



## Pressemitteilung

### DMK startet erfolgreich ins erste Geschäftsjahr

- **Operativer Start gelungen**
- **Solide wirtschaftliche Basis durch Eigenkapitalquote von 31 Prozent**
- **Positive Synergieeffekte bereits für das erste Geschäftsjahr erwartet**
- **Einstieg in neue Märkte: Repräsentanz in China bis Ende 2011**

**Everswinkel / Bremen, 20. Juni 2011.** Im Vorfeld der Vertreterversammlungen der Muttergesellschaften Humana Milchunion eG und NORDMILCH eG zieht die Geschäftsführung des Deutschen Milchkontors (DMK) am Montag ein erstes Fazit und legt Pläne für das laufende Geschäftsjahr vor. Deutschlands größtes Molkereiunternehmen, hervorgegangen aus den beiden größten genossenschaftlich organisierten Milchverarbeitern, vermeldet einen gelungenen operativen Start, steht auf einem soliden wirtschaftlichen Fundament mit einer zukunftsgerichteten Strategie.

DMK verfügt mit einer Eigenkapitalquote von 31 Prozent über eine sehr gesunde Finanzstruktur und eine solide Ausgangsbasis für Wachstum und strategische Investitionen. Positive Synergieeffekte aus dem Zusammenschluss verschaffen weitere Wettbewerbsvorteile: „Unabhängig von den zu erwartenden positiven Markteffekten gehen wir davon aus, dass wir bereits im ersten Jahr Einsparungen in zweistelliger Millionenhöhe erzielen werden“, so Dr. Josef Schwaiger, Sprecher der Geschäftsführung. Das Geschäftsjahr 2011 ist entsprechend gut angelaufen: Die Auszahlung an die mehr als 11.000 Landwirte ist mit 32,7 ct/kg (Durchschnitt Jan-Apr 2011) trotz Fusion stabil, die Ergebnisse liegen deutlich über Vorjahr. „Wir liegen voll im Plan und behaupten uns gut im Markt“, kommentiert Volkmar Taucher, Geschäftsführer Finanzen, die Entwicklung.

#### **DMK will weiter wachsen**

Zur Sicherung einer Spitzenposition in der zu erwartenden weiteren Konsolidierung der europäischen Molkereilandschaft, will DMK seine Rohstoffbasis durch Kooperationen mit starken Partnern, Fusionen und Zukäufe weiter ausbauen: „Wir könnten uns vorstellen, in zwei bis drei Jahren eine Milchmenge in zweistelliger Milliardenhöhe zu verarbeiten, die Fusion zwischen Humana und NORDMILCH ist hier ein erster Schritt, dem weitere folgen werden“, kündigt Dr. Schwaiger an. Auch über die Milchmengenentwicklung hinaus sieht DMK in Kooperationen mit starken Partnern einen Weg, den eigenen wirtschaftlichen Erfolg auszubauen. Ein Beispiel ist das jüngst gegründete Gemeinschaftsunternehmen zur Molkeverarbeitung und Vermarktung mit dem dänischen Molkereikonzern Arla.

#### **Oberstes Ziel: Wertschöpfung erhöhen**

Oberstes Ziel bei der Verwertung des Rohstoffs Milch ist die Erhöhung der Wertschöpfung zur Auszahlung eines wettbewerbsfähigen und überdurchschnittlichen Milchauszahlungspreis für die über 11.000 genossenschaftlichen Eigentümer. Dies soll über ein moderates Wachstum in Deutschland, Ausbau der Marktanteile der weißen Linie innerhalb der EU und der Forcierung des Markengeschäfts sowie dem Verkauf von



milchbasierten Inhaltsstoffen für die Ernährungsindustrie erreicht werden. Darüber hinaus werden die Geschäftsfelder Babynahrung, Eis und Gesundheitsprodukte mit gleicher Intensität weitergeführt. Diese Produktsegmente bieten langfristig attraktive zusätzliche Verwertungsmöglichkeiten milchbasierter Rohstoffe.

### **Eroberung neuer Märkte im Fokus – Schritt für Schritt**

Der Fokus liegt jedoch auf dem Ausbau des Geschäfts im Drittland: „Außerhalb von Europa steigt die Nachfrage nach Milchprodukten, während sie in Deutschland und Europa stagniert – bei steigender Milchmenge“, so Rolf Janshen, Geschäftsführer Vertrieb. „Daher ist das internationale Geschäft alternativlos“. Um an der positiven Entwicklung der Märkte teilzuhaben, hat DMK seine Organisation entsprechend ausgerichtet: In neu geschaffenen Bereichen wie Unternehmensentwicklung und Innovationsmanagement werden Wachstumsregionen analysiert, Markteinstiegsstrategien entwickelt und Innovationsprozesse mit gebündeltem Knowhow vorangetrieben. Neben bestehenden Exportmärkten wie beispielsweise Russland, wo DMK bereits seit Jahren insbesondere mit Käse gut im Geschäft ist, wurden ausgewählte asiatische Länder als potenzielle Zielmärkte ausgemacht. Erster Schritt ist die Gründung einer Niederlassung in China bis Ende des Jahres, um den Kontakt zum dortigen Handel oder anderen Vertriebskanälen zu intensivieren. „Viele der Länder sind mittelfristig nicht in der Lage, ihren Bedarf mit eigener Milchproduktion zu decken. Diese Märkte wollen wir, im Sinne unserer Milcherzeuger, nicht unseren Wettbewerbern überlassen“, begründet Dr. Schwaiger, Sprecher der Geschäftsführung, diesen Schritt.

**Bildmaterial finden Sie in der Rubrik „Presse“ auf [dmk.de](http://dmk.de).**

### **Über DMK**

Die Humana Milchindustrie GmbH und die Nordmilch GmbH haben sich zur neuen Nummer 1 der deutschen Milchindustrie zusammengeschlossen: DMK Deutsches Milchkontor GmbH, kurz DMK. Hinter dem DMK stehen über 11.000 aktive Milcherzeuger mit 6,8 Milliarden Kilogramm Milch. Diese wird an 24 Standorten mit Hilfe von mehr als 5.500 Mitarbeitern unter anderem zu Milchfrischprodukten wie Milch, Joghurt und Quark, Käse, milchbasierten Inhaltsstoffen für die Lebensmittelindustrie sowie Babynahrung, Eiskrem und Gesundheitsprodukten verarbeitet. Mit rund 4 Milliarden Euro Umsatz gehört das Unternehmen auch europaweit zu den Top Ten der Milchindustrie.

### **Für redaktionelle Rückfragen:**

Godja Sönnichsen  
Leitung Unternehmens- und  
Markenkommunikation  
Pressesprecherin  
DMK Deutsches Milchkontor GmbH  
Flughafenallee 17  
28199 Bremen  
Germany  
Tel.: +49 421 243-2283  
Fax: +49 421 243-2452  
Mail: [godja.soennichsen@dmk.de](mailto:godja.soennichsen@dmk.de)  
Web: [www.dmk.de](http://www.dmk.de)

Hermann Cordes  
Leitung Kommunikation Landwirtschaft/  
Politik/ Verbände  
DMK Deutsches Milchkontor GmbH  
Flughafenallee 17  
28199 Bremen  
Germany  
Tel.: +49 421 243-2293  
Fax: +49 421 243-2487  
Mail: [hermann.cordes@dmk.de](mailto:hermann.cordes@dmk.de)  
Web: [www.dmk.de](http://www.dmk.de)