



## PRESSEINFORMATION

---

### **Starke Frauen auf Fahrrädern sorgen mit Arla Dano Daily Pushti für bessere Ernährung in Bangladesch**

*Viby/Dänemark, 08.03.2019.* Arla Foods stellt zum heutigen Internationalen Frauentag ein wachsendes Team innovativer, unabhängiger Kleinunternehmerinnen in Bangladesch vor, die ihr eigenes Einkommen erwirtschaften und gleichzeitig ein nahrhaftes, erschwingliches Milchprodukt in ländliche Regionen bringen.

Seit dem Beginn der Geschäftstätigkeit in Bangladesch im Jahr 1961 hat sich die europäische Molkereigenossenschaft Arla Foods das Ziel gesetzt, die Milchpulverkategorie anzuführen. Mit seiner Marke Dano ist Arla heute die Nummer eins auf dem Markt in Sachen Markenbekanntheit und die zweitbeliebteste Milchpulvermarke. Doch Wachstum ist nicht der einzige Punkt auf Arlas Agenda. In einem Land, in dem Unterernährung ein weit verbreitetes Problem darstellt und mehr als die Hälfte der Kinder untergewichtig sind, ist Arla entschlossen, jedermann den Zugang zu erschwinglichen, nahrhaften Milchprodukten zu ermöglichen. Dieser Umstand war die Inspiration für die Entwicklung von Arla Dano Daily Pushti: ein angereichertes Milchpulver in 20-g-Beuteln zu einem erschwinglichen Preis.

Die Verbraucher in den Städten des Landes zu erreichen, war kein Problem. Allerdings leben ca. 70 Prozent der Bevölkerung in ländlichen und abgelegenen Gebieten. In Kombination mit einer schlechten Infrastruktur und begrenzten Vertriebsnetzen bedeutete dies, dass ein innovatives, alternatives Vertriebsmodell entwickelt werden musste. Die Lösung: engagierte und tatkräftige Kleinunternehmerinnen.

#### **Ein Weg aus der Armut**

Ausgestattet mit einem Fahrrad, einem Tablet und Dano Daily Pushti Beuteln in ihren Körben schafft es ein wachsendes Team von Frauen, Menschen in den ländlichen Gebieten des Landes zu erreichen, indem sie von Dorf zu Dorf radeln.

Diese engagierten, entschlossenen Kleinunternehmerinnen eignen sich durch Schulungen nicht nur Wissen an, sie sichern sich auch ein zuverlässiges Einkommen, das ihnen aus der Armut hilft. Sie sind die Botschafterinnen von Arla Pushti und kümmern sich nicht nur um den Verkauf der Produkte, sondern klären die Menschen in den Dörfern auch über eine gesunde Ernährung und die Nährwerte von Milchprodukten auf. Unterstützt werden die Botschafterinnen durch Arlas Partnerschaften mit den Nichtregierungsorganisationen BoP Innovation Centre aus den Niederlanden sowie der NGO dNet aus Bangladesch und dem Sozialunternehmen iSocial.

Rebeka Khatun berichtet von ihrer Erfahrung als Pushti Botschafterin: „Es bereitet mir immenses Vergnügen und erfüllt mich, dass ich der Gesellschaft etwas zurückgeben und meiner Gemeinde helfen kann. Es macht mich stolz, dass ich von meiner Familie und meiner Gemeinde respektiert werde.“



## PRESSEINFORMATION

---

Ein ähnliches Gefühl, das perfekt zum Thema des diesjährigen Internationalen Frauentags passt – #BalanceforBetter –, drückt Baby Bagum aus, die ebenfalls als Pushti Botschafterin tätig ist: „Damit Bangladesch vorankommt, müssen Frauen die Häuser verlassen. Eine Frau ist nicht nur zum Kochen da. Damit Bangladesch aufblüht, müssen wir die Initiative ergreifen und uns hinaus wagen.“ Rebaka Khatun stimmt zu und ergänzt: „Wenn ein Mann das schaffen kann, dann schaffe ich das auch! Davon bin ich überzeugt. Ich will allen zeigen, dass wir ebenbürtig sind.“

Derzeit besteht Arlas Vertriebsteam für Dano Daily Pushti aus 200 Mitarbeiterinnen. Bis zum Jahr 2022 möchte Arla gemeinsam mit seinen Partnern 5.000 Kleinunternehmerinnen die Möglichkeit geben, ihr eigenes Einkommen zu erwirtschaften und fast zwei Millionen neue Verbraucher im ländlichen Bangladesch zu erreichen.

### **Weitere Produkte für die Körbe der Botschafterinnen**

Tim Ørting Jørgensen, Executive Vice President und Leiter des Geschäftsbereichs International von Arla, erläutert: „Wir engagieren uns dafür, einen positiven Beitrag für die Gesellschaften zu leisten, in denen wir tätig sind. Wir erkennen die Chance, die sich uns bietet, in Bangladesch etwas gegen die weit verbreitete Unterernährung zu unternehmen. Dies tun wir auf nachhaltige Weise und schaffen in den kommenden vier Jahren gleichzeitig Arbeitsplätze für 5.000 Kleinunternehmerinnen.“

Er fügt hinzu: „Die Partnerschaft mit den Pushti Botschafterinnen ist auch auf mehrere Ziele der Vereinten Nationen für eine nachhaltige Entwicklung abgestimmt. Beispielsweise erlangen die Frauen im Rahmen von Schulungen neue Fähigkeiten und haben eine nachhaltige Einkommensquelle. Familien in Bangladesch, die sich zuvor keine Milch leisten konnten, können diese nun regelmäßig trinken. Wir freuen uns, dass wir eine entscheidende Rolle dabei spielen. Der Erfolg von Dano Daily Pushti inspiriert uns dazu, neue nahrhafte Produkte für Verbraucher mit geringem Einkommen zu entwickeln, die wir den Körben unserer Botschafterinnen hinzufügen können.“

### **Über Arla Foods**

Arla Foods ist eine europäische Molkereigenossenschaft und gehört den rund 10.300 Arla Landwirten aus Belgien, Dänemark, Deutschland, Großbritannien, Luxemburg, Schweden und den Niederlanden. Das Unternehmen mit rund 19.000 Mitarbeitern erwirtschaftete 2018 einen globalen Umsatz von 10,4 Mrd. Euro. Arla Produkte werden weltweit unter bekannten Markennamen wie Arla®, Castello®, Lurpak® und Puck® in mehr als 120 Ländern der Erde vertrieben. Das Unternehmen ist der weltweit größte Hersteller von Molkereiprodukten in Bio-Qualität. In Deutschland ist Arla Foods mit starken Marken wie Arla Buko®, Arla® Skyr und Kaergarden® vertreten. Deutschland gehört zu den sechs Kernmärkten des Unternehmens. Hierzulande ist Arla Foods das drittgrößte Molkereiunternehmen und beschäftigt rund 2.000 Mitarbeiter in verschiedenen Werken und der Deutschland-Zentrale in Düsseldorf. Weitere Informationen finden Sie unter [www.arlafoods.de](http://www.arlafoods.de)

### **Pressekontakt Arla Foods Deutschland:**

Annika Albrecht, Corporate Communications Manager

Wahlerstr. 2, 40472 Düsseldorf

Tel.: +49 (0) 152 / 54647960, E-Mail: [presse@arlafoods.com](mailto:presse@arlafoods.com)