



## 1. Tag | 13. Februar 2012

Vorsitz:

**Dirk Lenders**, Redaktion Lebensmittel Zeitung, Deutscher Fachverlag GmbH

9.00 – 9.10 Begrüßung und Einführung in den Kongresstag durch den Vorsitzenden  
Vorsitz:  
**Dirk Lenders**, Redaktion Lebensmittel Zeitung, Deutscher Fachverlag GmbH

### Status Quo und Ausblick – Bedeutende Entwicklungen für den deutschen Mopro-Markt

9.10 – 9.50 **Update Molkereimarkt in Deutschland:  
Aktuelle Marktsituation und Perspektiven**

- Entwicklung von Warengruppen und Einkaufsstätten für Milch- und Käseprodukte
- Molkereiprodukte und ihre Bedeutung für den Handel
- Welche Rolle spielen Molkereiprodukte bei Online-Einkäufem?

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

9.50 – 10.20 **Strategische Ansätze zur Wertschöpfungssteigerung vor dem Hintergrund der aktuellen Markt- und Wettbewerbssituation**

- Wachstum, Differenzierung, Ertragssteigerung: Potenziale identifizieren und greifbar machen
- Strategische Erfolgsmuster und Best Practice Beispiele
- Erfolgsfaktoren der Umsetzung

**Matthias Riemann**, Geschäftsführer, Munich Strategy GmbH & Co. KG

10.20 – 11.00 **Die Sektoruntersuchung Milch des Bundeskartellamtes**  
**Andreas Mundt**, Präsident, Bundeskartellamt

11.00 – 11.30 **Kommunikations- und Kaffeepause**

### World Dairy Markets 2012 – Chancen und Potenziale

11.30 – 12.00 **Internationale Wettbewerbsfähigkeit –  
Potenziale in China, Russland und Nord-Afrika**  
Spezial: Niederlassung in China – Erwartungen und Erfahrungen  
**Rolf Janshen**, Geschäftsführer Vertrieb, Deutsches Milchkontor GmbH

12.00 – 12.40 **Die Bedeutung des internationalen Milchmarktes für die Milchindustrie in Europa**

- Wohin entwickelt sich der internationale Milchmarkt?
- Wie hängen internationale und nationale Mopro-Preise zusammen?
- Neue Einflussfaktoren auf die Rohstoffverwertung der Milch?
- Wie beeinflusst die Volatilität der Milchpreise Molkereien, Verarbeitung und Handel?

**Prof. Dr. Holger D. Thiele**, Geschäftsführer, ife Institut für Ernährungswirtschaft Kiel und Professor für Agrarökonomie, Fachhochschule Kiel

12.40 – 13.50 **Lunch- und Kommunikationspause**

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

13.50 – 14.20 **Veränderungen des Wettbewerbsumfeldes und die Herausforderung für die deutsche Molkereibranche**

- Triebkräfte des Konsolidierungsdrucks
- Erfolgsfaktoren der Zukunft – Was in der Konsolidierung wirklich zählt
- Lex Allgäu-land – Wird der genossenschaftliche Sektor das Opfer der Konsolidierung?

**Christian Groschupp**, Senior Projektleiter Restructuring & Finance, Dr. Wieselhuber & Partner GmbH

14.20 – 14.40 **Strategische Allianz – Schwälbchen AG und Milch-Union Hocheifel eG**  
Potenziale, Chancen, Synergien – In welchen Bereichen bringen Kooperationen Vorteile?

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

14.40 – 15.10 **Strategische Preis- und Konditionspolitik:  
Herausforderungen für Handel und Hersteller**

- Abschied vom Leistungs-/ Gegenleistungsprinzip?
- Learnings aus anderen wettbewerbsintensiven Märkten
- Anpassungskonzepte für profitable Potenzialerschließung

**Horst Jostock**, Geschäftsführer, ebc Consult GmbH

15.10 – 15.50 **Kommunikation- und Kaffeepause**

### Regionalmarken – Setzt sich der Boom fort?

15.50 – 16.20 **Die Chancen profilierter Regionalmarken im Mopro-Markt**

- National vs. Regional
- Wahrnehmung der 3 gesellschaftlichen Milieus
- Aktuelle Ergebnisse der DLG Regionalität-Studie

**Günther Nessel**, Geschäftsführer, taste! food & beverage communication GmbH

16.20 – 16.50 **Gläserne Molkerei: Mit allen Sinnen entdecken**

- Unsere Region – Unsere Milch und die Bedeutung von Transparenz
- Kaufkriterien der Konsumenten – Was sind die ausschlaggebenden Faktoren?
- Einbindung des Handels im Gesamtkonzept

**Dr. Kirsten Böhm**, Geschäftsführerin, Gläserne Molkerei GmbH

16.50 – 17.20 **Local Food – Die Bedeutung für Handel & Kunden**

- Einblick – Hintergründe zur Entwicklung der Rewe Eigenmarke Bubi-Milch
- Welche Ansprüche hat der Handel an Molkereiprodukte?
- Ausblick – Welche Wachstumsperspektiven bieten Regionalmarken?

**Hans-Peter Bierwirth**, Prokurist, BUBI Frischdienst eG, REWE Dortmund

17.20 – 18.00 **Regionalität hat einen Ursprung – am Beispiel Noord Hollander**  
**Nils Döhring**, Leiter Marketing, FrieslandCampina Cheese GmbH

ca. 18.00 **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 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.



## 2. Tag | 14. Februar 2012

Vorsitz:

**Dirk Lenders**, Redaktion Lebensmittel Zeitung, Deutscher Fachverlag GmbH

### **Profil, Partnering und Produkte – Welchen Mehrwert wollen die Kunden?**

- 9.00 – 9.30 **Markenführung zwischen Profil und Profit**
- Wie Marken durch klare Grenzen wachsen.
  - Finden Sie für Ihre Marken Balance zwischen Profilierung und Profit.
- Jürgen Gietl**, Managing Partner, Brand:Trust GmbH
- 9.30 – 10.00 **Risiken erkennen – Chancen nutzen:  
Lebensmittelsicherheit im Fokus**
- Herausforderungen für Milcherzeugung und -verarbeitung
  - Risikomanagement als Wettbewerbsvorteil
  - Wie können Hersteller und Handel in Prävention und Krisenmanagement zusammenarbeiten?
- Dr. Christoph Willers**, Senior Manager,  
Rölfs RP Management Consultants GmbH
- 10.00 – 10.30 **Edeka Schraml appelliert an die Industrie –  
Orientierungshilfen sind gefordert**
- Was will der Kunde
  - Was braucht der Händler
- Berthold Schraml**, Inhaber, EDEKA-Märkte Schraml
- 10.30 – 11.00 **Category Management im Milchfrischeregal:  
Glückliche Kunden; höhere Umsätze**
- Durch moderne und innovative Konzepte die Kundenorientierung optimieren, um Chancen für Zusatz-Umsätze zu generieren.
- Gerald Hübner**, Director Sales, DANONE GmbH Deutschland
- 11.00 – 11.30 **Kommunikations- und Kaffeepause**

### **Herausforderung Point of Sale – Was sind die Erfolgskriterien?**

- 11.30 – 12.00 **Treffpunkt Mopproregal:  
Entscheidung über Kauf oder Nicht-Kauf**
- Wie man im Kühlregal wahrgenommen wird – um mitgenommen zu werden
  - Erfolgreich positionieren zwischen „A-Marken“ und „Handelsmarken“
  - Wie man Marktführer wird und bleibt
  - Wie die Verpackung zum 1,6 Sek. Werbspot wird
- Michael Heintschel**, Geschäftsführer, Heintschel+
- 12.00 – 12.30 **Treffpunkt Bedientheke:  
Mach' nur das, was Du kannst! Warum Käseverkauf nie einfach ist!**
- Dobbin O.C. Lange**, Geschäftsführer, Geschmack pur – einfach genießen
- 12.30 – 13.00 **Die Zukunft:  
Antworten aus der Forschung für Molkereiprodukte von morgen**
- Prof. Dr. Jörg Hinrichs**, Universität Hohenheim,  
Träger des Milchwissenschaftlichen Innovationspreises 2010
- 13.00 **Ende des Deutschen Molkereikongress 2012  
und gemeinsames Mittagessen**