

4.05.2008

## Bio-Molkereiprodukte weiter auf Erfolgskurs

Der Markt für Bio-Milch und Bio-Joghurt hat sich in Deutschland weiter dynamisch entwickelt. Im ersten Quartal 2008 verkauften Lebensmitteleinzelhandel und Drogeriemärkte zwischen 24 und 30 Prozent mehr Frischmilch, Naturjoghurt und Fruchtojoghurt aus biologischer Erzeugung als im entsprechenden Vorjahresquartal. Der Absatz von Trinkjoghurt und von H-Milch nahm um jeweils sechs Prozent zu.

Die Umsätze der betrachteten Molkereiprodukte wuchsen in den ersten drei Monaten dieses Jahres noch rasanter, so die ZMP-Analyse der Handelspaneldata des Marketing-Informationsunternehmens AC-Nielsen. Die Veränderungsdaten gegenüber dem Vorjahresquartal lagen zwischen 10 und 46 Prozent.

### Preisabstand verringert sich

Die Preise zogen an, da weltweit die Nachfrage nach Molkereiprodukten zugenommen hat und es 2007 aufgrund von Dürren zu Produktionsausfällen gekommen war. Bio-Milch kostete laut Nielsen von Januar bis März 2008 im Schnitt 18 Prozent, Bio-Joghurt zwei Prozent mehr als im ersten Quartal 2007. Im selben Zeitraum verteuerte sich Milch um 32 Prozent, Joghurt aus konventioneller Erzeugung um 14 Prozent. Der Preisabstand zwischen konventioneller und Bio-Ware hat sich also verringert.

### Verbraucher schätzen frische Bio-Milch

In den ersten drei Monaten dieses Jahres stieg die Verkaufsmenge von Bio-Milch im konventionellen Handel um 20 Prozent auf 37,3 Millionen Liter. 84 Prozent der Verbraucher entschieden sich für den Kauf der frischen Bio-Milch. Ihr Absatzanteil am gesamten Frischmilchmarkt beträgt inzwischen knapp elf Prozent. Der Absatzanteil von haltbarer Bio-Milch stagniert dagegen seit 2007 bei einem Prozent.

[http://www.zmp.de/agrarmarkt/branchen/oekomarkt/2008\\_05\\_14\\_Bio\\_Molkereiprodukte\\_Absatz\\_Umsatz.asp](http://www.zmp.de/agrarmarkt/branchen/oekomarkt/2008_05_14_Bio_Molkereiprodukte_Absatz_Umsatz.asp)

Quelle und Copyright: ZMP GmbH, Bonn, <http://www.zmp.de>, 14.05.2008

