

PRESSEMITTEILUNG

Bilanz 2020

Erneut ein erfolgreiches Geschäftsjahr – Schwarzwaldmilch-Gruppe kann der Corona-Pandemie trotzen

- Gesamt-Umsatz steigt um 5,4 % auf 220,2 Mio. Euro
- Milchauszahlungspreis an die Genossenschaftsmitglieder für konventionelle Milch bei über 40 Cent/kg brutto* sowie für Bio-Milch bei über 56 Cent/kg brutto*
- Starkes Markengeschäft: 17,3 % Umsatzsteigerung
- Stärkste Umsatztreiber: Markenlinien Bio-Heumilch (+70,5 %), Bio (+31,7 %), Schwarzwaldmilch (+8,2 %) und LAC lactosefrei (+14,0 %)
- Investitionen weiterhin auf hohem Niveau: 8,7 Mio. Euro

** konventioneller Durchschnittspreis von 40,32 Cent/kg brutto (inkl. Weidemilch/Milch ohne Gentechnik) sowie Bio-Durchschnittspreis von 56,03 Cent/kg brutto – bei 10,7 % MwSt., 4,2 % Fett und 3,4 % Eiweiß*

Freiburg, 01.07.2021. Die Schwarzwaldmilch-Gruppe erzielte im vergangenen Jahr, dem Jahr des 90-jährigen Jubiläums des Unternehmens, mit ihren beiden Standorten in Freiburg und Offenburg einen Umsatz von über 220 Mio. Euro und hat den Rekordumsatz aus dem Jahr 2019 nochmals um mehr als fünf Prozent gesteigert. Die ertragsorientierte Wachstumsstrategie konnte damit fortgesetzt werden. Das Markengeschäft mit plus 17,3 Prozent sowie alle strategischen Geschäftsfelder sorgten für das umsatzstärkste Jahr seit Bestehen der Schwarzwaldmilch. Hierbei konnte die rückläufige Umsatzentwicklung im Export- und Großverbraucher-Geschäft durch ein dynamisches Markenwachstum im Lebensmitteleinzelhandel überkompensiert werden. Die Schwarzwaldmilch ist nicht umsatz- bzw. absatzfokussiert, umso mehr ist diese positive Entwicklung qualitativ und wertschöpfungsorientiert getrieben. Der Auszahlungspreis für ihre genossenschaftlichen Milcherzeuger lag im Jahr 2020 mit 40,32 Cent/kg brutto** für konventionelle Milch und mit 56,03 Cent/kg brutto** für Bio-Milch deutlich über dem jeweiligen deutschen durchschnittlichen Milchauszahlungspreis.

Volatiler Milchmarkt im Pandemie-Jahr 2020

Das Jahr 2020 war geprägt von der Corona-Pandemie und deren Auswirkungen auf alle Lebensbereiche. Auch die Milchbranche war hiervon betroffen: Während der Export in Summe leicht rückläufig war, ging einerseits der Absatz im Großverbraucher-Geschäft merklich zurück und andererseits führte der gestiegene private

Konsum zu höheren Absätzen im Lebensmitteleinzelhandel. Die durchschnittlichen Milchauszahlungspreise lagen im Jahr 2020 in Deutschland niedriger als noch im Vorjahr. Die Milchanlieferung an deutsche Molkereien war im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr unverändert. „Das Wetter im vergangenen Sommer war mit den vielen heißen und trockenen Tagen erneut 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 2019 um knapp ein Prozent gestiegen – und damit deutlich geringer als die Preise für Nahrungsmittel insgesamt (+ 2,4 %). Gleichzeitig sind die Aufwendungen durch die pandemie-bedingte Ausnahmesituation gestiegen. „Trotz dieser volatilen Rahmenbedingungen können wir aufgrund unseres robusten Geschäftsmodells mit dem starken Markengeschäft und den weiteren Wertschöpfungssegmenten auf das erfolgreichste Geschäftsjahr der Firmengeschichte zurückblicken“, erklärt Andreas Schneider, Geschäftsführer der Schwarzwaldmilch. Die genossenschaftlichen Milcherzeuger erhielten mit 40,32 Cent/kg brutto** auch im vergangenen Jahr einen – im deutschen Vergleich – überdurchschnittlichen Milchpreis. Auch mit ihrem Bio-Milchauszahlungspreis von 56,03 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 Milchauszahlungspreis für die Milcherzeuger. Dieser sichert deren Existenz und zahlt auf den Erhalt der einzigartigen Schwarzwälder Kulturlandschaft ein.

Starke Markenlinien entwickeln sich positiv

Mit einem Absatzplus von 18,7 Prozent ist das Markensortiment der zentrale Umsatztreiber. „Wir wachsen rein ertragsorientiert und nicht über Preisaktivitäten“, erklärt Schneider. Besonders stark zeigt sich auch im Jahr 2020 die Entwicklung der Bio Produktlinie mit einem Umsatzwachstum von 31,7 Prozent. Die Bio-Heumilch verzeichnete ein Umsatzplus von über 70 Prozent. Auch die Produktlinie LAC lactosefrei hat sich mit einem Plus von 14 Prozent sehr stark entwickelt. Darüber hinaus trägt die Produktlinie Schwarzwaldmilch mit einem Wachstum von 8,2 Prozent wesentlich zum guten Ergebnis bei.

Bezogen auf die Verpackungsform verzeichnet besonders das Mehrwegglassortiment erneut eine starke Entwicklung. Seit 2017 ist der Absatz von Schwarzwaldmilch-Produkten im Mehrwegglas um 150 Prozent gestiegen. „Wir leisten damit im Sinne des Umweltschutzes einen Beitrag zu Lebensmitteln in nachhaltigen Verpackungen und freuen uns über die große Nachfrage nach unseren Produkten im Glas. Dies ist ein wichtiger Baustein in unserer ganzheitlichen und ambitionierten Verantwortungsstrategie“, so Schneider. Dieser Trend bestätigt sich auch bei den neu eingeführten Produkten im Jahr 2020. Der Weide Joghurt 3,5 % und der Bio Joghurt 1,5 % im 500g-Glas haben sich vom Start weg im Absatz sehr gut entwickelt. Auch die Nachfrage nach

den LAC-Produkten, die seit letztem Jahr im Glas angeboten werden, wird von Schwarzwaldmilch als positiv hervorgehoben.

Auch im Jahr 2020 konnte die Molkerei unter den Herstellermarken ihre nationale Marktführerschaft in den Segmenten der Bio-Trinkmilch, Weide Frischmilch, Weide H-Milch sowie im Bereich lactosefreier Produkte bei frischer Sahne, Schmand und Speisequark festigen***. „Unser Erfolg basiert auf eindeutiger Herkunft, höchster Qualität, Natürlichkeit, Innovationsgeist und Transparenz“, betont Andreas Schneider. Schwarzwaldmilch hat neben der vernetzten 360 Grad-Kommunikation weiterhin erfolgreich mit dem Sport-Club Freiburg zusammengearbeitet – im Jahr 2020 durch die Pandemie-Situation jedoch unter veränderten Rahmenbedingungen. Da der Stadionbesuch ab März praktisch keine Relevanz mehr hatte, lag der Fokus auf der Präsenz in TV, Online und Print.

Produktionsstandort Offenburg: Ertragsorientiert und wachsend

Der Molkereistandort Offenburg wurde weiter ausgebaut hin zu einem wertschöpfungsorientierten Produktionsbetrieb für spezialisierte Ingredients. Der Gesamtumsatz des Geschäftsbereichs Dairy- und Non-Dairy Ingredients entwickelte sich zum Vorjahr mit plus 5,7 Prozent weiter positiv. Der Umsatz der strategiekonformen, ertragsstarken Kernsegmente legte dabei um 6,7 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 8,7 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.

Stabile Entwicklung im Jahr 2021

Das aktuelle Jahr ist weiterhin geprägt von den Auswirkungen der Corona-Pandemie. Der Impffortschritt und die sinkenden Infektionszahlen stimmen optimistisch, der Blick in andere Länder zeigt jedoch, dass nach wie vor Vorsicht geboten ist und abzuwarten bleibt, wie sich die Zahlen wiederum Richtung Herbst entwickeln. „Wir erwarten unter diesen Rahmenbedingungen eine stabile Entwicklung bei Absatz, Umsatz und Jahresergebnis. Das erste Halbjahr deutet insbesondere im Markengeschäft wiederum auf ein gutes Wachstum hin“, so Schneider. Dabei vertraut Schwarzwaldmilch weiterhin auf die Vertriebsausrichtung mit Listungserweiterungen der Markenlinien im regionalen und bundesweiten Kundenspektrum.

Bereits im Februar dieses Jahres wurde, im Sinne des Trends zu gesundheitsorientierten und alltagsaktiven Verbrauchern und zur Ansprache jüngerer Zielgruppen eine Schwarzwaldmilch Protein Linie eingeführt. „Die Marktakzeptanz der neuen Protein Produkte ist sehr hoch und es werden in dieser Linie weitere Produkte folgen“, erklärt Schneider. Darüber hinaus gibt es dieses Jahr, anlässlich des 60-jährigen Jubiläums der beliebten Schwarzwaldmilch Jogis die Retro Jogis in klassischen Sorten wie Holunder, Mirabelle und Rhabarber. Mit dem Kinderpudding Kipudi in den Geschmacksrichtungen Vanille und Schoko hat Schwarzwaldmilch außerdem das Puddingsortiment erweitert und kürzlich ist die Schwarzwaldmilch Barista Latte auf den Markt gekommen, womit u.a. Kaffeeliebhaber angesprochen werden.

Für das Geschäft mit milch- und nichtmilchbasierten Spezialitäten in Offenburg geht Schwarzwaldmilch von einem leichten Wachstum aus. Das Trocknungswerk in Offenburg geht den Weg hin zu einer Schwerpunktausrichtung auf ertragsstarke Spezial-Ingredients konsequent weiter. Insgesamt wird das Jahr erneut von der im Milchmarkt üblichen Volatilität und damit Preisschwankungen geprägt sein, zudem ist die Corona-Pandemie nach wie vor ein Unsicherheitsfaktor. Mit der strategischen Geschäftsmodellausrichtung will Schwarzwaldmilch den Marktanforderungen weiterhin erfolgreich begegnen.

Strategische Weiterentwicklung: Vegane Produkte und Käsemanufaktur

Im März des vergangenen Jahres sind die ersten veganen Produkte der Schwarzwaldmilch-Tochter Black Forest Nature GmbH gelauncht worden. Unter der Marke Velike! wurden Bioland-zertifizierte Haferdrinks in fünf Varianten eingeführt. Neben dem deutschlandweit ersten frischen Haferdrink in der 1-Liter-Mehrwegglasflasche, die Sorten Natur, Calcium, Mandel und Barista als H-Variante im Getränkekarton. „Dieses Marktsegment hat sich außerordentlich positiv entwickelt – mit dem erzielten Umsatz wurde die eigene Umsatzprognose für das Jahr 2020 verdoppelt“, betont Schneider. Die eindeutige Herkunft des Hafers aus dem Schwarzwald und den angrenzenden baden-württembergischen Regionen ist auch hier wichtigstes Alleinstellungsmerkmal. Im Jahr 2021 wurde das Sortiment bereits um eine Kochcreme und zusätzliche Sorten in der Flasche ergänzt. Im Sommer und Herbst folgen weitere Velike!-Produkte – u.a. ein Velike!-Eis sowie eine Velike!-Joghurtalternative ab dem 1. August.

Zur weiteren Diversifikation des robusten und zukunftsfähigen Geschäftsmodells der Schwarzwaldmilch wird darüber hinaus die geplante Käsemanufaktur in Titisee-Neustadt beitragen. Im Januar 2021 wurde im Rahmen eines Architektenwettbewerbs der Siegerentwurf gekürt. Die entsprechenden Verträge mit der Stadt und den Partnerunternehmen werden derzeit final verhandelt.

*** 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 2020*

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 über 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 das große Bio-Sortiment mit der Zertifizierung Bioland. Ebenso ist die Marke LAC lactosefrei Teil des Produktportfolios und bietet lactosefreien Milchgenuss in Schwarzwaldmilch-Qualität. Seit dem Jahr 2021 wird das Sortiment durch eine Protein Linie ergänzt, die vor allem gesundheitsbewusste und alltagsaktive Verbraucher anspricht.

Daneben stellt die Unternehmensgruppe am Standort Offenburg qualifizierte und hochwertige Pulver- und Ingredientsspezialitäten 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. Die Schwarzwaldmilch-Tochter Black Forest Nature produziert und vertreibt darüber hinaus seit dem Jahr 2020 unter der Marke Velike! vegane Bio-Produkte auf Haferbasis. Insgesamt arbeiten an den beiden Standorten Freiburg und Offenburg über 420 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

www.schwarzwaldmilch.de

www.schwarzwaldmilch-protein.de

www.lac-lactosefrei.de

www.schwarzwaldmilch-ingredients.de

www.ve-like.de