

# Deutscher Molkereikongress MOPRO 2010

Jetzt anmelden!  
[www.conferencegroup.de/  
mopro](http://www.conferencegroup.de/mopro)

**Impulse für eine Branche im Wandel –  
Wachstumschancen für Molkereien und Milchwirtschaft**

## Die zentralen Themenfelder:

- **Molkereibranche 2010** – Status Quo und Perspektiven
- **World Dairy Markets** – Welche Perspektiven ergeben sich?  
Wie hat die Krise die Exportchancen deutscher Molkereien verändert?
- **Werteorientierung trotz Preiskrieg** – Wie geht das zusammen?
- **Kooperation und Konsolidierung** – Welche Veränderungen stehen der Branche bevor?
- **Trends 2010** – Welche Produktinnovationen werden zu Wachstumstreibern?
- **Handels- vs. Herstellermarken** – Wer hat zukünftig die Nase vorn?
- **Lebensmittelsicherheit und Rückverfolgbarkeit** – Sicherstellung in der Produktkette

**9./10. Februar 2010**  
**Dorint Pallas Hotel**  
**Wiesbaden**

**+ AUSSTELLUNG**  
**MOPRO 2010**

## Es referieren und diskutieren:



**Andreas Schneider,**  
Geschäftsführer Marketing  
und Vertrieb, Hochwald  
Nahrungsmittelwerke GmbH



**Jan Roelofs,**  
Vertriebsleiter, Käseerei  
Beemster – Cono Kaasmakers,  
Middenbeemster/ Niederlande



**Paul Söbbeke,**  
Geschäftsführender  
Gesellschafter,  
Molkerei Söbbeke GmbH



**Walter Steffens,**  
Category Manager;  
Einkäufer  
Käse Vollsortiment National,  
REWE Markt GmbH



**Hans Jürgen Bönsch,**  
Vizepräsident, Landesverband  
des Bayerischen Einzelhandels  
(LBE) & Inhaber, Böma  
Lebensmittelfrischmärkte



**Johann Mayer,**  
Qualitätssicherung,  
Alpenhain Käsespezialitäten-  
Werk GmbH & Co. KG



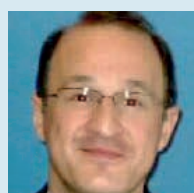
**Thomas Schiemann,**  
Geschäftsführer,  
Emmi Deutschland GmbH



**Peter Gerber,**  
Bereichsleiter Mitglieder  
und Logistik,  
Milchverwaltung Campina  
GmbH



**Günter Berz-List,**  
Vorstand,  
Schwälbchen Molkerei  
Jakob Berz AG



**Alexander Falser,**  
Leiter Abteilung Market  
Intelligence,  
Nestlé Deutschland AG



**Heinrich Rudolf Kirchner,**  
Geschäftsführer,  
H.R. Kirchner GmbH  
(EDEKA aktiv markt Kirchner)



**Franz Josef Doll,**  
Managing Partner,  
Bavaria Consulting GmbH

**Reinhard Schoch,** Bereichsleiter Milchwirtschaft, Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (AMI) | **Thomas Capune,** Managing Partner, CSP Capune, Schaeben & Professionals GmbH & Co. KG | **Brigitte Arndt-Rausch,** Client Business Partner Food, The Nielsen Company | **Matthias Riemann,** Partner, Munich Strategy Group (MSG) | **Dr. Johannes Simons,** Abteilung Marktforschung der Agrar- und Ernährungswirtschaft, Universität Bonn | **Michael Krupp,** Gruppenleiter Supply Chain Management & Service Engineering, Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML | **Günther Nessel,** Geschäftsführender Gesellschafter, taste! food & beverage communication GmbH | **Dr. Ulrich Ellinghaus,** Division Manager Quality Seal & License Agreements, SGS Institut Fresenius GmbH | **Dr. Jörg Munkes,** Director Quantitative Research, Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH (GIM) | **Martin Miller,** Geschäftsleitung, CSB-System AG

## Sponsoren:



## Veranstalter:

**Lebensmittel  
Zeitung**

**the conference group**  
worldwide business events

Ein Beteiligungsunternehmen der  
Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag

## 1. Tag | 09. Februar 2010 – Vormittag

### Vorsitz:

**Dirk Lenders**, Redakteur, Lebensmittel Zeitung

9.00 – 9.10 Begrüßung und Einführung in den Kongresstag durch den Vorsitzenden

### Status Quo und Ausblick – Was kommt auf die Branche zu?

9.10 – 9.40 **Blitzlicht 2010**

#### Verbraucher- und Marktsegmente –

#### Die aktuellen Entwicklungen auf dem deutschen Milchmarkt

- Gewinnt die Handelsmarke im Mopro-Regal?
- Welche Produkttrends bieten 2010 Wachstumspotenzial?
- Welchen Stellenwert hat Nachhaltigkeit beim Verbraucher?

**Brigitte Arndt-Rausch**, Client Business Partner Food, The Nielsen Company

9.40 – 10.10 **Functional Dairy, Bio, Convenience und Food-to-go –**

#### Was is(s)t der deutsche Kunde? Wohin greift er im Mopro-Regal?

**Alexander Falser**,

Leiter Abteilung Market Intelligence, Nestlé Deutschland AG

10.10 – 10.40 **Premium – Qualität als Profilierungsstrategie im umkämpften Markt der Molkereiprodukte**

**Thomas Schiemann**, Geschäftsführer, Emmi Deutschland GmbH

10.40 – 11.10 **Kommunikations- und Kaffeepause**

### World Dairy Markets 2010 – Wachstumspotenziale für Molkereien und Milchwirtschaft

11.10 – 11.40 **Von der internationalen Rohstoffsituation bis zum Absatzmarkt – Perspektiven für die europäische Milchproduktion**

- Situation der Milcherzeuger
- Internationale Handelsbeziehungen
- Kaufverhalten des Verbrauchers auf dem Markt

**Reinhard Schoch**, Bereichsleiter Milchwirtschaft, Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (AMI)

11.40 – 12.10 **Das Caring Dairy Programm von Beemster und Ben & Jerry's – Das ökonomisch, ökologisch und sozial orientierte Nachhaltigkeitskonzept als Vorreiter in der Milchwirtschaft**

**Jan Roelofs**, Vertriebsleiter, Käserei Beemster – Cono Kaasmakers, Middenbeemster/ Niederlande

12.10 – 12.50 **World Dairy Markets: Herausforderungen und Chancen – Einfluss der Krise auf die Exportchancen international operierender Molkereien**

- Steigerung des Exports – Eine Möglichkeit zur Kompensation der Absatzverluste im Inland?
- Gelebte Nachhaltigkeit trotz Preiskrieg – Nachfrageorientierte Produktion ökologischer Molkereiprodukte

**Torben Olsen**, Geschäftsführer, Arla Foods GmbH – angefragt

12.50 – 14.00 **Lunch- und Kommunikationspause**

### Kooperation und Konsolidierung – Chancen und Herausforderungen für die Molkereibranche 2010

14.00 – 14.30 **Die deutsche Molkereibranche im Strukturwandel – Herausforderungen, Chancen und Strategien**

- Performanceanalyse deutscher Molkereien: hohe Volatilität und Krisenanfälligkeit als Markenzeichen einer Branche?
- Wege aus der Krise: die Unternehmensstrategie als Alleinstellungsmerkmal
- Möglichkeiten der Positionierung: Wachstums- vs. Nischenprofi
- Die Molkereibranche 2010: Erwartungen der Marktteilnehmer

**Matthias Riemann**, Partner, Munich Strategy Group (MSG)

## 1. Tag | 09. Februar 2010 – Nachmittag

14.30 – 15.00 **Kooperation und Konsolidierung – Chancen und Herausforderungen für die Branche**

- Marktpositionierung durch Joint Venture und Kooperation
- Wie werden sich die Strukturen verändern?
- Erfolgreiche Lösungsstrategien für Molkereien und Milchwirtschaft
- Wer wird als Gewinner aus den neuen Marktstrukturen hervorgehen?

**Franz Josef Doll**, Managing Partner, Bavaria Consulting GmbH

15.00 – 15.30 **„Aus der Region für die Region“ und „aus der Region in alle Welt“: Was bedeutet heute Regionalität?**

- Wahrnehmung der regionalen Herkunft
- Regionalität vs. Globalisierung
- Regionalität als Möglichkeit zur Positionierung

**Dr. Johannes Simons**, Abteilung Marktforschung der Agrar- und Ernährungswirtschaft, Universität Bonn

15.30 – 16.00 **Kommunikations- und Kaffeepause**

### Megatrends Regionalität, Traditionelle Herstellung, Bio und Fair – Strategien für neues Wachstum

16.00 – 16.30 **Regionalität im Mopro-Regal – Strategien für mehr Wachstum**

#### Die erfolgreiche Platzierung der Grünen Linie im Premiumbereich

**Günter Berz-List**, Vorstand, Schwälbchen Molkerei Jakob Berz AG

16.30 – 17.00 **Regional, grün und fair – Profilierungsstrategien für den Handel**

- Rewe Feine Welt – Ganzheitlich gelebte Nachhaltigkeit
- Gelebte Verhaltensweisen des Verbrauchers
- Einbindung lokaler Sortimente im nationalen Category Management

**Walter Steffens**, Category Manager Einkäufer Käse; Vollsortiment National, REWE Markt GmbH

17.00 – 17.30 **Innovation, Qualität und Regionalität – Profilierungsstrategien für Bio-Marken**

**Paul Söbbeke**, Geschäftsführender Gesellschafter, Molkerei Söbbeke GmbH

17.30 – 18.10 **Diskussionsrunde**

#### Zwischen SB- und Bedientheke – Potenziale für den Handel

- Selbstbedienung oder Käsebedientheke?
- Wie lange wird es die Theke noch geben?
- Welche Wachstumschancen eröffnet das Thema Bio und Regionalität?

**Walter Steffens**, Category Manager Einkäufer Käse; Vollsortiment National, REWE Markt GmbH

**Jan Roelofs**, Vertriebsleiter, Käserei Beemster – Cono Kaasmakers, Middenbeemster/ Niederlande

**Heinrich Rudolf Kirchner**, Geschäftsführer, H.R. Kirchner GmbH (EDEKA aktiv markt Kirchner)

**Hans Jürgen Bönsch**, Vizepräsident, Landesverband des Bayerischen Einzelhandels (LBE) & Inhaber, Böma Lebensmittelfrischmärkte

**Moderation: Dirk Lenders**, Redakteur, Lebensmittel Zeitung

18.10 **Festliches Käsebuffet mit Sektempfang**

Im Anschluss an einen informativen und erlebnisreichen Kongresstag laden sie Bongrain Deutschland, der Marktführer für französische Käsespezialitäten und der Veranstalter The Conference Group zu einem festlichen Käsebuffet mit Sektempfang ein. Nutzen Sie die Gelegenheit, in geselliger Atmosphäre neue Kontakte zu Referenten, Ausstellern und Teilnehmern zu knüpfen bzw. bestehende Kontakte zu vertiefen und lassen Sie sich kulinarisch verwöhnen.

gesponsert von:





**2. Tag | 10. Februar 2010 – Vormittag**

**Vorsitz:** Dirk Lenders, Redakteur, Lebensmittel Zeitung

**Produktinnovation und Qualität – Taktgeber für die Märkte von morgen**

9.00 – 9.30 **Produktinnovation aus Sicht des Konsumenten:**

**Meist nur alter Wein in neuen Schläuchen?**

- Was ist eine Innovation und was macht eine Innovation erfolgreich?
- Welche Produktinnovationen braucht der Konsument?
- Functional Dairy:  
Welche Rolle spielen funktionale und emotionale Produktbenefits in der Zukunft vor dem Hintergrund der EU-Health Claims 2010?

**Dr. Jörg Munkes**, Director Quantitative Research, Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH (GIM)

9.30 – 10.00 **Zusatzstoffe in Lebensmitteln – Verbraucherbedürfnisse und Glaubwürdigkeit vs. Notwendigkeit**

- Rechtliche Rahmenbedingungen
- Technologische Erfordernisse
- Verbraucherwünsche und -erwartungen / Markttrends
- Anpassungserfordernisse und -möglichkeiten

**Dr. Ulrich Ellinghaus**, Division Manager Quality Seal & License Agreements, SGS Institut Fresenius GmbH

10.00 – 10.30 **Qualität fängt beim Grashalm an**

**Ohne Gentechnik – Ein Sortimentsbaustein mit Wachstumschancen in Deutschland?!**

**Peter Gerber**, Bereichsleiter Mitglieder und Logistik, Milchverwaltung Campina GmbH

10.30 – 11.00 **Kommunikations- und Kaffeepause**

**Markenmacht – Strategische Marktpositionierung zwischen Handels-, Hersteller- und Exklusivmarke**

11.00 – 11.30 **Markenkampf – Ist die Handelsmarke überhaupt zu schlagen?**

**Günther Nessel**, Geschäftsführender Gesellschafter, taste! food & beverage communication GmbH

11.30 – 12.00 **Strategisches Pricing und Konditionen-Management zur Stärkung der Marke**

- Die Marke als Basis jedes erfolgreichen Konditionensystemes
- Erfolgreiche Systeme und Konzepte im Markt
- Aktuelle Entwicklungen in Deutschland und Europa

**Thomas Capune**, Managing Partner, CSP Capune, Schaeben & Professionals GmbH & Co. KG

12.00 – 12.30 **Von Discount- und Handelsmarken zu regionalen, nationalen und internationalen Marken – Zielgerichtete Diversifikation für ein qualitatives Wachstum**

**Andreas Schneider**, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, Hochwald Nahrungsmittelwerke GmbH

12.30 – 13.10 **Diskussionsrunde**

**Markenmacht: strategische Marktpositionierung zwischen Handel-, Hersteller und Exklusivmarke**

- Welche Chancen haben Premium-Handelsmarken in Deutschland?
- Bringen Exklusivmarken neue Profilierungschancen für Handel und Hersteller?
- Wie können Hersteller ihre Marken zukünftig im Preiswettbewerb positionieren?

**Andreas Schneider**, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, Hochwald Nahrungsmittelwerke GmbH

**Thomas Schiemann**, Geschäftsführer, Emmi Deutschland GmbH

**Günter Berz-List**, Vorstand, Schwälbchen Molkerei Jakob Berz AG

**Thomas Capune**, Managing Partner, CSP Capune,

Schaeben & Professionals GmbH & Co. KG

**Heinrich Gropper**, Geschäftsführer,

Molkerei Gropper GmbH & Co. KG – angefragt

**Moderation:** Dirk Lenders, Redakteur, Lebensmittel Zeitung

13.10 – 14.10 **Lunch- und Kommunikationspause**

**2. Tag | 10. Februar 2010 – Nachmittag**

**Von SCM bis Lebensmittelsicherheit – Optimierungspotenziale für Handel und Hersteller**

14.10 – 14.40 **Supply Chain Management und Rückverfolgbarkeit: innovative Ansätze für die Molkereibranche**

- Kooperative Distribution auf strategisch/taktischer Ebene
- Mengensteuerung- und Bündelung
- Kosten- und Planungsoptimierung
- Qualitätssicherung heute und morgen: Technologien und Machbarkeit

**Michael Krupp**, Gruppenleiter Supply Chain Management & Service Engineering, Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML

14.40 – 15.10 **Profitable Unternehmensorganisation: Praktische Umsetzung in einem IT-System**

- Rückverfolgung
- Qualitäts- und Umweltmanagement
- Lebensmitteletikettierung und Nährwertkennzeichnung
- Perspektiven

**Martin Miller**, Geschäftsleitung, CSB-System AG

15.10 – 15.40 **Unternehmenskooperation – Lieferantengesteuerte Disposition im Bereich Molkereiprodukte**

**Thomas Hermann**, Director Supply Chain Central Europe, Danone GmbH – angefragt

15.40 – 16.10 **Lebensmittelsicherheit – Die Umsetzung des International Food Standard (IFS), Version 5**

- Welche Änderungen ergeben sich aus der Umstellung von Version 4 auf 5?
- Maßgebliche Kriterien für das Qualitätsmanagement
- Bewertung des Audit-Ergebnisses

**Johann Mayer**, Qualitätssicherung, Alpenhain Käsespezialitäten-Werk GmbH & Co. KG

16.10 **Ende des Deutschen Molkereikongresses 2010**

**Wir bedanken uns bei unseren Medienpartnern:**

Ernährungsdienst  
**agrارzeitung**  
Wirtschaft für die Landwirtschaft

**Lebensmittel Zeitung**

**FACHAUSSTELLUNG MOPRO 2010**

Parallel zum Deutschen Molkereikongress bieten wir innovativen Ausstellern die Möglichkeit, ihre Produkte und Dienstleistungen im Rahmen der Fachausstellung einem hochkarätigen Fachpublikum vorzustellen.

**Sind Sie interessiert als Aussteller dabei zu sein?**

Sichern Sie sich rechtzeitig Ihre Ausstellungsfläche und fordern Sie unverbindlich die detaillierten Ausstellereinrichtungen unter folgendem Kontakt an:

Tel: 069/7595-3000

Fax: 069/7595-3010

E-Mail: info@conferencegroup.de



## Sehr geehrte Damen und Herren,

kaum ein Lebensmittel hat in den vergangenen zwei Jahren für so viele Schlagzeilen gesorgt wie Milch. Die Folgen der Finanzkrise wirken sich noch immer negativ auf die Nachfrage aus. Nach wie vor niedrige Erzeugerpreise lassen für das kommende Jahr neue Bauernproteste befürchten. Zusätzlich führen Diskussionen um ESL-Milch und das Label „Gentechnikfrei“ zu Verunsicherung der Verbraucher.

Trotz der anhaltenden Turbulenzen bietet der Markt für Molkereierzeugnisse jedoch gute Voraussetzungen und Chancen für Wachstum. Führende Experten gehen davon aus, dass sich der Anstieg des globalen Milchverbrauchs weiter fortsetzen wird. Somit dürfte der Handel mit Milch- und Molkereiprodukten schon bald weltweit wieder Umsatzzuwächse erzielen.

Regionalität lautet scheinbar das Gebot der Stunde, wenn es um die Wünsche und Sehnsüchte des modernen Verbrauchers geht. Laut einer repräsentativen Umfrage der Landesvereinigung der Bayerischen Milchwirtschaft vom Juni, wünschen sich 83 Prozent der Befragten eine stärkere Betonung der Regionalität. Bereits ein gutes Viertel der Verbraucher achtet beim Einkauf immer auf die Herkunft der Produkte, für etwas mehr als die Hälfte (55 Prozent) ist beim Einkauf mitunter der „Stall“ wichtig, aus dem die Produkte kommen. Mit der Herkunft von Produkten wollen inzwischen sogar Aldi und Lidl bei den Verbrauchern punkten. Die aktuelle Situation in der Milchwirtschaft zeichnet sich damit zum einen durch die stetig steigende Erwartungshaltung der Verbraucher und zum anderen durch einen zunehmenden Margen- und Kostendruck in der gesamten Wertschöpfungskette aus. Unter dem Motto:

## Impulse für eine Branche im Wandel – Wachstumschancen für Molkereien und Milchwirtschaft

veranstaltet The Conference Group in Zusammenarbeit mit der Lebensmittel Zeitung den Deutschen Molkereikongress 2010. Anknüpfend an einen erfolgreichen Auftakt 2009 werden führende Experten aktuelle Trends und Marktentwicklungen aufzeigen und Strategien für eine Branche im Wandel diskutieren. Sichern Sie sich Branchen-Know-how aus erster Hand und holen Sie sich die Denkanstöße für Ihren Erfolg von morgen.

Wir freuen uns sehr, Sie zum Deutschen Molkereikongress 2010 nach Wiesbaden einladen zu dürfen, dem Trendforum für Handel und Milchwirtschaft in Deutschland.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Erhard Bost  
Geschäftsführender Gesellschafter  
The Conference Group

## Fax-Anmeldung: 0 69/75 95 30 10

**Ja**, hiermit melde ich mich/melden wir uns zum **Deutschen Molkereikongress 2010** am 09./10. Februar 2010 an. Der Teilnehmerpreis beträgt 1.190,- Euro zzgl. MwSt. p.P.

Bei Anmeldung bis zum 10.01.2010 erhalten Sie einen Rabatt in Höhe von 200,- € auf die Kongressteilnahme.

**Ja**, ich bin/wir sind interessiert an der begleitenden **Fachausstellung**. Bitte senden Sie mir/uns Informationsmaterial zu.

1. Name	2. Name	3. Name
_____	_____	_____
Vorname	Vorname	Vorname
_____	_____	_____
Position	Position	Position
_____	_____	_____
Firma	Firma	Firma
_____	_____	_____
Straße   Hausnummer	Straße   Hausnummer	Straße   Hausnummer
_____	_____	_____
PLZ   Ort	PLZ   Ort	PLZ   Ort
_____	_____	_____
Telefon   Fax	Telefon   Fax	Telefon   Fax
_____	_____	_____
E-Mail-Adresse*	E-Mail-Adresse*	E-Mail-Adresse*
_____	_____	_____

**-15%**

**\*Ja**, ich möchte zukünftig den E-Mail-Newsletter erhalten.

### So melden Sie sich an:

per Post: The Conference Group GmbH,  
Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main  
per Telefon: 0 69/75 95 30 00  
per Telefax: 0 69/75 95 30 10  
per E-Mail: info@conferencegroup.de  
per Internet: [www.conferencegroup.de/mopro](http://www.conferencegroup.de/mopro)

### Termin und Ort:

09./10. Februar 2010  
Dorint Pallas Hotel Wiesbaden  
Auguste-Viktoria Straße 15  
65185 Wiesbaden  
Telefon: 0611/33 06 33 06  
Fax: 0611/3306 10 00  
EZ: 141,- Euro inkl. Frühstück  
E-Mail: [reservierung.wiesbaden@dorint.com](mailto:reservierung.wiesbaden@dorint.com)

### Zimmerreservierung:

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer bereit, auf das Sie bei Bedarf zurückgreifen können. Das Kontingent steht Ihnen bis ca. 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter dem Stichwort „Deutscher Molkereikongress“ vor.

### Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem entsprechenden Vordruck vor. Die Gebühr für den zweitägigen Kongress beträgt € 1.190,- zzgl. 19% MwSt. Bei Anmeldungen bis zum 10. Januar 2010 gewähren wir einen Frühbucherrabatt von € 200,-. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen an dem Kongress teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält Getränke und Mittagessen. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung und Rechnung.

Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei schriftlicher Stornierung bei The Conference Group bis 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von Euro 50,- zzgl. MwSt. pro Person erhoben. Maßgeblich ist immer der Eingang der Mitteilung beim Veranstalter. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung innerhalb der letzten 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit gestellt werden. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

### Registrierung:

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die vor Beginn ausgehändigt werden.

