



Milchkonsum in Deutschland

ÜBER DEN MILCHKONSUM VON HEUTE

BERLIN, AUGUST 2024. Verbraucher:innen konsumieren heute anders – das gilt nicht nur für die Milch, sondern auch für viele andere Lebensmittel. Daher lohnt sich ein ganzheitlicher Blick darauf, wie sich Dinge verändern. Verzehranelässe werden diverser und die Produktvielfalt steigt.

Diese Entwicklungen spiegeln sich auch in den Daten zum Milchkonsum wider, die das Marktforschungsunternehmen Nielsen erhoben hat.

DIE WICHTIGSTEN ZAHLEN IM ÜBERBLICK:

- Innerhalb des Segments Trinkmilch legt die Weidemilch erheblich zu und wuchs 2023 um 36 Prozent im Absatz. Sie hat damit in den vergangenen Jahren zügig das Absatzniveau von Pflanzendrinks erreicht, die 2023 nur noch um rund zwölf Prozent wachsen.¹
- Auch veredelte Produkte erfreuen sich großer Beliebtheit. Die produzierte und über den Lebensmitteleinzelhandel verkaufte Menge ist 2023 bei Joghurt (+2,9 %) und Käse (+2,1 %, Selbstbedienung) im Vergleich zu 2022 gestiegen.²
- Gleichzeitig ist die produzierte und über den Lebensmitteleinzelhandel verkaufte Menge frischer Trinkmilch im Vergleich zu 2022 um rund 4 Prozent gesunken.³
- Bei den jüngeren Generationen stehen relativ neue Produkte wie Ayran (8 % Absatzverteilung), Milchmischgetränke (10 %) und Eiskaffee (10 %) hoch im Kurs. Unter-30-Jährige konsumieren diese Produkte stärker als Trinkmilch.⁴

MILCH GEHÖRT ZUR ERNÄHRUNG

¹ Zentrale Milchmarkt Berichterstattung (ZMB) GmbH & NielsenIQ Handelspanel für 2023

² Zentrale Milchmarkt Berichterstattung (ZMB) GmbH & NielsenIQ Handelspanel für 2023

³ Zentrale Milchmarkt Berichterstattung (ZMB) GmbH & NielsenIQ Handelspanel für 2023

⁴ NIQ Haushaltspanel; März 2023-Februar 2024

Milch und Milchprodukte sind Teil unserer Esskultur. Die Ernährungsempfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) lauten: „Milch und Milchprodukte jeden Tag“⁵. Sie sind wichtiger Bestandteil einer gesundheitsfördernden, nachhaltigen Ernährung und dabei vielfältig und wandelbar. Sie entwickeln sich mit den gesellschaftlichen Trends immer weiter.

Nach eigenen Angaben verwenden neun von zehn Verbraucher:innen 2024 Milch und Milchprodukte mindestens gelegentlich. Auch die Mehrheit der jungen Verbraucher:innen bis 29 Jahre gehören zu dieser Gruppe (78 %). Bei ihnen ist auch das Nebeneinander von Pflanze und Kuhmilch kein Problem: 73 Prozent geben an, pflanzliche Drinks mindestens gelegentlich zu konsumieren.⁶

ÜBER DIE INITIATIVE MILCH

Die Initiative Milch wird von Milchbäuerinnen und -bauern sowie Molkereien getragen. Ihr Anliegen ist die sachliche Information über moderne Milchwirtschaft und der Dialog. Dazu laden die Internetseite [die-milch.de](https://www.die-milch.de) sowie die Kanäle bei [Instagram](https://www.instagram.com/milch_machts) (@milch_machts), [TikTok](https://www.tiktok.com/@initiativemilch) (@initiativemilch) und [YouTube](https://www.youtube.com/channel/UC...) ein.

PRESSEKONTAKT

Initiative Milch 2.0 GmbH
Friedrichstraße 124 | 10117 Berlin
presse@initiative-milch.de

⁵ Deutsche Gesellschaft für Ernährung: „[Gut essen und trinken](#)“

⁶ Repräsentative Befragung von Bonsai Research im Auftrag der Initiative Milch 2024