

[Alle Artikel als Worddatei](#)

ARTIKEL 1 von 1

Lebensmittel Zeitung 38 vom 17.09.2004 Seite 062

Service Messe-Vorschau InterMopro InterMeat InterCool

Für Milch aus der Region zahlt der Kunde mehr

Die Vermarktung regionaler Molkereiprodukte ist vor allem bei Bioprodukten potenziell erfolgreich

Kiel, 16. September. Für Frischmilch, die explizit aus der Region stammt, ist der Kunde generell bereit mehr zu zahlen. Wenn dies auch noch Bio-Milch ist, ist die Zahlungsbereitschaft nochmals deutlich erhöht. Dies ergab eine Studie des Institutes für Ökonomie der Ernährungswirtschaft der Bundesforschungsanstalt für Ernährung und Lebensmittel in Kiel.

Konkretes Ergebnis: Preisaufläge von durchschnittlich 12,4 Cent pro Liter konventioneller Milch aus der Region sind für die Kunden akzeptabel. Bei Bio-Milch kann der Preisauflage aufgrund des Attributes "regional" sogar durchschnittlich 24,3 Cent pro Liter betragen. Da die "experimentelle Befragung" auf dem Land und in der Großstadt durchgeführt wurde, ist hier noch einmal ein deutlicher Unterschied zwischen dem Kaufverhalten und der Preisakzeptanz für die regionale Milch zu registrieren.

Die Landbevölkerung ist danach bereit, für regionale konventionelle Milch einen Preisauflage von 14,39 Cent zu akzeptieren, der Städter will hingegen nur 10,50 Cent mehr dafür zahlen. Anders bei der Bio-Milch: Hier ist der Städter aufgrund des Labels "Regional" bereit, durchschnittlich 17,69 Cent mehr pro Liter zu zahlen, die Landbevölkerung sogar 32,83 Cent. Das Fazit der Kieler Studie muss demgemäß lauten: Das Vermarktungsinstrument "Region" ist in einem weitgehend gesättigten Lebensmittelmarkt für den Händler oder das Outlet vor Ort eine noch zu belegende Nische.

Das Besondere der Studie: Die Befragungen im Frühjahr 2004 waren "experimentell": Sie stützen sich hierbei nicht auf Umfrageergebnisse, sondern auf tatsächlich getätigte Kaufentscheidungen. Somit muss nicht, wie bei vielen Umfragen, die Absichtserklärung als Gesinnungsfrage gewertet werden, die eine - häufig deutliche - Abweichung zum realen Kaufverhalten aufweist. Das heißt, die Antworten waren mit unmittelbaren finanziellen Konsequenzen der Verbraucher verbunden. lix

**Autor:**

Holland, Felix

**Länder:**

Bundesrepublik Deutschland C4GER C4EUGE

**Schlagworte:**

Lebensmittel-Naturkost

Molkereiprodukt-Milch

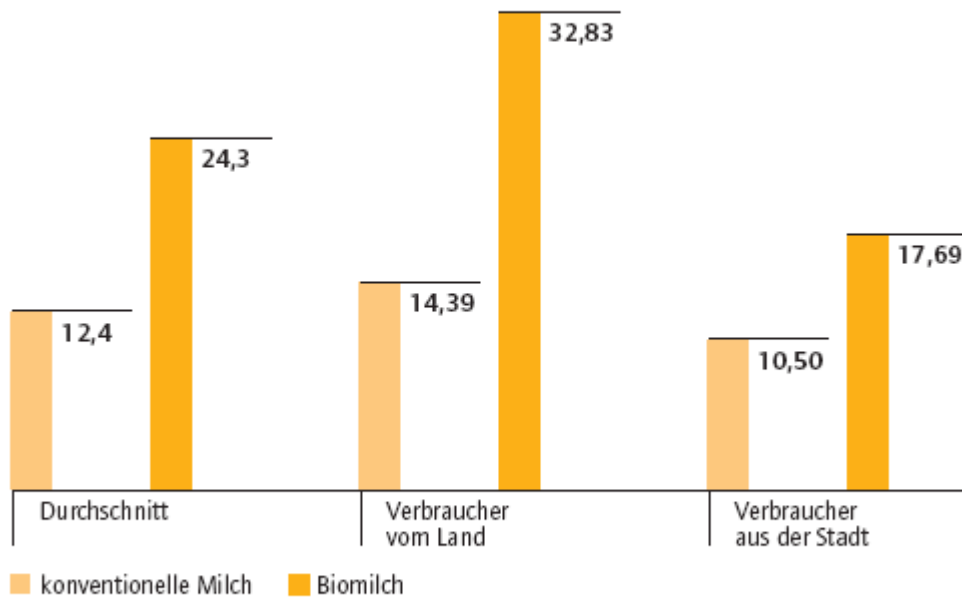
Preis

Studie

Verbraucher-allgemein

## Ein gutes Verkaufsargument

### Preisauflschlag für Milch aus der Region in Cent



Quelle: Bundesforschungsanstalt für Ernährung und Lebensmittel, Kiel

©Lebensmittel Zeitung Grafik

 Diese Seite drucken

Copyright: [Deutscher Fachverlag GmbH](#); [Impressum](#); [AGB](#); [Datenschutz](#)  
Anregungen & Kommentare an [zentralarchiv@dfv.de](mailto:zentralarchiv@dfv.de)