



Presseinformation

MILRAM geht´s norddeutsch lässig an

Die Marke der DMK Group zeigt mit einem neuen TV- und Online-Auftritt ihre geschärfte Markenpositionierung

Bremen, 02. Juni 2021. Die DMK Group geht mit MILRAM ab sofort kommunikativ neue Wege. Den Auftakt macht ein neuer TV-Spot, der ab dem 7. Juni auf allen reichweitenstarken Sendern zu sehen ist. Darin feiert eine neue Markenbühne Premiere, die der inhaltlichen Neuausrichtung der Marke physisch Gestalt gibt: die neue „MILRAM Strandbude“. Flankiert von einer umfassenden Online- und Social-Media-Kampagne stellt MILRAM so zum Sommerbeginn die Getränkeangebote in den Fokus.

„In einer Zeit, in der es gerade auch beim Essen ziemlich verkopft zugeht, wollen wir unsere Kunden darin bestärken, wieder mehr auf ihr Bauchgefühl zu hören“, erklärt Nicole Peiler, Marketing Director Brand Retail. „MILRAMs norddeutsche Herkunft – die nordische Frische und lässige Lebensart – bietet hierfür die perfekte Ausgangsvoraussetzungen und ein enormes Potenzial zur Differenzierung. Sie bildet unsere DNA und gibt unserer Marke auf den ersten Blick eine unverwechselbare Heimat“, betont Matthias Rensch, COO der Business Unit Brand in der DMK Group. Deshalb stellt MILRAM mit seiner neuen Kampagne genau diesen Punkt in den Fokus. Um auch für jüngere Zielgruppen Relevanz zu schaffen, hat die Marke hierzu gemeinsam mit der Agentur Brand Lounge eine neue Plattform geschaffen, die vor allem in den sozialen Medien zentraler Kommunikations-Hub sein wird und der norddeutschen Haltung zu 100% entspricht: die MILRAM Strandbude.

Den Auftakt macht der erste Spot zu den neuen Buttermilch-Varianten von MILRAM, der mit Abbildern zu Produkten wie „Kalder Kaffee“ und „Kefir Drink“ ab dem 07. Juni auf allen reichweitenstarken TV-Sendern zu sehen sein wird. Ein 10-sekündiger Tandem-Spot für das Neuprodukt „Körniger Skyr“ ergänzt den Auftritt und zeigt wie abwechslungsreich und körperbewusst die neue MILRAM Protein-Range ist.

Coronabedingt ist MILRAM für den Dreh der Spots dabei neue Wege gegangen. Denn die Aufnahmen wurden nicht am Original-Schauplatz, sondern in einem der modernsten Studios Deutschlands erstellt: Der HYPERBOWL in München. Ein virtuelles Studio, das ohne Greenscreen auskommt und stattdessen durch enorme LED-Wände jede Umgebung in Echtzeit darstellen kann. Der fertige Spot erzählt beiläufig von der überraschenden Ähnlichkeit, die die Buttermilch-Drinks mit einem Sprung ins kalte norddeutsche Wasser haben. „Enno und Lisa, das lässige Vater-Tochter Gespann aus der MILRAM Strandbude, servieren dabei nicht nur MILRAM Produkte und Rezepte, die richtig schmecken. Vielmehr



inspirieren sie uns auch dazu, es im Alltag grundsätzlich entspannter und genussvoller anzugehen“, erklärt Christian Labonté, Geschäftsführer Kreation von Brand Lounge.

Flankiert wird die Kampagne durch eine zielgruppenspezifische Kommunikation auf Online- und Social Media-Kanälen wie YouTube, Instagram und Facebook. Gleichzeitig sorgt MILRAM mit der sog. „Prämienflut“ über Sammelpromotion, Couponing, Coolios und viele weiteren Aktionen auch direkt am PoS für frischen Wind.

Für die Umsetzung des Spots war das Team um Regisseur Florian Meimberg und Kameramann Pascal Remond von der Berliner Produktionsfirma FILM DELUXE zuständig. Die Foodszene im Spot zu dem Neuprodukt „Körniger Skyr“ und das Motivshooting wurden von der Bremer Agentur r&r verantwortet.

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 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 5,8 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