In Zeven fließt die Milch der Zukunft

Rohre bahnen sich ihren Weg durch die große Halle, ein Summen der Maschinen erfüllt den Raum. Diesen Ort bekommen nur wenige Menschen zu Gesicht. Denn es ist das Milk Innovation Center, das Forschungs- und Entwicklungslabor der DMK Group am Standort Zeven. Hier tüfteln rund 38 Mitarbeiter an Quark, Babynahrung oder Milchgetränken, bevor diese Produkte den Weg in die Supermärkte finden. VON **SOPHIE STANGE**

„Man kann es mit einer Miniatur-Molkerei vergleichen“, sagt der Leiter der Verfahrensentwicklung, Sven-Rainer Döring. Seine Kollegin Marina Schomacker, Leiterin der Produktentwicklung der Business Unit Brand bei der DMK Group, stimmt zu: „Für mich ist es eine Art ‚Puppenstube‘, mit allen Möglichkeiten, die die Produktion im großen Stil auch bietet.“

Seit 2006 wird im Milk Innovation Center (MIC) in Zeven an bestehenden Produkten wie beispielsweise Quark, Joghurt, Babynahrung und Co. gefeilt, zugleich werden hier neue Produkte entwickelt. Aktuelle Trends wie Protein-Produkte, neue Diäten oder Produkte mit weniger Zucker werden im Vorfeld von der Abteilung Trendforschung mit Internet-Recherchen identifiziert. Erst dann werden die Zutaten in der Küche des Forschungslabors in die Schüssel gegeben. „Das, was wir hier machen, gibt es in der Regel so noch nicht“, sagt Schomacker.

Bis zu zwölf Monate und länger kann es dauern, bis ein Produkt marktreif ist. Doch bis dahin sind viele Schritte notwendig: Ist eine Idee für ein neues Produkt entstanden, muss diese zuerst durch den Fachbereich Lebensmittelrecht geprüft werden. „Das ist wichtig, um zu wissen, wie die Zusammensetzung sein muss, damit das Produkt dann auch den Anforderungen entspricht“, erklärt die Chefin der Produktentwicklung.

Auch der Leiter des Werkes, bei dem das neue Produkt später einmal produziert werden soll, muss im Vorfeld darüber informiert werden. „Denn das Schlimmste, was passieren könnte, ist, wenn etwas über Monate entwickelt wurde und dann das ganze Projekt scheitert, weil das Produkt aus diversen Gründen am Standort so doch nicht umgesetzt werden kann. Das wollen wir natürlich vermeiden“, erklärt Marina Schomacker.

Was es kosten darf

Während an der Zusammensetzung des neuen Produktes getüftelt wird, arbeitet die Marketingabteilung an der Verpackung. Auch die Produkteinführung im Handel wird geplant und Werbemaßnahmen werden besprochen. „Wir wissen auf den Tag genau, wann das Produkt eingeführt werden soll. Und wir wissen auch, was es maximal kosten darf und wie lange es beispielsweise haltbar sein muss“, erklärt sie.

Erst dann beginnt die eigentliche Entwicklungsarbeit im DMK-Technikum: „Das kann man sich wie das Arbeiten in der Küche vorstellen. Man probiert so lange, bis es gut aussieht und lecker schmeckt. Dabei muss man immer bedenken, wie sich das im kleinen Stil entwickelte Produkt dann auch in der großen Produktion umsetzen lässt. Das ist die Herausforderung“, fügt sie hinzu. Gestartet wird mit kleinen Versuchen in der Küche des Forschungslabors. Der Wareneinsatz liegt zu Beginn bei etwa drei Kilogramm.

> **» Wir sind in der Lage, Milchpulver herzustellen, das nahezu steril ist, ohne großen thermischen Einfluss. «**
>
> **Sven-Rainer Döring, Leiter der Verfahrenstechnik beim Milk Innovation Center der DMK Group am Standort Zeven**

Im Technikum, dem Herzstück des Milk Innovation Centers, wird anschließend mit einem Wareneinsatz von 20 bis 50 Kilogramm gearbeitet. Bevor die Neuheit produziert werden kann, muss das Produkt von extra dafür ausgebildeten Mitarbeitern verkostet werden. Diese sind darin geschult, die verschiedenen Geschmacksrichtungen wie süß, sauer, salzig oder bitter gezielt herauszuschmecken, erklärt Sven-Rainer Döring.

Von ihrem Urteil hängt später alles ab: Fällt die Fragebogenauswertung negativ aus, muss der Entwickler sein Produkt weiter verfeinern oder, wie Schomacker sagt, „eine weitere Schleife drehen“. Beurteilen die Tester die Neuerung positiv, so kann sie produziert werden. Der Wareneinsatz beträgt dann schnell mal fünf bis zehn Tonnen. 90 Prozent aller Ideen werden laut Angaben des Milk Innovation Centers umgesetzt und finden sich später beispielsweise als Produkte der Marken Milram, Humana, Oldenburger oder Osterland in den Supermarktregalen wieder.

> **» Wir wissen auf den Tag genau, wann das Produkt eingeführt werden soll. Und wir wissen auch, was es maximal kosten darf und wie lange es beispielsweise haltbar sein muss. «**
>
> **Marina Schomacker, Leiterin der Produktentwicklung der Business Unit Brand bei der DMK Group**

Das Aufgabengebiet von Sven-Rainer Döring ist losgelöst von der Produktion: „Wir sind davor und dahinter geschaltet“, erklärt er. Sein Team ist unter anderem für die Optimierung und Weiterentwicklung der Prozesse und Abläufe im MIC zuständig. Er kennt alle Maschinen im Technikum und auch die Messgeräte für die Produktanalyse im Forschungslabor bestens. So kann beispielsweise mit Hilfe von Membrananlagen die Milch in ihre Bestandteile zerlegt werden. Aus dem „Baukasten Milch“ können sich dann die Produktentwickler bedienen. Um beispielsweise zu erfahren, wie fest die Butter ist oder wie die Schmelzkurve aussieht, kommen ebenfalls Analysegeräte zum Einsatz.

Darauf angesprochen, welches Verfahren Döring am meisten Freude bereitet, sagt er: „Wir sind in der Lage, Milchpulver herzustellen, das nahezu steril ist, ohne großen thermischen Einfluss.“ Fast drei Jahre lang haben vier Mitarbeiter an diesem Produkt geforscht, an der technischem Umsetzung war ein Team von 25 Personen beteiligt, sagt er.

Produkte, an denen im Milk Innovation Center geforscht wird, müssen eine ganze Reihe an Anforderungen erfüllen: So müssen nicht nur lebensmittelrechtliche Voraussetzungen geprüft, sondern gleichzeitig auch ethische und firmeninterne Anforderungen beachtet werden. Zudem spielen die Wünsche der Kunden und Verbraucher eine Rolle.

„Ein Quark ohne Reue“

Denn nur, wenn das Produkt vom Verbraucher akzeptiert wird, hat es eine Chance, über Jahre hinweg auf dem Markt zu bestehen. „Ich erinnere mich noch gut an mein erstes Produkt. Das war der ‚FrühlingsQuark leicht‘, den wir 1991 im Markt eingeführt haben. Es ist ein Quark ohne Reue“, sagt Schomacker und erklärt, dass zur damaligen Zeit Diätprodukte im Trend waren. „Die Light-Welle ist bereits lange vorbei, doch den Frühlings-Quark gibt es nach wie vor“, freut sich die Leiterin der Produktentwicklung.

Gleiches versuchen die Entwickler, mit weiteren Innovationen am Standort in Zeven zu erreichen. Konkreter werden sie nicht. Nur so viel: „Unsere Pläne gehen weit über das Jahr 2019 hinaus. Wir wollen in neue Bereiche hinein.“

Dann schließen sich die Türen der „Puppenstube“ wieder, das Summen der Maschinen ist nur noch zu erahnen. Was sich Schomacker und Döring wohl dieses Mal einfallen lassen? Irgendwann werden wir es sicher in den Regalen der Supermärkte entdecken...

Schauen sich im Technikum, dem Herzstück des Milk Innovation Centers (MIC), um: Sven-Rainer Döring (links), Leiter Verfahrensentwicklung, und Marina Schomacker, die Leiterin der Produktentwicklung. Fotos: Stange/Gollnow/dpa

- Die **DMK Group** ist Deutschlands größte Molkereigenossenschaft. 2011 fusionierten die Unternehmen Nordmilch und Humana Milchunion zum Deutschen Milchkontor.
- **Mehr als 20 Standorte** hat das Unternehmen in Deutschland, zwei Standorte in den Niederlanden.
- An den Standorten Zeven und Edewecht wird unter anderem auch **geforscht.**
- **Rund 7700 Mitarbeiter** zählt das DMK sowie 7500 aktive Milcherzeuger.
- Im vergangenen Jahr wurden **8,1 Milliarden Kilogramm Rohmilch** in Hunderte Produkte verwandelt.
- **Die Produktpalette** umfasst unter anderem: Käse, Molkereiprodukte, Babynahrung, Eis und Spezialfuttermittel.
- Bekannte **Marken** vom DMK sind Milram, Oldenburger, Uniekaas und Humana.
- Das DMK erzielte im Jahr 2017 einen **Umsatz** von 5,8 Milliarden Euro Umsatz.
- Im Jahr 2017 wurde an insgesamt 389 **Forschungsprojekten** gearbeitet.