

MILCH

# MARKEN LEHR BR!EF

*Milch*

In Kooperation mit



Initiative  
Milch

Lebensmittel **direkt**  
Zeitung

LERNWELT



## **MEHR WISSEN, BESSER VERKAUFEN.**

In der **LZ direkt Lernwelt** bündeln die LZ Medien ihre Weiterbildungsangebote (Digital, Print, Präsenz) für den Lebensmitteleinzelhandel. Praktisches Waren- und Verkaufswissen für Supermarktmitarbeiter – Kaufleute, Marktleiter und Warengruppenverantwortliche.

[lzdirekt-lernwelt.de](https://lzdirekt-lernwelt.de)

[training.lzdirekt.de](https://training.lzdirekt.de)



# EDITORIAL



## WILLKOMMEN IM MARKENLEHRBRIEF MILCH

Diese Broschüre bietet Dir praktisches Warenwissen zum Thema am Beispiel der Marke Initiative Milch. Aktuelle Marktdaten, Hintergrundinfos und Praxis-Tipps machen sie zum idealen Begleiter im Berufsalltag. Die beste Art und Weise, um Dein Grundlagenwissen zu vertiefen und mit Wissen zu punkten.

## WAS ERWARTET DICH?

Die Broschüre ist so aufgebaut, dass Du auf kurzem Weg und mit viel Liebe zur Wissensvermittlung präsentiert, das Wichtigste zum Thema Milch, zu den entsprechenden Produkten im Handel sowie dem verkaufsfördernden Umgang mit ihnen erfährst.



**NICOLE ROTHER**  
TEAMLEITUNG  
LZ DIREKT LERNWELT

Jede der folgenden Doppelseiten enthält eine in sich abgeschlossene Information und zusätzlich eine Testfrage, mit der Du Dein Wissen noch einmal überprüfen kannst. Die dazugehörige Lösung findet sich auf der jeweils nächsten Seite. Der Testbogen am Schluss der Broschüre gibt Dir Gelegenheit, das Gelernte unter Beweis zu stellen.

**Wichtig: Zu diesem Markenlehrbrief gibt es auch ein E-Training, das Dir Klick für Klick wertvolle Zusatzinfos zum Thema liefert.**

**Viel Spaß beim Entdecken und Lernen!**

Herzlich,  
Deine

Nicole Rother

# STEP-BY-STEP

# INHALT

## MARKTWISSEN

- 06 Milchmarkt Auf & Ab
- 09 Milch voll im Trend

## WARENWISSEN

- 10 Rohstoff Milch
- 12 Welche Milchsorten im Regal stehen
- 14 Produktübersicht – So viel Vielfalt
- 16 Der Weg der Milch
- 18 Für Qualität und mehr Nachhaltigkeit
- 20 Was Milch so wertvoll macht

## POS-WISSEN

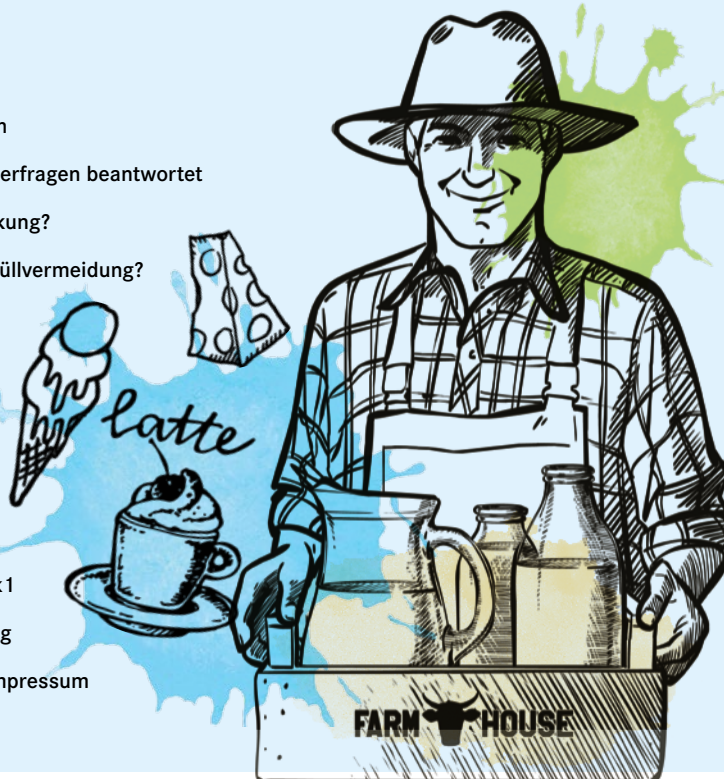
- 22 Milch erfolgreich verkaufen
- 24 Gut zu Wissen! Verbraucherfragen beantwortet
- 26 Was steht auf der Verpackung?
- 28 Verpackung, Recycling, Müllvermeidung?

## WISSEN PLUS

- 30 Milchmythen im Check
- 32 Die Milchbotschafter

## WISSEN TO GO

- 33 Alles klar? Wissens-Check 1
- 34 Wissens-Check 2 & Lösung
- 35 Noch mehr Brainfood & Impressum



08



# WUSSTEST DU SCHON, ...

... dass in Milch 15 gesunde Nährstoffe stecken? Besonders wertvoll sind etwa die enthaltenen Vitamine A, B2 und B12 sowie Kalzium oder Molkeneiweiß, das vom Körper optimal verwertet werden kann und unverzichtbar für den Stoffwechsel sowie die Muskulatur ist. Kein Wunder also, dass Milch in vielen Teilen der Welt seit Jahrtausenden als Grundnahrungsmittel geschätzt wird.

Auch bei uns ist die Milch ein Produkt, das in keinem Markt fehlen darf. Rund zwei Drittel der Bundesbürger\*innen verwenden mindestens einmal pro Woche Trinkmilch und kaufen diese entsprechend oft ein. Auch wenn es heute Pflanzendrinks gibt: An die physiologische Zusammensetzung der Milch kommt keines dieser Produkte heran. Zudem unterstützt die Milchviehhaltung die regionale Landwirtschaft und schneidet gemessen an dem hochwertigen Protein, das sie liefert, im CO<sub>2</sub>-Vergleich mit den oft aus Übersee importierten Rohstoffen für Pflanzendrinks gar nicht schlecht ab.

Die Vielfalt von Milchprodukten macht die Weiße Linie zu einer ganz besonderen Kategorie: Von Joghurt über Kefir, Ayran, Skyr oder Molkendrinks ist für jeden Geschmack und Verwendungsanlass etwas dabei.

In diesem Markenlehrbrief erfährst Du alles Wichtige über Milch: Von ihrer Marktbedeutung, über Sorten, die Präsentation im Markt bis hin zum CO<sub>2</sub>-Fußabdruck und Nachhaltigkeit.

Noch ein Tipp: Klick Dich auch ins **E-Training**. Es liefert ergänzende Informationen für nachhaltiges Lernen. Für Deine erfolgreiche Teilnahme kannst Du Dir **am Kursende ein Zertifikat als Bestätigung** ausstellen lassen.

**Viel Spaß beim Lesen!**

**Dein Initiative-Milch-Team**



# MILCHMARKT AUF & AB



## DIE MILCH IM ÜBERBLICK



Die Milcherzeugung ist ein starker Wirtschaftsfaktor. Sie sichert das Auskommen vieler Bauernfamilien und ernährt die Bevölkerung.

- // 52.900 Milcherzeuger
- // 3,8 Mio. Milchkühe
- // 32,1 Mio. t Milch pro Jahr
- // 8.500 kg Milchleistung pro Kuh/Jahr
- // 163 milchverarbeitende Unternehmen
- // 40.177 Beschäftigte<sup>1</sup>
- // 28,5 Mrd. Euro Umsatz
- // 31,9 Mio. t Milchverarbeitung pro Jahr
- // 4,4 Mio. t Konsummilch
- // 2,5 Mio. t Käse<sup>2</sup>
- // 471.000 t Butter<sup>3</sup>
- // 544.000 t Sahne
- // 353.000 t Magermilchpulver

*1 Betriebe mit 50 und mehr tätigen Personen, ohne Herstellung von Speiseeis 2 ohne Schmelzkäse 3 einschließlich Milchfett- und Milchstreichfetterzeugnisse in Butteräquivalenten  
Quelle: ZMB, destatis, BLE, 2021. Viehzählung: November 2022.*

Knapp 6,7 Milliarden Euro hat der deutsche Lebensmitteleinzelhandel laut NielsenIQ im ersten Halbjahr 2022 mit Produkten der Weißen Linie umgesetzt. Den größten Umsatzanteil erwirtschaftete Butter (19,1 Prozent), gefolgt von H-Milch (13,6 Prozent), Fruchtjoghurt (9,3 Prozent) und Frischmilch (8,9 Prozent). Während der Umsatz in allen Segmenten wuchs, ging der Absatz zurück.

## SCHWANKENDE PREISE

Das liegt vor allem an den 2022 durch die Krise verursachten „historischen Höchstpreisen“ für Lebensmittel. Doch auch ungeachtet der aktuellen Inflation ist der Milchmarkt immer wieder von Preisschwankungen betroffen. Grund dafür sind Entwicklungen auf dem EU- und Weltmarkt. Der Pro-Kopf-Verbrauch von Frischmilcherzeugnissen ist in den vergangenen Jahren leicht zurückgegangen: Konsumierte laut BLE 2010 jeder Bundesbürger im Schnitt pro Jahr 92,2 Kilogramm Frischmilcherzeugnisse waren es 2021 84,2 Kilogramm.

## EIN BUNDESBÜRGER VERZEHRT IM JAHR ...

- // 47,8 kg Konsummilch
- // 29,1 kg Milchmischgetränke, Joghurt & Co.
- // 25,3 kg Käse
- // 6,1 kg Butter
- // 5,3 kg Sahne

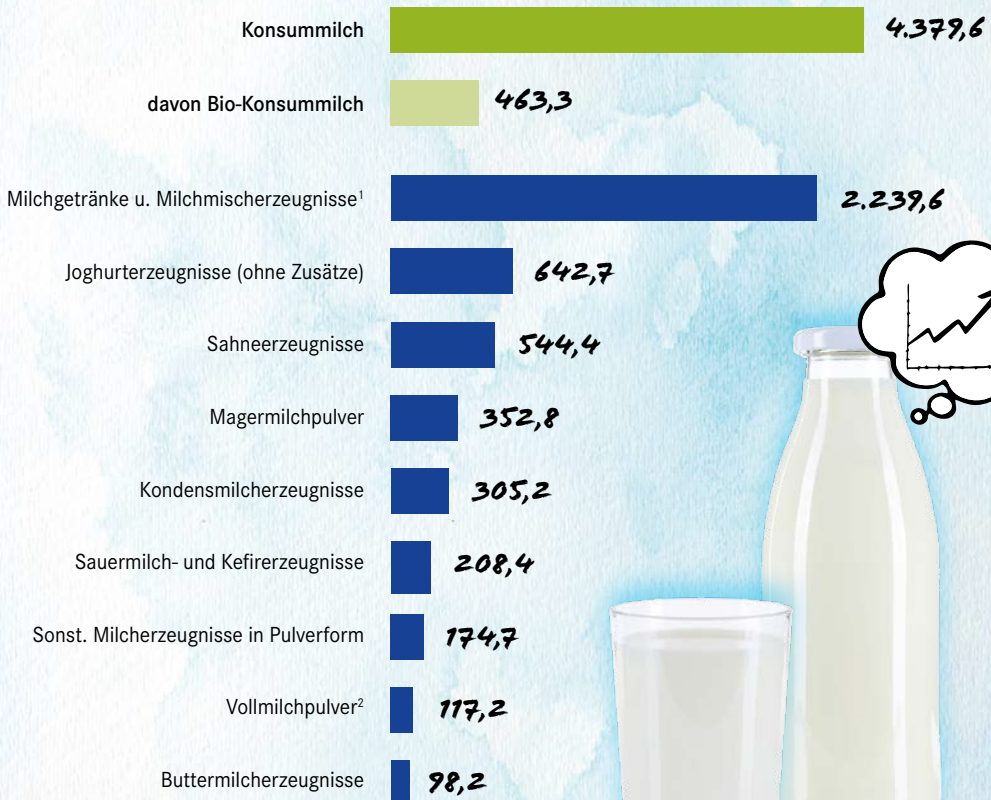
*Quelle: ZMB, destatis, BLE, 2021.*





## TOP 10 PRODUZIERTE MILCHERZEUGNISSE (WEISSE LINIE) 2021

Angaben in Tausend Tonnen



<sup>1</sup> mit Zusätzen <sup>2</sup> einschl. Sahnepulver und teilentrahmt Quelle: ZMB, BL.



### WELCHE AUSSAGE IST RICHTIG?

- 2022 ist der Umsatz von Milchprodukten gestiegen.
- 2022 ist der Absatz von Milchprodukten gestiegen.
- 2022 sind Umsatz und Absatz von Milchprodukten gestiegen.

## PRODUKTION UND VERARBEITUNG VON LEBENSMITTELN

Was wird Ihrer Einschätzung nach zukünftig wichtiger werden?

Angaben in Prozent



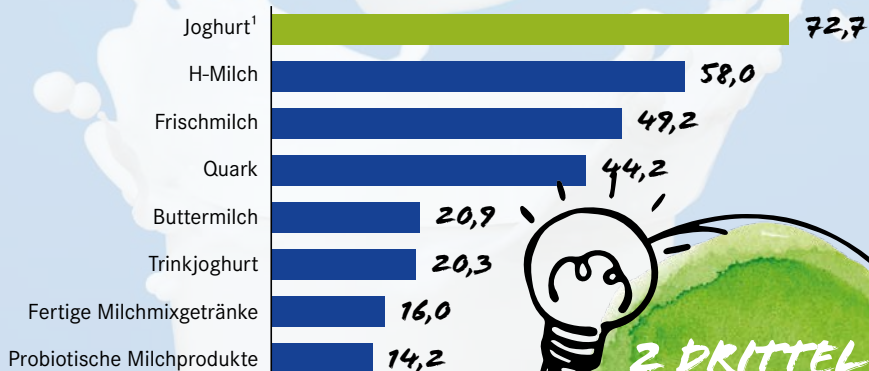
Top 3-Antworten nach Nennung (Mehrfachnennung möglich)

Quelle: Umfrage vom Meinungsforschungsinstitut Civey für die Initiative Milch, 2022.

## DIE BELIEBTESTEN MILCHPRODUKTE IN DEUTSCHLAND 2021

Konsum mindestens mehrmals pro Monat

Anteil der Befragten in Prozent



Hinweis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre.

Quelle: VuMA.

**2 DRITTEL**  
der Verbraucher:innen in  
Deutschland genießen  
Trinkmilch jede Woche.

Quelle: Umfrage  
der Initiative Milch, 2022.

**TASTE**



WELCHE AUSSAGE IST RICHTIG?

- 2022 ist der Umsatz von Milchprodukten gestiegen.



# MILCH VOLL IM TREND



Rund drei Millionen Tonnen Trinkmilch (davon rund 380.000 Tonnen Bio-Milch und 242.000 Tonnen Weidemilch) haben private Verbraucher 2022 nachgefragt. Dem gegenüber stehen 337.000 Tonnen Pflanzendrinks.

## AUF VIELFALT IST VERLASS

Pandemie und Lockdown, Krieg und Inflation – die Branche hat sich in den zurückliegenden Jahren als verlässlicher Partner gezeigt. Verbraucher können zwischen diversen Angeboten wie Weide- und Bio-Milch bis „normaler“ Kuhmilch wählen. Eine Umfrage 2022 zeigt: Verbraucher wissen das zu schätzen. So bewerteten etwa 74 Prozent der Befragten die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten und den Geschmack an Milchprodukten positiv, wie die Bonsai-Befragung Bremen zeigt.

Quelle: Bonsai-Befragung Bremen 2022.

### UMFRAGE

#### Milchbranche gewinnt 2022 Wertschätzung

**94 Prozent** der Verbraucher:innen hatten 2022 Milch und Milchprodukte mindestens gelegentlich in Verwendung.

**Käse und Butter** sind am beliebtesten, 91 Prozent bzw. 86 Prozent der Befragten essen sie mindestens einmal pro Woche.

**Trinkmilch** genießen 66 Prozent der Befragten mindestens einmal in der Woche, jede:r Vierte täglich.

Bei **Pflanzendrinks** greift im Bundesdurchschnitt etwa jede:r Zweite (53 Prozent) zumindest gelegentlich zu.

Quelle: Umfrage der Initiative Milch, 2022.

Am stärksten beeinflussen Gewohnheiten (61,6 Prozent), das persönliche Gesundheitsbewusstsein (44,5 Prozent) und das mentale Wohlbefinden (38,4 Prozent) das Essverhalten der 18- bis 29-Jährigen. Vegane Ernährung sieht knapp die Hälfte als eher oder besonders ungesund an.

Mehr Informationen zum Thema findest Du unter [www.initiative-milch.de/articles/umfrage-genz/](http://www.initiative-milch.de/articles/umfrage-genz/)



#### WAS SCHÄTZEN VERBRAUCHER:INNEN AN MILCH BESONDERS?

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Geschmack und vielfältige Verwendung
- Klimaschutz

JETZT

# GRATIS BESTELLEN UND WEITERLESEN!

## ODER GLEICH DIE GANZE BRA!NBOX?



## NOCH MEHR BRAINFOOD!



... GIBT ES IN DER  
IZDIREKT LERNWELT

In unserem Shop [Izdirekt-lernwelt.de](http://Izdirekt-lernwelt.de) findest Du noch viel mehr Wissen in gedruckter Form:

- /// Die kompletten Markenlehrbrief-Boxen mit allen aktuellen Markenlehrbriefen
- /// Nützliche Basis- und Prüfungstrainer
- /// Eine Auswahl an interessanten Fachbüchern und Nachschlagewerken



Das E-Learning-Portal [training.Izdirekt.de](http://training.Izdirekt.de) für Mitarbeitende im Lebensmitteleinzelhandel ist mit kompakten E-Trainings inklusive Abschlusszertifikaten die perfekte, flexible und interaktive Ergänzung zu den Markenlehrbriefen. Hier kannst Du jederzeit **kostenlos und ohne Registrierung** Dein Wissen auffrischen: egal ob am PC, Tablet oder Smartphone.



[Izdirekt-lernwelt.de](http://Izdirekt-lernwelt.de)

[training.Izdirekt.de](http://training.Izdirekt.de)

