



Beste Milch Ideen

PRESSEMELDUNG

Geschäftsjahr 2019:

BMI eG mit deutlichem Umsatzwachstum

Umsatzsteigerung von 9,2 % auf 653 Mio. Euro | Hohe Investitionstätigkeit | Neue Hartkäserei in Jessen in Betrieb genommen | Tierwohl: BMI als Vorreiter bei Tierschutz **-Milch | Milchmengenplanung erfolgreich etabliert | Ausblick 2020: Programm zur Performancesteigerung greift

Landshut, 22. Juni 2020. Mit einem Umsatzanstieg auf 653 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2019 ist es der BMI eG gelungen, ihren Wachstumskurs der vergangenen Jahre fortzuführen: Nach einer geringfügigen Umsatzdelle 2018 konnte die Genossenschaft im zurückliegenden Geschäftsjahr ihre Verkaufserlöse um 55 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr (598 Mio. Euro) steigern; das entspricht einem Plus von 9,2 %. Dr. Thomas Obersojer, Vorstandsvorsitzender der BMI: „Wir konnten in allen unseren drei Sparten – Ingredients, Frischprodukte und Käse – wichtige Impulse im Markt setzen und unsere hohe Biokompetenz nutzen.“ Dabei setzt die Molkereigenossenschaft auf Fokusthemen wie Mehrwegglas, Regionalität sowie Produkte für spezielle ethnische Zielgruppen, die allesamt zu der positiven Entwicklung auch bei Absatz (plus 4,9 %) und Produktion (plus 4,5 %) beitrugen.

Bio-Laktose und -Molkenderivate als wichtige Wachstumstreiber

Wichtigster Wachstumstreiber war im abgelaufenen Geschäftsjahr die Sparte Ingredients mit einem Plus von 24,7 %, im Wesentlichen getrieben durch den Verkauf von Bio-Laktose und -Molkenderivaten vor allem an Hersteller von Babyernährung sowie einem florierenden Auslandsgeschäft. So liegt die Exportquote dieser Sparte mittlerweile bei beachtlichen 67,2 %. Einen Dämpfer erhielt das Geschäft mit Molkenpulver im zweiten Halbjahr bedingt durch den Nachfrage-Einbruch aus China aufgrund der dort grassierenden Afrikanischen Schweinepest (ASP).

Gute Verkaufszahlen vor allem bei Mozzarella im LEH und Discount sorgten in der Geschäftseinheit Käse für einen Ab- und Umsatzanstieg von 8,6 % bzw. 8,4 %. Die hohen Erwartungen u. a. an Cheddar indes erfüllten sich noch nicht:



Beste Milch Ideen

Hier drückten die Unsicherheiten im Zuge des Brexits massiv auf den europäischen Cheddarpreis.

Erfolge mit Mehrwegglas

Mit einem Absatzplus von 3 % entwickelte sich der Frischebereich zufriedenstellend; Wachstum wurde u. a. durch gute Verkaufszahlen bei Bio-Produkten für Handelsmarken und Quark erzielt sowie durch die Sortimentserweiterung bei der Regionalmarke Frankenland um einige Bio-Artikel. Aufgrund der Preisrückgänge vor allem bei Butter, Sahne und Magerquark lag der Umsatz in dieser Sparte unter dem Strich um 2,7 % unter dem des Vorjahres.

Mit einem Volumen von 37,4 Mio. Euro bewegte sich die Investitionstätigkeit im abgelaufenen Geschäftsjahr immer noch auf einem recht hohen Niveau. Dabei erwiesen sich die Fertigstellung der neuen Hartkäserei in Jessen (Sachsen-Anhalt) sowie weitere Baumaßnahmen am Standort als große Herausforderungen. Unter anderem die verzögerte Inbetriebnahme der Hartkäserei und des Hochregallagers hatten für beträchtliche Mehrkosten gesorgt, die das 2019er Ergebnis belasteten. Trotzdem verblieb ein kleiner Jahresüberschuss in Höhe von 0,2 Mio. Euro.

2019 lieferten zehn Mitglieder ihre Milch an die BMI; insgesamt erfasste die Genossenschaft von eigenen Liefergruppierungen 793 Mio. kg Rohmilch. Inklusive Zukauf wurden 895,8 Mio. kg Rohmilch und 2,1 Mrd. kg Molkenrohstoffe in den BMI-Werken angenommen. Während damit die Eigenanlieferung an Rohmilch nur geringfügig um 0,7 % stieg, lieferten die Sekundärrohstoffpartner 2 % mehr Molke. Auch der externe Zukauf erhöhte sich, nicht zuletzt durch den gestiegenen Milchbedarf von Jessen, so dass die Werke in Summe 2,6 % mehr Rohstoff verarbeiten konnten. Am stärksten stieg das Biomilch-Aufkommen mit über 20,1 %.

Im Geschäftsjahr 2019 zahlte die BMI für Standardmilch (4,2 % Fett, 3,4 % Eiweiß) im Durchschnitt über alle Milchsorten 34,87 Euro je 100 kg; bei Bioqualität wurde im Durchschnitt 47,92 Euro je 100 kg erzielt. Damit lagen die Auszahlungspreise nur knapp unter dem Branchendurchschnitt, allerdings um zwei Cent unter dem von Nordbayern. Obersojer: „Die BMI hat im langjährigen Vergleich eine wettbewerbsfähige Auszahlungsleistung geboten. Uns ist bewusst, dass die momentane Situation die Wirtschaftlichkeit unserer Milcherzeuger belastet. Deshalb werden wir alles daransetzen, 2020 wieder zu dem Milchpreis der Mitbewerber aufzuschließen.“



Beste Milch Ideen

Bereits im Herbst vergangenen Jahres wurde ein umfangreiches Programm zur Reorganisation und Verbesserung der Leistungsfähigkeit aufgesetzt, das erste wichtige Erfolge zeigt. Vorstand Winfried Meier: „Die BMI hat die Erfahrung und das Know-how, um die Herausforderungen auf dem Milchmarkt erfolgreich zu meistern. Jetzt gilt es, diese Stärken zu mobilisieren und mit vereinten Kräften die BMI fit zu machen – für die Zukunft der Landwirte ebenso wie für die Zukunft des Unternehmens.“ Ganz nach dem Motto der BMI: Mit frischer Energie Veränderung gestalten.

Tagesleistung der neuen Hartkäserei im Plan

Die Fertigstellung und Inbetriebnahme der neuen Hartkäserei und des Hochregallagers in Jessen sind ein wichtiger, zukunftsgerichteter Baustein innerhalb der Strategie der BMI. „Mittlerweile liegen wir am Standort auf Kurs, seit Dezember erreichen wir kontinuierlich die angestrebte Tagesleistung“, weiß Obersojer zu berichten und führt weiter aus: „Wir sind überzeugt, Jessen zu einem führenden Käsestandort nicht nur innerhalb der BMI, sondern im europäischen Markt zu machen.“ Weitere bedeutende Meilensteine des Geschäftsjahres waren die Umstellung der Milcherzeugung auf jetzt 100 % „Ohne Gentechnik“ sowie die erfolgreiche Einführung der Milchmengenplanung auf Erzeugerebene. Eine fundierte Milchmengenplanung sieht man als wichtiges Instrument an, zukünftig schneller und flexibler auf sich ändernde Markt- und Unternehmens-Situationen reagieren zu können.

Trotz Corona zuversichtlich

Als Molkerei mit einem starken Umsatz- und Exportanteil beim Außer-Haus-Konsum, also in Restaurants, Hotels oder Kantinen, wurde das Geschäft durch die Corona-Pandemie europaweit stark beeinträchtigt: So kam zwischenzeitlich ein Großteil des Absatzes mit Frischeprodukten und Käse fast völlig zum Erliegen; Preise brachen extrem ein; mehrere Werke hatten kaum noch Aufträge. Diese Situation konnte durch die deutlich gestiegene Nachfrage im Lebensmitteleinzelhandel nur bedingt kompensiert werden. „Bei Produkten wie Trinkmilch, Quark, Reibekäse und Mozzarella sind unsere Anlagen ohnehin gut ausgelastet, so dass wir Mehrabsätze nur eingeschränkt generieren konnten“, erklärte Meier. Seit Mitte Mai würden sich die beiden Geschäftsbereiche Frische und Käse zügig erholen. „Bei Ayrán & Co. lagen wir im Mai bereits wieder auf dem Niveau des hohen Vorjahresabsatzes. Bei anderen Produktgruppen wird es noch einige Zeit dauern, bis wir wieder auf 100 % kommen“, gibt sich Meier vorsichtig optimistisch.



Beste Milch Ideen

Organisatorisch ist die BMI vergleichsweise gut durch die Krise gekommen. Der Großteil der Beschäftigten in der Verwaltung ist an den gewohnten Arbeitsplatz zurückgekehrt. Hier wie in der Erfassung bei den Milcherzeugerbetrieben und in den Produktionswerken sorgen nochmals strengere Sicherheitsmaßnahmen wie die konsequente Abstandsregelung, Trennung der Schichten sowie das Rotationsprinzip in der Belegschaft für zusätzlichen Schutz der Mitarbeiter. Auch die durch den Landkreis Wittenberg zeitweise verhängte Quarantäne über den Ort Jessen hat die BMI als systemrelevantes Unternehmen souverän gemeistert: So konnte durch gezielte Sofortmaßnahmen die Produktion fortgesetzt und die Auslieferung der Waren zu jedem Zeitpunkt sicherstellt werden.

Neue Premium-Milch mit Tierschutz-Label

Auf Vertriebsseite unterstreicht das umfassende Bio-Sortiment die Erfolgsbilanz der BMI; weitere Milchsorten mit einem Plus für das Tierwohl sollen in Kürze folgen. Als eine der ersten Molkereien überhaupt wird die Genossenschaft eine Frischmilch auf den Markt bringen, die das Tierschutzlabel ** trägt und damit den sehr hohen Anforderungen des Deutschen Tierschutzbundes entspricht.

Weitere Informationen:
Engel & Zimmermann AG
Unternehmensberatung für Kommunikation
Katja Schwengler / Elisabeth Spiwoks
Telefon 089 / 89 35 63-415
E-Mail: www.bmi-eg.com/presse/