

PRESSEMITTEILUNG

Bilanz 2018

Bestes Wirtschaftsjahr für Schwarzwaldmilch

- Gesamt-Umsatz steigt um 9,1 % auf 195,4 Mio. Euro
- Der Milchpreis an die Genossenschaftsmitglieder bleibt weiterhin bei über 40 Cent/kg brutto*
- Investitionen weiterhin auf hohem Niveau: 5,5 Mio. €
- Starkes Markengeschäft: 7,8 % Umsatzsteigerung bei einem Absatzplus von 5,0 %
- Stärkste Umsatztreiber: Markenlinie Bio (+ 14 %), LAC lactosefrei (+ 6,5 %) und Schwarzwaldmilch (+ 5,8 %)

** konventioneller Durchschnittspreis von 40,09 Cent/kg brutto, bei 10,7 % MwSt. inkl. Weidemilch/Milch ohne Gentechnik bei 4,2 % Fett und 3,4 % Eiweiß*

Freiburg, 26.06.2019. Die Schwarzwaldmilch-Gruppe mit den Standorten in Freiburg und Offenburg hat in 2018 auf Basis einer ertragsorientierten Wachstumsstrategie einen Rekordumsatz von 195,4 Mio. Euro erzielt – eine Steigerung um 9,1 Prozent. Sowohl das starke Markengeschäft mit einem Umsatzplus von 7,8 Prozent als auch alle strategischen Geschäftsfelder der Gruppe trugen zum höchsten Umsatz der Firmengeschichte bei. Ihren genossenschaftlichen Milcherzeugern konnte die Molkerei einen bundesweit überdurchschnittlichen Milchpreis ausbezahlen. Dies in einem Milchjahr mit hohen Preisschwankungen.

Volatiler Milchmarkt in 2018

Nach einem preislichen Sinkflug zum Jahresbeginn, erholten sich die Milchpreise im Jahresverlauf wieder. Treiber für diese Entwicklung war die für lange Zeit gute Verwertung für Milchfett. Auch der Aufwind im Exportgeschäft entlastete den Markt. Parallel hierzu führte die Dürre im Sommer zu einer deutlichen Reduktion der Milchmenge in vielen Teilen Deutschlands. „Um den extremen Preisschwankungen mit einem robusten Geschäftsmodell zu begegnen, haben wir im vergangenen Jahr das Markengeschäft und die weiteren Wertschöpfungssegmente konsequent weiter ausgebaut. Dies sorgt dauerhaft für Stabilität“, erklärt Andreas Schneider, Geschäftsführer der Schwarzwaldmilch-Gruppe. Die genossenschaftlichen Milcherzeuger erhielten mit 40,09 Cent/kg brutto* auch im vergangenen Jahr einen überdurchschnittlichen Milchauszahlungspreis im deutschen Vergleich. Mit einem Bio-Milchauszahlungspreis von 55,05 Cent/kg brutto* lag die Molkerei ebenso deutlich über dem deutschen Durchschnitt. Zentrale Aufgabe des

genossenschaftlich geprägten Unternehmens ist die Auszahlung absolut wettbewerbsfähiger und damit fairer Auszahlungspreise an ihre Landwirte, die durch ihre Bewirtschaftung den Erhalt der Kulturlandschaft im Schwarzwald sichern.

Starke Markenlinien trotz preisschwankendem Markt

Das gesamte Markensortiment erzielte ein starkes Umsatzwachstum von 7,8 Prozent. „Wir haben dieses Wachstum ausschließlich ertragsorientiert erzielt und nicht aufgrund von Preisaktivitäten“, betont Schneider. Besonders stark zeigte sich hierbei die Entwicklung der Bio Produktlinie mit einem Umsatzwachstum von 14 Prozent, der Schwarzwaldmilch Linie von 5,8 Prozent sowie der LAC lactosefreien Produktlinie mit einem Umsatzwachstum von 6,5 Prozent.

Zu dem stärksten Neuprodukt zählte hierbei die Schwarzwaldmilch Bio frische Heumilch mit 3,8 Prozent Fettanteil. „Die Produktlinie hat unsere Absatzziele bei weitem übertroffen“, erklärt Caroline von Ehrenstein, Leitung Marketing und Kommunikation der Schwarzwaldmilch. „Aufgrund dieser sehr positiven Entwicklung zeigte sich die Einführung einer fettarmen Bio Heumilch in diesem Jahr als konsequenter Schritt.“

Auch in 2018 konnte die Molkerei-Gruppe ihre nationale Marktführerschaft in den Segmenten der Bio-Trinkmilch sowie in zahlreichen lactosefreien Kategorien wie Schlagsahne, Naturquark, Schmand und Crème Fraîche festigen**. „Für ein ertragsorientiertes Wachstum bedarf es starker Marken“, so von Ehrenstein. „Wir arbeiten konsequent an besonderen Produktkonzepten mit emotionalen Mehrwerten. Nur das Besondere wird gekauft und das Außergewöhnliche bleibt im Kopf.“ Die Marke erhielt im Rahmen des umfangreichen Marketingmixes vor allem dank des Sportsponsorings des SC Freiburg eine starke Medienpräsenz. Der Vertrag mit dem SC Freiburg wurde daher im Frühjahr 2019 vorzeitig verlängert.

Produktionsbetrieb Offenburg: ertragsorientiert und stabil

Die strategische Weiterentwicklung des Standorts Offenburg zu einem wertschöpfungsorientierten Produktionsbetrieb für spezialisierte Ingredients konnte weiter ausgebaut werden. Der Gesamtumsatz des Geschäftsbereichs Dairy- und Non-Dairy Ingredients verlief zum Vorjahr annähernd stabil. Der Umsatz der strategiekonformen, nicht-milchbasierten Ingredientsprodukte legte dabei um 10,5 Prozent zu.

Hohe Investitionen für eine starke Zukunft

Zur Absicherung des Fortbestandes und der Wettbewerbsfähigkeit beider Standorte setzte die Gruppe in 2018 zahlreiche, strategische Erhaltungs- und Neuinvestitionen im Umfang von 5,5 Millionen Euro um. „Diese umfangreichen Investitionsmaßnahmen sorgen für eine langfristig wertschöpfende Vermarktung. Auf Dauer sichern diese Maßnahmen somit das Einkommen unserer Milcherzeuger“, erklärt Schneider.

Ausblick: Neuprodukte mit Mehrwert und Innovationskraft

Die sehr positive Markenentwicklung im Jahr 2018 setzt sich im Jahr 2019 dynamisch fort. Eine Umsatzsteigerung von über 10 Prozent erzielte das Markengeschäft bereits in den ersten fünf Monaten des Jahres. Hervorzuheben sind hierbei die sehr positiven Umsatzentwicklungen der Produktlinien Schwarzwaldmilch Bio mit + 17,7 Prozent, Schwarzwaldmilch mit + 6,8 Prozent sowie LAC lactosefrei mit + 6,2 Prozent.

Die Neuprodukte wirken sich dabei sehr positiv auf die Markenentwicklung aus. Seit Mai sorgt das *Schwarzwaldmilch* Rahmjoghurtsortiment aus frischer Weidemilch für starke Zuwächse. Auch zum Thema Zuckerreduktion hat die Molkerei gleich zwei Produktkonzepte entwickelt: Einen im März eingeführten Jogi mit 30 Prozent weniger Zucker sowie den im März eingeführten Kinderjoghurt Kijo. Das Besondere am Kijo: Die einzigartige Rezeptur, die 30 Prozent weniger Zucker als herkömmliche Fruchtjoghurts enthält, wurde mit 160 Kindergartenkindern entwickelt. „Das Thema Zuckerreduktion ist in aller Munde. Gleichzeitig ist das Kinderregal voll mit Joghurt- und Pudding-Zuckerbomben. Mit unseren Kinderjoghurts haben wir eine Rezeptur entwickelt, die den Kindern gut schmeckt und den Eltern ein gutes Gefühl gibt“, erklärt von Ehrenstein.

Seit April bietet der Bio-Trinkmilchmarktführer unter der Produktlinie *Schwarzwaldmilch Bio* zudem eine lactosefreie Frischmilch-Variante mit 3,8 Prozent Fettanteil an, die das stark wachsende Bio-Sortiment optimal ergänzt.

Innerhalb der Produktlinie *Schwarzwaldmilch Bio Heumilch* sorgt die seit Juni 2019 eingeführte frische, fettarme Bio Heumilch für eine optimale Abrundung der bestehenden Vollmilch. Mit dem EU-Gütesiegel „garantiert traditionelle Spezialität“ ausgezeichnet und den bundesweit strengsten Weidemilchkriterien gehört diese Bioland zertifizierte Milch zu der Produktlinie mit den höchsten Anforderungen im gesamten Schwarzwaldmilch Sortiment.

Auch die *Produktlinie LAC lactosefrei* sorgt für innovative Akzente im lactosefreien Regal. Seit Februar bietet LAC eine lactosefreie, frische Schokomilch im Halbliter-Format an sowie die seit Mai eingeführte, einzige lactosefreie Buttermilch auf dem gesamten deutschen Markt.

Ebenso innovativ ist die im März eingeführte erste lactosefreie Sahne in der Glasflasche. „Wir sind stolz, dass wir das erste lactosefreie Produkt in der Glasflasche auf den Markt bringen“, so von Ehrenstein. „Das Bewusstsein für Lebensmittel und Verpackungen zeigt sich inzwischen in allen Bereichen. Diese Entwicklung freut uns sehr.“ Auch alle weiteren Milchprodukte im Mehrwegglas weisen dank neuer Listungen und höherer Nachfrage immense Absatzzuwächse auf. Durch die sich veränderte Marktnachfrage erreichte die

Molkerei in den Produktlinien Bio und Schwarzwaldmilch im Glas sehr hohe zweistellige Umsatz- und Absatzzuwächse, die sich im aktuellen Jahr dynamisch fortsetzen.

Neues Geschäftsmodell: Käsemanufaktur

Das genossenschaftliche Unternehmen wird unter dem Namen der „Schwarzwaldmilch Käsemanufaktur“ ihr neues Standbein in Titisee-Neustadt bauen. Hier werden zukünftig mit einem Absatzvolumen von maximal 1.200 Jahrestonnen verschiedene Käsetypiken wie Hartkäse, Schnittkäse und halbfester Schnittkäse aus den Milchqualitäten Bio, Bio-Heumilch und Weidemilch hergestellt. Ebenso werden eine Schaukäserei, ein Verkaufsladen sowie eine Gastronomie in die Käsemanufaktur integriert für ein touristisch ansprechendes Vermarktungskonzept.

Neues Geschäftsmodell: Die vegane Marktinnovation

Schwarzwaldmilch steigt mit einem neuen Tochterunternehmen, der „Black Forest Nature GmbH“ in das Themenfeld vegan ein. Das komplett eigenständige Start-up Unternehmen wird ab dem Frühjahr 2020 für ein besonderes Angebot sorgen. Die Black Forest Nature GmbH startet mit qualitativ hochwertigen, veganen Drinks mit einem absolut einzigartigen Produktkonzept. „Mit dieser Entwicklung folgen wir den veränderten Konsumtrends“, erklärt Schneider. „Die Black Forest Nature GmbH hat ihren Sitz in Offenburg, ist komplett autark und wird ein besonderes Markensortiment anbieten, das die speziellen Bedürfnisse der veganen Konsumenten in besonderer Weise erfüllt.“

** 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, 2018*

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 40 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 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 400 Mitarbeiter.

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

www.schwarzwaldmilch-ingredients.de