



Weidemilch, ohne Gentechnik und Regionalität – Marktpotenziale

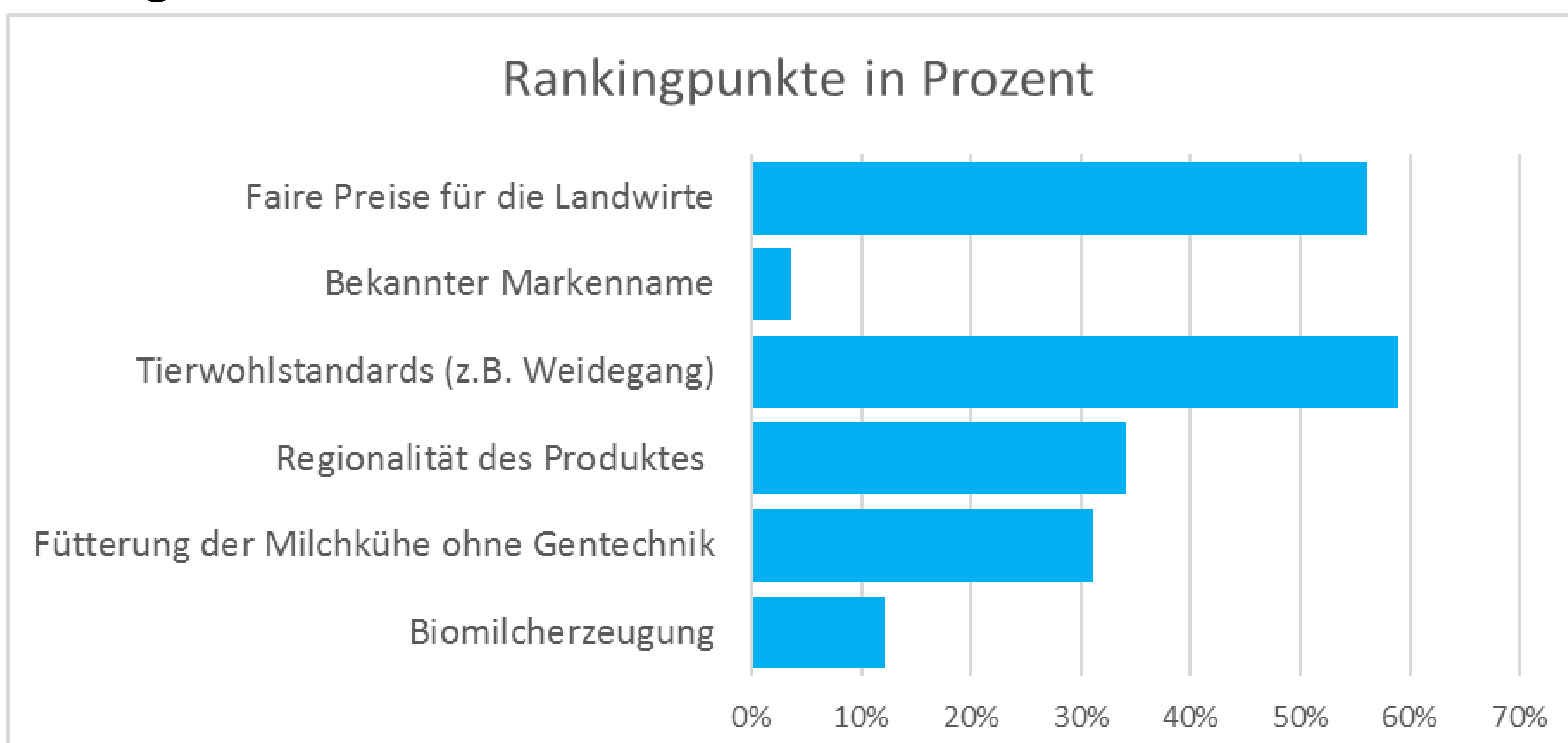
M. sc. Joke Clausen, B. sc. Yascha Koik, Prof. Dr. Holger D. Thiele und Prof. Dr. Martin Braatz

1. **Fragestellung:** Welche wichtigen Assoziationen und Qualitätsattribute sind bei der Markteinführung von Weidemilch zu beachten?

2. **Methodisches Vorgehen:**

- Zwei Verbraucherbefragungen (Face-to-Face) am point of sale, 2015/2016, in verschiedenen Regionen Schleswig-Holsteins ($n_1=144$, $n_2=242$)
- Statistische Analyse (Kreuztabellierung, Chi-Quadrat-Test, Wilcoxon-Rang-Test)

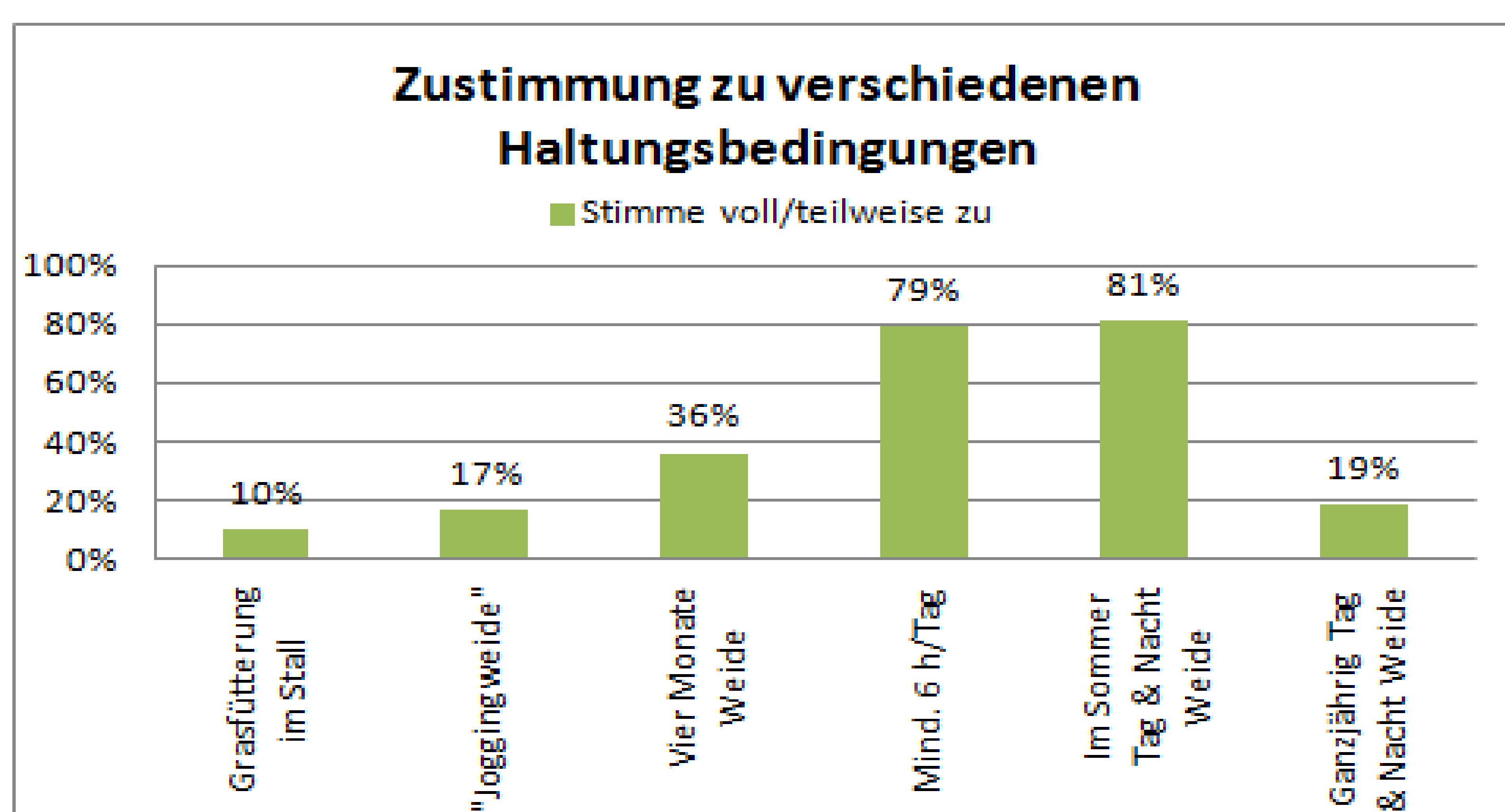
3. **Ergebnisse:**



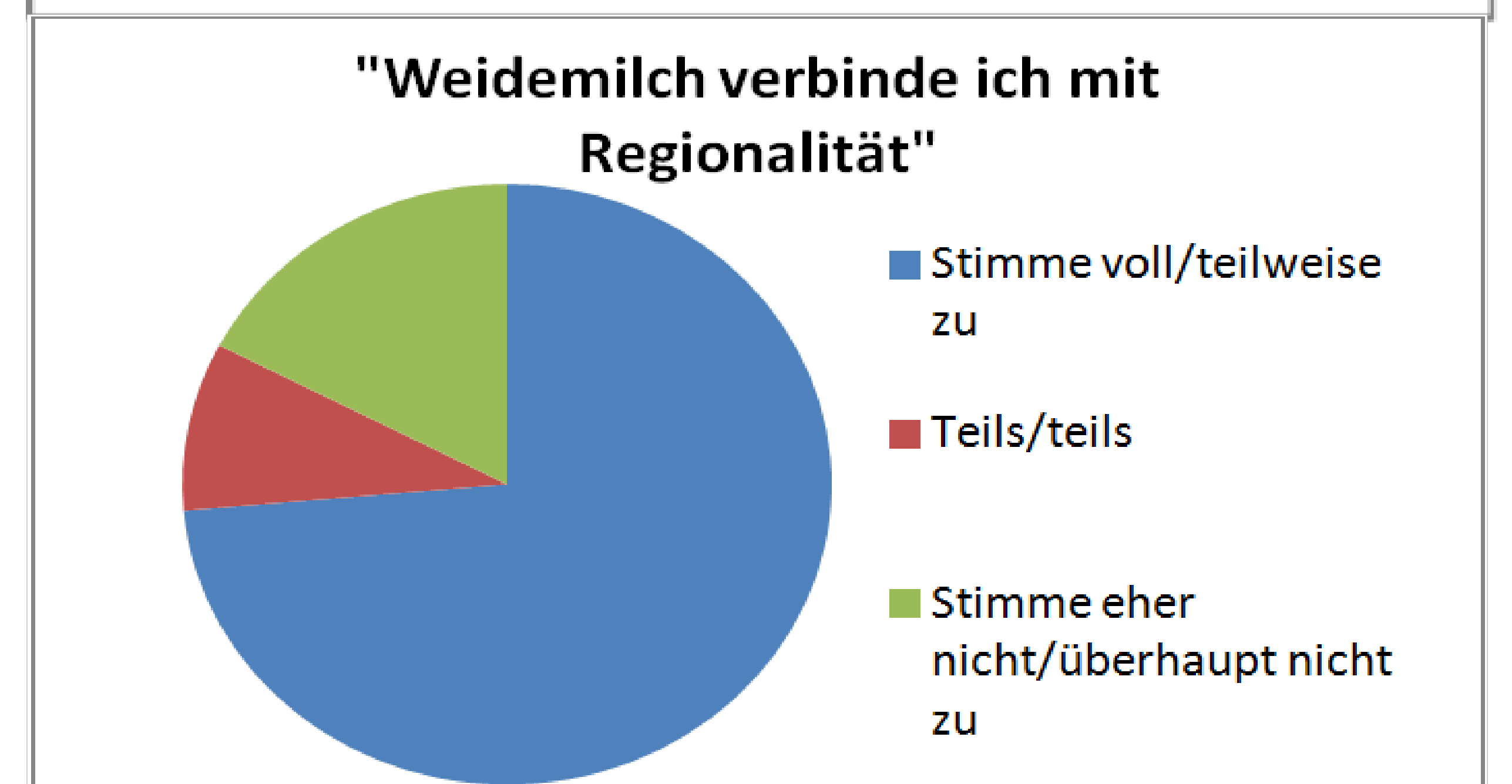
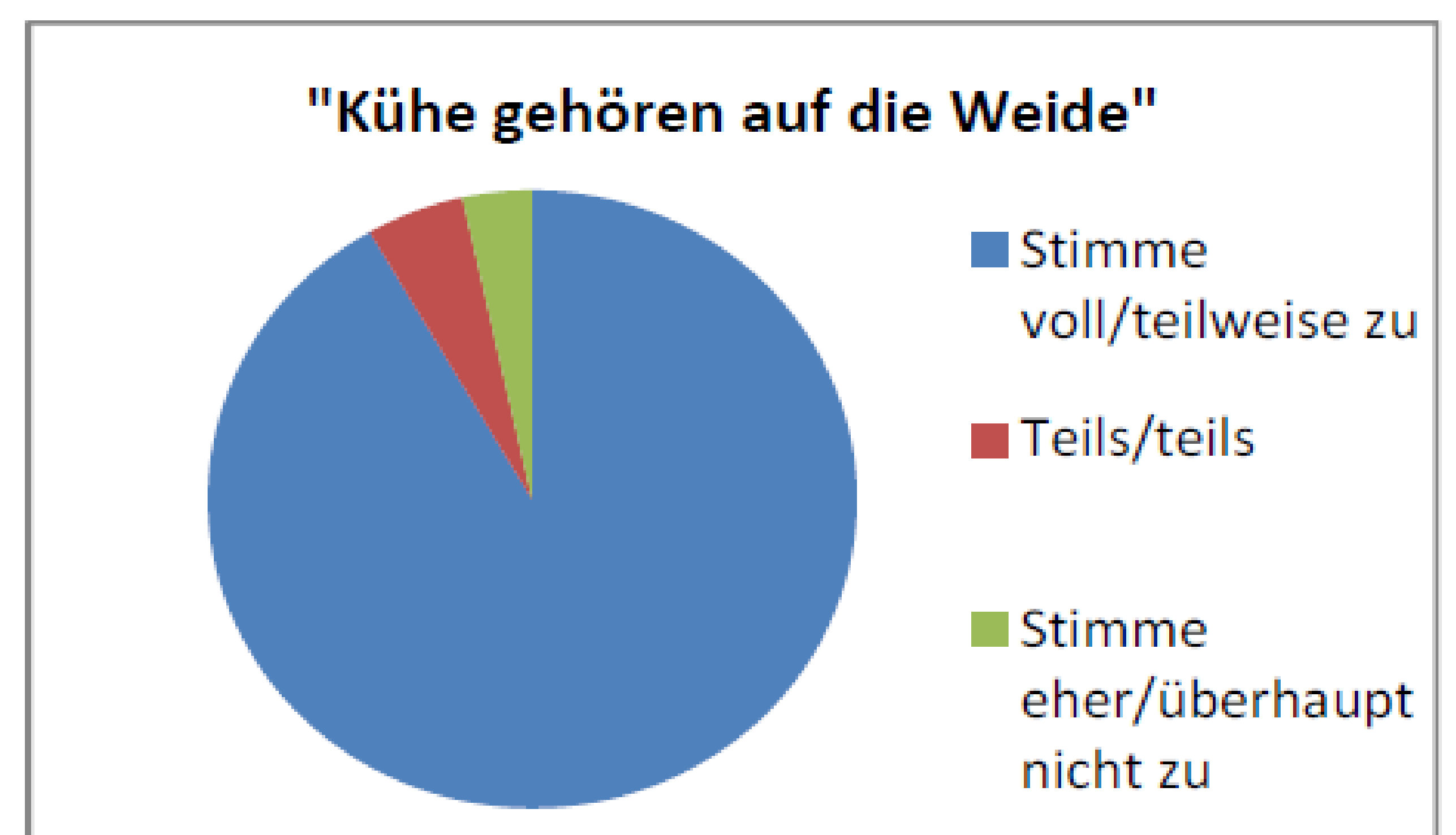
Wichtige Qualitätsattribute für den Kauf von Milch



„Tag cloud“: Assoziationen der Verbraucher zu Weidemilch



Anforderungen an Haltungsbedingungen



Tierwohl und Regionalität im Zusammenhang mit Weidemilch

4. **Schlussfolgerung:**

- Hohe Tierwohlstandards werden mit Weidemilch assoziiert
- Großes Marktpotenzial für Weidemilch
- Regionalität wichtiger als Bio-Standard
- OGT ist ein weiteres wichtiges Attribut
- Unsicherheiten auf Verbraucherseite
→ mehr Transparenz und Kommunikation notwendig

