

PRESSEMITTEILUNG



TETRA PAK STUDIE: 30 PROZENT ZUWACHS BEI FLÜSSIGEN MILCHPRODUKTEN BIS ZUM JAHR 2020

Der aktuelle Milchindex von Tetra Pak zeigt: Wachsender Wohlstand und zunehmende Verstädterung in Asien, Afrika und Lateinamerika kurbeln die Nachfrage nach flüssigen Milchprodukten an.

Glattbrugg/Lausanne (12. Juli 2011) – Tetra Pak stellt die Ergebnisse seines aktuellen Milchindex vor. Die nunmehr vierte Ausgabe der Studie prognostiziert für die nächsten zehn Jahre einen Anstieg des weltweiten Konsums von Milch und anderen flüssigen Milchprodukten um rund 30 Prozent. Ausgelöst wird der Nachfrageboom vor allem durch das wirtschaftliche Wachstum und die steigende Kaufkraft der Mittelschicht in Asien sowie durch die zunehmende Verstädterung in der Region. Im Tetra Pak Milchindex zeigt der weltweit führende Anbieter von Verarbeitungs- und Verpackungssystemen für Lebensmittel Fakten, Zahlen und Trends zur globalen Milchindustrie auf.

Ausgehend vom Jahr 2010 wird der Bedarf an flüssigen Milchprodukten bis 2020 weltweit in fast allen Regionen steigen. Einzige Ausnahme bildet Westeuropa, das bereits den höchsten Pro-Kopf-Verbrauch an Milch verzeichnet. Die stark wachsende Nachfrage in Asien spiegelt die zunehmende Verlagerung der Wirtschaftskraft von West nach Ost wider: Die aufsteigende Mittelschicht wird die Nachfrage nach gesunden und verpackten Produkten in Supermärkten und kleinen Geschäften von Schanghai bis Mumbai ankurbeln.

Der Studie zufolge wird erwartet, dass die globale Nachfrage nach Milch und anderen flüssigen Milchprodukten – einschliesslich aromatisierter Milch, Trinkjoghurt, angereicherten Milchgetränken und Kleinkindmilch – bis zum Jahr 2020 auf rund 350 Milliarden Liter wachsen wird. Im Jahr 2010 waren es 270 Milliarden Liter.

«Eine grosse, neu entstehende Mittelschicht, die Urbanisierung sowie die Verbreitung moderner Einkaufsgewohnheiten durch aktive, gesundheitsbewusste und gut informierte Konsumentinnen und Konsumenten führen zu einem Anstieg der Nachfrage nach verpackter Milch in den sich entwickelnden Ländern», sagt Dennis Jönsson, Präsident und CEO von Tetra Pak. «Die Konsumentinnen und Konsumenten dieses Jahrzehnts suchen mehr Convenience und kompromisslose Qualität und Sicherheit.»

Die Studie zeigt folgende Trends:

- **China und Indien sind die treibenden Kräfte des Milchbooms**

Stetiges Bevölkerungswachstum in Indien, dem weltweit grössten Milchabnehmer, und die wachsende Beliebtheit von Milch in China werden dazu führen, dass am Ende dieses Jahrzehnts voraussichtlich mehr als ein Drittel des globalen Verbrauchs flüssiger Milchprodukte auf Indien und China entfällt. In der Region Asien/Pazifik liegt der Konsum weiterhin über dem der restlichen Welt.

PRESSEMITTEILUNG

- **Wechsel von offener zu verpackter Milch**

Voraussichtlich wird die zunehmende Wirtschaftskraft Indiens und anderer asiatischer Staaten den Konsum offener – also unverpackter – Milch in dieser Region hin zum Verbrauch verpackter Milch lenken: Im vergangenen Jahr wurden rund 51 Prozent der in den Entwicklungsländern konsumierten Milch offen gekauft. Der erwartete Absatz wird voraussichtlich 2014 mit 55 Prozent verkaufter Milch in Verpackungen einen Wendepunkt erreichen. Bis zum Jahr 2020 wird dieser Anteil voraussichtlich 70 Prozent betragen.

- **Suche nach mehr Wertschöpfung in entwickelten Märkten**

In den entwickelten Märkten Westeuropas und Nordamerikas haben voraussichtlich Produkte mit hohem Mehrwert und Komfort, die Gesundheit und Wohlergehen fördern, die besten Wachstumschancen in diesem Jahrzehnt. Zwar wird erwartet, dass hier der Pro-Kopf-Verbrauch an flüssigen Milchprodukten zurückgeht. Doch werden diese Regionen im Jahr 2020 weiterhin die beiden Spitzenplätze beim Verbrauch pro Kopf einnehmen.

- **Schwerpunkt auf Effizienz und Nachhaltigkeit**

Die grossen Marken und Händler in aller Welt verstärken ihr Engagement, um Abfälle und CO₂-Emissionen zu reduzieren. Dieser Trend wird sich fortsetzen. Zum Beispiel versprach die amerikanische Milchindustrie unlängst, ihre CO₂-Bilanz bis zum Jahr 2020 um 25 Prozent zu verbessern.

Tetra Pak kündigte vor kurzem an, seinen CO₂-Ausstoss bis Ende 2020 auf das Niveau von 2010 verringern zu wollen. Relativ gesehen entspricht dies einer Reduzierung des äquivalenten CO₂-Ausstoßes um 40 Prozent.

«Das wirtschaftliche Wachstum in Schwellenmärkten hat Millionen Menschen aus der Armut geholt. Sie haben mehr Geld, eine bessere Ausbildung und höhere Ansprüche», sagt Dennis Jönsson. «Das bedeutet für die Milchproduzenten sowohl eine Herausforderung als auch die Chance, den wachsenden Durst der Welt nach Milch zu stillen. Ich bin überzeugt, dass die Industrie diese Wachstumschance auf nachhaltige und innovative Weise nutzen wird. Sie kann den Menschen die Art von gesunden und nahrhaften Erzeugnissen und Convenience-Produkten bieten, die sie haben wollen.»

Der vierte Tetra Pak Milchindex kann unter

www.tetrapak.com/chde/SiteCollectionDocuments/Tetra_Pak_%20Milchindex_06-11.pdf heruntergeladen werden.

PRESSEMITTEILUNG

Medienkontakt:

Tetra Pak (Schweiz) AG

Europastrasse 30, 8152 Glattbrugg

Katharina Schenk

Manager Brand & Environment

Telefon: 044 804 66 00 • Telefax: 044 804 66 50

E-Mail: katharina.schenk@tetrapak.com

www.tetrapak.ch

Über Tetra Pak

*Tetra Pak ist der weltweit führende Anbieter von Verarbeitungs- und Verpackungssystemen für Lebensmittel. In enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Lieferanten liefern wir sichere, innovative und umweltfreundliche Produkte, die täglich den Bedarf von Hunderten von Millionen Menschen in weltweit über 170 Ländern decken. Mit fast 22 000 Mitarbeitern sind wir in über 85 Ländern tätig. Wir legen Wert auf eine verantwortungsvolle Unternehmensführung und einen nachhaltigen Ansatz für unser Geschäft. Unser Motto «**Schützt, was gut ist**» spiegelt unsere Vision wider, Lebensmittel überall auf der Welt sicher und verfügbar zu machen.*