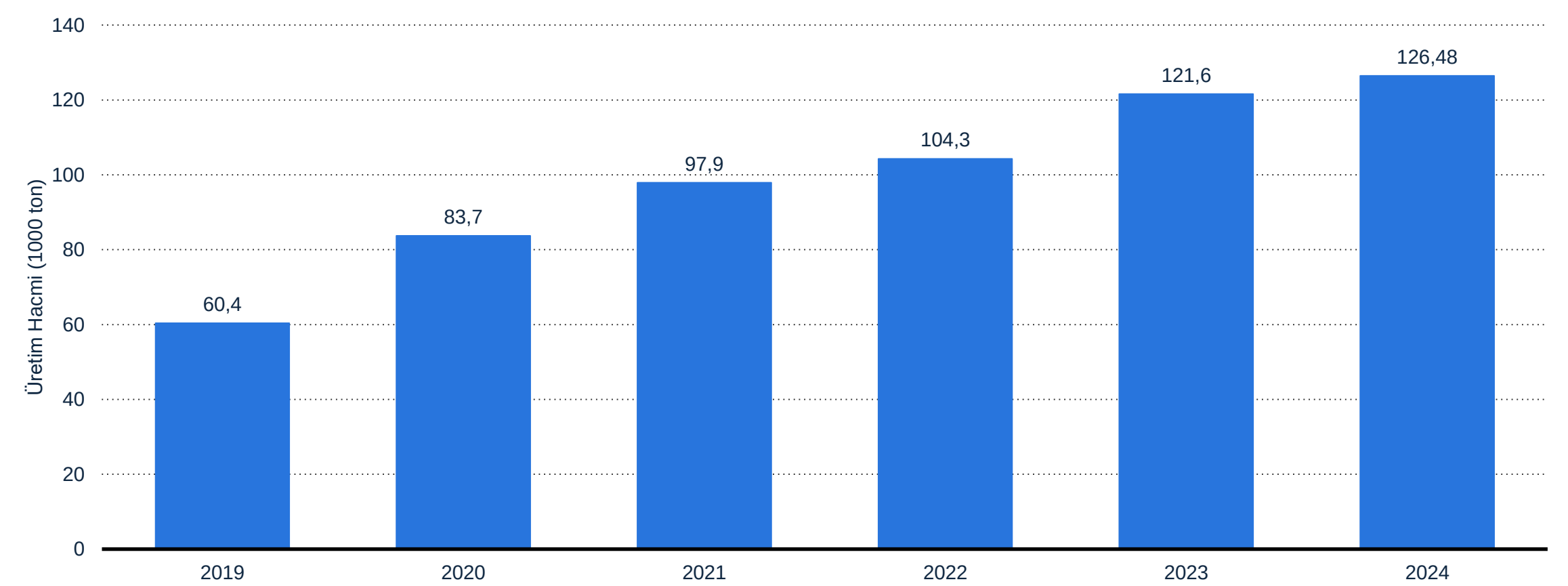
Almanya'da 2010-2024 yılları arasında organik gıda ürünleri pazarı

- Almanya'da organik gıda gelirleri son on yılda önemli ölçüde artmış, 2013 yılında 7,42 milyar Euro seviyesinden 2024 yılında yaklaşık 17 milyar Euroya yükselmiştir. Tüketicilerin gıdanın nasıl üretildiğine ve sağlıklı yaşam tarzlarına artan ilgisiyle birlikte, bu eğilimin uzun vadede devam etmesi beklenmektedir.
- Sertifikalı ürünler
Bir ürünün "organik" olarak sınıflandırılabilmesi için belirli bir sertifikasyon sürecinden geçmesi gerekmektedir. Almanya'da organik sertifikalı ürün sayısı istikrarlı bir şekilde artmış ve 2024 yılında 106.110 adede ulaşmıştır. Ürün gruplarına göre bakıldığında, en fazla sertifikalandırılan ürünler sıcak içecekler olmuş, bunu baharatlar ve otlar, ardından ekmek ve unlu mamuller izlemiştir. Organik mağazalardan alışveriş yapanların en yüksek oranı 50-59 yaş aralığındaki tüketicilerde görülmüştür.
- Tüketici görüşleri
Alman tüketiciler, organik gıda ürünlerini başta hayvan refahına duydukları hassasiyet ve bölgesel işletmeleri destekleme isteği gibi nedenlerle satın almaktadır. Satış kanalları açısından bakıldığında, son dönemde organik gıda ürünlerinden elde edilen en yüksek gelir payı, gıda perakendecileri (süpermarketler ve eczaneler dâhil) üzerinden gerçekleşmiştir.

Almanya'da 2010-2024 yılları arasında organik gıda ürünlerinden elde edilen gelirler, satış kanallarına göre (milyar Euro)

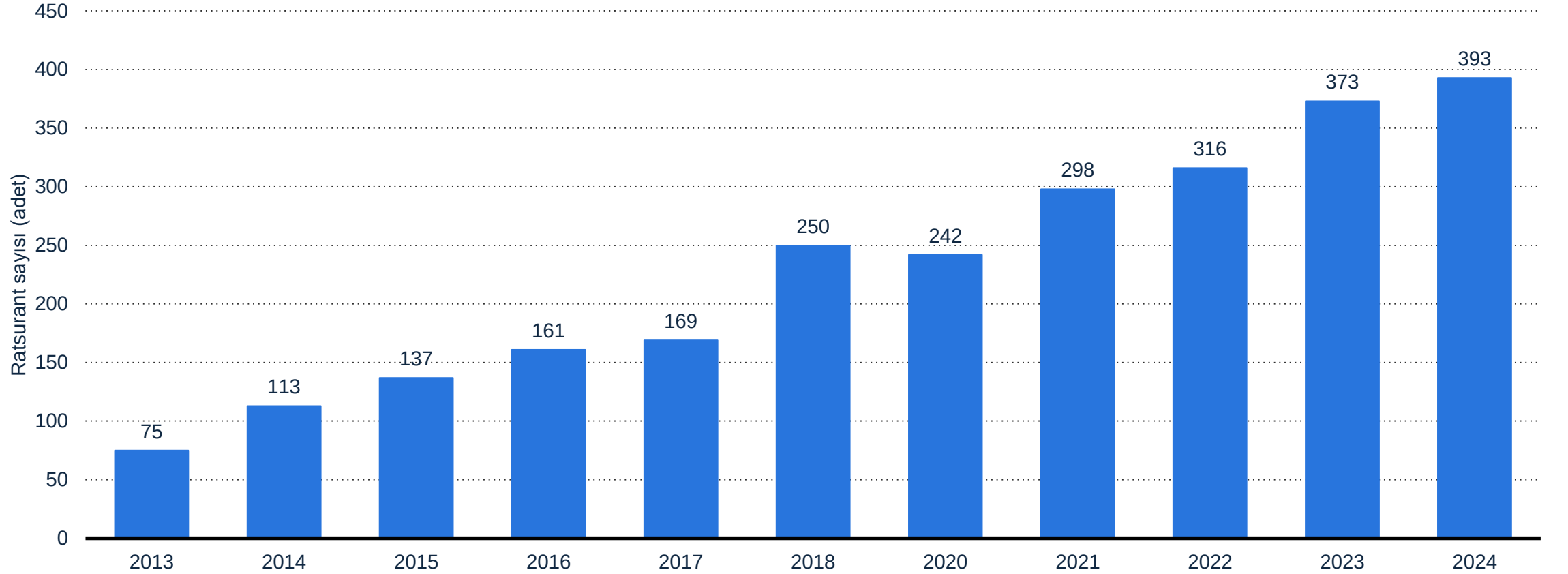


Almanya’da 2019-2024 yılları arasında vejetaryen ve vegan et ikamelerinin üretim hacmi (1000 ton)



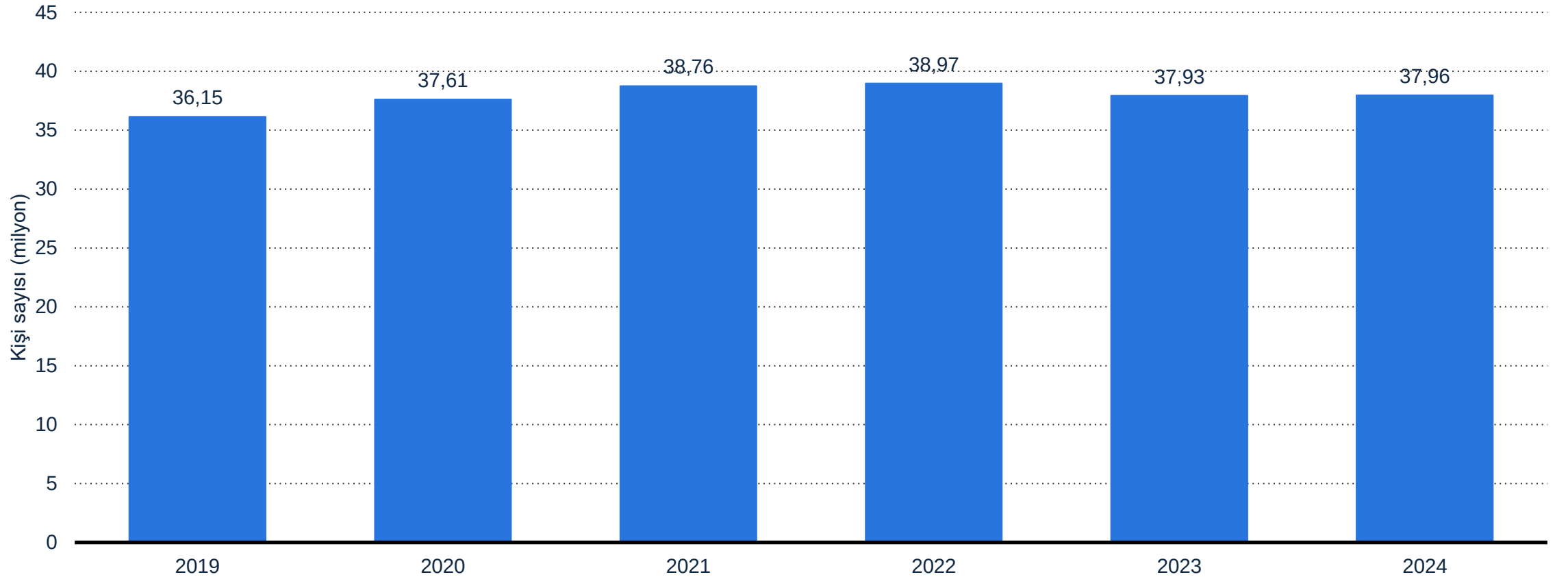
2024 yılında Almanya’da 126 bin tondan fazla vejetaryen ve vegan et ikamesi üretilmiştir. Bu miktar, önceki yıllarla karşılaştırıldığında önemli bir artışa işaret etmektedir. Tahminlere göre, bitki bazlı et alternatifleri veya böcek bazlı gıdalar gibi geleneksel ete alternatif ürünlerin önemi gelecekte giderek artacaktır.

Almanya'da vegan restaurant sayıları (2013-2024)



Almanya'daki tamamen vegan restoranların sayısı son yıllarda önemli ölçüde artmıştır. 2013 yılında yalnızca 75 adet vegan restoran bulunurken, bu sayı 2024 yılına gelindiğinde 393'e yükselmiştir

Almanya'da 2019-2024 yılları arasında market alışverişinde bölgesel ürünleri tercih eden kişi sayısı (milyon)



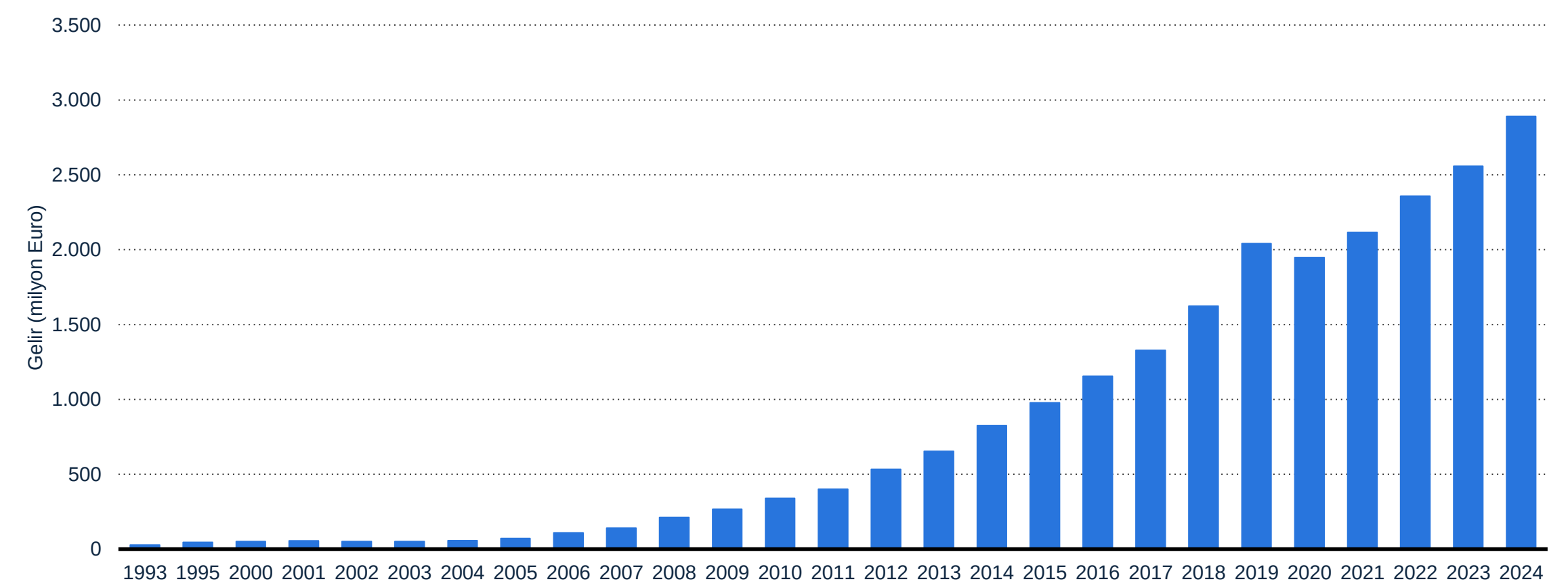
2024 yılında yaklaşık 37,96 milyon Alman tüketici, market alışverişlerinde bölgesel ürünleri satın almayı tercih etmiştir. Bu, bir önceki yıla kıyasla azalma anlamına gelmekle birlikte, belirtilen zaman diliminde genel olarak yıllık bazda artış eğilimi gözlenmiştir. Kapsam: Almanya; 2019-2024; 14 yaş ve üzeri; Almanca konuşan nüfus.



«Fair Trade» Ürünler

Almanya Gıda Trendleri

Almanya'da 1993-2024 yılları arasında adil ticaret ürünlerinden elde edilen gelir (milyon Euro)

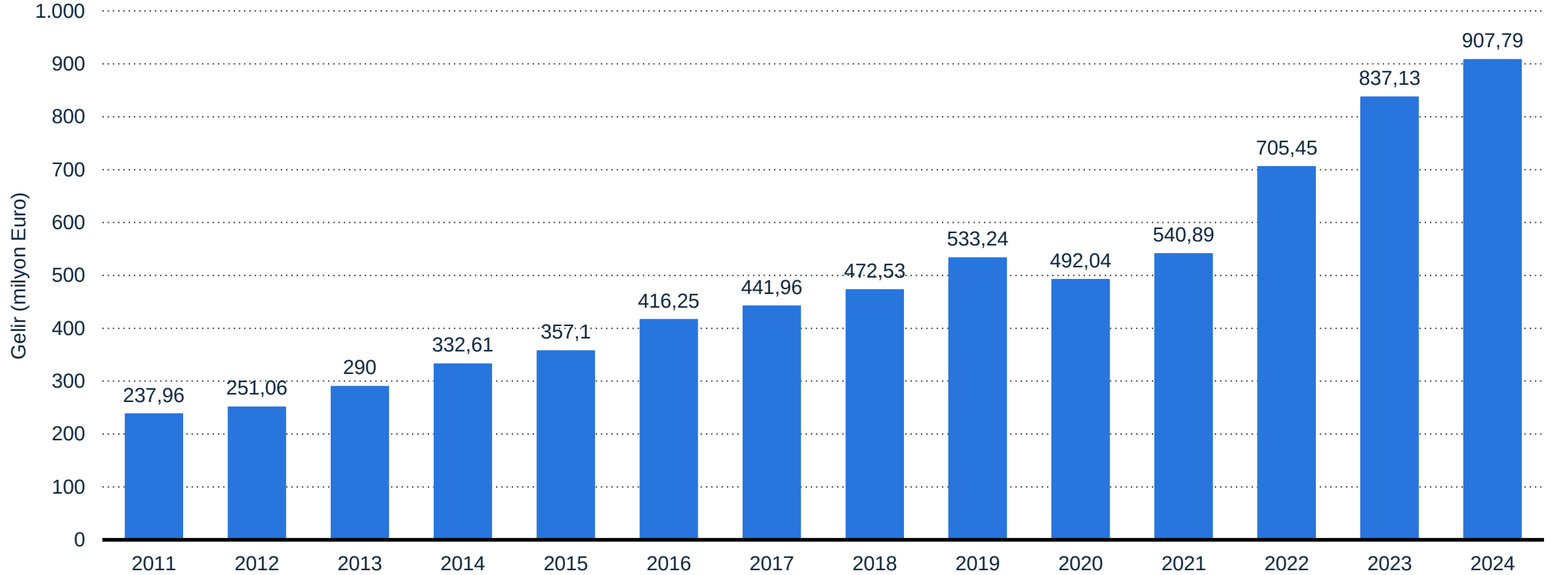


Bazı ürün grupları için Almanya’da 2012-2024 yılları arasında adil ticaret ürünlerinden elde edilen gelir (milyon Euro)

	Kahve	Tropik meyveler	Tekstil	Çiçekler	Dondurma	Çikolata	Soğuk İçecekler
2012	251.06	37.69	41.95	81.09	48.22	14.72	5.96
2013	290	58.17	53	103.32	55.29	18.81	9.52
2014	332.61	92.42	70.95	118.83	65.29	21.43	15.24
2015	357.1	115.76	71.2	113.6	82.76	21.99	18.77
2016	416.25	129.82	77.61	116.9	96.65	32.41	41.54
2017	441.96	159.16	129.13	121.88	107.29	34.03	42.06
2018	472.53	160.15	146.07	128.08	111.96	32.65	45.72
2019	533.24	225.77	194.18	167.05	112.74	43.73	43.86
2020	492.04	182.36	178.53	167.39	160.73	61.06	36.99
2021	540.89	176.82	172.47	179.73	147.76	79.44	47.84
2022	705.45	211.29	180.38	134.18	185.37	84.7	57.16
2023	837.13	229.55	196.48	137.35	108.17	103.66	65.48
2024	907.79	251.99	197.73	166.59	206.97	119.52	75.14

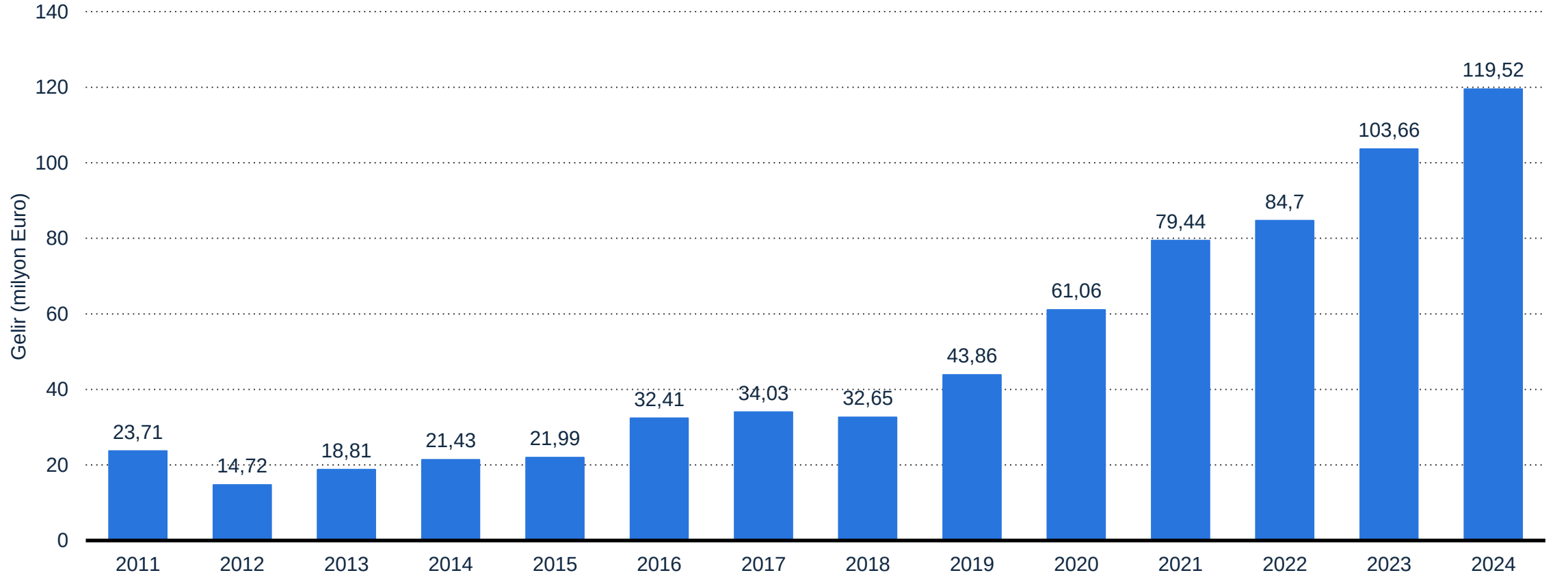
2024 yılında Almanya’da satılan adil ticaret kahvesinden elde edilen gelir yaklaşık 907,79 milyon Euro seviyesine ulaşmıştır.

Almanya'da 2011-2024 yılları arasında adil ticaret kahvesinden elde edilen gelir (milyon Euro)



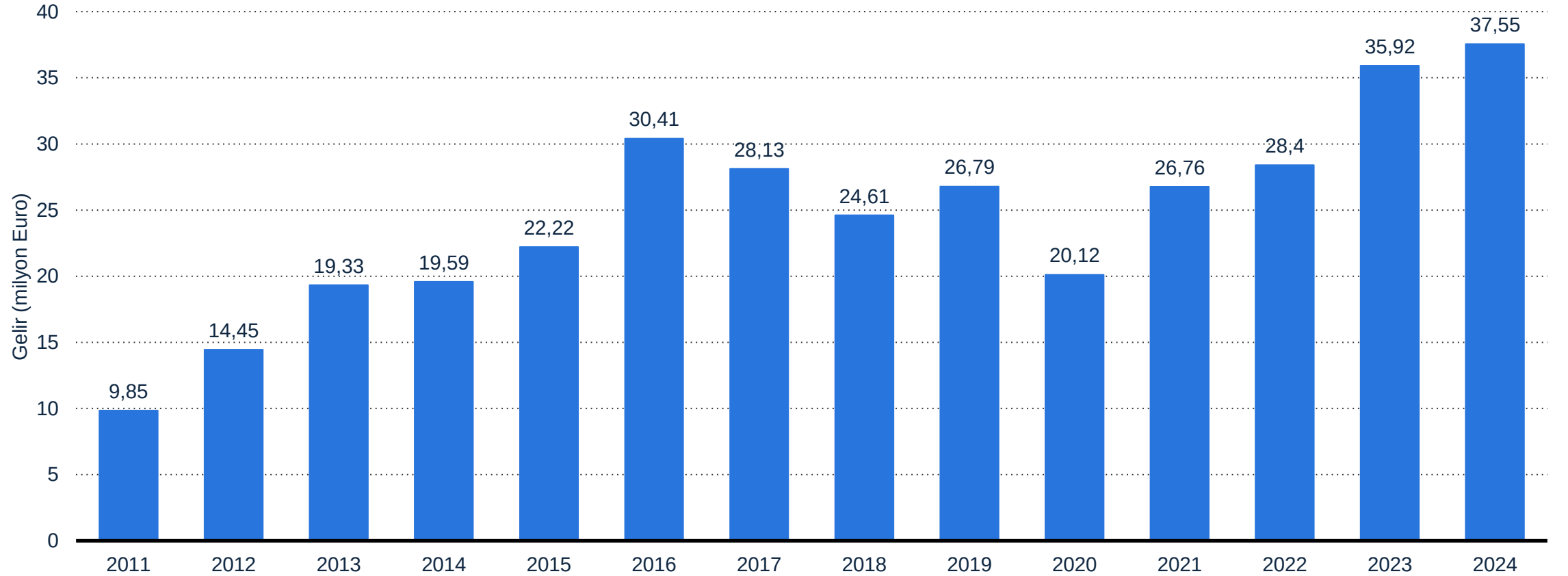
2024 yılında adil ticaret kahvesi satışlarından elde edilen gelir yaklaşık 907,79 milyon Euro olmuştur. Bu tutar, bir önceki yılın 837,13 milyon Euro olan gelirine kıyasla artış göstermektedir. Veriler genel olarak incelendiğinde, söz konusu dönemde yıllık bazda düzenli bir artış eğilimi görülmektedir.

Almanya'da 2011-2024 yılları arasında adil ticaret ile ikolatan elde edilen gelir (milyon Euro)

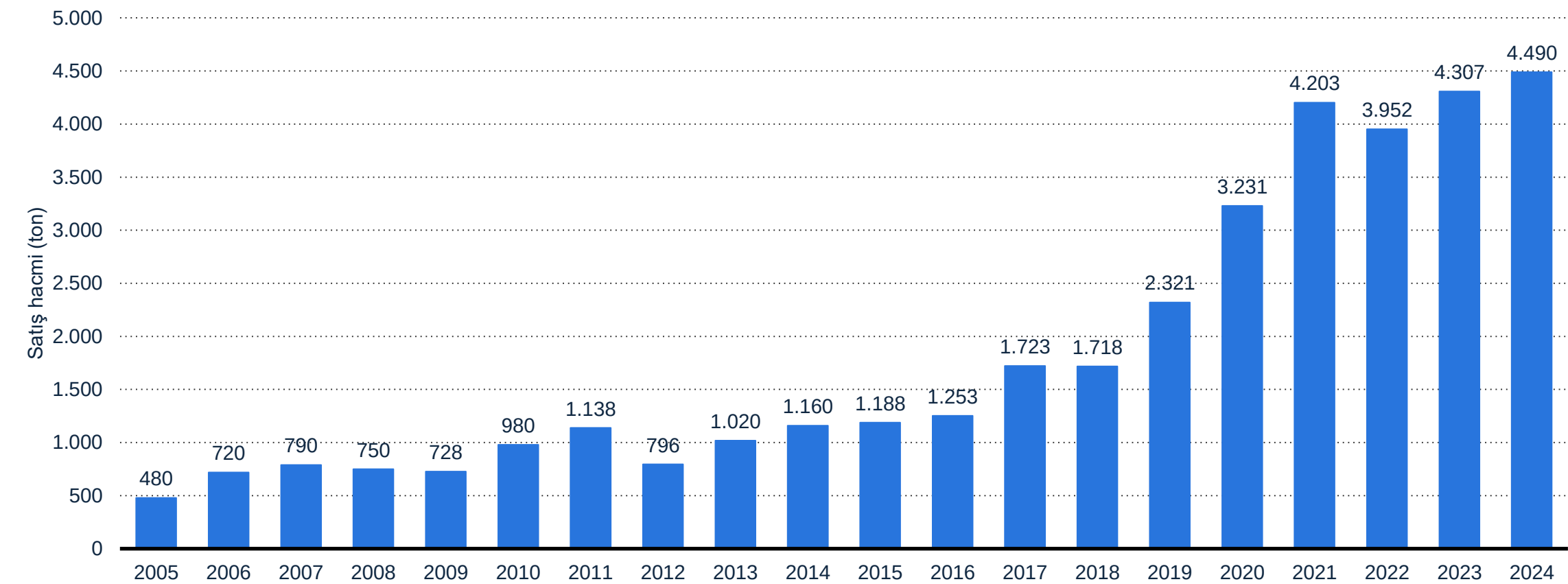


2024 yılında yaklaşık 37,96 milyon Alman tüketicisi, market alışverişlerinde bölgesel ürünleri tercih etmiştir. Bu oran, bir önceki yıla kıyasla düşüş göstermiş olmakla birlikte, belirtilen dönem boyunca genel eğilim yıllık artış yönündedir.

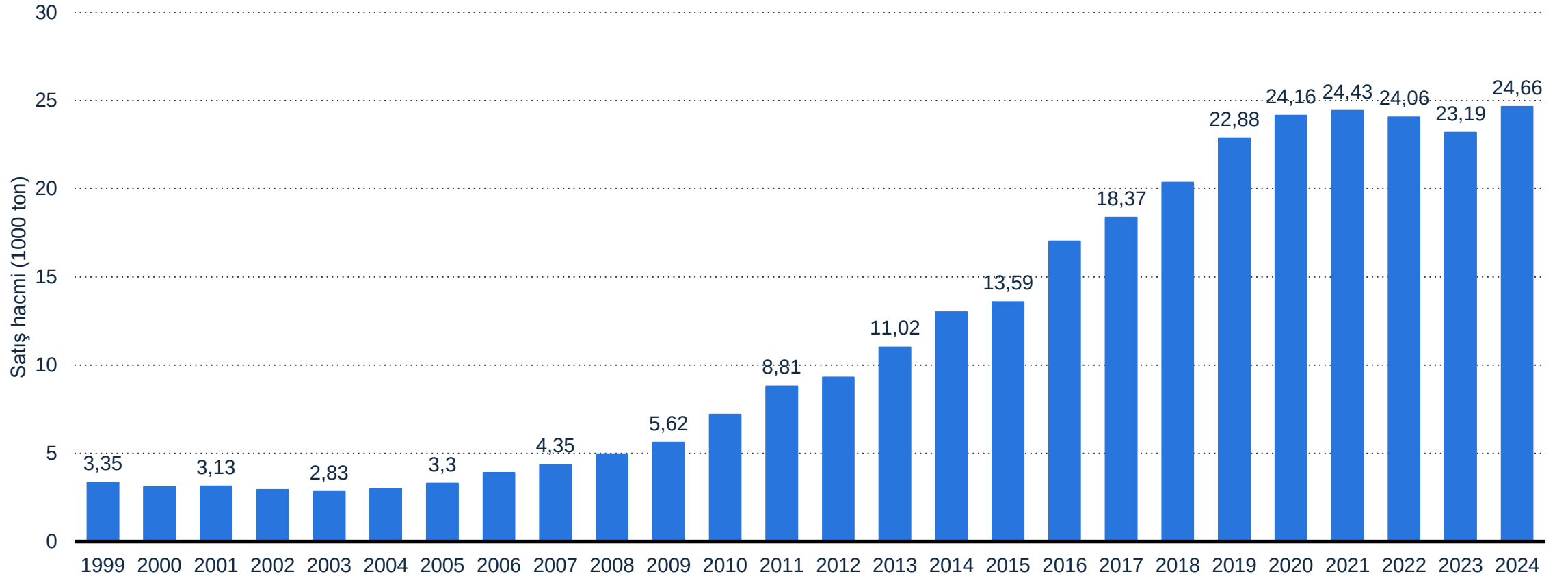
Almanya'da 2011-2024 yılları arasında adil ticaret ile şekerleme ürünlerinden elde edilen gelir (milyon Euro)



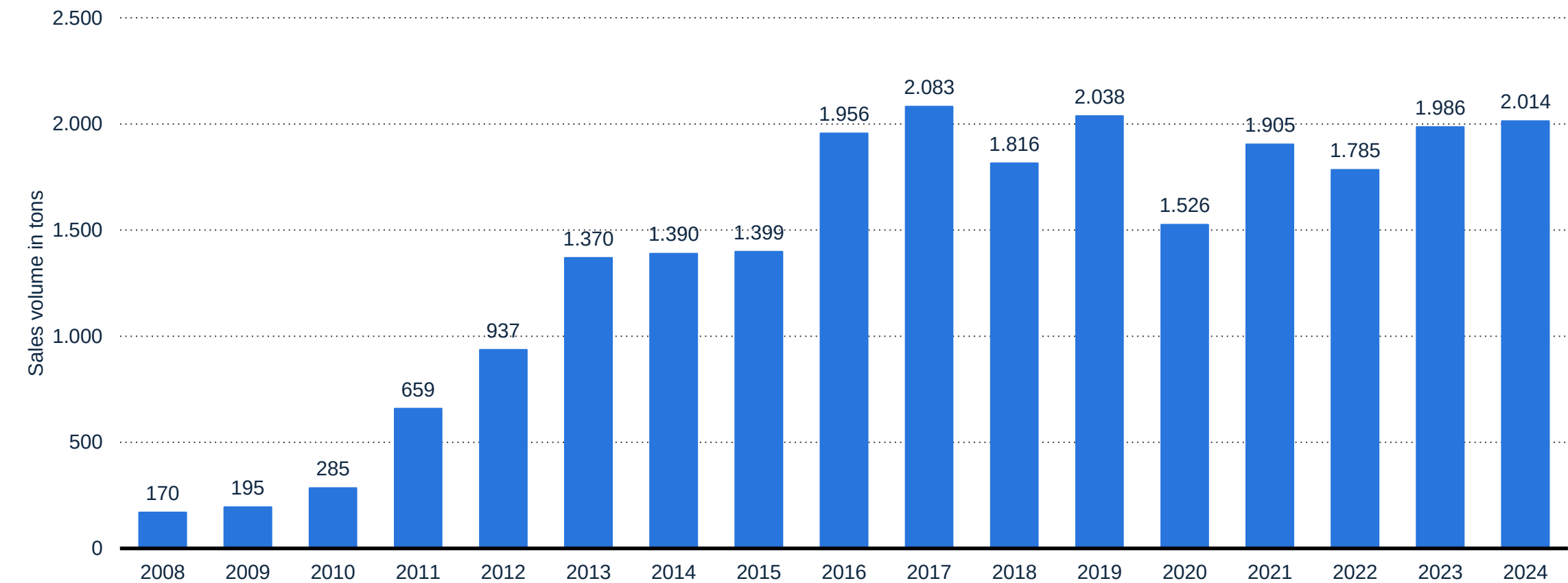
Almanya'da 2005-2024 yılları arasında sertifikalı adil ticaret çikolata satış hacmi (ton)



Almanya'da 1999-2024 yılları arasında sertifikalı adil ticaret ile kahve satış hacmi (1.000 ton)



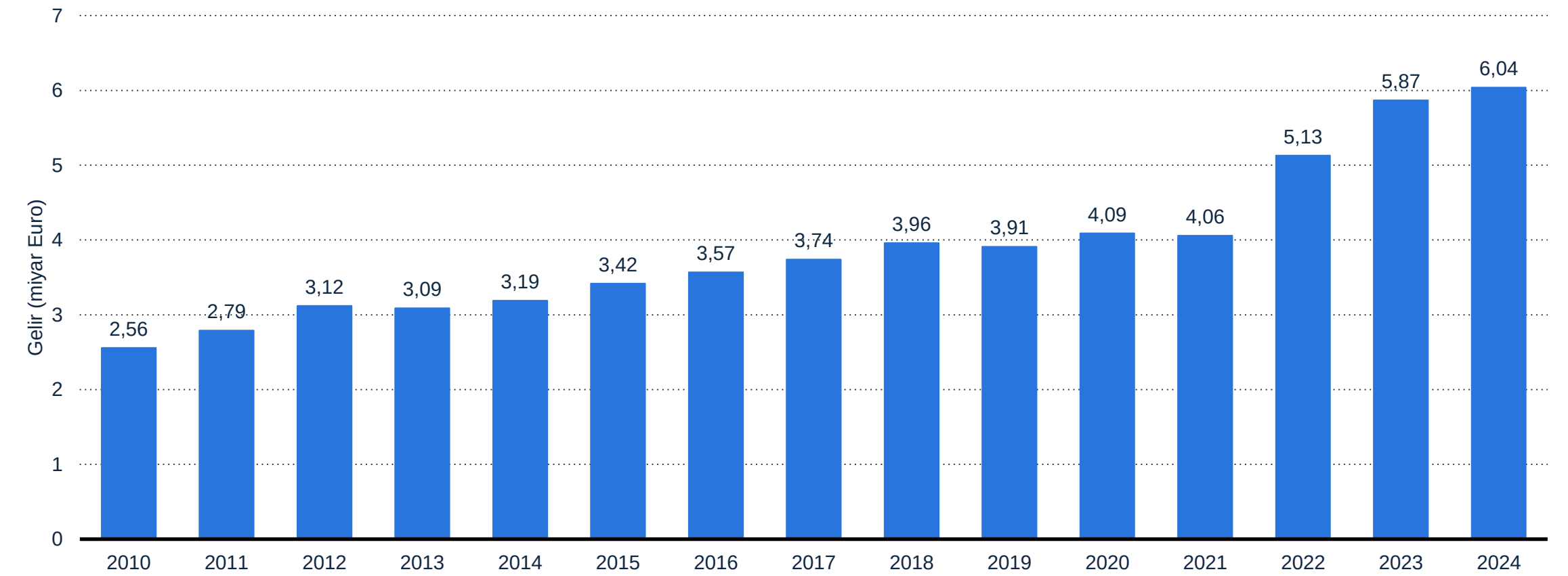
Almanya'da 2008-2024 yılları arasında sertifikalı adil ticaret ile şekerleme ürünlerinin satış hacmi (ton)



Atıştırmalık ve Hazır Gıdalar

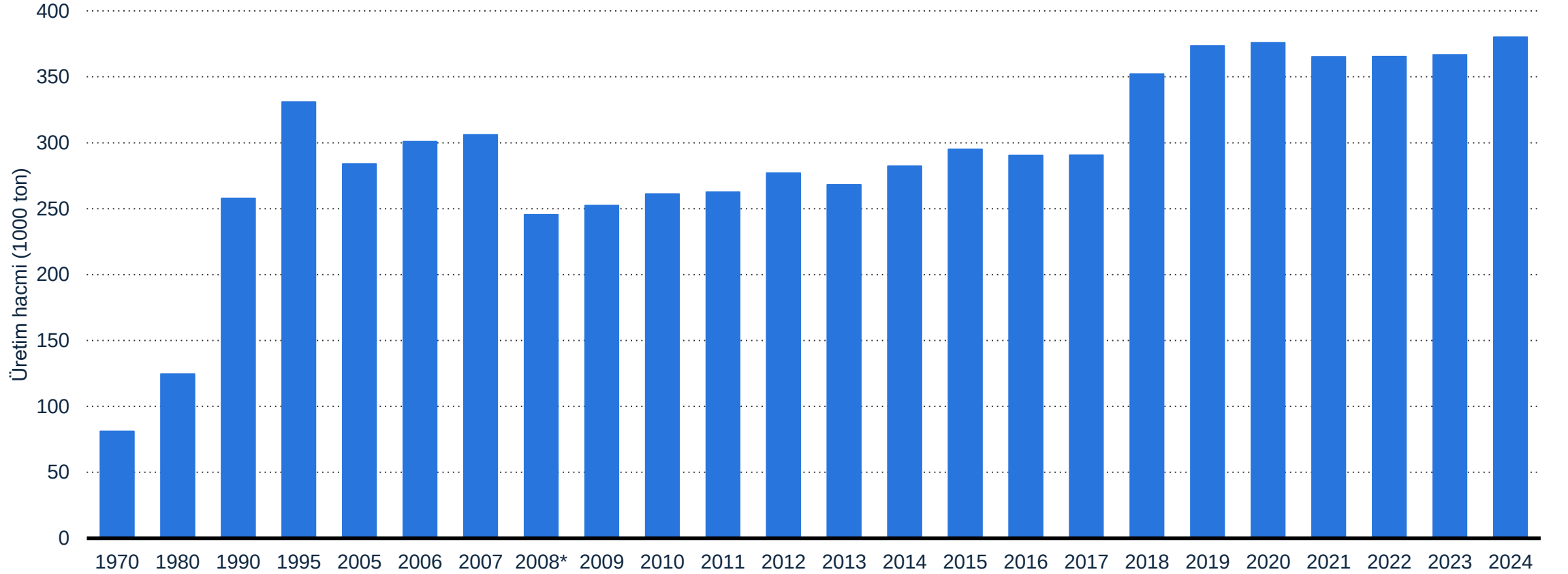
Almanya Gıda Trendleri

Almanya'da hazır gıda üretim sektörünün 2010-2024 yılları arasındaki geliri (milyar Euro)



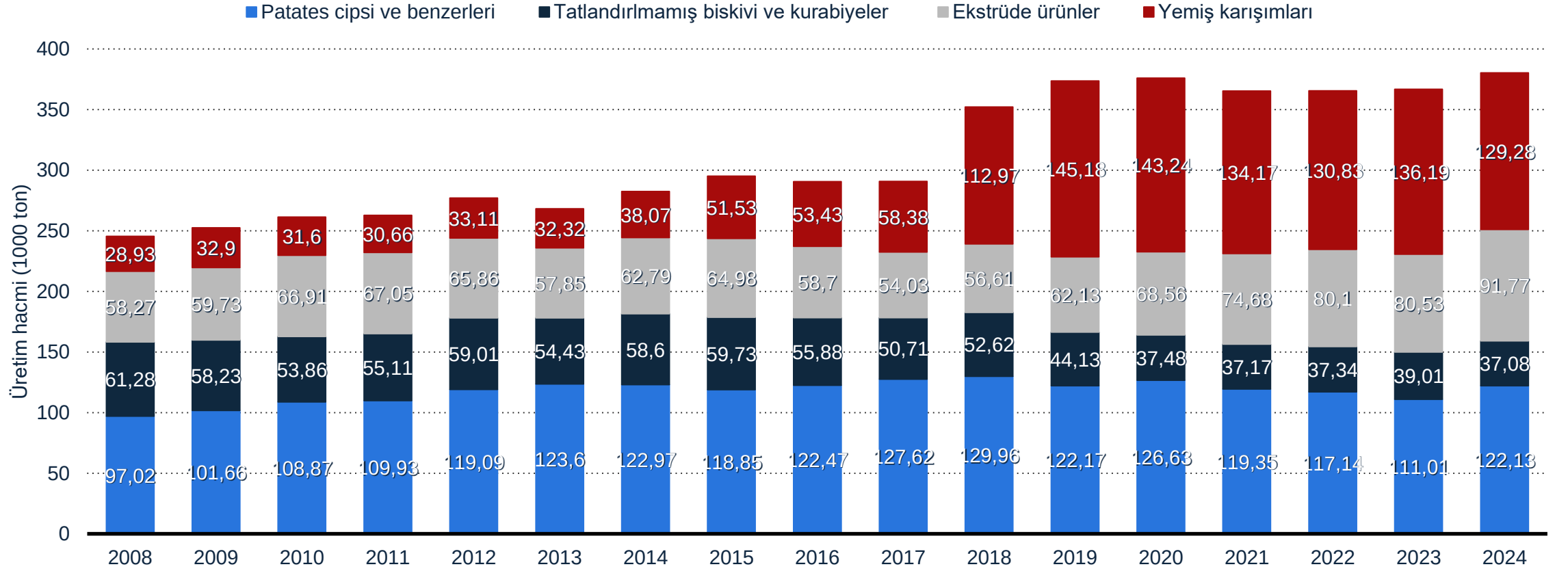
2024 yılında Almanya'daki hazır gıda işleme endüstrisi, yaklaşık 6 milyar Euro tutarında gelir elde etmiştir. Bu değer, bir önceki yılın yaklaşık 5,87 milyar Euroluk gelirine kıyasla artış göstermektedir. Veriler, özellikle pandemi sonrasında belirgin bir yükseliş eğilimine işaret etmektedir.

Almanya'da 1970-2024 yılları arasında atıştırmalık gıda yıllık üretim hacmi (1.000 ton)



2024 yılında Almanya'da yaklaşık 380 bin ton atıştırmalık ürün üretilmiştir. Bu, bir önceki yıla göre hafif bir artışı ifade etmektedir. Veriler incelenen zaman aralığında dalgalı bir seyir göstermektedir. Not: 2008 yılından sonraki veriler, veri gizliliği gerekçeleriyle yer fıstığı üretimini kapsamamaktadır. Kaynak: Statistisches

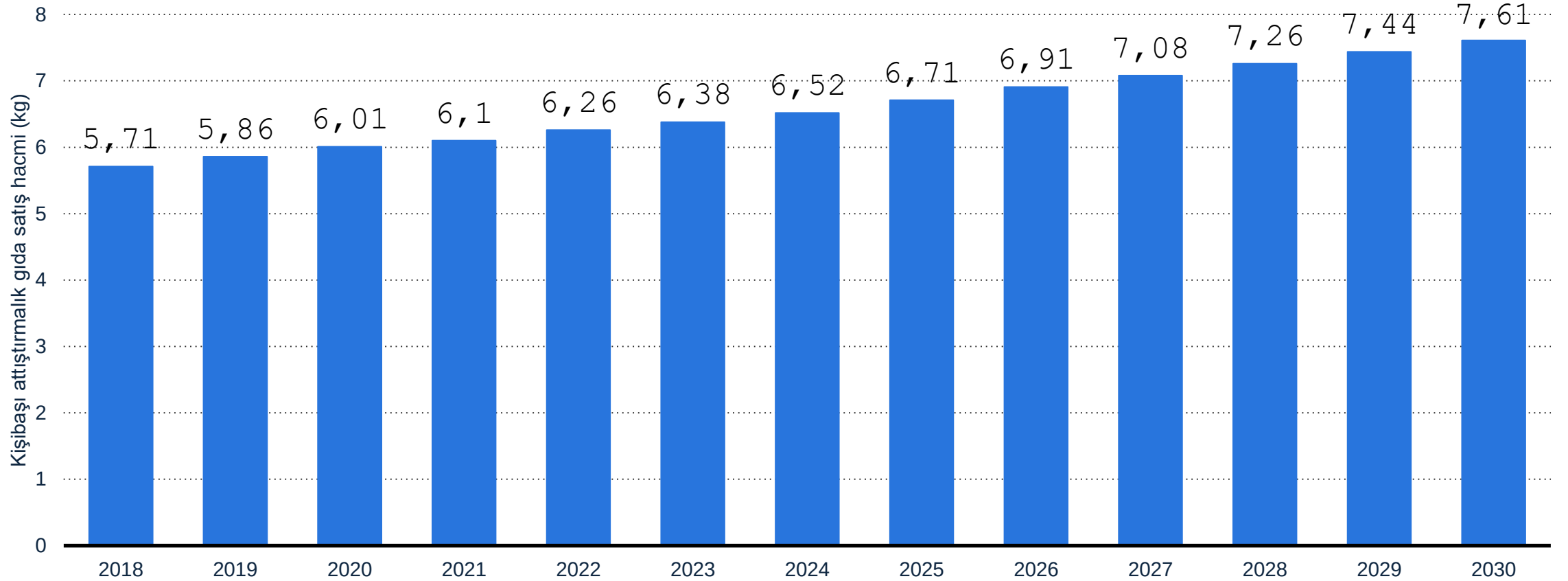
Almanya'da 2008-2024 yılları arasında atıştırmalık ürünlerin üretim hacmi, ürün grubuna göre (1.000 ton)



2024 yılında Almanya'da yaklaşık 122,1 bin ton patates cipsi ve çubuk cips üretilmiştir. Bu miktar, bir önceki yıla göre artış göstermektedir. Buna karşılık, karışık kuruyemişlerin üretim hacminde azalma gözlenmiştir.

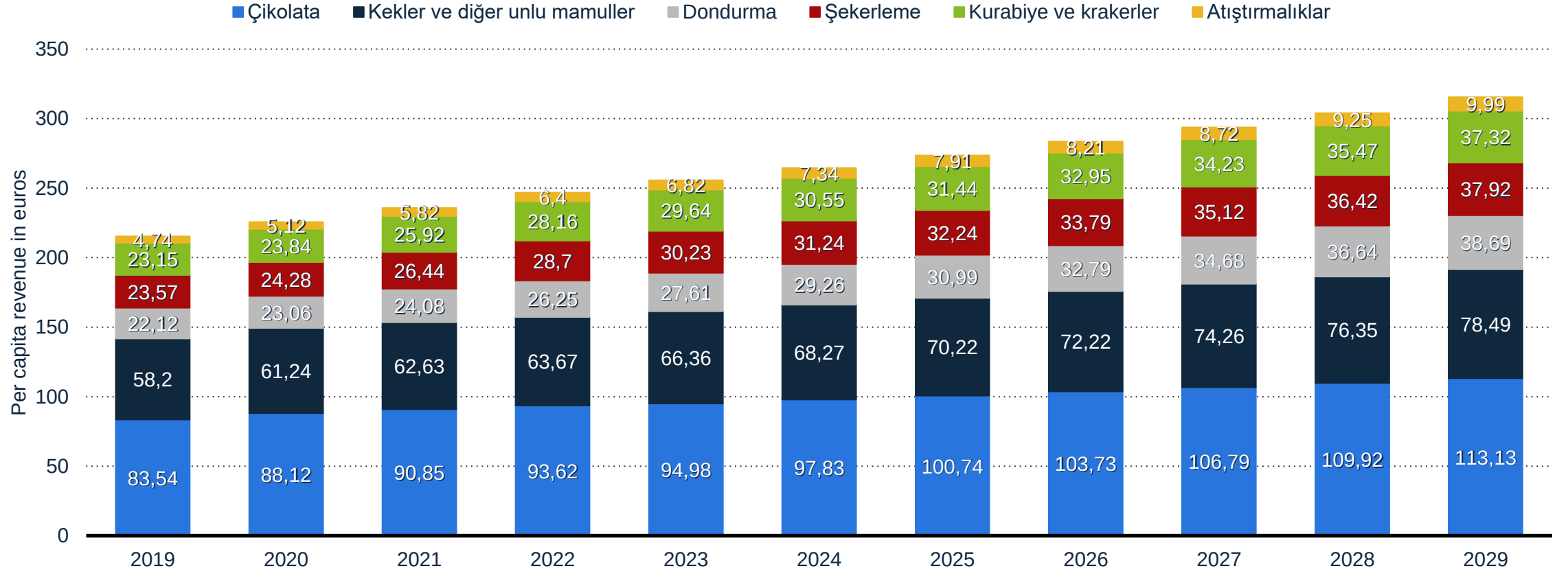
Kapsam: Almanya; 2008-2024.

Almanya'da 2018-2030 yılları arasında atıştırmalık gıda segmentinde kişi başına düşen satış hacmi (kg)



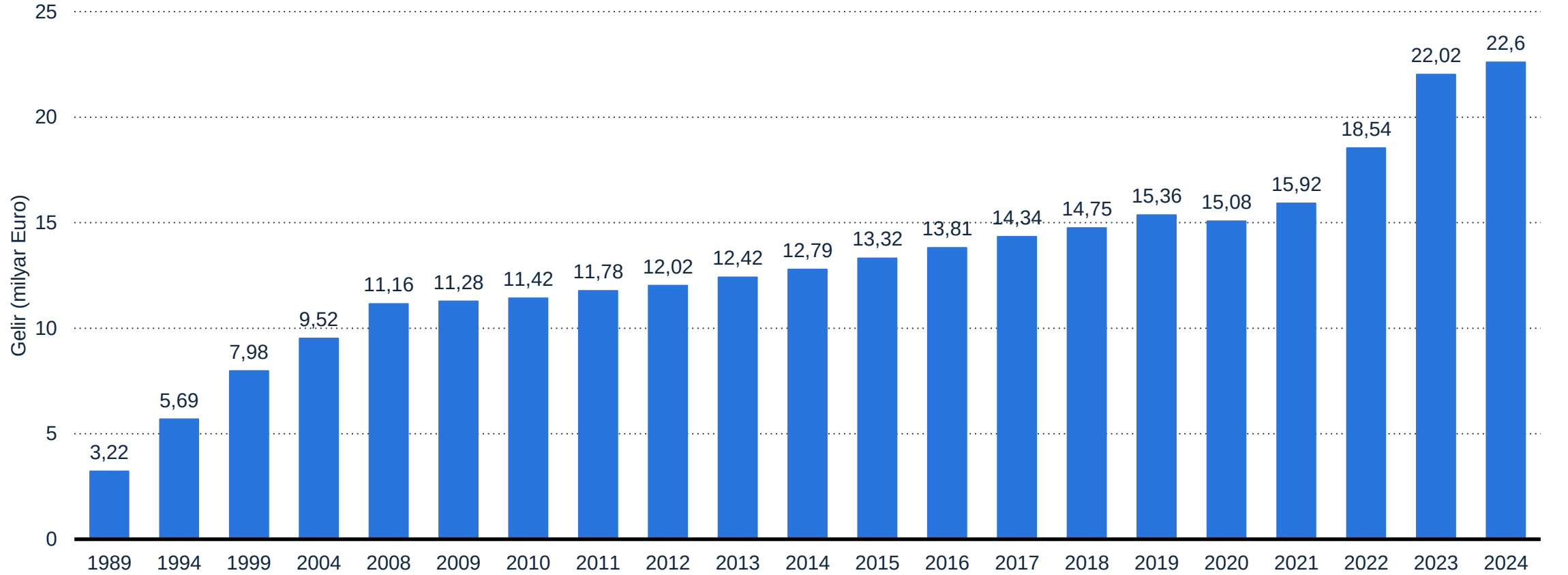
2024 yılında Almanya gıda pazarının "Atıştırmalık Gıdalar" segmentinde kişi başına düşen ortalama tüketim miktarı 6,52 kg olarak modellenmiştir. Süreklilik gösteren artış eğilimiyle birlikte, kişi başına ortalama hacim 2018 yılından bu yana 0,81 kg artmıştır. Tahminlere göre, 2024-2030 döneminde kişi başına tüketim hacmi 1,09 kg daha artarak bu istikrarlı yükseliş trendini sürdürecektir.

Almanya'da 2019-2029 yılları arasında şekerleme ve atıştırmalıklardan kişi başına düşen gelir (Euro)



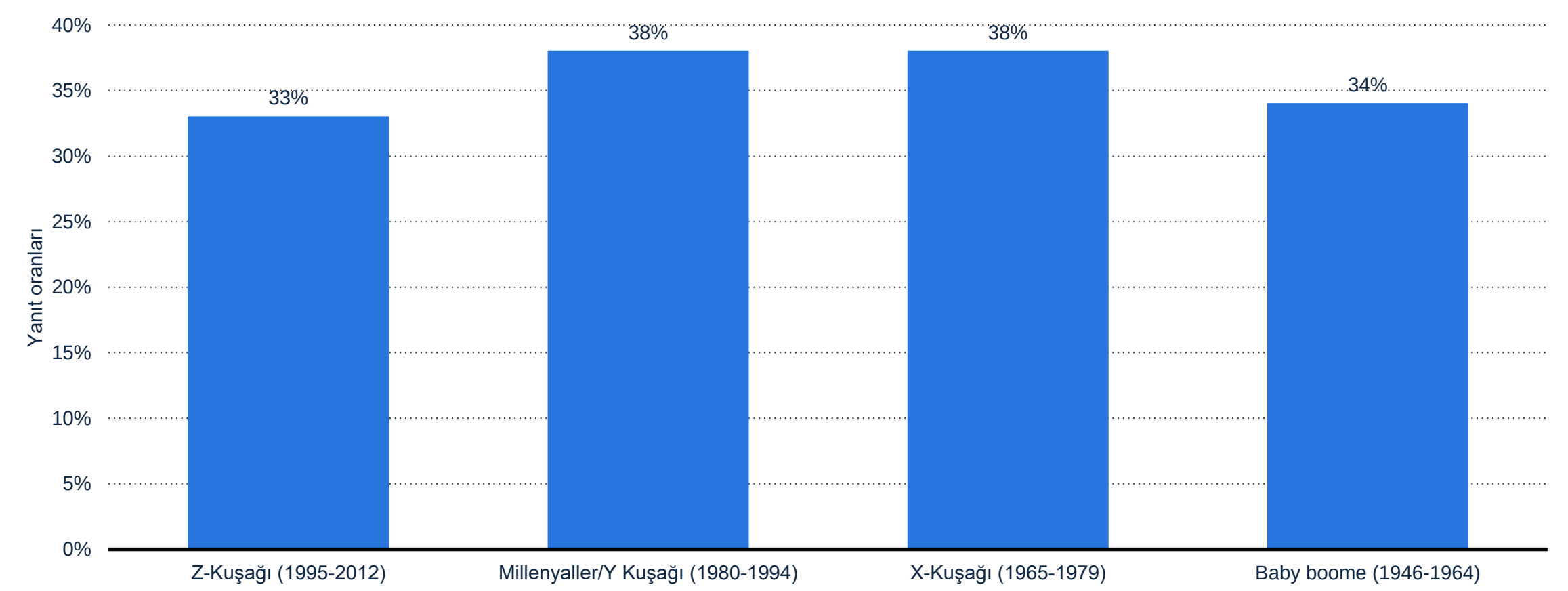
Almanya'da 2019-2029 yılları arasında şekerleme ve atıştırmalıklardan kişi başına elde edilen gelir (Euro).

Almanya'da dondurulmuş gıda pazarının 1989-2024 yılları arasındaki gelirleri (milyar Euro)



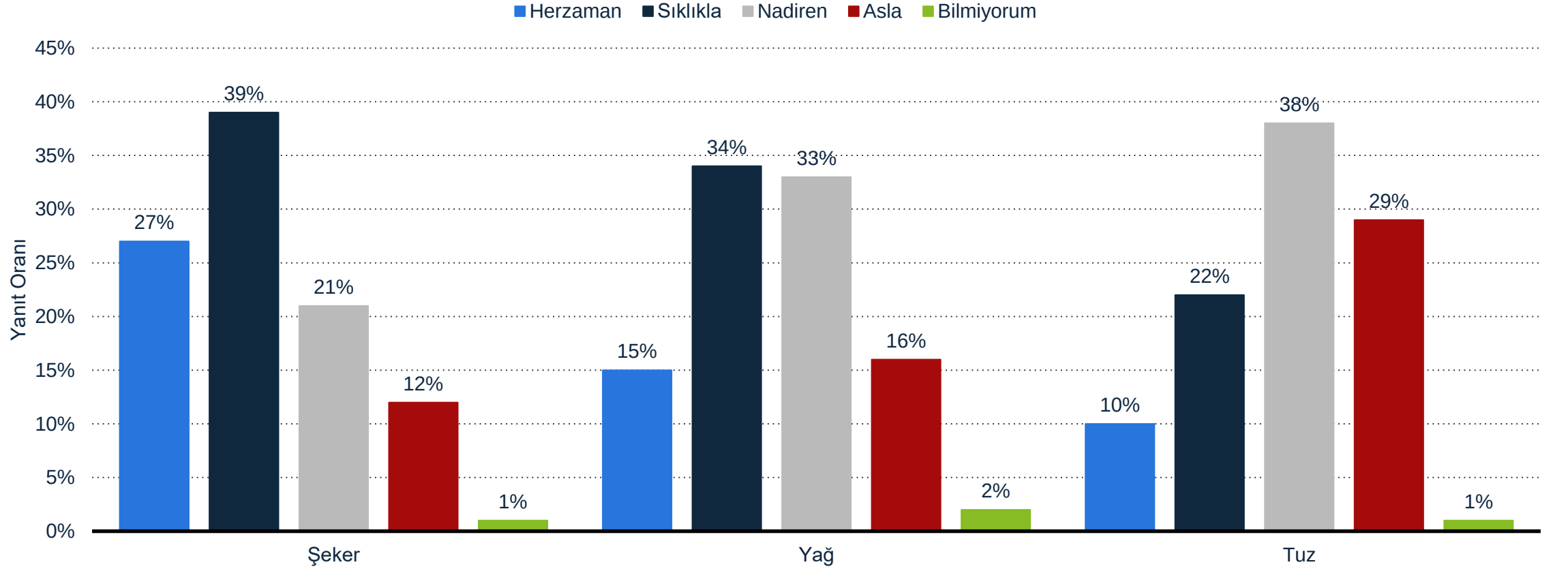
Kaynak: Deutsches Tiefkühlinstitut (11 Nisan 2025). Gıda perakendesi, evlere teslimat ve dışarıda tüketim (away-from-home) pazarlarını içermektedir.

Almanya'da 2024/25'te düzenli olarak dondurulmuş gıda tüketen tüketiciler, nesillere göre oranları



Statista Consumer Insights verilerine göre, Almanya’da Y kuşağı (Millennials) ve X kuşağı katılımcılar dondurulmuş gıdaları düzenli olarak tüketme olasılığı en yüksek gruplar olmuştur. Buna karşılık, Z kuşağı düzenli tüketim olasılığı en düşük grup olarak belirlenmiştir. Kapsam: Avrupa, Almanya; 1 Nisan 2024 – 28 Mart 2025; 18-64 yaş

Almanya'da 2024 yılında işlenmiş ve hazır gıdalardaki şeker, yağ ve tuz içeriğine dikkat edenlerin oranı



2024 yılında Almanya'daki tüketicilerin yaklaşık %27'si, market alışverişlerinde işlenmiş ve hazır gıdalardaki şeker içeriğine her zaman dikkat ettiğini belirtmiştir. Katılımcıların %15'i her zaman yağ içeriğine, %10'u ise tuz içeriğine dikkat ettiğini ifade etmiştir. Kapsam: Avrupa, Almanya; 15-26 Mayıs 2024; 14 yaş ve üzeri 1.000 katılımcı.

Kaynaklar

-
- IfD Allensbach. (June 18, 2024). Nutrition preferences of the population in Germany in 2024, by gender
 - IfD Allensbach. (June 19, 2024). Number of people who classify themselves as vegetarians or as people who largely forgo meat in Germany from 2015 to 2024 (in million people)
 - IfD Allensbach. (June 19, 2024). Organic store customers compared to the general population in Germany in 2024, by eating habit
 - BÖLW. (February 3, 2025). Revenue from organic food in Germany from 2000 to 2024 (in billion euros)
 - BÖLW. (February 3, 2025). Revenue from organic food in Germany from 2000 to 2024
 - BÖLW. (February 3, 2025). Revenue from organic food in Germany from 2000 to 2024 (in billion euros)
 - Statistisches Bundesamt. (April 30, 2025). Production volume of vegetarian and vegan meat substitutes in Germany from 2019 to 2024 (in 1,000 tons)
 - love-veggie.com. (January 10, 2024). Number of vegan restaurants in Germany from 2013 to 2024
 - IfD Allensbach. (June 19, 2024). Number of people in Germany who prefer regional products from home when going grocery shopping from 2019 to 2024 (in millions)
 - TransFair. (May 6, 2025). Revenue from fair trade confectionery in Germany from 2011 to 2024 (in million euros)
 - TransFair. (May 6, 2025). Sales volume of certified fair trade chocolate in Germany from 2005 to 2024 (in tons)
 - TransFair. (May 6, 2025). Sales volume of certified fair trade coffee in Germany from 1999 to 2024 (in 1,000 tons)
 - TransFair. (May 6, 2025). Sales volume of certified fair trade confectionery in Germany from 2008 to 2024 (in tons)
 - Statistisches Bundesamt. (April 11, 2025). Revenue in the convenience food manufacturing sector in Germany from 2010 to 2024 (in billion euros)
 - Statistisches Bundesamt. (April 30, 2025). Annual production volume of snacks in Germany from 1970 to 2024 (in 1,000 tons)
 - Statistisches Bundesamt. (April 30, 2025). Production volume of snack products in Germany from 2008 to 2024, by product group (in 1,000 tons)
 - Statista. (July 1, 2025). Per capita sales volume in the snack food segment in Germany from 2018 to 2030
 - Statista. (April 30, 2025). Consumers who regularly eat frozen food in Germany in 2024/25, by generation