



Pressemitteilung

DMK Group stellt neue Konzepte auf der PLMA in Amsterdam vor

Bremen, 25. Mai 2022. Die DMK Group präsentiert auf der diesjährigen internationalen Branchenmesse PLMA „World of Private Label“ ihre neuen Produkte und Angebote für den Handel. Im Fokus stehen für die Business Unit Private Label in Amsterdam ihre Innovationen für die Eigenmarken des Handels und den Bereich Contract Manufacturing (Halle 1, Stand F-5272).

Im Rahmen der PLMA 2022 stellt DMK Private Label nicht nur innovative Produkte vor, sondern nutzt die Messe auch, um mit den Besuchern über Insights, zukunftsweisende Chancenfelder, Trends und aktuelle Themen in Dialog zu treten. Thorsten Rodehüser, COO DMK Private Label, erläutert in diesem Kontext: „Der Handel nutzt seine Eigenmarken, um sich im intensiven Wettbewerb zu profilieren. Wir unterstützen den Handel dabei als Partner mit 360-Grad-Blick auf Sortimente, Trends und Aktivierung für die Märkte der Zukunft.“ Mit dem eigenen umfassenden und systematischen Trendmanagement ist DMK nicht nur in der Lage, internationale Trends frühzeitig zu erkennen, sondern auch deren Relevanz für den deutschen Markt zu bestimmen. So lassen sich Eigenmarken-Produkte entwickeln, die perfekt zu den Konsumentenbedürfnissen passen.

„Wir verstehen uns zunächst als breit aufgestellter und verlässlicher Partner für die großen Sortimente in der Weißen wie auch in der Gelben Linie“, erklärt Stefan Keller, Commercial Director Private Label der DMK Group. „Darüber hinaus ist es auch unser Anspruch, mit dem Handel Kategorien auf Basis aktueller Trends weiterzuentwickeln: Daher gibt es neben den neuen Produkten der Marke Milram beispielsweise auch bei uns eine ‚Grüne Linie‘. Zwar befindet sich diese Kategorie noch im Aufbau, aber pflanzenbasierte Produkte haben für Handelsmarken viel Potenzial. Auch Themen wie Protein haben wir in unserem Produktportfolio.“

From Insights to Dairy Innovation

Im Fokus steht dieses Jahr deshalb alles rund um „funktionale Ansätze“ bei Desserts. Hier zeigt sich, dass Produkte mit einem hohen Proteingehalt weiterhin auf eine hohe Nachfrage bei den Konsumenten stoßen. So konnten im Jahr 2021 proteinreiche Produkte in der Weißen Linie ein Wachstum von rund 16 Prozent verzeichnen (Nielsen Market Track). Vor allem im Segment des Segment „Desserts“ erfreut sich hoher Beliebtheit. Auf der PLMA hat die DMK Group deshalb neue Griesdessert- und Milchreiskreationen im Gepäck. Gleiches gilt auch für das vegane Portfolio, das Deutschlands größte Molkereigenossenschaft dem Fachpublikum vorstellt. Von Puddingvarianten und Griesdesserts auf Haferbasis bis hin zu einem Reisdessert auf Kokosbasis: DMK Private Label präsentiert ihre Lösungen für die neuen Trendfelder. „Milch ist nach wie vor unser Fokus, doch Produktkategorien entwickeln sich weiter und als Molkerei wissen wir, wie gute Desserts schmecken müssen – ob milch- oder pflanzenbasiert“, betont Thorsten Rodehüser. „Die Entwicklung pflanzlicher Produkte ist ein absolutes Muss für Hersteller, die den Konsumentenwünschen entsprechen und wettbewerbsfähig bleiben wollen. Denn die meisten Konsumenten essen nicht rein vegan, sondern genießen die pflanzlichen Alternativen als Ergänzung und Abwechslung. Deshalb geht es für uns darum, ein Gesamtportfolio zu schaffen, das unterschiedlichen Konsumentengruppen Produkte anbietet, die zu ihren jeweiligen Ernährungsgewohnheiten passen und sie im Alltag begleiten.“

Neben den Konzeptansätze für die Eigenmarken des Handels hat DMK Private Label auch nochmals die Ambitionen im Bereich Contract Manufacturing gestärkt. Stefan Keller: „Wir haben vielfältige Möglichkeiten im Konzern und sind in der Lage, Sortimente aus einer Hand anzubieten. Ein ganz klares Plus ist hier unsere sehr stark aufgestellte Produktentwicklung. Wir hören unseren Kunden sehr genau zu, um Produkte zur Verfügung zu stellen, die den Anforderungen der Märkte gerecht werden. Wir verstehen uns dabei nicht nur als ‚Umsetzer‘ sondern wollen auch Impulse und Inspiration liefern.“



Von daher freuen wir uns, dass wir im Rahmen der endlich wieder stattfindenden PLMA unsere Kunden treffen und persönlich über diese Themen sprechen können.“

Ebenfalls auf der PLMA vertreten sind die Tochterunternehmen DMK Ice Cream (Halle 1, Stand F-5441) und DMK Baby (Halle 1, Stand F-5173). Durch langjährige Erfahrung und ein gutes Gespür für Trends zählt DMK Ice Cream in Europa mittlerweile zu den Top 5 der Branche und produziert Innovationen für international und national erfolgreiche Marken, Handelskunden sowie im Co-Branding- und Heimdienstbereich, während DMK Baby mit der Sunval Baby Food GmbH im Bereich der biologischen Babyglaskost weltweit als Spezialist für Handelsmarken bekannt ist.

Über die DMK Group

Die größte deutsche Molkereigenossenschaft DMK Group verarbeitet mit rund 7.700 Mitarbeitern an mehr als 20 Standorten in Deutschland und den Niederlanden 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 Heimatmärkten 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