

# 1. Jahreskongress für die Milchwirtschaft in Deutschland

Alle Partner müssen an einen Tisch!

# Deutscher Molkereikongress MOPRO 2009

## Die Zukunft der Molkereibranche – Was folgt daraus für die Partner aus LEH und Agrarwirtschaft?

### Themenfelder 2009:

**Der Milchmarkt im Wandel** – Welche Herausforderungen kommen auf die Branche zu?

**Der internationale Mopro-Markt** – Welche Chancen bietet der Export den deutschen Milcherzeugern und Molkereien?

**Konsolidierung und Konzentration** – Was sind die Folgen für Erzeuger, Molkereien und Handel?

Wie wird die zunehmende Konsolidierung den Markt verändern?

**Blick nach Europa** – Welche Folgen haben Preis- und Quotenkämpfe?

**Mopro-Trends zwischen Bio und Functional Dairy** –

Welche Produktinnovationen lassen sich am Markt platzieren?

**Zwischen Marke und Handelsmarke** – Wie sichert der Handel seine Margen?

Wie müssen sich Molkereien zukünftig positionieren?

**Von Premium bis Discount** – Welche Wachstumsstrategien sind erfolgreich?

Information & Anmeldung:  
[www.conferencegroup.de](http://www.conferencegroup.de)

Termin und Ort: 12./13. Februar 2009, Dorint Pallas Hotel, Wiesbaden



**John Broekmans**,  
Vorsitzender der  
Geschäftsleitung,  
Bongrain Deutschland GmbH



**Albert Deß**,  
Mitglied des  
Europäischen Parlaments



**Dr. Karl-Heinz Engel**,  
Hauptgeschäftsführer,  
Hochwald Nahrungsmittel-  
Werke GmbH



**Michael Feller**,  
Vorsitzender der  
Geschäftsführung,  
Campina GmbH



**Claus P. Fischer**,  
Leitung Industry Division,  
Nordmilch AG



**Tim Ørting Jørgensen**,  
Executive Director,  
Arla Foods amba



**Sabine Kraus**,  
Marketing Leitung Marke  
Müller, Molkerei Alois Müller  
GmbH & Co. KG



**Winfried Meier**,  
Geschäftsführer Vertrieb &  
Marketing,  
Milch-Union Hoheifel eG



**Manfred Nüssel**,  
Präsident, Deutscher  
Raiffeisenverband e.V.



**Karsten Pabst**,  
Geschäftsführer,  
Hieber's Frische Center KG



**Urs Riedener**,  
CEO,  
Emmi AG



**Barbara Scheitz**,  
Geschäftsführerin,  
Andechser Molkerei  
Scheitz GmbH

**Oliver Betzer**, Head of Cluster Europe West, SIG Combibloc GmbH

**Thomas Capune**, Geschäftsführender Gesellschafter,  
C&P Capune und Partner Unternehmensberatung

**Dr. Heiko Dustmann**, Gründer und Inhaber, Innovationsberatung Weihenstephan

**Volker Dölle**, Geschäftsführer, Dölle. Managementberatung und Absatzförderung

**Ulrich Eggert**, Geschäftsführer, Ulrich Eggert Consulting

**Helmut Hübsch**, Key Account Manager, GfK Panel Services Deutschland

**Lothar Krause**, Executive Director Sales Food, Döhler GmbH

**Prof. Dr. Falk Mißfeldt**, Professor für landwirtschaftliche Betriebslehre,  
Fachhochschule Kiel

**Jörg Reuter**, Geschäftsführer, Ökostrategieberatung Reuter, Dr. Diemel & Kollegen

**Dr. Holger Toschka**, Global Programm Director R&D, Unilever Deutschland GmbH

**Martin Tsochner**, Geschäftsführender Partner,  
Rölfs MC Partner Management Consultants GmbH

**Monika Wohlfarth**, Leiterin Milchmarkt allgemein, Int. Märkte u. Analysen, ZMP GmbH

**Sebastian Wolff**, Vice President, Rabobank International Frankfurt Branch

Eine Veranstaltung von:

**the conference group**  
worldwide business events

Ein Beteiligungsunternehmen der  
Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag

In Zusammenarbeit mit:

**Lebensmittel  
Zeitung**

Medienpartner:

**Ernährungsdienst**  
Unabhängige Agrarzeitung

Besuchen Sie uns im Internet unter: [www.conferencegroup.de](http://www.conferencegroup.de)

# Einladung zum Deutschen Molkereikongress 2009

## Sehr geehrte Damen und Herren,

die deutsche Milchwirtschaft befindet sich in einem epochalen Umbruch. In den nächsten Jahren wird es zu grundlegenden Strukturveränderungen kommen: Bis 2014/15 soll der Markt vollständig liberalisiert sein. Als Folge prognostizieren Experten die größte Konzentrationswelle, die der Markt je gesehen hat. Was bedeutet das heute für die Marktteilnehmer?

Die Anforderungen an deutsche Molkereien sind enorm. Der Preisdruck wächst. Die Forderungen der Erzeuger werden lauter: Die Gefahr des Molkerei-Hopping rückt mit der Liberalisierung näher heran. Eine Süd-Nordwanderung der Milch beginnt. Auch von Handelsseite wächst der Druck: Eigenmarken, Substituierbarkeit der Standardprodukte und der Konzentrationsprozess im Handel setzen den Molkereien erheblich zu. Es wird eng für Marken mit Mittelpreisstrategien. Marken, die auf Innovationen setzen, werden überleben. Functional Dairy und Convenience sind die Produkte der Zukunft. Unter dem Motto

## Die Zukunft der Molkereibranche – Was folgt daraus für die Partner aus LEH und Agrarwirtschaft?

dürfen wir Sie heute herzlich zum **Deutschen Molkereikongress – MOPRO 2009**, dem neuen Trendforum für Handel und Milchwirtschaft in Deutschland, einladen. Die Veranstaltung wird 2009 erstmalig von The Conference Group in Zusammenarbeit mit der Lebensmittel Zeitung durchgeführt. Führende Experten werden hier die aktuellen Trends und Marktentwicklungen aufzeigen und Strategien für eine Branche im Umbruch diskutieren.

Diese Fragen stehen im Mittelpunkt der Diskussion:

- Welche Strategien sind im anstehenden Konzentrationsprozess erfolgreich?
- Wie müssen Handel und Molkereien zukünftig kooperieren?
- Welche Märkte sind lukrativ?
- Welche Produkte, Innovationen und Trends sucht der Konsument 2009?
- Wie wird das Markengeschäft von morgen aussehen?

Parallel zum Kongress findet die Fachausstellung MoproExpo 2009 statt. Hier werden innovative Hersteller und Dienstleister neue Produkte und Technologien für die Molkereibranche vorstellen.

Wir möchten Ihnen mit diesem Kongress Denkanstöße und Ideen vermitteln, damit Sie auch zukünftig erfolgreich sind. Wir freuen uns darauf, Sie im Februar 2009 in Wiesbaden begrüßen zu dürfen.

Mit freundlichen Grüßen  
The Conference Group GmbH



Dr. Erhard Bost  
Geschäftsführender Gesellschafter



Katrin Rennich  
Projektmanagerin

## Das Programm des Deutschen Molkereikongresses 2009

### 12. Februar 2009

#### Vorsitz:

**Dirk Lenders, Redakteur Frischware, Lebensmittel Zeitung, Frankfurt am Main**

#### 9.00 – 9.10

**Begrüßung und Einführung in den Kongresstag durch den Vorsitzenden**

#### 9.10 – 9.25

##### Grußwort:

**Manfred Nüssel, Präsident, Deutscher Raiffeisenverband e.V., Berlin**

#### Status Quo und Perspektiven für den deutschen Mopro-Markt

#### 9.25 – 9.55

##### Der Milchmarkt in Deutschland – Zahlen, Fakten, Trends 2009

- Status Quo und Markttrends
- Wo der Kunde was einkauft
- Ausblick

**Helmut Hübsch, Key Account Manager, GfK Panel Services Deutschland, Nürnberg**

#### 9.55 – 10.25

##### Wachstumschancen: Lernen vom Verbraucher

Vom Kundenwunsch zum Wunschprodukt

**Lothar Krause, Executive Director Sales Food, Döhler GmbH, Darmstadt**

#### 10.25 – 11.00

**Kaffee- und Kommunikationspause**

#### Blick ins Ausland:

#### Chancen und Herausforderungen für Molkereien und Erzeuger

#### 11.00 – 11.30

##### Der europäische Milchmarkt – Zahlen, Fakten und Strategien

- Die wichtigsten Märkte und Key Player
  - Liberalisierung und Quotenregelung – die Rahmenbedingungen
- Monika Wohlfarth, Leiterin Milchmarkt allgemein, Int. Märkte u. Analysen, ZMP Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle für Erzeugnisse der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft GmbH, Berlin**

#### 11.30 – 12.00

##### Preisentwicklung auf den globalen Agrarmärkten – Konsequenzen für Milcherzeuger und Molkereien

- Ursachen und Folgen
  - Strategien im Umgang mit den Preisentwicklungen
- Sebastian Wolff, Vice President, Rabobank International Frankfurt Branch, Frankfurt am Main**

#### 12.00 – 12.30

##### Aktuelle EU-Agrarpolitik – Herausforderungen und Folgen für den Milchmarkt

**Albert Deß, Mitglied des Europäischen Parlaments, Mitglied im Agrarausschuss, Mitglied im Ausschuss Internationaler Handel, Neumarkt**

#### 12.30 – 13.00

##### The International Dairy Market –

##### Challenges And Chances For The International Operating Dairy

**Tim Ørting Jørgensen, Executive Director, Business Group Consumer International, Arla Foods a.m.b.a, Viby J/Dänemark**

#### 13.00 – 14.00

**Lunch - und Kommunikationspause**

# 12./13. Februar 2009, Wiesbaden

## Konsolidierung in der Molkereibranche: Wer sind die Gewinner? Wer die Verlierer?

14.00 – 14.30

### Strategien im Konzentrationsprozess der deutschen Milchindustrie

**Martin Tschochner**, Geschäftsführender Partner,  
Röf's MC Partner Management Consultants GmbH, Düsseldorf

14.30 – 15.00

### Strategien für eine erfolgreiche Positionierung im Konzentrationsprozess – Spezialisierung versus Diversifikation

• Handelsmarken – Perspektiven für Molkereien  
• Erfolgreiche Partnerschaften im In- und Ausland  
**Winfried Meier**, Geschäftsführer Vertrieb & Marketing, Milch-Union Hocheifel eG, Pronsfeld

15.00 – 15.30

### Markenführung in einem engen Wettbewerbsumfeld – Die Zukunft des Markengeschäftes in der Molkereibranche

**Michael Feller**, Vorsitzender der Geschäftsführung, Campina GmbH, Heilbronn

15.30 – 16.00

### Milchwirtschaft vor Konsolidierung? Herausforderungen und Strategien für die Molkereien in Deutschland

**Dr. Karl-Heinz Engel**, Vorsitzender, Milchindustrie-Verband e.V., Berlin

16.00 – 16.30

### Kaffee- und Kommunikationspause

## EU-Milchquotenregelung und der GAP-Gesundheitscheck: Konsequenzen und Perspektiven für den Milchmarkt

16.30 – 17.00

### Milchangebot nach dem Wegfall der Quote – Wichtige Einflussgrößen

• Ausgangssituation  
• Ökonomische und politische Einflussfaktoren bis 2015  
• Strukturwandel im regionalen Milchangebot nach Wegfall der Quote  
**Prof. Dr. Falk Mißfeldt**, Professor für landwirtschaftliche Betriebslehre, Fachhochschule Kiel

17.00 – 17.30

### Liberalisierung der Märkte – Einfluss der GAP und der WTO-Verhandlungen

**Claus P. Fischer**, Leitung Industry Division, Nordmilch AG, Bremen

17.30 – 18.10

### Alternative Strategie-Ansätze für Molkereien im anstehenden Konsolidierungsprozess – Management zum Erfolg in Märkten extremen Wandels

**Ulrich Eggert**, Inhaber-Geschäftsführer, Ulrich Eggert Consulting, Köln

### 18.10 Sektempfang

Im Anschluss an einen informativen und erlebnisreichen Kongresstag lädt Sie The Conference Group herzlich zu einem Sektempfang ein. Nutzen Sie die Gelegenheit, in geselliger Atmosphäre neue Kontakte zu Referenten, Ausstellern und Teilnehmern zu knüpfen bzw. bestehende Kontakte zu vertiefen.

## 13. Februar 2009

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

## Innovationsmanagement im Mopro-Bereich – Was macht Produktinnovationen erfolgreich?

9.00 – 9.30

### Innovationsmanagement – Interne Prozesse als Wettbewerbsvorteil

• Welche Faktoren machen Produktinnovationen erfolgreich?  
• Zusammenspiel von Idee und Umsetzung  
• Was sind echte Innovationen?  
• Zusammenarbeit von Herstellern und Händlern  
**Dr. Holger Toschka**, Global Programm Director R&D, Unilever Deutschland GmbH, Heilbronn

9.30 – 10.00

### Käse-Premiummarken im volatilen Milchmarkt

**John Broekmans**, Vorsitzender der Geschäftsleitung, Bongrain Deutschland GmbH, Wiesbaden

10.00 – 10.30

### Pragmatisches Category Management im Mopro-Bereich – Welche Produktauswahl wünscht sich der Kunde wirklich?

**Karsten Pabst**, Geschäftsführer, Hieber's Frische Center KG, Binzen

10.30 – 11.00

### Kaffee- und Kommunikationspause

## Positionierung, Profilierung und Inszenierung – Herausforderungen für Handel und Hersteller

11.00 – 11.30

### Zwischen Marke und Handelsmarke – Wie sichert der Handel seine Margen?

• Können starke Marken die Wettbewerbssituation der Hersteller sichern?  
• Können starke Marken die Preise stabilisieren?  
• Können starke Marken den Handelsmarkenboom im Moprobereich stoppen?  
**Volker Dölle**, Geschäftsführer, Dölle. Managementberatung und Absatzförderung, Bad Homburg

11.30 – 12.00

### Das Muh aus der Flasche: Neuer Schwung für einen Klassiker

**Sabine Kraus**, Marketing Leitung Marke Müller, Molkerei Alois Müller GmbH & Co. KG, Aretsried

12.00 – 12.30

### Bedeutung und Notwendigkeiten von Mittelstands-Molkereien im regionalen, nationalen und globalen Interessensgeflecht für die Gesamtgesellschaft

**Barbara Scheitz**, Geschäftsführerin, Andechser Molkerei Scheitz GmbH, Andechs

12.30 – 13.00

### Emmi – Der Erfolg von Qualität und Herkunft

• Der Schweizer Markt und die Eigenheiten  
• Internationalität ein strategisches Muss für Emmi  
• Innovationen als Basis des Erfolgs – Auch in Deutschland  
**Urs Riedener**, CEO, Emmi AG, Luzern/Schweiz

13.00 – 14.00

### Lunch- und Kommunikationspause

## Zwischen Nische und Mainstream – Markttrends und Preisstrategien für die Mopro-Branche

14.00 – 14.30

### Marktchance Bio – Ist der Boom bereits zu Ende?

• Bio im LEH wächst, im Fachhandel stagniert Bio  
• Bio-Handelsmarken treiben den Markt  
• Wo liegen die Chancen für Markenhersteller?  
• Wer sind die modernen Biokunden?  
**Jörg Reuter**, Geschäftsführer, Ökostrategieberatung Reuter, Dr. Diemel & Kollegen, Berlin

14.30 – 15.00

### Functional Dairy: Functional Food-Konzepte für Milchprodukte – Welche Wachstumschancen bietet der Wellnessmarkt?

• Wie sieht der Markt heute aus? Produkte, Bedeutung, Wirksubstanzen  
• Wie entwickelt sich die Nachfrage? Käuferverhalten, Konsumentengruppen, Einkaufsorte  
• Was ist erfolversprechend? Ausblick, Barrieren, Lösungen und native Konzepte  
**Dr. Heiko Dustmann**, Gründer und Inhaber, Innovationsberatung Weihenstephan, München

15.00 – 15.30

### Nachhaltigkeit und Klimaschutz – Wettbewerbsfaktoren der Zukunft

Aus Sicht der Politik, Handel und Konsumenten  
**Oliver Betzer**, Head of Cluster Europe West, SIG Combibloc GmbH, Linnich

15.30 – 16.00

### Erfolgreiche Preis- und Konditionenstrategien für Innovationen – Welche Preise lassen sich im Markt umsetzen?

• Preise, Konditionen, Margen und Strategien  
• Implementierungsansätze und erfolgreiche Preisgestaltung der Hersteller  
• Herausforderungen der Zukunft  
**Thomas Capune**, Geschäftsführender Gesellschafter,  
C&P Capune und Partner Unternehmensberatung, Mönchengladbach

16.00 Ende des Deutschen Molkereikongresses 2009

# Fachausstellung MoproExpo 2009

## Das Forum für Dienstleister, Lieferanten und Partner der deutschen Mopro-Branche!

Parallel zum Deutschen Molkereikongress findet die **Fachausstellung MoproExpo 2009** statt. Nutzen Sie die Chance, dem hochkarätigen Fachpublikum, bestehend aus Vorständen, Geschäftsführern und Führungskräften aus Molkereien, Käsereien und der Milch verarbeitenden Industrie sowie aus Handelsunternehmen Ihre Produkte und Dienstleistungen vorzustellen. Durch direkte Präsenz bei optimaler Platzierung erreichen Sie mit einem geringen Aufwand eine hohe Wirkung.

Die Ausstellungsbereiche:

- Neue Technologien
- Neue Produkte
- Neue Dienstleistungskonzepte
- Neue Fulfillment- und Logistikkonzepte

Sie sind interessiert, als Aussteller dabei zu sein? Dann fordern Sie bitte unverbindlich weitere Informationen zur Fachausstellung an:

**The Conference Group GmbH**

Telefon: 0 69/75 95 - 3000

Fax: 0 69/75 95 - 3020

**E-Mail: [info@conferencegroup.de](mailto:info@conferencegroup.de)**

### In Zusammenarbeit mit

**Lebensmittel  
Zeitung**

Die Lebensmittel Zeitung ist die führende Fach- und Wirtschaftszeitung der Konsumgüterbranche in Deutschland. Wer aktuelle Nachrichten, Analysen und Hintergrundberichte zu Marketingstrategien, Sortiments- und Vertriebskonzepten deutscher und internationaler Handels- und Industrieunternehmen sucht, findet sie in der LZ – oftmals exklusiv. Dabei reicht das Spektrum der Berichterstattung von Food über Nonfood bis hin zu IT und Logistik.

[www.lz-net.de](http://www.lz-net.de)

### Medienpartner:

**Ernährungsdienst**

Unabhängige Agrarzeitung

Unter dem Motto „Wirtschaft für die Landwirtschaft“ bringt der Ernährungsdienst samt Onlineangebot täglich den Weltmarkt in die Betriebe. Die Agrarzeitung Ernährungsdienst vermittelt Orientierung im agrarpolitischen Dickicht oder bei sich überschlagenden Meldungen von Märkten. Des Weiteren halten exklusiv recherchierte Meldungen über Agrarpolitik, Rohstoffmärkte und Unternehmen auf dem Laufenden.

[www.ernaehrungsdienst.de](http://www.ernaehrungsdienst.de)

### Partner:



### Fax-Anmeldung: 0 69/75 95 - 3020

**Ja,** hiermit melde ich mich/melden wir uns zum Deutschen Molkereikongress 2009 am 12./13. Februar 2009 an. Der Teilnahmepreis beträgt Euro 1.190,- zzgl. MwSt. p.P.

**Ja,** wir sind an der Teilnahme als Aussteller an der begleitenden Fachausstellung interessiert. Bitte senden Sie uns unverbindlich nähere Informationen zu.

1. Name	
Vorname	
Position	
Firma	
Telefon	
Straße	
PLZ/Ort	
E-Mail*	

2. Name	
Vorname	
Position	
Firma	
Telefon	
Straße	
PLZ/Ort	
E-Mail*	

3. Name		-15%
Vorname		
Position		
Firma		
Telefon		
Straße		
PLZ/Ort		
E-Mail*		

### Information:

#### So melden Sie sich an:

per Post: The Conference Group GmbH  
Mainzer Landstraße 251  
60326 Frankfurt am Main  
per Telefon: 0 69/75 95 - 3000  
per Fax: 0 69/75 95 - 3020  
per E-Mail: [info@conferencegroup.de](mailto:info@conferencegroup.de)  
per Internet: [www.conferencegroup.de](http://www.conferencegroup.de)

#### Termin und Ort:

12./13. Februar 2009  
Dorint Pallas Hotel Wiesbaden  
Auguste-Viktoria-Straße 15  
65185 Wiesbaden  
Telefon: 06 11/33 06 - 33 06  
Fax: 06 11/33 06 - 10 00  
E-Mail: [reservierung.wiesbaden@dorint.com](mailto:reservierung.wiesbaden@dorint.com)  
EZ: Euro 148,- exkl. Frühstück

#### Zielgruppe:

Der Kongress richtet sich an Milcherzeuger sowie Geschäftsführer, Vorstände und Führungskräfte aus Molkereien, Käsereien und der Milch verarbeitenden Industrie. Des Weiteren an Vertreter von Handelsunternehmen und Dienstleistern, die in diesem Bereich tätig sind und die neuen Entwicklungen, Trends, Strukturen, Prozesse und Potenziale dieser Branche kennen müssen.

#### Zimmerreservierung:

Im Veranstaltungshotel haben wir ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer eingerichtet. Das Kontingent steht bis 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter dem Stichwort „Deutscher Molkereikongress“ vor.

#### Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nutzen Sie für Ihre Anmeldung den entsprechenden Vordruck. Die Gebühr für den Kongress beträgt Euro 1.190,- (zzgl. MwSt.). Bei Anmeldungen bis zum 20. Dezember 2008 gewähren wir einen Frühbucherrabatt von Euro 200,-. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr beinhaltet die Kongressunterlagen, Erfrischungsgetränke und Mittagessen. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung und die 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.

**\*Ja,** ich/wir möchte(n) künftig den E-Mail-Newsletter erhalten.