



Presseinformation

DMK Group: Erweiterung der Milram Kalder Kaffee Range Hafer-Variante soll Zielgruppen an neue Geschmacksrichtung führen

Bremen, 25. Februar 2020. Die DMK Group launcht unter der Marke Milram zwei weitere Cold Brew Coffee-Varianten. Ab April wird „Kalder Kaffee“ auch in den Sorten „unfassbar stark“ und „mit Hafer“ im Einzelhandel zu finden sein und den Kunden damit eine breitere Auswahl mit neuen Geschmacksimpulsen in diesem Segment bieten.

„Wir wollen unser Markengeschäft weiter ausbauen und innovative Produkte in den Markt bringen, die den Wünschen unserer Verbraucher entgegenkommen. Mit Kalder Kaffee greifen wir dabei die Trends auf, die von hoher Bedeutung sind: Convenience- und Lifestyle-Produkte ohne zugesetzten oder mit reduziertem Zuckeranteil. Seit unserer Markteinführung gewinnen wir auf diese Weise verstärkt auch Käufer, die bisher gar keinen Eiskaffee konsumiert haben“, so Matthias Rensch, COO DMK Brand. „Dabei gehen wir jetzt erstmals auch auf den Wunsch der Verbraucher nach pflanzlichen Geschmacksalternativen ein und bringen mit der Hafer-Version von Kalder Kaffee die Möglichkeit, etwas Neues auszuprobieren. Dabei wird an dem bekannten Geschmack festgehalten, denn das Produkt besteht weiterhin aus Kuhmilch mit einem Anteil an Hafer-Drink.“

Mit Milram Kalder Kaffee fokussiert die DMK Group ein wachstumsstarkes Segment - Eiskaffee gilt in der Kategorie der Milchmischgetränke mit einem Plus von 14,9 % (1. HJ 2019 vs. Vorjahr) als der stärkste Wachstumstreiber. Damit wächst die Nachfrage nach diesen Produkten stärker als der Gesamtmarkt und macht sie für den Handel attraktiv.

Auch die beiden neuen Sorten sind laktosefrei, werden im Cold Brew Coffee-Herstellungsverfahren produziert und differenzieren sich durch den Verzicht auf zugesetzten Zucker, Süßungsmittel sowie künstliche Zusatzstoffe wie z.B. Aromen deutlich von vielen Wettbewerbern. Dabei ist die Sorte „unfassbar stark“ diejenige mit dem höchsten Koffein-Anteil – ganze 50 mg/ 100 ml. Kalder Kaffee mit Milch und Hafer entspricht mit 27 mg Koffein/ 100 ml der Variante „stark“ und bietet durch den Einsatz von Hafer zusätzlich einen mild-nussigen Geschmack. Dazwischen liegt mit 40 mg Koffein/ 100 ml die Variante „richtig stark“.

Für die Zielgruppenansprache soll in diesem Jahr eine umfassende Kampagne geschaffen werden, mit der Milram weiterhin auf seine unverwechselbare norddeutsche Art setzt. Eine zielgerichtete Kampagne kommuniziert auf charmante Art den funktionalen Mehrwert „Wachwerden“ des hohen Koffeingehalts und die Besonderheiten von Milram Kalder Kaffee. Dazu greift eine direkte Ansprache über Social-Media sowie PR-Maßnahmen.



Über die DMK Group

Die größte deutsche Molkereigenossenschaft verarbeitet mit rund 7.700 Mitarbeitern an mehr als 20 Standorten in Deutschland, den Niederlanden und weiteren internationalen Hubs Milch zu Lebensmitteln höchster Qualität. Das Produktportfolio reicht von Käse, Molkereiprodukten und Ingredients über Babynahrung, Eis und Gesundheitsprodukte. Marken wie MILRAM, Oldenburger, Uniekaas, Alete und Humana genießen bei Verbrauchern im In- und Ausland großes Vertrauen und machen das Unternehmen zur festen Größe in seinen Heimat- und ausgewählten Zielmärkten rund um den Globus. Als einer der größten Lieferanten des deutschen Lebensmitteleinzelhandels und mit einem Umsatz von 5,6 Milliarden Euro gehört die DMK Group europaweit zu den führenden Unternehmen der Milchwirtschaft.

Für redaktionelle Rückfragen:

Vera Hassenpflug
Senior External Communications Manager
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
www.twitter.de/dmk_milch

Toni Perkovic
External Communications Manager
DMK Deutsches Milchkontor GmbH
Flughafenallee 17
28199 Bremen
Germany
Tel.: +49 421 243-2737
Fax: +49 421 243-2487
toni.perkovic@dmk.de
www.dmk.de
www.twitter.de/dmk_milch