



Presseinformation

DMK investiert mit MILRAM massiv in den Markt

Neue Produkte als wesentlicher Treiber für neue Anknüpfungspunkte mit dem Verbraucher

Bremen, 09. April 2018. Die DMK Group setzt für ihre Hauptmarke MILRAM auch 2018 weiter auf die emotionale Aufladung der „Heimat der Frische“. Als viertgrößter Lieferant des deutschen Lebensmitteleinzelhandels spielt für das Molkereiunternehmen die Marke MILRAM bei der derzeitigen Neuausrichtung eine wesentliche Rolle.

Matthias Rensch, Chief Operating Officer DMK Brand: „MILRAM hat sich über Jahre sehr positiv entwickelt, das SB-Käse-Volumen über die letzten Jahre beispielsweise sogar verdoppelt und damit im Markt für nachhaltiges Wachstum gesorgt. Wir haben mit der Marke allen Grund, weiter positiv nach vorn zu schauen.“

Produktinnovationen spielen im Lebensmitteleinzelhandel eine wesentliche Rolle, um Marken mit neuen Impulsen aufzuladen und Kontakte zu neuen Verbrauchern zu schaffen. Hier nutzt das Deutsche Milchkontor (DMK) seine breite Kompetenz über verschiedene Sortimente hinweg und bringt an vielen Stellen Neuheiten ins Regal, um das bestehende Sortiment zu erweitern:

- SB-Käse MILRAM Müritzer herzhaft (März 18)
- SB-Käse MILRAM Geräucherte Paprika (März 18)
- MILRAM Bruschetta Quark (März 18)
- MILRAM Frische Kartoffel Creme (März 18)
- MILRAM Buttermilch Drink „Grapefruit-Aronia“ & „Johannisbeere-Granatapfel“ (April 18)
- MILRAM Skyr Drink und MILRAM Natur Skyr (April/ Mai 18)

Ob SB-Käse, Frühlings- & Gewürzquark, Frische Getränke oder das große Thema Skyr: MILRAM belegt die Trendthemen mit neuen Regalimpulsen. Bereits im letzten Jahr hatte das Unternehmen mit neuen Produkten wie MILRAM Rügener und Küstenkäse seine Marktanteile deutlich ausgebaut: „Sortenvielfalt ist für den Verbraucher ein wichtiges Kaufkriterium. Das heißt, nicht neue Marken sondern neue Sorten von starken Marken bieten Mehrwert für den Handel. Hier haben wir mit MILRAM ein echtes Pfund im DMK-Portfolio, denn MILRAM-Shopper kaufen häufiger, mehr und wertiger ein, als der durchschnittliche Shopper“, so Rensch. Um die neuen Produkte entsprechend bekannt zu machen, setzt DMK auf einen ganzjährigen Mix aus TV-, Online-, Funk-, Print- und POS-Maßnahmen.



Über die DMK Group

Als größte deutsche Molkereigenossenschaft verarbeitet die DMK Group mit rund 7.000 Mitarbeitern Milch an deutschlandweit 16 sowie an zwei niederländischen Standorten. 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 der Welt eine feste Größe für Handel und Verbraucher. Mit einem Umsatz von 5,1 Mrd. Euro gehört das Unternehmen 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
oliver.bartelt@dmk.de
www.dmk.de

Vera Hassenpflug
Manager External Communications
DMK Deutsches Milchkontor GmbH
Flughafenallee 17
28199 Bremen
Germany
Tel.: +49 421 243-2246
Fax: +49 421 243-2487
vera.hassenpflug@dmk.de
www.dmk.de