



Pressemitteilung

MILRAM bringt frischen Wind in die Bude DMK-Marke schärft mit neuem Verpackungsdesign weiter ihr Profil

Bremen, 21. Oktober 2022. Die Leuchtturmmarke der DMK Group bringt mit einem 360 Grad Verpackungsrelaunch frischen Wind in die MILRAM (Strand)bude. Ab November sind die neuen Designs für die milchbasierten Produkte der Marke im Handel zu finden. Auftakt macht dabei die MILRAM Käse-Range - die weiteren Sortimente folgen. Kernelement des neuen Auftritts ist die aus TV-Spots und Markenkommunikation bereits bekannte Markenbühne: die „MILRAM Strandbude“.

Nach rund 10 Jahren im bestehenden Design, folgt nun auch die Verpackung des Dairy-Sortiments der eingeschlagenen strategischen Linie der Marke MILRAM. *„Mit dem Verpackungsrelaunch gehen wir konsequent den nächsten Schritt, um das Profil unserer Marke weiter zu schärfen. Denn wir wollen die Marke für die Verbraucher in einem einheitlichen Markenauftritt erlebbar machen“, so Nicole Liedloff, Marketing Director Brand Retail.*

MILRAMs norddeutsche Herkunft gepaart mit frischem Geschmack und lässiger Lebensart bietet ein enormes Potenzial zur Differenzierung. *„Sie bildet unsere DNA und gibt unserer Marke auf den ersten Blick eine unverwechselbare Heimat. Die Strandbude visualisiert all das perfekt – deshalb zieht sie jetzt auch optisch auf den neuen Designs ein“,* so Liedloff. So ist künftig auf allen Verpackungen im Hintergrund die Optik der Strandbude präsent. Auf blauen Farbelementen in Anlehnung an „Himmel und Meer“ im oberen Drittel der Verpackung fügt sich das überarbeitete MILRAM-Logo harmonisch ein. Vollständig wird der neue Look mit unterschiedlichen Farbcodes in „Pinselstrich-Anmutung“ je Produkt im unteren Drittel des Packagings. In vorangegangenen Marktforschungstests schnitt das neue Design bereits überdurchschnittlich gut ab.

Den frischen Ansatz unterstützt auch die neue Markenbotschaft „MILRAM – macht`s euch einfach lecker“. *„Gerade beim Thema Essen geht es heute doch sehr verkopft zu. Deshalb wollen wir unsere Kunden darin bestärken, wieder mehr auf ihr Bauchgefühl zu hören. Denn egal, ob die Wahl auf unsere veganen oder milchbasierten Produkte fällt – was zählt, ist das Gefühl, sich etwas Leckeres zu gönnen“,* betont Liedloff.

Das bereits im Rahmen der strategischen Linie der Marke entwickelte Design für das vegane Sortiment erhält mit dem Verpackungsrelaunch des Dairy-Portfolios mit einem überarbeiteten MILRAM-Logo nur noch einen kleinen Facelift.

Entwickelt wurde das neue MILRAM-Design gemeinsam mit der Agentur Pacocon. Flankiert wird der Relaunch neben einer Ankündigung auf den MILRAM SB-Käseverpackungen sowie Social Media- und POS-Maßnahmen, auch mit einem neuen TV-Spot für SB-Käse, der das Thema „Strandbude“ natürlich aufgreift und dem neuen Design ab Januar so eine passende Bühne bietet.



Über die DMK Group

Die größte deutsche Molkereigenossenschaft verarbeitet mit rund 7.500 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 bis hin zu veganen Produkten. 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 5,5 Milliarden Euro gehört die DMK Group europaweit zu den führenden Unternehmen der Milchwirtschaft.

Für redaktionelle Rückfragen:

Oliver Bartelt
Global Head of Corporate Communications
DMK Deutsches Milchkontor GmbH
Flughafenallee 17
28199 Bremen
Germany
oliver.bartelt@dmk.de
www.dmk.de
www.twitter.de/dmk_milch

Vera Hassenpflug
Senior External Communications Manager
DMK Deutsches Milchkontor GmbH
Flughafenallee 17
28199 Bremen
Germany
vera.hassenpflug@dmk.de
www.dmk.de
www.twitter.de/dmk_milch