



## Pressemitteilung

### **36 EURO IM MONAT FÜR MILCHPRODUKTE**

Neue Milchkampagne startet zum Weltmilchtag

*(Wien, 31. Mai 2012) 36,5 Euro geben die Österreicher im Monat durchschnittlich für Molkereiprodukte aus. Milch-, Butter- und Käseproduzenten freuen sich über ein leichtes Umsatzplus. Große Haushalte greifen verstärkt zu frischer Vollmilch, kleinere zur ESL-Milch. Milch mit Zusatzstoffen oder frei von Laktose spielt nur eine untergeordnete Rolle. Das ergeben die Daten der RollAMA und einer dazugehörigen Motivanalyse im April.*

Der Gesamtumsatz an Molkereiprodukten beträgt knapp 1,5 Milliarden Euro. Nach zwei Jahren mit sinkenden Haushaltsausgaben für Frischeprodukte gaben Herr und Frau Österreicher im Jahr 2011 wieder mehr für Milch, Joghurt, Käse und Co. aus (Chart 1). Durchschnittlich werden im Monat 36,5 Euro für Molkereiprodukte ausgegeben. Der Großteil mit 13,40 Euro oder 37 Prozent entfallen auf den Käse, auf Platz zwei liegt schon Trinkmilch mit sieben Euro im Monat (Chart 2).

#### **Österreicher lieben Frischmilch**

Auch die Umsatzentwicklung von Trinkmilch hat sich 2011 erholt und liegt mit 281 Millionen Euro wieder knapp auf dem Niveau von 2008 (Chart 3). Frischmilch behauptet mit 43,7 Prozent derzeit noch den ersten Rang. Die ESL-Milch ist ihr aber dicht auf den Fersen. Mit derzeit 40,7 Prozent ist es eine Frage der Zeit, bis sie den Favoritenstatus im Segment der Trinkmilch einnehmen wird – wenngleich sich ihr Wachstum in den letzten Jahren wieder etwas verlangsamt hat. Der Anteil der H-Milch liegt seit vielen Jahren konstant bei etwa 15,6 Prozent (Chart 4). „Diese Zahlen zeigen, dass die Österreicher nach wie vor ein Volk von Frischmilch-Liebhabern sind. Nichts steht so sehr für Frische und Natürlichkeit wie heimische, garantiert gentechnikfreie Milch“, erklärt Dr. Stephan Mikinovic, Geschäftsführer der AMA-Marketing. Der aktuelle Pro-Kopf-Verbrauch liegt bei knapp 79 Kilo Milch inklusive Joghurt und Sauermilch pro Jahr.

Der Werbeslogan „Butter kann durch nichts ersetzt werden“ aus den 80er Jahren bewahrheitet sich offenbar mehr denn je. 2011 lag der Butterumsatz mit 128 Millionen Euro auf einem Rekordniveau der letzten Jahre (Chart 5).

\*) Die RollAMA ist die rollierende Agrarmarktanalyse der AMA-Marketing in Zusammenarbeit mit der GfK und KeyQUEST Marktforschung. Dabei führen 2.500 österreichische Haushalte Aufzeichnungen über ihre Einkäufe. Erfasst werden Fleisch und Geflügel, Wurst, Milch und Milchprodukte, Käse, Obst, Gemüse, Eier, Erdäpfel, Tiefkühlprodukte, Fertiggerichte, aber nicht Brot und Gebäck.



**Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH.**

Dresdner Straße 68a  
1200 Wien, Postfach 214  
UID ATU39009407, DE272464654  
DVR 0824275  
Firmenbuchnr. 135101d, HG Wien  
Zertifiziert nach: ISO 9001:2008, Nr. 03168/0

Telefon +43 1 33151-404  
Telefax +43 1 33151-499  
manuela.goell@ama.gv.at  
[www.ama-marketing.at](http://www.ama-marketing.at)  
[www.facebook.com/agrarmarkt.austria.marketing](http://www.facebook.com/agrarmarkt.austria.marketing)



### **Beliebteste Käse: Gouda und Emmentaler**

Käse tat sich im Jahr 2010 etwas schwer, jetzt verzeichnet er wieder eine positive Entwicklung. 528 Millionen Euro trägt der Käse zum Umsatz bei den Mopros bei, das ist rund ein Drittel des gesamten Umsatzes (Chart 6). Der Löwenanteil im Käsesegment entfällt mit 28 Prozent auf den Schnittkäse, 23,5 Prozent auf Frischkäsesorten (Chart 7). Die beliebteste Käsesorte in Österreich ist der Gouda, der würzige Gegenspieler Emmentaler landet auf Platz 2. Den cremigen Belag aufs Brot bringen Streich- und Frischkäse auf Gervaisbasis. Ihnen gebührt der dritte Platz im Ranking der beliebtesten Käsesorten (Chart 8). 19,4 Kilo Käse werden durchschnittlich pro Kopf und Jahr gegessen.

### **Große Haushalte – viel frische Milch**

Im Frühjahr wollte die AMA-Marketing genauer wissen, welche Milcharten von welchen Haushalten gekauft werden. Im Rahmen einer RollAMA-Motivanalyse wurden im März und April 1.430 Konsumenten zu ihrem Konsumverhalten rund um die Milch gefragt. Bestätigendes Ergebnis: Klare Renner im Milchregal sind die frische Vollmilch und ESL-Milch. Laktosefreie Milch und Milch mit Zusatzstoffen liegen am unteren Ende der Einkaufsskala (Chart 9). Interessant ist aber, dass laktosefreie Milch in Haushalten mit einem geringeren Einkommen viel weniger gekauft wird, als in kaufkraftstarken Haushalten (Chart 10). Wenig überraschend hingegen: Haushalte mit vier und mehr Personen greifen verstärkt zur Frischmilch, ESL-Milch wird in kleineren Haushalten öfters gekauft (Chart 11).

### **Heavy User: Mehr als 16 Liter im Monat**

Milchverbrauch variiert laut Motivanalyse sehr stark. Mehr als ein Viertel der Befragten gaben ihren durchschnittlichen Milchverbrauch mit mehr als 16 Liter im Monat an. Der Großteil der Haushalte trinkt und verkocht zwischen fünf und 16 Liter im Monat, nur ein Viertel kommt mit weniger als vier Liter im Monat, also einem Liter in der Woche aus (Chart 12).

An der Verwendung der Milch lässt sich ablesen, dass die Österreicher Liebhaber von Milchkaffees sind. Rund ein Drittel der konsumierten Milch vollendet Kaffee oder Tee, ca. 20 Prozent werden verkocht, ebensoviel pur getrunken. Einziger Ausreißer in den Milchsorten ist die Biomilch, welche überdurchschnittlich oft pur getrunken wird. Haltbarmilch wird aufgrund des Geschmacks offenbar wenig pur getrunken, dafür häufiger verkocht (Chart 13).



#### **Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH.**

Dresdner Straße 68a  
1200 Wien, Postfach 214  
UID ATU39009407, DE272464654  
DVR 0824275  
Firmenbuchnr. 135101d, HG Wien  
Zertifiziert nach: ISO 9001:2008, Nr. 03168/0

Telefon +43 1 33151-404  
Telefax +43 1 33151-499  
manuela.goell@ama.gv.at  
[www.ama-marketing.at](http://www.ama-marketing.at)  
[www.facebook.com/agrarmarkt.austria.marketing](https://www.facebook.com/agrarmarkt.austria.marketing)



### **Frischer Milchgeschmack ist gelernt**

Nur zehn Prozent der Befragten finden, dass H-Milch gut schmeckt. 81 Prozent bevorzugen den Geschmack von frischer Vollmilch. Die länger frische Milch dürfte ebenfalls im Geschmack leichte Defizite haben, dafür wird sie als sehr vielseitig verwendbar geschätzt. Es liegt in der Natur der Sache, dass H-Milch bei den Kriterien „natürlich“ und „erfrischend“ deutlich schlechter abschneidet als frische Vollmilch. Dafür ist sie in den Kategorien „preiswert“ und „praktisch“ unschlagbar (Chart 14).

### **Neue Kampagne zum Weltmilchtag**

Rechtzeitig zum Weltmilchtag startet die AMA-Marketing eine neue Kampagne. Nach der Idee „Suchen und Finden“ wurden für die neue Kampagne zwei TV-Spots produziert, die durch eine moderne, cineastische Machart auffallen. Unterschiedlichste Menschen machen sich auf die Suche nach besonders ausgezeichneten Milchprodukten. Jeder hat dazu eine andere Idee, um die besten Milchprodukte zu finden. Dabei ist die Suche und die Aussage der neuen Kampagne denkbar einfach: „Mit dem AMA-Gütesiegel findet man ausgezeichnete Milchprodukte ganz einfach – in jedem Kühlregal“.

Zu sehen und zu hören ist die Kampagne ab sofort österreichweit im TV, im Hörfunk und in den Printmedien. Zudem gibt es unter [www.milchkrone.at](http://www.milchkrone.at) ein Gewinnspiel. „Wir wollen damit aufzeigen, welcher krönende Genuss hinter Milch und Milchprodukten mit dem AMA-Gütesiegel steckt, nämlich streng kontrollierte, ausgezeichnete Qualität. Milch und Milchprodukte liegen als wertvolle Eiweißquelle im Ernährungstrend der Zeit. Die Konsumenten können sich sicher sein, dass sie mit ausgezeichneten Produkten auch ein ausgezeichneter Genuss erwartet“, erläutert Dr. Peter Hamedinger, AMA-Marketingmanager für Milch und Milchprodukte die neue Kampagne.

### Rückfragehinweis:

Dr. Peter Hamedinger, AMA-Produktmanager für Milch und Milchprodukte  
Tel. 01/33151-414, [peter.hamedinger@ama.gv.at](mailto:peter.hamedinger@ama.gv.at)

DI Manuela Göll, Unternehmenskommunikation,  
Tel. 01/33151-404, Mobil 0664/837 61 78, E-Mail: [manuela.goell@ama.gv.at](mailto:manuela.goell@ama.gv.at)



### **Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH.**

Dresdner Straße 68a  
1200 Wien, Postfach 214  
UID ATU39009407, DE272464654  
DVR 0824275  
Firmenbuchnr. 135101d, HG Wien  
Zertifiziert nach: ISO 9001:2008, Nr. 03168/0

Telefon +43 1 33151-404  
Telefax +43 1 33151-499  
[manuela.goell@ama.gv.at](mailto:manuela.goell@ama.gv.at)  
[www.ama-marketing.at](http://www.ama-marketing.at)  
[www.facebook.com/agrarmarkt.austria.marketing](http://www.facebook.com/agrarmarkt.austria.marketing)