

## **6. Hochschulforum „Ökonomie und Innovation in der Agrar- und Ernährungswirtschaft“ virtuell am 06. Mai 2021**

---

**Thema:** Der Trend zu pflanzlichen Milchalternativen: Preisaufschläge und deren Bestimmungsgründe

**Autor\*innen:** Vanessa Christian und Holger D. Thiele

### **Abstract**

Der Verkauf pflanzlicher Milchalternativen wie Soja-, Mandel- und Haferdrinks steigt in den letzten Jahren deutlich an. In Deutschland sollen 2019 die Pflanzendrinks bereits einen Marktanteil im gesamten Trinkmilchmarkt von 4% aufweisen. Während Unternehmen der Ernährungsindustrie bereits diverse Produkte anbieten, hadern noch viele Kuhmilcherzeuger und Molkereien bei diesem Thema. Informationen zu den Preisaufschlägen und deren Bestimmungsgründe können hier helfen, die Thematik für die Akteure richtig einzuschätzen. Neben der Frage der möglichen Preisaufschläge im Vergleich zur bisherigen konventionellen Trinkmilch ist auch die Frage wichtig, worauf in diesem möglichen neuen Geschäftsfeld beispielsweise bezüglich der Marke, des Herstellungsverfahrens und anderer Attribute Wert gelegt werden sollte?

Dieses Forschungspapier liefert einen Beitrag zu zwei Fragestellungen: 1. Wenn landwirtschaftliche Unternehmen, Milcherzeuger und Molkereien auf diesen Trend setzen würden, mit welchen Preisaufschlägen wäre im LEH gegenüber der bisherigen Kuhmilch zu rechnen; 2. Sollte dabei mehr auf Bio, auf die Entwicklung einer Herstellermarke oder auf andere Attribute Wert gelegt werden?

Vor diesem Hintergrund werden die Höhe und die Bestimmungsgründe des Preisaufschlags gegenüber der konventionellen Milch empirisch erhoben. Dafür wurden in dieser Arbeit im Herbst 2020 insgesamt 291 Kuhmilch- und Pflanzendrinks mittels Storechecks in 7 Lebensmitteleinzelhandelsgeschäften in Schleswig-Holstein erhoben und analysiert. Die Auswertung erfolgte mittels einer hedonischen Preisanalyse und darauf aufbauenden statischen Tests. Die Ergebnisse zeigen einen mittleren Preisaufschlag für Pflanzendrinks in Höhe von 0,85 EUR/Liter, allerdings mit sehr hoher Varianz. Die Ergebnisse der hedonischen Analyse untermauern die These, dass Bio und auch die Inhaltsstoffe von untergeordneter Bedeutung sind, sondern (wie auch bei der konventionellen Trinkmilch) das Markenversprechen ein entscheidender Bestimmungsgrund sind. Auf Basis der ersten Ergebnisse lässt sich schlussfolgern, dass noch eine längere Zeit signifikante Preisaufschläge zu erwarten sind und dass es wenig auf die Inhaltsstoffe einschließlich Calcium ankommt. In weiteren Analyseschritten im Frühjahr 2021 wird insbesondere der Einfluss der Hersteller- und Handelsmarken auf die Preisaufschläge von Pflanzendrinks untersucht. Dies ist besonders für die strategische Ausrichtung von späten Einsteigern in dieses neue Marktsegment von großer Bedeutung.