

Trendthema im Oktober 2021:

„Das Verbraucherverhalten

am Molkereiproduktregal - Ein Überblick für 2020“

Ein Beitrag von Greta Langer

Der Blick auf das vergangene Jahr 2020 zeigt eine mengenmäßige Veränderung des Verbraucherverhaltens nach Milch und Milchprodukten in Deutschland. Besonders deutliche Zuwächse konnten während des ersten Corona-Lockdowns verzeichnet werden, sowohl in den Pro-Kopf-Zuwächsen als auch in den nachgefragten Mengen der privaten Haushalte (AMI, 2021). So konnte erstmals seit 2014 der Pro-Kopf-Konsum von Frischmilcherzeugnissen einen Zuwachs, wenn auch nur einen marginalen, von 0,07% verzeichnen. Betrachtet man die Entwicklung von 2014 bis 2020 beträgt der Konsumrückgang Pro-Kopf jedoch minus 7,2% (Destatis, 2021a). Anders die Entwicklung beim Käse: Der Pro-Kopf Konsum ist seit 2017 konstant gestiegen und verzeichnete auch in 2020 im Vergleich zum Vorjahr ein Plus im Pro-Kopf Konsum von 1,2% (Destatis 2021b). Alltägliche Abläufe im Einkaufs- und Ernährungsverhalten haben sich während der Pandemie auf Grund der verhängten Maßnahmen zur Eindämmung des Virus stark verändert. Hamstereinkäufe und der vermehrte Einkauf von lagerfähigen Lebensmitteln zu Beginn der Pandemie zeigten erste Veränderungen im Einkaufsverhalten (Busch et al., 2021). In Summe wurden 2020 mehr Lebensmittel als sonst eingekauft. Diese Entwicklung spiegelt sich auch in den nachgefragten Menge von Milch und Milcherzeugnissen der privaten Haushalte wider.

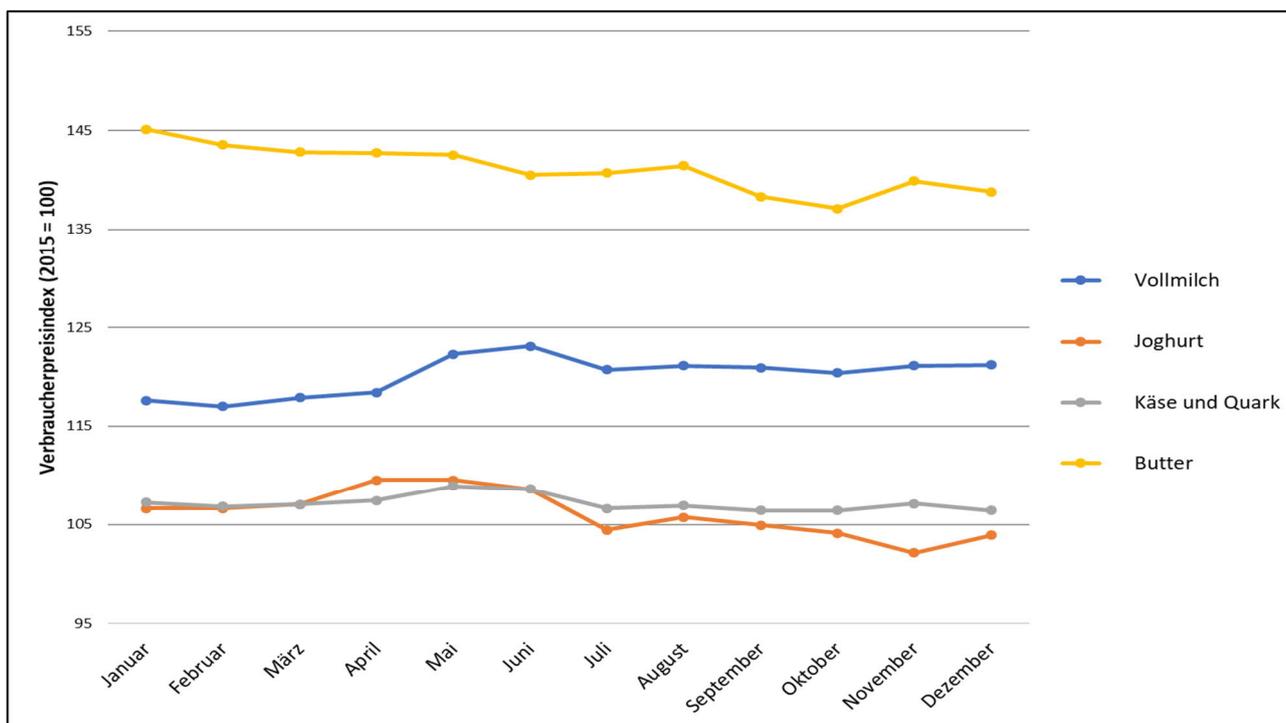
Dabei konnte für alle Segmente der gelben Linie eine verstärkte Nachfrage der privaten Haushalte ermittelt werden. Vor allem Schmelzkäse war auf Grund seiner langen Haltbarkeit während des ersten und zweiten Lockdowns besonders gefragt und erzielte Zuwächse von rund einem Viertel im Vergleich zu den Vorjahresmonaten (AMI, 2021). In Summe kauften private Haushalte in 2020 jeweils 9% mehr Mengen an Käse und 9% mehr Butter ein. Auch die Produkte der weißen Linie verzeichneten entgegen der teilweise negativen Entwicklung der letzten Jahren in 2020 höhere Verbrauchernachfragen. Ein Plus von 5% bei Quark, Joghurt erreichte 2,5 % höhere Nachfragemengen und die Konsummilch verzeichnete ein Plus von 5,5%. Die Nachfrage bei Bio-Milch war mit 14,4% besonders hoch. Auch die Beliebtheit von Weide- und Heumilch stieg 2020 weiter. Klassische Kochartikel, wie Sahne oder Crème fraîche, wurden bis zu 13% mehr nachgefragt (AMI, 2021).

An den gestiegenen Nachfragemengen änderte sich auch auf Grund deutlich angestiegener Verbraucherpreise in 2020 nichts. Die Verbraucherpreise für Lebensmittel in Deutschland erhöhten sich in 2020 im Vergleich zum Vorjahr nämlich überdurchschnittlich um 2,4%. Damit lag die Jahressteuerungsrate eindeutig über der des Vorjahres. 2019 betrug der Anstieg nur 1,4%. Der Blick auf die einzelnen Gütergruppen des Ernährungssegments zeigt verschiedene Preisentwicklungen. So wurden beispielsweise Obst (+7,1%) und Fleisch/Fleischwaren (+6,1%) deutlich teurer, wobei Speiseöle und Speisefette billiger wurden (-4,1%) (Destatis 2021c). Die Preise für Molkereiprodukte verzeichneten als eine der wenigen Warengruppen in 2020 moderate Teuerungen von nur 0,7% (AMI, 2021). Für die einzelnen Milchprodukte war die Preisentwicklung jedoch unterschiedlich:

Verbraucherpreise für Vollmilch stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 3,9% deutlich. Aber auch Quark verzeichnete einen Anstieg von 3,9%. Am stärksten war der Anstieg bei teilentrahmter Milch; er belief sich auf 5,1%. Im Gegensatz dazu sank der Verbraucherpreisindex für Butter am deutlichsten, mit einem Rückgang von -6,7% im Vergleich zum Vorjahr. Auch Sahne verzeichnete einen Preisrückgang von -1,7%. Produkte der gelben Linie erreichten im Vergleich zum Vorjahr einen leichten Preisrückgang von -0,5%. Für Frischkäse war eine Preissenkung von -1,3% zu beobachten, für Hartkäse von -0,9%. Für Schnitt- und Weichkäse blieben die Preise fast auf Vorjahresniveau, für beide Waren stiegen die Preise jeweils nur minimal um 0,3% an (Destatis, 2021d).

Zur bessern Veranschaulichung kann die Entwicklungen des Verbraucherpreisindex im Jahr 2020 exemplarisch für die Warengruppen Vollmilch, Joghurt, Käse und Quark sowie Butter der Abbildung 1 entnommen werden. Der Verbraucherpreisindex misst die durchschnittliche Preisentwicklung aller Waren und Dienstleistungen für Deutschland, welche private Haushalte für Konsumzwecke erwerben. Veränderungen zum Vorjahr bzw. zu den Vormonaten stellen dabei die Inflationsrate dar.

Abbildung 1: Entwicklung des Verbraucherpreisindex im Jahr 2019 für Vollmilch, Joghurt, Butter, Käse und Quark



Quelle: Eigene Abbildung in Anlehnung an Destatis (2021e).

Im Zuge der Corona-Pandemie gewannen Themen wie Natur- und Artenschutz, Regionalität, Klima- und Umweltschutz zunehmend an Bedeutung beim Lebensmittelkauf (Busch et al., 2021). Bei vielen Lebensmittelwarengruppen konnten biologisch produzierte Milchprodukte große Wachstumsraten erreichen (AMI, 2021). Bioprodukte spielen vor allem bei pflanzlichen Milchalternativen eine besonders wichtige Rolle. Fast zwei Drittel der Pflanzendrinks sind heute biozertifiziert (Mehlhoose und Spiller 2020). Ob Soja-, Mandel-, Hafer-, Kokos oder Reismilch, die Substitute für Milch werden immer vielfältiger und stoßen zunehmend auf interessierte Verbraucher, nicht zuletzt, weil Fragen des Klima- und Umweltschutzes und eine nachhaltige

Ernährung für Konsumenten an Bedeutung gewinnt. Pflanzendrinks sind längst kein Nischenprodukt mehr und die Milchwirtschaft stellt sich zunehmend die Frage, wie mit dieser Entwicklung umzugehen ist (siehe dazu Milchtrends im Juni 2020). Fest steht, dass die veganen Milchalternativen letztes Jahr deutliche Zuwachsraten der privaten Haushalte erreichen konnten, ein Plus von 45% (AMI, 2021). Eine Steigerungsrate, die die von Bio-Milch deutlich übertrifft. In 2020 haben drei von zehn Haushalten einmal oder häufiger ein Milchersatzprodukt konsumiert. Hier ist vor allem die Hafer- und Mandelmilch Treiber der Entwicklung. Die beiden Produkte erzielten eine Plus in den Einkaufsmengen von 82% in 2020 (Ibid.)

Nicht nur Milchalternativen, auch pflanzliche Rahmenerzeugnisse wie veganer Joghurt, Quark, Desserts oder veganer Käse erreichen immer höhere Nachfragen der privaten Haushalte. Mengenmäßig wurden vegane Rahmenerzeugnisse in 2020 um 1,9% und veganer Joghurt um 4,1% mehr nachgefragt, Käse und Quark verzeichnen geringere Nachfragewerte von lediglich 0,3% bzw. 0,8%. Pflanzliche Milchalternativen sind also mit Abstand Spitzenreiter dieser Entwicklung (AMI, 2021). Es ist davon auszugehen, dass sich dieser Trend produktübergreifend weiter fortsetzen wird. Bis zum Jahr 2029 soll der weltweite Markt für alternative Milchprodukte ein Marktvolumen von bis zu 34,6 Milliarden US-Dollar erreichen, 2019 lag das Marktvolumen pflanzlicher Milchprodukte (inklusive anderer pflanzlicher Ersatzprodukte) bei 16,8 Milliarden US-Dollar (Destatis, 2021f).

Autor /Ansprechpartner:

Greta Langer, M.Sc. greta.langer@uni-goettingen.de

Arbeitsbereich Betriebswirtschaftslehre des Agribusiness

Georg-August-Universität Göttingen

Platz der Göttinger Sieben 5

37073 Göttingen

Dieser Artikel wurde durch die Landwirtschaftliche Rentenbank finanziell gefördert.

Quellen:

AMI (2021). Markt Report Verbraucherforschung 2021.

Busch, G. et al. (2021). Einkaufs- und Ernährungsverhalten sowie Resilienz des Ernährungssystems aus Sicht der Bevölkerung: Eine Studie während der Corona-Pandemie im November 2020 Ergebnisse der dritten Befragungswelle. Diskussionsbeitrag 2101 Universität Göttingen.

Destatis (2021a): <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/5585/umfrage/pro-kopf-verbrauch-von-frischmilcherzeugnissen-seit-1999/>

Destatis (2021b): <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/12620/umfrage/pro-kopf-verbrauch-von-kaese-seit-1999/>

Destatis (2021c): https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2021/01/PD21_025_611.html

Destatis (2021d): <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=1634826275984&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&code=61111-0005&auswahltext=&nummer=5&variable=5&name=CC13Z1&werteabruf=Werteabruf#abreadcrumb>

Destatis (2021e): <https://www-genesis.destatis.de/genesis//online?operation=table&code=61111-0004&bypass=true&levelindex=1&levelid=1634832557648#abreadcrumb>

Destatis (2021f): <https://de.statista.com/themen/7826/milchersatzprodukte/#dossierKeyfigures>

Mehlhose, C., Spiller, A. (2020). Pflanzenpower im Regal – Chancen und Risiken für die Milchwirtschaft. In: Milchtrends Trendthema im Juni 2020. URL: https://www.milchtrends.de/fileadmin/milchtrends/5_Aktuelles/2020_06_Pflanzenpower.pdf