



ALIMENTASTIC  
HOUSE OF BRANDS

MARKENPRÄSENTATION · TIERRA VERDE · 2026

# Sauberkeit *im Einklang* mit der *Natur*.

*Bewährte ökologische Premium-Drogerie aus Tschechien — Reinigung, Waschen, Körperpflege. Bereit für die Skalierung im modernen Einzelhandel.*



WER WIR SIND · TIERRA VERDE AUF EINEN BLICK

# Tschechiens Pionier für *ökologische Drogerie*.

Seit 2008. Lokale Produktion bei Brno, ECOGARANTIE-zertifiziert, Mehrweg-Pionier in CZ und SK — und damit ein natürlicher Sortimentsbaustein für einen Premium-Einzelhandel im DACH-Raum.

2008

GEGRÜNDET — 17 JAHRE  
MARKTERFAHRUNG

5+ Mio €

UMSATZ 2025 — STABIL  
WACHSEND

200+

PRODUKTE — BREITES DROGERIE-  
SORTIMENT

10+

EXPORTMÄRKTE — INTERNATIONAL  
BEWÄHRT

## *ECOGARANTIE*

Erstes CZ/SK-Unternehmen mit der belgischen  
Top-Öko-Zertifizierung (seit 2019).

## *Chemical Minimalism*

Keine Phosphonate, optische Aufheller, Sulfate.  
Naturextrakte statt Synthese.

## *Lokal produziert*

Eigene Manufaktur bei Brno · 60+ Mitarbeitende ·  
kurze Lieferwege.

## *Mehrweg-Pionier*

18 SKUs in Mehrwegflaschen — strategischer  
Asset für Sustainability-Profilierung.



WAS TIERRA VERDE AUSMACHT · DREI HAUPTSÄULEN

# Hohe *Wirkung*, echte *Düfte*, fairer Preis.

01

## Wirksamkeit

- So wirksam wie konventionelle Produkte
- Hohe Leistung bei minimaler Belastung
- Einfache Anwendung — unkompliziert im täglichen Gebrauch

02

## Natürliche Düfte

- Ohne synthetische Konservierungsstoffe und Parfums
- Ausschließlich mit Bio-ätherischen Ölen beduftet
- Sanft auch für empfindliche Haut

03

## Preis-Leistung

- Premium-Qualität zu einem fairen Preis
- Wettbewerbsfähig gegen konventionelle Marken
- Dichte Konzentrate — sparsam in der Anwendung

PHILOSOPHIE · UNSER RAHMENWERK

# Vier Prinzipien. *Ein Maßstab.*

*TRUE ECO ist das interne Rahmenwerk hinter jedem Tierra-Verde-Produkt – von der Rezeptur bis zur Verpackung. Es macht aus „Bio“ einen überprüfbaren Standard.*

## 01 Chemischer Minimalismus

- Natürliche Inhaltsstoffe
- Lokal vor Import
- Ökologische Qualitätsgarantie

## 02 Unverpackt-Konzept

- Minimalistischer Verpackungsansatz
- Mehrweg statt Einweg
- Wiederverwendung von Materialien

## 03 Fokus auf das Wesentliche

- Entwicklung nach echtem Bedarf
- Keine Sortiments-Inflation
- Funktion vor Trend

## 04 Upcycling

- Wiederverwertung von Produktionsresten
- Neue Produkte aus Restmaterialien
- Z. B. Taschen, Hüllen, Mappen

INHALTSSTOFFE · WAS DRIN IST UND WAS NICHT

# Was wir *weglassen* — und was wir *stattdessen* einsetzen.

WAS SIE NICHT FINDEN · POTENZIELL  
PROBLEMATISCH

## Was Tierra Verde *nicht* verwendet.

- Phosphonate
- Optische Aufheller
- Künstliche Farbstoffe
- Synthetische Duftstoffe
- Problematische Konservierungsstoffe
- GVO · synthetische Tenside · Sulfate

WAS STATTDESSEN VERWENDET WIRD ·  
NATÜRLICH & WIRKSAM

## Was bei uns *wirkt*.

- Natürliche Extrakte — z. B. Waschnüsse, Kräuter
- Zuckertenside — milde Tenside aus Kokosöl
- Feuchtigkeit: Glycerin, PCA, Glyceryl Oleate
- Biologisch abbaubare Chelatbildner (GLDA, MGDA)
- Bio-ätherische Öle als Duft

„Was wir nicht verwenden, ist genauso wichtig wie das, was wir einsetzen.“



INTERNATIONALE ZERTIFIZIERUNG · GEPRÜFTE GLAUBWÜRDIGKEIT

# Nachhaltigkeit, die einer *Prüfung* standhält.

Tierra Verde war 2019 das erste Unternehmen in Tschechien und der Slowakei mit der belgischen ECOGARANTIE-Zertifizierung — dem strengsten Standard für ökologische Drogerie in Europa.

## *ECOGARANTIE*

Seit November 2019

Internationale Zertifizierung aus Belgien für Naturkosmetik, Hygiene-, Reinigungs- und Waschmittel. Strenge Anforderungen an natürliche Inhaltsstoffe und Nachhaltigkeit.

## *GOTS*

Global Organic Textile Standard

Für textile Produktanteile aus Bio-Anbau — relevant für Tierra Verdes textile Komponenten und Upcycling-Sortimente.

## *PEFC*

Verpackung & Karton

Kartonagen, Schachteln und Etiketten aus PEFC-zertifizierten Quellen. Lückenlose Rückverfolgbarkeit der Holzfaser.



VERPACKUNG · MEHRWEG STATT EINWEG

# Weniger Verpackung. *Mehr Wiederverwendung.*

Tierra Verde war einer der ersten Hersteller in Mitteleuropa mit einem konsequenten Mehrweg-Konzept im Drogeriesegment. Heute sind 18 SKUs in nachfüllbaren Flaschen verfügbar.

- 
- |           |                                  |  |
|-----------|----------------------------------|--|
| <b>01</b> | <b>Minimierung</b>               | Keine unnötigen Sekundärverpackungen. Wo möglich: nackte Flasche statt Karton-im-Karton.                       |
| <b>02</b> | <b>Recycelt &amp; recycelbar</b> | Flaschen aus recyceltem Kunststoff und vollständig wiederverwertbar. Kartons FSC- und PEFC-zertifiziert.       |
| <b>03</b> | <b>Großgebilde</b>               | Verfügbarkeit in 5 L und 25 L für Nachfüllstationen, Großverbraucher und Reduzierung des Kunststoffaufkommens. |
| <b>04</b> | <b>Mehrwegflasche</b>            | 18 SKUs in Tierra-Verde-Mehrwegflaschen — strategischer Asset für Sustainability-Profilierung am Regal.        |

PRODUKTLINIE · DREI KATEGORIEN, EIN PRINZIP

# Drei Kategorien. *Ein Versprechen.*

Das Sortiment umfasst rund 200 Produkte, gegliedert in drei alltagsnahe Kategorien. Jedes Produkt wird nach dem TRUE-ECO-Rahmenwerk entwickelt — funktional, zertifiziert, ehrlich.

**01** **Reinigung**  
 Universal · Bad · Küche · Fett · Glas · Boden

**02** **Waschen**  
 Flüssigwaschmittel · Wäschespülung · Fleckenentfernung

**03** **Körperpflege**  
 Handseife · Shampoo · Duschgel · Pflege





BESTSELLER 2025 · VERKAUFTE EINHEITEN IN CZ/SK

# Was sich *verkauft* — Jahr für Jahr.

Sechs Produkte stehen exemplarisch für das Sortiment — funktional, häufig wiedergekauft und solide im Volumen. Daten aus dem CZ/SK-Heimatmarkt 2025.

## 124.660

NATRON - BIKA

Das vielseitige Natron-Reinigungsmittel — 100 % ökologisch, universell einsetzbar.

## 56.167

GALLSEIFE

Fleckenentferner-Must-have. Entfernt Fett, Öl, Schweiß, Blut, Obst- und Gemüsesäfte.

## 25.438

BADREINIGER

Testsieger im unabhängigen dTest. Kalk weg, nur 4 Inhaltsstoffe, Bio-Minze-Duft.

## 39.506

GESCHIRR - SPÜLMITTEL

Über 99 % natürliche Inhaltsstoffe. 1L- und 500ml-Flasche, BIO-Zitrone oder Minze.

## 14.741

WASCHNUSS - WASCHMITTEL

Hoher Anteil natürlicher Tenside und Waschnuss-Extrakt. Lavendel & SPORT führend.

## 7.818

ORANGEN - FETTREINIGER

Für Backofen, Grill, Herd. Mit natürlichen Terpenen aus Orangenschalen. pH-neutral.



BEWÄHRT IM HANDEL · REFERENZEN AUS CZ, SK, BG

# Bereits gelistet — bei den *Großen*.

Tierra Verde ist eine markterprobte ökologische Haushaltsmarke mit mehrjähriger Retail-Erfahrung in Mitteleuropa — bei Discount, LEH und Drogerie. Preisgekrönte Produktinnovation und dTest-Auszeichnungen.

HANDELSPARTNER

*Lidl**Kaufland**dm-drogerie markt**Albert*

## Mehrjährige Distribution

*01*

Gelistet bei Lidl, Kaufland, dm und Albert in Tschechien und der Slowakei.

## Preisgekrönte Produktinnovation

*02*

Kategorie-Auszeichnungen vor multinationalen Konzernen — u. a. dTest-Testsieger.

## Stabile Lieferantenstrukturen

*03*

60+ Mitarbeitende, ausgereifte Produktionsprozesse, kurze Lieferwege aus Mähren.

dTest-TESTSIEGER

Badreiniger — *Sieger im unabhängigen Test*



DISTRIBUTION &amp; VERANTWORTUNG · KLARE ROLLENVERTEILUNG

# Ein Modell, das für *beide Seiten* rechnet.

*Tierra Verde liefert das Produkt — Alimentastic liefert den Markt. Klare Zuständigkeiten, ein Ansprechpartner für den Handel.*

TIERRA VERDE

## *Produkt & Manufaktur.*

- 01** **Produktentwicklung & Formulierung.** Rezepturen nach TRUE-ECO-Rahmenwerk, kontinuierliche Reformulierung.
- 02** **Zertifizierungen.** ECOGARANTIE, GOTS, PEFC, FSC — vollständige Compliance-Verantwortung.
- 03** **Produktion in Mähren.** Eigene Manufaktur bei Brno, 60+ Mitarbeitende, lokale Lieferantenkette.
- 04** **Sortimentsführerschaft.** Roadmap, Innovation, Produktionskapazität für Skalierung.

ALIMENTASTIC

## *Markt & Handel.*

- 01** **Lokale Distribution DACH.** Aufbau und Steuerung der Handelsbeziehungen im deutschsprachigen Raum.
- 02** **Key Account Management.** Ein Ansprechpartner für den Einzelhandel — vom Listing bis zur Rotation.
- 03** **Trade Marketing & Promo.** Themenwochen, Aktionspläne, abgestimmt auf den jeweiligen Retail-Partner.
- 04** **Operative Umsetzung.** Logistik-Koordination, Pflege der Stammdaten, Kundenservice, Skalierung.



ALIMENTASTIC  
HOUSE OF BRANDS

# *Bewährt* in Mitteleuropa. *Bereit* für Ihren Markt.

*Wir freuen uns auf den nächsten Schritt — das Sortiment, den Kalender und die ersten Filialen gemeinsam aufzusetzen.*

---

ANSPRECHPARTNER

**Bernhard Burger** Senior Key Account Manager

KONTAKT

+43 664 88641325 [b.burger@alimentastic.com](mailto:b.burger@alimentastic.com)

ALIMENTASTIC GMBH

**Strubergasse 24, 5020 Salzburg** *im Auftrag Tierra Verde  
S.r.l.*