



Rabobank

Food Trend

Weltmilchtag: Ein Drittel der Deutschen würde zusätzlich einen Euro oder mehr pro Liter zahlen

FRANKFURT — 01. Juni 2021. Der Milchmarkt ist hart umkämpft, die Preise schwanken mitunter stark, doch auf die Preise im Supermarkt wirkt sich dies bislang kaum aus. Zum Weltmilchtag am 1. Juni hat die Rabobank im Rahmen des „Rabobank Food Navigators“ bei deutschen Verbrauchern in Sachen Preisflexibilität nachgefragt. Das Ergebnis überrascht: **Ein Drittel der Deutschen wäre bereit, einen Euro oder mehr zusätzlich für einen Liter Milch zu zahlen, wenn damit eine artgerechte Tierhaltung gefördert würde.**

1 EURO ODER MEHR
WÜRDJE JEDER 3. ZUSÄTZLICH
FÜR EINEN LITER MILCH
BEZAHLEN, WENN DAMIT EINE
ARTGERECHTE TIERHALTUNG
GEWÄHRLEISTET WIRD.

Wie viel wären Sie bereit zusätzlich für einen Liter Milch zu bezahlen, wenn damit eine artgerechte Tierhaltung gewährleistet wäre?

Tierschutz ist den Deutschen ein Anliegen

Für **77,5 Prozent** der Deutschen gehört artgerechte Tierhaltung zu einer zukunftsweisenden Landwirtschaft. Dafür wäre ein Drittel (**34,8 Prozent**) auch bereit, deutlich mehr für das Grundnahrungsmittel Milch auszugeben, nämlich einen Euro oder mehr als bislang. Die Hälfte der Befragten (**50,5 Prozent**) ist zudem der Meinung, dass Lebensmittel grundsätzlich teurer werden müssen, damit Bauern eine faire Entlohnung erhalten – und so auch die finanziellen Mittel haben, um in artgerechte Tierhaltung zu investieren.

Abbildung: Ein Drittel der Deutschen wäre bereit, einen Euro oder mehr zusätzlich für einen Liter

Milch auszugeben, wenn damit eine artgerechte Tierhaltung gewährleistet wäre. Vor allem die junge Generation ist hier ganz vorne mit dabei: Jeder Zweite zwischen 18 und 29 Jahren würde tiefer in die Tasche greifen. (Rabobank Food Navigator, Stand 19.05.2021)

Dabei wäre die junge Generation am ehesten bereit, für Milch aus artgerechter Haltung tiefer in die Tasche zu greifen: Hier würde jede*r Zweite (**46,5 Prozent**) einen Euro oder mehr bezahlen, während es bei den über 65-Jährigen nur etwa jeder Fünfte ist (**23,0 Prozent**). Die Mehrzahl der Männer (**57,7 Prozent**) würde bis zu 50 Cent mehr dafür ausgeben, bei den Frauen sind es **48,4 Prozent**.

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726

146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de



Rabobank

Spendable Städte und Familien

Städter würden zugunsten des Tierwohls deutlich mehr für Milch ausgeben als Menschen auf dem Land: **46,7 Prozent** der Städter wären bereit, einen Euro oder mehr zusätzlich zu zahlen, während die Bewohner ländlicher Gebiete hier auf **28,2 Prozent** kommen. Auch Kinder sind ein wichtiger Faktor: **45,3 Prozent** der Familien würden mindestens einen Euro mehr ausgeben, dagegen nur ein Viertel der befragten Haushalte ohne Kinder (**27,2 Prozent**). Im Saarland leben mit **51,1 Prozent** die meisten Menschen, für die eine deutliche Preissteigerung legitim wäre, während in Mecklenburg-Vorpommern die meisten Menschen (**20,2 Prozent**) nicht mehr als bislang für Milch zahlen würden.

Die finanzielle Gesamtsituation spielt dagegen keine übergeordnete Rolle: In Regionen mit besonders niedriger Kaufkraft würden sogar mehr Menschen einen Euro oder mehr zusätzlich für Milch aus artgerechter Haltung aufbringen (**37,2 Prozent**) als in Regionen mit sehr hoher Kaufkraft (**35,0 Prozent**).

Für die Erhebung der Daten kooperiert die Rabobank mit **Civey**, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland. Die Umfrage zum Thema Milch ist repräsentativ und wird online durchgeführt. Dafür wurden am 19. Mai 2021 mehr als 2.800 TeilnehmerInnen befragt. Die Stichprobengröße liegt bei über 2.500 Personen.

Die Details der Civey-Studienergebnisse schicken wir auf Anfrage gerne zu. Einfach eine E-Mail an rabobank@fischerappelt.de senden. Die Ergebnisse sind unter der Quellenangabe „Civey/Rabobank“ frei zur Veröffentlichung.

Banking for Food

Die genossenschaftliche Rabobank investiert gemäß ihrem Leitgedanken „Banking for Food“ in zukunftsweisende Projekte, die Lösungen für die globale Herausforderung der Ernährungssicherheit bieten. Zu den tragenden Säulen dieser Aktivitäten gehört neben dem Zugang zu Wissen und einem internationalen Netzwerk die Unterstützung mit finanziellen Mitteln. Jährlich fließen seitens der Rabobank dafür weltweit mehr als 65 Milliarden Euro in Unternehmen im Agrar- und Lebensmittelsektor.

Der „Rabobank Food Navigator“

Der Rabobank Food Navigator gewährt tiefe Einblicke in das Bewusstsein der Deutschen zum Thema Lebensmittel. Damit liefert die Rabobank gemäß ihrem Leitbild „Growing a better world together“ neue Impulse im Umgang mit Ressourcen und zu Fragen der Agrarwirtschaft sowie der Lebensmittelproduktion und -sicherheit. Die Daten werden regelmäßig von Civey erhoben, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland.

Pressekontakt

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726 146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de



Rabobank

Rabobank Presseservice
Laura Maria Kämz
fischerAppelt, relations GmbH
rabobank@fischerappelt.de

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726
146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de