

SÜDZUCKER AG  
Überblick 2023/24





**10.289** [9.498] Mio. €  
Konzernumsatz

**1.318** [1.070] Mio. €  
Konzern-EBITDA

**947** [704] Mio. €  
Operatives Konzernergebnis

**19.204** [18.341]  
Mitarbeitende

**1.046** [927] Mio. €  
Cashflow

**547** [467] Mio. €  
Investitionen, davon

**546** [400] Mio. €  
Investitionen  
in Sachanlagen

**13,2** [9,9] %  
ROCE

**7,2** [7,1] Mrd. €  
Capital Employed

**1.795** [1.864] Mio. €  
Nettofinanzschulden

## Segment Zucker

→ S. 68

**4.162** [3.216] Mio. €  
Umsatz

**558** [230] Mio. €  
Operatives  
Ergebnis

## Segment Spezialitäten

→ S. 73

**2.414** [2.217] Mio. €  
Umsatz

**196** [102] Mio. €  
Operatives  
Ergebnis

## Segment CropEnergies

→ S. 77

**1.091** [1.390] Mio. €  
Umsatz

**60** [251] Mio. €  
Operatives  
Ergebnis

## Segment Stärke

→ S. 81

**1.056** [1.193] Mio. €  
Umsatz

**48** [70] Mio. €  
Operatives  
Ergebnis

## Segment Frucht

→ S. 84

**1.566** [1.482] Mio. €  
Umsatz

**85** [51] Mio. €  
Operatives  
Ergebnis

## Ausblick 2024/25

→ S. 89

**10,0 bis 10,5** Mrd. €  
Konzernumsatz erwartet.

**500 bis 600** Mio. €  
Operatives Konzernergebnis  
erwartet.

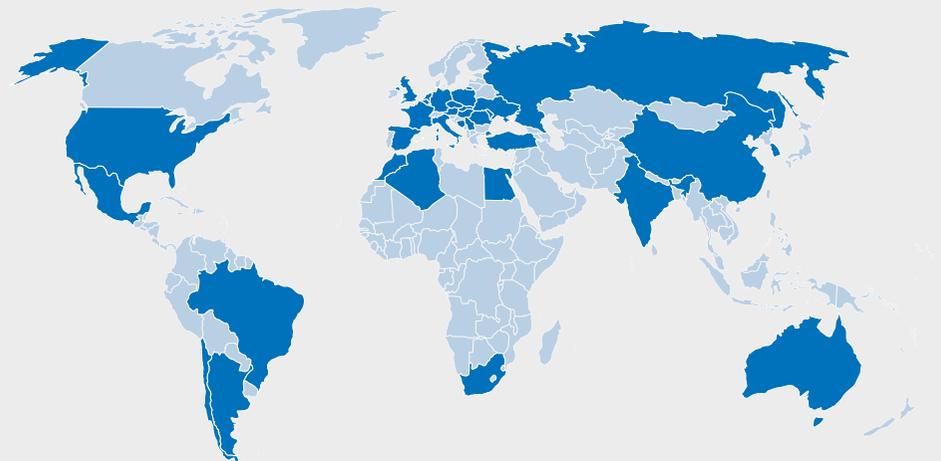
**0,9 bis 1,0** Mrd. €  
Konzern-EBITDA erwartet.

Leichter Rückgang des  
Capital Employed und  
deutlicher Rückgang  
des ROCE erwartet.



[www.suedzuckergroup.com](http://www.suedzuckergroup.com)

## Rund 100 Produktionsstandorte in 32 Ländern



## Konzernzahlen

		2023/24	2022/23	2021/22	2020/21	2019/20
<b>Umsatzerlöse und Ergebnis</b>						
Umsatzerlöse	Mio. €	10.289	9.498	7.599	6.679	6.671
EBITDA	Mio. €	1.318	1.070	692	597	478
EBITDA-Marge	%	12,8	11,3	9,1	8,9	7,2
Operatives Ergebnis	Mio. €	947	704	332	236	116
Operative Marge	%	9,2	7,4	4,4	3,5	1,7
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	Mio. €	648	529	123	-36	-55
<b>Cashflow und Investitionen</b>						
Cashflow	Mio. €	1.046	927	560	475	372
Investitionen in Sachanlagen <sup>1</sup>	Mio. €	546	400	332	285	335
Investitionen in Finanzanlagen/Akquisitionen	Mio. €	1	67	4	15	13
Investitionen insgesamt	Mio. €	547	467	336	300	348
<b>Wertentwicklung</b>						
Sachanlagen <sup>1</sup>	Mio. €	3.482	3.354	3.215	3.209	3.322
Goodwill	Mio. €	693	697	707	722	740
Working Capital	Mio. €	2.967	2.999	2.318	2.179	2.213
Capital Employed	Mio. €	7.187	7.095	6.325	6.222	6.388
Return on Capital Employed	%	13,2	9,9	5,3	3,8	1,8
<b>Kapitalstruktur</b>						
Bilanzsumme	Mio. €	10.278	9.698	8.441	7.973	8.387
Eigenkapital	Mio. €	4.273	4.199	3.699	3.536	3.644
Nettofinanzschulden	Mio. €	1.795	1.864	1.466	1.511	1.570
Verhältnis Nettofinanzschulden zu Cashflow		1,7	2,0	2,6	3,2	4,2
Eigenkapitalquote	%	41,6	43,3	43,8	44,3	43,4
<b>Aktie</b>						
Marktkapitalisierung	Mio. €	2.670	3.278	2.493	2.661	2.873
Schlusskurs per 28./29. Februar	€	13,08	16,06	12,21	13,03	14,07
Ergebnis je Aktie	€	2,72	1,93	0,32	-0,52	-0,60
Cashflow je Aktie	€	5,12	4,54	2,74	2,33	1,82
Dividende je Aktie <sup>2</sup>	€	0,90	0,70	0,40	0,20	0,20
<b>Mitarbeitende</b>		<b>19.204</b>	<b>18.341</b>	<b>18.019</b>	<b>17.876</b>	<b>19.188</b>

<sup>1</sup> Einschließlich immaterieller Vermögenswerte.

<sup>2</sup> 2023/24: Vorschlag.

TABELLE 001

## Umsatzerlöse nach Segmenten

Mio. €	2023/24	2022/23	+/- in %
Zucker	4.162	3.216	29,4
Spezialitäten	2.414	2.217	8,9
CropEnergies	1.091	1.390	-21,5
Stärke	1.056	1.193	-11,5
Frucht	1.566	1.482	5,7
<b>Konzern</b>	<b>10.289</b>	<b>9.498</b>	<b>8,3</b>

TABELLE 002

## Operatives Ergebnis nach Segmenten

Mio. €	2023/24	2022/23	+/- in %
Zucker	558	230	> 100
Spezialitäten	196	102	92,2
CropEnergies	60	251	-76,1
Stärke	48	70	-31,4
Frucht	85	51	66,7
<b>Konzern</b>	<b>947</b>	<b>704</b>	<b>34,5</b>

TABELLE 003

## VORSTAND<sup>1</sup>



### Dr. Niels Pörksen

Limburgerhof  
Vorsitzender / Chief Executive Officer (CEO)  
Arbeitsdirektor

#### Ressorts

- Strategie & Transformation
- Personal
- Kommunikation
- Datenschutz
- Rohstoff & Landwirtschaft
- Revision & Compliance
- Zucker (Südzucker)
- Spezialitäten (BENE0)

Erstbestellung: 1. März 2020

Bestellt bis: 29. Februar 2028

Jahrgang 1963. Studium der Agrarwissenschaften an der Universität Kiel; Promotion 1991. 1992 bis 2009 in verschiedenen leitenden Funktionen bei der BASF SE. 2009 bis 2013 Mitglied des Vorstands (CAO) der Nordzucker AG. 2014 bis 2020 bei der Nufarm AG, unter anderem als Leitung Commercial Operations und Group Executive.



### Stephan Büttner

Wien / Österreich  
COO / Chief Executive Officer der AGRANA  
Beteiligungs-AG (CEO AGRANA)

#### Ressorts

- Frucht
- Stärke
- Zucker (AGRANA)

Erstbestellung: 4. Dezember 2023

Bestellt bis: 3. Dezember 2026

Jahrgang 1973. Nach dem Studium der Handelswissenschaften an der Wirtschaftsuniversität Wien unter anderem in der Wirtschaftsprüfung tätig. 2001 Wechsel zur Raiffeisen Ware Austria AG und ab 2004 CEO bei deren Tochtergesellschaft Ybbstaler Fruit Austria GmbH. Seit 2012 für die AGRANA-Gruppe tätig. Bestellung in den Vorstand der AGRANA Beteiligungs-AG am 1. November 2014, seit 1. Januar 2015 CFO, seit 1. Januar 2024 CEO.



### Hans-Peter Gai

Weinheim  
Chief Operating Officer (COO)

#### Ressorts

- Technical & Operations Excellence
- Forschung, Entwicklung & Innovation
- Digitalisierung & IT
- Nachhaltigkeit, Umwelt & Arbeitssicherheit
- Qualitätsmanagement
- Corporate Development
- Spezialitäten (Freiberger, PortionPack)
- CropEnergies

Erstbestellung: 1. November 2022

Bestellt bis: 31. Oktober 2025

Jahrgang 1966. Studium Maschinenbau mit Schwerpunkt Produktionstechnik an der Universität Karlsruhe (TH). Mehr als 25-jährige Berufserfahrung in den Bereichen Lebensmittelproduktion, Supply Chain, Technologie- und Produktentwicklung sowie Transformation im Rahmen seiner Tätigkeit bei Firmen wie Unilever, Theo Müller und Danone.



### Thomas Kölbl

Speyer  
Chief Financial Officer (CFO)

#### Ressorts

- Controlling
- Finanzen
- Investor Relations
- Recht
- Einkauf
- Liegenschaften/Versicherungen
- Steuern

Erstbestellung: 1. Juni 2004

Bestellt bis: 31. Mai 2024

Jahrgang 1962. Berufsausbildung zum Industriekaufmann, anschließend Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Mannheim mit Abschluss Diplom-Kaufmann. Beginn der Südzucker-Laufbahn im Jahr 1990. Vor der Bestellung zum Vorstand im Jahr 2004 als Direktor für die Zentralabteilung strategische Unternehmensplanung, Konzernentwicklung und Beteiligungen zuständig.



### Dr. Stephan Meeder

Mannheim  
Chief Financial Officer  
(CFO; ab 1. Juni 2024)

#### Ressorts (ab 1. Juni 2024)

- Controlling
- Finanzen
- Investor Relations
- Recht
- Einkauf
- Liegenschaften/Versicherungen
- Steuern

Erstbestellung: 19. Dezember 2023

Bestellt bis: 18. Dezember 2026

Jahrgang 1970. Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Mannheim und der ESSEC, Cergy-Pontoise, Frankreich. Nach Promotion 1999 und Stationen unter anderem bei KPMG und der Robert Bosch GmbH folgt 2006 der Eintritt in die Südzucker AG im Bereich Corporate Finance. 2007 bis 2015 Finanzvorstand bei Saint Louis Sucre. Ab April 2015 CFO, ab Juli 2020 bis Ende Februar 2024 außerdem CEO der CropEnergies AG. Mitglied im Vorstand der AGRANA Beteiligungs-AG seit 1. März 2024.

<sup>1</sup> Eine Aufstellung mit den Mandaten befindet sich auf Seite 185.

MANNHEIM, 26. APRIL 2024

Sehr geehrte Aktionärin, sehr geehrter Aktionär,

das Geschäftsjahr 2023/24 ist für die Südzucker-Gruppe außerordentlich erfolgreich verlaufen und wir können stolz sein auf das Erreichte. Diesen Satz stellen wir bewusst an den Anfang und so klar heraus, weil ein derartiger Geschäftsverlauf in einer Zeit der Multikrisen alles andere als selbstverständlich ist. Die Auswirkungen des Ukraine-Kriegs und weiterer geopolitischer Konflikte nehmen ebenso Einfluss auf unser Geschäft wie die anhaltend herausfordernde Rohstoffversorgungslage, die weiterhin hohen Schwankungen bei Energiepreisen, die Inflation oder die sich in Zentraleuropa abkühlende Konjunktur – um nur ein paar der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu nennen, innerhalb derer wir uns bewegen. Umso erfreulicher ist es deshalb, zu sehen, dass sich unser bisheriger Kurs bestätigt und sich unsere konzentrierte und fokussierte Arbeit auszahlt hat. Doch das ist keine Selbstverständlichkeit: Wir sind gefordert, uns als Südzucker-Gruppe unablässig weiterzuentwickeln, um auch in Zukunft erfolgreich zu bleiben. Denn schon heute ist es klar, dass wir uns auch zukünftig verschiedensten Herausforderungen stellen müssen.

In Zahlen ausgedrückt schließen wir das Geschäftsjahr 2023/24 mit einem Umsatz von 10,3 Mrd. € und einem operativen Ergebnis von 947 Mio. € ab. Diese positive Geschäftsentwicklung hat uns die Möglichkeit gegeben, den Verschuldungsgrad des Unternehmens nochmals zu senken und uns weiter strategisch und zukunftsfähig aufzustellen. Zudem konnten wir mit dem erfolgreichen Delisting unserer Tochtergesellschaft CropEnergies unsere Konzern- und Kapitalstruktur wesentlich vereinfachen und damit einer zentralen Forderung unserer Stakeholder nachkommen.

### Außerordentliches Jahr für das Segment Zucker

Lassen Sie uns auf die Entwicklung der einzelnen Segmente blicken. Maßgeblich zum Gesamterfolg beigetragen hat 2023/24 das Segment Zucker. Nach einigen schwächeren Jahren haben wir die sich uns bietenden Marktchancen bestens genutzt und somit ein hervorragendes Ergebnis erzielt. Gleichzeitig war die Rübenkampagne extrem herausfordernd – nicht nur wegen der Witterungsbedingungen,

sondern auch wegen der überraschend neu aufgetretenen Rübenkrankheit Stolbur. Diese hat uns und unsere Landwirte vom Acker bis in die Fabrik vor unerwartete Herausforderungen gestellt. Zum Geschäftsjahresende schlägt sich dies, insbesondere in Kombination mit hohen Rohstoffpreisen und schwierigen Bedingungen in der Logistik, dann auch in deutlich gestiegenen Produktionskosten nieder, die seit dem vierten Geschäftsjahresquartal merklich auf das Ergebnis drücken.

Die Entwicklung im Segment Spezialitäten lief insgesamt gut, wobei hier die Freiburger-Gruppe hervorzuheben ist, die nach zwei schwächeren Jahren Umsatz und Ergebnis deutlich steigern konnte. Der Absatz von Tiefkühlpizza ist und bleibt hier das Zugpferd; erfreulich ist zudem, dass auch die US-Tochter Richelieu durch die eingeleiteten Maßnahmen eine bessere Entwicklung zeigte. Hinter CropEnergies liegt, nicht nur wegen des Delistings, ein spannendes Jahr, das geprägt war von sinkenden Ethanolpreisen und Volatilitäten etwa auf den Rohstoffmärkten sowie einer strategischen Neujustierung des Unternehmens. Unsere

Tochterfirma AGRANA steuert maßgeblich die beiden Segmente Stärke und Frucht. Während Stärke ein schwieriges Geschäftsjahr erlebte, verlief die Entwicklung im Segment Frucht insgesamt gut, insbesondere was die Division Fruchtzubereitungen betrifft.

### Veränderte politische Rahmenbedingungen

Wenn wir hier unseren Blick weiten und das Umfeld betrachten, in dem sich die Südzucker-Gruppe bewegt, sehen wir auch diverse politische und gesellschaftliche Entwicklungen, die uns bereits jetzt und in absehbarer Zukunft weiter beschäftigen werden. Das sind etwa Diskussionen um Ernährungsstrategien, Werbeverbote, Zuckersteuern, hochverarbeitete Lebensmittel oder Reformulierungen ebenso wie solche um Pflanzenschutzmittel, Gentechnik, landwirtschaftliche Flächenstilllegungen oder den Weg zur Klimaneutralität, um nur ein paar Stichwörter zu nennen. Als Unternehmensgruppe müssen wir mit diesen Themen umgehen, unsere Positionen im politischen Raum vertreten und in der Lage sein, auf Entscheidungen angemessen zu reagieren. Dabei liegt es auch in unserer Verantwortung, auf mögliche negative Folgen hinzuweisen. Ein

Punkt sind etwa die zollfreien Importe von Waren in die EU – darunter auch Zucker – aus Staaten, die günstiger produzieren können, weil sie über geringere Auflagen für die Herstellung verfügen. Die potenziellen Folgen dieser nicht geringen Zuckerimportmengen auf den europäischen Markt sowie die Zuckerproduzenten sind gewaltig. Ein weiteres Thema sind die Bauernproteste. Der seit Jahren schwelende Unmut der Landwirte über Bürokratie und rigide politische Vorgaben in Verbindung mit mangelnder gesellschaftlicher Anerkennung hat sich mittlerweile zu einer europäischen Diskussion auch in anderen Branchen ausgeweitet. Wenn Landwirtschaft immer aufwendiger und damit teurer wird, steigen erst die Produktionskosten und in der Folge die Lebensmittelpreise. Die Lösung dafür kann aber nicht sein, dann nach vermeintlich billigen Importen aus Drittstaaten zu rufen, in denen Lebensmittel unter weniger anspruchsvollen Bedingungen für Mensch und Umwelt produziert und teils über weite Distanzen in die EU transportiert werden müssen – was wiederum zulasten der heimischen Landwirtschaft, der Ernährungsindustrie und auch der Versorgungssicherheit der heimischen Bevölkerung geht. Nachhaltigkeit – ökologische wie ökonomische – darf nicht nur für in der EU erzeugte Produkte gelten.

### Ausblick 2024/25: Strukturen vereinfachen, Investitionen prüfen

Doch nun wieder zurück zur Südzucker-Gruppe: Wie fällt also unser Fazit zum Geschäftsjahr 2023/24 aus und was erwarten wir für 2024/25? Wir sind im vergangenen Jahr den Weg, den wir uns mit unserer Strategie 2026 PLUS erarbeitet haben, konsequent weitergegangen; dies gilt für die Verbesserung der etablierten Geschäftsfelder ebenso wie etwa für Investitionen in unsere Proteinaktivitäten oder in Ethanol-Alternativchemie. Hier sehen wir nach wie vor großes Potenzial für neue, innovative Geschäftsfelder.

Der wichtigste Stützfeiler für die Weiterentwicklung als Gruppe ist unser traditionelles Bestandsgeschäft. Dieses gilt es weiterhin effizient und wettbewerbsfähig aufzustellen – in einem Umfeld, das von vielen Unsicherheiten und von uns kaum beeinflussbaren Rahmenbedingungen (auf den Märkten, in der Politik und in der Gesellschaft) geprägt ist. Wir sind zuversichtlich, dass uns auch im Geschäftsjahr 2024/25 ein gutes Jahr gelingen kann – auch wenn sich bestimmte Vorzeichen zuletzt eingetrübt haben und wir in Summe wohl mit rückläufigen Ergebnissen rechnen müssen. Dies betrifft insbesondere unser Zuckergeschäft: Hier sind wir nicht

nur mit volatilen Zuckerpreisen und steigenden Produktionskosten konfrontiert, sondern müssen auch unsere Maßnahmen gegen die von Zikaden übertragenen Rübenkrankheiten SBR (Syndrome Basses Richesses) und Stolbur intensivieren, um unseren wichtigsten Rohstoff zu schützen und qualitativ hochwertige Rübenernten zu sichern. Insgesamt wird sich allerdings ein signifikanter Rückgang des Konzernergebnisses nicht vermeiden lassen.

2024/25 wird für die Südzucker-Gruppe auch ein Geschäftsjahr sein, in dem wir weiter in die Umsetzungsphase unserer definierten Strategie 2026 PLUS gehen. Wo können wir noch effizienter werden, Prozesse optimieren, Strukturen vereinfachen, fokussierter zusammenarbeiten und uns als Gruppe noch mehr vernetzen? An welchen Stellschrauben können wir drehen, um noch wettbewerbsfähiger zu werden und unsere Kunden von uns und unseren pflanzenbasierten Lösungen noch besser zu überzeugen? Und – auf der anderen Seite – wie können wir potenzielle Mitarbeitende von uns als Arbeitgeber überzeugen? Hier sehen wir für die Zukunft vielversprechende Ansatzpunkte und sind davon überzeugt, die richtigen Maßnahmen eingeleitet zu haben.

### Dividendenvorschlag nochmals angehoben

Eine Entscheidung, die Vorstand und Aufsichtsrat bereits gefällt haben, betrifft die diesjährige Dividende: Mit Blick auf das hervorragende Ergebnis des Geschäftsjahres 2023/24 schlagen wir der Hauptversammlung eine Anhebung der Dividende auf 0,90 (0,70) €/Aktie vor. Wir orientieren uns damit auch in diesem Jahr an unserer langfristigen Dividendenpolitik, die zum Ziel hat, unsere Aktionärinnen und Aktionäre angemessen am Unternehmenserfolg teilhaben zu lassen.

Dieser Erfolg wäre ohne unsere engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht möglich gewesen, die alle Herausforderungen, vor die uns das Geschäftsjahr gestellt hat, angenommen und tatkräftig, kompetent und entschlossen gemeistert haben. Ihnen allen gilt unser herzlicher Dank. Ebenso danken wir unseren Aktionärinnen und Aktionären für das Vertrauen, das sie uns und unserer Südzucker-Gruppe entgegenbringen.

Wir wünschen Ihnen alles Gute, viel Erfolg und vor allem Gesundheit.

Mit freundlichen Grüßen

Südzucker AG  
Vorstand

DR. NIELS PÖRKSEN  
(VORSITZENDER)

STEPHAN BÜTTNER

HANS-PETER GAI

THOMAS KÖLBL

DR. STEPHAN MEEDER

## AUFSICHTSRAT<sup>1</sup>

### Dr. Stefan Streng

Vorsitzender

Uffenheim

Vorstandsvorsitzender des  
Verbands Süddeutscher Zuckerrübenanbauer e. V.

### Rolf Wiederhold<sup>2</sup>

1. stv. Vorsitzender

Wabern

Gesamtbetriebsratsvorsitzender  
Südzucker AG

### Erwin Hameseder

2. stv. Vorsitzender

Mühldorf / Österreich

Obmann der Raiffeisen-Holding  
Niederösterreich-Wien reg. Gen.m.b.H.

### Fred Adjan<sup>2</sup>

Hamburg

Stv. Vorsitzender  
Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten

### Helmut Friedl

Egling a. d. Paar

Vorstandsvorsitzender des Verbands  
bayerischer Zuckerrübenanbauer e. V.

### Ulrich Gruber<sup>2</sup>

Plattling

Stv. Gesamtbetriebsratsvorsitzender  
Südzucker AG

### Georg Koch

Wabern

Vorstandsvorsitzender des Verbands  
der Zuckerrübenanbauer Kassel e. V.

### Susanne Kunschert

Stuttgart

Geschäftsführende Gesellschafterin der  
Pilz GmbH & Co. KG

### Ulrike Maiweg<sup>2</sup>

Bellheim

Mitglied des Betriebsrats  
Hauptverwaltung Mannheim  
Südzucker AG

### Walter Manz

Dexheim

Vorstandsvorsitzender des Verbands der  
Hessisch-Pfälzischen Zuckerrübenanbauer e. V.

### Julia Merkel

Wiesbaden

Mitglied des Vorstands der  
R+V Versicherung AG

### Sabine Möller<sup>2</sup>

Hamburg

Referatsleiterin  
Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten

### Dr. Stefan Mondel (ab 1. Mai 2024)<sup>2</sup>

Rödelsee

Technischer Direktor  
Südzucker AG

### Angela Nguyen<sup>2</sup>

Biederitz

Betriebsratsvorsitzende  
Freiberger Osterweddingen GmbH

### Mustafa Öz<sup>2</sup>

Altdorf

Landesbezirksvorsitzender Bayern  
Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten

### Joachim Rukwied

Eberstadt

Präsident des  
Deutschen Bauernverbandes e. V.

### Bernd Frank Sachse<sup>2</sup>

Zeitz

Betriebsratsvorsitzender Werk Zeitz  
Südzucker AG

### Clemens Schaaf

Landsberg (Saalekreis)

Vorstandsvorsitzender des Verbands  
Sächsisch-Thüringischer Zuckerrübenanbauer e. V.

### Nadine Seidemann<sup>2</sup>

Donauwörth

Stv. Betriebsratsvorsitzende Werk Rain  
Südzucker AG

### Dr. Claudia Süßenbacher

Gablitz / Österreich

Geschäftsleiterin der Raiffeisen-Holding  
Niederösterreich-Wien reg. Gen.m.b.H.

### Wolfgang Vogl (bis 30. April 2024)<sup>2</sup>

Bernried

Regionalleiter Süd  
Werke Offenau, Plattling und Rain  
Südzucker AG

<sup>1</sup> Eine Aufstellung mit den Mandaten findet sich ab Seite 183.

<sup>2</sup> Arbeitnehmervertreter.



## Segment Zucker

### Auf einen Blick

**4.162** Mio. €  
Umsatz

**558** Mio. €  
Operatives Ergebnis

**3.347** Mio. €  
Capital Employed

**16,7** %  
ROCE

#### Strategie

Während die weltweite Nachfrage nach Zucker wächst, ist in den Märkten Westeuropas dieser Trend beim Zuckerverzehr generell nicht zu beobachten. Gleichzeitig steigt die Nachfrage nach Spezialzuckern, Produkten regionaler Herkunft und Clean Label. In der EU ist der Wettbewerbsdruck nach wie vor hoch. Die strategischen Ziele sind daher:

- Fokussierung auf den EU-Zuckermarkt und Nutzung der sich bietenden Wachstumschancen
- Angebot eines Produktportfolios von Zucker und zuckerreduzierten Produkten, ergänzt durch Stärkesüßstoffe
- Angebot von nachhaltigen Non-Food-Anwendungen, basierend auf Produkten und Nebenprodukten aus der Zuckerrübe



**Produktion und Vertrieb**

23 Zuckerfabriken: Deutschland (7), Belgien (2), Frankreich (2), Polen (4), Moldau (1), Österreich (2), Rumänien (1), Slowakei (1), Tschechien (2), Ungarn (1)  
1 Weizenstärkeanlage (Deutschland)  
2 Raffinerien (Bosnien-Herzegowina, Rumänien)  
4 Vertriebsstandorte (Griechenland, Italien, Spanien, UK)



**Rohstoffe**

Zuckerrüben, Rohrrohrzucker, Weizen



**Produkte**

Zucker, Zuckerspezialitäten, Glukosesirupe, Futtermittel



**Märkte**

Europa (europäischer Marktführer) und Weltmarkt



**Kunden**

Lebensmittelindustrie, Handel, Landwirtschaft



**Marken**

Südzucker, Cukier Królewski, Saint Louis, Tiense Suiker, Wiener Zucker



## 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 BENEО 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



## Segment CropEnergies

### Auf einen Blick

**1.091** Mio. €  
Umsatz

**60** Mio. €  
Operatives Ergebnis

**540** Mio. €  
Capital Employed

**11,1** %  
ROCE

#### Strategie

Kraftstoffe mit höherer Ethanolbeimischung (E10 bis E85) können dazu beitragen, die THG-Emissionen zu reduzieren; ihre Verwendung bietet ein hohes Umsatzpotenzial für CropEnergies. Gleichzeitig ergeben sich Wachstumschancen durch die Verbreiterung der Rohstoffbasis um Rest- und Abfallstoffe und die steigende Nachfrage nach eiweißhaltigen Lebens- und Futtermitteln sowie die Nutzung von biogenem CO<sub>2</sub>. Aus der wachsenden Nachfrage nach nachhaltigen biobasierten Chemikalien können sich neue Geschäftsfelder für CropEnergies ergeben.

- Aktivitäten in den Bereichen Ethanol, Neutralalkohol und eiweißhaltige Lebens- und Futtermittel ausbauen, neue Geschäftsfelder wie beispielsweise biobasierte Chemikalien unter Nutzung der F&E-Kompetenz der Gruppe erschließen
- Gemeinsam mit Kunden und Partnern neue Kooperationsfelder erarbeiten
- Im Geschäftsschwerpunkt Europa regionale Rohstoffe und Lieferketten nutzen



#### Produktion

Deutschland (1), Belgien (1),  
Frankreich (1), UK (1)



#### Rohstoffe

Getreide, Zuckersirupe, Rohalkohol, Reststoffe



#### Produkte

Kraftstoffethanol, Neutralalkohol, proteinreiche  
Lebens- und Futtermittel, flüssiges CO<sub>2</sub>



#### Märkte

Europa



#### Kunden

Mineralölhersteller und -händler, Lebens- und  
Futtermittelhersteller, Getränke- und Kosmetikerhersteller,  
industrielle und pharmazeutische Unternehmen



## Segment Stärke

Auf einen Blick

**1.056** Mio. €  
Umsatz

**48** Mio. €  
Operatives Ergebnis

**505** Mio. €  
Capital Employed

**9,5** %  
ROCE

### Strategie

Die Stärkeaktivitäten profitieren langfristig von Marktentwicklungen im Food- und Non-Food-Bereich. Insgesamt wird erwartet, dass die Nachfrage nach stärkebasierten Produkten sowie generell nach pflanzeneiweißhaltigen Lebensmitteln und Bioprodukten, insbesondere in den Bereichen Tiernahrung, Papier, Textilien, Bauchemie, Pharmazie und Kosmetik, nachhaltig steigt.

- Marktposition in Europa ausbauen, außerhalb selektiv wachsen
- Spezialisierungsstrategie für das Produktportfolio weiterentwickeln und ausbauen
- Innovative Produkte entwickeln und die Anwendungsberatung intensivieren



<b>Produktion</b>	Österreich (3), Rumänien (1), Ungarn (1, Joint Venture)
<b>Rohstoffe</b>	Kartoffeln, Mais, Weizen
<b>Produkte</b>	Native und modifizierte Stärken, Verzuckerungsprodukte, Ethanol, Nebenprodukte (Futter- und Düngemittel)
<b>Märkte</b>	Zentral- und Osteuropa (Schwerpunkte Österreich, Deutschland), Spezialmärkte wie z. B. USA, VAE
<b>Kunden</b>	Industrie für Nahrungsmittel, Papier, Textilien, Bauchemie, Pharmazie, Kosmetik, Mineralöl, Tiernahrung/Futtermittel
<b>C</b> <b>Marken</b>	ActiProt, BioAgenasol, AGENABEE



## Segment Frucht

### Auf einen Blick

**1.566** Mio. €  
Umsatz

**85** Mio. €  
Operatives Ergebnis

**782** Mio. €  
Capital Employed

**10,9** %  
ROCE

### Strategie

#### Fruchtzubereitungen

Eine mögliche steigende globale Nachfrage nach hochwertigen Nahrungsmitteln und die Trends zu Convenience-Food, Natürlichkeit, Nachhaltigkeit und Gesundheit könnten zukünftige weitere Möglichkeiten für AGRANA Fruit entstehen lassen. Während der Markt für Fruchtojoghurt in Europa und Nordamerika nach wie vor stagniert, ergeben sich neue Wachstumsperspektiven in Branchen wie Food Service und Eiscreme. Hinzu kommen regionale Wachstumschancen, insbesondere im Nahen Osten und Nordafrika.

- Produktkategorien weiterentwickeln, Diversifikation und Vermarktung innovativer Produktlösungen auf pflanzlicher Basis stärken
- Bereiche Außer-Haus-Verzehr und Eiscreme gezielt ausbauen
- Weltweite Präsenz durch Eintritt in wirtschaftlich attraktive Märkte ausbauen

#### Fruchtsaftkonzentrate

In der EU und weltweit zeichnen sich für diesen Bereich Wachstumsimpulse ab für eine steigende Nachfrage nach natürlichen – im Gegensatz zu synthetisch hergestellten – Zutaten. In den sich entwickelnden Märkten ist eine Zunahme des Saftkonsums zu erwarten. In Europa wirken sich Konsumtrends wie der Rückgang des Fruchtsaftanteils und die steigende Nachfrage nach direkt gepressten Säften dämpfend aus.

- Produktportfolio erweitern
- Lokale und regionale Kundenbasis festigen





## Segment Frucht

### Auf einen Blick

	Fruchtzubereitungen	Fruchtsaftkonzentrate
<b>Produktion</b>	Österreich (1), Deutschland (1), Frankreich (2), Polen (1), Russland (1), Türkei (1), Ukraine (2), Ägypten (1), Algerien (1), Argentinien (1), Australien (1), Brasilien (1), China (2), Indien (1), Japan (1), Marokko (1), Mexiko (1), Südafrika (1), Südkorea (1), USA (4)	Österreich (1), Deutschland (1), Polen (5), Rumänien (1), Ukraine (1), Ungarn (4), China (1)
<b>Rohstoffe</b>	Hauptrohstoff: Erdbeere	Hauptrohstoff: Apfel
<b>Produkte</b>	Fruchtzubereitungen	Fruchtsaftkonzentrate, Direktsäfte, Fruchtweine, natürliche Aromen und Getränkegrundstoffe
<b>Absatzmärkte</b>	Weltweit	Schwerpunkt Europa
<b>Kunden</b>	Molkereien, Speiseeishersteller, Backwarenindustrie, Food Services	Getränkeindustrie