



# Die Milchfrauen von Rügen Molkerei „Rügener Inselfrische“

# Gliederung

1. Geschichte
2. Molkereivorstellung
3. Produktpalette
4. Vermarktungsstruktur
5. Marketing & PR
6. Ausblick

# 1. Geschichte

- die Molkerei befindet sich im Südosten der Insel Rügen, nahe der Hansestadt Stralsund
- der Tourismus stellt den wichtigsten Wirtschaftsfaktor dar
- 1996 suche nach einem Standort, Voraussetzung: Milchviehhaltung mit Weidehaltung
- Zusammenarbeit mit der Agrarprodukt Poseritz GmbH, Kauf der leerstehenden Schweinezuchtanlage
- 1997 erfolgte Teilabriss des alten Schweinestalles und Aufbau der Molkerei
- nach 14 Monaten Bauzeit wurde die moderne Anlage zur Produktion von Milch, Quark und Joghurt fertig gestellt
- im Mai 1998 wurde die erste Milch durch die Anlage gefahren, gleichzeitig bekam die Molkerei die erste EU Zulassung



# 1. Geschichte

- 2008 waren Investitionen wieder möglich, es entstand ein Hofladen mit integriertem Café und Sonnenterasse
- 2013 wurde das Café um einen Wintergarten erweitert
- 2014 Gestaltung der Außenanlage, d.h. alte Betonteile wurden entfernt und Bäume und Sträucher gepflanzt
- aktuell sind 14 Mitarbeiterinnen beschäftigt
- Milch liefert von Beginn an, die Agrarprodukt Poseritz GmbH
- moderner Kuhstall mit 400 Milchkühen, Tierhaltung mit Weidegang
- dieser produziert 3,8 Millionen Liter Milch im Jahr – davon bezieht die Molkerei Poseritz ca. 10 Prozent



Molkerei bekommt  
nach 10 Jahren  
ein Gesicht,  
aktuell hat das Café  
40 Sitzplätze

# Gliederung

1. Geschichte
2. Molkereivorstellung
3. Produktpalette
4. Vermarktungsstruktur
5. Marketing & PR
6. Ausblick

## 2. Molkereivorstellung

### das Herzstück der Molkerei – die Produktion

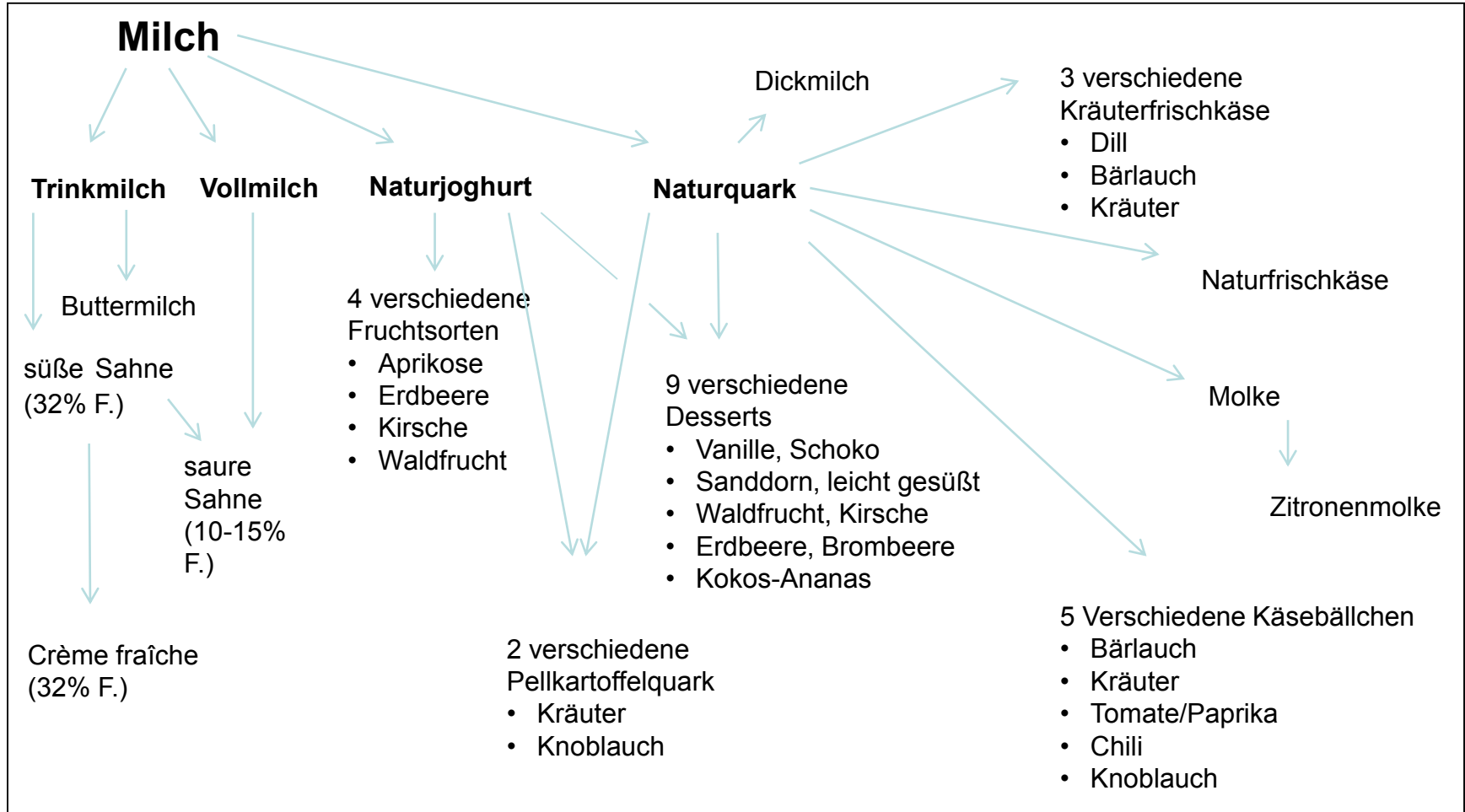
- die Molkerei verarbeitet im Jahr ca. 400.000 Liter Milch, d.h. 5.000 bis 7.000 Liter in der Woche
- in der Produktion steht eine 1.000er Milchanlage mit dazugehörigen Milchleitungen und Zentrifuge
- Milch wird ausschließlich pasteurisiert, d.h. erhitzt auf 74 Grad Celsius
- Produktion: Drei Quarkwannen, Vier Prozessbehälter, Zwei Abfüllpumpen und Zwei Mischer



# Gliederung

1. Geschichte
2. Molkereivorstellung
3. Produktpalette
4. Vermarktungsstruktur
5. Marketing & PR
6. Ausblick

# 3. Produktpalette



eigene Darstellung



## 3. Produktpalette

- aktuell 33 Milchprodukte

Beispiele:



## 3. Produktpalette

- Neben den Molkereiprodukten werden wöchentlich bis zu 400 Liter Fruchtsäfte verarbeitet
- dabei werden sowohl konventionelle- als auch Biosäfte verwendet
- die Molkerei produziert 11 verschiedene konventionelle Fruchtaufstriche
- Beispiele:



220 g Glas



110 g Glas



## 3. Produktpalette

- Bio Zertifizierung seit 2010
- die Molkerei produziert Drei verschiedene BIO Fruchtaufstriche, Bio Sanddornsäfte, Bio Sanddorn Nektar und Zwei Bio Punschsorten
- Beispiele:



230 g Glas



110 g Glas



# Gliederung

1. Geschichte
2. Molkereivorstellung
3. Produktpalette
4. Vermarktungsstruktur
5. Marketing & PR
6. Ausblick

## 4. Vermarktungsstruktur

Molkerei wirbt mit der Marke „Rügener Inselfrische“



## 4. Vermarktungsstruktur

Produkte werden durch Direktvermarktung, Regionale Vermarktung und Überregionale Vermarktung an den Kunden und in den Handel gebracht



### 1. Direktvermarktung

- Hofladen direkt an der Molkerei, ganzjährig geöffnet
- Rügenmarkt in Thiessow auf Rügen
- Regionale Events, z.B. Regional-Produkt-Messe
- Überregionale Events, z.B. Grüne Woche in Berlin



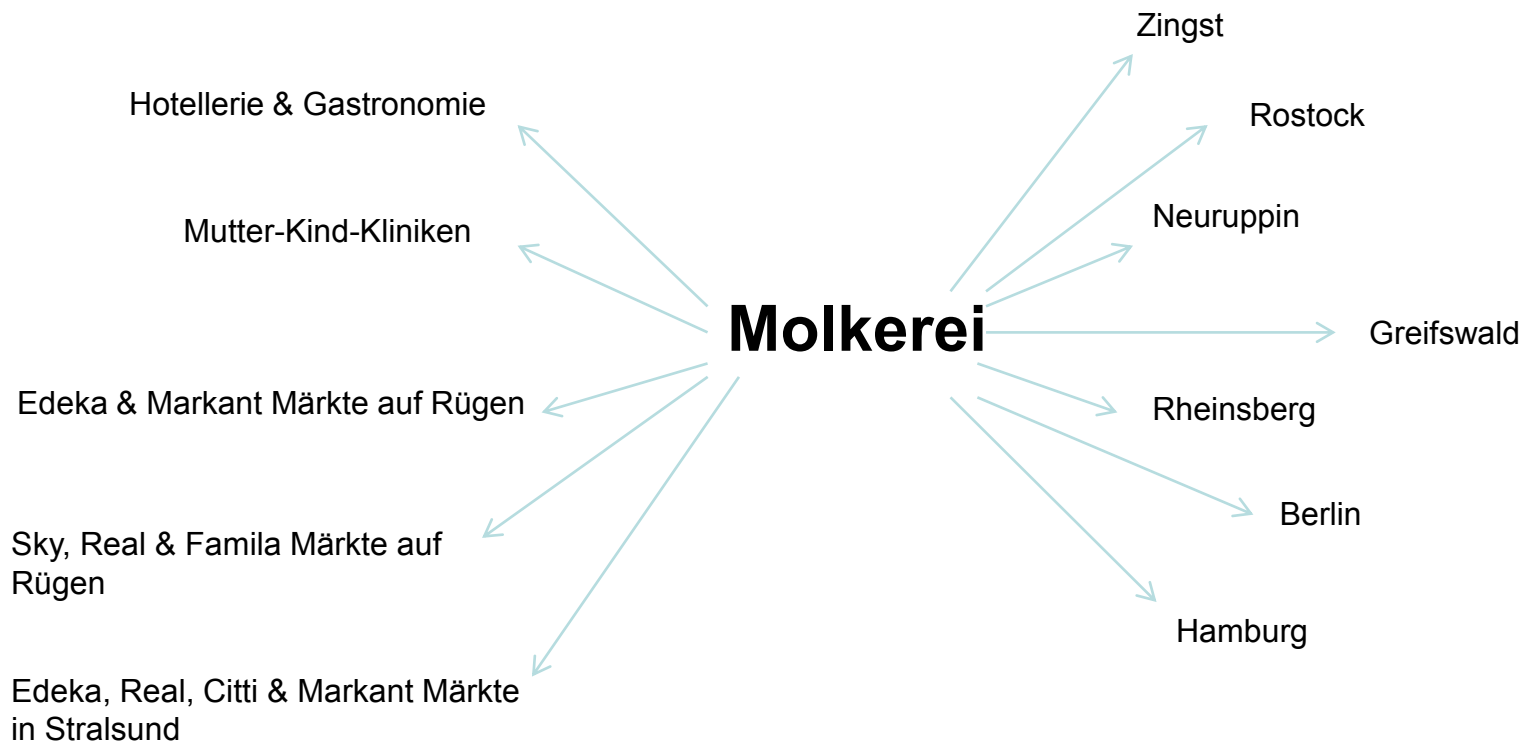
# 4. Vermarktungsstruktur

## 2. Regionale Vermarktung

direkte Belieferung durch firmeneigenen Kühltransporter

## 3. Überregionale Vermarktung

Fremdspedition beliefert Großkunden



eigene Darstellung

# Gliederung

1. Geschichte
2. Molkereivorstellung
3. Produktpalette
4. Vermarktungsstruktur
5. Marketing & PR
6. Ausblick



## 5. Marketing & PR

Fokus liegt auf:

- regionale Produkte
- regionale Herkunft
- regionale Verarbeitung
- schonende Verarbeitung der Milch
- Erhaltung der Inhaltsstoffe
- Zeit für die Reifung
- handwerkliche Produktion
- Verwendung lebender Kulturen
- Gesunde Naturprodukte ohne Konservierungsstoffe
- Lebensmittel ohne Hilfs- und Zusatzstoffe

## 5. Marketing & PR

- Internetpräsenz: [www.ruegener-insefrische.de](http://www.ruegener-insefrische.de)
- eigene Flyer
- Anzeigen in der regionalen Presse
- Verkostungen im Lebensmitteleinzelhandel und Hotels
- Kontakt der regionaler Stammkundschaft auf Ernte- und Hoffesten
- Mitglied im Rügen Produkte Verein e.V. seit 1999
- Auszeichnung „original Rügen Produkt“
- Auszeichnung „Regionale Eßkultur“ Rügen, diese bürgt für regionaltypische Speisen und in der Region erzeugten Produkte
- Die Küste umsonst mit Jörg Thadeusz - NDR Produktion 2007
- Die Landpartie - im Norden Unterwegs mit Heike Götz, NDR Produktion 2009
- der Tagesspiegel – „Die Milchmädchen“, Bericht 2011
- Typisch! Die Quarktanten von Rügen - „Der Siegeszug der Inseilmilch“, NDR Produktion 2015
- Nordkurier - Inseilmolkerei wird von Klinkenputzerin zur Sternekoch-Lieferantin“, Bericht 2015



# Gliederung

1. Geschichte
2. Molkereivorstellung
3. Produktpalette
4. Vermarktungsstruktur
5. Marketing & PR
6. **Ausblick**

## 6. Ausblick

- Ziele bzw. Grundideen der Molkerei weiterführen
- Konsequente Definition der Nische
- Erhaltung und ständige Kontrolle der Qualität
- Präsenz vor allem auf regionalen Märkten und Messen
- neue Produktkreierung und Ideen verwirklichen, Marktanpassungen
- Modernisierung der Milchstrecke



Regional-Produkt-Messe  
in Stralsund

# Vielen Dank!



Molkerei- und Naturprodukt GmbH  
Poseritz Hof 15, 18574 Poseritz  
Geschäftsleitung: Dr. Rahm-Präger  
Tel.: 038307-40429  
E-Mail: [post@ruegener-insel-frische.de](mailto:post@ruegener-insel-frische.de)