

UNSER GESCHÄFTSJAHR 2022

Volle Konzentration auf das Kerngeschäft

20

22



Beste Milch Ideen



Unser Geschäftsjahr 2022 auf einen Blick



890

Mitarbeiter



29

Mitglieder

524



Milchlieferanten

4

junge Menschen haben
im Jahr 2022 eine
Ausbildung bei uns
begonnen.

Auszubildende

17

Auszubildende
haben abgeschlossen,
davon wurden 11
übernommen.

43

Auszubildende
beschäftigt die BMI
derzeit, in neun
verschiedenen Berufen.



2022 haben wir unsere Mitarbeiter mit
über 150 Beiträgen im Intranet
über aktuelle BMI-Themen informiert

Interne Kommunikation forciert

41



Jahre
beträgt das Durchschnittsalter
unserer Mitarbeiter

Mitarbeiter



2021

Heizöl ersetzt
vorübergehend
Erdgas

2022	10,2	17,6	72,2
2021	66,8	17,1	16,1
	Erdgas	Fern- wärme	Heizöl



2022

Aufteilung Wärmeenergieträger (BMI gesamt, Angaben in %)

325

Mio. kg
2022



Absatz (BMI gesamt)

838,8

Mio. kg

Milch haben wir 2022 zu Käse, Ingredients und Frischeprodukten verarbeitet



Milchverarbeitung



Strategie final entwickelt



Nachhaltigkeitspläne dokumentiert

Nachhaltigkeit im Fokus



2.932,7

Mio. kg

Davon Milch: 838,8 Mio. kg
Davon Sekundärrohstoffe: 2.093,8 Mio. kg

angelieferte Rohstoffmenge

Anteil Bio-Rohstoff

17%



angelieferte Rohstoffmenge



Umsätze (in Mio. €.)

● 2021 ● 2022

725

Mio. €
2021



+12,8%

818

Mio. €
2022

Gesamtumsatz

Wir exportieren in

65

Länder

weltweit



Export



Japan, Thailand und Neuseeland

waren 2022 die Exportländer mit dem stärksten Wachstum*

*zweistellige Absatzsteigerungsraten

Starkes Wachstum im Exportbereich

Die Hälfte unserer Produkte geht in den Export

49,5%

2022



Exportquote

Inhalt

Vorwort.....	3
Der Milchmarkt 2022	4
Unser Geschäftsjahr 2022	6
Unsere Vorstände im Gespräch.....	8
Unsere Milcherzeuger – Torsten Maier im Gespräch.....	9
Unsere Genossenschaftsmitglieder	10
Unsere Gremien.....	11
Unsere Mitarbeiter	12
Nachhaltige Unternehmensführung.....	14
Gewinn- und Verlustrechnung	15
Bilanz	16
Schlusswort.....	18
Bundesverdienstkreuz für Karl Beck.....	19



Unser Geschäftsjahr
2022
auf einen Blick

GENDERHINWEIS *Allein aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichten wir im Geschäftsbericht der BMI auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d). Sämtliche Personenbezeichnungen gelten für alle Geschlechter.*



Liebe Mitglieder, liebe Milcherzeuger, sehr geehrte Damen und Herren,

das Jahr 2022 markiert einen wichtigen Meilenstein in der Geschichte unserer Genossenschaft. Große globale Unsicherheitsfaktoren wie die Rekordinflation, der Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine und die weltweite Energiekrise, hatten weitreichende Auswirkungen auf Gesellschaft und Wirtschaft. Folglich war das Geschäftsjahr 2022 für die BMI mindestens so herausfordernd wie die beiden vorangegangenen Jahre, die von der Corona-Pandemie geprägt waren.

Heute können wir mit Fug und Recht behaupten, dass wir diese Herausforderungen erfolgreich gemeistert haben. Wir haben die unbedingt erforderlichen Preiserhöhungen für unsere Produkte am Markt durchsetzen können. Unsere Landwirte durften sich über Rekordpreise freuen, dank derer ihre hohen Kosten für Futter, Düngemittel und Energie aufgefangen werden konnten.

Dank eines hohen Maßes an Professionalität aller Beteiligten haben wir die Trennung (Carve-out) von unserem Geschäftsbereich Frische und die Übertragung an das deutsche Unternehmen der globalen Lactalis Gruppe zum 1. September 2022 erfolgreich abgeschlossen. Die Zusammenarbeit im Rahmen unserer Service-Vereinbarungen und das Copacking am Standort Zapfendorf funktionieren sehr gut.

Mit dem Übergang des Frischegeschäfts haben vier Liefergruppierungen zu den Würzburger Milchwerken gewechselt. Wir freuen uns darüber, dass uns diese Gruppierungen überwiegend als Mitglieder erhalten bleiben und dies mit dem Status „investierende Mitglieder“ bekräftigt haben. Mit unseren Liefergruppierungen in Mitteldeutschland haben wir ein neues Vertragswerk ausgearbeitet, durch das

regelmäßige Milchpreisgespräche etabliert wurden und eine langfristige Rohstoff-Sicherung erreicht werden soll.

Wir haben im Jahr 2022 weiterhin intensiv daran gearbeitet, unser Kerngeschäft wieder stärker in den Mittelpunkt zu rücken. Dazu gehören die Arbeiten an der Optimierung unseres Standortes Winzer und die weiteren Planungsschritte für unseren Masterplan Ingredients (MPI).

Entsprechend unserer Strategie 2025 haben wir die Weiterentwicklung der BMI zu einem leistungsstarken Unternehmen entschlossen vorangetrieben.

Essenziell für die BMI ist auch unser Weg, den wir seit Jahren im Rahmen einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung beschreiten. Daher sind wir stolz auf unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht, in dem wir detailliert über unser Verständnis unternehmerischer Verantwortung berichten.

Ein herzliches Dankeschön gilt unseren Landwirten, Sekundärpartnern, unserer Mitarbeiterschaft sowie allen Kunden und Partnern. Es ist gut zu wissen, dass Sie uns alle auf unserem Weg der Transformation zur BMI 2.0 wohlwollend begleiten und tatkräftig unterstützen.

Mit herzlichen Grüßen

Dr. Thomas Obersojer
Vorstandsvorsitzender

Winfried Meier
Vorstand

Preise in ungekannten Rekordhöhen

Eine ganze Reihe besonderer Herausforderungen, aber auch Preise in bisher nicht erreichter Höhe haben den Milchmarkt des Jahres 2022 gekennzeichnet. So haben die Milchauszahlungspreise im Jahresdurchschnitt erstmals die 50-Eurocent-Marke geknackt. Ebenso erreichte aber auch die Inflationsrate ein Rekordhoch, war sie doch die höchste der vergangenen 70 Jahre. Nicht nur Lebensmittel sind im Schnitt um mehr als 13% teurer als im Jahr 2021 gewesen. In Folge des russischen Angriffskrieges auf die Ukraine haben sich die Handelsströme für Erdgas, Kohle und Erdöl grundlegend verändert. Die ausreichende Energieversorgung war zeitweise in Frage gestellt, was zu einer erheblichen Verunsicherung geführt hat.

Der Markt weltweit und in Europa

Der internationale Handel mit Milchprodukten ist 2022 abweichend von seinem langjährigen wachsenden Trend geschrumpft. Dabei haben sich die Volumina je nach Produktgruppe unterschiedlich entwickelt. Während die größten Exporteure insgesamt mehr Käse und Butter am Weltmarkt abgesetzt haben als im Vorjahreszeitraum, sind die umgeschlagenen Mengen an Vollmilchpulver, Magermilchpulver und Molkenpulver gesunken. Besonders stark war der Rückgang bei Vollmilchpulver ausgeprägt. China als größter Importeur weltweit hat 2022 weniger Milchpulvererzeugnisse eingeführt als im Vorjahr, was beim Rückgang des globalen Handels eine wichtige Rolle gespielt hat.

Der Markt in Deutschland

Die Milchanlieferung in Deutschland, die 2021 auf den niedrigsten Stand seit 2017 gesunken war, hat sich 2022 etwa auf dem Niveau des Vorjahres stabilisiert. Zurückgegangen ist jedoch das Aufkommen der Milchinhaltsstoffe insgesamt. Die Gehalte an Fett und Eiweiß lagen deutlich niedriger als in den Vorjahren, sodass bezogen auf die Trockenmasse weniger Rohstoff zur Verfügung stand. Die saisonalen Schwankungen des Milchaufkommens machten sich weniger bemerkbar als in den Vorjahren. Die Milchmengen waren in der Hochphase im Frühjahr niedriger und im Saisontief höher als 2021. Rekordkosten für Dünger, Futtermittel und Energie sowie die unterdurchschnittlichen Qualitäten des Grundfutters aus dem Vorjahr bremsten das Milchaufkommen im ersten Halbjahr merklich. Der deutliche Anstieg der Milcherzeugerpreise hat die Milchproduktion ab September dann wieder angekurbelt.



Die Anlieferung von Biomilch ist 2022 weiter angestiegen. Während in anderen EU-Ländern die Entwicklung teilweise rückläufig war, wurde die Produktion in Deutschland im Jahresschnitt um gut 4% gesteigert. Der Anteil von Biomilch am Milchaufkommen ist nochmals leicht auf 4,2% gewachsen (2021 = 4,1%). Allerdings haben die Molkereien deutlich weniger Biomilch-Erzeugnisse hergestellt. Nach Angaben der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) sank die Produktion bei Trinkmilch um 12%, bei Butter ging sie um fast 16% zurück, bei Käse um 2,3%.

Konsummilchabsatz schrumpft weiter

Bei der Herstellung von Konsummilch in den deutschen Molkereien setzte sich der rückläufige Trend des Vorjahres fort. Sie ist auf einen neuen Tiefststand von 4,1 Millionen Tonnen gesunken. Der Absatz im deutschen Lebensmitteleinzelhandel (LEH), ist 2022 nach den Erhebungen des Marktforschungsinstitutes NielsenIQ um 6,4% niedriger ausgefallen als im Vorjahreszeitraum.

Die Alternativen zur Milch liegen in Deutschland weiter im Trend. Wie aus einem Bericht von Statista Consumer Insights hervorgeht, lag der Umsatz für Milchalternativen im Jahr 2022 bei 610 Millionen Euro – ein Anstieg um 190% innerhalb von acht Jahren. Noch ist der Umsatz mit Kuhmilchprodukten hierzulande immer noch etwa zehn Mal so hoch. Glaubt man Experten, soll der Umsatz mit pflanzlichen Drinks bis 2027 aber auf mehr als 1,2 Milliarden Euro anwachsen.

Wachstum bei Käse gestoppt

Der langjährige Wachstumstrend auf dem deutschen Käsemarkt ist 2022 gestoppt worden. Erstmals seit 2017 ist die Käseherstellung rückläufig gewesen. Im Jahr 2022 wurden nach BLE-Angaben 1,3% weniger Käse hergestellt (gesamt 2,46 Millionen Tonnen/2021 = 2,7 Millionen Tonnen). Bei Frischkäse war der Rückgang mit über 3% am höchsten, die Herstellung von Pasta Filata Käse wurde um 2% ausgedehnt.

Dementsprechend rückläufig war auch der Käseabsatz im LEH. Nach den Erhebungen der Marktforscher von NielsenIQ sind die Abverkäufe von Käse aus dem Selbstbedienungsregal, die 96 % der Gesamtmenge ausmachen, 2022 um knapp 5% gesunken. Die Absätze im Bereich Foodservice haben sich weiter erholt, da die während der Corona-Pandemie geltenden Restriktionen für das öffentliche Leben ab dem Frühjahr nach und nach entfallen sind.

Der Verbrauch von Butter in Deutschland ist nach dem Rückgang im Vorjahr weiter gesunken. Nach den Erhebungen der Marktforschungsinstitute sind die Einkäufe 2022 um rund 9% zurückgegangen. Darüber hinaus sind auch die Verkäufe von Mischstreichfetten nach langjährigem Wachstum erstmals wieder geschrumpft, und zwar gleich um mehr als 10%. Neben der zunehmenden Normalisierung des Verbraucherverhaltens nach Aufhebung der Corona-Maßnahmen haben auch die hohe Inflation und die deutlich höheren Verbraucherpreise dazu beigetragen. Verbraucher mussten 2022 für 250 Gramm Butter ein Drittel mehr bezahlen als im Vorjahr. Die Preise für Mischstreichfette stiegen in ähnlicher Größenordnung.

Im Bereich der Pulverprodukte war die Nachfrage im Jahr 2022 leicht rückläufig, auch im Außenhandel. Hohe Preise und weltweit hohe Inflationsraten haben den Export erschwert. Insbesondere China hat deutlich weniger importiert, was in erster Linie an den 2022 im Land geltenden Corona-Beschränkungen lag. Aufgrund der signifikant höheren Energiepreise hat sich die Wettbewerbssituation deutscher Molkeereien gegenüber den USA verschlechtert.

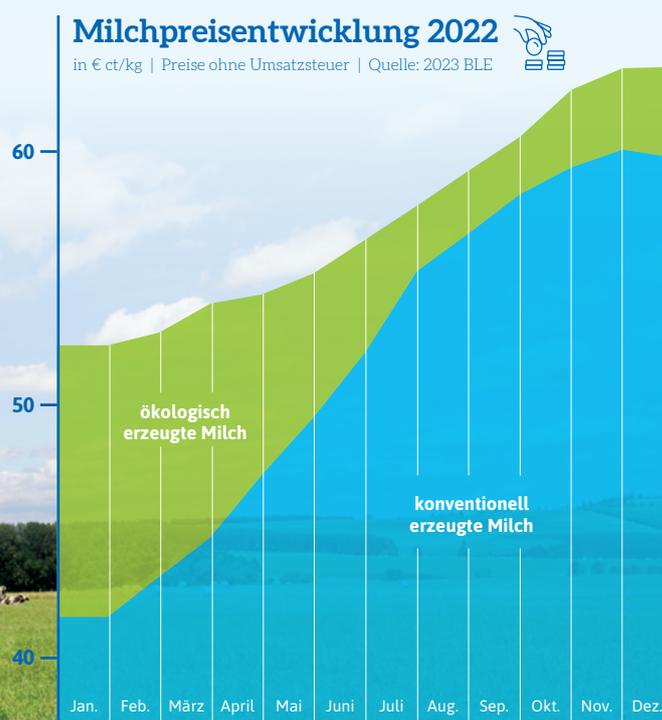
Milcherzeugerpreise erreichen Rekordhöhen
Hätte Anfang 2022 jemand vorhergesagt, dass die Milcherzeugerpreise im Jahresverlauf teilweise mehr als 60 Eurocent/kg erreichen würden, wäre er vermutlich belächelt worden. Allerdings haben die höheren Erlöse für die verschiedenen Milchprodukte eine deutliche Anhebung der Milchauszah-

lungspreise im Laufe des Jahres möglich gemacht. Die 50-Cent-Marke wurde im Jahresdurchschnitt erstmals übertroffen. Für eine konventionelle Milch mit 4,0% Fett und 3,4% Eiweiß lag der Preis einschließlich Nachzahlungen im Schnitt bei 53,18 Eurocent/kg. Das waren fast 17 Eurocent/kg mehr als im Vorjahr.

Auch die Erzeugerpreise für Bio-Milch erreichten einen historischen Höchststand. Für einen Liter ökologisch erzeugter Milch mit 4,0% Fett und 3,4% Eiweiß wurden in Deutschland durchschnittlich 58,19 Eurocent/kg gezahlt. Ein Anstieg um über 13% gegenüber dem Vorjahr. (Quelle: Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung). Der Preisabstand zwischen ökologischer und konventioneller Milch hat sich allerdings deutlich verringert.

Während die inflationsbedingte Kaufzurückhaltung der Verbraucher den Absatz von Milchprodukten schmälerte, hatten die Milchviehbetriebe mit hohen Preisen insbesondere für Futter- und Düngemittel sowie mit den Folgen der Energiekrise zu kämpfen.

Für eine Standardmilch (oGT / 4,2% Fett, 3,4% Eiweiß) bezahlte die BMI im Durchschnitt über alle Milchsorten hinweg 52,80 Eurocent/kg. Der bayerische Durchschnitt lag bei 52,39 Eurocent/kg. Für Bio-Milch bezahlte die BMI im Schnitt 58,02 Eurocent/kg.



Kostenexplosion auf allen Ebenen

Explodierende Kosten, der ständige Kampf um höhere Preise seitens unserer Lieferanten, Milcherzeuger und damit auch gegenüber unseren Kunden haben die Wirtschaftsleistung der BMI geprägt. Nach dem schwierigen ersten Halbjahr nahm die BMI auf allen Ebenen ordentlich Fahrt auf, auch gegenüber dem Wettbewerb. Gleichzeitig war die Ausgliederung und Trennung von unserem Frischgeschäft eine große Kraftanstrengung, die von allen Beteiligten sehr gut gemeistert wurde.

Am 24. Februar 2022 begann die Invasion russischer Truppen in die Ukraine. Seitdem dauert der großflächige Angriffskrieg Russlands mit zunehmender Härte und Zerstörung an. Der russische Einmarsch hat die Energiemärkte auf den Kopf gestellt. Gerade für die BMI, deren Trocknungsbetriebe ausgesprochen energieintensiv sind, war der extreme Anstieg der Energiepreise eine riesige Herausforderung. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes war importierte Energie im ersten Kriegsmonat (Februar 2022) mit einem Plus von fast 130% mehr als doppelt so teuer wie im Vorjahresmonat. Importiertes Erdgas war im Februar 2022 dreieinhalb Mal so teuer wie ein Jahr zuvor (plus 256,5%). Lieferengpässe kosteten die deutsche Industrie bis Mitte 2022 knapp 64 Milliarden Euro an Wertschöpfung. Bei der BMI kam es zu Lieferengpässen im Bereich der Grundchemie, wie CO₂, Natronlauge, Salzsäure oder Reinigungsmittel. Mehr als einmal standen Produktionsstopps aufgrund fehlender Betriebsmittel kurz bevor, sie konnten aber glücklicherweise immer abgewendet werden.

Die Folge: Inflation auf Rekordniveau

In der Folge erreichte die Inflationsrate 2022 ein Rekordniveau: Die Preise sind 2022 so stark gestiegen wie noch nie seit der Wiedervereinigung. Die hohen Inflationsraten ließen die realen Einkommen der privaten Haushalte sowie deren Ersparnisse dahinschmelzen und reduzierten die Kaufkraft erheblich. Nicht nur in Deutschland war die Kaufzurückhaltung deutlich spürbar. In Osteuropa konnte die BMI zwar höhere Preise durchsetzen, allerdings haben sich dort die Mengen nahezu halbiert. Denn mit einem Familieneinkommen von monatlich 500 Euro wird ein Blauschimmelkäse, dessen Kilopreis mehr als 15 Euro beträgt, rasch zum Luxusartikel, auf den die Mehrzahl der Konsumenten verzichten muss.

Die Verbraucherpreise wie auch die Rohmilchpreise für die Erzeuger erreichten ein Rekordniveau. In Deutschland erhielten die Milchlieferanten mit teils über 60 Cent je Kilogramm Rohmilch die höchsten Milchpreise in der EU. Der Abstand zum Nachbarn Frankreich belief sich auf über 10 Cent, Deutschland war in vielen Bereichen nicht mehr wettbewerbsfähig. Diese Situation hat auch zum Aus für unseren Standort Ebermannstadt geführt. Im Oktober 2022 wurde im Unternehmen die Entscheidung gefällt, den Standort in der fränkischen Schweiz zu schließen.

Trotz vielfältiger wirtschaftlicher Herausforderungen hat die Mitarbeiterschaft der BMI mit großem Einsatz an Projekten gearbeitet, bei denen es darum geht, die Zukunft des Unternehmens zu sichern.

Der Verkauf des Frischgeschäfts an den globalen Molkereikonkern Lactalis brachte nicht nur ein gutes Verhandlungsergebnis beim erfolgreichen Carve-out (Verkauf eines Unternehmensteils). Die gute Projektorganisation wurde von allen Beteiligten gelobt, darüber hinaus ist die Anpassung der verbleibenden Organisation an die künftigen Erfordernisse ohne Entlassungen gelungen. Mittlerweile laufen die Zusammenarbeit im Rahmen der Service-Vereinbarungen und die Copacking-Aktivitäten am Standort Zapfendorf erfolgreich und sind auf Langfristigkeit angelegt.

Auch die Arbeiten der Projektorganisation für unseren Masterplan Ingredients (MPI), mit dem es gilt, die Zukunft der BMI langfristig zu sichern, kamen im Geschäftsjahr 2022 gut voran. Die Projektorganisation ist in Arbeit, Verträge über die Generalplanung und die Projektsteuerung wurden 2022 abschließend verhandelt. Im Laufe des Jahres wurden die Vor- und Nachteile einer Investition „auf der grünen Wiese“ mit denen einer Investition an einem bestehenden Standort abschließend verglichen. Final wurde klar, dass für unser Unternehmen die Investition am bestehenden Standort in Zapfendorf die aussichtsreichste Variante darstellt.



Nicht nur für die Verbraucher waren die Preiserhöhungen eine Herausforderung



WEITERE WEGWEISENDE PROJEKTE IM JAHR 2022

- ▶ **Entscheidung, Vorbereitung und Abwicklung** der Schließung des Standorts Ebermannstadt.
- ▶ **Neuaufstellung** der Zusammenarbeit mit mitteldeutschen Mitgliedern und Liefergruppierungen, langfristige Rohstoff-Sicherung und gemeinsame monatliche Milchpreisgespräche.
- ▶ **Mit Nachhaltigkeit im Wettbewerb erfolgreich sein:** Nachhaltigkeitsprojekt etabliert. Erster Nachhaltigkeitsbericht der BMI erstellt.

INVESTITIONEN 2022

Insgesamt 14,0 Millionen Euro hat die BMI im Geschäftsjahr 2022 für die technische und bauliche Weiterentwicklung ihrer Werke investiert. Angesichts der extremen Kostenentwicklung und damit verbundenen Ungewissheiten lag der Fokus auf Instandhaltung, Kosteneinsparungen und Erhaltungsinvestitionen.



DIE SCHWERPUNKTE LAGEN 2022 AUF FOLGENDEN MASSNAHMEN:

Ausbau des Absackbereiches im Werk Jessen

In Jessen wurde das Gebäude für eine neue Absackanlage inklusive der Technischen Gebäudeausrüstung (TGA) vorbereitet. Damit werden die Abfüllkapazitäten optimiert, höchste Produktqualität garantiert und die Anforderungen unserer Kunden eingehalten.

Neue CIP (Cleaning in Place)-Reinigungsanlage im Werk Jessen

Mit der neuen Reinigungsanlage werden sowohl die Reinigungsergebnisse optimiert als auch die Kundenanforderungen hinsichtlich der optimalen Produktqualität erfüllt. Die neue Anlage wird aller Voraussicht nach 2023 in Betrieb gehen.

Errichtung einer Laktoselinie in Winzer

Im Geschäftsjahr 2022 haben die Arbeiten zur Errichtung einer Laktoselinie am Standort Winzer begonnen. Diese Investition dient der Optimierung der Produktionskapazitäten bei einer gleichzeitigen Flexibilisierung der Werksauslastung. Die Fertigstellung der Anlage ist für das Jahr 2023 geplant.

Projekt „Masterplan Ingredients“

Stetig steigende Anforderungen an die Produktqualität, die Verschärfung gesetzlicher Vorschriften und die Evaluation der Marktchancen in qualitativer und quantitativer Hinsicht haben zu einer Neubewertung der BMI-eigenen Ingredients-Strategie geführt. Im Geschäftsjahr 2022 lag der Schwerpunkt bei den Vorbereitungen und Planungen für die sogenannte „Brown-field-Lösung“ zum Ausbau des Standortes Zapfendorf.

DIE WICHTIGSTEN GESCHÄFTSZAHLEN

	2022	2021
Bilanz		
Bilanzsumme (in Mio. Euro)	234,4	225,1
Anlagevermögen (in Mio. Euro)	91,1	102,5
Eigenkapital (in Mio. Euro)	92,6	72,3
Wirtschaftliches Eigenkapital (in Mio. Euro)	95,2	79,2
Wirtschaftliche Eigenkapitalquote (in %):	40,6	35,2
Jahresüberschuss (in Mio. Euro)	21,4	2,6
Bilanzgewinn (in Mio. Euro)	23,9	3,1
Investitionen (in Mio. Euro)	14,0 ¹	10,5 ¹
Instandhaltungen (in Mio. Euro)	15,0	13,1
Mitarbeiter	890	1.128
Produktion (in Tonnen)	302.027	336.706
Trockenprodukte	107.505	113.897
Frische	126.792	149.868
Käse	67.731	72.942
Umsatz (in Mio. Euro)	818	725
Trockenprodukte	241	208
Frische	182	206
Käse	342	269
Sonstige	53	42

¹ davon aus sale & lease back 0,0 Mio. Euro

² davon aus sale & lease back 0,1 Mio. Euro



MILCHERZEUGERPREISE AUF REKORD-NIVEAU GESTIEGEN

Ende des ersten Quartals 2022 lag der BMI-Milchpreis noch bei etwa 45 Eurocent/kg (oGT), im weiteren Jahresverlauf stieg er stetig an. Die BMI hat dabei versucht ihren Milchlieferanten, die ebenfalls unter erheblichen Kostensteigerungen zu leiden hatten, marktgerechte Preise zu zahlen. Ab September 2022 überstieg der BMI-Milchpreis die Marke von 60 Eurocent/kg (oGT), zum Jahresende lag er dann im deutschen Durchschnittswert.

Volle Konzentration auf das Kerngeschäft

Die zukunftsgerichtete Fortentwicklung der BMI wurde im Geschäftsjahr 2022 weiter intensiviert. Nach dem Verkauf der BU Frische galt die volle Konzentration dem Kerngeschäft. Neben der Weiterentwicklung der BMI-eigenen Ingredients-Strategie, war auch das Thema Nachhaltigkeit eines der Fokusthemen im Jahr 2022.

Herr Dr. Obersojer, die BMI sieht sich als den baye-rischen Veredler von hochwertigen Rohstoffen aus ökologischer und traditioneller Landwirtschaft zu weltweit gefragten Nahrungsmittel-Ingredients. Wie wollen Sie diesem Anspruch künftig noch besser gerecht werden?

Thomas Obersojer: Im Rahmen unseres Masterplans Ingredients (MPI) haben wir einige Optionen zur Entwicklung einer zukunftsfähigen Werks- und Produktstruktur geprüft. Nach Erwägung verschiedener Varianten, auch auf der grünen Wiese, haben wir uns mehrheitlich für den schrittweisen Neubau unseres Bestandswerks in Zapfendorf entschieden. Dafür spricht die Nähe zu wesentlichen Rohstoff-Lieferanten und die am Standort vorhandenen Ressourcen, insbesondere die hervorragende Expertise der Mitarbeiter. Darüber hinaus können Synergieeffekte besser genutzt werden und die Investitionskosten können besser phasiert werden.

Herr Meier, die stetig steigenden Anforderungen an die Produktqualität, die Verschärfung gesetzlicher Vorschriften und interessante Marktchancen weltweit fordern die BMI heraus. Wie wollen Sie diesen Herausforderungen im Bereich Ingredients künftig begegnen?

Winfried Meier: Wenn wir zukunftsorientierte Spezialprodukte im Bereich Nahrungsmittel-Ingredients herstellen wollen, die höchsten Qualitätsanforderungen insbesondere hinsichtlich der Hygienestandards entsprechen, müssen wir unsere Werksstruktur modernisieren und erweitern. Neben dem beschlossenen Neu- und Erweiterungsbau in Zapfendorf machen wir auch unseren Standort Winzer fit für die Zukunft. Der Fokus auf das Kerngeschäft bestimmt daher die Investitionsstrategie der BMI für die kommenden Jahre. Damit werden wir nachhaltige Wachstumsimpulse in Qualität und Ertrag unseres Geschäfts setzen.

Die nachhaltige Unternehmensentwicklung wird immer wichtiger, auch weil die BMI-Kunden die Nachhaltigkeit eines aus Ihren Rohstoffen hergestellten Produktes von der Urproduktion bis zum Endverbraucher transparent bewerten wollen.

Wie kommt die BMI hier voran?

Thomas Obersojer: 2022 haben wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie finalisiert und die Ziele abgeleitet, welche sich auf vier wesentliche Handlungsfelder (Klima, Energie und Ressourcenschonung; Wasserverbrauch und -verfügbarkeit; Nachhaltige Landwirtschaft mit Schwerpunkt Tierwohl; Miteinander – Mitarbeitergesundheit und -zufriedenheit) konzentrieren. Wir wollen wirtschaftlich erfolgreich sein, dabei aber die Umweltbelastungen reduzieren und einen Mehrwert im sozialen Bereich generieren. Wir werden den Weg zu diesem Ziel finden, notfalls müssen wir aber auch Umwege in Kauf nehmen.

Die Nachhaltigkeitsstrategie der BMI steht, jetzt gilt es auch konkrete Ziele zu vereinbaren und diese nachzuverfolgen. Was hat die BMI sich da für das Jahr 2023 vorgenommen?

Winfried Meier: Ein wichtiger Schritt ist das gemeinsame Klimaschutzprojekt mit dem Lebensmittelkonzern Nestlé, das Anfang des Jahres 2023 gestartet wurde. Damit wollen wir effektive Hebel aufzeigen, mit deren Hilfe die Treibhausgasemissionen (THC) auf einem landwirtschaftlichen Milchviehbetrieb deutlich reduziert werden können. Wenn wir die gesamte Wertschöpfungskette betrachten, stellen wir fest, dass ein Großteil der Emissionen in diesem Bereich mit der Milcherzeugung in Zusammenhang stehen. Daher stellen wir uns gemeinsam mit unseren Landwirten der Herausforderung, die THC-Emissionen zu reduzieren.



Es braucht Transparenz, Respekt und Vertrauen

Über die Sicht unserer Landwirte auf das Geschäftsjahr 2022 haben wir mit Torsten Maier gesprochen. Der 40 Jahre alte Diplom-Agraringenieur führt die Geschäfte einer Agrar GmbH im Süden Brandenburgs, ist seit 2021 Vorstandsmitglied der Elsterland Milchliefergenossenschaft eG und Mitglied unserer Fachgruppe Primärrohstoff.

Welches waren für Sie die besonderen Herausforderungen des Wirtschaftsjahres 2022 und wie schätzen Sie die aktuelle Marktentwicklung ein?

2022 war es wichtig die Nerven zu behalten. Obwohl Kosten und Erlöse gleichermaßen anzogen, blieb es bis zum Schluss spannend. Kollegen mit guten Betriebsmittelkontrakten und hohen Grundfutterleistungen waren im Vorteil. 2022 gab es – nach der Corona-Krise – den zweiten Hoffnungsschimmer, wonach Grundnahrungsmittel den Stellenwert erhalten könnten, der ihnen gebührt. „Haben ist besser als brauchen“ lautete zeitweise das Motto und ganz gleich unter welchem Label oder welcher Marke Lebensmittel verkauft wurden, zahlte der Verbraucher nahezu jeden Preis. Enttäuschend aber, wie schnell diese Haltung wieder anderen Problemchen wich. Aussagen zur Zukunft sind schwierig. Wir müssen immer mit Phasen der Knappheit und entsprechenden Preisbewegungen rechnen. Auf jeden Fall ist der Strukturwandel in der Milchviehhaltung in vollem Gange.

Was sind für Sie die wichtigsten Eckpfeiler in der Zusammenarbeit mit der BMI? Wie sieht eine beiderseits verlässliche Zusammenarbeit mit Ihrer Molkerei aus?

Die Zusammenarbeit mit der BMI fußt auf einem soliden Fundament, ich fühle mich in der Regel gut informiert. Unter dem Motto „Bewährtes erhalten und Neues wagen“ sind 2022 neue Milchkaufverträge mit quartalsweisen Preisverhandlungen abgeschlossen worden. Für dieses Vorgehen sind gegenseitiges Vertrauen, Respekt und Transparenz alternativlos. Nur dann kann ein Milchpreis entstehen, den alle mittragen. Die vernetzte Welt ist im Wandel. Kleinste Ereignisse können große Marktbewegungen in Gang setzen, die Molkerei und Rohstofflieferanten gleichermaßen treffen. Ein ständiger Austausch über Chancen und Risiken – auf Grundlage wirtschaftlicher Daten und Erfahrungen – ist wichtig. Alle Entscheidungen müssen sich der wirtschaftlichen Stabilität beider Partner unterordnen. Als Milchlieferant muss



ich, wie auch immer geartete, längerfristige Preiszusicherungen einfordern. Wenn im System alles sprunghaft bleibt, ist eine kaufmännisch vernünftige Planung unmöglich. Dazu müssen beide Seiten ein Stück weit ins Risiko gehen.

Die BMI hat entschieden, sich in den kommenden Jahren auf ihr Kerngeschäft Ingredients und Käse zu fokussieren und dort die Investitionsschwerpunkte zu setzen. Wie bewerten Sie diese Entscheidung?

Es ist klüger, seine Stärken zu festigen, statt unter hohem Kraftaufwand seine Schwächen auszumerzen. Da die BMI aus der Idee der Molkeverwertung entstanden ist, bin ich mir nicht sicher, ob bei einer der nächsten Krisen die Käsesparte und somit unser Werk in Jessen genauso zur Disposition steht, wie zuletzt die Frischesparte. Der eingeschlagene Weg zur Konsolidierung wird sein Ziel erreichen, wenn alle beharrlich daran arbeiten, die sich ergebenden Synergieeffekte komplett zu nutzen. Davon bin ich fest überzeugt.

Der Umbau der Tierhaltung ist heiß diskutiert. Berufskollegen fordern Finanzierungsmodelle und gesetzliche Rahmenbedingungen. Wie sehen Sie die Lage?

Da fällt mir die überspitzte Darstellung eines Betriebsberaters ein, der sagte: „Sie produzieren ein Produkt, das keiner will; mit Leuten, die Sie nicht haben und werden obendrein gesellschaftlich geächtet.“ Der Satz bringt unsere Herausforderungen auf den Punkt. Eine politisch gewollte Reduzierung der Tierbestände in Deutschland wäre nicht verwerflich, wenn wir an der Grenze der Selbstversorgung Halt machen würden. Wenn Neubauten nahezu unmöglich sind und die Halter gezwungen werden, in ihren Bestandsbauten mehr Platz, Luft und Licht zu schaffen, stellt sich dieser Zustand bald ein. Die Landwirte haben die Bestände damals aus ökonomischen Erfordernissen zusammengepfercht. Sollte es nun alternativlos sein, die Bestände zu verringern, wird man bei den Landwirten offene Türen einlaufen. Diese langfristige ökonomische Tragfähigkeit sehe ich aber noch nicht gegeben. Eine klare politische Zielsetzung fehlt mir bisher ebenfalls.

Das Fundament unseres Unternehmens

Stand 31.12.2022

64,09%

Milchlieferegruppierungen
= 141 Stimmrechte

9,55%

Finanzierende Mitglieder
= 21 Stimmrechte

26,36%

Milch- und
Molkelieferanten
= 58 Stimmrechte



Milchlieferegruppierungen

- Elsterland Milchlieferegenossenschaft eG
- Frankenmilch-Verwertung Langenfeld-Uffenheim eG
- MeG Milchoase Auerbach Franken-Pfalz w.V.
- Milcherzeugergemeinschaft Qualitätsmilch Elbe-Saale w.V.
- Milchhof Tirschenreuth eG
- Milchliefergenossenschaft Marktredwitz-Selb eG
- Milchversorgung Hof/Saale eG
- Milchwerke Mainfranken eG
- Milchwirtschaftliche Beteiligungs-AG Heilbronn
- Molkereigenossenschaft Rothenburg-Schillingsfürst eG



Anteil am Geschäftsguthaben



Milch- und Molkelieferanten

- Andechser Molkerei Scheitz GmbH
- Bayernland eG
- Goldsteig Käsereien Bayerwald GmbH
- HiPP GmbH & Co. Vertrieb KG
- Hohenloher Molkerei eG
- Milchverwertung Ostallgäu eG
- Milchwerke Berchtesgadener Land-Chiemgau eG
- Milchwerke Oberfranken West eG
- Naabtaler Milchwerke GmbH & Co. KG, Privatmolkerei Bechtel
- Pinzgau Milch Produktions GmbH



Anteil am Geschäftsguthaben



Finanzierende Mitglieder

- Allgäuer Bergbauern-Milch eG
- Berglandmilch eGen
- Bio-Milcherzeugergemeinschaft der Mittelgebirgsbauern w.V.
- Hartmann, Peter
- Hofmeister Käsewerk GmbH & Co. KG
- Meier, Winfried
- Milchhof Landshut eG
- Molkereigenossenschaft Pleystein
- Dr. Obersojer, Thomas



Anteil am Geschäftsguthaben

GENERALVERSAMMLUNG

AUFSICHTSRAT

Vorsitzender

Heinz Saalfrank

stv. Vorsitzende

Helmut Hümmer, Klaus Schönfeldt

Ehrevorsitzender

Karl Beck

Mitglieder

Christine Bauer, Walter Bauer, Martin Boschet, Ludwig Eckert (bis 29.06.2022), René Guhl, Sabine Guntz (bis 29.06.2022), Markus Häßlein, Stefan Hipp, Ines Loy, Marko Mattner, Johannes Schmidt, Ludwig Weiß

Arbeitnehmervertretung

Dieter Dittmeier (bis 29.06.2022), Daniel Elsner, Kurt Haberl, Irene Harrer, Robert Hein (bis 29.06.2022), Nadine Reichenberg, Achim Schaller, Laura Schick (ab 29.06.2022)

FACHGRUPPE PRIMÄRROHSTOFF

Vorsitzender

Hans Scherm (Milchliefergenossenschaft Marktredwitz-Selb eG, bis 12.12.2022), Joachim Brachwitz (MEG Qualitätsmilch Elbe-Saale w.V., ab 13.12.2022)

stv. Vorsitzender

Joachim Brachwitz (MEG Qualitätsmilch Elbe-Saale w.V., bis 12.12.2022), Marko Eisermann (Elsterland Milchliefergenossenschaft eG, ab 13.12.2022)

VORSTAND

Vorsitzender

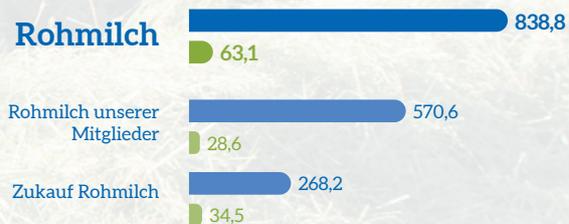
Dr. Thomas Obersojer

stv. Vorsitzender

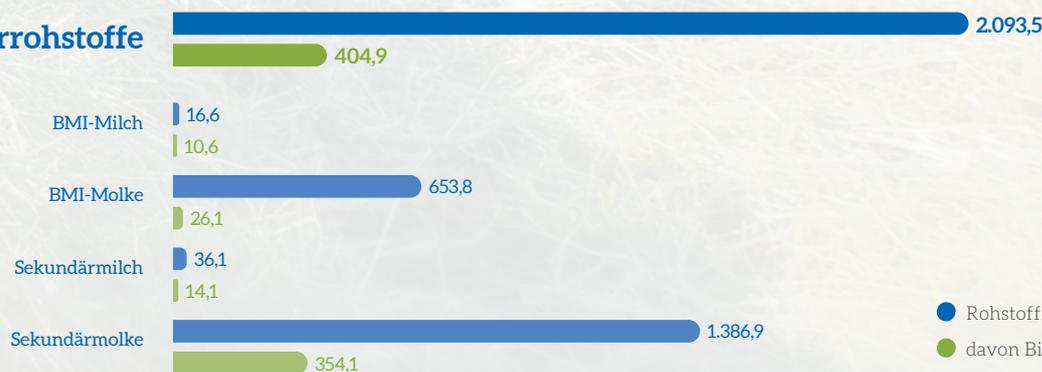
Winfried Meier

IM JAHR 2022 VERARBEITETE ROHSTOFFMENGEN

Rohmilch



Sekundärrohstoffe



● Rohstoffmenge gesamt
● davon Bio
(Alle Angaben in Mio. kg)

Die Ressource Mensch in den Vordergrund stellen

Mit Yvonne Krüger, unserer langjährigen Personalreferentin aus Jessen, hat der Personalbereich unseres Unternehmens im Geschäftsjahr 2022 eine neue Leiterin bekommen. Wenn sie sagt, dass Führungskräfte in Unternehmen häufig nicht ausreichend würdigen, was ihre besten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter leisten, hört man heraus, in welche Richtung unsere Personalleiterin ihren Bereich entwickeln möchte. Viele Unternehmen nehmen gute Leistungen der Mitarbeiterschaft zu oft als selbstverständlich hin, findet sie. Für Yvonne Krüger sind ein konstruktives Feedback, Lob und verdiente Anerkennung elementar, wenn es darum geht, die „innere Bindung“ der Mitarbeitenden zum eigenen Unternehmen zu schaffen und zu stärken.



2022 haben Sie für die BMI die Personalverantwortung übernommen. Wie ist der Start in Ihrer neuen Aufgabe verlaufen?

Ich würde das erste Jahr in neuer Funktion als sehr turbulent bezeichnen. Neben dem Verkauf unserer Business Unit Frische an Lactalis stand im letzten Quartal auch die Schließung unseres Werkes in Ebermannstadt im Fokus. Durch beide Themen, die wir mit vielen internen Ressourcen sauber abgewickelt haben, war ich doch zeitlich sehr gebunden. Daher mussten andere wichtige Punkte zunächst zurückgestellt werden. Insgesamt haben alle beteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hervorragende Arbeit geleistet, dafür gebührt ihnen mein höchster Respekt. So hat die Mitarbeiterschaft in Ebermannstadt die Schließung des Werkes bis zur letzten Produktion absolut professionell begleitet. Das ist nicht selbstverständlich und spricht für den Zusammenhalt der Kolleginnen und Kollegen. Während dieser Herausforderungen hat mir mein gesamtes Team immer den Rücken freigehalten und es mir leicht gemacht, mich einzufinden. Dafür möchte ich mich herzlich bedanken.

Wie sehen Sie die künftige Personalarbeit bei der BMI? Gerade weil sich der Arbeitsmarkt aktuell zu einem Bewerbermarkt wandelt und es für Unternehmen immer schwieriger wird, qualifizierte Fachkräfte zu rekrutieren.

Auf dem Weg hin zu einem modernen und nachhaltigen Unternehmen müssen wir im Personalbereich neue Schwerpunkte setzen. Wir verstehen uns nicht als Behörde, sondern als ein Dienstleistungsbereich innerhalb der BMI. Das bedeutet weit mehr als etwa Personalverwaltung und Lohnabrechnung. In Industrieunternehmen geht es oft um einen effizienten

Einsatz von Ressourcen wie Energieverbrauch, Rohstoffdurchsatz oder den Wasserverbrauch. Wir sollten den Blick für die „Ressource“ Mensch schärfen. Die Menschen sind bei der BMI das wichtigste Gut im Arbeitskreislauf. Dies gilt es zu erkennen und die daraus entstehenden Möglichkeiten und Chancen zu nutzen. Dazu gehört für mich auch der Wissenstransfer. Die Gesamtheit an Wissen, Fertigkeiten, Persönlichkeitsmerkmalen und Begabungen, die in der BMI stecken, wollen wir stärker vernetzen. Dazu gehört es, diese Ressourcen auch zwischen unseren Fachbereichen und Werken auszutauschen und entsprechend zu kommunizieren. So können wir die BMI – unsere Produkte und unsere Prozesse – stetig verbessern. Es ist gerade in der jetzigen Zeit eine Herausforderung, seine Teams mitzunehmen und die Beschäftigten zu aktivieren. Die Menschen sind für mich die „Ressource“, die immer im Vordergrund stehen sollte.

Wenn Sie mit Blick in die Zukunft der BMI einen Wunsch frei hätten, welches Thema stünde bei Ihnen ganz weit vorne?

Um ehrlich zu sein, ist einer meiner Wünsche bereits in Erfüllung gegangen. Wir haben im Führungskreis unsere Essentials, also die Top-Themen für das neue Geschäftsjahr, gemeinsam festgelegt und das Thema Mitarbeiterentwicklung und -bindung ganz nach vorne gerückt. Für mich bekommen dadurch Themen wie die Entwicklung der Mitarbeiter, die Förderung der Mitarbeitergesundheit und die Mitarbeiterbindung den Platz, den sie verdienen. So werden wir die Attraktivität der BMI als Arbeitgeber weiter steigern und die Mitarbeiterbindung stärken können.



Unsere Veränderungen erfolgreich gestalten

Die Weiterentwicklung der BMI geht voran und bringt daher auch für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter immer wieder Veränderungen mit sich. Vor allem nach dem Verkauf der BU Frische im August 2022 war es notwendig, einige Verantwortlichkeiten unserer Organisation anzupassen und zu optimieren.

Eine große Veränderung betraf die Abteilungen Forschung & Entwicklung sowie Qualitätsmanagement. Beide Abteilungen wurden zum Bereich „Qualität und Innovation“ zusammengefasst und werden jetzt von Dr. Simon Bauer geleitet.

Gleichzeitig endete auch die Dienstzeit von BMI-Urgestein Harald Götz. Der Dipl.-Ökotrophologe war im Januar 1994 als Leiter des Geschäftsbereichs Qualität und des Speziallabors zu unserem Unternehmen gekommen. Nahezu 30 Jahre lang hat Harald Götz die Qualitätspolitik der BMI nachhaltig geprägt und entscheidend dazu beigetragen, die Erhöhung der Kundenzufriedenheit sicherzustellen. Dafür gebührt ihm das herzliche Dankeschön der gesamten BMI. Kürzlich hat er den Staffelfstab symbolisch an seinen Nachfolger übergeben und ihm viel Erfolg bei seiner neuen Aufgabe gewünscht (links im Bild Harald Götz, rechts Dr. Simon Bauer).



Beständigkeit und Loyalität

Für viele junge Arbeitnehmer klingt es unvorstellbar: Es gibt Menschen, die einem Unternehmen lebenslange Treue schenken. Karin Gierlinger aus Windsbach, Bettina Heide aus Jessen und Jürgen Holzheimer aus Würzburg gehören dazu, arbeiten sie doch schon seit 40 Jahren bei der BMI. Ein außergewöhnliches Zeichen für Beständigkeit und Loyalität.

Mitarbeiter bleiben Unternehmen durchschnittlich elf Jahre treu. Danach ziehen sie weiter und suchen neue Perspektiven – das zeigt eine Untersuchung des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB). Für Unternehmen ist dieser Wechsel oft ärgerlich, bedeutet er doch immer den Verlust von Know-how und Erfahrung. Es gibt allerdings aber auch Unternehmen und Mitarbeiter, denen es gelingt, über Jahrzehnte miteinander zu wachsen. Dazu gehören auch die BMI und viele ihrer Mitarbeiter. Im Jahr 2022 wurden 36 Kolleginnen und Kollegen geehrt, die 25 und mehr Jahre im Unternehmen sind. „In einer Zeit der schnellen Veränderungen, lernen immer mehr Menschen und Unternehmen den Wert von Beständigkeit und Nachhaltigkeit zu schätzen“, freut Vorstand Dr. Thomas Obersojer über so viele Jubilare.

40-JÄHRIGES DIENSTJUBILÄUM

Karin Gierlinger, Bettina Heide, Jürgen Holzheimer

35-JÄHRIGES DIENSTJUBILÄUM

Stefan Greubel, Andreas Wilke, Bettina Müller,
Diana Weber, Thomas Endrigkeit

30-JÄHRIGES DIENSTJUBILÄUM

Thomas Kellner, Alexander Zipfel, Jörg Hauptmann,
Klaus Hofmann, Detlev Ruppert, Nancy Seifert,
Madi Jacob, Michaela Graf, Khanh Ngoc Do,
Annegret Matthes, Jens Steffen, Michaela Aigner,
Michaela Bartetzko, Daniel Elsner, Bernd Jänicke,
Michael Nuss

25-JÄHRIGES DIENSTJUBILÄUM

Christian Freitag, Viola Henze, Achim Schaller,
Andrea Armas, Olaf Hammer, Elvira Finzel,
Maik Teshmer, Sebastian Rützel, Claudia Augsburg,
Andreas Schütz, Karl-Heinz Wölflein, Falko Strauß

Nachhaltige Unternehmensführung rückt auch bei uns stärker in den Mittelpunkt



Unsere Projektingenieurin Sandra Paukner präsentiert den ersten Nachhaltigkeitsbericht

Die Nachhaltigkeitsstrategie der BMI basiert darauf, wirtschaftlich erfolgreich zu sein, die Umwelt für künftige Generationen zu bewahren und unserer Verpflichtung zur Achtung der Menschenrechte und der Gewährleistung verantwortungsbewusster Geschäftspraktiken nachzukommen.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2022 hat die BMI ihre Nachhaltigkeitsstrategie finalisiert. Aus der Wesentlichkeitsmatrix, welche sowohl die Herausforderungen der BMI im Rahmen einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung aufzeigt als auch die Sicht unserer externen Stakeholder berücksichtigt, haben wir vier Handlungsfelder definiert. Diese präsentieren sich allerdings nicht als starres System, sondern werden im Laufe der Zeit weiterentwickelt. Das interdisziplinäre Nachhaltigkeitsteam im Unternehmen hat im Dialog mit unseren Anspruchsgruppen die Handlungsfelder entwickelt und mit den jeweiligen Nachhaltigkeitsvisionen versehen. Der BMI-Nachhaltigkeitskreis bildet den Kern unserer Strategie und macht deutlich, welche Themenfelder die BMI bei ihren Nachhaltigkeitsbemühungen verstärkt in den Fokus stellen wird. Im Mittelpunkt aller Initiativen steht der Mehrwert für unsere Kunden, den wir durch unsere Qualitätsprodukte schaffen möchten.

Ende 2022 haben wir unsere diesbezüglichen Initiativen erstmals auch in einem Nachhaltigkeitsbericht schriftlich dokumentiert. Neben dem Gesetzgeber verlangen Investoren, Banken, Kunden, Geschäftspartner und andere Stakeholder zunehmend mehr Transparenz von Unternehmen. Der Bericht informiert transparent und zielgerichtet über das Nachhaltigkeitsengagement unseres Unternehmens und deckt die relevanten Themengebiete unserer CSR-Strategie ab. Unter „Corporate Social Responsibility“ oder kurz CSR ist die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen im Sinne eines nachhaltigen Wirtschaftens zu verstehen.

Als konkrete Maßnahme für das Handlungsfeld Klima, Energie und Ressourcenschonung wurde im Jahr 2022 mit den Vorbereitungen für unser gemeinsames Klimaschutzprojekt mit unserem Kunden Nestlé begonnen. Ziel des dreijährigen Projektes ist es, gemeinsam mit unseren Milchlieferanten geeignete Maßnahmen zur Verringerung der Treibhausgas (THG)-Emissionen zu definieren. Dass die Einbeziehung der landwirtschaftlichen Betriebe in die Klimaschutzaktivitäten der BMI sinnvoll ist, zeigt sich vor allem auch darin, dass etwa dreiviertel der Emissionen in der Wertschöpfungskette Milch auf den Milchviehbetrieben direkt entstehen (Thoma et al. 2013).

Neben Möglichkeiten zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen auf einem Milchviehbetrieb, geht es auch darum, die Einkommenssituation der Landwirte zu verbessern, indem fortschrittliche Technologien und nachhaltige Managementpraktiken integriert werden. Mittels eines Bewerberverfahrens haben wir zwei unserer landwirtschaftlichen Betriebe als Pilotbetriebe gewählt. Im Geschäftsjahr 2023 werden wir gemeinsam mit unseren Partnern die ersten Maßnahmen im Projekt umsetzen. Begleitet wird das Projekt neben Nestlé von der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU) sowie einem wissenschaftlichen Beirat.



Gewinn- und Verlustrechnung

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2022

	Geschäftsjahr 2022 (Euro)		Vorjahr 2021 (Euro)	
1. Umsatzerlöse	818.497.928,22		724.890.469,77	
2. Erhöhung oder Verminderung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	1.374.260,01		5.299.595,00	
3. Sonstige betriebliche Erträge	36.731.373,88	856.603.562,11	14.595.359,88	744.785.424,65
4. Materialaufwand	657.907.087,91		570.982.475,33	
Rohergebnis	198.696.474,20		173.802.949,32	
5. Personalaufwand	68.338.278,49		69.516.990,61	
6. Abschreibungen	19.016.062,75		17.022.640,81	
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	86.459.019,94	105.475.082,69	81.946.795,49	98.969.436,30
Zwischensumme	24.883.113,02		5.316.522,41	
8. Finanzergebnis	1.902.705,29		2.476.747,40	
9. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	1.436.552,78		76.025,14	
10. Sonstige Steuern	146.500,69		166.287,65	
JAHRESÜBERSCHUSS / JAHRESFEHLBETRAG	21.397.354,26		2.597.462,22	

Die vorliegende Gewinn- und Verlustrechnung ist eine gekürzte Fassung.

BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2022 - AKTIVA

	Geschäftsjahr 2022 (Euro)	Vorjahr 2021 (Euro)
A. ANLAGEVERMÖGEN		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	1.632.936,00	2.692.104,00
II. Sachanlagen	87.927.256,43	97.699.567,91
III. Finanzanlagen	1.580.702,43	2.133.210,69
Anlagevermögen insgesamt	91.140.894,86	102.524.882,60
B. UMLAUFVERMÖGEN		
I. Vorräte	48.853.363,18	48.424.989,19
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	78.338.855,50	63.005.480,12
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	15.818.532,52	10.935.089,41
Umlaufvermögen insgesamt	143.010.751,20	122.365.558,72
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	230.324,79	191.618,99
SUMME DER AKTIVA	234.381.970,85	225.082.060,31

Die vorliegende Bilanz ist eine gekürzte Fassung.

BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2022 - PASSIVA

	Geschäftsjahr 2022 (Euro)		Vorjahr 2021 (Euro)	
A. EIGENKAPITAL				
I. Geschäftsguthaben				
1. der verbleibenden Mitglieder	23.046.000,00		26.838.000,00	
2. der ausscheidenden Mitglieder	3.846.000,00	26.892.000,00	1.200.000,00	28.038.000,00
II. Kapitalrücklage		14.172.927,76		14.172.927,76
III. Ergebn isrücklagen				
1. Gesetzliche Rücklage		9.364.295,00		9.057.595,00
2. Andere Ergebn isrücklagen		18.277.725,00		17.971.025,00
IV. Bilanzgewinn				
1. Gewinnvortrag	2.453.568,73		469.506,51	
2. Jahresüberschuss/ Jahresfehlbetrag	21.397.354,26	23.850.922,99	2.597.462,22	3.066.968,73
Eigenkapital insgesamt		92.557.870,75		72.306.516,49
B. EINLAGEN STILLE BETEILIGUNG		2.400.000,00		3.000.000,00
C. SONDERPOSTEN FÜR ZUSCHÜSSE		0,00		0,00
D. RÜCKSTELLUNGEN		54.659.000,31		43.244.810,52
E. VERBINDLICHKEITEN		84.765.099,79		106.530.733,30
SUMME DER PASSIVA		234.381.970,85		225.082.060,31

Schlusswort

Bericht des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat wurde vom Vorstand in turnusmäßigen Sitzungen eingehend über die Geschäftsentwicklung, die finanzielle Situation sowie die aktuelle Lage der BMI eG jederzeit umfassend unterrichtet und trägt die Entscheidungen geschlossen mit. Die größte Herausforderung im Jahr 2022 war die Planung und Umsetzung des Carve-outs der BU Frische; sowohl im Operativen als auch im Gesellschafterkreis. Der Aufsichtsrat war auch in die Planungen im Rahmen des Projekts Masterplan Ingredients (MPI) eingebunden und unterstützt grundsätzlich diese strategische Neuausrichtung.

Geschäftsvorfälle, die nach der Satzung der Zustimmung des Aufsichtsrates bedürfen, wurden ausführlich erörtert. Bei der Ausübung seiner Tätigkeit hat der Aufsichtsrat keine Beanstandungen festgestellt. Der Aufsichtsrat hat den Jahresabschluss, den Lagebericht und den Vorschlag des Vorstandes über die Verwendung des Bilanzgewinnes geprüft, in Ordnung befunden und befürwortet den Vorschlag des Vorstands. Der Vorschlag entspricht den Bestimmungen der Satzung der BMI.

DER AUFSICHTSRAT

Heinz Saalfrank (*Vorsitzender*)

Schlusswort

Der Vorstand schlägt vor, den Jahresüberschuss in Höhe von 21.397.354,26 EUR nach Verrechnung mit dem Gewinnvortrag in Höhe von 2.453.568,73 EUR und den sich daraus ergebenden Bilanzgewinn in Höhe von 23.850.922,99 EUR wie folgt zu verwenden:

- 10 % (2.385.092,30 EUR) sollen zur gesetzlichen Rücklage (§ 46 Satzung) und 2.385.092,30 EUR den anderen Ergebnisrücklagen zugeführt werden.
- Der restliche Bilanzgewinn von 19.080.738,39 EUR wird in das neue Jahr vorgetragen.

DER VORSTAND

Dr. Thomas Obersojer (*Vorsitzender*)

Winfried Meier (*stv. Vorsitzender*)

Herzlichen Dank

Wir danken den Mitgliedsbetrieben, Lieferanten und Kunden für die Treue und gute Zusammenarbeit. Ferner gilt der Dank allen Verbänden, Behörden und Organisationen für deren Rat und Unterstützung.

Besonders danken wir unseren Mitarbeitern für ihre mit Verantwortung geleistete Arbeit.

IMPRESSUM

Herausgeber:

Bayerische Milchindustrie eG

Konzept und Texte:

Wolfgang Rommel,
Kommunikation & Konzept

Gestaltung und Layout:

Silke Wohner

Fotos:

Adobe Stock, BMI, Ilona Hager,
David Ludley, Giulia Iannicelli/StMI,
Privat, Wolfgang Rommel



Bundesverdienstkreuz für Karl Beck

Große Ehre für unseren Ehrenvorsitzenden Karl Beck aus Wörnitz im Landkreis Ansbach. Bayerns Innen- und Kommunalminister Joachim Herrmann (siehe Foto) hat ihm Ende 2022 das Bundesverdienstkreuz am Bande verliehen.

Karl Beck hat sich fünfeinhalb Jahrzehnte – davon 18 Jahre als Bürgermeister seiner Heimatgemeinde – nachhaltig und mit viel Herzblut ehrenamtlich für das Wohl der Gesellschaft und seiner Mitmenschen eingesetzt. Die höchste Anerkennung, die die Bundesrepublik Deutschland für Verdienste um das Gemeinwohl ausspricht, wurde Karl Beck auch zu teil, da er sich als Aufsichtsratsvorsitzender und stellvertretender Vorsitzender des Vorstands über 23 Jahre für die BMI eingesetzt hat. Karl Beck war zuletzt 15 Jahre als Aufsichtsratsvorsitzender unseres Unternehmens tätig.

Ein herzliches Dankeschön dafür von der gesamten BMI.



Beste Milch Ideen

Bayerische Milchindustrie eG

E.ON-Allee 1

84036 Landshut

Postanschrift:

Postfach 2609

84010 Landshut

Deutschland

Tel.: +49 (0) 871 685 112

Fax: +49 (0) 871 685 196

E-Mail: bmi@bmi-eg.com

Internet: www.bmi-eg.com

Kontrollnummer der Öko-Kontrollstelle:

DE-ÖKO-001

