

**Rede des Vorstandsvorsitzenden,  
Dr. Niels Pörksen,  
anlässlich der ordentlichen Hauptversammlung der Südzucker AG  
am 15. Juli 2021**

- Es gilt das gesprochene Wort -



Meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich heiße Sie, auch im Namen des gesamten Vorstandsteams, herzlich willkommen zur Hauptversammlung der Südzucker AG. Wenngleich die Infektionsraten der Corona-Pandemie momentan abnehmen, findet auch die diesjährige Hauptversammlung in virtueller Form statt. Wir tragen damit dem Vorsorgeprinzip und Empfehlungen für die Durchführung dieser Veranstaltung Rechnung.

Ich hoffe, dass Sie mich trotz dieser räumlichen Distanz gut hören und sehen können. Aber vor allem, dass Sie alle bei bester Gesundheit sind.

Auch in der nun zweiten virtuellen Hauptversammlung hat sich an der Aufgabe und Zielsetzung einer Hauptversammlung unter diesen Bedingungen nichts geändert. Wir werden Sie in diesem Rahmen transparent informieren, unsere Entscheidungen und Vorgehensweise erklären und Ihre vorab gestellten Fragen umfassend beantworten.

Bevor ich im Detail auf das vergangene Geschäftsjahr eingehen werde, lassen Sie mich kurz einige persönliche Eindrücke des ersten Jahres nach meinem Amtsantritt mit Ihnen teilen. Das Geschäftsjahr 2020/21 war ein herausforderndes aber auch interessantes und spannendes Jahr. Trotz der Corona-Pandemie ist es mir gelungen, einen sehr guten Einblick in das Unternehmen zu erlangen und über

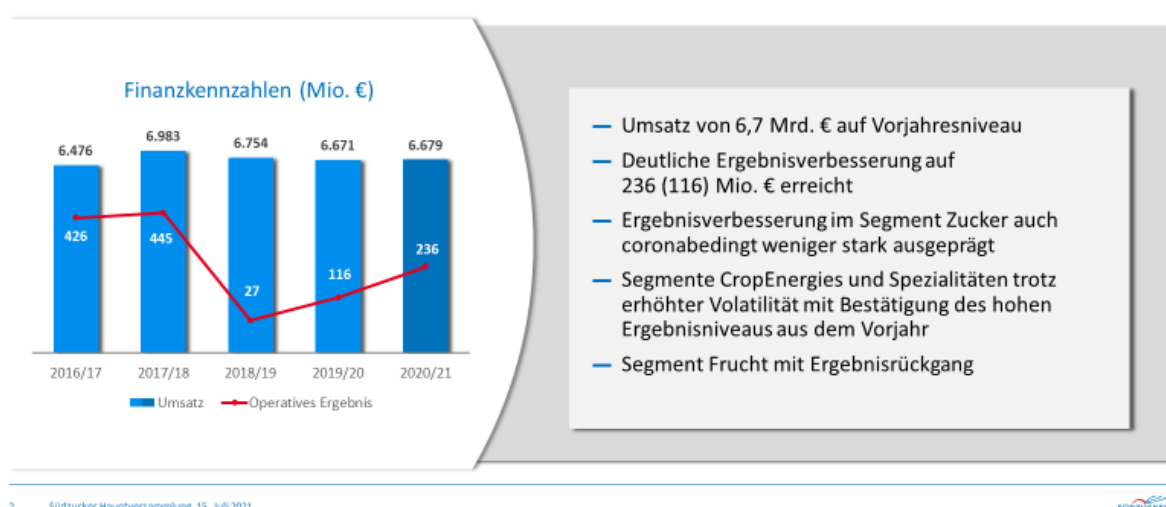
zahlreiche Mitarbeitergespräche tief in das Unternehmen hineinzuhören. Unsere intensiven Diskussionen im Rahmen der Strategie 2026 PLUS haben ebenfalls maßgeblich dazu beigetragen.

Wie bereits im letzten Jahr angekündigt, haben wir die Konzernstrategie überarbeitet. Obwohl der Strategieprozess noch nicht vollends abgeschlossen ist, werde ich Ihnen später einen Einblick in die bisherigen Ergebnisse geben. Ebenso zum Themenkomplex Nachhaltigkeit, der hiermit eng verknüpft ist. Daneben begreift Südzucker auch das Thema Digitalisierung als Herausforderung und Chance zugleich. Es wird in Zukunft noch mehr zum Schwerpunktthema werden. Wir sind daher sehr froh, dass Frau Arnold unser Vorstandsteam seit dem 1. Mai 2021 verstärkt und das Thema Digitalisierung mit großer Expertise in ihrem Ressort verantwortet. Wir heißen sie und Herrn Mühleisen, den neuen AGRANA-CEO und international erfahrenen Manager in der Ernährungsbranche, der seit dem 1. Juni 2021 ebenfalls dem Südzucker-Vorstand angehört, herzlich willkommen. Gleichzeitig möchten wir uns an dieser Stelle auch bei unserem langjährigem Vorstandsmitglied Johann Marihart für sein Engagement als AGRANA-Vorstandsvorsitzender und Südzucker-Vorstand herzlich bedanken. Wir wünschen Herrn Marihart alles Gute für seinen neuen Lebensabschnitt.

An dieser Stelle möchte ich auch betonen, dass wir als Vorstand sehr stolz sind, was unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in diesem schwierigen Pandemie-Umfeld insbesondere durch ein außergewöhnlich hohes Engagement, auch im Zusammenspiel mit unseren Kunden, unseren Rohstofflieferanten und unseren Landwirten erreicht haben. In jeder Phase dieser Pandemie waren wir in der Lage, unserer Verpflichtung als Produzent von Lebensmitteln nachzukommen und unsere Kunden und damit die Verbraucher mit unseren Produkten zu versorgen. Es ist uns bewusst, dass die Corona-Pandemie für alle sehr belastend war und weiterhin ist. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben die beruflichen und privaten Herausforderungen dabei außerordentlich gut gemanagt, obwohl der Spagat zwischen Beruf und Familie viele an ihre Belastungsgrenze geführt hat. Wir möchten uns deshalb an dieser Stelle erneut ganz herzlich für ihr Engagement in dieser schwierigen Situation bedanken.

**Kommen wir nun zur konkreten Entwicklung des Geschäftsjahres 2020/21.**

## Konzernbetrachtung – Geschäftsjahr 2020/21



Unsere Diversifizierungsstrategie hat sich auch in Pandemie-Zeiten für den Gesamtkonzern bewährt. Auf Konzernebene haben wir mit 6,7 Mrd. € einen Umsatz auf Vorjahresniveau erzielt.

Während der Umsatz in den Segmenten CropEnergies und Frucht moderat bzw. leicht zurück ging und im Segment Zucker auf Vorjahresniveau lag, stieg er im Segment Spezialitäten leicht an.

Besonders hinweisen möchte ich auf die Verbesserung des Ergebnisses im Segment Zucker. Hierdurch stieg das operative Konzernergebnis deutlich auf 236 Mio. €. Ein moderater Rückgang des operativen Ergebnisses im Segment Frucht wurde durch die leichten Ergebnisverbesserungen in den Segmenten Spezialitäten und CropEnergies mehr als ausgeglichen. Somit konnten die Nicht-Zucker-Segmente das bereits hohe Vorjahresniveau insgesamt bestätigen.

### Konzern – Jahresziele 2020/21 erreicht

	Ausblick 2020/21	Ist 2020/21	
<b>Umsatz</b>	6,6-6,8 Mrd. €	<b>6,7 Mrd. €</b>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>EBITDA</b>	550-600 Mio. €	<b>597 Mio. €</b>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Operatives Ergebnis</b>	190-240 Mio. €	<b>236 Mio. €</b>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Investitionen in Sachanlagen</b>	~ 300 Mio. €	<b>285 Mio. €</b>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Cashflow/Umsatz</b>	> 5 %	<b>7,1 %</b>	<input checked="" type="checkbox"/>

3 Südzucker Hauptversammlung, 15. Juli 2021


SÜZZUCKER

Damit können wir sagen: Wir haben trotz des schwierigen Umfelds unsere Prognose bezüglich Umsatz, EBITDA und operativem Ergebnis erreicht. Auch beim Capex und dem Verhältnis Cashflow zu Umsatz lagen wir im Rahmen unserer Erwartungen.

Bevor ich zur Entwicklung der einzelnen Segmente im Detail komme, möchte ich Ihnen einen Statusbericht hinsichtlich Corona-Pandemie und politischem Umfeld geben.

---

## Corona-Pandemie



- Frühzeitige Einleitung von Maßnahmen erfolgreich
- Priorität Gesundheitsschutz der Mitarbeitenden
- Lieferfähigkeit durch Einsatzbereitschaft der Mitarbeitenden durchgehend gewährleistet
- Geschäftsjahresbeginn März, daher **2020/21** durch Corona-Pandemie bereits 12 Monate betroffen
- **2021/22:** Einfluss nimmt im Jahresverlauf ab

4 Südzucker Hauptversammlung, 15. Juli 2021



Das Thema Corona beschäftigt uns auch im aktuellen Geschäftsjahr 2021 /22. Wenngleich wir davon ausgehen, dass durch verminderte Infektionszahlen die Relevanz abnimmt, möchte ich an dieser Stelle trotzdem nochmals betonen, dass an allererster Stelle der Schutz der Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stand und steht. So bieten wir, beispielsweise in Deutschland, unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern betriebliche Impfungen an.

Die vom Vorstand frühzeitig eingeleiteten weitreichenden Maßnahmen haben sich im gesamten vergangenen Geschäftsjahr bewährt. Somit konnten wir jederzeit die Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bestmöglich schützen und gleichzeitig unserer gesellschaftlichen Verantwortung innerhalb der kritischen Infrastruktur nachkommen. Wir waren während der Pandemie bis heute voll funktionsfähig und durchgehend lieferfähig.

Unser Dank richtet sich an dieser Stelle nochmals an unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie haben nicht nur durch Zusatzschichten die zusätzliche Nachfrage nach unseren Produkten wie Pizza, Zucker oder Ethanol für Desinfektionszwecke erfüllt, sondern auch alle Schutzmaßnahmen, z. B. Hygiene- und Abstandsregeln, diszipliniert und vorbildlich eingehalten. In der praktischen Umsetzung konnten wir zudem in vielen Fällen auf ihre herausragende Kreativität und ihren Einfallsreichtum setzen.

---

## Politisches Umfeld

### Entwicklungen in der Agrar- und Ernährungspolitik

#### Agrarpolitik

- Wettbewerbsfähige Landwirtschaft essentiell für das Geschäftsmodell
- Green Deal-Strategie der EU adressiert neue Regelungen
  - Düngemiteleinsatz
  - Einsatz von Pflanzenschutzmitteln
  - Steigerung des Bio-Anbaus
- Agrarzahungen zukünftig geknüpft an zusätzliche Umweltauflagen

#### Ernährungspolitik

- Erweiterung des Nachhaltigkeitsbegriffs um Ernährungsthemen
- Lebensmittelkennzeichnung: Ringen um neue Ausrichtung auf europäischer Ebene
- Nährwertprofile und Höchstgrenzen für einzelne Inhaltsstoffe in Diskussion
- Einführung von Zuckersteuern in unterschiedlichen Ländern weltweit
- Ausgewogenes Verhältnis von Kalorienaufnahme und –verbrauch durch Ernährung und Bewegung ist Schlüssel zur Vermeidung von Krankheiten

Lassen sie mich nun ein paar Worte zum politischen Umfeld sagen, sofern es für unser Unternehmen eine besondere Bedeutung besitzt.

Als Unternehmen in der Agrar-, Lebensmittel- und Energiebranche sind wir von den politischen Rahmenbedingungen der Märkte, in denen wir tätig sind, beeinflusst. Das gilt besonders mit Blick auf die Ernährungs- und Landwirtschaftspolitik. Diese Rahmenbedingungen haben in unterschiedlichen Ausprägungen direkten Einfluss auf das Marktumfeld der Segmente Zucker, Spezialitäten, CropEnergies und Frucht. Vor allem in den Bereichen Ernährung und Landwirtschaft bestehen aktuell Bestrebungen, die Regelungsdichte weiter zu erhöhen.

Die EU-Kommission hat durch ihre politischen Ambitionen im Bereich des Green Deals und bei der gemeinsamen Agrarpolitik, GAP, ab 2022 Vorgaben zum verringerten Einsatz von Düngemitteln und Pflanzenschutz gemacht, sowie den massiven Ausbau des ökologischen Landbaus und die zukünftige Verteilung von Agrarzahungen adressiert. Als Verarbeiter agrarischer Rohstoffe ist unsere Wettbewerbsfähigkeit eng mit der unserer vorgelagerten Wertschöpfungskette verknüpft. Dabei stehen wir einer Weiterentwicklung der Landwirtschaft hin zu einer noch nachhaltigeren Ausrichtung nicht im Wege. Dennoch fordern wir, die geplanten Maßnahmen mit Augenmaß und für die Landwirte auch umsetzbar und wettbewerbsfähig – zumindest im EU-Vergleich – zu gestalten.

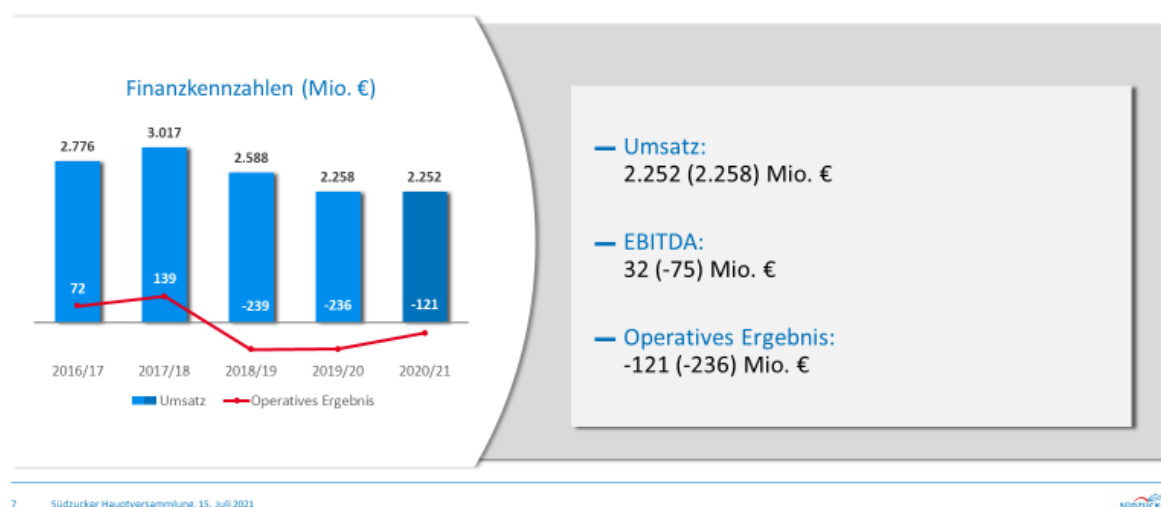
Der Begriff der Nachhaltigkeit bezieht sich bei der EU jedoch nicht nur auf rein ökologisch-landwirtschaftliche Themen. So werden im Rahmen der Farm-to-Fork-Strategie, eine Initiative des Green Deals, auch Aspekte aus dem Bereich der Ernährungspolitik thematisiert. Das sind zum Beispiel neue Regeln zur erweiterten Lebensmittelkennzeichnung, Pläne zur Bekämpfung von Lebensmittelverschwendung und zur Einschränkung von Lebensmittelwerbung sowie Vorhaben zur Etablierung von Nährwertprofilen mit Höchstgrenzen für einzelne Inhaltsstoffe. Dabei steht für uns – wie auch die Wissenschaft – fest, dass es keine guten und schlechten Lebensmittel gibt, sondern nur eine gesunde oder ungesunde Ernährung. Diese ist wiederum in Verbindung mit ausreichend Bewegung der Schlüssel zur richtigen Balance zwischen Kalorienaufnahme und Kalorienverbrauch und damit zur Vermeidung von Krankheiten – und nicht die Stigmatisierung einzelner Inhaltsstoffe. Was wir als Gesellschaft brauchen, ist eine ganzheitliche Betrachtungsweise der Ernährungssituation. Passend zu diesem Thema haben in den vergangenen Jahren verschiedene EU-Länder durch eine Erhöhung der Verbrauchssteuern oder

durch spezielle Herstellerabgaben bestimmte zuckerhaltige Getränke belastet. Auch weltweit führten viele Länder zusätzliche Steuern auf zuckerhaltige Lebensmittel bzw. Getränke ein. Es ist uns jedoch keine wissenschaftliche Studie bekannt, die eine Gewichtsabnahme in der Bevölkerung durch diese Maßnahmen belegt. Wir beobachten diese vielfältigen ernährungspolitischen Entwicklungen aufmerksam und berücksichtigen sie bei unternehmerischen Entscheidungen.

### Nun zu den Segmenten im Detail.

Beginnen möchte ich mit dem Segment Zucker. Hier sind wir zwar auf dem richtigen Weg, der Umsatz und das Ergebnis im Berichtsjahr stellen uns jedoch keineswegs zufrieden.

## Segment Zucker – Geschäftsjahr 2020/21



Der Umsatz lag auf Vorjahresniveau. Dabei stand gestiegenen Zuckererlösen eine deutlich geringere Absatzmenge gegenüber. Der Absatzrückgang geht einerseits auf die geringere Zuckererzeugung in den Kampagnen 2019 und 2020 zurück. 2019 war die Zuckererzeugung anbau- und ertragsbedingt gesunken, 2020 ging sie vor dem Hintergrund der Werksstilllegungen nach der Kampagne 2019 bei wiederum schwachen Rübenenerträgen nochmals über das erwartete Niveau zurück. Andererseits war der Rückgang der Nachfrage der zuckerverarbeitenden Industrie infolge der Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie deutlich höher als die kurzfristig positiven Impulse aus Hamsterkäufen im Einzelhandel zu Beginn des Geschäftsjahres.

Der operative Verlust konnte dennoch deutlich auf -121 Mio. € reduziert werden. Die Verbesserung wird maßgeblich von den höheren Zuckererlösen infolge der Preiserhöhungen jeweils zu Beginn der Zuckerwirtschaftsjahre 2019/20 und 2020/21 getragen.



## Segment Zucker – Geschäftsjahr 2020/21



- Erfolgreiche Umsetzung der Restrukturierungsmaßnahmen
  - Werksschließungen
  - Reduzierung administrativer Kosten
  - Refokussierung auf europäischen Markt
- Belastungen durch temporär coronabedingten Nachfragerückgang und Ernteausfälle
- Verbesserung des Marktumfelds (Weltmarkt und EU)
- Einrichtung der „neuen Division Zucker“

8 Südzucker Hauptversammlung, 15. Juli 2021



Somit haben wir trotz der belastenden Rahmenbedingungen zumindest eine Teilstrecke auf dem Weg zu einem positiven operativen Ergebnis zurückgelegt. Beim Ergebnis vor Zinsen und Abschreibungen, dem EBITDA, konnten wir bereits wieder schwarze Zahlen schreiben.

Ein wichtiger Baustein hierbei war der 2019 beschlossene Restrukturierungsplan, der eine Fokussierung auf den europäischen Zuckermarkt und weniger Exporte zum Ziel hatte. Diese machte eine Anpassung unserer Fabrik- und Verwaltungsstrukturen notwendig. Auf der einen Seite konnte so der strukturelle Überschuss im EU-Zuckermarkt reduziert werden. Auf der anderen Seite wurde unsere Kostenstruktur weiter verbessert.

Diesen Restrukturierungsplan haben wir mittlerweile erfolgreich umgesetzt. Darüber hinaus haben wir weitere Optimierungsmöglichkeiten identifiziert, die bereits teilweise in der Umsetzung sind und zu weiteren Verbesserungen führen werden. Ursprüngliche und zusätzlich identifizierte Maßnahmen sowie unsere neue Konzernstrategie 2026 PLUS bauen dabei aufeinander auf.

Im zurückliegenden Jahr waren wir aber auch mit weiteren Belastungen wie einer coronabedingt temporär niedrigeren Zuckernachfrage etwa durch den Wegfall von Großveranstaltungen und Urlauben sowie einer Minderauslastung der Werke aufgrund von Ernteausfällen konfrontiert. Gerade die anhaltende Trockenheit und der zunehmende Schädlingsbefall stellten unsere Anbauer vor Probleme.

Dies wirkte der Verbesserung im Zuckermarktumfeld auf dem EU- und Weltmarkt und der weiter vorhaltenden Defizitsituation entgegen.

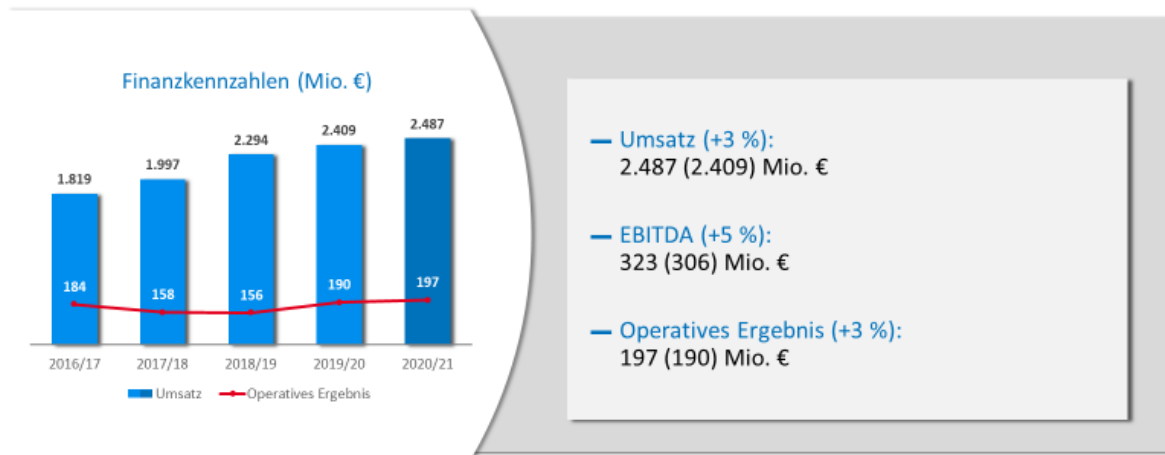
Im Rahmen der neuen Ressortzuteilung im Vorstand tragen wir den veränderten Herausforderungen Rechnung und stellen uns zudem im Bereich Zucker noch schlagkräftiger auf. Unsere neue Division Zucker wird durch schlankere Strukturen und Prozesse noch effizienter, um damit noch schneller zu Ergebnisverbesserungen beizutragen.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, kommen wir nun zu unseren Nicht-Zucker-Segmenten:

Spezialitäten, CropEnergies und Frucht. Deren Ergebnisse zeigen, dass unsere Diversifizierungsstrategie der richtige Weg ist, um unsere Zukunft erfolgreich zu gestalten.

Schauen wir nun auf die Details und beginnen mit dem Segment Spezialitäten.

## Segment Spezialitäten – Geschäftsjahr 2020/21



10 Südzucker Hauptversammlung, 15. Juli 2021

SÜDZUCKER

Mit der Performance im Segment Spezialitäten sind wir erneut sehr zufrieden. So konnte das bereits hohe Umsatz- und Ergebnisniveau des Vorjahres nochmals gesteigert werden.

Der Umsatz im Segment Spezialitäten lag leicht über Vorjahr. Dieser Anstieg wurde insbesondere durch die erfreuliche Absatzentwicklung bei Tiefkühlpizzen sowie die im Verlauf des Vorjahres in Betrieb genommenen Kapazitätserweiterungen im Bereich Stärke unterstützt.


Auch das operative Ergebnis hat leicht zugelegt. Dabei konnten einzelne Produkte wie insbesondere Tiefkühlpizzen von den Maßnahmen zur Eindämmung der Ausbreitung des Coronavirus profitieren, wohingegen sich bei anderen Produktgruppen wie Portionsartikeln deutliche Belastungen ergaben.



Schauen wir nun auf die Entwicklung in den einzelnen Divisionen.

## Segment Spezialitäten – BENE0

Geschäftsentwicklung 2020/21



The slide features the Beneo logo on the left, which consists of the word "beneo" in a blue, lowercase sans-serif font, with a green leaf-like icon to its right. Below the logo is the tagline "connecting nutrition and health" in a smaller, grey font. To the right of the logo is a circular image showing a variety of colorful, multi-colored capsules or tablets in shades of blue, green, yellow, orange, and pink.

- Corona-Pandemie verstärkt Trend zu gesunder Ernährung unterstützt durch präbiotische Ballaststoffe, funktionelle Kohlenhydrate und texturgebende Reiszutaten sowie pflanzliche Proteine
- Investitionen in die Erweiterung der Produktions- und Lagerkapazitäten weiterhin in Umsetzung

11 Südzucker Hauptversammlung, 15. Juli 2021

SÜDZUCKER

BENE0 stellt vor allem funktionelle Lebensmittelzutaten her und ist aufgrund des globalen Auftritts Vertriebspartner weiterer Südzucker-Konzerngesellschaften. Damit ergibt sich eine exzellente Ausgangsposition für weitere Synergien innerhalb des Konzerns.

Der Trend zu gesunder Ernährung hat sich im Jahr 2020/21 weiter verstärkt. BENE0 bedient diesen Trend beispielweise durch Chicorée-basierte Ballaststoffe, texturgebende Reiszutaten sowie pflanzliche Proteine. Diese aus natürlichen Rohstoffen gewonnenen Inhaltsstoffe werden für ein breites Spektrum von Nahrungsmitteln verwendet, wie Milchprodukte, Cerealien, Backwaren oder auch Babynahrung, Brotaufstriche sowie Fleischersatz.

Wir sind davon überzeugt, dass die grundsätzlich positive Nachfragesituation bei BENE0 nur temporär durch die Corona-Pandemie in Teilbereichen belastet sein wird. Hier sei z. B. auf die vorübergehend schwierige Situation für Impulsartikel, z. B. Hustenbonbons, auch vor dem Hintergrund der ausgebliebenen Erkältungssaison hingewiesen. Daher werden wir die bereits vor der Corona-Pandemie getroffene Entscheidung beibehalten, in den nächsten Jahren in den Ausbau der Produktionskapazitäten zu investieren. Wir planen z. B., am pfälzischen Standort Offstein die Produktions- und Lagerkapazitäten zu erweitern.

## Segment Spezialitäten – Freiberger

Geschäftsentwicklung 2020/21



- Absatzsteigerungen in allen Märkten (Europa, UK, USA), teilweise pandemiebedingt
- Verbesserungen Produktmix (Spezialitäten)
- Sortimentsüberarbeitung und Fokussierung auf Prozesseffizienz
- Aufbau neuartiger Vertriebs-Partnerschaften in Deutschland
- Logistikoptimierung durch Inbetriebnahme des neuen Tiefkühlagers (Muggensturm)

12 Südzucker Hauptversammlung, 15. Juli 2021

SÜDZUCKER

Freiberger zählt zu den drei größten Herstellern von Tiefkühl- und Kühlpizza weltweit. Das Unternehmen ist Spezialist für Handelsmarken und Lieferant vieler führender Lebensmitteleinzelhändler vor allem in Europa und Nordamerika.

Nach einem erneut erfolgreichen Jahr schreitet bei Freiberger die Integration der Richelieu-Standorte in den USA weiter voran. Die identifizierten und bereits in Umsetzung befindlichen Optimierungsmaßnahmen unterstützen die positive Geschäftsentwicklung in diesem Markt.

Absatzsteigerungen konnten in allen Märkten erzielt werden, teilweise noch pandemiebedingt forciert. Die weiterhin positiven Mengenentwicklungen in der EU und in den USA nehmen wir zum Anlass, den bereits eingeleiteten Kapazitätsausbau konsequent weiter voranzutreiben.

Daneben haben wir den Artikelmix, vor allem im Spezialitätenbereich, verbessert und den Aufbau neuartiger Vertriebs-Partnerschaften vorangetrieben.

## Segment Spezialitäten – Stärke

Geschäftsentwicklung 2020/21



The logo for AGRA STÄRKE features the word 'AGRA' in a semi-circle above a stylized sunburst, with 'STÄRKE' below it. To the right is a circular image of green corn cobs with yellow kernels.

- Absatzrückgang bei Stärkeprodukten, insbesondere bei nativen und modifizierten Stärken, maßgeblich durch die Corona-Pandemie beeinflusst
- Trotzdem insgesamt Steigerung der Absatzmengen bei Hauptprodukten
- Produktion von Stärke und Verzuckerungsprodukten weiter gesteigert

13 Südzucker Hauptversammlung, 15. Juli 2021

SÜDZUCKER

Kommen wir nun zur Division Stärke. Unsere aus unterschiedlichen Rohstoffen erzeugten Stärken, Verzuckerungsprodukte, Ethanol sowie Nebenprodukte werden für unterschiedliche technische Anwendungen sowohl im Lebens- als auch im Futtermittelbereich eingesetzt.

Obwohl sich die Corona-Pandemie insbesondere bei nativen und modifizierten Stärken teilweise negativ ausgewirkt hat, konnten wir insgesamt eine Steigerung der Absatzmengen bei den Hauptprodukten verzeichnen.

Ebenfalls erfreulich ist, dass wir die Produktion bei Stärke und Verzuckerungsprodukten insgesamt weiter steigern konnten.

Somit erhöhen wir Schritt für Schritt auch den Auslastungsgrad der in den letzten Jahren neu aufgebauten Kapazitäten. Durch Investitionen in Höhe von rund 400 Mio. € zwischen 2013 und 2019 haben wir diesen Bereich für ein nachhaltiges Wachstum in den nächsten Jahren bestens positioniert.

---

## Segment Spezialitäten – PortionPack Europe Group

Geschäftsentwicklung 2020/21



The image shows the PortionPack Europe Group logo, which consists of the text 'PortionPack Europe Group' next to a globe icon. Below the logo is a circular inset image of a coffee cup with a latte art design, a small orange, and a chocolate bar.

- Durch Corona-Pandemie stark belasteter „Außer-Haus-Markt“ führt zu deutlichem Absatzrückgang
- Derzeitig Konzentration auf Kostenmanagement, Portfolio-Erweiterung (z.B. Desinfektionsartikel) und Erschließung neuer Kundengruppen im Bereich Contract-Packing
- Erfahrungen aus erstem Lockdown zeigen schnelle Erholung der Nachfragesituation im Kernsegment HORECA während Restart-Phase. Portionsartikel sind hier wichtiger Bestandteil der Hygienekonzepte.

14 Südzucker Hauptversammlung, 15. Juli 2021

SÜDZUCKER

Die vierte und letzte Division im Segment Spezialitäten ist die PortionPack Europe Group. PortionPack ist auf den sogenannten HORECA-Bereich ausgerichtet, der Hotels, Restaurants und Catering umfasst. Weil dieser durch die Corona-Pandemie am stärksten getroffen wurde, bewegte sich auch PortionPack in einem stark belasteten Umfeld.

Das „Außer-Haus-Geschäft“ führte somit zu einem deutlichen Absatzrückgang.

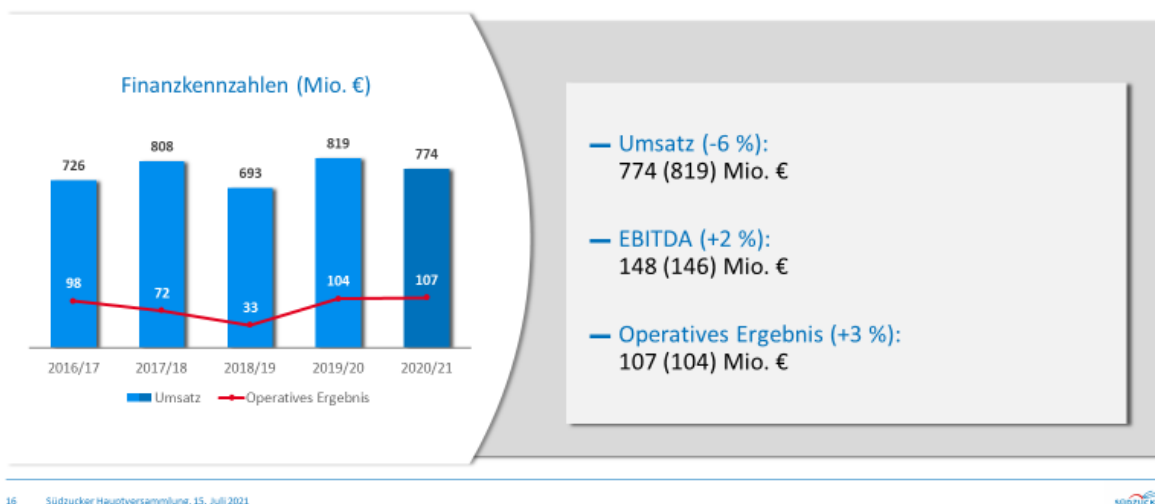
Vor diesem Hintergrund wurde ein verstärktes Augenmerk auf das Kostenmanagement gelegt. Daneben wurden die Portfolio-Erweiterung und die Erschließung neuer Kundengruppen forciert, beispielsweise durch portionierte Desinfektionsprodukte.

So stark Portionsartikel während der Lockdown-Phasen betroffen waren, so schnell können sie sich bei entsprechender Lockerung der Maßnahmen aber auch wieder erholen.

Nach dem Segment Spezialitäten kommen wir nun zum Segment CropEnergies.

Insgesamt konnte CropEnergies nach dem Ergebnisrekord in 2019/20 mit einem weiteren Ergebnis-Rekordjahr in 2020/21 aufwarten.

### Segment CropEnergies – Geschäftsjahr 2020/21



Der Umsatz ging aufgrund des Absatzrückgangs moderat zurück.

Das starke operative Ergebnis des Vorjahres konnte allerdings nochmals übertroffen werden. Die Margen konnten trotz höherer Nettorohstoffkosten gesteigert werden, sodass die rückläufigen Absatzmengen mehr als ausgeglichen werden konnten.

### Segment CropEnergies – Geschäftsjahr 2020/21



Als der führende europäische Hersteller von erneuerbarem Ethanol für den Kraftstoffsektor trägt CropEnergies maßgeblich zur Treibhausgaseinsparung im Straßenverkehr bei. Zum Produktportfolio unserer Tochterfirma zählt außerdem die Produktion von Neutralalkohol, eiweißhaltigen Lebens- und Futtermitteln sowie flüssigem CO<sub>2</sub>. Im vergangenen Jahr hat CropEnergies seine Neutralalkoholproduktion für den Desinfektionsmittelmarkt ausgeweitet und somit, auch durch Desinfektionsmittelspenden, einen wichtigen Beitrag in der Corona-Pandemie geleistet.

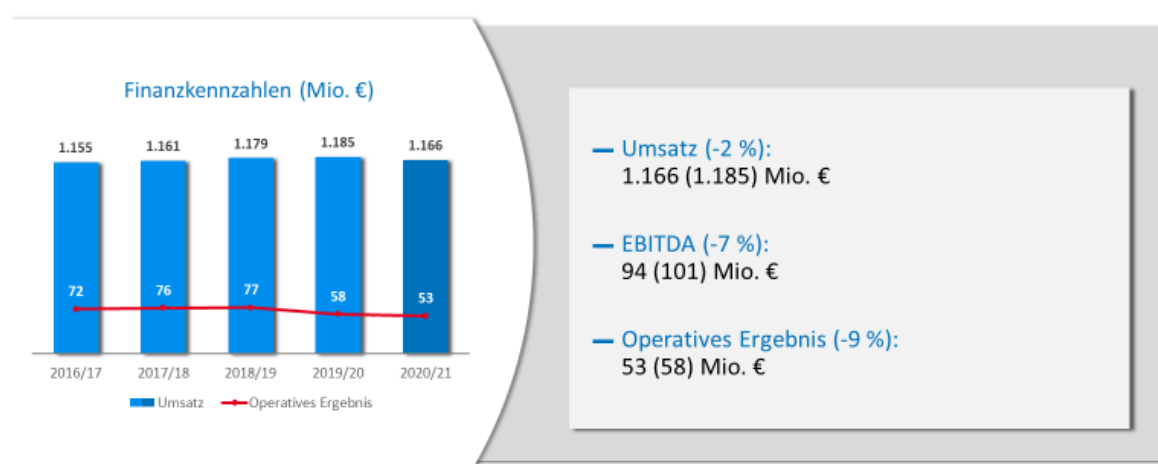
Wenngleich die Corona-Pandemie in der öffentlichen Diskussion viele andere Themen überlagert, nahm die Klimadebatte in den letzten 12 Monaten wieder deutlich zu. Dies wurde auch durch die Rückkehr der USA zum Pariser Klimaabkommen unterstützt.

In diesem Zuge hat die Nachfrage nach CO<sub>2</sub>-armen Kraftstoffen strukturell weiter zugenommen, deren Beitrag zum Klimaschutz sich auch immer mehr europäische Staaten und das Vereinigte Königreich zur Erfüllung ihrer Klimaschutzziele zu eigen machen.

Wie im Verlauf des letzten Jahres, deuten die aktuell angekündigten und teilweise schon durchgeführten Lockerungen der Reiserestriktionen darauf hin, dass im Jahresverlauf die Mobilitätseinschränkungen Schritt für Schritt reduziert werden. Aus unserer Sicht wird sich dann die Nachfrage nach erneuerbarem Ethanol als beigemischtetem Kraftstoffbestandteil deutlich erhöhen.

**Abschließend zum Segmentüberblick kommen wir nun zum Segment Frucht.**

### Segment Frucht – Geschäftsjahr 2020/21



Insgesamt blieb der Umsatz im Segment Frucht leicht unter dem Vorjahresniveau. Das operative Ergebnis reduzierte sich moderat. Bei den Fruchtzubereitungen konnten leicht rückläufige Absätze bei einem herausfordernden Umfeld durch Kosteneinsparungen mehr als ausgeglichen werden. Bei den Fruchtsaftkonzentraten verringerten sich die Margen trotz gestiegener Erlöse infolge der höheren Rohstoffpreise. Zudem wirkten deutlich geringere Absatzmengen ergebnisbelastend.

## Segment Frucht – Geschäftsjahr 2020/21



- Umsatzentwicklung trotz Corona-Pandemie nur leicht rückläufig
- Margenrückgang infolge höherer Rohstoffpreise
- Fruchtzubereitungen mit Diversifikation im Non-Dairy-Bereich vorangetrieben
- Kostensenkungsprogramm fortgesetzt

20 Südzucker Hauptversammlung, 15. Juli 2021

SÜDZUCKER

Die Absatzmärkte für Fruchtzubereitungen sind insbesondere Molkereiprodukte, Eiscremes, Backwaren und Food Services. Diese werden weiterhin durch mehrere wesentliche Konsumtrends beeinflusst, vor allem denen zu Natürlichkeit, Nachhaltigkeit, Gesundheit, Genuss sowie Convenience. Zusätzliche Wachstumschancen ergeben sich durch den Trend zu pflanzlich basierten Produkten im Non-Dairy-Bereich. Diese wollen wir zukünftig zusätzlich ausschöpfen.

Im eher handelsorientierten und daher grundsätzlich volatilieren Bereich Fruchtsaftkonzentrate – und hier speziell im Bereich der Apfelsaftkonzentrate – verzeichneten wir Absatzrückgänge. Dies lag an der nur zögerlichen Kontrahierung von Fruchtsaftkonzentraten durch unsere Kunden im Herbst 2020 während der erneuten Lockdown-Phase. Das eingeleitete Kostensenkungsprogramm wird weiter fortgesetzt und wirkt dem reduzierten Ergebnistrend positiv entgegen.

## Konzern – Weitere Finanzkennzahlen 2020/21

(Mio. €)	2020/21	2019/20	+/- in %
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>236</b>	<b>116</b>	<b>&gt; 100</b>
Restrukturierung/Sondereinflüsse	-40	-19	> 100
Ergebnis aus at Equity einbezogenen Unternehmen	-126	-49	> 100
<b>Ergebnis der Betriebstätigkeit</b>	<b>70</b>	<b>48</b>	<b>46</b>
Finanzergebnis	-49	-39	26
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>&gt; 100</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-57	-64	-11
<b>Konzernjahresüberschuss</b>	<b>-36</b>	<b>-55</b>	<b>-35</b>
Ergebnis je Aktie (€)	-0,52	-0,60	-13
Cashflow je Aktie (€)	2,32	1,82	27
ROCE	3,8%	1,8%	
Nettofinanzschulden	1.511	1.570	-4
Eigenkapitalquote	44,5%	43,6%	

21 Südzucker Hauptversammlung, 15. Juli 2021

SÜDZUCKER



Zum Abschluss der Betrachtung des Geschäftsjahres 2020/21 möchte ich Ihnen einen Überblick über die weiteren Finanzkennzahlen geben. Wie eingangs dargestellt, konnten wir das operative Ergebnis deutlich von 116 Mio. € auf nun 236 Mio. € steigern.

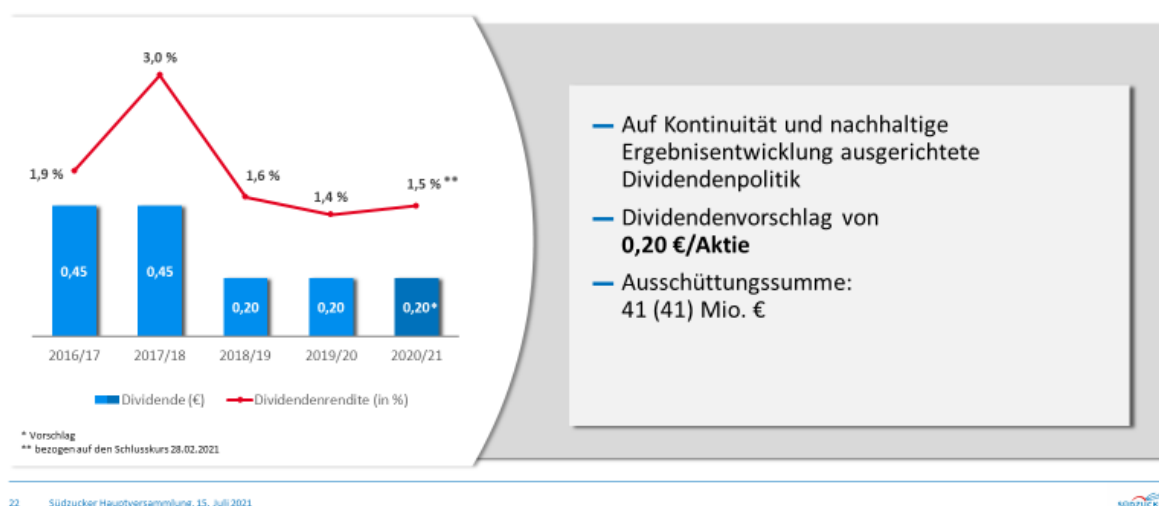
Die coronabedingten Verzögerungen bei der Umsetzung der bereits im Herbst 2019 angekündigten strategischen Neuausrichtung bei unserer at-Equity-Beteiligung ED&F Man, führte neben dem profitablen Handelsgeschäft im Geschäftsjahr 2020/21 insgesamt zu weiteren Belastungen.

Der Konzernjahresüberschuss beläuft sich nun auf minus 36 Mio. € gegenüber minus 55 Mio. € im Vorjahr.

Meine sehr verehrten Aktionärinnen und Aktionäre, mit Blick auf die Finanzkennzahlen lässt sich insgesamt festhalten:

Die Diversifizierung hilft uns auch durch schwierige wirtschaftliche Phasen und stabilisiert den Gesamtkonzern. Außerdem zeigen – wie schon gesagt – die bereits eingeleiteten Maßnahmen im Zuckersegment Wirkung.

### Dividendenvorschlag 2020/21



Die beschriebene Ergebnissituation spiegelt sich in unserem Dividendenvorschlag wider. Wir, Aufsichtsrat und Vorstand, schlagen Ihnen vor, wie schon im vergangenen Jahr eine Dividende in Höhe von 0,20 € je Aktie auszuschütten.

Auf der Grundlage von 204,2 Mio. ausgegebenen Stückaktien ergibt sich daraus erneut eine Ausschüttungssumme von 41 Mio. €. Mit diesem Vorschlag wollen wir einerseits signalisieren, dass die Dividendenpolitik Ihrer Südzucker auf Kontinuität ausgerichtet ist. Zugleich sind wir überzeugt, damit auch unserer Verpflichtung zu einer nachhaltigen Ergebnisentwicklung nachzukommen.

Mit der Vorstellung des Dividendenvorschlags bin ich bereits bei Punkt 2 unserer heutigen Tagesordnung und komme nun zu einer kurzen Erläuterung der weiteren Tagesordnungspunkte.

---

## Tagesordnung

- |              |  |
|--------------|--|
| <b>TOP 1</b> | Vorlage des festgestellten Jahresabschlusses und des Lageberichts (einschließlich der Erläuterungen zu den Angaben nach § 289a Abs. 1 Handelsgesetzbuch) für das Geschäftsjahr 2020/21, des gebilligten Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts (einschließlich der Erläuterungen zu den Angaben nach § 315a Abs. 1 Handelsgesetzbuch) für das Geschäftsjahr 2020/21 und des Berichts des Aufsichtsrats |
| <b>TOP 2</b> | Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinns   |
| <b>TOP 3</b> | Beschlussfassung über die Entlastung der Mitglieder des Vorstands für das Geschäftsjahr 2020/21  |
| <b>TOP 4</b> | Beschlussfassung über die Entlastung der Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2020/21  |
| <b>TOP 5</b> | Beschlussfassung über die Wahl des Abschlussprüfers und des Konzernabschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2021/22 sowie des Prüfers für eine etwaige prüferische Durchsicht von unterjährigen Finanzinformationen  |
| <b>TOP 6</b> | Beschlussfassung über die Billigung des neuen Vergütungssystems für die Vorstandsmitglieder  |
| <b>TOP 7</b> | Beschlussfassung über die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder  |
| <b>TOP 8</b> | Beschlussfassung über die Erweiterung der Ermächtigung der Gesellschaft zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien sowie über den Ausschluss des gesetzlichen Bezugsrechts der Aktionäre   |

Nach dem Beschluss zur Verwendung des Bilanzgewinns unter Tagesordnungspunkt 2 bitten wir Sie unter den Tagesordnungspunkten 3 und 4 um die Entlastung des Vorstands und des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2020/21.

Unter Tagesordnungspunkt 5 steht die Wahl des Abschlussprüfers und des Konzernabschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2021/22 sowie des Prüfers für eine etwaige prüferische Durchsicht von unterjährigen Finanzinformationen an.

Tagesordnungspunkt 6 betrifft die Beschlussfassung über die Billigung des neuen Vergütungssystems für die Vorstandsmitglieder.

Als Tagesordnungspunkt 7 steht die Beschlussfassung über die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder auf der Agenda.

Unter dem letzten Tagesordnungspunkt 8 wird die Erweiterung der Ermächtigung der Gesellschaft zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien sowie über den Ausschluss des gesetzlichen Bezugsrechts der Aktionäre vorgeschlagen. Dies hängt mit der Aktiengewährung gemäß dem neuen Vorstandsvergütungssystem zusammen.

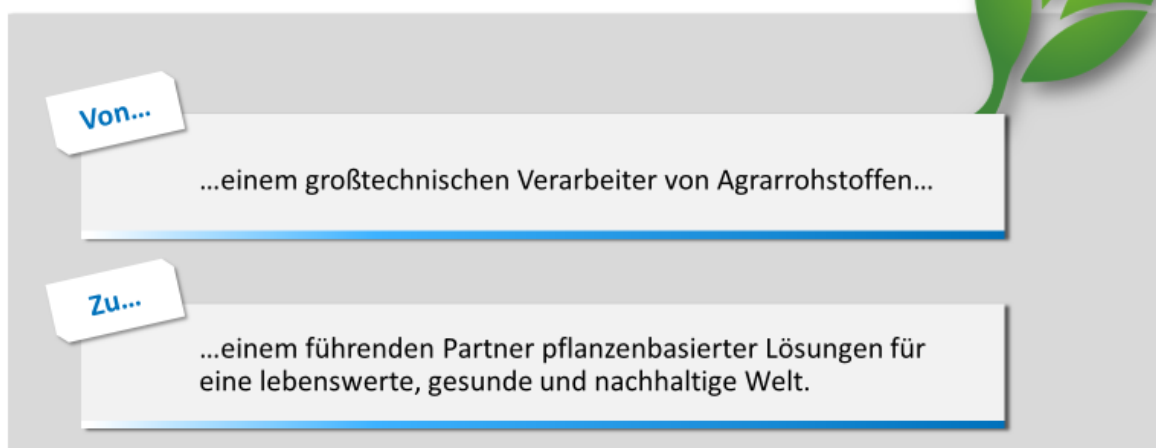
Unser Aufsichtsratsvorsitzender, Herr Dr. Gebhard, wird Ihnen nachher nähere Erläuterungen zum neuen Vorstands-Vergütungssystem und zur Aufsichtsratsvergütung geben.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

wie bereits am Anfang meines Vortrags angekündigt, möchte ich Ihnen nun einen Einblick in unsere Strategie 2026 PLUS geben. Danach werde ich meine Präsentation mit einem Blick auf das bereits abgeschlossene 1. Quartal und die Prognose für das Geschäftsjahr 2021 /22 abschließen.

## Strategie 2026 PLUS

*Transformation eingeleitet*



24 Südzucker Hauptversammlung, 15. Juli 2021

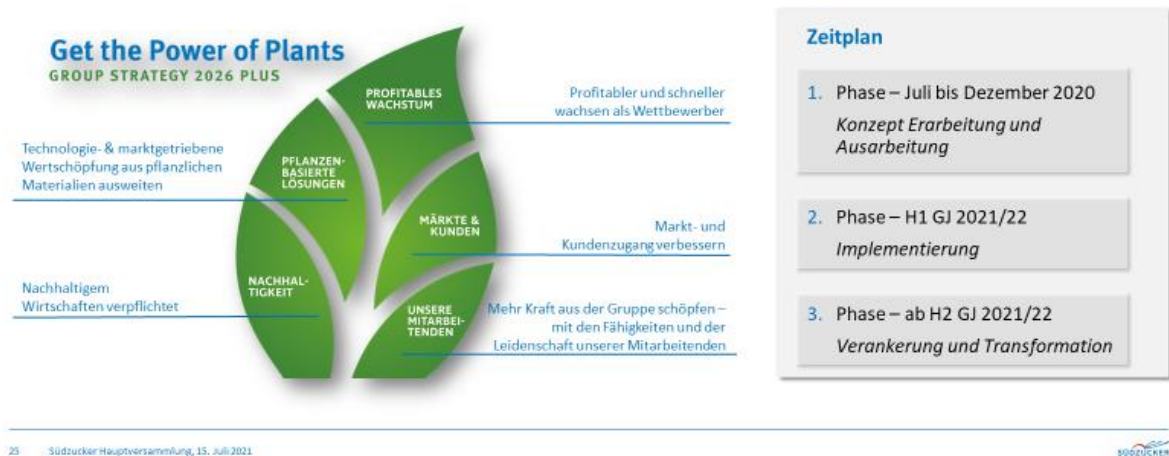
SÜDZUCKER

Aufbauend auf unseren Stärken als diversifizierte Unternehmensgruppe sowie dem Know-how und den Erfahrungen unserer Mitarbeiter, haben wir unser Zukunftsprogramm Group Strategy 2026 PLUS entwickelt. Damit hat sich die Südzucker-Gruppe ehrgeizige Ziele gesetzt und einen zukunftsweisen- den Veränderungsprozess eingeleitet. Der Zeithorizont unserer Strategie unterstreicht ein zukunftsge- richtetes, langfristig angelegtes Denken und Handeln.

Was wollen wir mit der Strategie 2026 PLUS erreichen? Wir wollen die Südzucker-Gruppe von einem großtechnischen Verarbeiter von Agrarrohstoffen zu einem führenden Partner pflanzenbasierter Lö- sungen für eine lebenswerte, gesunde und nachhaltige Welt weiter entwickeln. Um dieses Ziel zu errei- chen werden wir uns vornehmlich auf 5 Handlungsfelder konzentrieren.

## Strategie 2026 PLUS – Kernelemente

### 5 strategische Handlungsfelder



Diese strategischen Handlungsfelder sind die Basis für ein profitables Wachstum. Die Einheiten unserer Segmente haben im Rahmen unserer Umsatz- und Ergebnisplanung ein Wachstum bis 2026 und darüber hinaus beschrieben. Dieses Wachstum basiert auf einer stärkeren Markt- und Kundenorientierung, der Innovationskraft aus pflanzenbasierten Rohstoffen und den Fähigkeiten unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

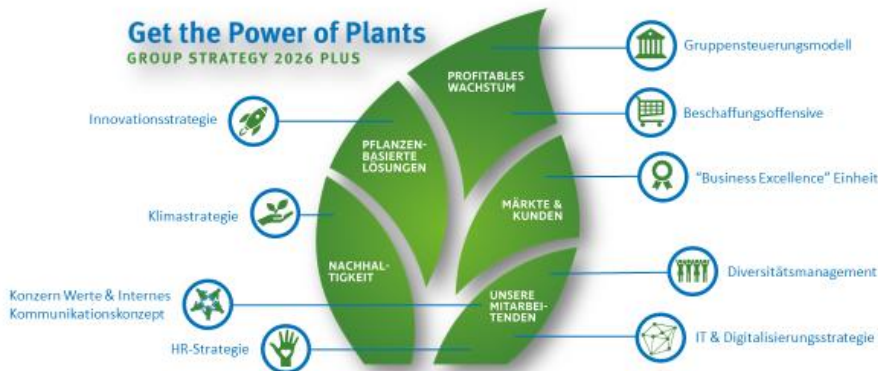
Das alles im Rahmen der Unternehmensverpflichtung zur Nachhaltigkeit.

Bevor ich zu den Inhalten komme, möchte ich eine zeitliche Einordnung vornehmen. Vor einem Jahr hatte ich Ihnen an dieser Stelle die Überprüfung der Konzernstrategie angekündigt. Den entsprechenden Prozess haben wir Mitte des letzten Jahres gestartet. Nach der Ausarbeitung des Konzepts haben wir nun mit der Implementierung begonnen. Die Verankerung und notwendige Transformation wird im Jahresverlauf stattfinden. Ich möchte daher bereits an dieser Stelle um Verständnis bitten, dass es zum aktuellen Zeitpunkt noch zu früh ist, um über Zahlen zu sprechen. Ich kann Ihnen allerdings heute schon zusagen, dass wir bereits im Geschäftsjahr 2021/22 erste positive Impulse aus dem Strategieprozess erwarten. Ich möchte an dieser Stelle auch auf weitere ausführliche Informationen und Darstellungen im Geschäftsbericht verweisen, auf die ich hier aus Zeitgründen nicht eingehen kann.

Die Grundlage unserer Strategie ist unser neues Leitbild. Es bildet den Rahmen für die Weiterentwicklung der Südzucker-Gruppe: Sie wird kundennäher, innovativer, nachhaltiger und noch konsequenter auf profitables Wachstum ausgerichtet. Die entwickelten fünf zentralen Handlungsfelder haben wir mit entsprechenden strategischen Zielen hinterlegt. Sie zeigen den Weg, wie wir die bereits angesprochene Transformation von einem großtechnischen Verarbeiter von Agrarrohstoffen hin zu einem führenden Partner pflanzenbasierter Lösungen für eine lebenswerte, gesunde und nachhaltige Welt erreichen wollen.

## Strategie 2026 PLUS – Kernelemente

### Abgeleitete Fokusinitiativen



26 Südzucker Hauptversammlung, 15. Juli 2021

SÜDZUCKER

Die eben beschriebenen 5 strategischen Handlungsfelder haben wir mit konkreten Fokusinitiativen hinterlegt. Hinter jedem Handlungsfeld steht eine Vielzahl von Initiativen.

Im Weiteren möchte ich beispielhaft auf drei ausgewählte Fokusinitiativen aus den Bereichen Innovation und Digitalisierung etwas detaillierter eingehen.

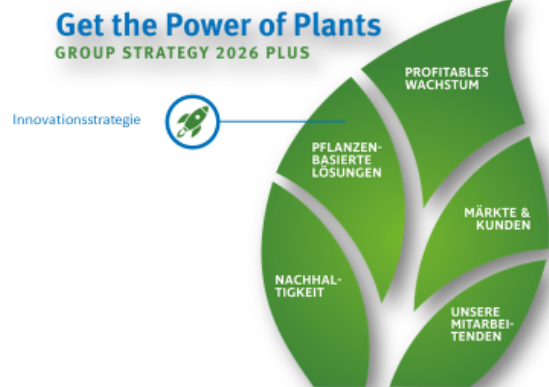
## Strategie 2026 PLUS

### Ausgewählte Fokusinitiativen im Detail (I)

#### Proteine

Südzucker legt den Fokus auf die Wertschöpfung aus bestehenden Proteinfractionen (Koppelprodukte) und investiert in die Entwicklung von Proteinen aus neuen Quellen.

- Steigender Proteinbedarf durch wachsende Weltbevölkerung.
- Pflanzliche Proteine hoch attraktiv, da Quellen für tierische Proteine limitiert.
- Verbraucher denken um und wählen pflanzliche Proteine vor dem Hintergrund von Nachhaltigkeit und Tierwohl.



27 Südzucker Hauptversammlung, 15. Juli 2021

SÜDZUCKER

Proteine sind ein sich abzeichnender Megatrend, der durch große Innovationskraft zahlreiche neue Produkte hervorbringen wird. Eine wachsende Weltbevölkerung verlangt nach mehr Protein in der Ernährung. Dabei sind die Quellen limitiert, was zu einer verbesserten Effizienz in der Erzeugung führen muss. Dies wird insbesondere in der Versorgung mit tierischen Proteinen zu Veränderungen führen. Alternative Proteine auf pflanzlicher Basis sind daher ein attraktiver Wachstumsmarkt.

Verbraucherumfragen zeigen, dass die Akzeptanz für pflanzliche Proteine mit 56 % eindeutig am größten ist; motiviert durch Nachhaltigkeit, Neugier, Tierwohl und Ressourcenschonung.

Deshalb wird Südzucker, aufbauend auf das heute schon bestehende Geschäft mit pflanzlichen Proteinen, diesen Produktbereich ausbauen.

## Strategie 2026 PLUS

### Ausgewählte Fokusinitiativen im Detail (II)

#### Bio-based Chemicals

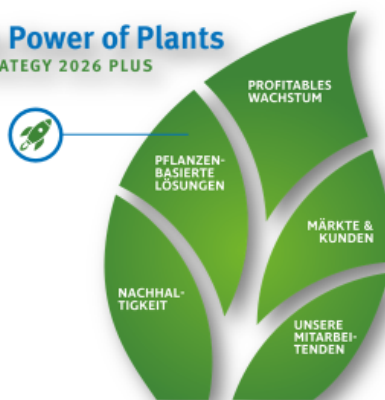
Südzucker entwickelt Verbrauchs- und Verpackungsmaterial aus erneuerbaren Rohstoffen.

- Kohlenhydrate sind maßgebliche Ausgangsstoffe für die Umstellung der Chemie auf erneuerbaren Kohlenstoff.
- Südzucker hat Zugang zu einer breiten Auswahl an Kohlenstoffquellen und die Kompetenz in biotechnologischen Herstellverfahren.
- Bio-basierte Stoffe werden aus Kohlenstoff gewonnen, der als CO<sub>2</sub> in Pflanzen gebunden ist oder aus der Fermentation etablierter Prozesse, z. B. Ethanolproduktion, entsteht.
- So wird dieses CO<sub>2</sub> (Treibhausgas) längerfristig gebunden.

#### Get the Power of Plants

GROUP STRATEGY 2026 PLUS

Innovationsstrategie



28 Südzucker Hauptversammlung, 15. Juli 2021

SÜDZUCKER

Eine zusätzliche Innovation aus pflanzlichen Rohstoffen sind biobasierte Chemikalien. Diese stellen einen weiteren innovationsgetriebenen Trend dar. Die Chancen für biobasierte Chemikalien und Produkte sind deutlich gestiegen, vor allem durch externe Treiber wie Klimawandel und Klimaschutz und die steigende Bedeutung von Nachhaltigkeit. Die Politik hat mit entsprechenden Maßnahmen, z. B. dem Klimaschutzgesetz oder dem EU-Green-Deal, reagiert.

Bei der Energieerzeugung und im Verkehr ist die Dekarbonisierung durch den Ausbau und Einsatz erneuerbarer Energien bereits eingeleitet.

Der Großteil chemischer Produkte baut auf Kohlenstoff auf. Eine nachhaltige Dekarbonisierung ist möglich, wenn in Teilen auf erneuerbaren Kohlenstoff als Rohstoff gewechselt wird.

Als Verarbeiter nachwachsender Rohstoffe wie Rüben, Zichorien, Reis, Mais, Kartoffeln und Weizen besitzt Südzucker die Rohstoffquelle und hat eine breite Auswahl an erneuerbarem Kohlenstoff.

Südzucker verfügt dabei über die Kenntnisse zu Herstellungsverfahren chemischer Grundstoffe aus erneuerbarem Kohlenstoff.

## Strategie 2026 PLUS

### Ausgewählte Fokusinitiativen im Detail (III)

#### Get the Power of Plants GROUP STRATEGY 2026 PLUS



#### Kunden / Prozesse / Kultur

Hocheffiziente Geschäftsprozesse  
— z. B. Beet2Go Plattform

Markt- und kundenorientierte Innovationen  
— Entscheidung näher am Markt  
— Nachhaltiger Innovationsansatz  
— Engere Zusammenarbeit mit unseren Partnern

Starke Kultur der Zusammenarbeit für unsere Mitarbeitenden

Als letztes Beispiel möchte ich auf die Digitalisierungsinitiative eingehen.

Um für die Zukunft gerüstet zu sein, benötigen wir hocheffiziente Geschäftsprozesse. Diese müssen schlank, schnell und einfach sein.


Schon seit Jahren setzt Südzucker auf eine effiziente und flexible, vernetzte Produktion und Logistik. Der Weg der Zuckerrüben vom Feld bis zur Fabrik ist beispielsweise mit Echtzeitsteuerung in unserer Beet2Go-Plattform eingebunden.

Daneben bieten markt- und kundenorientierte Innovationen ein enormes Potenzial, die Wertschöpfung für Konsumenten und Kunden voranzutreiben. Wie bereits gesagt, werden wir Entscheidungen künftig noch näher am Markt und zusammen mit unseren Kunden treffen, um schneller neue Produkte oder ganze Geschäftsfelder mit unseren Geschäftspartnern zu entwickeln.

Daneben wollen wir eine starke Kultur der Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe fördern. Durch digitale Unterstützung möchten wir die Stärke der Südzucker-Gruppe und den Gestaltungsspielraum für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter besser nutzen, die Zusammenarbeit über Bereiche hinweg stärken und nicht zuletzt eine offenere und flexiblere Unternehmenskultur forcieren.



## Südzucker lebt Nachhaltigkeit und entwickelt sich dabei ständig weiter



- Startpunkt: Handlungsfeld „Nachhaltigem Wirtschaften verpflichtet“ in Strategie 2026 PLUS verankert
- Angestoßener Strategieprozess soll Mitte 2021 zum Abschluss kommen
- Zielsetzungen
  - Erstellung konkreter Ziele zu den einzelnen Handlungsfeldern der Konzernstrategie dienen als Grundlage für das Thema Nachhaltigkeit
  - Integration von Nachhaltigkeitskriterien in Entscheidungsprozesse
  - Festlegung von quantitativen Zielen
  - Kontinuierliche Verbesserung der Nachhaltigkeitsbewertungen
- Nächste Schritte:
  - Ableitung konkreter Maßnahmen und Initiativen
  - u.a. Schwerpunkt EU-Taxonomie-Verordnung und Offenlegungspflichten
  - Veröffentlichung Sustainability Roadmap

Lassen Sie mich nun zu einem Thema kommen, das unmittelbar mit der Strategie 2026 PLUS verbunden ist – Nachhaltigkeit.

Nachhaltigkeit ist seit jeher ein Grundpfeiler der Südzucker-Gruppe. Aber wir können und wollen mehr tun. Es ist unser Anspruch, nicht nur den immer weiter steigenden Anforderungen aller Stakeholder nebst den gesetzlichen und normativen Anforderungen gerecht zu werden, sondern eigene Ziele zu formulieren. Deshalb hat das Thema Nachhaltigkeit einen besonderen Fokus in unserer Unternehmensausrichtung.

Zielsetzung ist es, konkrete qualitative und quantitative Ziele zu den einzelnen Handlungsfeldern festzulegen, Nachhaltigkeitskriterien in die Entscheidungsprozesse zu integrieren und somit eine kontinuierliche Verbesserung der Nachhaltigkeitsbewertungen zu erzielen. Innerhalb der nächsten 12 Monate werden wir diese dann kommunizieren.

Kommen wir nun zur Entwicklung im aktuellen Geschäftsjahr 2021 /22.

### Konzern – Überblick 1. Quartal 2021/22\*

(Mio. €)	Umsatz		Operatives Ergebnis	
	2020/21	2021/22	2020/21	2021/22
<b>Zucker</b>	566	<b>595</b>	-16	<b>-25</b>
<b>Spezialitäten</b>	444	<b>421</b>	40	<b>34</b>
<b>CropEnergies</b>	162	<b>195</b>	8	<b>15</b>
<b>Stärke</b>	194	<b>221</b>	13	<b>9</b>
<b>Frucht</b>	304	<b>321</b>	16	<b>16</b>
<b>Konzern</b>	1.669	<b>1.753</b>	61	<b>49</b>

\* Vorjahr angepasst gemäß IFRS 8

31 Südzucker Hauptversammlung, 15. Juli 2021



Mit Beginn des Geschäftsjahres 2021 /22 berichtet Südzucker nun über fünf Segmente: Zucker, Spezialitäten, CropEnergies, Stärke sowie Frucht. Die bisher im Segment Spezialitäten enthaltenen Aktivitäten der Division Stärke wurden aufgeteilt. Über die Stärkeaktivitäten von AGRANA wird nun im neuen Segment Stärke berichtet. Die zuckernahen Stärkeaktivitäten der Südzucker AG sind dem Segment Zucker zugeordnet, deren operative Führung wie bisher der Südzucker-Division Zucker obliegt.

Im Segment Spezialitäten bleiben die Divisionen BENE0, Freiburger und PortionPack mit ihren verbrauchernahen Produkten gebündelt.

Vor diesem Hintergrund haben wir die dargestellten Vorjahreszahlen zum 1. Quartal und zur Prognose zur besseren Vergleichbarkeit in den Segmenten Zucker und Spezialitäten angepasst. Diese weichen somit von der Darstellung im ersten Teil der Präsentation ab, welche sich auf den veröffentlichten Geschäftsbericht beziehen.

Die seit dem 1. Quartal 2020/21 pandemiebedingt heterogene Geschäftsentwicklung führte zu zahlreichen Verwerfungen innerhalb der Quartale und innerhalb des gesamten Geschäftsjahres 2020/21, die nun im laufenden Geschäftsjahr 2021 /22 teilweise zu gegenläufigen Effekten führen können. Während das operative Ergebnis im 1. Quartal 2021 /22 in den Segmenten Zucker, Spezialitäten und Stärke deutlich zurückging, stieg es bei CropEnergies deutlich an. Im Segment Frucht lag das operative Ergebnis auf Vorjahresniveau.

Wenngleich dies ein herausfordernder Start ins neue Geschäftsjahr war, sehen wir keinen Anlass, unsere im Mai 2021 erstmals veröffentlichte Prognose anzupassen.

Lassen Sie mich diese nun im Weiteren erläutern.

## Konzern – Prognose Geschäftsjahr 2021/22\*

	Umsatz		Operatives Ergebnis	
	2020/21	2021/22e	2020/21	2021/22e
<b>Zucker</b>	2,3 Mrd. €	↗↗↗	-128 Mio. €	0 bis 100 Mio. €
<b>Spezialitäten</b>	1,7 Mrd. €	↗↗	159 Mio. €	↘↘
<b>CropEnergies</b>	774 Mio. €	855 bis 905 Mio. €	107 Mio. €	50 bis 80 Mio. €
<b>Stärke</b>	774 Mio. €	↗	45 Mio. €	↘↘↘
<b>Frucht</b>	1,2 Mrd. €	↗↗	53 Mio. €	↗↗
<b>Konzern</b>	6,7 Mrd. €	7,0 bis 7,2 Mrd. €	236 Mio. €	300 bis 400 Mio. €

\* Vorjahr angepasst gemäß IFRS 8

32 Südzucker Hauptversammlung, 15. Juli 2021

SÜZDÜCKER

Der Ausblick 2021/22 ist – wie im Vorjahr – weiterhin von der Corona-Pandemie betroffen. COVID-19- Impfquoten steigen weltweit kontinuierlich, trotz großer regionaler Unterschiede. In der Folge ist davon auszugehen, dass sich die wirtschaftlichen Auswirkungen voraussichtlich im Laufe der Zeit reduzieren. Dennoch bestehen auch im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres 2021/22 Risiken im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie, deren wirtschaftliche und finanzielle Auswirkungen und Dauer nur schwer abschätzbar sind.

Im Konzern erwarten wir für das Geschäftsjahr 2021/22 einen Umsatz von 7,0 bis 7,2 Mrd. €. Dabei rechnen wir im Segment Zucker mit einem deutlichen Umsatzanstieg. Im Segment CropEnergies sehen wir eine Bandbreite zwischen 855 und 905 Mio. €. In den Segmenten Spezialitäten und Frucht gehen wir von einem moderaten Umsatzanstieg aus. Im neu ausgewiesenen Segment Stärke rechnen wir mit einer leichten Umsatzsteigerung.

Das operative Konzernergebnis sehen wir in einer Bandbreite zwischen 300 und 400 Mio. €. Dabei rechnen wir im Segment Zucker mit einem operativen Ergebnis in einer Bandbreite zwischen 0 und 100 Mio. €. Im Segment Spezialitäten gehen wir von einem operativen Ergebnis moderat unter dem starken Vorjahresniveau aus. Das operative Ergebnis im Segment CropEnergies wird in einer Bandbreite zwischen 50 und 80 Mio. € erwartet. Im neu ausgewiesenen Segment Stärke gehen wir von einem deutlichen Ergebnisrückgang aus. Im Segment Frucht rechnen wir mit einer moderaten Ergebnissteigerung.

Wir gehen von einem Capital Employed auf Vorjahresniveau aus. Auf Basis der genannten operativen Ergebnisverbesserung rechnen wir mit einem deutlichen Anstieg des ROCE.

Meine Damen und Herren, das Geschäftsjahr 2020/21 hat den erwarteten Wendepunkt auch im Hinblick auf die wesentlichen Finanzkennzahlen gebracht. Das EBITDA wurde deutlich auf rund 600 Mio. € verbessert und der Cashflow von 372 auf 475 Mio. € erhöht. Somit wurde die angekündigte Entschuldungsphase erfolgreich eingeleitet. Auch für das Geschäftsjahr 2021/22 werden sich die Finanzkennzahlen im Rahmen der von mir erläuterten Ergebnisprognose weiter verbessern.

Somit erhöht sich der Handlungsspielraum deutlich und bildet eine hervorragende Ausgangsbasis, um unsere Ziele innerhalb der Strategie 2026 PLUS zu verwirklichen. Hierbei können wir auch auf unsere hoch motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vertrauen.

Ich bedanke mich sehr herzlich, auch im Namen des gesamten Vorstandsteams, bei Ihnen, unseren Aktionärinnen und Aktionären, für ihr entgegengebrachtes Vertrauen, bei unseren Landwirtinnen und Landwirten und unseren Kunden für die erfolgreiche Zusammenarbeit auch unter schwierigen Rahmenbedingungen. Besonders bedanken wir uns bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihre Leistung im abgelaufenen Geschäftsjahr. Persönlich bedanke ich mich bei meinem Vorstandsteam für die hervorragende Zusammenarbeit im ersten Jahr meiner Tätigkeit. Sie alle haben dazu beigetragen, dieses Unternehmen wieder auf die Erfolgsspur zu bringen und mit der neuen Strategie 2026 PLUS den Kurs für die Zukunft abgesteckt zu haben.

Sehr geehrte Damen und Herren, ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit.