



Presseinformation

DMK GROUP: Business Units zeigen Neuheiten auf der Anuga Impulsstarke Sortimente für Handel, Foodservice und Lebensmittelhersteller

Bremen, 09. Oktober 2017. Nach der im Frühjahr gestarteten Neuausrichtung präsentiert sich die DMK GROUP dem Fachpublikum auf der diesjährigen Anuga mit einem ganzheitlichen Produkt- und Serviceangebot und einem hohen Kunden- und Marktverständnis, um sich stärker als führender Partner für Handel und Industriekunden zu etablieren. Die Business Units DMK BRAND, DMK PRIVATE LABEL und DMK INTERNATIONAL stellen spannende Neuheiten und Themen wie ein übergreifendes Category Management für den deutschen Markt vor.

DMK BRAND: Neue MILRAM Käsesorten und attraktives To-Go-Konzept

Für ihre nationale Marke MILRAM präsentiert DMK auf der Anuga zwei Neuheiten aus dem Käsesortiment: MILRAM Rügener und MILRAM Küstenkäse bringen mit ihrer herzhaften Note ein Stück Norddeutschland aufs Brot. Dank Rotschmierkultur schmecken die beiden Käseoriginale, die aus Milch von der Insel Rügen hergestellt werden, besonders intensiv.

Hohen Kaufanreiz im Ultrafrische-Bereich schafft MILRAM mit dem neuen To-Go-Konzept "Frischer Genuss". Das Sortiment besteht aus drei Produkten: dem Multitalent Quark-Creme, dem Klassiker Milchreis und Skyr als trendige Variante. Alle drei Neuheiten sind bereits in To-Go-Becher abgefüllt und können vom Handel direkt im Markt im Handumdrehen mit frischem Obst, Müsli und anderen Toppings verfeinert werden. „Verzehrferne Snacks mit frischen Zutaten liegen voll im Trend. Dabei erwarten Verbraucher ultrafrische Produkte mit handgemachtem Charakter. Mit MILRAM Frischer Genuss können unsere Handelspartner ab sofort die anhaltende Nachfrage ihrer Kunden bedienen und zusätzliche Kaufimpulse schaffen. Das neue To-Go-Konzept vereint Ultrafrische-Convenience mit bekannter Markenqualität und minimalem Handlingaufwand“, erklärt Matthias Rensch, Chief Operating Officer DMK BRAND.

DMK PRIVATE LABEL: Mit neuen Ideen Impulse setzen

Die Business Unit DMK PRIVATE LABEL richtet den Fokus auf den weiteren Ausbau des Skyr-Angebotes um ein Drink-Konzept, das auf den To-Go Trend aufsetzt, sowie auf einen Quark nach griechischer Art in verschiedenen Varianten, denn neben Protein sind Produkte mit besonderem Genussfaktor nach wie vor ein wichtiges Thema.

Zukünftig legt DMK PRIVATE LABEL den Fokus noch stärker auf die Konsumenten: als Verbraucher mit vielfältigen Wünschen und Vorstellungen über Ernährung, aber auch als Shopper und den daraus abgeleiteten Anforderungen an eine optimale Regalgestaltung und -struktur. „Auf der Anuga wollen wir anhand vertiefender Studien aus unserem Hause über internationale Trends im Food- wie auch Dairy-Bereich mit unseren Partnern im Handel diskutieren: Was bleibt – was kommt – was wird wichtiger?“, sagt Thorsten Rodehüser, Chief Operating Officer DMK PRIVATE LABEL. Der Business Unit ist wichtig, die Marken des Handels auf dem Weg zum „next level“ zu begleiten: Impulse setzen – gemeinsam neu denken, auch über Kategorien hinaus – und damit den Konsumenten begeistern.



DMK INTERNATIONAL: Innovative Neuheiten für internationale B2C- und Foodservice-B2B-Kunden

Unter der Marke Oldenburger präsentiert DMK INTERNATIONAL aktuelle Neuheiten für Foodservice-Kunden: Eine Chef's Cooking Cream mit 20 Prozent Fettgehalt ist hitze-, säure- und alkoholstabil und flockt somit nicht aus. Das speziell auf die Anforderungen der Profiköche ausgerichtete Produkt im 1-kg-Pack eignet sich ideal zum Verfeinern von Saucen, cremigen Suppen und vielen anderen Gerichten. Zusätzliches Umsatzpotenzial für Bäckereien und Gastronomiebetriebe bietet die neue laktosefreie Schlagsahne, denn 25 Prozent der Weltbevölkerung leidet unter Laktoseintoleranz. Das Neuprodukt bietet die bekannte Oldenburger Qualität mit einem cremigen, stabilen Schaum und leckerem Geschmack. Es hat einen Fettgehalt von 35 Prozent und wird im 1-kg-Pack angeboten. Mit bewährten hochwertigen Zutaten und verbesserter Rezeptur erfüllt die Oldenburger Sahne Shani mit 35 Prozent Fettgehalt die Ansprüche der Profis in Gastronomie und Bäckereien.

Der Gesundheitstrend hält an, entsprechend präsentiert DMK fünf Neuheiten im Joghurt und Quark Sortiment: milder Frucht-Joghurt in der Sorte Erdbeere, süßlicher Fruchtojoghurt in der Variante Pfirsich & Passionsfrucht sowie erfrischender purer Joghurt und cremiger Joghurt Türkischer Art. Der pure Oldenburger Quark eignet sich für die Zubereitung von kalten und warmen Speisen. Die verzehrfertigen Produkte gibt es im wiederverschließbaren 5-kg-Eimer.

Oldenburger bietet die beliebten Käse-Sorten Gouda und Edamer jetzt auch als Scheiben im praktischen 1-kg-Paket. Die geschindelten Scheiben lassen sich einfach aus der Verpackung entnehmen und vielseitig einsetzen – als Bereicherung des Buffets, für Sandwiches, überbackene Gerichte und vieles mehr. Speziell für Pizza, Pasta und Salate ist der neue Oldenburger Mozzarella hervorragend geeignet. Er ist wahlweise gerieben oder gewürfelt im 2-kg-Paket erhältlich.

Oldenburger Neuheiten für Konsumenten

Neu unter der Marke Oldenburger ist eine Vitamin D-reiche Milch, von der bereits ein Glas (240 ml) den empfohlenen Tagesbedarf an Vitamin D deckt. Vitamin D-Mangel ist ein weltweites Gesundheitsproblem, von dem alle Altersgruppen betroffen sind. Die fettarme Milch gibt es in der 1-L-Packung sowie in der 200-ml-to-go-Packung mit Trinkhalm. Im Käse-Segment bieten drei neue Convenience-Produkte zusätzliche Impulse: Den Käse in den Sorten Mozzarella, Emmentaler und Käse-Mix (Gouda, Emmentaler und Mozzarella) gibt es bereits fertig gerieben und im praktischen, wiederverschließbaren 200-g-Standbeutel.

Rose erweitert Sortiment

Mit ihrem H-Milch-Portfolio ist DMK mit der Marke Rose seit Jahren sehr erfolgreich in westafrikanischen Ländern und der MENA Region und präsentiert auf der ANUGA eine Auswahl attraktiver Käseprodukte.

Kundenspezifische Lösungen für den B2B-Foodservice-Bereich

In den Bereichen Private Label & Contract Manufacturing kann DMK INTERNATIONAL eine Bandbreite an individuellen Produkt- und Verpackungslösungen anbieten. Dazu zählen Milch- und Käseprodukte, die aus GMO-freier oder Weidemilch hergestellt werden können und damit dem steigenden internationalen Trend nach Lebensmitteln aus nachhaltiger Erzeugung Rechnung tragen. Weitere Beispiele sind attraktive Convenience-Verpackungen, zum Beispiel im Quark Segment. Das Angebot reicht von laktosefreien bis hin zu proteinreichen Produkten.



DOC Dairy Partners (kurz DDP) präsentiert die Marke Uniekaas

Die DMK-Tochtergesellschaft DOC Dairy Partners - verantwortlich für den Vertrieb von Käse und einer Vielfalt an Milchprodukten in den Benelux-Staaten, Frankreich, Großbritannien und Skandinavien – stellt auf der Messe die neue Marke Uniekaas vor, die mit ihren speziellen Rezepturen für frei von Zusatz- und Konservierungsstoffen steht.

Seit August 2017 gehört auch die älteste niederländische Käsemarke Uniekaas zum Portfolio. Dazu Michael Feller, Chief Operating Officer DMK INTERNATIONAL: „DOC Dairy Partners hat die kompletten Geschäftsaktivitäten von Uniekaas übernommen, inklusive der Räumlichkeiten für Produktion, Reifung und Verpackung am niederländischen Standort Kaatsheuvel. Damit betreibt DDP die gesamte Produktionskette und stärkt seine Position im Wettbewerb mit anderen Käseherstellern.“

Messebesucher können sich vom 07. bis 11. Oktober am Stand C11/D18 in Halle 10 über das umfangreiche Portfolio informieren.

Über die DMK GROUP

Hinter der DMK GROUP stehen über 8.600 aktive Milcherzeuger und rund 7.200 Mitarbeiter. Heute verarbeitet DMK 7,3 Mrd. kg Milch an deutschlandweit 16 sowie zwei niederländischen Molkereistandorten. Weitere 6 Standorte stehen für die Produktion von Babynahrung, Eiskrem und Gesundheitsprodukten zur Verfügung. Dazu kommt der Verwaltungsstandort in Bremen. Mit Marken wie MILRAM, Osterland, Oldenburger, Rose, Dutch Original Cheese, Humana, Casarelli, intact, sanotact, hansal und NORMI ist die DMK GROUP in Deutschland und rund 100 weiteren Ländern der Welt eine feste Größe für Handel und Verbraucher. Mit einem Umsatz von 5,1 Mrd. Euro gehört die DMK GROUP europaweit zu den führenden Unternehmen der Milchwirtschaft.

Für redaktionelle Rückfragen:

Oliver Bartelt
Head of Corporate Communications
DMK Deutsches Milchkontor GmbH
Flughafenallee 17
28199 Bremen
Germany
Tel.: +49 421 243-2310
Fax: +49 421 243-2487
Mail: oliver.bartelt@dmk.de
Web: www.dmk.de

Daniela Dethmann
Senior PR-Referentin
DMK Deutsches Milchkontor GmbH
Flughafenallee 17
28199 Bremen
Germany
Tel.: +49 421 243-2217
Fax: +49 421 243-2487
Mail: daniela.dethmann@dmk.de
Web: www.dmk.de