



## Segment Spezialitäten

### Auf einen Blick

**2.414** Mio. €  
Umsatz

**196** Mio. €  
Operatives Ergebnis

**2.013** Mio. €  
Capital Employed

**9,7** %  
ROCE

### Strategie

#### BENEO

Die Geschäftsentwicklung von BENEIO wird von einem weiter hohen Interesse an einer gesundheitsbewussten sowie stärker pflanzlich geprägten Ernährung getragen – sowohl im Bereich Lebensmittel als auch Tierernährung. Globale Trends wie Clean Label oder auch Mental Wellbeing tragen ebenso dazu bei.

- Erweiterung des Produktportfolios im Bereich texturierter pflanzlicher Proteine und Ballaststoffe mit Zusatznutzen
- Stärkere Marktdurchdringung mit wettbewerbsfähigen Anwendungslösungen für pflanzliche Fisch-, Fleisch- und Milchalternativen mit Fokus auf den europäischen Markt
- Weitere Stärkung der internationalen Vertriebskompetenz auf Basis adaptierter regionaler Vertriebsstrategien

#### Freiberger

Die Absatzmärkte der Division Freiberger profitieren von der unverändert stabilen Nachfrage nach Convenience-Food. Aktuelle Trends wie Bio, vegan oder Plant-Based sowie Ready-to-go-Lebensmittel werden konsequent analysiert und ggf. in das Sortiment integriert.

- Produktportfolio aktiv und flexibel an Trends ausrichten und anpassen, neue Vermarktungskonzepte und -kanäle entwickeln
- Innovationen und Nachhaltigkeitsthemen proaktiv aufnehmen und bestehende Ansätze weiterentwickeln
- Marktposition in Europa stärken, Marktposition in Nordamerika ausbauen, Drittmärkte analysieren und erschließen

#### PortionPack

Durch Investitionen im Bereich Co-Packing/Co-Manufacturing werden die Abhängigkeit vom Außer-Haus-Markt deutlich reduziert und neue Wachstumsfelder erschlossen.

- Produktportfolio mit Fokus auf nachhaltige Verpackungen kontinuierlich erweitern
- Wachstum im Bereich Großhandel & Foodservice fortsetzen, Vertriebsaktivitäten im Einzelhandel ausbauen, Verpackungslösungen für Lebensmittelhersteller (Lohnabpackung) anbieten
- Marktposition in Europa ausbauen, Aktivitäten im südlichen Afrika ausweiten





## Segment Spezialitäten

### Auf einen Blick

	BENEO 	Freiberger 	PortionPack 
 <b>Produktion</b>	Deutschland (1), Belgien (2), Italien (1), Niederlande (1), Chile (1)	Deutschland (4), UK (1), Österreich (1), USA (4)	UK (1), Niederlande (3), Spanien (1), Südafrika (1), Tschechien (1)
 <b>Vertrieb</b>	Europa (3), USA (1), Südamerika (2), Indien (1), Singapur (1)	Europa (3), UK (2), USA (2)	Europa (8), Südafrika (1)
 <b>Rohstoffe</b>	Rübenzucker, Reis, Zichorienwurzeln, Weizen, Gerste, Ackerbohnen	Mehl, Milch (Käse), Sojaöl, Tomatenmark, Fleisch/Salami/Schinken	Trockenprodukte (z. B. Zucker, Süßstoffe), Flüssiges (z. B. Saucen), Stückiges (z. B. Kekse)
 <b>Produkte</b>	Zutaten mit Zusatznutzen (Ballaststoffe, Zuckeraustauschstoffe, neue Zucker, Reis- stärken, Gersten- / Reismehle, texturiertes Weizenprotein, pflanzliche Texturate) für Lebensmittel, Tiernahrung, Non-Food und Pharmazie	Convenience-Food (tiefgekühlte und gekühlte Pizza, Pasta, Baguettes, Breadsnacks, Saucen, Dressings)	Portionsartikel (Food und Non-Food), individuelle Lohnfertigung und -verpackung
 <b>Märkte</b>	Weltweit	Europa, Nordamerika, Südkorea	Vorwiegend Europa, Südafrika
 <b>Kunden</b>	Industrie für Lebensmittel, Tiernahrung, Pharmazie	Lebensmitteleinzelhandel	Hotels, Gastronomie, Catering (Food Service), Lebensmittelindustrie
 <b>Marken</b>	Isomalt, Palatinose™, galenIQ™, Orafti® Inulin, Orafti® Oligofruktose, Orafti® β-Fit, Remy, Meatless®	Handelseigenmarken, Alberto, Pizzatainment	Hellma, Van Oordt

## Märkte

### Absatzmärkte

Die Absatzmärkte des Segments Spezialitäten waren weiterhin von Herausforderungen wie beispielsweise der weltweit immer noch hohen Inflation und Problemen bei Lieferketten geprägt. Dies führte zu unterschiedlichen Entwicklungen der Absatzmärkte für Spezialitäten.

Die Verbraucher haben ein hohes Interesse an einer gesundheitsbewussten und nachhaltigen Ernährung, die sich in Trends wie pflanzlicher Ernährung, Clean Label, Zuckerreduktion, Darmgesundheit und Mental Wellbeing widerspiegelt. Von dieser Entwicklung profitierte insbesondere der funktionale Zuckeraustauschstoff Isomalt, der eine weiterhin wachsende Absatzentwicklung verzeichnete. Im derzeitigen Inflationsumfeld kam es auf einigen Kernmärkten jedoch zu einem Wechsel zu günstigeren Lebensmitteln und damit einhergehend einer geringeren Nachfrage nach hochwertigen funktionalen Zutaten.

Der Tiefkühlpizza-Markt in Deutschland wuchs leicht, wobei die Handelsmarken unterdurchschnittlich zulegten. In Frankreich stagnierte der Absatz von Tiefkühlpizzen; die Handelsmarken konnten ihren Marktanteil jedoch deutlich steigern. Der Absatzmarkt für Tiefkühlpizzen in Großbritannien und den USA entwickelte sich dagegen rückläufig. In Großbritannien konnten die Handelsmarken ihren Marktanteil leicht erhöhen, in den USA blieb er nahezu stabil. Der britische Kühlpizza-Markt konnte leicht hinzugewinnen. Die Handelsmarken bauten dabei ihre Dominanz durch ein leichtes Wachstum weiter aus.

### Rohstoffmärkte

Im Segment Spezialitäten werden verschiedene landwirtschaftliche Rohstoffe verarbeitet, um qualitativ hochwertige Produkte für die Lebensmittel-, Futtermittel- und technische Industrie herzustellen.

Die Ernte und Verarbeitung der Zichorienwurzeln in Chile und Belgien erfolgte unter teilweise schwierigen Bedingungen. Insbesondere in Belgien erschwerten lang anhaltende Regenfälle die Ernte und Verarbeitung. Die Erträge lagen über denen des Vorjahres. Bei Reis führte das weiterhin gültige Exportverbot aus Indien zu Herausforderungen bei der Beschaffung. Insgesamt war die Verfügbarkeit jedoch ausreichend. Nach einer zwischenzeitlichen Normalisierung der Frachtraten aus Südostasien stiegen diese aufgrund der Situation im Roten Meer gegen Ende des Geschäftsjahres wieder deutlich an. Die Kosten für Zucker, den Rohstoff für funktionale Kohlenhydrate, lagen der allgemeinen Marktentwicklung folgend deutlich über dem Vorjahresniveau.

Wesentliche Zutaten für die Herstellung von Tiefkühlpizzen sind Mozzarella, Salami und Mehl. Die Preise für Molkereiprodukte wie Butter und Käse erhöhten sich deutlich. Schweinefleisch verbilligte sich im Jahresverlauf und auch der Weizenpreis verzeichnete einen signifikanten Rückgang. Das Mehl verbilligte sich jedoch nicht im gleichen Maß, da hier die Arbeits- und Energiekosten gegenläufig wirkten.

## Geschäftsentwicklung

### Umsatz und operatives Ergebnis

Im Segment Spezialitäten konnte der Umsatz aufgrund höherer Preise moderat auf 2.414 (2.217) Mio. € gesteigert werden.

Beim operativen Ergebnis gelang mit 196 (102) Mio. € eine deutliche Verbesserung zum vorhergehenden Geschäftsjahr. Hier konnten die Belastungen aus den insbesondere im Vorjahr angestiegenen Rohstoff-, Verpackungs-, Energie- und Personalkosten mit zeitlichem Verzug insgesamt besser durch höhere Preise am Markt kompensiert werden.

### Ergebnis aus Restrukturierung und Sondereinflüssen

Das Ergebnis aus Restrukturierung und Sondereinflüssen in Höhe von –3 (–10) Mio. € entfiel im Geschäftsjahr 2023/24 unter anderem auf die Division BENE0 und betraf die Vorlaufkosten im Rahmen des Neubaus einer Produktionsanlage zur Herstellung von Proteinkonzentrat aus Ackerbohnen am Standort Offstein. Im Vorjahr entfielen die Aufwendungen im Wesentlichen auf die Division Freiburger und standen im Zusammenhang mit der Schließung des Produktionsstandorts für Saucen und Dressings in Grundy Center/Iowa/USA, der zu dem US-amerikanischen Pizzahersteller Richelieu Foods, Inc., gehört.

### Capital Employed und Return on Capital Employed (ROCE)

Bei einem operativen Ergebnis von 196 (102) Mio. € und einem leicht gestiegenen Capital Employed von 2.013 (1.979) Mio. € verbesserte sich der ROCE deutlich auf 9,7 (5,2) %.

### Investitionen in Sachanlagen

Die Investitionen in Sachanlagen im Segment Spezialitäten von 128 (145) Mio. € betrafen in der Division BENE0 neben Ersatzinvestitionen weiterhin Maßnahmen zur Kapazitätserweiterung an fast allen Standorten. So wurde im chilenischen Pemuco die zweite Raffinationslinie fertiggestellt. Daneben wird in Energieeinsparmaßnahmen sowie die vollständige Umstellung auf nachwachsende Energieträger investiert. In Wijgmaal/Belgien wurden Wärmepumpen installiert. Am Standort Offstein wurde mit dem Bau einer neuen Anlage zur Herstellung von Proteinkonzentrat begonnen, die voraussichtlich im Februar 2025 in Betrieb gehen soll. In der Division Freiburger wurde in Projekte aus den Bereichen Automatisierung, Kapazitätserweiterung und Qualitätssteigerung investiert. In der Division PortionPack wurde der Fabrikneubau am Standort Telford/UK zur Bündelung der dortigen Produktionskapazitäten fertiggestellt.

## Investitionen in Finanzanlagen

Die Investitionen in Finanzanlagen in Höhe von 0 (60) Mio. € betrafen im Vorjahr maßgeblich den vollständigen Erwerb der Meatless Holding B.V., Goes/Niederlande, durch die Division BENE0 sowie den vollständigen Erwerb der Orange Nutritionals Group B.V., Zaandam/Niederlande, der Muttergesellschaft des niederländischen Portionsartikelherstellers Crème de la Cream Group, durch die Division PortionPack.

## Geschäftsentwicklung im Segment Spezialitäten

		2023/24	2022/23	+/- in %
<b>Umsatzerlöse</b>	Mio. €	<b>2.414</b>	<b>2.217</b>	<b>8,9</b>
<b>EBITDA</b>	Mio. €	<b>279</b>	<b>183</b>	<b>52,5</b>
EBITDA-Marge	%	11,6	8,3	
Abschreibungen	Mio. €	-83	-81	2,5
<b>Operatives Ergebnis</b>	Mio. €	<b>196</b>	<b>102</b>	<b>92,2</b>
Operative Marge	%	8,1	4,6	
Ergebnis aus Restrukturierung/Sondereinflüssen	Mio. €	-3	-10	-70,0
Ergebnis aus at Equity einbezogenen Unternehmen	Mio. €	0	0	-
<b>Ergebnis der Betriebstätigkeit</b>	Mio. €	<b>193</b>	<b>92</b>	<b>&gt; 100</b>
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	Mio. €	128	145	-11,7
Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen	Mio. €	0	60	-100,0
<b>Investitionen gesamt</b>	Mio. €	<b>128</b>	<b>205</b>	<b>-37,6</b>
Anteile an at Equity einbezogenen Unternehmen	Mio. €	0	0	-
Capital Employed	Mio. €	2.013	1.979	1,7
Return on Capital Employed	%	9,7	5,2	
Working Capital	Mio. €	536	510	5,1
<b>Mitarbeitende</b>		<b>5.422</b>	<b>5.262</b>	<b>3,0</b>

TABELLE 036

## Absatz

Eine positive Absatzentwicklung verzeichneten wir im Geschäftsjahr 2023/24 für Isomalt, einen funktionalen Zuckeraustauschstoff, und für ein kurzkettiges Fructooligosaccharid aus der Zuckerrübe, das zur Zuckerreduktion und Ballaststoffanreicherung eingesetzt wird. Der Absatz für Reiszutaten, präbiotische Ballaststoffe und Fleisch- und Fischalternativen blieb unter den Erwartungen, da die

Verbraucher in einem Inflationsumfeld zu günstigeren Lebensmitteln wechselten. Das Geschäft mit galenIQ™, einer Isomalt-Variante für den pharmazeutischen Markt, sowie mit Futtermitteln und Haustiernahrung entwickelte sich positiv.

Der Absatz an Tiefkühl- und Kühlprodukten stieg im Geschäftsjahr 2023/24 im Vergleich zum Vorjahr in Europa leicht an, da die Verbraucher aufgrund der hohen Inflation verstärkt die günstigen Handelseigenmarkenprodukte nachfragten. In Deutschland konnte der Absatz über die Backshops des Handels (Baguettes, Mini-Pizzen, Hot-dogs) deutlich ausgeweitet werden. In den USA ging der Absatz bei Pizza moderat zurück.

In einem herausfordernden Marktumfeld für Portionsartikel konnten wir unser Geschäft in den Bereichen Co-Packaging und Co-Manufacturing durch den im Vorjahr erfolgten Erwerb der Orange Nutritionals Group B.V., Zaandam/Niederlande, weiter ausbauen; das Absatzvolumen lag insgesamt leicht über dem Vorjahresniveau.