

## Nu ændrer danskerne igen kaffevaner

---

Selvom pengesedlerne i pungen bliver færre og færre i disse tider, ser Lavazza Danmarks administrerende direktør, Tom Faurschou, ikke, at forbrugerne endnu har vendt sig væk fra den "gode kaffeoplevelse."

En af årsagerne er, at danskere elsker kaffe. Noget andet er, at pandemien ændrede ved forbrugernes vaner og forhold til kaffe.

"Vi kan se, at der er sket et skred, hvor der over en længere periode er blevet efterspurgt mere og mere kvalitetskaffe, hvor man er gået fra filterbryggen til et bedre og bedre bryggeudstyr," siger Tom Faurschou, der under paraplyen Merrild Kaffe ApS står i spidsen for både Merrild og Lavazza, og fortsætter:

"Efter filterkaffen var det kaffekapslen, der var det nye, men nu er det så blevet klassisk espresso-kaffeudstyr, der dominerer kundernes efterspørgsel," siger direktøren.

Derudover ser Tom Faurschou en større købevillighed efter hele kaffebønner, hvor filterkaffen for tiden bliver skubbet til side ude i detailhandlen.

"Corona har gjort, at man i hjemmet har fået øjnene op for kaffe. Men vi drikker simpelthen hellere én god kop kaffe end tre kopper filterkaffe," fortæller Tom Faurschou.

*Hvordan passer det her ind i den tid, vi er i lige nu, hvor forbrugerne har færre penge mellem hænderne?*

"Det har ikke rigtig slået igennem endnu. Vores opfattelse er, at vi lige nu sidder i en mellempriode, hvor alle afventer en eller anden form for reaktion."

Tom Faurschou mener dog, at de tendenser, der er i dagligvarehandlen, hvor forbrugerne vender sig mere mod discount, også kan få en påvirkning på kaffeprodukter.

"Men jeg tror på, at kaffedrikningen er blevet et mere bevidst valg. Man køber endnu ikke store mængder filterkaffe, men drikker et par kopper kaffe mindre for så at få en bedre kaffeoplevelse," siger han.

*Kilde: Uddrag fra [www.fodevarewatch.dk](http://www.fodevarewatch.dk), 21. september 2022*

## Markedsandele på det danske kaffemarked

---

	Markedsandel på detailmarkedet i % (målt i værdi)				
Virksomhed	2017	2018	2019	2020	2021
Merrild Kaffe A/S	23,4	23,1	22,6	22,3	22,3
BKI Foods A/S	20,8	20,3	19,9	19,6	19,5
Jacobs Douwe Egberts DK ApS	14,8	14,7	14,5	14,3	15,7
Nestlé Danmark A/S	10,1	10,3	10,4	10,5	10,5
Coop Danmark A/S	6,5	6,6	6,6	6,6	6,6
Dagrofa ApS	5,1	5	4,9	4,9	5
Peter Larsen Kaffe A/S	3	3,3	3,4	3,6	3,8
Nespresso Danmark A/S	2,3	2,5	2,5	2,5	2,5
Øvrige	14	14,2	15,2	15,7	14,1

Kilde: *Coffee in Denmark, Euromonitor 2022*

## Kaffemarkedet er i rivende vækst - men er der plads til alle?

---

"Jeg tror næppe, der er plads til så mange konkurrenter i detail, for hyldepladsen bliver mindre og mindre. Så der bliver en større kamp om pladsen i fremtiden," siger Tom Faurschou, administrerende direktør i Lavazzas danske afdeling.

Han påpeger, at flere kategorier inden for kaffe, som Lavazza og Merrild tidligere har stået stærkt på, er gået tilbage, og at den fremgang, som kaffeproducenter oplevede i detailhandlen under corona, er på retræte. På den baggrund forudser han, at markedet i 2023 vil falde mellem to og fire pct. samlet i volumen.

Derfor gælder det ifølge ham at fokusere på andre ting end "bare" at lave kaffe; nemlig at give kunderne en opfattelse af, at den kaffe, de drikker, har værdi.

"Det, der bliver vigtigt for os som branche, er at få noget værdi ind i markedet. Derfor arbejder vi i Lavazza og Merrild med at få kvalitetskaffe bedre positioneret," siger Tom Faurschou.

En af de aktører, der modsat ser stort potentiale i det voksende kaffemarked, er administrerende direktør i BKI Foods, Henrik Aagaard. For ham er markedet - trods den knivskarpe konkurrence - så fuld af innovation og vilje til at eksperimentere, at han har svært ved at se volumen falde lige med det samme.

"Kaffemarkedet er i stadig rivende udvikling, og der er en stigende interesse for kaffe, hvilket har forstærket branchen under corona – og som også vil forstærke branchen i den nuværende krise," siger Henrik Aagaard til FødevarerWatch.

Lars Aaen Thøgersen, udviklings- og kommunikationschef i Peter Larsen Kaffe, er til dels enig i den analyse.

Eftersom kaffe er verdens næstmest konsumerede drikkevare og næstmest handlede råvare, er det ifølge ham en industri med plads til mange forskellige typer og nicher - især i Danmark.

Dog kommer de stigende råvarepriser til at sætte sig negativt i væksten og volumen på kaffemarkedet, og opdelingen mellem discount og høj kvalitet, der skete under corona, vil kun blive stærkere, forudser han.

Samtidig kan den stigende konkurrence i yderste konsekvens betyde konsolidering.

"Den er allerede i gang. Du ser jo gennem de sidste fem år, at de største organisationer bruger en masse krudt på opkøb. Og det kommer til at ske mere fremover," siger Lars Aaen Thøgersen.

Hos BKI Foods bemærker Henrik Aagaard også de stigende priser på især dollarkursen og erkender, at det kommer til at sætte sig gennem hele branchen. Trods det mener han ikke, at kaffemarkedet vil tabe pusten i den nærmeste fremtid.

"Vi kigger ind i et relativt stabilt marked, men hvor kravene til at udvikle og lancere nye koncepter bliver vigtigere fremover," siger han.

Sådanne nye koncepter kan ifølge Tom Faurschou være at udvikle og målrette nye smagsprofiler og -oplevelser til kaffedrikkere inden for hotel-, café- og restaurationssegmentet samt at lave kaffe som et kvalitetsprodukt på linje med vin og specialøl.

## **Kaffekæmpe mistede syv millioner på bundlinjen - vild råvareudvikling er bare én af årsagerne**

---

Dramatisk stigende råvarepriser og dollarkurs præger det seneste årsregnskab fra Peter Larsen Kaffe, der også har været ramt af coronakrisen og krigen i Ukraine.

Det konstaterer kaffevirksomheden i en pressemeddelelse om 2021/22-regnskabet, der viser et resultat før skat på 4,0 millioner kroner. Året før var der et plus på 11,2 millioner.

Til gengæld har virksomheden cementeret sin position som den førende aktør inden for bæredygtig og cirkulær omstilling i den internationale kaffeindustri, konstaterer Peter Larsen Kaffe.

- Det er selvfølgelig en utilfredsstillende udvikling, men vi må også erkende, at det i høj grad skyldes faktorer, som vi ikke er herrer over. Prisen på vores vigtigste råvare, kaffebønnerne, er steget med 100 procent i regnskabsåret, dollarkursen med 15 procent og fragten fra producentlandene er gået i vejret med mere end 400 procent. Disse faktorer er skyld i mere end 90 procent af det fald, vi har oplevet i indtjeningen, siger direktør Claus Bertelsen.

- Det seneste regnskabsår bærer stadig præg af aflyste og nedskalerede festivaler og andre events på grund af corona-restriktionerne og af de ændrede arbejdsvaner, som coronaen har medført. Dertil kom så den russiske invasion af Ukraine i februar med alt, hvad den har ført med sig af stigende energipriser, usikre forsyningskæder og et generelt ustabil verdensmarked. Men fordoblingen af prisen på råkaffe og dollarkursen er det, der gør mest ondt på os, fastslår direktøren.

Claus Bertelsen hæfter sig dog ved, at der trods alt stadig er solide, sorte tal på bundlinjen og understreger, at Peter Larsen Kaffe opererer med flere bundlinjer end blot den økonomiske.

- Vi tror fortsat på, at fremtiden tilhører virksomheder, der forfølger et højere mål end blot at tjene penge. Derfor står Peter Larsen Kaffe som virksomhed med tradition for innovation, ansvarlighed og bæredygtighed stærkt rustet til fremtiden.

*Kilde: Uddrag fra [www.retailnews.dk](http://www.retailnews.dk), 29. september 2022*

## Pressemeddelelse: Peter Larsen Kaffe lancerer ny global satsning, som giver håb for verdens kaffebønder

---



**En transparent kaffeindustri til fordel for bønderne, som dyrker kaffen. Dét er ambitionen, når Peter Larsen Kaffe nu introducerer en ny, digital platform på det danske marked, Era of We. Platformen giver kaffebønderne mulighed for selv at fastsætte priser og skabe egne brands, og alle kan følge med.**

På platformen bliver det muligt at spore kaffen gennem et helt nyt økosystem, og det åbner nye døre for Peter Larsen Kaffes kunder. Her vil de nemlig få adgang til en lang række nye, uopdagede kaffeplantager rundt om i verden – for ikke at nævne større viden om trends omkring kaffebønner og -forbrugere, produktinnovation og priser. Og én af de kunder, der er hoppet med på vognen fra starten, er kunstmuseet ARoS i Aarhus.

”Platformen skaber - som de første - en direkte forbindelse op mellem kaffefarme og vores kunder. Helt uden mellemlid. For ARoS og vores øvrige kunder rummer det et stort potentiale for nytænkning af produkter og forretningsmuligheder. For eksempel er de altid på udkig efter nye produkter, der kan styrke deres brand – og her er Era of We en helt oplagt kanal, fordi man kan spore den enkelte pose kaffe helt tilbage til kaffebonden. Det skaber ikke bare en god historie, men også helt unikke produkter,” siger Lars Aaen Thøgersen.

Kilde: [www.peterlarsenkaffe.dk](http://www.peterlarsenkaffe.dk), 11. juli 2022

## Så vigtig er kaffen på arbejdspladsen

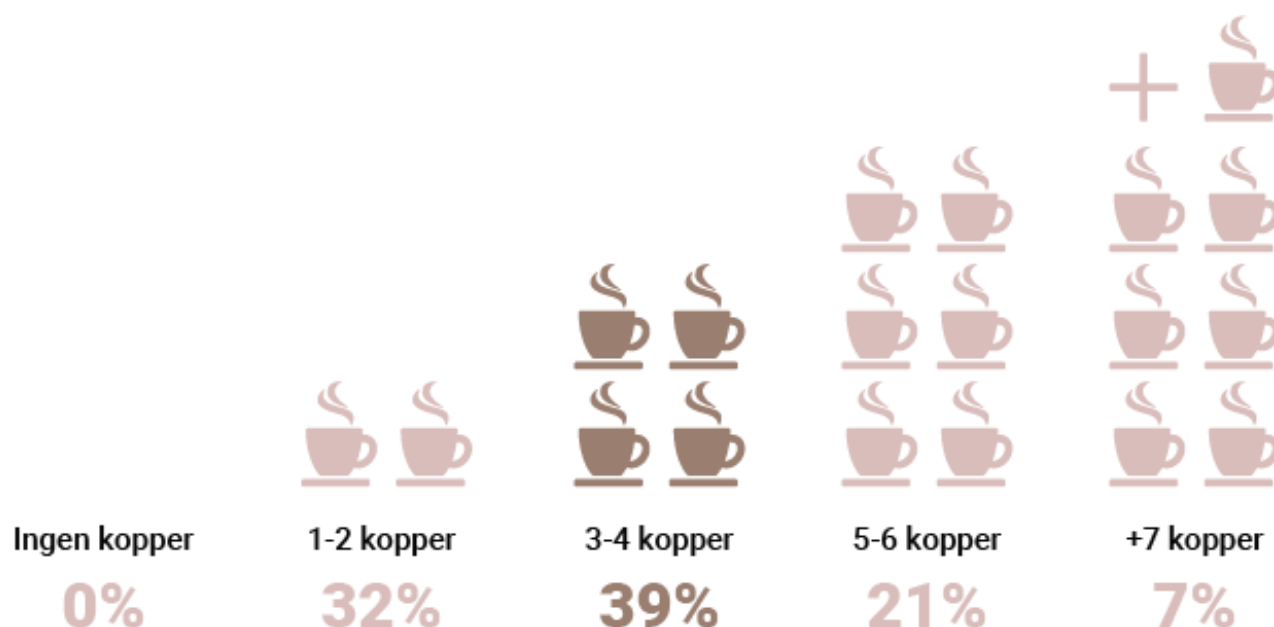
---

**Der er god grund til at prioritere den gode kaffeløsning på arbejdet. Vores nye undersøgelse viser, at kaffen bl.a. øger arbejdsglæden og styrker vores relationer til kollegerne.**

Herhjemme synes kaffen at følge os trofast gennem dagen, og i BKI Professionel ved vi, som en af landets største kaffeleverandører, at den i særdeleshed også følger os gennem arbejdsdagen.

Men hvilken betydning har kaffen egentlig for os, når vi er på arbejde?

Det har vi i samarbejde med YouGov undersøgt i en omfattende analyse af danskernes kaffevaner på arbejdspladsen anno 2022.



*YouGov for BKI (2022), Danskernes kaffevaner på arbejdspladsen 2022*

64% af medarbejderne i danske virksomheder peger på kaffeordningen, som det absolut vigtigste personalegode i deres hverdag.

### **Kaffeløsningen er det vigtigste personalegode, du kan tilbyde dine kolleger**

Intet mindre end 90% af de adspurgte medarbejdere i danske virksomheder svarer, at de altid eller ofte drikker kaffe, når de er på arbejdspladsen. En lige så stor andel tilkendegiver desuden, at kaffen er deres foretrukne varme drik på arbejdspladsen, og det er ikke usædvanligt, at vi hver især gennemsnitligt drikker 3-4 kopper kaffe om dagen.

### **Kaffen støtter vores sociale relationer**

Vores undersøgelse peger på, at kaffen også har en vigtig social funktion på arbejdspladsen.



Kaffe bidrager til hyggen  
blandt kollegaer

**39%**



Kaffe er en vane  
f.eks. inden et møde

**37%**



Kaffe øger  
arbejdsglæden

**19%**

*YouGov for BKI (2022), Danskernes kaffevaner på arbejdspladsen 2022*

For når vi spørger danskerne, hvorfor de drikker kaffe på arbejdet, nævner mange først og fremmest kaffens gode smag og opkvikkende effekt som de primære årsager. Men endnu mere interessant tegner der sig et billede af, at kaffen i høj grad bidrager til vores sociale arbejdsmiljø og vores arbejdsglæde i hverdagen.

*Kilde: Uddrag fra [www.bkifoods.com](http://www.bkifoods.com), januar 2023*

## **Kaffeselskab kigger ind i dystert marked trods år med fremgang**

---

For den Lavazza-ejede kaffevirksomhed Merrild Kaffe blev 2021 et godt år grundet større hjemmeforbrug og online salg som følge af pandemien.

Trods fremgangen kigger Merrild dog ind i et 2022 præget af uro i markedet og ændrede forbrugermønstre, som kommer til at udfordre virksomheden, mener adm. direktør Tom Faurschou.

Han oplyser, at detailmarkedet allerede har oplevet et fald i 18 pct. i volumen, og at filterkategorien, hvor Merrild ellers står stærkt, har oplevet et fald i 20 pct. i volumen. Dermed en væsentlig nedgang for virksomheden sammenlignet med 2021, hvor man oplevede en stærkere position på supermarkeds- og foodservicesektoren.

Den udvikling kombineret med prisstigninger på kaffe generelt, samt på olie, logistik og aluminium til emballage, der ligeledes påvirker selskabets produktion - kommer unægteligt til at sætte sig hos forbrugerne, mener Tom Faurschou.

”Når man oplever så markante stigninger, som vi gør, så oplever vi også et større tryk fra forbrugerne, hvor de er mere opmærksomme på prisniveauer og køber mere ind i value-segmentet,” siger han.

En anden tendens, som Merrild følger med lige dele interesse og opmærksomhed, er tendensen blandt forbrugere og butikker til at fokusere mere på billigere private label-kaffeprodukter.

Selvom kaffe fylder mindre i private label-segmentet end andre produkter, er det en forudsigelig tendens, fordi både butikker og kunder kan se muligheder.

*Kilde: Uddrag fra [www.fodevarewatch.dk](http://www.fodevarewatch.dk), 20. april 2022*



## HoReCa\*-kunders jagt på kaffeoplevelser bidrager til markant vækst hos Lavazza

---

**Nye tal viser, at Lavazza øger salget markant til sine professionelle kunder sammenlignet med samme periode i 2021. Ifølge den italienske kaffevirksomhed skyldes væksten en øget efterspørgsel på kaffeoplevelser frem for konkurrence alene på pris og mængder. Det bekræftes af Danmarks største hotelkæde Scandic. De har valgt Lavazza som leverandør til de omkring ti millioner kopper kaffe, som kæden årligt serverer til sine to millioner gæster.**

Siden Lavazza Danmark indtog det danske B2B-marked den 1. januar 2016 er det kun gået en vej, og det er fremad. Fra 2020 til 2021 har virksomheden oplevet en markant stigning i omsætningen inden for kategorien away-from-home i Danmark. Især i HoReCa-segmentet er der sket mere end en fordobling i væksten.

Den øgede omsætning skyldes en lang række aftaler med store virksomheder, der er på udkig efter en kaffeleverandør, som ikke kun leverer kaffebønner, men er specialiseret i den samlede kaffeoplevelse. Aftalen med Scandic er et af de seneste eksempler på den nye udvikling i B2B-markedet. Med åbningen af Scandics største hotel til dato, det nye Scandic Spectrum, boutique-hotellet Scandic Nørreport og Scandic CPH Strandpark har kæden sat oplevelserne i centrum. Det gælder alt fra materialer til gastronomi, og her er kaffen vigtig.

### **Gæster forventer en samlet kaffeoplevelse**

Scandic har på nye og eksisterende hoteller arbejdet systematisk på endnu højere standarder for at tiltrække kunder. Tidligere handlede konkurrencen blandt kaffeleverandører mest om pris, men gæsternes forventninger stiller nu nye krav til kaffeleverancerne. Herunder kommer hotelkædens økologiske certificering og fokus på bæredygtighed.

Det kræver en kaffe, som både er økologisk, men som fx også garanterer en bæredygtig produktion og ordentlige forhold for bønderne. Før var der ikke mange, der tænkte over, hvilken kaffe de bestilte eller havde holdning til, hvor og hvordan kaffen var dyrket. I dag spiller alle elementer ind, når kaffen skal nydes.

Karsten Felvang Nielsen, direktør for føde- og drikkevarer i Scandic: "Scandic er på en gastronomisk rejse, hvor vi arbejder fokuseret på at tilbyde særlige og bæredygtige smagsoplevelser til vores gæster. Udover at levere bønner, der sikrer bæredygtig kaffe af høj kvalitet, så er vores personale også uddannet af Lavazza til at mestre den ædle italienske bryggekunst"

\*HoReCa er en forkortelse for hoteller, restauranter og caféer

*Kilde: [www.merrild.dk](http://www.merrild.dk), 22. september 2022*

## Peter Larsen Kaffes produkter

### Produkter på B2C-markedet



### Produkter på B2B-markedet

ERHVERV

## KAFFEMASKINER TIL ERHVERV

For mange starter arbejdsdagen ofte med en kop kaffe. Tit ryger der også et par kopper mere ned i løbet af dagen. Det bliver i sidste ende til en del kopper kaffer, der bliver drukket rundt omkring i virksomhederne - og mange af de kopper bliver fyldt med Peter Larsen Kaffe.

Vi tilbyder et bredt udvalg af kaffeløsninger til erhverslivet. Uanset virksomhedens størrelse og branche, kan vi tilbyde både kaffe og kaffemaskiner til ethvert behov. Skal i bruge en kaffebar til jeres event, klarer vi også den.

Kontakt os for en snak om en skræddersyet kaffeløsning til jer



ESPRESSOMASKINER



AUTOMAT TIL FRISK MÆLK



AUTOMAT TIL HELE BØNNER



AUTOMAT TIL FORMALET KAFFE



AUTOMAT TIL INSTANT



KOLBE- OG BRYGANLÆG



KAFFEKVÆRN



ANLÆG TIL VARMT VAND

ERHVERV

## KAFFEPRODUKTER TIL ERHVERV

Vores passion er kaffe, og vi fokuserer på god smag og bæredygtighed. Her på siden kan du få et indblik i vores sortiment af kaffe, te, kakao og kopper til erhverv.



HELE BØNNER



PETER LARSEN SPECIAL



FORMALET KAFFE



INSTANT



TE



TILBEHØR

Kilde: Uddrag fra [www.peterlarsenkaffe.dk](http://www.peterlarsenkaffe.dk), januar 2023