



Neue Forsa-Umfrage zur Milchwirtschaft in Deutschland

Verbraucher besorgt um Milchwirtschaft und mit wenig Vertrauen in politische Lösungen

Hannover/Krefeld, im Mai 2017 – Eine repräsentative Befragung des Meinungsforschungsinstituts Forsa zum Verbraucherverhalten bezüglich Milch und Milchprodukte, zum Bewusstsein um die aktuelle Situation und die speziellen Probleme der deutschen Milchwirtschaft zeigt: Die Verbraucher sind in Sorge um die Milchwirtschaft und betrachten die Politik nicht als vertrauensvolle Hilfe. Insgesamt zeichnen die Ergebnisse ein sorgenvolles und teilweise sehr skeptisches Bild hinsichtlich der Situation und der Entwicklung moderner Milchwirtschaft in Deutschland.

Wie bereits vor zwei Jahren haben die Landesvereinigungen der Milchwirtschaft in Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen, in Zusammenarbeit mit dem Forschungsinstitut, rund 1.000 in Deutschland lebende Personen über 18 Jahren zu ihrer Einstellung zur Milchwirtschaft befragt.

Neben Themen, die mit denen von 2015 identisch waren, hat die Umfrage auch neue Aspekte aufgegriffen, wie, unter anderem, die Frage nach der Bedeutung gentechnikfreier oder biologischer Herstellung von Milch und Milchprodukten.

Einige Ergebnisse im Einzelnen:

Milch und Milchprodukte für Befragte nicht aus dem Handel wegzudenken

Seit 2015 ist das Konsumverhalten der Befragten unverändert: Milchprodukte (97 %) kaufen und verzehren die Konsumenten regelmäßig, nur Obst und Gemüse (99 %) geht häufiger über die Kassenscheine. Die Milch (92 %) steht, laut der Befragung, sogar noch vor Geflügel und Fleisch (90 %).

Ein Drittel aller Befragten (33 %) konsumiert „ungefähr einen Liter“ Milch pro Woche, 21 Prozent aller Befragten sagen „ungefähr zwei Liter“ und 30 Prozent sagen, dass sie „mehr als zwei Liter“ die Woche trinken.

Bedeutung von Landwirtschaft in den Augen der Verbraucher hoch / Bedeutung von Milchwirtschaft sogar noch deutlich höher

Im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen wird die Bedeutung der Landwirtschaft von 71 Prozent als wichtig (32 %) bis sehr wichtig (39 %) eingeschätzt.



Eine Initiative von



und





Bezüglich der deutschen Milchwirtschaft attestieren sogar 84 Prozent der Verbraucher eine mindestens wichtige (50 %), wenn nicht sehr wichtige (34 %) Bedeutung der Milchbranche im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen.

Skepsis gibt es hinsichtlich der Entwicklung moderner Milchwirtschaft und tiergerechter Haltung

Mehr als die Hälfte der Verbraucher (55 %) glaubt nicht, dass sich „die deutsche Milchwirtschaft stark für das Wohlergehen der Kühe einsetzt und es den Kühen in modernen Milchviehbetrieben gut geht“. Nur 43 Prozent glauben dies. Gegenüber 2015 stieg die Skepsis um 8 Prozent, das Vertrauen sank um 6 Prozent.

In der Wahrnehmung zu der Berichterstattung über die Milchwirtschaft standen bei den Befragten nun Preise und Preisentwicklung mit 74 Prozent weit im Vordergrund. Auch im Herbst 2015 war der Milchpreis das Thema, das am meisten beschäftigte. Allerdings mit 85 Prozent noch deutlich höher.

Tierschutzlabel für Mehrheit unbekannt

Nur 40 Prozent der deutschen Verbraucher kennen Tierschutzlabel auf Lebensmitteln. Die deutlich überwiegende Mehrheit kennt diese Label nicht.

Immerhin aber sind die Tierschutzlabel 73 Prozent von den Verbrauchern, die sie kennen, beim Einkauf auch wichtig (44 %) oder gar sehr wichtig (29 %).

„Ohne Gentechnik“ und artgerechte Tierhaltung wichtiger als Marke, Preis oder „Bio“

Drei Viertel aller befragten Verbraucher will Milch und Milchprodukte aus gentechnikfreier Herstellung (77 %) und zertifizierter, tiergerechter Haltung (73 %). Weniger als die Hälfte aller Verbraucher (44 %) legt Wert darauf, dass ihre Milch und Milchprodukte aus biologischer Herstellung stammen. Eine untergeordnete Rolle bei der Kaufentscheidung spielen Marke (39 %) und Preis (35 %).

Ältere Verbraucher und Verbraucher mit höherem Einkommen sind dabei deutlich kritischer als jüngere Befragte und Verbraucher mit niedrigerem Haushalts-Nettoeinkommen.

Existenzprobleme der Milchbauern in Deutschland rücken ins Bewusstsein – Hilfe von Seiten der Politik erwarten die Wenigsten



Eine Initiative von



und





Während in 2015 kaum ein Verbraucher den Gedanken an deutsche Milchbauern mit möglichen existenziellen Sorgen in Verbindung brachte, macht das in 2017 jeder zehnte Befragte spontan und explizit.

„Hilf Dir selbst, sonst hilft Dir keiner“, scheint das Fazit der meisten Verbraucher zu sein, wenn es um die Frage geht, wer die Interessen der Milchbauern am besten in der Öffentlichkeit vertreten könne. Hier ist das eindeutigste Ergebnis die Antwort, wer es definitiv nicht sei: Die Politiker landen mit 19 Prozent auf dem letzten Platz. 66 Prozent sagen: Die Milchbauern selbst, gefolgt vom Deutschen Bauernverband (57 %) und, bemerkenswert, den Verbraucherschutzverbänden (52 %). Selbst den Verbänden der Milchwirtschaft trauen weniger als die Hälfte aller Befragten (44 %) zu, hilfreich in der Krise sein zu können. Immerhin noch ein deutlich besseres Ergebnis, als es die Politiker erzielten.

Während die existenziellen Sorgen der Milcherzeuger in den vergangenen Jahren zunehmend ins Bewusstsein der Verbraucher gerückt sind, werden andere Aspekte der Milchwirtschaft nach wie vor nicht richtig eingeschätzt: Hierzu zählt beispielsweise der Erlös, den die Milchbauern erzielen. Dieser wird insbesondere von jüngeren Menschen deutlich höher eingeschätzt, als er es in der Realität ist. Auch die Milchpreiskrise wird entgegen der tatsächlichen Situation durch die Befragten eher als rein deutsches Problem eingeordnet und die negativen Auswirkungen der Krise vor allem auf die kleinen Betriebe bezogen.

Das Kooperationsprojekt „Dialog Milch“ der Landesvereinigungen der Milchwirtschaft in Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen räumt mit diesen wie auch mit anderen Missverständnissen auf und bietet eine umfassende Informations- und Recherche-Plattform rund um die Milchwirtschaft.

Weitere Informationen rund um das Thema Milch sowie die ausführliche Auswertung der Forsa-Befragung stehen auf www.dialog-milch.de zur Verfügung.

Kontakt:

Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e.V.
Christine Licher
Tel. 0511/85653-21; Mail: licher@milchwirtschaft.de

Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e.V.
Frank Maurer
Tel. 02151/4111-410; Mail: maurer@milch-nrw.de



Eine Initiative von



und

