



DMK Group mit neuem Standkonzept auf der ANUGA Produkte und Inspiration für Kunden und Verbraucher

Bremen, 29. September 2023. Die diesjährige ANUGA steht für die DMK Group ganz im Zeichen eines „Wiedersehens“ vor Ort. Neben bewährten Klassikern zeigt das Unternehmen vor allem mit neuen Produkten und Konzepten, wie es dem Wandel der Ernährungsgewohnheiten mit cleveren Lösungen für Kunden und Verbraucher begegnet. In diesem Rahmen zeigt Deutschlands größte Molkereigenossenschaft auch auf, wie sie dem voranschreitenden Klimawandel aktiv entgegentritt – sei es über Optimierungsmaßnahmen in den Werken, neue Verpackungskonzepte oder einem groß angelegten Pilotprojekt zur Reduktion von Emissionen in der Landwirtschaft. Ein neues Standkonzept bietet das perfekte Umfeld für einen Austausch in entspannter Atmosphäre. Die DMK Group ist in Köln mit ihren Business Units International, Brand und Industry vertreten und in Halle 10.1 unter der Standnummer D-010-C-011 zu finden.

Passendes Umfeld für persönlichen Dialog

Die weltweit führende Messe für Lebensmittel und Getränke ist für DMK eine wichtige Plattform, um nach den coronabedingten Einschränkungen der letzten Jahre wieder verstärkt mit bestehenden und potentiellen Kunden sowie weiteren interessierten Besuchern in den persönlichen Dialog zu treten. In diesem Jahr geht das Unternehmen dabei erstmalig mit einem völlig neuen Stand-Konzept an den Start, das eine perfekte Mischung aus Event- und Markthallencharakter bietet und mit seiner Wohlfühlatmosphäre einen Raum für offenen Austausch mit Gästen und Besuchern schafft. Mit dem Show-Cooking des beliebten Profikochs und Impulsgebers Heiko Antoniewicz bekommen die Besucher einen umfassenden Eindruck über das umfangreiche Angebot und können die vielfältigen Verwendungsmöglichkeiten der Produkte erleben.

Im Fokus stehen dabei insbesondere die Vertriebskanäle Foodservice und Retail sowie die Expertise als Lieferant für Industriekunden.

Pflanzliche Produkte liegen weiterhin Trend

Nachdem die DMK Group im Rahmen der letzten Anuga im Jahr 2021 die ersten eigenen pflanzlichen Produkte vorgestellt hatte, stellt das Unternehmen in diesem Jahr besonders die Anwendungseigenschaften der Produkte in den Fokus – beispielsweise für den Foodservice mit der MILRAM Gouda-Alternative vegane Raspel für die Heißanwendung oder dem MILRAM Schoko-Pudding auf Haferbasis. Für den Retail-Bereich stellt DMK die neuen pflanzlichen Brotaufstriche in den drei Sorten Natur, Frühlingskräuter und Paprika sowie die veganen Reibekäse Pizza-Zeit und Auflauf-Zeit unter der Marke MILRAM vor.

Vollsortiment für den internationalen Markt

Für die internationalen Kunden präsentiert die Marke Oldenburger die neue Markenkommunikation für den Handel sowie das Vollsortiment an H-Milch, H-Sahne, Kondensmilch, Käse und Butter. Auch für Foodservice Anwender hat Oldenburger Professional weltweit neue Produkte zu bieten: neben klassischen Desserts wie Panna Cotta und Crème Brûlée sowie eine Performance H-Sahne, insbesondere für Patisserie- und Getränke Anwendungen. In Kürze werden White und Red Cheddar in 3kg Broten gelauncht, perfekt für die Zubereitung von Burgern.

Anwendungsinspirationen für Gastronomie und Industrie

Für Profiköche in der Gastronomie setzt der MILRAM Food-Service wie auch Oldenburger Professional auf die beliebten internationalen Desserts. Der MILRAM Joghurt Griechischer Art liefert zudem kreative Impulse und weitere Produkte aus dem klassischen Sortiment bieten vielfältige Anwendungsmöglichkeiten für den Außer-Haus-Markt. Dem Team der DMK Business Unit Industry liegt es besonders am Herzen, den Messebesuchern die Expertise für die angebotenen Produkte



sowie das tiefgehende Verständnis für die vielseitigen Anwendungsmöglichkeiten zu vermitteln. Dabei werden auch Produkte vorgestellt, die individualisierbar sind und ganz auf die jeweiligen Kundenbedürfnisse zugeschnitten werden können.

Trendige Produkte für Kunden und Konsumenten

Ein weiteres Produkt-Highlight sind die abwechslungsreichen MILRAM Porridge-Sorten mit Vollkornhafer, die warm und kalt einen leckeren Trend im klassischen Segment setzen. Insgesamt spielt Sortenvielfalt für Kunden und Konsumenten eine immer größere Rolle. Trendige Käsesorten wie beispielsweise Cheddar erreichen mittlerweile relevante Marktanteile und sprechen besonders die jüngeren Käufer an. Diesem Trend widmet sich DMK in allen Vertriebskanälen und stellt die beliebte Variante in verschiedenen Anwendungsgebieten vor.

Über die DMK Group

Die größte deutsche Molkereigenossenschaft verarbeitet mit rund 6.600 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 bewusst 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 Ernährungswirtschaft.

Für redaktionelle Rückfragen:

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

Birgit Lüdemann
External Communications Manager
DMK Deutsches Milchkontor GmbH
Flughafenallee 17
28199 Bremen
Germany
birgit.luedemann@dmk.de
www.dmk.de
www.twitter.de/dmk_milch