

PRESSEMITTEILUNG

Bilanz 2022

Schwarzwaldmilch-Gruppe steigert den Umsatz auf fast 250 Mio. Euro

- Gesamt-Umsatz steigt um 7 % auf 248,3 Mio. Euro
- Milchauszahlungspreis an die Genossenschaftsmitglieder im Jahr 2022 für konventionelle Milch bei 53,53 Cent/kg* sowie für Biomilch bei 66,79 Cent/kg*
- Knapp 30 Mio. Euro mehr Auszahlungsleistung auf die Schwarzwaldmilch-Höfe als 2021
- Starkes Markengeschäft: 7,1 % Umsatzsteigerung
- Stärkste Umsatztreiber: Markenlinien Schwarzwaldmilch (+18,5 %), Schwarzwaldmilch Protein (+11,5 %), Schwarzwaldmilch Heimat (+10,8 %) und LAC lactosefrei (+2,9 %)
- Investitionen weiterhin auf hohem Niveau: 4,3 Mio. Euro
- Eigenkapitalquote von 50,4 %

* bei 4,0 % Fett und 3,4 % Eiweiß inkl. aller Zuschläge brutto (bei 9,5 % MwSt.)

Freiburg, 29.06.2023. In einem enorm herausfordernden Geschäftsjahr 2022 erzielte die Schwarzwaldmilch-Gruppe, mit den beiden Werken in Freiburg und Offenburg erstmalig einen Umsatz von fast 250 Mio. Euro und hat den Rekordumsatz aus dem Jahr 2021 nochmals um sieben Prozent gesteigert. Das Markengeschäft mit plus 7,1 Prozent sowie alle strategischen Geschäftsfelder sorgten für das umsatzstärkste Jahr seit Bestehen der Schwarzwaldmilch. Dieses primär durch Preiserhöhungen erzielte deutliche Umsatzwachstum war auch zwingend nötig. So wurden durch die gestiegenen Milchauszahlungspreise im Vergleich zum Jahr 2021 fast 30 Mio. Euro zusätzlich auf die Schwarzwaldmilch-Höfe gebracht und zudem musste ein Kostenanstieg (ohne Milchgeldauszahlung) auf Molkereiebene in knapp zweistelliger Millionenhöhe kompensiert werden. Diese Zahlen verdeutlichen unter welchem massiven Markt- und Leistungsdruck die Schwarzwaldmilch-Gruppe im Jahr 2022 stand und aktuell weiterhin steht. Der Auszahlungspreis für ihre genossenschaftlichen Milcherzeuger lag im Jahr 2022 bei 53,53 Cent/kg** für konventionelle Milch und 66,79 Cent/kg** für Biomilch.

Nie dagewesene Verwerfungen am Milchmarkt

Das Jahr 2022 hat milchwirtschaftlich alle beteiligten Akteure vor nie dagewesene Marktentwicklungen gestellt. Landwirte und Molkereien waren sowohl auf der Ausgaben- als auch auf der Einnahmenseite mit massiv veränderten Rahmenbedingungen konfrontiert. Gerade, als die Corona-Pandemie weitestgehend überwunden bzw. zumindest eingehegt schien, hat der Ukraine-Krieg zu volkswirtschaftlichen Verwerfungen geführt, die für die Milchwirtschaft unmittelbare Auswirkungen hatten. Während Lieferketten durch die Corona-Pandemie z.T.

sowieso noch gestört waren, sind die Kosten für zahlreiche, für Molkereien und Landwirte essenzielle Produktionsfaktoren in ungekannte Höhen gestiegen.

„Diese Entwicklungen führten zu einer Gunst-Situation für Molkereien mit geringerer Wertschöpfungstiefe (wie Rohstoffverkauf, elementares Milchpulver und elementare Handelsmarken), da diese die gestiegenen Preise unmittelbar realisieren konnten, während Markenmolkereien wie unsere, lange und harte Verhandlungen mit dem Handel führen mussten und in Höhe und Zeitpunkt der notwendigen Preisanpassungen benachteiligt wurden“, erklärt Schwarzwaldmilch-Geschäftsführer Andreas Schneider. Dies führte dazu, dass die Schwarzwaldmilch-Gruppe trotz deutlich gestiegener Auszahlungspreise für konventionelle Milch, im Vergleich mit molkereiwirtschaftlichen Marktbegleitern mit geringerer Wertschöpfungstiefe in der Milchauszahlungsleistung schlechter abschnitt und es zu Kündigungen einiger genossenschaftlicher Milchlieferanten Ende des Jahres 2022 kam.

Die genossenschaftlichen Milcherzeuger:innen erhielten im Jahr 2022 einen durchschnittlichen Milchauszahlungspreis von 53,53 Cent/kg** für konventionelle Milch sowie von 66,79 Cent/kg** für Biomilch. Letztlich konnte Schwarzwaldmilch damit im Jahr 2022 die Auszahlungsleistung an die Milcherzeuger:innen im Vergleich zum Jahr 2021 um fast 30 Mio. Euro erhöhen. Dass dies zwingend nötig war, betont Markus Kaiser, Aufsichtsratsvorsitzender der Schwarzwaldmilch: „Die Kosten für Dünger, Futtermittel und Diesel sind explodiert – um nur einige Beispiele zu nennen.“ Darüber hinaus bleiben die klimatischen Bedingungen laut Kaiser herausfordernd. „Heiße und trockene Phasen nehmen zu und werden länger, gleichzeitig kommt es zeitweise zu massiven Niederschlägen und Unwettern, wobei sich die Bedingungen selbst innerhalb einer eng eingegrenzten Region wie unserem Milcherfassungsgebiet stark unterscheiden können“.

Laut Statistischem Bundesamt sind die Preise für Nahrungsmittel im Vergleich zum Jahr 2021 um mehr als 13 Prozent gestiegen. „Wir sind und bleiben Anbieter von Premium Markenprodukten mit eindeutiger Herkunft. Dieser Wertschöpfungsansatz ist betriebswirtschaftlich nachhaltig und in Verbindung mit unserem differenzierten Geschäftsmodell Garant für Stabilität in einem Markt, der von massiver Volatilität geprägt ist. Gleichwohl hat eine solch historische Teuerungsrate selbstverständlich Auswirkungen“, erläutert Schneider.

Markenlinien-Umsatz entwickelt sich im Jahr 2022 weiter positiv

Das Markensortiment bleibt zentraler Umsatztreiber der Schwarzwaldmilch-Gruppe und verzeichnete strategiekonform ein Wachstum um 7,1 Prozent – bei leicht rückläufigem Absatz. „Dabei wachsen wir weiterhin rein ertragsorientiert und nicht über Aktions- oder Niedrigpreise“, so Schneider. Besonders positiv haben sich

im Jahr 2022 die Produktlinien Schwarzwaldmilch (+ 18,5 Prozent), Schwarzwaldmilch Protein (+ 11,5 Prozent), Schwarzwaldmilch Heimat (+ 10,8 Prozent) und LAC lactosefrei (+ 2,9 Prozent) entwickelt. Gleichzeitig konnten sich die Linien BIO und BIO Heumilch dem allgemeinen Druck auf den Bio-Bereich nicht entziehen und waren leicht rückläufig. „Dies ist auf die inflationsbedingte, allgemeine Kaufzurückhaltung zurückzuführen – insbesondere bei den Herstellermarken“, ordnet Schneider ein. Insgesamt sank der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln in Deutschland um 3,5 Prozent; dass der Rückgang nicht noch stärker ausfiel, ist vor allem auf die Bio Handelsmarken des Lebensmitteleinzelhandels zurückzuführen.

Laut Nielsen Marktforschungszahlen für das Kalenderjahr 2022*** ist Schwarzwaldmilch im Segment der Biomilch in Deutschland beim Umsatz marktführend unter den Herstellermarken. In der Kategorie weiße Linie lactosefrei gekühlt insgesamt sowie in den Kategorien frische Sahne, Schmand und Speisequark ist Schwarzwaldmilch mit der Marke LAC lactosefrei ebenfalls in Deutschland die Nummer Eins unter den Herstellern lactosefreier Marken-Milchprodukte. Darüber hinaus ist Schwarzwaldmilch in den Segmenten Weide-Trinkmilch insgesamt und Schlagsahne im Mehrwegglas ebenfalls die Nummer Eins unter den Markenherstellern. „Diese starke Marktposition ist in unserer Größe nur möglich, wenn wir innovativ sind und durch Neuprodukte präsent bleiben“, so Schneider. Dementsprechend hat die Molkerei im Jahr 2022 u.a. die Linien BIO Heumilch und LAC lactosefrei um qualifizierte Produkte erweitert und das Käse-Sortiment um einen Weidemilch-Bergkäse ergänzt. Darüber hinaus wurde mit Milch + Hafer das erste Hybridprodukt dieser Art auf dem deutschen Markt gelauncht. „Klar ist aber auch, dass der Handel im vergangenen Jahr durch die Rahmenbedingungen bei Markeninnovationen zurückhaltend war. Da das auch noch für das laufende Jahr gilt, bringen wir für unsere Verhältnisse in diesem Jahr wenige Neuprodukte, die aber mit einem klaren Fokus auf Nachhaltigkeit“, betont Schneider. So wurde das Sortiment bereits um zwei Joghurts im Mehrwegglas und die Marke LAC lactosefrei um zwei BIO-Produkte ergänzt.

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 5,5 Prozent weiter positiv. Der Umsatz der strategiekonformen, ertragsstarken Kernsegmente legte dabei um 6,3 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 4,3 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:innen sowie die Herstellung hochwertigster Produkte“, betont Schneider. Darüber hinaus wurde im Jahr 2022 das Sponsoring neu aufgesetzt. Im Sinne der nationalen Sichtbarkeit kooperiert die Schwarzwaldmilch-Gruppe seit Juli letzten Jahres mit den drei Baden-Württembergischen Fußball-Bundesligisten SC Freiburg, VfB Stuttgart und TSG Hoffenheim. „Dieses Engagement gibt uns vertriebliche Anknüpfungspunkte in den jeweiligen Regionen und garantiert bundesweit eine starke mediale Reichweite“, erklärt Schneider.

Landliebe-Produkte als strategisch wichtiger Baustein

Das Jahr 2023 war und ist geprägt von weiterhin hohen Kosten bei gleichzeitig marktbedingt fallenden Milchauszahlungspreisen. „Energie bleibt im Vergleich zum Jahr 2021 teuer, Lohnkosten sind berechtigterweise eklatant gestiegen, trotzdem ist die Preissensibilität der Verbraucher bei Lebensmitteln weiterhin hoch“, erläutert Schneider. „Umso wichtiger bleibt für uns der Ansatz der wertschöpfenden Differenzierung des Geschäftsmodells. Dementsprechend ist die Übernahme der Landliebe-Markenlizenzen für die Produktgruppen Frischmilch im Glas und frische Milchmischgetränke ein strategisch wichtiger Schritt – im Sinne unserer Milchbäuerinnen und -bauern“, so Schneider weiter.

Die übernommene Markenlizenz beinhaltet aktuell drei Produkte im Markt: Die Kakao Milch in der 1-Liter Mehrweg-Glasflasche, sowie die frische Landmilch mit 3,8 und 1,5 % Fett ebenfalls in der 1-Liter Mehrweg-Glasflasche. Die übernommenen Marken-Mehrwegprodukte zahlen auf den Weg nachhaltiger Verpackungen der Schwarzwaldmilch-Gruppe ein. Darüber hinaus kann Schwarzwaldmilch das jeweilige Sortiment im Rahmen der Markenlizenz künftig weiter ausbauen – die frischen Milchmischgetränke beispielsweise in anderen Geschmacksrichtungen oder Gebinden, die Frischmilch in Glasflaschen beispielsweise in anderen Milchtypiken oder Glasgrößen.

** bei 4,0% Fett und 3,4% Eiweiß inkl. aller Zuschläge brutto (bei 9,5% MwSt.)

***Nielsen: LEH + DM, Marke, Umsatz, MAT KW 52 2022 vs. MAT KW 52 2021

Gerne stehen wir Ihnen für redaktionelle Rückfragen jederzeit zur Verfügung:

Moritz Collmar

Leitung Public Relations

0761 / 47 88 267

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 46 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 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 rund 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

www.schwarzwaldmilch.de

www.ve-like.de