

Pressemitteilung

MILCH-BRANCHE GEWINNT 2022 WERTSCHÄTZUNG AUS VERBRAUCHERREIHEN

- **Kommunikation und Nachhaltigkeitsprogramme der Branche wirken**
- **Erwartungshaltung bei Tierwohl unverändert**

Berlin, Dezember 2022. In der deutschen Bevölkerung zeichnet sich eine positive Entwicklung in der Einstellung zu Milch und Milchprodukten ab. Das ergab eine repräsentative Erhebung im Auftrag der Initiative Milch. So sind Verbraucher:innen im Jahr 2022 noch mehr als 2021 überzeugt davon, dass Milchprodukte wichtige Erzeugnisse aus Land- und Milchwirtschaft in ländlichen Regionen sind sowie ein Lieferant wertvoller Nährstoffe. Tierwohl und Klimaschutz beschäftigen die Verbraucher:innen unverändert, gleichzeitig schätzen Verbraucher:innen die Vielfalt, die Milchprodukte auf dem Esstisch bieten.

DIE GESELLSCHAFTLICHE ZUSTIMMUNG IN ZAHLEN

Vielfältige Einsatzmöglichkeiten und **Geschmack** sind für drei Viertel der Befragten (74 Prozent) die klaren Stärken von Milch und Milchprodukte. Die Zustimmung der Verbraucher:innen, dass Milch und Milchprodukte **wichtige Erzeugnisse aus Land- und Milchwirtschaft** sind, stieg im Vergleich zum Vorjahr um sechs Prozentpunkte auf 70 Prozent. Dass diese Produkte die heimischen landwirtschaftlichen Strukturen unterstützen, finden 68 Prozent – ein Anstieg von acht Prozentpunkten. Auch die Anerkennung als **Lieferant wertvoller Nährstoffe** stieg von 65 auf 69 Prozent. Für mehr als die Hälfte (62 Prozent) bleibt das **Tierwohl** ein wichtiges Qualitätskriterium.

„Die Wertschätzung regionaler Lebensmittel steigt“, kommentiert Kerstin Wriedt, Geschäftsführerin Initiative Milch. „Die Branche wird mit Nachhaltigkeitsprogrammen und Dialogangeboten aktiv. Das fördert differenzierte Debatten und ist der richtige Weg, um die Zustimmung der Bevölkerung weiter zu erhöhen.“

„Unsere Branche ist in Bewegung – insbesondere beim Klimaschutz, Verbraucher:innenverhalten oder bei der Versorgungssicherheit. Milchprodukte sind für Verbraucher:innen mehr als Grundnahrungsmittel und bedienen Nachhaltigkeit in verschiedenen Formen, das zeigt die aktuelle Umfrage deutlich. Wichtig ist die entsprechende Sichtbarkeit bei Verbraucher:innen und insbesondere jungen Zielgruppen. Dafür ist eine gemeinsame Anstrengung aller Akteure entscheidend. Der Anfang ist gemacht, jetzt heißt es, dranbleiben“, sagt Oliver Bartelt, Global Head Of Corporate Communications beim Deutschen Milchkontor und Fachbeiratsvorsitz der Initiative Milch.

Karsten Schmal, Vizepräsident des Deutschen Bauernverbands (DBV) und stellvertretender Fachbeiratsvorsitz, fügt hinzu: „2022 war ein herausforderndes Jahr für uns alle. Umso entschiedener geht die Branche nun geschlossen voran und beteiligt sich konstruktiv an den Debatten. Die erfreulichen Ergebnisse der jüngsten Umfrage bestätigen, dass unser eingeschlagener Weg und die gewählten Handlungsfelder die richtigen sind.“

VIelfALT AUF DEN ESSTISCHEN

94 Prozent der Verbraucher:innen haben 2022 Milch und Milchprodukte mindestens gelegentlich in Verwendung. Käse und Butter sind am beliebtesten, 91 Prozent bzw. 86 Prozent der Befragten essen sie mindestens einmal pro Woche. Trinkmilch genießen 66 Prozent der Befragten mindestens einmal in der Woche, jede:r Vierte täglich. Bei Pflanzendrinks greift im Bundesdurchschnitt etwa jede:r Zweite (53 Prozent) zumindest gelegentlich zu. Die Ergebnisse sprechen für eine un-dogmatische Vielfalt auf den Esstischen.

ÜBER DIE UMFRAGE

Die Befragung führte Bonsai Research aus Bremen im Auftrag der Initiative Milch durch. Im Befragungszeitraum 11. bis 15. Oktober 2022 nahmen mehr als 1.000 Verbraucher:innen teil. Die repräsentative Erhebung wurde erstmals im August 2021 umgesetzt und ist Teil der quantitativen Nullmessung und Evaluation der öffentlichen Wahrnehmung der Milch durch die Initiative Milch.

ÜBER DIE INITIATIVE MILCH

Die Initiative Milch wird von Milchbäuerinnen und -bauern sowie Molkereien getragen. Ihr Anliegen ist die sachliche Information über moderne Milchwirtschaft und der Dialog. Dazu laden die Internetseite initiative-milch.de sowie die Kanäle bei [Instagram](#), [TikTok](#) (beide @initiativemilch) und [YouTube](#) mit Rezeptideen und weiteren Informationen ein.

PRESSEKONTAKT

Initiative Milch 2.0 GmbH

Kerstin Wriedt

Französische Straße 13 | 10117 Berlin

presse@initiative-milch.de