



Lattella

Herausforderungen am Milchmarkt

25. September 2026

Berglandmilch

Herausforderungen

- Kosten
- Kosten
- Kosten
- Stagnierende Produkterlöse

Herausforderungen

- Multiple Krisen (Kriege, Klima, ...)
- Gesellschaftliche Veränderungen
 - Regulierungswahn (PPWR, CSDDD, Entwaldungsverordnung, ...
 - Konsumverhalten (Ernährung, Einkaufsquellen, Tierwohl,...)
- Hohe Marktkonzentration als Antwort und weitere Herausforderung

Chancen

- Österreich als milchwirtschaftliche Gunstlage – hohe Bedeutung innerhalb der Landwirtschaft
- Vollwertiges Lebensmittel (gesund, naturnahe, nachhaltig, bestes Ernährungsprofil,...) – steigende Nachfrage
- Relativ stabile Branche mit Produktionsstandort Österreich (MitarbeiterInnen)



Herausforderungen



Lattella



berglandmilch



Österreichischer Handel immer stärker konzentriert ^{LZ}

23.1.26

LEH Marktanteil Spar, Rewe + Hofer/Lidl

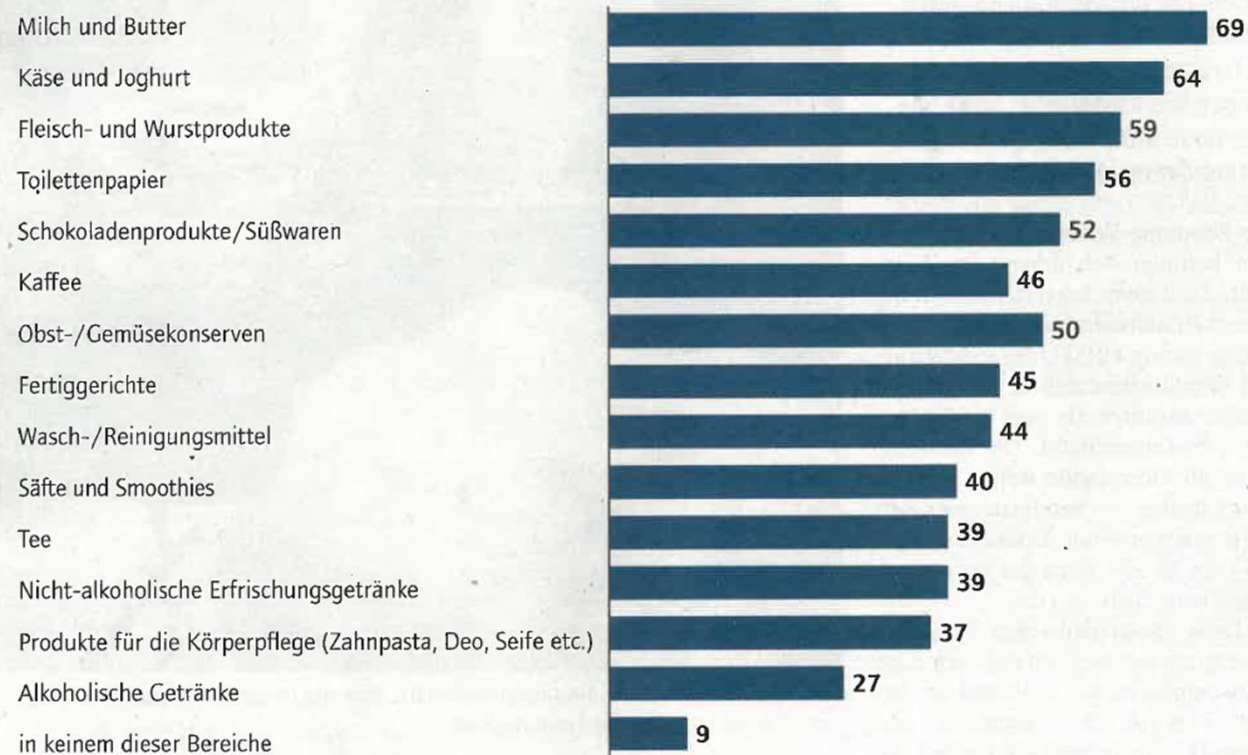
- 2014: 83%
- 2025: 87%

Drogeriewaren dm, Bipa + Müller

- 2014: 80%
- 2025: 86%

Mopro ist klassische Eigenmarken-Kategorie

Warengruppen, in denen häufiger als früher Eigenmarken gekauft wurden – Angaben in Prozent



LZ GRAFIK; QUELLE: SMARTCON

Nov 2024 (n=2.000 Interviews)

Fusion Arla + DMK



Name: Arla

Sitz: Dänemark



Fusion Milcobel + Friesland Campina

Umsatz $1,3 + 12,9 =$ **14,2 Mrd €**

Milchverarbeitung : $1,3 + 9,4 =$ **10,7 Mrd kg**

Beschäftigte: $1.800 + 21.000 =$ **22.800**

Mitglieder: $1.700 + 14.634 =$ **16.334**

Milch/Lieferant: $0,765 + 0,642 \Rightarrow$ **656.000 kg**



Weitere Beispiele

Müller Milch + Landliebe

Meggle + Rückers

NÖM + Vorarlbergmilch

Salzburgmilch + Pinzgaumilch

Gmundner Molkerei + Milchwerke Jäger

Gesellschaftliche Veränderungen



Lattella



Berglandmilch



Information

Enrico Krien, Nielsen

- Die Konsumenten informieren sich immer mehr online
- 73% entdecken neue Produkte auf Plattformen – der Einkauf passiert dann immer noch größtenteils offline



Trends

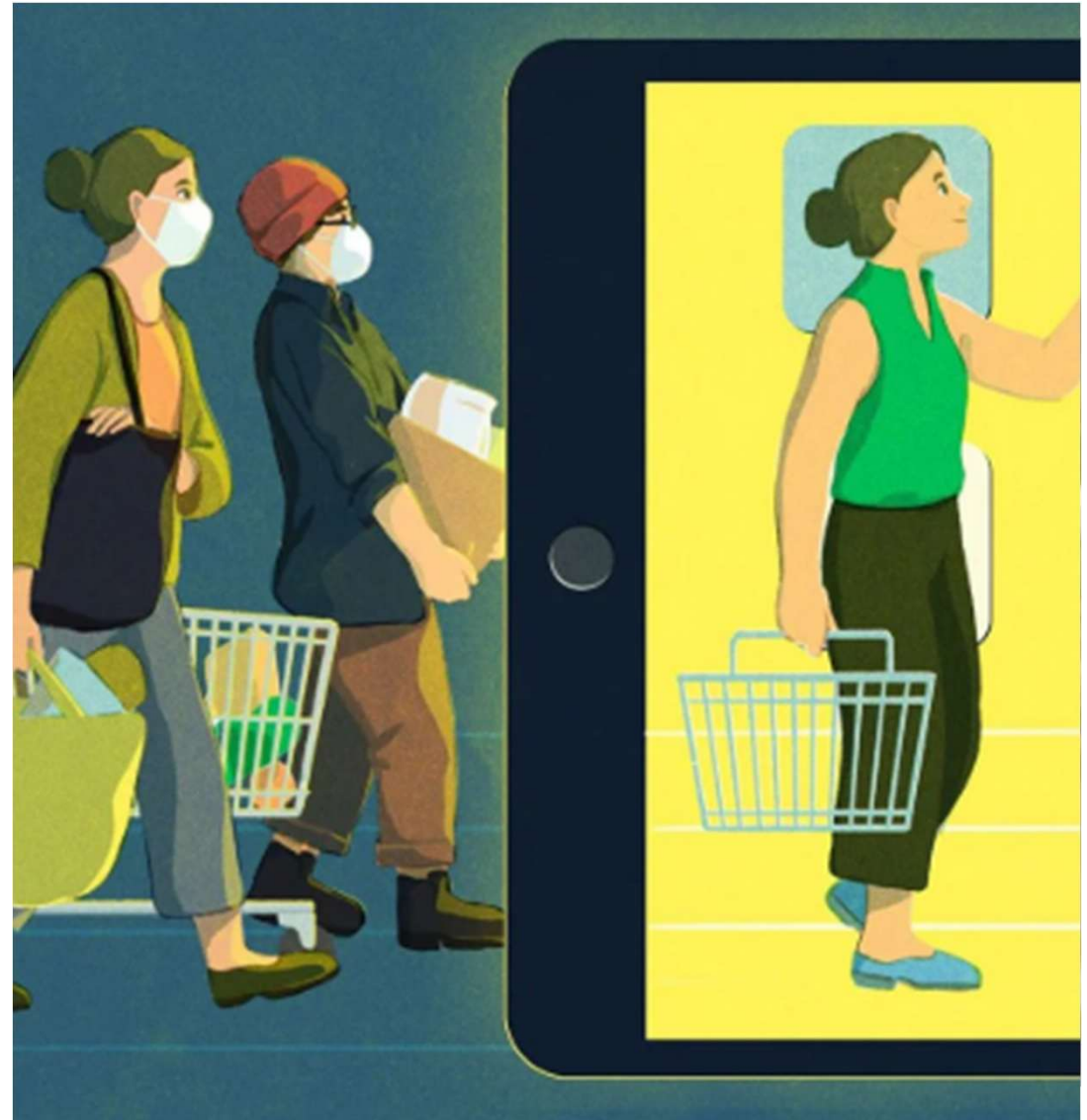
- entstehen und verbreiten sich heutzutage resend schnell
- sind sehr stark von den sozialen Medien beeinflusst

Skyr & Monster



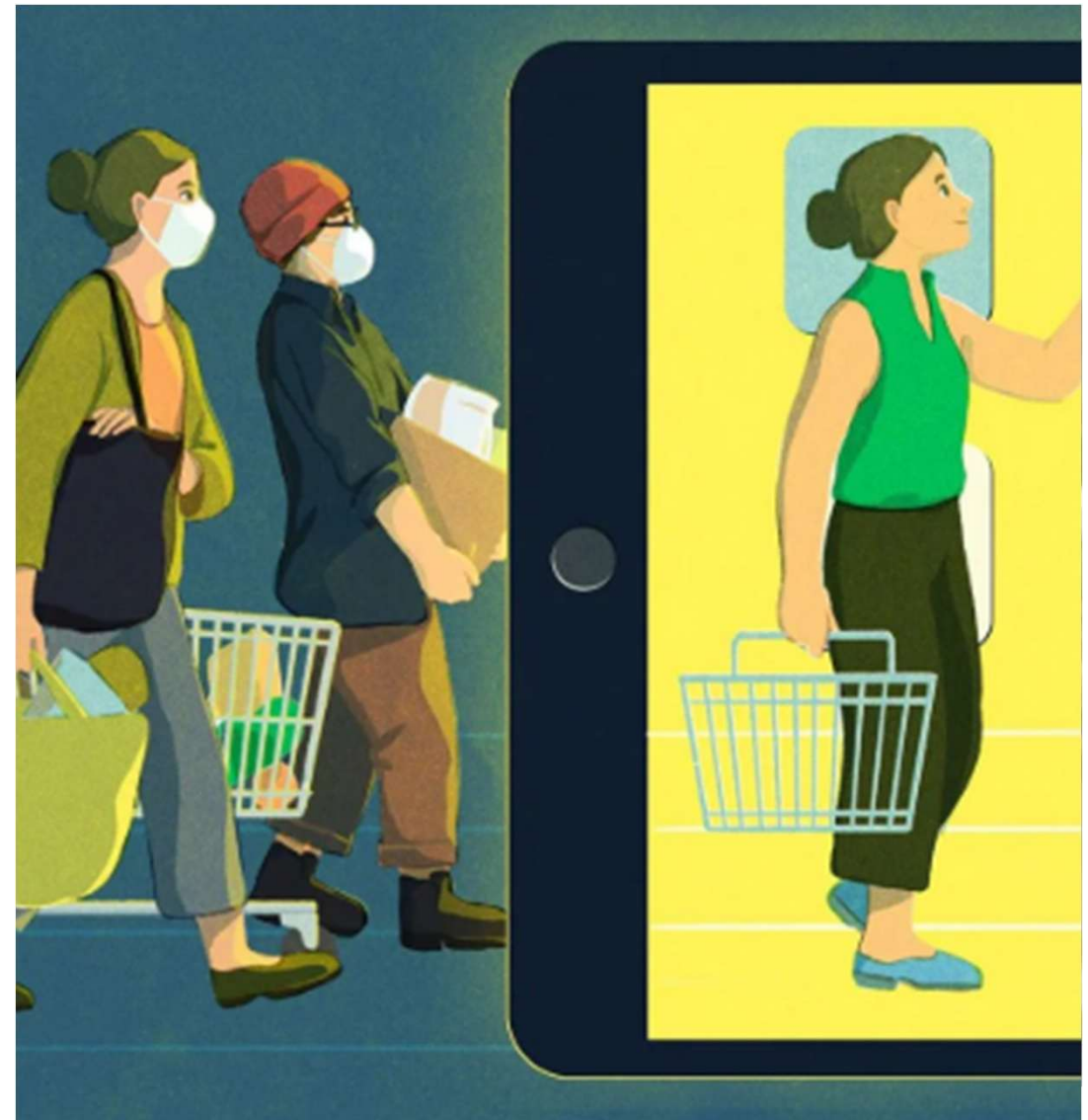
Soziale Medien O1 16.6.2026

- **Sozialen Medien zählen mittlerweile weltweit in jeder Altersgruppe als die wichtigste Informationsquelle**



Internet OÖN 20.10.2025

- **Fast jeder zweite nutzt das Internet vor dem Frühstück**
- **Die Hälfte der Frauen und 40% der Männer** checken nach dem Aufstehen Messengerdienste.





EU Regulierungswut

- Regulatorischer Tsunami der letzten 6 Jahre
- PPWR, Lieferkettenregulierung, Entwaldungs-VO, Empco-Richtlinie, ...
- + private Initiativen der Händler (Sbti, PCF, Netto-Null-Ziele, Recyclingfähigkeit,...)



Gesundheit Kehl, YouGov

- Gesundheit ist ein Megatrend
- Viele Glaubenssätze
- Nahrungsergänzungsmittel



Gesundheit Kehl, YouGov

- GLP-1, Collagen, Omega-3, Mg, Gut-health, Schlaf
- Der Markt schwimmt zwischen Supermarkt und Apotheke
- High Protein: weiße Linie besonders wichtig

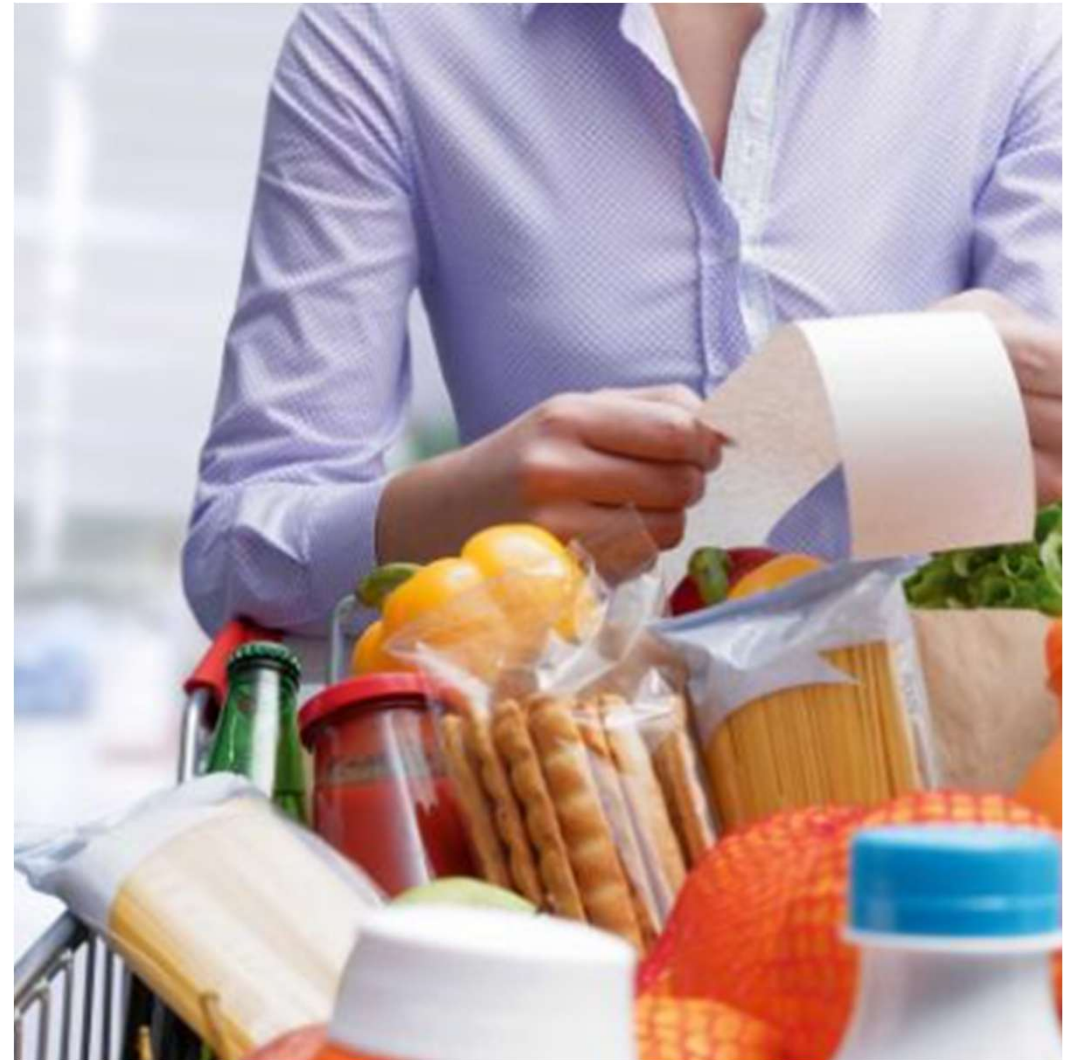
U.S.A – Abnehmspritze GLP-1



Foodtrends

LZ 31.10.25

- Selbstoptimierung und Longevity
- **Protein**
- **Wenig(er) Zucker**
- **Viel Ballaststoffe**
- Vegan verliert an Dynamik
- Nahrungsergänzungsmittel bleiben „in“





Fleischalternative(n) – der Hype ist vorbei LZ 19.12.25

- Iglo stellt die bisherige Veggie Strategie um
- Reduktion der Anzahl an Artikel
- Konsumgewohnheiten haben sich seit der Einführung von vor 5 Jahren geändert

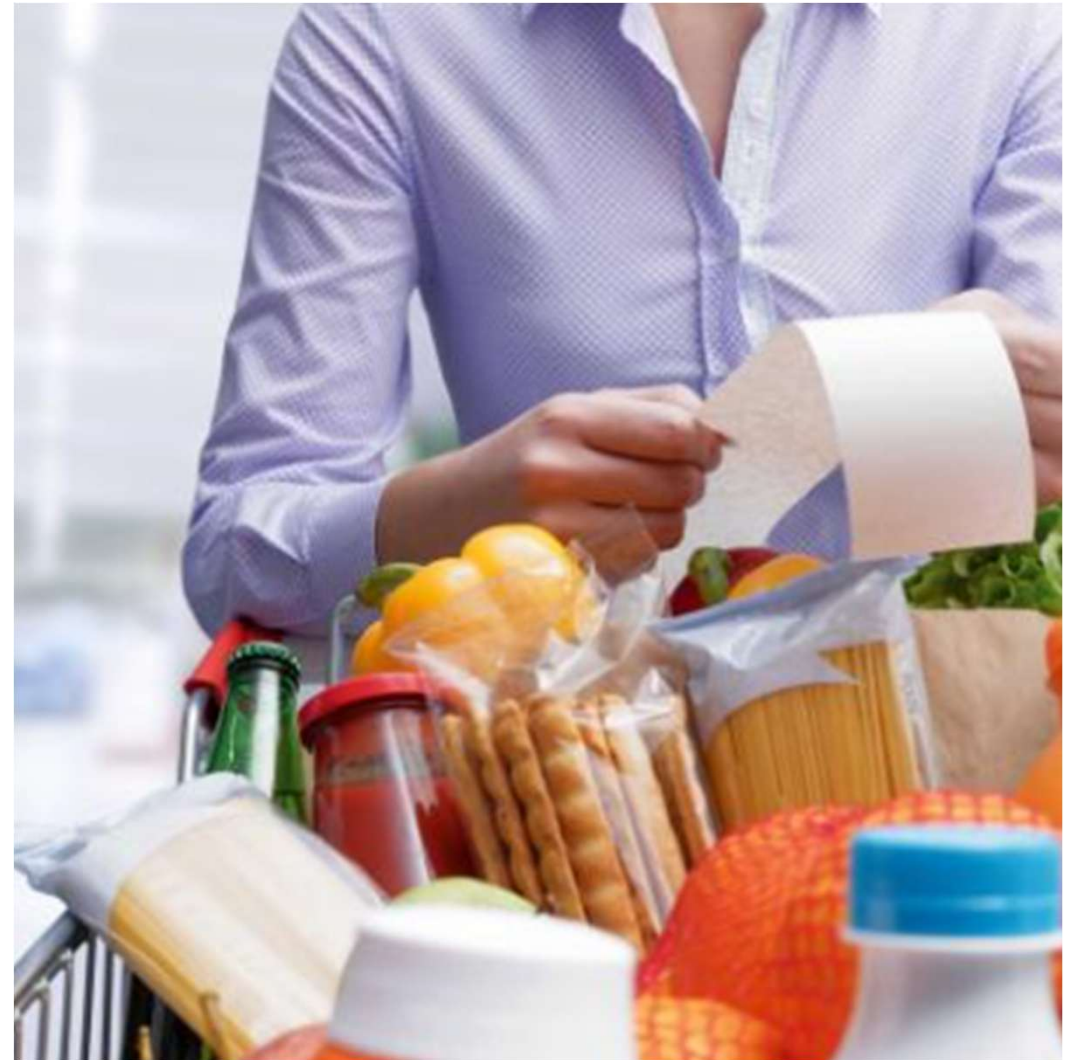
=> Es werden **wieder mehr fleischbasierte Proteinquellen** angeboten, etwa bei den Fertiggerichten

Konsumenten im Krisenmodus

Markant Tagung 23.10. 2025

Aktuelle Ängste der Konsumenten:

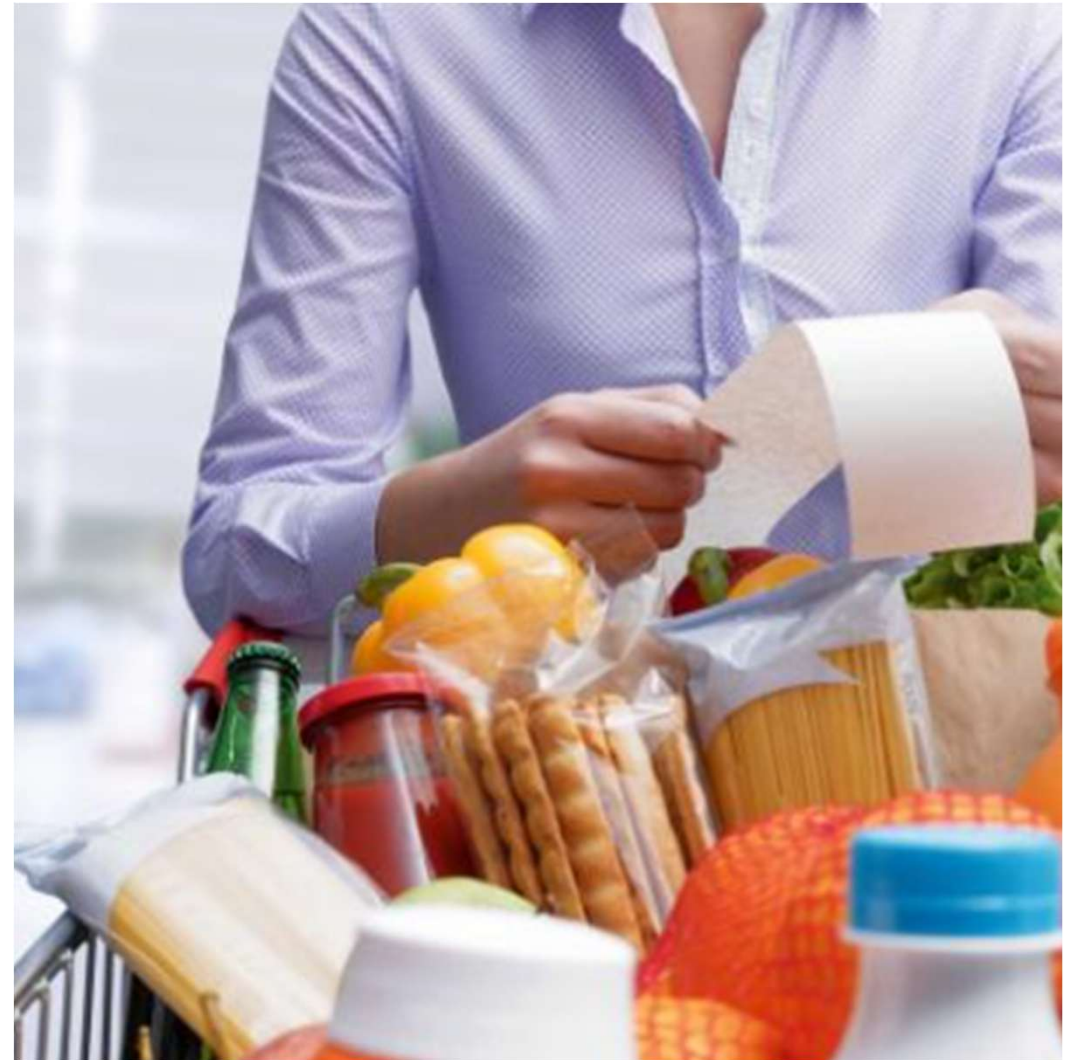
- Armut
- Umwelt
- Migration
- Führt zu **Kaufzurückhaltung**



Aktionen

Markant Tagung 23.10. 2025

- **Schnäppchenjäger und Diskontshopper in Österreich schon mehr als 40%**





Aktionsanteil in Österreich

- 2003: **12%**
- 2025: **33,4%**

Sparprogramm statt Spontankäufe

LZ 8.8.2025

- Studie Boston Consulting Group

- **Gezielte Suche nach Rabatten**

=> Markentreue leidet

=> Handelseigenmarken profitieren



..... und trotzdem



Lattella



Berglandmilch

Chancen



Lattella



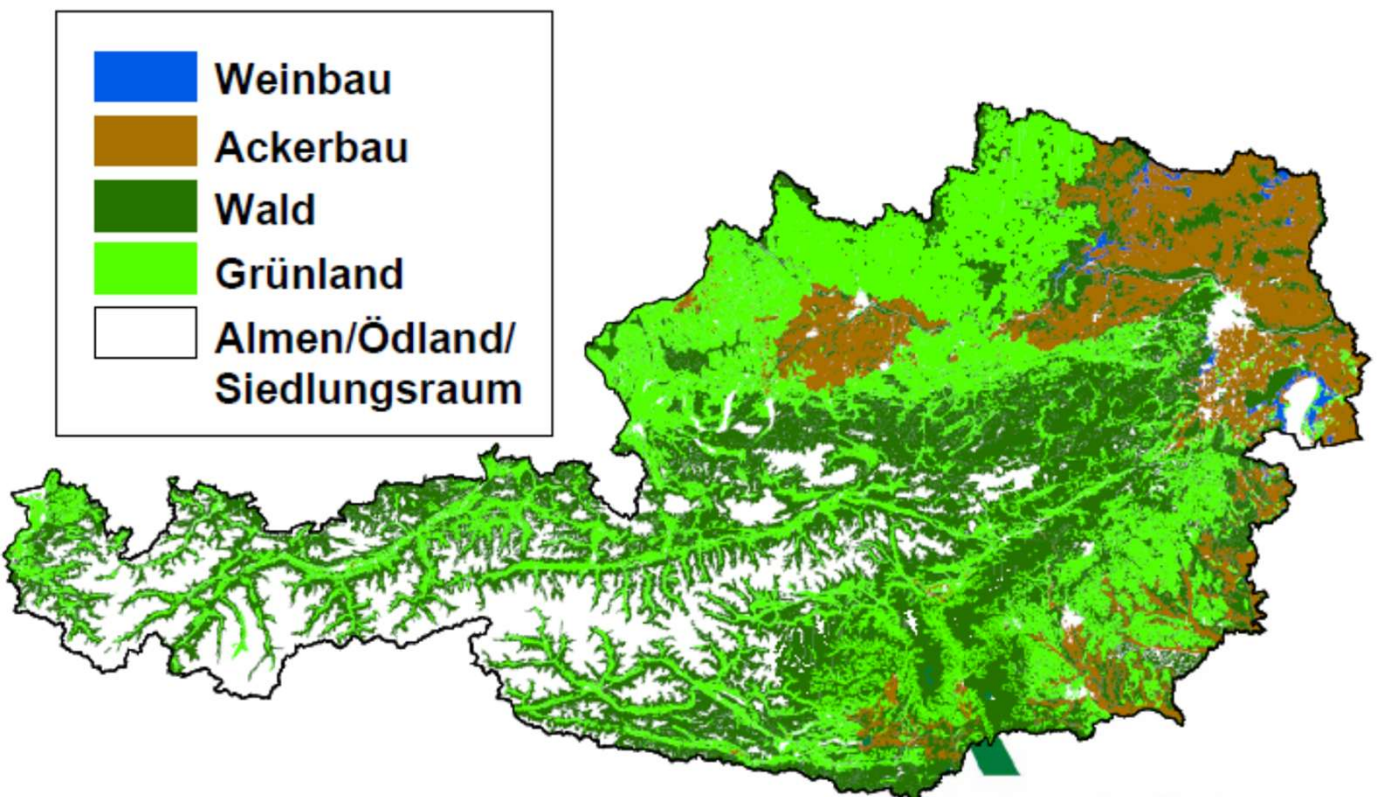
Berglandmilch

Landwirtschaftlicher Produktionswert

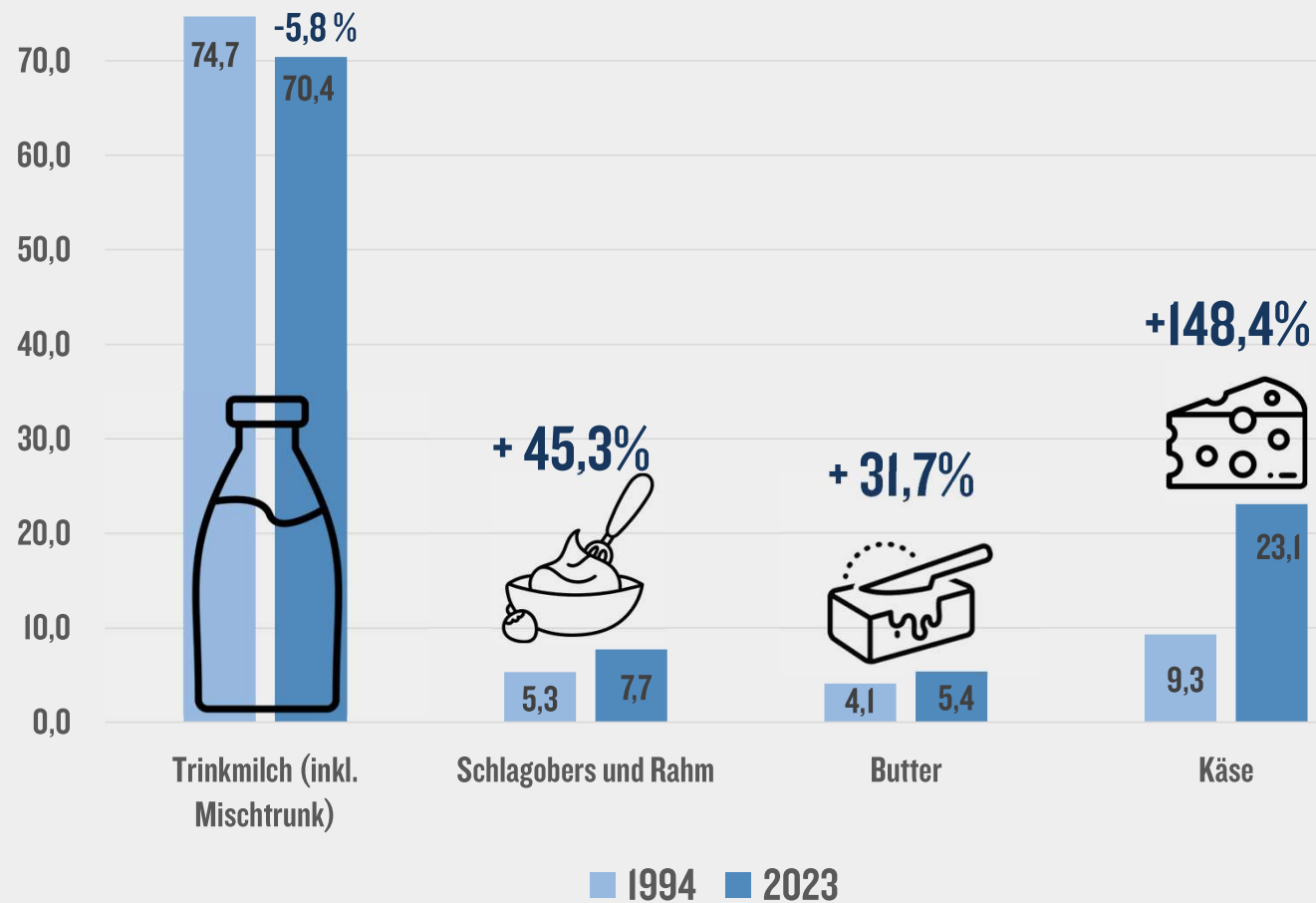
- 10,9 Mrd. Euro (landwirtschaftliche Güter inkl. Gartenbau 9,7 Mrd.€)
 - Milchwirtschaft 23,1% – (im Jahr 2000: knapp 16,1%)
 - Exkl. Zuchtvieh und Kälber
 - Steigend
-
- Anteil der Milchwirtschaft an der tierischen Erzeugung: 42,9% und steigend (2000: 31,3%)

Merkmal	2000	2015	2020	2025	Anteil
Getreide	726	728	835	1.058	10,9%
Ölsaaten und Ölfrüchte	87	177	222	291	3,0%
Eiweißpflanzen	27	14	14	17	0,2%
Zuckerrüben	128	76	56	69	0,7%
Sonstige Handelsgewächse ¹	5	8	13	16	0,2%
Futterpflanzen	442	531	496	659	6,8%
Gemüse	140	252	340	535	5,5%
Pflanzen und Blumen ²	273	377	372	484	5,0%
Kartoffeln	57	70	93	123	1,3%
Obst	139	257	294	505	5,2%
davon Frischobst	118	205	252	443	4,6%
davon Weintrauben ³	20	51	43	62	0,6%
Wein	347	455	539	639	6,6%
Sonstige pflanzliche Erzeugnisse ⁴	59	60	57	77	0,8%
Pflanzliche Erzeugung	2.429	3.006	3.330	4.473	46,1%
Rinder	748	843	770	1.210	12,5%
Schweine	685	732	834	902	9,3%
Geflügel	108	182	220	305	3,1%
Sonstige Tiere ⁵	57	51	51	81	0,8%
Milch	809	1.129	1.395	2.244	23,1%
Eier	123	246	296	424	4,4%
Sonstige tierische Erzeugnisse ⁶	56	45	35	68	0,7%
Tierische Erzeugung	2.585	3.229	3.601	5.235	53,9%
Erzeugung landwirtschaftlicher Güter	5.014	6.235	6.931	9.708	100,0%

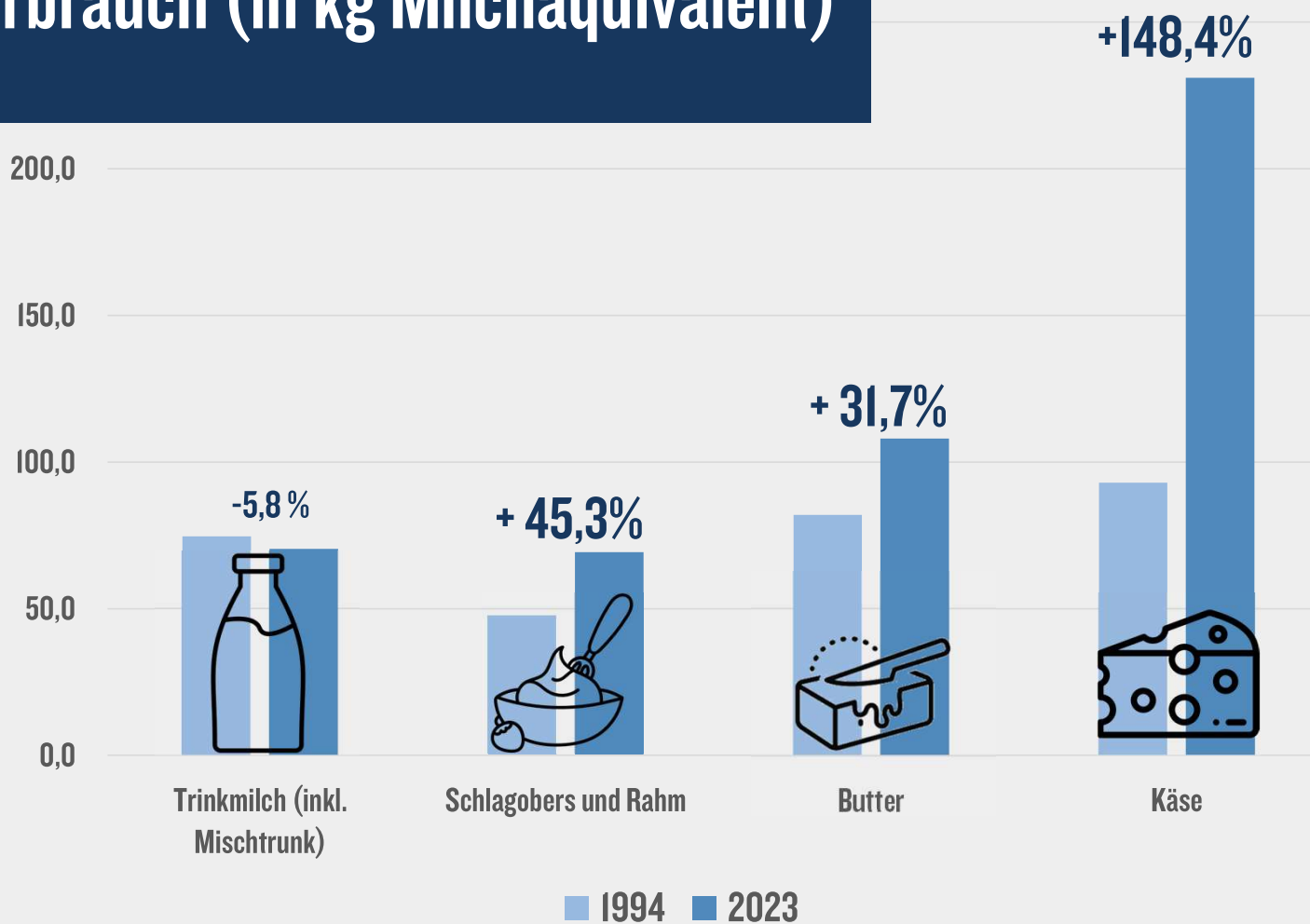
BEDEUTUNG DER GRÜNLANDWIRTSCHAFT



Pro Kopf Verbrauch (in kg)



Pro Kopf Verbrauch (in kg Milchäquivalent)



Produktportfolio gestern und heute



bergländmilch



Tierhaltungs- kennzeichnung

Im deutschen Lebensmittelhandel
umgesetzt - ITW mit 5-stufiger Skala

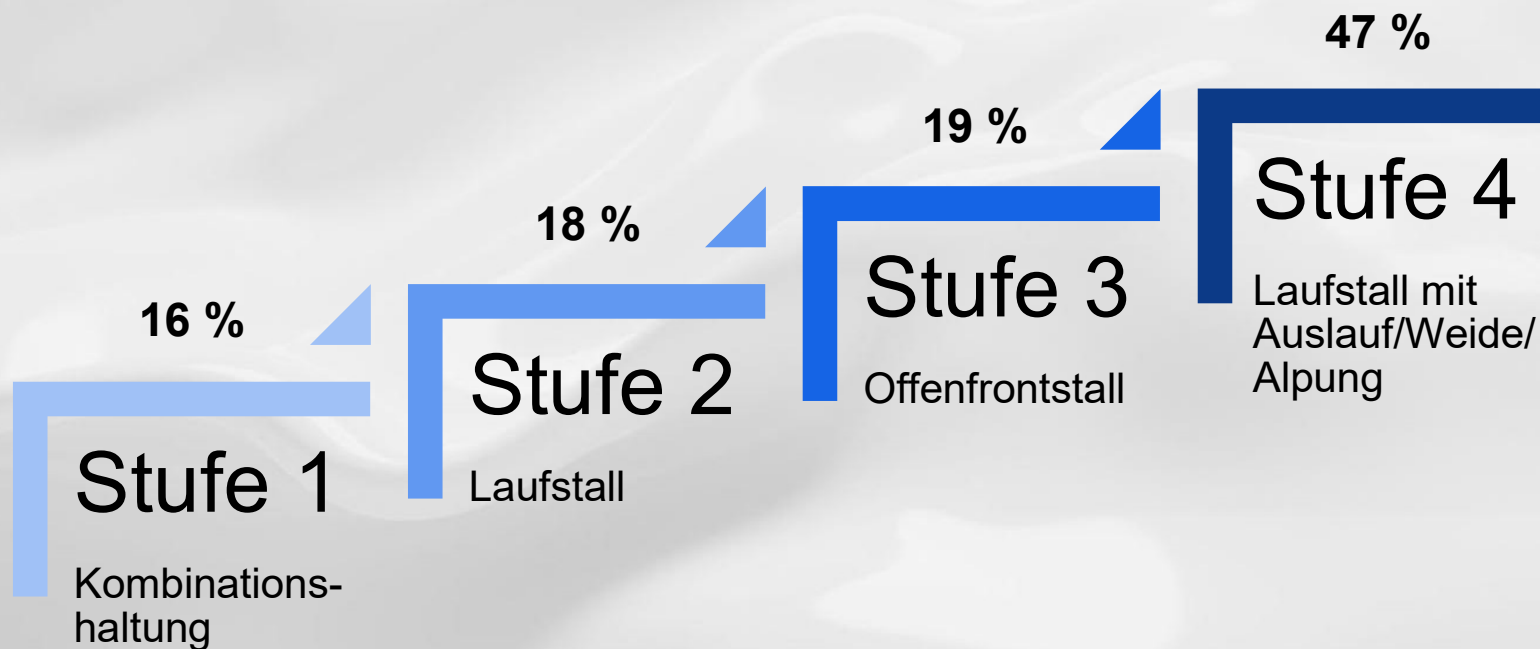


HALTUNGSFORM

Haltung zeigen. Orientierung schaffen.

Österreich: Forderung von
gesellschaftlichen Gruppen und des
Handels

Tierwohlbonus-Stufen



Gelieferte Milchmenge (beantragter Tierwohlbonus Stand 31.08.2026 Österreich)

berglandmilch

Anforderungen an die Milchviehhaltung aus Vermarktungssicht

Haltungsform 1 Stallhaltung haltungsform.de				
Haltungsform 2 Stallhaltung+Platz haltungsform.de				
Haltungsform 3 Außenklima haltungsform.de				
				
Haltungsform 4 Premium haltungsform.de	Bio*			

Mindestanforderungen für Programme, die Kriterien für Betriebe mit Milchviehhaltung festlegen				
Haltungsform 1 Stall haltungsform.de	Haltungsform 2 Stall + Platz haltungsform.de	Haltungsform 3 Frischlufstall haltungsform.de	Haltungsform 4 Auslauf/Weide haltungsform.de	Haltungsform 5 Bio haltungsform.de



Produkte



Lattella



berglandmilch

SRD Kefirtraum



berglandmilch

Lattella Mini – 30 % weniger Zucker



TM Kakaomilch

- 0 % Fett
- 0 % Süßstoffe



berglandmilch

SRD Bifidus Kids

- 0 % Zucker
- 0 % Süßstoffe



SRD Bergbauern Naturjoghurt 500 g

- 1,5 % Fett
- laktosefrei



berglandmilch

Lattella + Immun Kalamansi-Zitrone 500 ml



berglandmilch

Julius Meinl Iced Coffee



Schärdinger Mozzarella light



berglandmilch

Schärdinger Protein Cottage



berglandmilch

Schärdinger Proteinrange



Gern gemacht.



Lattella



berglandmilch