



Vegane Produkte ANUGA: DMK Group zeigt Neuheiten

Bremen, 11. Oktober 2021. In ihrer 2019 vorgestellten „Vision 2030“ hat die DMK Group strategische Wachstumsfelder verankert. Nun gibt Deutschlands größte Molkereigenossenschaft im Rahmen der diesjährigen ANUGA den Blick auf ein neues Geschäftsfeld frei und stellt Konzepte veganer Produkte für Industrie und Gastronomie vor.

ANUGA gibt einen Ausblick auf die Zukunft

Nachdem im vergangenen Jahr viele Branchentreffen aufgrund der Pandemie abgesagt werden mussten, zeigt die DMK Group auf der diesjährigen ANUGA nun ihre Neuheiten wieder vor einem Live-Publikum. Dabei liegt in diesem Jahr in Köln für die Business Unit Industry – dem B2B-Geschäftsfeld – ein besonderer Schwerpunkt auf der Produktgruppe Käse. Mit einem erweiterten Produktportfolio rücken dabei vor allem die innovativen Anwendungsmöglichkeiten für die weiterverarbeitende Industrie in den Fokus. Begleitet von einem der führenden kulinarischen Beratern Deutschlands, Heiko Antoniewicz, stellt die Business Unit Brand mit ihren Marken MILRAM, MILRAM Food-Service und Uniekaas neue Produkte für den Lebensmitteleinzelhandel und innovative Konzepte mit Käse, Joghurt, Desserts und Milchgetränke für professionelle Anwender vor. Für internationale Märkte präsentiert DMK neben Oldenburger und Oldenburger Professional, auch Rose sowie die russische Marke Larets.

DMK Group steigt in neues Geschäftsfeld ein

Passend zum ANUGA Motto „Taste the future!“ stellt DMK auf der größten Food & Beverage-Messe der Welt den Einstieg in den Bereich pflanzlicher Alternativen vor, die im kommenden Jahr kontinuierlich das Sortiment erweitern sollen. Wie dies in der Praxis aussehen soll, zeigt die DMK Group im Rahmen ihres Messeauftritts. So stellt das Unternehmen u.a. für die weiterverarbeitende Industrie erste in Eigenregie produzierte vegane Käsesorten vor – der Marktstart ist im Frühjahr 2022 geplant. Im Fokus war bei der Entwicklung vor allem ein Aspekt: Ein Produkt zu entwickeln, das deutlich besser als der aktuelle Marktstandard bei einer Weiterverarbeitung funktioniert. Um dies zu erreichen, lag das Hauptaugenmerk auf dem Schmelz- und Bräunungsverhalten, damit dieser auf Produkten wie Pizza, Aufläufen, aber auch als Füllung von bspw. veganen Fleischalternativen die gleichen Merkmale aufweist, wie ein konventioneller Käse. Ein Weg, den die DMK Group auch in anderen Segmenten mit neuen pflanzlichen Produkten verfolgt. Diese zeigt im Rahmen der ANUGA bspw. der MILRAM Food Service, der das Gastronomie-Sortiment um Desserts auf Hafer- & Reisbasis erweitert und damit einen wichtigen Verbraucherwunsch adressiert. Die hohe Nachfrage nach Produkten auf Basis von Hafer wird bei Desserts aktuell noch nicht ausreichend bedient. In Verbindung mit kurzen, verständlichen Zutatenlisten und einem natürlichen Geschmack ohne Geschmacksverstärker, sollen die Neuprodukte in ihrer Kategorie so für frischen Wind sorgen. Hier ist der Marktstart im ersten Quartal 2022 vorgesehen.

„Pflanzliche Alternativen sind im Mainstream angekommen und stehen insbesondere bei den jungen Zielgruppen für Genuss und Abwechslung, im Geschmack. Bei weltweit steigendem Proteinbedarf und gleichzeitig stattfindendem Wandel in der Gesellschaft wird der Bedarf nach Alternativen in Zukunft noch zunehmen. Diesem Trend dürfen wir uns als zukunftsgerichtete Molkereigenossenschaft nicht verschließen, in keinem unserer Geschäftsfelder“, erklärt Ingo Müller, CEO der DMK Group. „Unser Kernprodukt ist und bleibt die Kuhmilch von den landwirtschaftlichen Höfen unserer genossenschaftlichen bäuerlichen Betriebe. Zudem sind wir überzeugt, dass kein anderes Lebensmittel eine so hohe Vielfalt und ausgewogene Ernährung sicherstellen kann wie Milch. Gleichzeitig sehen wir aber, dass ein Nebeneinander von Dairy- und Non-Dairy Produkten gut funktionieren kann und dynamische Wachstumschancen birgt.“ Als eine der größten Molkereigenossenschaften starte man mit idealen Ausgangsvoraussetzungen. Man wisse, wie die Produkte schmecken müssten und stelle das seit Jahrzehnten unter Beweis. „Wir können unser tiefes Know-How auch für pflanzliche Produkte nutzen“, so Müller.



Über die DMK Group

Die größte deutsche Molkereigenossenschaft verarbeitet mit rund 7.800 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 Molkenprodukte. 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