



## **DMK Group führt mit MILRAM vegane Produkte ein**

**Bremen, 28. März 2022. Im Rahmen ihrer Strategie 2030 erweitert die DMK Group ihr Sortiment um pflanzliche Produkte. Mit ihrer Marke MILRAM bringt Deutschlands größte Molkereigenossenschaft ab sofort auch vegane Puddings, einen Kakaodrink sowie ein Reisdessert in den Handel. Spätestens zum ersten Quartal des neuen Jahres werden Produkte in weiteren wichtigen Kategorien folgen.**

Seit Jahren zeichnet sich ein starker Wertewandel in Gesellschaft, Politik und Wirtschaft ab, der sich auch in veränderten Ernährungsgewohnheiten, beispielsweise bei der Verwendung von veganen Produkten, widerspiegelt. „Als Unternehmen sehen wir in dieser Entwicklung auch Vorteile für uns, denn als Molkereigenossenschaft besitzen wir ein tiefes Know-how und haben jetzt die Möglichkeit mit eigenen Produkten auch von diesem Markt zu partizipieren“, erklärt Ingo Müller, CEO der DMK Group. „Dabei geht es heute längst nicht mehr einfach nur um die Imitation von tierischen Produkten, sondern um schmackhafte, gesunde und abwechslungsreiche Konzepte. Auch wenn Milchalternativen aktuell noch bei einem Umsatzanteil von 7 Prozent in der weißen Linie stehen: Das Thema ist ein unaufhaltsamer Trend und als einer der größten Lieferanten des deutschen Einzelhandels wollen wir diese Entwicklung mitgestalten.“

Den Auftakt macht bei MILRAM eine Reihe an Desserts, mit denen sich die Marke konsequent auf die neuen Kundenbedürfnisse ausrichtet. So besticht der pflanzliche Pudding von MILRAM auf Haferbasis in den Geschmacksvarianten Vanille und Schokolade durch den natürlichen Geschmack von Bourbon Vanille oder ausgewählten, Rainforest-Alliance zertifizierten Kakao. Gleichzeitig verzichtet man auf den Einsatz von Konservierungsstoffen, künstlichen Aromen und Geschmacksverstärkern. Kurze, verständliche Zutatenlisten erleichtern den Verbrauchern die Orientierung und schaffen Sicherheit. Gleiches gilt für das MILRAM Reisdessert auf Haferbasis. Servierfertig in einer praktischen 1.000g Weichpackung, eignet es sich ideal zum Verfeinern mit Obst oder Zimt als Dessert oder ganze Mahlzeit. Auch hier werden keine künstlichen Aroma- und Konservierungsstoffe sowie Geschmacksverstärker verwendet. Produziert werden die neuen Desserts am Standort Erfurt.

Mit dem MILRAM Kakao Drink auf Haferbasis bringt die Marke auch eine Variante zu einem der erfolgreichsten Produkte im Segment der Milchmischgetränke in den Markt, die am Regal neue Impulse setzt. Bereits heute ist der klassische MILRAM Kakao mit einem Marktanteil von 19 Prozent im Foodservice deutschlandweit Marktführer (Geo-Marketing, 1. Halbjahr 2021). Und auch im LEH liegt MILRAM im Hinblick auf die Nachfrage auf den vordersten Plätzen. Die pflanzliche Alternative wird am DMK-Standort Zeven produziert.

Darüber hinaus plant das Unternehmen perspektivisch weitere Neuprodukte in den Handel zu bringen.

„Die Entwicklung pflanzlicher Produkte ist ein absolutes Muss, um den Bedürfnissen der Konsumenten zu entsprechen und wettbewerbsfähig zu bleiben. Doch bei allem Wandel: Milch bleibt unser Kerngeschäft, schließlich trägt DMK die Milch nicht umsonst im Namen“, betont Ingo Müller. „Der durchschnittliche Konsument von DMK-Produkten isst nicht rein vegan, gehört aber zur großen Masse der Ernährungsbewussten, die pflanzliche Alternativprodukte als Zusatz in ihrem Alltag integrieren. 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.“

Mit den neuen Produkten startet in Kürze auch eine Kampagne. Um die eher junge Zielgruppe anzusprechen, wurde diese moderner und lifestyleiger als bei MILRAM Dairy gestaltet. Gleichzeitig bleibt sie optisch an der MILRAM Markenwelt, die dem Konsumenten deutschlandweit vertraut ist. So sollen die Käufer des neuen Angebot zusätzlich an die milchbasierten Produkte des Unternehmens herangeführt und die Relevanz der Marke gefördert werden. Dieser Weg wird auch konsequent beim Produktdesign verfolgt.



## Zahlen, Daten Fakten:

### Käuferbasis:

- Seit 2017 verzeichnet die Käuferbasis von pflanzlichen Milchalternativen ein kontinuierliches, zweistelliges Wachstum, ebenfalls steigen Ausgaben der Käuferhaushalte deutlich an. (GfK Consumer Scan)
- Unter den aktuellen MILRAM-Käufern befinden sich bereits überdurchschnittlich viele Käufer von veganen Produkten und damit auch überdurchschnittlich viele probierfreudige Konsumenten. Während in Deutschland insgesamt die Käuferreichweite bei 34,7 Prozent liegt, greifen schon 40,3 Prozent der MILRAM-Käufer bei Milchalternativen zu. (GfK Consumer Scan)

### Der Markt:

- Im Jahr 2021 hat sich der Umsatz von pflanzlichen Dessert im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt. (Nielsen)
- Noch stärker stieg der Absatz der Desserts. Wurden 2020 noch 5,9 Mio. Packungen verkauft, waren es in 2021 bereits rund 15,1 Mio. (Nielsen)

### Die Rohstoffbasis:

- Obwohl Hafer bei Konsumentenerhebungen über alle Altersgruppen hinweg der präferierte Rohstoff ist, können die Verbraucher vor allem bei Desserts kaum entsprechende Produkte finden. So stand im Jahr 2020 Soja mit einem Anteil von über 80 Prozent bei der Rohstoffverteilung einsam an der Spitze, während Hafer bei unter 2 Prozent lag. (Nielsen)

## 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