Artikel vom 25.07.2018 · Ausgedruckt am 10.11.2026, 20:52 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/30-wichtiges-werbeprodukt

30 - Wichtiges Werbeprodukt



Foto: imago

Für den Lebensmitteleinzelhandel (LEH) sind Milch und Milcherzeugnisse wichtige Produkte, um die Kunden in ihre Läden zu locken. Das belegen Erhebungen der Agrarmarkt Informations-GmbH (AMI), nach denen Milchprodukte zu den vom Handel am intensivsten beworbenen Produkten zählen. Auffällig sei dabei die enorme Differenzierung: verschiedene Fettgehaltsstufen, unterschiedliche Methoden der Haltbarmachung, Attributen „frei von Gentechnik“ oder „laktosefrei“ und verschiedene Erzeugungsvarianten wie Bio-, Weide-, Heu- und Bergbauernmilch. Die Auswertungen von Werbemaßnahmen ergab in den ersten beiden Juliwochen 41 Angebotsaktionen des LEH für Trinkmilch in der 1-Liter-Verpackung. Dabei wurde in- und ausländische Markenware zum Teil zu einem ähnlichen Preisniveau oder sogar günstiger als im Preiseinstiegssegment der Eigenmarken des Handels angeboten. Die Höhe des Milchkonsums insgesamt bleibt von den Werbeaktionen aber offensichtlich unbeeindruckt. Daten des Milchindustrie-Verbandes (MIV) zeigen, dass die deutschen Verbraucher ihren Verzehr von Konsummilch von 2011 bis 2017 um mehr als 3 kg eingeschränkt haben. Der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch ist in diesem Zeitraum von 54,8 kg auf etwa 51,5 kg zurückgegangen. Der AMI zufolge nehmen Eigenschaften wie Herkunft oder Nachhaltigkeit zunehmend Einfluss auf die Kaufentscheidung für Trinkmilch. Dennoch bleibe der Preis nach wie vor der maßgeblich bestimmende Faktor.