



Persbericht

DMK Group: Op weg naar 2030

Bedrijf presenteert jaarcijfers voor 2022 en geeft vooruitzichten voor 2023

Bremen/ Hannover, 21 juni 2023: Ondanks alle uitdagingen in 2022 kan DMK Group terugkijken op het meest succesvolle boekjaar in haar geschiedenis. Met een melkprijs die ruim boven het BLE-gemiddelde ligt, heeft de onderneming de ontwikkeling van voorgaande jaren voortgezet. Maar maatschappelijke vraagstukken zoals de transformatie van voeding, de oprukkende klimaatverandering of het toenemende tekort aan geschoolde arbeidskrachten blijven ook in 2023 om oplossingen vragen. En de markt toont ook fluctuaties van de sector in het huidige jaar. Voor de DMK Group is "Vision 2030" een constante koers en een beproefd kompas, zo concludeerde CEO Ingo Müller tijdens de jaarlijkse ledenvergadering in Hannover.

In een jaar dat opnieuw uitdagingen en onzekerheden kende in de toeleveringsketens, vervolgde DMK Group in 2022 het implementeren van de doelen die het zichzelf had gesteld en bereikte deze ruimschoots: de omzet van Duitslands grootste zuivelcoöperatie bleef op het niveau van € 5,5 miljard van vorig jaar, de solvabiliteitsratio bleef stabiel op 31,3% (vorig jaar 33,8%) en het resultaat lag met € 22,7 miljoen op koers (vorig jaar € 27 miljoen). Wat betreft de melkgelduitbetaling aan de boeren, het belangrijkste doel van de coöperatief georganiseerde onderneming, behaalde DMK een recordresultaat voor 2022: DMK sloot af met een gemiddelde melkprijs van 53,6 cent/kg (vorig jaar 35,88 cent/kg), wat 1,3 cent boven de officiële federale vergelijking (BLE) ligt. Soms ontvingen boeren tot 61 cent/kg rauwe melk.

Focus op de belangrijke kwesties

De wereld verandert razendsnel. Naast de voortschrijdende voedseltransformatie en dringende klimaatproblemen, komen ook onderwerpen als digitalisering en het tekort aan geschoolde arbeidskrachten steeds meer in beeld. Het is daarom essentieel voor DMK Group om deze kwesties aan te pakken en oplossingen te ontwikkelen als onderdeel van haar Strategie 2030. *"We moeten steeds meer mensen gezond en duurzaam voeden met steeds minder middelen. In het Engels bestaat hier een treffende term voor: "More with less". Als we hierin willen blijven slagen met een breed scala aan hoogwaardige voedingsmiddelen, waarin onze zuivelproducten een centrale rol blijven spelen, moeten we actie ondernemen en duidelijke kaders ontwerpen",* zegt CEO Ingo Müller. Ook al is het duidelijk dat er nog veel te doen is: als een van de grootste voedingsmiddelenfabrikanten in Duitsland heeft het bedrijf alle vertrouwen om deze enorme transformatie op alle gebieden mee vorm te geven. Van de ontwikkeling van nieuwe zuivel- of zelfs plantaardige producten, de implementatie van nieuwe werkmodellen tot de verdere ontwikkeling van boerderijen en het verkleinen van de ecologische footprint met projecten zoals "Net Zero Farming", het besparen van energie en water op de locaties of het verminderen van verpakkingsafval. *"Onze duurzaamheidsstrategie en de daarvan afgeleide doelen geven een duidelijke richting aan. We hebben slimme en innovatieve ideeën nodig om dit pad met succes te volgen. Daarbij willen we het goede voorbeeld geven en met ons werk belangrijke signalen en impulsen afgeven voor de hele zuivelindustrie. Vertrouwen is onze sterkste troef in een tijd die vaak alleen zwart en wit kent",* vat Müller de taken samen.



Strategie, teamgeest & ambitie tellen ook in 2023

Terwijl de aanzienlijk betere prestaties van DMK in 2022, gecombineerd met een gunstige marktontwikkeling, leidden tot een recordjaar, is de markt alweer scherp gedraaid door een inflatiegerelateerde daling van de vraag. De hierdoor ontstane fluctuaties zullen ook in het lopende boekjaar voor uitdagingen blijven zorgen. Daarnaast zullen hogere productievereisten en hiermee gepaard gaande stijgende kosten en de volledig veranderende politieke randvoorwaarden in de transformatie van landbouw en voeding in 2023 evenzeer een opgave vormen. Desondanks heeft DMK Group zich goed gepositioneerd met haar 2030-koers en zal deze ook in het lopende jaar voortzetten. Müller: *"We hebben bewezen dat DMK goed in staat is om complexe taken aan te pakken dankzij een verder geoptimaliseerde productportfolio en de toegenomen flexibiliteit. Ook als externe omstandigheden niet altijd voorzien of gepland kunnen worden. Strategie alleen is echter niet voldoende: daar zijn teamgeest en ambitie voor nodig. Beide hebben we."*

Referentie:

Het actuele DMK Group Jaar- en Duurzaamheidsverslag 2022 is te vinden op [dmk.de/nl/2022](https://www.dmk.de/nl/2022).

Over de DMK Groep

Met ongeveer 6.600 werknemers op meer dan 20 locaties in Duitsland, Nederland en andere internationale hubs verwerkt de grootste zuivelcoöperatie van Duitsland melk tot levensmiddelen van de hoogste kwaliteit. De productportefeuille reikt van kaas, zuivelproducten en ingrediënten tot babyvoeding, roomijs en weiprodukten en veganistische producten. Er is een groot consumentenvertrouwen in merken zoals MILRAM, Oldenburger, Uniekaas, Alete bewust en Humana zowel in Duitsland als daarbuiten, waardoor de onderneming een belangrijke speler is op haar thuismarkt Duitsland en op verschillende markten over de hele wereld. Als een van de grootste leveranciers aan de Duitse retail, met een omzet van 5,5 miljard euro, is de DMK-groep een van de leidende ondernemingen in de zuivelindustrie binnen Europa.

Voor redactionele vragen:

Oliver Bartelt
Global Head of Corporate Communications
DMK Deutsches Milchkontor GmbH
Flughafenallee 17
28199 Bremen
Germany

oliver.bartelt@dmk.de
www.dmk.de
www.twitter.de/dmk_milch

Vera Hassenpflug
Senior External Communications Manager
DMK Deutsches Milchkontor GmbH
Flughafenallee 17
28199 Bremen
Germany

vera.hassenpflug@dmk.de
www.dmk.de
www.twitter.de/dmk_milch