



Pressemitteilung

Alles aus einer Hand

Deutschlands neues Molkereiunternehmen Nummer eins demonstriert bei der diesjährigen Anuga Leistungsfähigkeit

Everswinkel / Zeven, 7. Oktober 2011. „All about milk“, „All about dairy products“, „All about cheese“ – beim ersten internationalen Auftritt unter neuem Dach setzt DMK Deutsches Milchkontor, kurz DMK, auf konzentrierte Markt- und Produktkompetenz aus einer Hand. Mit Schwerpunkt auf den Geschäftsbereichen Käse und Molkereiprodukte (Mopro) will DMK vom 8. bis 12. Oktober das Fachpublikum der weltweit größten Ernährungsmesse von seiner Leistungsfähigkeit und Innovationskraft überzeugen. Entsprechend der Ausrichtung des frisch fusionierten Unternehmens steht dabei in diesem Jahr einmal mehr das internationale Geschäft im Fokus. Vorgestellt wird unter anderem die Neupositionierung der Exportmarke OLDENBURGER.

„Wir nutzen die Anuga, um unsere konzentrierte Produkt-, Sortiments- und Verpackungskompetenz erstmalig gesamtheitlich darzustellen“, erklärt DMK-Vertriebschef Rolf Janshen die Zielsetzung des ersten Messeauftritts des fusionierten Unternehmens. „Die Erschließung neuer Märkte außerhalb Deutschlands, außerhalb Europas ist einer der Säulen der Unternehmensstrategie und ein wichtiger Hebel zur Absatz- und Umsatzsteigerung. Die Messe ist für uns daher eine ideale Plattform, um uns auf internationaler Ebene als leistungsfähiger Partner zu positionieren“, führt Janshen aus.

Um diese gesetzten Ziele zu erreichen und nicht nur in Deutschland moderat zu wachsen, sondern insbesondere an der positiven Entwicklung wachsender Märkte teilzuhaben, hat DMK seine Vertriebsorganisation entsprechend ausgerichtet: Innerhalb der Geschäftsbereiche „Mopro“ und „Käse“ arbeiten künftig Vertriebs- und Marketingexperten mit Erfahrung im Einzelhandels- und Großhandelsgeschäft und der Weiterverarbeitung mit der Lebensmittelindustrie an Produkt- und Vermarktungskonzepten für Eigenmarken- und Industrieprodukten, abgestimmt auf die Besonderheiten der jeweiligen Regionen.

Oberste Priorität hat dabei die Sicherung der erstklassigen Qualität „Made in Germany“: Die langjährige Erfahrung in der Herstellung von Milchprodukten, verbunden mit modernsten Technologien, garantiert eine sanfte und schonende Verarbeitung der hochwertigen Rohstoffe. Strenge und kontinuierliche Qualitätskontrollen starten schon bei der Sammlung der Milch auf dem Bauernhof und enden erst mit der Auslieferung an den Kunden.

Mehr Wertschöpfung über proaktives Handelsmarkenmanagement

Kern der Strategie im Geschäft mit dem internationalen Einzelhandel ist das proaktive Handelsmarkenmanagement. „Handelsmarken sind so stark wie nie zuvor“, erklärt Rolf Janshen, Geschäftsführer Vertrieb. „Wir wollen unsere Partner mit neuen Ideen und Innovationen und aufgewerteten Sortimente auf ihrem Weg zu höherer Wertschöpfung begleiten und vom Wachstum profitieren“. Unter Berücksichtigung aktueller



Verbrauchertrends werden künftig neue Produktideen im engen Kontakt mit dem Kunden entwickelt und zur Marktreife geführt. Das langjährige Knowhow in der Herstellung, das breite Produktsortiment und die konzentrierte Produkt-, Sortiments- und Verpackungskompetenz helfen dabei.

Ausbau der Exportmarke OLDENBURGER - „Nature’s Finest“

Der Relaunch der etablierten Exportmarke OLDENBURGER soll darüber hinaus für Impulse bei der weiteren Erschließung von Wachstumsmärkten sorgen: “OLDENBURGER konnte seine Position im internationalen Markt über die Jahre hinweg behaupten und steht für Qualität ‚made in Germany‘“, begründet Janshen den Ausbau von OLDENBURGER zur führenden Exportmarke.

Die Marke ist vor über 30 Jahren im Herzen Norddeutschlands in der Nähe der Stadt Oldenburg entstanden. Verwurzelt im Norden Deutschlands, profitiert OLDENBURGER seit jeher von der positiven Verbindung mit dieser Region: blauer Himmel mit sanften weißen Wolken und offenen unberührten Wiesen bis zum Horizont. Dieses Markenimage transportiert den einzigartig frischen Geschmack der Produkte, den unverfälschten natürlichen Genuss.

Zurzeit ist die Marke OLDENBURGER in mehr als 80 Ländern weltweit vertreten. Dabei reicht das breite Produktportfolio von frischen und haltbaren Milchprodukten wie Milch- und Milchgetränke, Sauermilcherzeugnisse, Sahne und Kondensmilch, Speise-, Frucht- und Gewürzquarks, Joghurts, Desserts bis hin zu Milchpulver und Butter. Ein weiterer Schwerpunkt im Sortiment sind die verschiedenen Schnittkäsesorten wie zum Beispiel Gouda, Edamer, Butterkäse oder Tilsiter – erhältlich wie es der Kunde verlangt: in Scheiben, Raspeln oder Stücken bis hin zu 15-kg-Blocks.

Abgestimmt auf die Nachfrage der Kunden nach Produkten mit besonderen Rezepturen und Funktionalitäten wird die reguläre OLDENBURGER -Range durch ein Premium-Sortiment (OLDENBURGER Exquisit) und eine Produktlinie für den Großverbraucherbereich (OLDENBURGER Professional) ergänzt. Vermarktungsschwerpunkte bilden neben bewährten Klassikern wie Käse und H-Produkte die neue aseptische Joghurt- und Dessertrange, aufgrund der langen Haltbarkeit eine echte Innovation. Mit der für 2012 geplanten Überarbeitung des Markenauftritts inklusive einem zeitgemäß aufgefrischten Logo und neuem Verpackungsdesign entsprechend dem Claim „Nature’s finest“ ist Oldenburger komplett startklar zur Eroberung neuer Märkte.

Besuchen Sie unseren Messestand: Halle 10.1, Gang C, Stand 011



Über DMK

Die Humana Milchindustrie GmbH und die Nordmilch GmbH haben sich im Mai 2011 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 23 Standorten mit Hilfe von mehr als 5.500 Mitarbeitern unter anderem zu Milchfrischprodukten wie Milch, Joghurt und Quark, Käse, milchbasierten Inhaltsstoffen für die Lebensmittelindustrie (Dairy Ingredients) sowie Babynahrung, Eiskrem und Gesundheitsprodukten verarbeitet. Mit rund 4 Milliarden Euro Umsatz gehört das Unternehmen auch europaweit zu den Top Ten der Milchindustrie.

Weitere Informationen sowie aktuelles Fotomaterial unter www.dmk.de.

Für redaktionelle Rückfragen:

Godja Sönnichsen
Leitung Unternehmenskommunikation/
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
Web: 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
Web: www.dmk.de