

DMK Group

Wir versorgen Millionen von Menschen nachhaltig mit hochwertigen Lebensmitteln.

Edeweicht, 10. Oktober 2024

Milchwirtschaft – Die Milchwirtschaft setzt global 850 Milliarden € um, in der EU beträgt der Markt circa 180 Milliarden € und in Deutschland 40 Milliarden €



Global

Umsatz: ~850 Milliarden €

Milchkühe: ~270 Millionen



Europäische Union

Umsatz: ~180 Milliarden €

Produktion: ~150 Milliarden kg

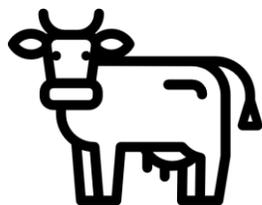


Deutschland

Umsatz: ~40 Milliarden €

Produktion: ~33 Milliarden kg

Stresstest – Die Milchwirtschaft ist derzeit diversen Stressfaktoren ausgesetzt, auf die wir als Industrie reagieren müssen



Landwirtschaft

- Regulatorische Anforderungen
- Hofnachfolge
- ...



Wettbewerb

- Starker, mittelständiger Wettbewerb um Landwirte
- Strukturelle Kurzfristigkeit
- ...



Kunden

- Konzentrierte Kunden in Handel und Industrie
- Hohe Preissetzungsmacht
- ...



Konsumierende

- Inflationsdruck
- Anspruch an Produkte
- Non-Dairy Alternatives
- ...

Milchmengenrückgang – wir prognostizieren, dass die Milcherzeugung in Deutschland bis 2030 um circa 20% zurückgehen wird

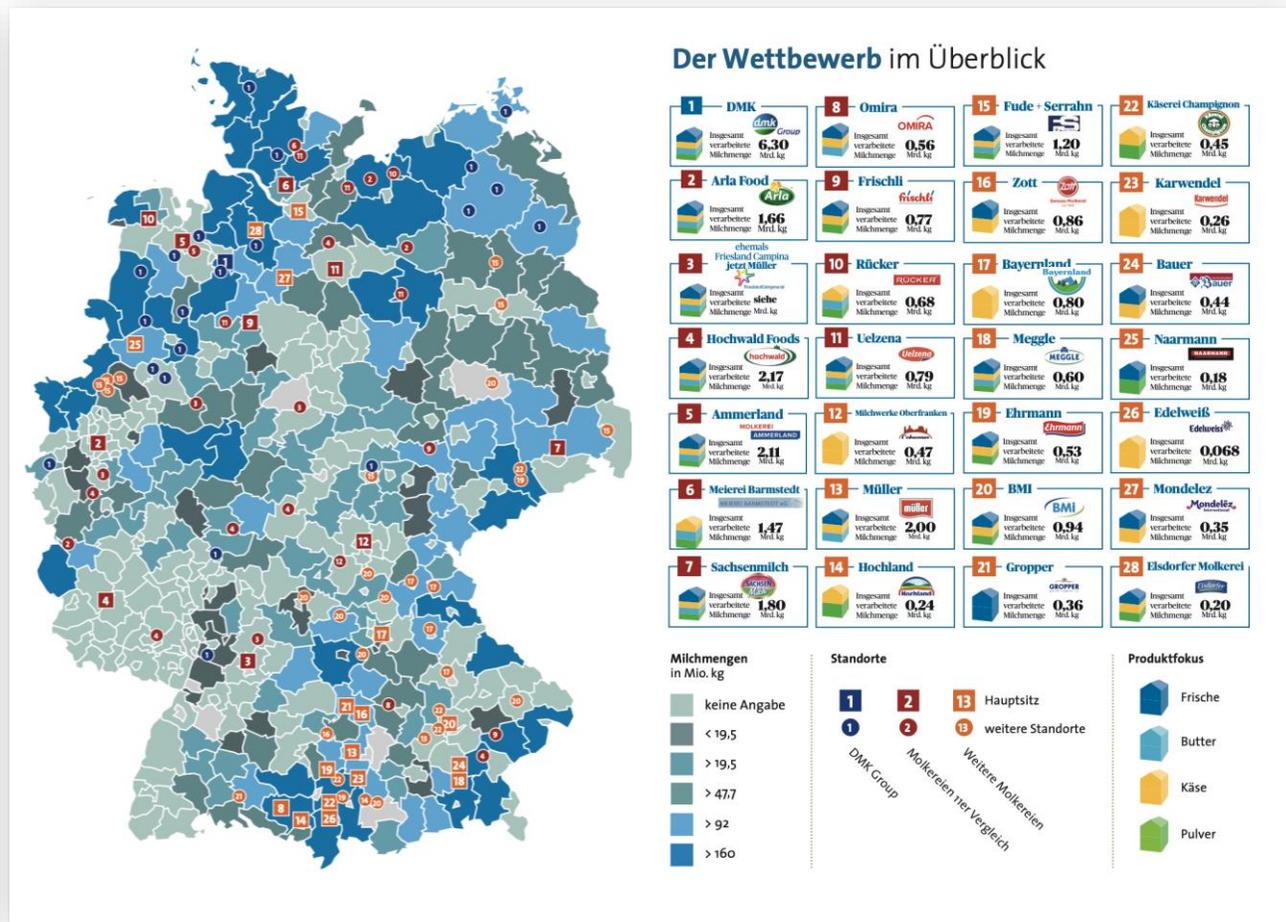


Milcherzeugung in
Deutschland
~33 Milliarden kg



Milcherzeugung in
Deutschland
~28 Milliarden kg

Die Milchwirtschaft ist eine mittelständisch strukturierte Branche mit einem hohen Fokus auf Kurzfristigkeit



1



Genossenschaften

- Landwirte sind Eigner der Molkereien
- Andienungs- und Abnahmepflichten
- Milchpreis entsprechend tatsächlicher Verwertung

2



Privatunternehmen

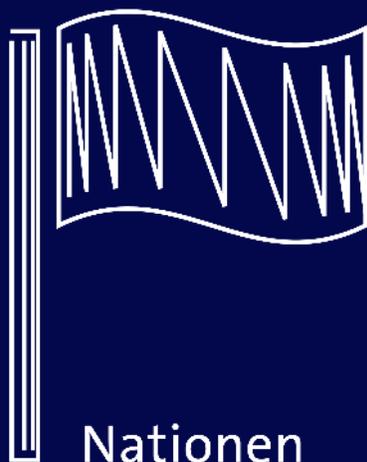
- Privatunternehmen sind Eigner der Molkereien
- Abnahme- und Annahmemengen vertraglich geregelt
- Milchpreis ex ante festgelegt



Group

Mitarbeiter
aus über

55



Nationen



5,5

Mrd. kg
verarbeitete Milch



Über

11.000

Landwirte & Mitarbeiter



5,5

Mrd. €
Umsatz

Wir produzieren an über 20 Standorten milch- und pflanzenbasierte Produkte für verschiedene B2B- und B2C-Channels



Starke Marken für anspruchsvolle Märkte.

Wir haben erfolgreiche Marken wie:

MILRAM, Oldenburger, Uniekaas, Alete bewusst und Humana. Sie 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.



Humana

Alete[®]
bewusst



BREMERLAND

Unser Leitbild



Unsere Vision

Die erste Wahl für Milchprodukte

natürlichen Ursprungs – ein ganzes Leben lang.

Aus Händen, die gemeinsam gute und nachhaltige Lebensmittel schaffen, entsteht das Herz von DMK. Unsere großen und kleinen Kunden können sich stets auf unsere fortschrittlichen Ideen und auf unsere Qualität verlassen.



Unsere Werte

Unsere drei Kernwerte gelten unverändert: Wir sind fair, innovativ – und handeln unternehmerisch.

Mehr als 11.000 Milcherzeuger und Molkerei-Mitarbeiter verschiedenster Bereiche arbeiten bei DMK Hand in Hand. Wir produzieren moderne Produkte – wertschöpfend und ressourcenschonend.



Unsere Mission

Als bevorzugter Partner überzeugen

wir durch tiefes Kunden-/ Konsumenten-verständnis, maximale Wertschöpfung und nachhaltige Verantwortung.

Die Wünsche der Kunden liegen in unseren Händen. Wir sind Partner für Konsumenten verschiedenster Länder, Bereiche und Altersgruppen, Nachhaltigkeit gehört zur Zukunft von DMK.

Nachhaltigkeit – unser Beitrag für die Zukunft

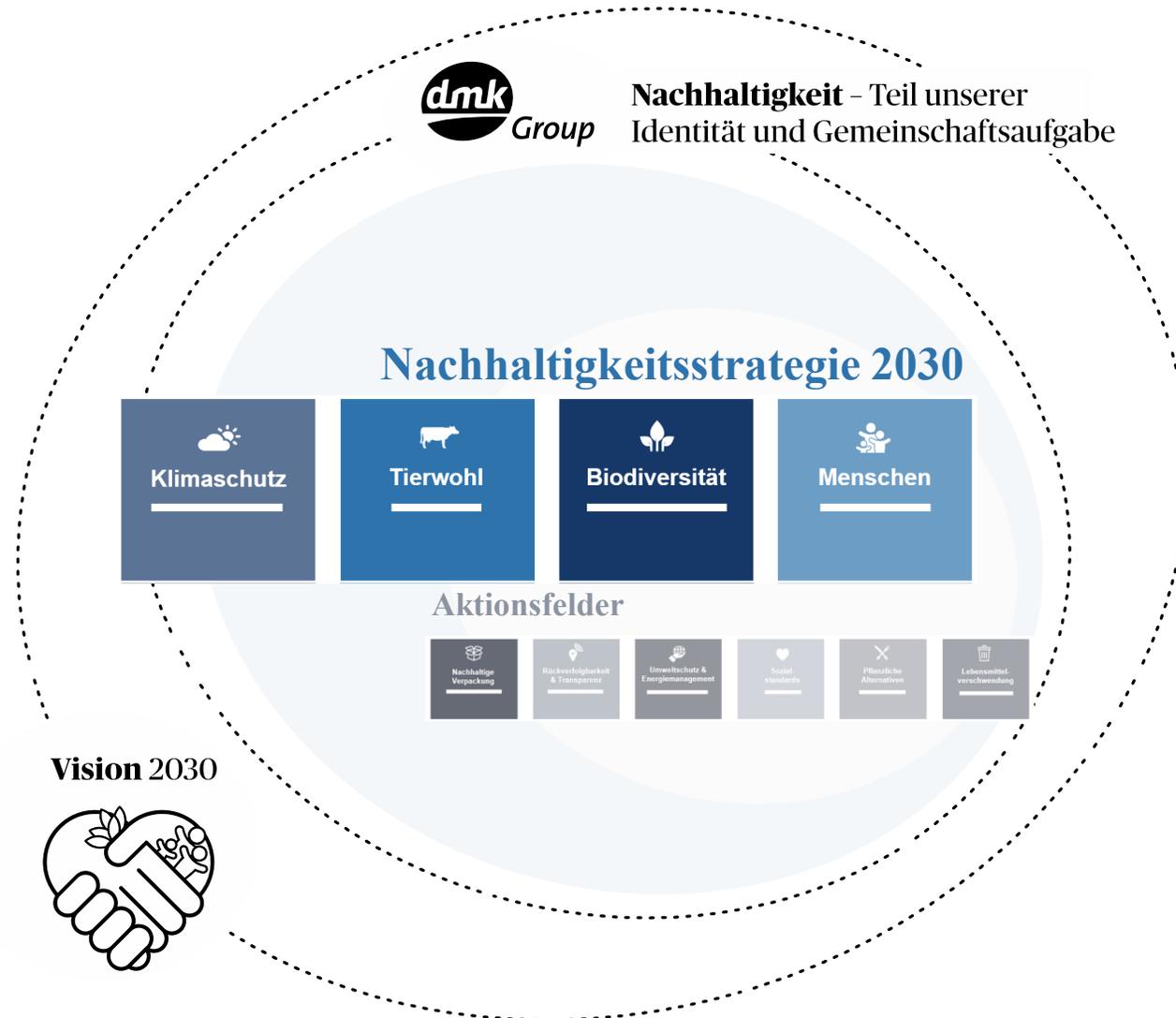
Nachhaltigkeitsstrategie 2030

Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie wollen wir bis 2030 über unterschiedliche Maßnahmen Fortschritte herbeiführen. Dabei fokussieren wir folgende vier Bereiche:

Klimaschutz, Tierwohl, Biodiversität und Menschen.

Aktionsfelder Nachhaltigkeit

Außerdem arbeiten wir an diversen Aktionsfeldern im Themenkontext Nachhaltigkeit. Unter anderem handelt es sich dabei um: **Nachhaltige Verpackungen, Betrieblicher Umweltschutz, pflanzliche Alternativen und Sozialstandards.**



2022 hat DMK die ersten pflanzlichen Milchalternativen unter der Marke MILRAM auf den Markt gebracht. Heute erstreckt sich das Portfolio über verschiedene Segmente und Vertriebs-Channels.

Desserts



Milchmischgetränke



Aufstrich



Basis



Käse-Alternative



Warum steigt eine Molkereigenossenschaft in das Feld der pflanzlichen Alternativen ein?



DMK Vision 2030

„Wir wollen Menschen nachhaltig mit qualitativ hochwertigen Lebensmitteln versorgen.“



Vom Kunden denken

Produkt ohne Milch sind für uns selbstverständlich.
Wir machen die Milchwirtschaft nachhaltiger.



Plant-based bleibt

Moderates Wachstum in ausgewählten Segmenten zu erwarten. Umfeld ist herausfordernd.



Marken entwickeln

DMK und MILRAM gehen mit der Zeit und sprechen junge Konsumentengruppen an.

Uns bewegen verschiedene Themen im Bereich der Milchalternativen, die wir regelmäßig analysieren und bewerten.



Rahmenbedingungen

DGE-Empfehlung
Verfügbarkeit von Rohstoffen
Nachhaltigkeit
Konsumentennachfrage



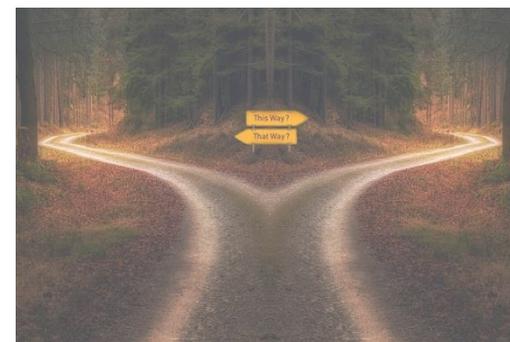
Marktentwicklung

Drinks mit Abstand größtes Segment
Entwicklungen anderer Segmente moderat



Produkt

Der Konsument hat hohe Erwartungen.
Bisher gibt es nicht für jedes Segment Lösungen.



Zukunft

Die Transformation geht weiter.
#fermentation
#precisionfermentation



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

DMK 2030