



## **DMK Group met nieuw standconcept bij ANUGA** **Producten en inspiratie voor klanten en consumenten**

**Bremen, 29 september 2023.** Voor de DMK Group staat de ANUGA dit jaar in het teken van een "weerzien" ter plaatse. Naast beproefde klassiekers laat het bedrijf vooral met nieuwe producten en concepten zien hoe het met slimme oplossingen voor klanten en consumenten inspeelt op de veranderende eetgewoonten. In deze context zal Duitslands grootste zuivelcoöperatie ook laten zien hoe het actief de oprukkende klimaatverandering tegengaat - of het nu gaat om optimalisatiemaatregelen in de fabrieken, nieuwe verpakkingsconcepten of een grootschalig proefproject om emissies in de landbouw te verminderen. Een nieuw standconcept biedt de perfecte omgeving voor een uitwisseling in een ontspannen sfeer. De DMK Group wordt in Keulen vertegenwoordigd door de business units International, Brand en Industry en is te vinden in hal 10.1 op standnummer D-010-C-011.

### **Geschikte omgeving voor persoonlijke dialoog**

De wereldwijd toonaangevende beurs voor voeding en dranken is voor DMK een belangrijk platform om na de corona-gerelateerde beperkingen van de afgelopen jaren weer een persoonlijke dialoog aan te gaan met bestaande en potentiële klanten en andere geïnteresseerde bezoekers. Dit jaar lanceert het bedrijf voor het eerst een compleet nieuw standconcept dat een perfecte mix biedt van evenement- en markthalkarakter en met zijn feel-good sfeer een ruimte creëert voor open uitwisseling met gasten en bezoekers. Met de showcooking van de populaire professionele kok en impulsgever Heiko Antoniewicz krijgen bezoekers een uitgebreide indruk van het uitgebreide assortiment en kunnen ze de diverse toepassingen van de producten ervaren. De focus zal vooral liggen op de verkoopkanalen foodservice en retail, maar ook op de expertise als leverancier voor industriële klanten.

### **Plantaardige producten blijven trendy**

Nadat de DMK Group haar eerste eigen plantaardige producten presenteerde op de laatste Anuga in 2021, richt het bedrijf zich dit jaar vooral op de toepassingseigenschappen van de producten - bijvoorbeeld voor de foodservice met de MILRAM Gouda alternatieve veganistische rasp voor warme toepassing of de MILRAM chocoladepudding op basis van haver. Voor de detailhandel presenteert DMK de nieuwe plantaardige spreads in drie varianten: naturel, lentekruiden en paprika, evenals de veganistische geraspte kazen Pizza-Zeit en Auflauf-Zeit onder het merk MILRAM.

### **Volledig assortiment voor de internationale markt**

Voor internationale klanten presenteert het merk Oldenburger de nieuwe merkcommunicatie voor de handel en het volledige assortiment UHT-melk, UHT-room, gecondenseerde melk, kaas en boter. Oldenburger Professional heeft ook nieuwe producten voor foodservice gebruikers wereldwijd: naast klassieke desserts zoals panna cotta en crème brûlée, ook een hoogwaardige H-cream, speciaal voor patisserie en dranktoepassingen. Witte en Rode Cheddar worden binnenkort gelanceerd in broden van 3 kg, perfect voor het bereiden van hamburgers.

### **Toepassingsinspiraties voor catering en industrie**

Voor professionele koks in de cateringindustrie richt MILRAM Food-Service zich, net als Oldenburger Professional, op de populaire internationale desserts. MILRAM Griekse yoghurt biedt ook creatieve impulsen en andere producten uit het klassieke assortiment bieden een breed scala aan mogelijke toepassingen voor de buitenshuismarkt. Het team van de DMK Business Unit Industry is er bijzonder op gebrand om beursbezoekers de expertise voor de aangeboden producten over te brengen, evenals een diepgaand begrip van de veelzijdige toepassingsmogelijkheden. Er worden ook producten gepresenteerd die kunnen worden geïndividualiseerd en volledig kunnen worden afgestemd op de respectieve behoeften van de klant.



### **Trendy producten voor klanten en consumenten**

Een ander producthoogtepunt zijn de gevarieerde MILRAM papvariëteiten met volkoren haver, die een heerlijke trend zetten in het klassieke segment, zowel warm als koud.

In het algemeen speelt variatie een steeds belangrijkere rol voor klanten en consumenten. Trendy kaassoorten zoals Cheddar bereiken nu een relevant marktaandeel en spreken vooral jongere kopers aan. DMK speelt in op deze trend in alle distributiekkanalen en presenteert de populaire variëteit in verschillende toepassingsgebieden.

### **Over de DMK Group**

Met ongeveer 6.600 werknemers op meer dan 20 locaties in Duitsland, Nederland en andere internationale hubs verwerkt Duitslands grootste zuivelcoöperatie melk tot voedingsmiddelen van de hoogste kwaliteit. De productportfolio varieert van kaas, zuivelproducten en ingrediënten tot babyvoeding, ijs, weiprodukten en veganistische producten. Merken als MILRAM, Oldenburger, Uniekaas, Alete bewusst en Humana genieten groot vertrouwen bij consumenten in binnen- en buitenland, waardoor het bedrijf een kracht is om rekening mee te houden in haar thuismarkt en geselecteerde doelmarkten over de hele wereld. Als een van de grootste leveranciers aan de Duitse levensmiddelendetailhandel en met een omzet van 5,5 miljard euro is de DMK Group een van de toonaangevende bedrijven in de levensmiddelenindustrie in heel Europa.

### **Voor redactionele vragen:**

Vera Hassenpflug  
Senior Manager Externe Communicatie  
DMK Deutsches Milchkontor GmbH  
Luchthavenlaan 17  
28199 Bremen  
Duitsland  
vera.hassenpflug@dmk.de  
www.dmk.de  
www.twitter.de/dmk\_milch

Birgit Lüdemann  
Manager externe communicatie  
DMK Deutsches Milchkontor GmbH  
Flughafenallee 17  
28199 Bremen  
Duitsland  
birgit.luedemann@dmk.de  
www.dmk.de  
www.twitter.de/dmk\_milch