

PRESSEMITTEILUNG

Bilanz 2019

Schwarzwaldmilch-Gruppe mit bestem Geschäftsjahr

- Gesamt-Umsatz steigt um 7 % auf 209,0 Mio. Euro
- Milchpreis an die Genossenschaftsmitglieder für konventionelle Milch bei über 39,6 Cent/kg brutto* sowie für Bio-Milch bei über 54,3 Cent/kg brutto*
- Starkes Markengeschäft: 11,2 % Umsatzsteigerung
- Stärkste Umsatztreiber: Markenlinien Bio-Heumilch (+46,8 %), Bio (+21,3 %), Schwarzwaldmilch (+7,6 %) und LAC lactosefrei (+6,8 %)
- Ausbau des Exportanteils: 9,8 % auf 11,7 %
- Investitionen weiterhin auf hohem Niveau: 9,3 Mio. Euro

** konventioneller Durchschnittspreis von 39,64 Cent/kg brutto (inkl. Weidemilch/Milch ohne Gentechnik) sowie Bio-Durchschnittspreis von 54,33 Cent/kg brutto – bei 10,7 % MwSt., 4,2 % Fett und 3,4 % Eiweiß*

Freiburg, 16.06.2020. Die Schwarzwaldmilch-Gruppe erzielte im vergangenen Jahr mit ihren beiden Standorten in Freiburg und Offenburg erstmals einen Umsatz über 200 Mio. Euro. Dabei konnte das Unternehmen mit einer Umsatzsteigerung von sieben Prozent zum Vorjahr auf 209,0 Mio. Euro nahtlos an sein erfolgreiches Geschäftsjahr 2018 anknüpfen und seine ertragsorientierte Wachstumsstrategie fortsetzen. Das Markengeschäft mit plus 11,2 Prozent sowie alle strategischen Geschäftsfelder sorgten für das umsatzstärkste Jahr seit Bestehen der Schwarzwaldmilch. Die Schwarzwaldmilch ist nicht umsatz- bzw. absatzfokussiert, umso mehr ist diese positive Entwicklung qualitativ und wertschöpfungsorientiert getrieben. Der Milchpreis für ihre genossenschaftlichen Milcherzeuger lag in 2019 mit 39,64 Cent/kg brutto** deutlich über dem Durchschnitt des bundesweiten Milchpreises.

Relativ ausgeglichener Milchmarkt im Jahr 2019

In einem relativ ausgeglichenen milchwirtschaftlichen Jahr 2019 sind die Milchauszahlungspreise in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr leicht gefallen. Während die Butterpreise unter dem Vorjahresniveau lagen, zogen die Eiweißmärkte deutlich an. Das stabile Exportgeschäft kam dem Markt zu Gute. Die Milchanlieferung an deutsche Molkereien unterschritt das Vorjahresniveau nur geringfügig um ein Prozent. „Das Wetter im vergangenen Sommer war mit den vielen heißen und trockenen Tagen ungünstig für das Futterwachstum. Dies sorgte phasenweise für einen Rückgang der Milchmenge“, erklärt Markus Kaiser, Aufsichtsratsvorsitzender der Schwarzwaldmilch. Laut Statistischem Bundesamt sind die Preise für

Molkereiprodukte im Vergleich zu 2018 um 0,3 Prozent zurückgegangen. „Aufgrund unseres robusten Geschäftsmodells mit dem starken Markengeschäft und den weiteren Wertschöpfungssegmenten kann Schwarzwaldmilch dennoch auf das erfolgreichste Geschäftsjahr der Firmengeschichte zurückblicken“, erklärt Andreas Schneider, Geschäftsführer der Schwarzwaldmilch. Die genossenschaftlichen Milcherzeuger erhielten mit 39,64 Cent/kg brutto** auch im vergangenen Jahr einen – im deutschen Vergleich – überdurchschnittlichen Milchpreis. Auch mit ihrem Bio-Milchpreis von 54,33 Cent/kg brutto** lag die Molkerei über dem deutschen Durchschnitt. Die obersten Ziele der genossenschaftlichen Molkerei sind qualitativ hochwertigste Produkte für die Kunden sowie ein absolut wettbewerbsfähiger und damit fairer Milchpreis für die Milcherzeuger. Dieser sichert deren Existenz und zahlt langfristig auf den Erhalt der einzigartigen Schwarzwälder Kulturlandschaft ein.

Starke Markenlinien positiver als die generelle Marktentwicklung

Mit einem Absatzplus von 13,8 Prozent ist das Markensortiment der zentrale Umsatztreiber. „Wir wachsen rein ertragsorientiert und nicht über Preisaktivitäten“, erklärt Schneider. Besonders stark zeigt sich in 2019 die Entwicklung der Bio Produktlinie mit einem Umsatzwachstum von 21,3 Prozent. Die Bio-Heumilch, die im Juli 2018 eingeführt wurde, verzeichnete ein Umsatzplus von 46,8 Prozent. Darüber hinaus trugen die Produktlinie Schwarzwaldmilch mit einem Wachstum von 7,6 Prozent sowie die Produktlinie LAC lactosefrei mit 6,8 Prozent wesentlich zum guten Ergebnis bei.

Bezogen auf die Verpackungsform verzeichnet besonders das Mehrwegglassortiment eine starke Entwicklung mit über 48 Prozent Absatzwachstum. „Wir tragen alle eine große Verantwortung für das Thema Umweltschutz. Seit Jahren setzt Schwarzwaldmilch daher zahlreiche Maßnahmen im Rahmen der ‚Verantwortungsstrategie‘ um. Daher begrüßen wir die zunehmende Nachfrage nach unseren Produkten im Glas.“ Bei den Neueinführungen 2019 zeigte die Schwarzwaldmilch Bio frische Heumilch mit 1,5 Prozent Fettanteil das stärkste Wachstum. „Nach der sehr erfolgreichen Markteinführung unserer Bio Heumilch 3,8 Prozent in 2018 war die Einführung einer fettarmen Variante absolut konsequent. Die Nachfrage nach unserer transparentesten Produktlinie mit dem innovativen YOY-Transparenzsiegel ist immens“, erklärt Andreas Schneider. Weitere Neuprodukte wie die LAC Schokomilch 1,5 Prozent Fett in der 0,5 Liter-Giebedachverpackung, die neuen Kinderjoghurts KIJO mit 30 Prozent weniger Zucker sowie die Bio lactosefreie Frischmilch 3,8 Prozent Fett zeigten ebenfalls eine starke Entwicklung.

Auch in 2019 konnte die Molkerei unter den Herstellermarken ihre nationale Marktführerschaft in den Segmenten der Bio-Trinkmilch, Weide H-Milch, Weide Frischmilch sowie im Bereich lactosefreier Produkte bei Sahne, Naturquark, Schmand und Crème Fraîche festigen***. „Wir setzen weiterhin auf Natürlichkeit, Regionalität, höchste Qualität und Transparenz innerhalb unserer Markenlinien“, betont Andreas Schneider.

Schwarzwaldmilch konnte neben den vernetzten 360 Grad-Kommunikationskampagnen vor allem dank des Sportsponsorings des SC Freiburg seine Medienpräsenz weiterhin ausbauen und zieht mit dem SC Freiburg als Hauptsponsor ins neue Stadion ein.

Produktionsstandort Offenburg: Ertragsorientiert und wachsend

Der Molkereistandort Offenburg wurde – entsprechend der strategischen Ausrichtung – weiter ausgebaut hin zu einem wertschöpfungsorientierten Produktionsbetrieb für spezialisierte Ingredients. Der Gesamtumsatz des Geschäftsbereichs Dairy- und Non-Dairy Ingredients verlief zum Vorjahr mit plus 10,3 Prozent sehr positiv. Der Umsatz der strategiekonformen, ertragsstarken Kernsegmente legte dabei um 2,6 Prozent zu.

Hohe Investitionen für eine starke Zukunft

Zur Absicherung des Fortbestandes und der Wettbewerbsfähigkeit beider Standorte setzte Schwarzwaldmilch erneut zahlreiche, strategische Erhaltungs- und Neuinvestitionen im Umfang von 9,3 Millionen Euro um. „Wir denken nicht nur an heute und morgen, sondern in Generationen und Enkelfähigkeit. Es sind nachhaltige Investitionen im Sinne der Zukunftsfähigkeit unserer Werke. Damit sichern wir langfristig das Einkommen unserer Milcherzeuger sowie die Herstellung hochwertigster Produkte“, erklärt Schneider.

Das Jahr 2020 vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie

Auch die deutsche Milchwirtschaft ist massiv von der Corona-Pandemie betroffen. Die Branche ist stark exportorientiert und die entsprechenden Warenströme sind nach wie vor gestört. Darüber hinaus bleibt abzuwarten, in welcher Form und wie schnell sich das Großverbrauchergeschäft erholt, das ebenfalls eine wichtige Säule der Molkereien darstellt. Gleichzeitig steigt aktuell saisonbedingt die Milchmenge – diese Kombination führt zu einem Ungleichgewicht zwischen Milchangebot und -nachfrage, was sich tendenziell negativ auf die Preissituation auswirkt.

Der außergewöhnlichen Nachfragesituation im März und April dieses Jahres wurde Schwarzwaldmilch durch zusätzliche Produktionsschichten und Sonntagsarbeit gerecht – so konnte die Versorgung der Verbraucher sichergestellt werden. Diese Bevorratungskäufe waren jedoch ein auf wenige Wochen begrenztes Phänomen. „Unabhängig von etwaigen Corona-Effekten ist die Marktentwicklung unseres Markengeschäfts auch in diesem Jahr weiterhin sehr positiv“, so Andreas Schneider. Aufgrund der gesamtwirtschaftlichen Lage ist jedoch ein Rückgang der Kaufkraft durch sinkende Einkommen und damit Konsumzurückhaltung wahrscheinlich. Eine Jahresprognose zu Umsatz und Ergebnis ist vor dem Hintergrund der derzeitigen Turbulenzen nur unter großen Vorbehalten möglich. Schneider strebt für das Jahr 2020 „eine stabile Umsatzlinie zum Vorjahr an, wohlwissend, dass der Milchmarkt einen hohen Grad an Volatilität durchlaufen

wird“. Schwarzwaldmilch verfügt über ein solides und wertschöpfendes Geschäftsmodell, das von einem ausbalancierten Produktsortiment und von der strategischen Diversifikation lebt – so können Schwankungen im Markt bestmöglich abgefangen und stabile, überdurchschnittliche Auszahlungspreise gewährleistet werden.

„Die Corona-Pandemie hat gezeigt bzw. zeigt, wie wichtig die heimische Landwirtschaft und regionale Lebensmittelproduktion sind“, betonen sowohl Kaiser als auch Schneider. Es sind die Bauern vor Ort und Molkereien wie Schwarzwaldmilch, die die kontinuierliche Versorgung mit hochwertigen regionalen Milchprodukten gewährleisten. Kaiser und Schneider freuen sich über das Vertrauen, das die Kunden der Schwarzwaldmilch seit nunmehr 90 Jahren schenken – damit einher geht eine hohe Verantwortung. Dieser werden die 1.000 regionalen Milchbäuerinnen und Milchbauern mit ihrem unermüdlichen Einsatz zur Produktion ihrer besten Milch genauso gerecht, wie die über 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Schwarzwaldmilch, die die Veredelung dieser Milch zu den Schwarzwaldmilch Markenprodukten und die Verfügbarkeit im Handel täglich sicherstellen.

90-jähriges Jubiläum und neue Produkte

In diesem Jahr feiert Schwarzwaldmilch das 90-jährige Bestehen der Molkerei. Manche der vorgesehenen Maßnahmen und Veranstaltungen können Corona-bedingt nicht wie geplant stattfinden – nichtsdestotrotz gibt es viele Aktivitäten: So sind beispielsweise jeden Monat tolle Jubiläumspreise zu gewinnen, im August und September wird es eine „Danke“-Kampagne geben und die Kunden finden dieses Jahr, passend zum 90sten Geburtstag, das Schwarzwaldmilch Jubiläumsdessert Schwarzwälder-Kirsch im Kühlregal.

Neben dem, auf das Jahr 2020 begrenzte Jubiläumsdessert, bietet die Molkerei seit März bundesweit erstmalig eine lactosefreie Frischmilch in zwei Fettstufen in der Glasflasche unter der Marke LAC an. „Im Rahmen unserer Verantwortungsstrategie erhöhen wir sukzessive den Glasanteil unseres Markensortiments und gehen zeitgleich auf die hohe Nachfrage unserer Kunden ein. Mit unserer LAC lactosefreien Frischmilch sind wir im deutschen Handel einzigartig unterwegs. Die Marktakzeptanz ist sehr hoch“, erklärt Andreas Schneider. Ebenso stark entwickelt sich der im März eingeführte LAC Naturjoghurt 3,5 Prozent im Glas. Weitere neue Glasprodukte, wie der Bio Naturjoghurt 1,5 Prozent sowie der Schwarzwaldmilch Weide Naturjoghurt 3,5 Prozent ergänzen die stark wachsenden Produktsortimente.

Strategische Weiterentwicklung: Vegane Produkte und Käsemanufaktur

Im vergangenen Jahr wurde das Start-Up Black Forest Nature GmbH als hundertprozentige Tochter der Schwarzwaldmilch gegründet und seit Anfang März dieses Jahres sind mit den veganen Bio Haferdrinks der neuen Marke Velike! die ersten Produkte des Start-Ups im Lebensmitteleinzelhandel erhältlich. Neben den

haltbaren Sorten Hafer Natur, Hafer Calcium, Hafer Mandel und Hafer Barista im Getränkekarton ist der deutschlandweit erste frische Haferdrink in der 1-Liter Mehrwegglasflasche das Highlight des Velike! Startsortiments. Schon jetzt zeigt sich, dass die Kunden die innovativen Neuprodukte sehr gut annehmen. „Wir freuen uns, dass wir in diesem strategisch wichtigen Marktsegment vertreten sind und die Resonanz ist bisher außerordentlich positiv“, betont Schneider.

Zur weiteren Diversifikation des robusten und zukunftsfähigen Geschäftsmodells der Schwarzwaldmilch wird darüber hinaus die geplante Käsemanufaktur in Titisee-Neustadt beitragen. Aufgrund des Lockdown-bedingten Ausfalls des für Ende März 2020 geplanten Architektenwettbewerbs, wird der Siegerentwurf nun im Januar 2021 gekürt. Dies hat entsprechend Auswirkungen auf den ursprünglich fixierten Zeitplan.

*** Brutto-Durchschnittspreis inkl. 10,7 % MwSt. inkl. aller Zuschläge bei 4,2 % Fett und 3,4 % Eiweiß
***Nielsen: LEH+DM, Bio-Marken-Trinkmilch sowie funktionale Marken-Sahne/Naturquark/Schmand/
Crème Fraîche, Umsatz 2019*

Gerne stehen wir Ihnen für redaktionelle Rückfragen jederzeit zur Verfügung:

Moritz Collmar
Leitung Unternehmenskommunikation
Tel.: 0761 / 47 88 267
Mail: moritz.collmar@schwarzwaldmilch.de

Allgemeine Informationen zur Molkerei:

Die Schwarzwaldmilch-Gruppe ist ein Unternehmen mit genossenschaftlicher Trägerschaft und Sitz im Herzen der Kulturlandschaft Schwarzwald. Seit 90 Jahren liefern die Bauern der Region, meist familiär geführte Höfe mit durchschnittlich 43 Kühen, ihre Milch an die zwei Standorte Freiburg und Offenburg. Weidewirtschaft und eine traditionelle Landwirtschaft finden sich aufgrund der besonderen geografischen Gegebenheiten im Schwarzwald häufig. Auf dieser Grundlage entstehen in Freiburg hochwertige Milchprodukte von Butter über Joghurtprodukte, Milch und Milchlischprodukte sowie Desserts bis zu Brotaufstrichen. Qualitätsmerkmale des Standortes Freiburg sind die Kennzeichnung Weidemilch ohne Gentechnik sowie die getrennte Verarbeitung von Biomilch mit der Zertifizierung Bioland. Ebenso ist das starke Markensortiment LAC lactosefrei Teil des Produktportfolios und bietet lactosefreien Milchgenuss in Schwarzwaldmilch-Qualität.

Daneben stellt die Unternehmensgruppe am Standort Offenburg ein qualifiziertes und hochwertiges Pulver- und Ingredientsportfolio her. Das Produktportfolio spielt eine bedeutende Rolle in der europäischen Süß-, Backwaren- und Gewürzindustrie sowie im Markt der stark wachsenden Sportlernahrung. Lebensmittelbasierte Spezialprodukte für die Pharmaindustrie runden das Produktionsprogramm am Standort Offenburg ab.

Insgesamt arbeiten an beiden Standorten über 430 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

www.90jahreschwarzwaldmilch.de

www.schwarzwaldmilch.de

www.lac-lactosefrei.de

www.schwarzwaldmilch-ingredients.de