



Arla Foods Halbjahresbericht 2017

25.08.2017 09:00 CEST

Arla Foods steigert im ersten Halbjahr 2017 die Einnahmen für seine Genossenschaftsmitglieder

Die europäische Molkereigenossenschaft Arla Foods hat ihren Umsatz im ersten Halbjahr 2017 um drei und den Milchabnahmepreis um 19 Prozent steigern können. Dies ist zum einen auf die höheren Verkaufszahlen zurückzuführen, aber auch auf Arlas kontinuierliches Bestreben, das Markengeschäft auszubauen, um die Erlöse für seine Eigentümer, die Milchbauern zu verbessern. Arla Foods geht aktuell davon aus, seine

Gesamtjahresziele in Bezug auf Gewinn, strategisches Markenwachstum und Verschuldungsgrad zu erreichen. Das gilt auch für weitere Verbesserungen des Milchabnahmepreises und eine Steigerung des Gesamtjahresumsatzes des Konzerns um etwa eine Milliarde Euro (2016: 9,6 Milliarden Euro).

Nach fast drei Jahren mit niedrigen Preisen in der Molkereibranche haben sich die Milchpreise im ersten Halbjahr 2017 weltweit erholt. Dies war eine direkte Folge der niedrigeren oder gleichbleibenden Milchproduktion im Vergleich zum Vorjahr – kombiniert mit einer höheren Nachfrage nach Milch und Molkereiprodukten in Europa, den USA und den Schwellenländern. Trotz Rückgangs der angelieferten Rohmilchmenge sowie negativen Währungsentwicklungen stieg der Konzernumsatz um 3,4 Prozent auf fünf Milliarden Euro an (von 4,85 Milliarden Euro im ersten Halbjahr 2016). Das zugrundeliegende Umsatzwachstum betrug 6,6 Prozent – ohne Währungseffekte und Veräußerungen.

„Da sich der globale Markt für Molkereiprodukte beruhigt hat, haben wir entsprechend auf den Aufwärtstrend reagiert und kontinuierlich unseren Produktmix für die Schlüsselmärkte erweitert. Infolgedessen haben wir im Laufe der vergangenen zwölf Monate den an die Genossenschaftsmitglieder ausgezahlten Milchpreis um 42 Prozent erhöhen können. Dies war dringend nötig, denn die letzten Jahre waren für die meisten Milchbauern auf der ganzen Welt äußerst schwierig“, erklärt Peder Tuborgh, Vorstandsvorsitzender von Arla Foods. „Da sich der Markt weiter verbessert, sollte das zweite Halbjahr 2017 sogar noch stärker sein. Wir gehen davon aus, dass sich die positiven Preistrends fortsetzen. Zudem realisieren wir in den Monaten Juli bis September weitere Erhöhungen des von uns an unsere Landwirte ausgezahlten Milchpreises. Wir erwarten, dieses hohe Niveau das restliche Jahr über aufrechtzuerhalten“, so Tuborgh weiter.

Zu den strategischen Zielen von Arla in Deutschland gehört die Verdopplung des Markengeschäfts bis zum Jahr 2020. Die Ergebnisse des ersten Halbjahrs zeigen, dass das Unternehmen auf dem richtigen Weg ist, um dieses Ziel zu erreichen: Das Mengenwachstum wichtiger strategischer Marken ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich gestiegen: Arla® Skyr (ein Plus von 101,3 Prozent), Arla® BIO (ein Plus von 8,7 Prozent) und Starbucks® (ein Plus von 24,1 Prozent). „Nicht nur die Wachstumszahlen im ersten Halbjahr, sondern auch die zahlreichen Auszeichnungen, die wir auch in diesem Jahr für Arla® Skyr erhalten haben, zeigen, dass wir mit Arla® Skyr den Zahn der Zeit treffen: Eine bewusste, proteinreiche Ernährung liegt voll im Trend und mit unserer Marke treiben wir das Wachstum der gesamten Kategorie“, betont

Winfried Meier, Geschäftsführer Arla Foods Deutschland. „Das gute Ergebnis von Arla® BIO trägt dazu bei, dass wir unsere Bedeutung als weltweit größter Anbieter von ökologisch hergestellten Milchprodukten weiter stärken konnten“, ergänzt Meier.

Europa ist Arlas wichtigster Geschäftsbereich, dort erwirtschaftete das Unternehmen im ersten Halbjahr 2017 63 Prozent des Konzernumsatzes. Der Umsatz in Europa befindet sich damit auf demselben Niveau wie im ersten Halbjahr 2016. Höhere Verkaufspreise und ein höherer Anteil des Markengeschäfts wirkten sich positiv aus, was aber durch geringere Milchmengen und negative Währungsentwicklungen – vor allem beim britischen Pfund – wieder ausgeglichen wurde. Dadurch hat sich der Umsatz in Europa um 135 Millionen Euro verringert.

„In einem Zeitraum, in dem die Verkaufspreise in Europa stark angestiegen sind, ist der Umsatz mit unseren strategischen Marken in der Region insgesamt stabil geblieben. Die Verbraucher bleiben hochwertigen Marken treu – trotz höheren Preisen. Und in einigen Märkten haben wir bei unserem Markengeschäft ein deutliches Wachstum verzeichnet. Wir werden mit unseren Kunden in Europa weiterhin daran arbeiten, das Wachstum im Bereich der Molkereiprodukte zu fördern“, erläutert Natalie Knight, CFO von Arla Foods.

Arlas strategisches Ziel, seinen Umsatz außerhalb von Europa erheblich zu steigern, ist im ersten Halbjahr insbesondere durch die Erfolge in Subsahara-Afrika (Steigerung um 32 Prozent) sowie in China und Südostasien (Steigerung um 36 Prozent) aufgegangen. Die Steigerungsrate im internationalen Geschäft betrug insgesamt zehn Prozent, was zu einem Umsatz von 792 Millionen Euro geführt hat.

Auch das Tochterunternehmen Arla Foods Ingredients, der Weltmarktführer für Zutaten auf Molkebasis, die in zahlreichen Lebensmittelkategorien verwendet werden, vermeldete für das erste Halbjahr 2017 ein Umsatzwachstum von 24 Prozent auf 313 Millionen Euro – im Vergleich zu 252 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2016.

Den vollständigen Halbjahresbericht 2017 von Arla Foods können Sie auf www.arla.com lesen oder herunterladen.

Arla Foods in Deutschland

Arla Foods ist eine zukunftsorientierte Molkereigenossenschaft, im Besitz von rund 12.000 Landwirten aus Schweden, Dänemark, Deutschland, Großbritannien, Belgien, Luxemburg und den Niederlanden. Arla Produkte werden unter bekannten Markennamen wie Arla[®], Lurpak[®] und Castello[®] in mehr als 100 Ländern der Erde vertrieben. Arla verfügt über Produktionsstätten in zwölf Ländern und Vertriebsniederlassungen in insgesamt 30 Ländern. Arla ist außerdem der weltweit größte Hersteller von Molkereiprodukten in Bioqualität. Arla ist das drittgrößte Molkereiunternehmen in Deutschland. Weitere Informationen unter www.arlafoods.de

Kontaktpersonen



Markus Teubner

Pressekontakt

Head of Media Relations / Pressesprecher

Arla Foods Deutschland

markus.teubner@arlafoods.com

+49 152 54647961