

PRESSEMITTEILUNG

Bilanz 2017

Starkes Wirtschaftsjahr für Schwarzwaldmilch

- Gesamt-Umsatz steigt um 9,8 % auf 179 Mio. Euro
- Gesamt-Absatz steigt um 5,5 % auf 173.291 Tonnen
- Der Milchpreis an die Genossenschaftsmitglieder steigt um über 19 % auf durchschnittlich 41,32 Cent/kg brutto*
- Investitionen auf hohem Niveau: 10,3 Mio. €
- Positive Markenentwicklung: Steigerung der Markenbekanntheit durch starken Media Mix – u.a. durch das Sport-Sponsoring des SC Freiburg seit Juli 2016.

** konventionell, bei 10,7 % MwSt. inkl. Weidemilch/Milch ohne Gentechnik bei 4,2 % Fett und 3,4 % Eiweiß*

Freiburg, 29.06.2018. Die Schwarzwaldmilch-Gruppe verzeichnete in 2017 ein erfolgreiches Wirtschaftsjahr mit einem Wachstum in allen strategischen Kerngeschäftsfeldern. Der Gruppenumsatz konnte um 9,8 % auf 179 Mio. Euro gesteigert werden, während der Absatz inklusive Versandmilch um 5,5 % auf 173.291 Tonnen erhöht werden konnte. Gleichzeitig baute die genossenschaftliche Molkerei ihre ertragsstarken Geschäftsfelder weiterhin aus, um den extremen Marktentwicklungen widerstandsfähig zu begegnen. Seinen genossenschaftlichen Milcherzeugern konnte das Unternehmen einen über 19 % höheren Milchauszahlungspreis im Vergleich zum Vorjahr bezahlen. Dies in einem volatilen Milchjahr.

Der Milchmarkt 2017

Nach dem extremen Milchwirtschaftsjahr 2016 fand der Milchmarkt zu Beginn des Jahres 2017 zu alter Preisstärke zurück. Die preisbedingt gestiegenen Umsätze im Handel stärkten im Jahresverlauf die Ertragslage und damit die Verwertung der gesamten Molkereibranche. Gleichzeitig stand das Jahr 2017 unter dem Vorzeichen extrem gegenläufiger Entwicklungen. Herauszuheben sind hier die sehr hohen Butterpreise von fast 7 Euro pro Kilogramm, bei gegenläufigen Niedrigpreisen von Magermilchpulver bis unterhalb des Interventionsniveaus. Zum Jahresende hin trübte sich das positive Bild: mit weltweit steigenden Milchanlieferungen kam es zu sinkenden Erlösen aus dem Verkauf von Molkereiprodukten und damit in der Tendenz auch zu sinkenden Milcherzeugerpreisen. „Um im extrem volatilen Markt Bestand zu haben, ist die Fokussierung auf unser Markengeschäft entscheidend. Der gleichzeitige Ausbau unserer Ertragsstärke bietet

uns hierbei Stabilität, um unseren genossenschaftlichen Milcherzeugern auch in 'Regenzeiten' einen weiterhin überdurchschnittlichen Milchauszahlungspreis zahlen zu können“, erklärt Andreas Schneider, Geschäftsführer der Schwarzwaldmilch-Gruppe.

Regionale Markenklasse bei weltweit volatiler Milchmarkt-Masse

Die Leistungsbilder der vier Markenlinien *Schwarzwaldmilch*, *Schwarzwaldmilch Bio*, *Breisgau Qualitätsmarke* sowie *Schwarzwaldmilch LAC lactosefrei* konnten weiter ausgebaut werden. Das Markensortiment verzeichnete in der Folge ein solides Absatzwachstum von 2 % und ein Umsatzwachstum von 4,1 %. „Dieses solide Wachstum basiert in keiner Weise auf Preisaktionen, sondern ist einzig ertragsorientiert erwirtschaftet worden“, hebt Schneider hervor. Größte Markenwachstumstreiber waren die gesamte grüne Produktlinie Schwarzwaldmilch mit einer Steigerung von 11,4 % sowie Schwarzwaldmilch Bio mit einem Wachstum von 7,6 %.

Zu den Treibern im Bereich der Neuprodukte gehörten der Schwarzwaldmilch Weidemilchjoghurt im 400g- und 500g-Becher in verschiedenen Natur- und Fruchtsorten. Ebenso konnte der Schwarzwaldmilch-Relaunch des Früchtemüslis zum Weidemilch Birchermüslis sowie die Ergänzung um ein Weidemilch Beerenmüslis Absatzzuwächse erzielen. Im lactosefreien Segment wurde der LAC Magerquark 500g erfolgreich eingeführt. Weitere beliebte Sommer- und Wintersorten, Sortenergänzungen sowie Aktionsprodukte sorgten in den Produktlinien für einen erhöhten Absatz, wie zum Beispiel der Schwarzwaldmilch SC Freiburg-Fan-Jogi. Weiterhin sorgten die zahlreichen Produktumstellungen auf „ohne Gentechnik“ für eine erhöhte Nachfrage.

In dem Segment der Bio-Trinkmilch sowie in den lactosefreien Segmenten Naturquark, Sahne und Schmand verfügt Schwarzwaldmilch über eine national marktführende Position unter den Herstellermarken laut Nielsen**. In Baden-Württemberg ist die Schwarzwaldmilch-Gruppe unter den Herstellermarken führend in den Segmenten Frischmilch, Sahne, Naturquark, Bio-Butter und in der lactosefreien Frischmilch***. „Zum strategischen Ausbau unserer marktführenden Positionen, konnten wir im vergangenen Jahr unsere Markenbekanntheit steigern und parallel unsere Imagewerte intensivieren“, erklärt Caroline von Ehrenstein, Leitung Marketing und Kommunikation der Schwarzwaldmilch. Die Marke erhielt im Rahmen des Marketingmixes vor allem dank des Sportsponsorings des SC Freiburg eine deutliche Medienpräsenz. Das Hauptsponsoring wird daher auch in der kommenden Saison fortgesetzt.

Der Standort Offenburg: Weiterentwicklung zum Ingredients-Spezialisten

Auf Linie der strategischen Ausrichtung wurde der Standort Offenburg weiter umgebaut hin zu einem wertschöpfungsorientierten Produktionsbetrieb für spezialisierte Ingredients. Während der Gesamtumsatz des Geschäftsbereichs Dairy- und Non-Dairy Ingredients zum Vorjahr stabil verlief, legte der Umsatz der

strategiekonformen, ertragsstarken milch- und nichtmilchbasierten speziellen Ingredientsprodukte um 6,1 % zu. Parallel dazu wurden ertragsschwache Commodities deutlich reduziert.

Höherer Auszahlungspreis für die genossenschaftlichen Mitglieder

Wie auch in den vergangenen Jahren erwirtschaftete die Schwarzwaldmilch-Gruppe im Jahr 2017 erneut einen leistungsstarken Auszahlungspreis. Für die konventionelle Milch inklusive Weidemilch/Milch ohne Gentechnik bei 4,2 % Fett und 3,4 % Eiweiß konnte der durchschnittliche Auszahlungspreis in 2017 um 19,2 % gesteigert werden auf 41,32 Cent/kg brutto (bei 10,7 % MwSt.).

Der durchschnittliche Bio-Milchzahlungspreis inklusive aller Zu-/Abschläge bei 4,2 % Fett und 3,4 % Eiweiß konnte um 6,5 % erhöht werden auf 55,40 Cent/kg brutto (bei 10,7 % MwSt.). Zentrale Aufgabe des genossenschaftlich geprägten Unternehmens ist die Auszahlung absolut wettbewerbsfähiger Auszahlungspreise an ihre Landwirte, die durch ihre Bewirtschaftung den Erhalt der Kulturlandschaft im Schwarzwald sichern.

Fortführung der strategiekonformen Projekte

Zur Sicherung des Fortbestandes und der Wettbewerbsfähigkeit beider Standorte der Schwarzwaldmilch wurden auch im Jahr 2017 wieder umfangreiche Erhaltungs- und Neuinvestitionen getätigt. Die Höhe der Investitionsmaßnahmen lag bei rund 10,3 Mio. Euro. „Die langfristige und strategisch abgesicherte Standortsicherung steht mehr denn je im Vordergrund, damit sichern wir auch weiterhin eine wertschöpfende Vermarktung und damit einen überdurchschnittlichen Milchzahlungspreis für die erstklassige Milch unserer Milchlieferanten“, betont Schneider.

Ausblick 2018

Die positive Markenentwicklung im Jahr 2017 setzt sich im Jahr 2018 fort. In den ersten fünf Monaten erzielte das Markengeschäft bereits eine Umsatzsteigerung von über 10%. Hervorzuheben sind hierbei die sehr positiven Entwicklungen der Produktlinien *Schwarzwaldmilch Bio* sowie *LAC lactosefrei*. Ebenso wirken sich die Produktneueinführungen sehr positiv auf die Entwicklung aus.

Allen voran erhält die nationale Markenlinie *LAC lactosefrei* seit Frühjahr 2018 mit ihren **lactosefreien Joghurts griechischer Art** im 150g-Becher eine abverkaufsstärke und trendgerechte Produkterweiterung. Zudem ergänzen die LAC lactosefreien, fructosefreien und glutenfreien **Joghurts Mango und Vanille** in 400g-Bechern das Fruchtjoghurtsegment. Abgerundet wird das LAC-Sortiment durch die **lactosefreie Schokomilch** in der 1 Liter-Verpackung, die bereits erfolgreich seit dem 1. Juni gestartet ist.

Innerhalb der Produktlinie *Schwarzwaldmilch* sorgt seit dem 1. Juni die Neueinführung des beliebten Schwarzwaldmilch **Weide-Schoki** in einer praktischen 1-Liter-Weichpackung für eine hohe Nachfrage.

Erstmalig in der Unternehmensgeschichte bietet Schwarzwaldmilch ab dem 1. Juli 2018 eine **frische Bio Heumilch** mit dem EU-Gütesiegel „garantiert traditionelle Qualität“. Die Kühe erhalten die natürlichste Form der Fütterung (Weide im Sommer, Heu im Winter), was sich im natürlichen Milchgeschmack und im Nährstoffgehalt der Milch bemerkbar macht.

Ein weiterer konsequenter Ausbau des Markensortiments auf den „ohne Gentechnik“-Standard wird auch in 2018 weiterverfolgt.

*** Nielsen: LEH+DM, Bio-Trinkmilch sowie funktionaler Naturquark, Sahne und Schmand, Umsatz, 2017*

**** Nielsen: LEH+DM, angegebene Markensortimente, Umsatz, 2017*

Gerne stehen wir Ihnen für redaktionelle Rückfragen jederzeit zur Verfügung:

Caroline von Ehrenstein
Leitung Marketing und Kommunikation
Tel. 0761 / 47 88 267
E-mail: Caroline.vonEhrenstein@schwarzwaldmilch.de

Allgemeine Informationen zur Molkerei:

Die Schwarzwaldmilch-Gruppe ist ein Unternehmen mit genossenschaftlicher Trägerschaft und Sitz im Herzen der Kulturlandschaft Schwarzwald. Seit fast 90 Jahren liefern die Bauern der Region, meist familiär geführte Höfe mit durchschnittlich 37 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 Milchmischprodukte sowie Desserts bis zu handgefertigten 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.

An beiden Standorten zusammen arbeiten über 370 Mitarbeiter.

www.schwarzwaldmilch.de; www.lac-lactosefrei.de

www.schwarzwaldmilch-ingredients.de