

20

13

1

HALBJAHRESBERICHT

2



Der Natur ein Stück näher™

Wir haben das Ziel eines Halbjahresergebnisses in Höhe von 3 % unseres Nettoumsatzes erreicht! Dabei war der Abschlag für Milch wesentlich höher, als in der ersten Jahreshälfte 2012. Dieses bestärkt uns in unserer Überzeugung, dass Arla während des Gesamtjahres 2013 einen wettbewerbsfähigen Milchpreis zahlen wird.

INHALT

BERICHT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Tempo basiert auf Vertrauen	5
Der Strategie folgen und Möglichkeiten nutzen	6
Solide finanzielle Basis	8
Strategie 2017	10
■ Entwicklung des Kerngeschäfts	12
■ Wachstum realisieren	14
■ Schneller, einfacher und schlanker	16

HALBJAHRESABSCHLUSS

Primäre Abschlussbestandteile

Gewinn- und Verlustrechnung	20
Gesamtergebnisrechnung	21
Bilanz	22
Kapitalflussrechnung	24
Eigenkapitalveränderungsrechnung	25

Anhänge

Anhang 1. Betriebsergebnis	28
Anhang 2. Nettoumlaufvermögen	30
Anhang 3. Finanzergebnis und Verbindlichkeiten	31
Anhang 4. Sonstige Bereiche	33

<i>Kennzahlen im Überblick</i>	35
--------------------------------	----

Der Halbjahresbericht ist nicht von den Wirtschaftsprüfern des Konzerns geprüft oder überarbeitet worden.



1/2 2013 MILCHABNAHMEPREIS

2,87 DKK

1/2 2012 2,64 DKK

1/2 2013 MILCHMENGE

6,2 Mrd. kg

1/2 2012 5,0 Mrd. kg

1/2 2013 NETTOUMSATZ

35,7 Mrd. DKK

1/2 2012 29,9 Mrd. DKK

1/2 2013 UMSATZWACHSTUM

19,4%

1/2 2012 12,2%

1/2 2013 GEWINN

1.048 Mio. DKK

1/2 2012 513 Mio. DKK

1/2 2013 VERSCHULDUNGSGRAD

3,4

1/2 2012 4,5

DER MARKT VERLANGT NACH MEHR MILCH

Das Milchrad ist ein Symbol für das Geschäftsmodell von Arla. Die Milch ist für Arla Rohstoff und Wachstumsmotor zugleich. Je mehr Milch sich im Rad befindet, desto mehr Leistung bringt die Maschine und desto stärker ist die Entwicklung des Unternehmens. Wir sehen zur Zeit neue Marktmöglichkeiten, die mehr Milch erfordern. Daher müssen wir das Rad am Laufen halten und den Milchfluss für unsere neuen Molkereien in Pronsfeld und Aylesbury sicherstellen, da sowohl die deutschen als auch die britischen Betriebe mehr Milch benötigen, als sie gegenwärtig haben. Um die Dynamik aufrechtzuerhalten, streben wir ständig danach, unseren Mitgliedern Entwicklungsmöglichkeiten zu geben, indem wir ihnen eine möglichst hohe Wertschöpfung für ihre Milch bieten.



12,5

Milliarden kg Milch jährlich



TEMPO BASIERT AUF VERTRAUEN

Åke Hantoft, Aufsichtsratsvorsitzender

2013 hat Arla seine Mission, Vision und Strategie überarbeitet, um noch deutlicher zu machen, wer wir als Unternehmen sind, wohin wir wollen und wie wir unsere Ziele erreichen werden. Gleichzeitig hat sich im Zuge verschiedener Zusammenschlüsse unsere Mitgliederstruktur erweitert. Angesichts dieser Rahmenbedingungen müssen wir jetzt neue Arbeitsweisen finden. Unser Ziel ist es, schneller zu arbeiten und gleichzeitig einen engen Kontakt zu den Mitgliedern zu halten, um uns ihr Verständnis und ihre Unterstützung für unsere Aktivitäten zu sichern. In einer Welt, die von Arlas Wachstum und einem zunehmenden Tempo in der Branche gekennzeichnet ist, ist dies von entscheidender Bedeutung.



Arla befindet sich nach den Zusammenschlüssen von 2011 und 2012 in einer spannenden Entwicklungsphase, und ich bin stolz darauf, dass es unseren 12.300 Mitgliedern gelungen ist, konstruktiv auf dasselbe Ziel hinzuarbeiten.

Arla hat sich im ersten Halbjahr 2013 gut behauptet. Der Milchpreis hat sich wesentlich verbessert, ebenso wie die Relation von Erlösen und Kosten, so dass sich die wirtschaftlichen Bedingungen für die Betriebe unserer Mitglieder verbessern. Ich freue mich sehr darüber, insbesondere, weil sich dieser Trend als nachhaltig erweist.

Ich weiß, dass jeder im Unternehmen bei seiner Arbeit stets die Interessen von Arla im Auge hat. Milcherzeuger, gewählte Vertreter, Mitarbeiter, Unternehmensleitung und Aufsichtsrat verfolgen gemeinsam die Ziele des Unternehmens: Wir gestalten die Zukunft der Molkereiwirtschaft und stellen die größtmögliche Wertschöpfung sicher. Beides erfordert Tempo, gute zeitliche Koordination und gegenseitiges Vertrauen. Arla ist mehr denn je ein internationales Unternehmen. Im Zuge unseres Wachstums müssen wir ein ausgewogenes Verhältnis finden, zwischen einem hohen Maß an Beteiligung einerseits und andererseits einer Dynamik, die es uns erlaubt, sich ergebende Möglichkeiten zu nutzen.

Unternehmensintern haben wir bereits die ersten entscheidenden Schritte in Richtung auf eine internationale Organisation zurückgelegt. Ebenso haben wir die Strukturen modernisiert und damit die Grundlage für die weitere Entwicklung gelegt.

Die Aufgabenschwerpunkte des Aufsichtsrates und die Bildung nationaler Vertretungen

Nach den Zusammenschlüssen von 2011 und 2012 wurde der Aufsichtsrat verkleinert und in seiner Zusammensetzung verändert. Er besteht jetzt aus 15 gewählten Milcherzeugern sowie vier Arbeitnehmervertretern. Eine weitere Neuheit ist die Bildung von vier nationalen Räten die sich jeweils um die Belange der Milcherzeuger in den einzelnen Ländern kümmern. Damit soll die Nähe zu den Eigentümern sichergestellt und ihre Arbeit bestmöglich organisiert werden. Gleichzeitig ermöglicht dieses dem Aufsichtsrat, seine globale und strategische Aufgabe wahrzunehmen. Damit wird sichergestellt, dass die neue Struktur dem Aufsichtsrat größere Entscheidungsbefugnisse einräumt und der größeren Anzahl unserer Mitglieder Rechnung trägt.

Die Integration der neuen Mitglieder und Unternehmen ist eine der wichtigsten Aufgaben des Aufsichtsrates. Unsere gemeinsame Herausforderung besteht darin, dass wir die zahlreichen neuen Unternehmen erfolgreich in den bestehenden Konzern integrieren. Entscheidend ist daher, dass Arlas Rohstoffbasis der Strategie des Unternehmens und der Kapazität unserer Molkereien angepasst wird, so dass wir Synergie-Effekte nutzen und weitere neue Mitglieder gewinnen können, denn Arla wird auch weiterhin schnell wachsen. Wachstum bietet Grund zu Optimismus und stellt die Grundlage für mehr Milch dar, die wiederum neue Marktchancen bietet.

Für uns besteht eine große und wichtige Aufgabe darin, dafür zu sorgen, dass sich alle Mitglieder bei Arla wohlfühlen. Jeden Tag gestalten neue und alte Mitglieder gemeinsam ein neues, größeres Unternehmen. Im Rahmen von ONE Arla muss sich aber auch jedes Land seinen eigenen Herausforderungen stellen. Dies erfolgt am besten in den nationalen Vertretungen. Dort werden Fragen mit besonderer Relevanz für die Mitglieder behandelt, beispielsweise das Qualitätssicherungsprogramm Arlagården®, Bio-Milch, Beschwerden und Mitgliederschulungen.

Eine moderne kooperative Demokratie

Die Attraktivität von Arla für die Milcherzeuger liegt vor allem in der Tatsache begründet, dass wir eine landwirtschaftliche Genossenschaft sind. Arlas neue Mission unterstreicht, dass das Unternehmen für uns da ist. Arla hat sich das Ziel gesetzt, den besten Milchpreis zu zahlen. Auch wenn es nicht jederzeit gelingen wird, so werden wir doch langfristig in der Lage sein, einen attraktiven Milchpreis zu zahlen. Wir möchten sicherstellen, dass weiterhin unsere Milch immer mit der bestmöglichen Wertschöpfung verkauft wird. In den letzten Jahren ist Arla geographisch gewachsen und hat jetzt Mitglieder in sechs Ländern, die sechs verschiedene Sprachen sprechen. Dennoch gewährleisten wir, dass der Genossenschaftsgedanke in allen Ländern geschützt wird. Durch die Modernisierung unserer genossenschaftlichen Demokratie sichern wir unsere Geschäftsdynamik ebenso wie die Nähe zu den Mitgliedern, die die Eigentümer des Unternehmens sind und dessen Rohstoff produzieren.

Mission: Wir stellen die größtmögliche Wertschöpfung für die Milch unserer Landwirte sicher, um ihnen weiteres Wachstum zu ermöglichen.



**Vision: Wir gestalten die Zukunft der
Molkereiwirtschaft und bieten dem Verbraucher
weltweit auf natürliche Weise Gesundheit
und Inspiration.**

DER STRATEGIE FOLGEN UND MÖGLICHKEITEN NUTZEN

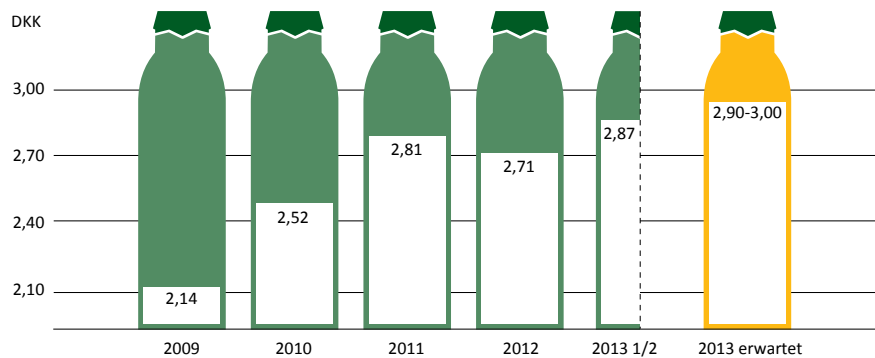
Peder Tuborgh, Vorstandsvorsitzender



BESSERER MILCHABNAHMEPREIS 2013

Wir erwarten für 2013 einen Milchabnahmepreis auf hohem Niveau. Wenn alles gut geht, liegen wir knapp unter 3,00 DKK. Im ersten Halbjahr lag der Milchabnahmepreis bei 2,87 DKK.

Die globale Molkereiwirtschaft hat sich in den letzten Jahren von einer relativ stabilen Branche hin zu einem von einer starken Volatilität geprägten Wirtschaftszweig gewandelt. Wesentliche Anforderungen sind internationale Strategien und eine höhere Dynamik..



Das Ergebnis des ersten Halbjahres 2013 hat sich gegenüber dem Referenzzeitraum 2012 wesentlich verbessert. Der Milchabnahmepreis liegt bei 2,87 DKK gegenüber 2,64 DKK im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Die aktuelle Marktsituation ist von einer gleichbleibend hohen Nachfrage nach Milchprodukten sowie von einem weltweiten Rückgang der Milchproduktion gekennzeichnet. Dieser Umstand ist teilweise auf Dürreperioden in Neuseeland sowie einen Produktionsrückgang in den USA zurückzuführen. Der gegenwärtige Rückgang des weltweiten Milchangebots treibt die Preise nach oben. Gleichzeitig hat sich die Nachfrage um 2,5 % erhöht - eine äußerst positive Entwicklung für Arla und seine Mitglieder.

Geschwindigkeit und Volatilität gehören aktuell zu den Herausforderungen des Molkereisektors. Die Preise steigen und fallen in immer höherem Tempo. Ende 2012 hätte niemand die Preiserhöhung für Rohstoffe voraussagen können, die im Frühjahr 2013 eingetreten sind und sich jetzt auf den Einzelhandelsmarkt auswirkt. Aus diesen Erfahrungen haben wir jedoch gelernt, mit diesen zunehmenden Schwankungen umzugehen und die sich daraus ergebenden neuen Möglichkeiten zu nutzen.

Preisschwankungen haben Auswirkungen auf den Umsatz

Arlas Stärke liegt darin, kurzfristig auf globale Veränderungen zu reagieren, ohne die langfristigen Ziele aus dem Auge zu verlieren. Das Auf und Ab der Preise ändert nichts an unserer Strategie, schärft aber unseren Blick für neue Möglichkeiten auf dem Markt und stärkt unsere Fähigkeit, diese zu nutzen. Preismanagement ist eine entscheidende Fähigkeit für Unternehmen mit einer globalen Strategie. Unsere wichtigste Aufgabe besteht darin, aus den weltweiten Auswirkungen von Preissteigerungen Kapital zu schlagen. Dabei müssen wir das richtige Gleichgewicht für jeden einzelnen Markt finden, ohne uns von den Verbrauchern und Kunden zu entfernen. Auf allen unseren Märkten stehen wir deshalb erfolgreich mit unseren Kunden in einem engen Dialog.

Die Preise für Handels- und Eigenmarken folgen unmittelbar den Schwankungen der Marktpreise, während die Preise für Markenprodukte in der Regel leicht verzögert reagieren und auch ein etwas stabileres Niveau aufweisen. Wenn die Marktpreise wie momentan steigen, geraten jedoch unsere Markenprodukte unter Druck. Gleichzeitig ist unser Produktmix zu einer der großen Stärken von Arla geworden. In einer Zeit, in der Discountprodukte einen wachsenden Anteil am Einkauf der Verbraucher haben, ist es von großer Bedeutung, dass wir in der Lage sind, den Einzelhändlern den richtigen Mix aus Markenprodukten und Eigenmarken anzubieten. Gegenwärtig können wir auf verschiedenen Märkten eine erfolgreich Erhöhung unseres Eigenmarkenanteils feststellen.

Generell streben wir eine Stärkung unserer Kundenbeziehungen an. Dabei nutzen wir die Möglichkeiten der Eigenmarken und richten dabei unsere Anstrengungen auf die Schaffung einer Verbrauchernachfrage, die über das reine Preisdenken hinausgeht. Gute Beispiele dafür sind Arlas langfristige nachhaltige Ausrichtung sowie das Programm Arlagarden, das wir gegenwärtig unseren Mitgliedern vorstellen.

Nettoumsatz ist gestiegen

Im Vergleich zur ersten Jahreshälfte 2012 kann Arla im ersten Halbjahr 2013 eine deutliche Umsatzsteigerung verzeichnen. Der Nettoumsatz betrug am Ende des ersten Halbjahres 36 Milliarden DKK verglichen mit 30 Milliarden DKK im Vorjahreszeitraum. Diese Steigerung ist teilweise auf die Zusammenschlüsse von 2012 zurückzuführen, aber auch auf ein solides organisches Wachstum von rund 3 %, in erster Linie auf unseren außereuropäischen Märkten sowie bei Arla Foods Ingredients. Ferner haben sich auch die steigenden Marktpreise auf diese Zahlen ausgewirkt.

Die Kosten im Griff

Zur Stärkung unserer Ertragskraft richten wir unser Augenmerk fortwährend auf die Kosten. Dieser Kostenfokus hilft uns, auch unter schwierigen Marktbedingungen unsere Markenprodukte zu schützen.

Die 2012 eingeführten ehrgeizigen Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungsprogramme weisen ein enormes Potenzial auf. Diese Programme sollen das Geschäftsmodell von Arla vereinfachen, Prozesse optimieren und die Produktion effizienter machen, u.a. durch die Optimierung von Aktivitäten, die keinen Mehrwert für den Verbraucher bieten.

Gegenwärtig vergleichen wir die Effizienz aller Molkereien sorgfältig. Dazu gehört die Bewertung der Verpackung, der Inhaltsstoffe sowie Lieferanten, damit wir durch die Optimierung bestimmter Tätigkeiten, beispielsweise des Einkaufs, Kostensenkungen erreichen können.

Die Einführung effizienzsteigernder Maßnahmen erfolgt planmäßig, so dass wir gegenwärtig jährliche Kosteneinsparungen von rund 400-500 Millionen DKK erreichen. Das bedeutet, dass das relative Kostenniveau für 2013 unter dem von 2012 liegen wird.

Die Effizienzsteigerungsprogramme bilden die Grundlage für die langfristige Geschäftsentwicklung von Arla. Kurzfristig müssen wir uns auf das Preismanagement konzentrieren. Mit Hilfe dieser Instrumente stellen wir sicher, dass wir unsere Strategie und unser Ziel konsequent verfolgen und verwirklichen.

Erwartungen für das Gesamtjahr

Nach der Gesamtjahresprognose erwarten wir Milchpreise auf einem hohen Niveau sowie einen Gewinn in Höhe von 3 % des Nettoumsatzes. Die neuesten Prognosen zeigen, dass wir einen Anstieg des Nettoumsatzes auf 73 Milliarden DKK erwarten können

SOLIDE FINANZIELLE BASIS



Frederik Lotz, Finanzvorstand

Arla ist expandiert und hat zur Finanzierung seines Wachstums zusätzliche Schulden aufgenommen. Gleichzeitig liegt der Schwerpunkt jedoch auch weiterhin auf einer guten Bonität. Wir unternehmen große Anstrengungen zur Senkung des Verschuldungsgrades, der aufgrund großer Investitionen relativ hoch ist. Eine neue Anleiheemission soll zur Sicherung der finanziellen Flexibilität von Arla 2013 beitragen.

Arlas hat Fokus auf der Kreditwürdigkeit. Wir haben uns zur Aufrechterhaltung einer guten Bonität verpflichtet und arbeiten planmäßig an der Senkung des Verschuldungsgrades. Die Fortsetzung der positiven Entwicklung steht für uns ganz oben auf der Tagesordnung. Der Verschuldungsgrad konnte von 4,5 im letzten Halbjahr des Vorjahres auf 3,4 im ersten Halbjahr 2013 gesenkt werden. Für das Gesamtjahr wird ein Wert an der Obergrenze des Zielbereichs von 2,8-3,4 erwartet. Auch für die Zeit nach 2013 wird eine weitere Senkung der Verschuldung angestrebt, damit diese innerhalb des Zielbereichs liegt.

Neben der Senkung des Verschuldungsgrades steht auch das Working Capital weiterhin ganz oben auf unserer finanzpolitischen Agenda. 2012 haben wir in erster Linie an der Optimierung der Prozesse im Zusammenhang mit den Zahlungsbedingungen der Kunden gearbeitet, um die Mittelbindungen in Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zu reduzieren. 2013 liegt unser Schwerpunkt darüber hinaus auf einem Abbau der Lagerbestände durch die Optimierung unserer internen Planung und der Genauigkeit unserer Prognosen. Diese Maßnahmen werden im ersten Halbjahr 2013 voraussichtlich einen

Effekt von ca. 0,7 Mrd. DKK und kumulativ im Zeitraum seit 2011 ca. 2,9 Mrd. DKK erreichen. Dies führt insgesamt zu Verbesserungen des Cashflows aus operativer Geschäftstätigkeit, die für Investitionen oder die Begleichung von Verbindlichkeiten genutzt werden können.

Mit der Einführung eines Euro Medium Term Note-Programms (EMTN), dass die Möglichkeiten für einen schnellen und kostengünstigen Zugang zu Anleiheemissionen auf den Finanzmärkten verbessert, hat sich Arlas finanzielle Flexibilität erhöht. Darüber hinaus bedeutet dies eine billigere Finanzierung. Im Mai haben wir die ersten Anleihen mit großem Erfolg herausgegeben.

Skalierbarkeit des Wachstums

Arla legt den Fokus auf den Nettogewinn. Umsatzwachstum ist kein Selbstzweck, wenn unsere Kosten in gleichem Maße oder stärker steigen. Wir haben uns daher das Ziel gestellt, dass Arlas Kostensteigerung eine doppelt so schnelle Umsatzsteigerung entgegensteht. Mithilfe unserer Effizienzprogramme nähern wir uns nun diesem Ziel, dem wir auch zukünftig große Aufmerksamkeit widmen werden, um zu gewährleisten, dass das Wachstum einen Mehrwert für das Unternehmen und seine Eigentümer schafft.

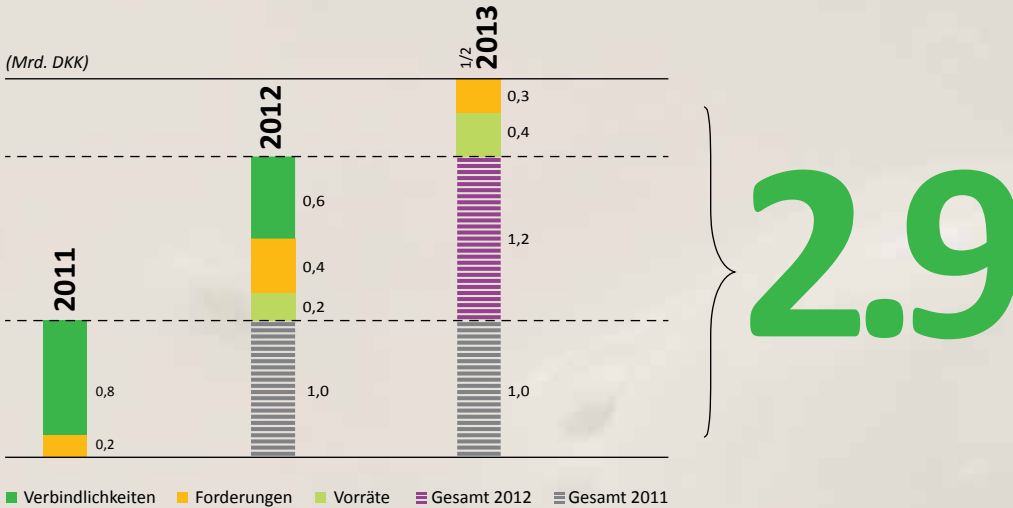
Wesentliche Investitionen

2012 war ein Jahr großer Investitionen für Arla, ein Trend, der sich auch 2013 fortsetzen wird. Allerdings wird die relative Größe der Investitionen im Verhältnis zum Umsatz planmäßig auf etwa 3 % des Umsatzes sinken. 2012 haben wir weitere Fusionen durchgeführt, mit Milk Link und MUH. Seit dem lag ein Schwerpunkt auf der Integration der neuen Unternehmen, die planmäßig und erfolgreich durchgeführt wird.

Arla investiert in die Erweiterung verschiedener Molkereien sowie in neue Anlagen, um die weltweite Produktion gewinnbringender Produkte zu erhöhen. Gleichzeitig wollen wir damit auch die Produktion effizienter und umweltfreundlicher gestalten. Geplant sind Investitionen in Höhe von 2 Mrd. DKK in Kapazitätserweiterungen, Rationalisierungen, Umweltschutz sowie in Qualität und Innovation. Dies soll zu einer größeren Rentabilität der Geschäftstätigkeit des Unternehmens und damit zu höheren langfristigen Erträgen für die Mitglieder von Arla beitragen.



WORKING CAPITAL VERBESSERUNG 2011-2013



ARLA GIBT NEUE ANLEIHEN HERAUS

Für die Jahre 2013 und 2014 ist die Fertigstellung folgender drei großer Investitionsprojekte geplant:

- Die Fertigstellung der Molkerei in Aylesbury, Großbritannien bis Oktober. Dies unterstreicht Arlas Wachstumsambitionen für das Großbritanniengeschäft. Diese Anlage, die langfristig jährlich 1 Mrd. l Frischmilch verarbeiten wird, setzt neue Maßstäbe für die weltweite Frischmilchverarbeitung. Im Zusammenhang damit werden die Molkerei und das Verteilerzentrum in Ashby, Großbritannien geschlossen.
- Die Molkerei in Pronsfeld (früher MUH) wird gegenwärtig um einen Pulverturm und einer Butterei erweitert, mit denen die Verarbeitungskapazität dieser gut strukturierten Molkerei ausgebaut wird.
- Eine neue Produktionsanlage entsteht in Nørre Vium zur Herstellung hoch veredelter Laktoseprodukte aus Molke, die u.a. als Zutat für Kindernahrung eingesetzt und weltweit verkauft werden. Geplant ist eine Jahresproduktion von 76 Mio. kilo Laktose.

Arla ist bestrebt, die Liquiditätssituation weiter zu verbessern. Aus diesem Grund hat Arla Foods im Mai dieses Jahres, als Ergänzung zu anderen Finanzierungsquellen, ein Euro Medium Term Note (EMTN)-Programm eingeführt und Anleihen mit einem Nominalwert von 1,5 Milliarden SEK herausgegeben.

Zur Schaffung einer breiteren Finanzierungsplattform hat Arla im Mai 2013 zudem eine Unternehmensanleihe mit einem Volumen von 1,5 Milliarden SEK für professionelle Anleger - mit einer Laufzeit von fünf Jahren - herausgegeben. Das EMTN-Programm und die Anleihen sind an der Dubliner Börse notiert. Die Anleihen waren innerhalb weniger Stunden vergriffen, was wir als Zeichen des Vertrauens durch den Markt betrachten. Die Emission ermöglicht eine teilweise Rückzahlung bestehender Bankverbindlichkeiten.

Der Anleiheemission war bereits eine ähnliche Emission von Arla-Anleihen im Juni 2011 vorausgegangen. Diesmal hat das Unternehmen darüber hinaus ein Euro Medium Term Note (EMTN)-Programm eingeführt, das die zukünftige Herausgabe neuer Anleihen erleichtern wird. Mit der Einführung des EMTN-Programms verfolgt Arla das Ziel, Anleihen zukünftig aktiver für die langfristige Finanzierung einzusetzen.

Zielgruppe der Emission waren vorwiegend institutionelle Anleger in Schweden, wobei jedoch die Einführung des EMTN-Programms den Weg für weitere zukünftige Emissionen und neue Märkte eröffnet.

Die Anleiheemission haben keine Auswirkungen auf die Eigentümerstruktur von Arla. Das Unternehmen wird auch zukünftig zu 100 % im Besitz seiner Mitglieder, der Milcherzeuger, sein.



STRATEGIE 2017

Arlas neue Strategie setzt bis zum Jahr 2017 klare lokale und globale Ziele und legt das Fundament für das erwartete Wachstum des Unternehmens innerhalb und außerhalb Europas. Wir müssen das Kerngeschäft entwickeln und Wachstum realisieren und zwar schneller, einfacher und schlanker.

**ENTWICKLUNG
DES KERNGESCHÄFTS**

**WACHSTUM
REALISIEREN**

**SCHNELLER, EINFACHER
UND SCHLANKER**

LANGFRISTIGEN ZIELEN VERSCHRIEBEN

Arla ist ein europäisches Unternehmen mit einer globalen Strategie. Mit der Strategie 2017 verfolgen wir das Ziel, das führende landwirtschaftliche Molkereunternehmen der Welt zu werden. Wir wollen Zugang zu noch mehr Rohmilch erhalten und in einer globalisierten Welt mehr Absatzmöglichkeiten schaffen.

Die Strategie 2017 wurde im Januar 2013 mit dem Ziel beschlossen, Arlas Potenzial zu realisieren und die Organisation zu ermuntern, die sich bereits voll und ganz für die Strategie 2015 eingesetzt hat.

Die überarbeitete Strategie spiegelt die Weltmarktbedingungen sowie Arlas neue starke Position im Molkereisektor wieder. Sie ist eine neue Kraftquelle für das Unternehmen und stattet uns mit klar definierten, langfristigen Zielen aus, auf die wir hinarbeiten können. Darüber hinaus ist sie leicht verständlich und verdeutlicht Mitgliedern wie Mitarbeitern ihre jeweilige Rolle.

Die ersten Ergebnisse sind bereits jetzt erkennbar. Wir wollen nicht nur unsere Stellung auf unseren Kernmärkten aufrecht erhalten und verbessern, sondern haben auch zahlreiche neue Aktivitäten gestartet und arbeiten mit Hochdruck auf den Wachstumsmärkten in Afrika, Russland, China und im Nahen Osten. Wir verfolgen unsere Pläne und setzen unsere Strategie um.

Strategische Mandate

Gesteuert wird die Strategie durch strategische Mandate mit Leistungskennzahlen (Key Performance Indicators, KPI), die die Prioritäten und Initiativen von Arla für die nächsten fünf Jahre festlegen. Dabei werden auch die großen Unterschiede zwischen den geographischen Märkten und die unterschiedlichen Herausforderungen für die einzelnen Produktbereiche berücksichtigt.

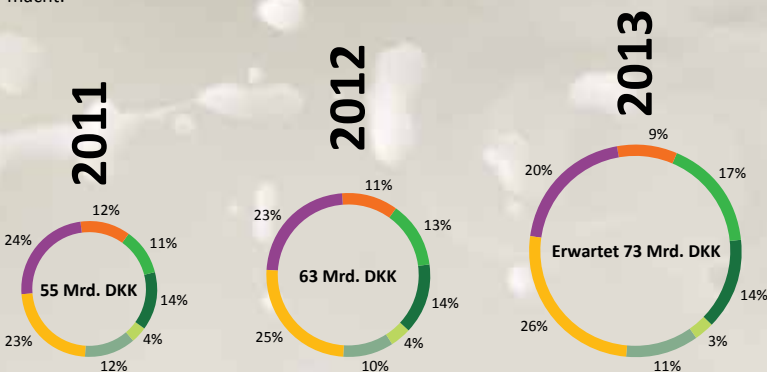
Die Breite der Strategie bietet uns Rückhalt in einer sich schnell verändernden Welt und stärkt uns in unseren Bemühungen, unsere langfristigen Ziele nicht durch kurzfristige Schwankungen beeinträchtigen zu lassen.



GESCHÄFTE IN EINER WELT MIT ZWEI GESCHWINDIGKEITEN

Die Molkereibranche ist sowohl ein lokales als auch ein globales Geschäft. Mit seinen sechs ambitionierten Geschäftsbereichen, die den Puls der einzelnen Märkte aufnehmen und ihre speziellen Bedürfnisse bedienen, will Arla in beiden Bereichen ganz oben mitspielen.

Arlas Aktivitäten werden auf natürliche Weise durch unsere Entwicklung zu einem globalisierten Unternehmen bestimmt. Infolge der Zusammenschlüsse der letzten Jahre expandiert Arla auf seinen Kernmärkten Großbritannien und Deutschland, wobei gleichzeitig der Gesamtanteil der Kernmärkte Schweden und Dänemark sinkt. Heute ist ungefähr 90 Prozent des Umsatzes von Arla ausserhalb Dänemark. Die Wachstumsmärkte können aufgrund eines starken organischen Wachstums ihren Anteil halten. Durch diese Entwicklung kann Arla die Geschäftsrisiken besser verteilen, was uns heute und in der Zukunft widerstandsfähiger gegenüber Schwankungen auf den einzelnen Märkten macht.



Umsatzverteilung auf die Arla Geschäftsbereiche
Erzielter Umsatz 2011 und 2012 und erwarteter Umsatz 2013.
Der erzielte Umsatz für das erste Halbjahr 2013 beträgt 36 Milliarden DKK.

ARLA GESCHÄFTSBEREICHE

- **Global Categories & Operations (GCO)** trägt die übergreifende Verantwortung für die Produktkategorien und die drei globalen Marken. GCO ist zuständig für Innovation, Marketing, Milchplanung und Logistik sowie für die Produktion von Käse, Butter und Milchpulver in Dänemark, Schweden und Deutschland.
- **Consumer UK (CUK)** ist nach dem Zusammenschluss mit Milk Link ein Komplettanbieter in Großbritannien mit Vertrieb, Marketing und Produktion von Frischmilchprodukten, Butter und Mischprodukten sowie Käse.
- **Consumer Sweden & Finland (CSE)** hat eine starke Position in Schweden und Finnland. CSE ist zuständig für Marketing, Vertrieb und Produktion von Frischmilchprodukten in Schweden und Finnland.
- **Consumer Denmark (CDK)** hat eine gefestigte und starke Position auf dem dänischen Kernmarkt und ist dort zuständig für Marketing, Vertrieb und Produktion von Frischmilchprodukten.
- **Consumer Germany & the Netherlands (CGN)** hat die Aufgabe, die Potenziale auf dem schnell wachsenden deutschen Kernmarkt freizusetzen und Synergie-Effekte zwischen Deutschland und den Niederlanden zu nutzen. CGN ist zuständig für Marketing, Vertrieb und Produktion von Frischmilchprodukten in diesen beiden Ländern.
- **Consumer International (CIN)** ist ein Wachstumsmotor und zuständig für die Verbraucherprodukte außerhalb der sechs europäischen Kernmärkte, einschließlich der Lohnfertigung (Third Party Manufacturing, TPM) und dem globalen Milchpulver- und Kindernahrungsgeschäft. CIN verfügt über Produktionsanlagen in Russland, dem Nahen Osten, den USA und Kanada.
- **Arla Foods Ingredients (AFI)** ist eine Tochtergesellschaft und weltweiter Marktführer im Bereich der Molkeproteintechnologie.



ENTWICKLUNG DES KERNGESCHÄFTS



Arla verfolgt die Strategie, das mit unserer Marktführerschaft verbundene Potenzial auf allen Märkten zu nutzen. In unseren Kernmärkten werden wir unsere Position weiter ausbauen und werden immer erfolgreicher darin, wie wir unser Geschäft ausrichten. Dabei liegt der Hauptschwerpunkt auf der Stärkung unserer drei globalen Marken Arla®, Lurpak® und Castello®. Darüber hinaus werden wir aber auch andere Geschäftsmöglichkeiten nutzen. Arlas Milch wird mit dem nach wie vor starken Wachstum der Eigenmarken der Händler in zunehmendem Maße auch für die Produkte anderer Unternehmen genutzt. Auf allen unseren Kernmärkten verfügen wir über die erforderlichen Kapazitäten, und benötigten Qualifikationen um die Eigenmarkenprodukte zu einem gewinnbringenden Geschäft zu entwickeln.

Unsere Marken

Arla bietet in Nordeuropa ein Komplettsortiment an Molkereiprodukten an und exportiert

hochwertige Käse-, Butter- und Milchpulverprodukte in die ganze Welt. Arla ist nicht nur der Name unseres Unternehmens, sondern auch eine Produktmarke mit einer Reihe von starken Untermarken in allen Sortimentskategorien: Arla Harmonie®, Arla Ko®, Arla Ingman®, Arla Yoggi®, Arla Cultura®, Arla Buko®, Arla Havarti®, Arla Apetina®, Arla Bregott®, Arla Karolines Køkken®/Arla Köket® und anderes mehr.

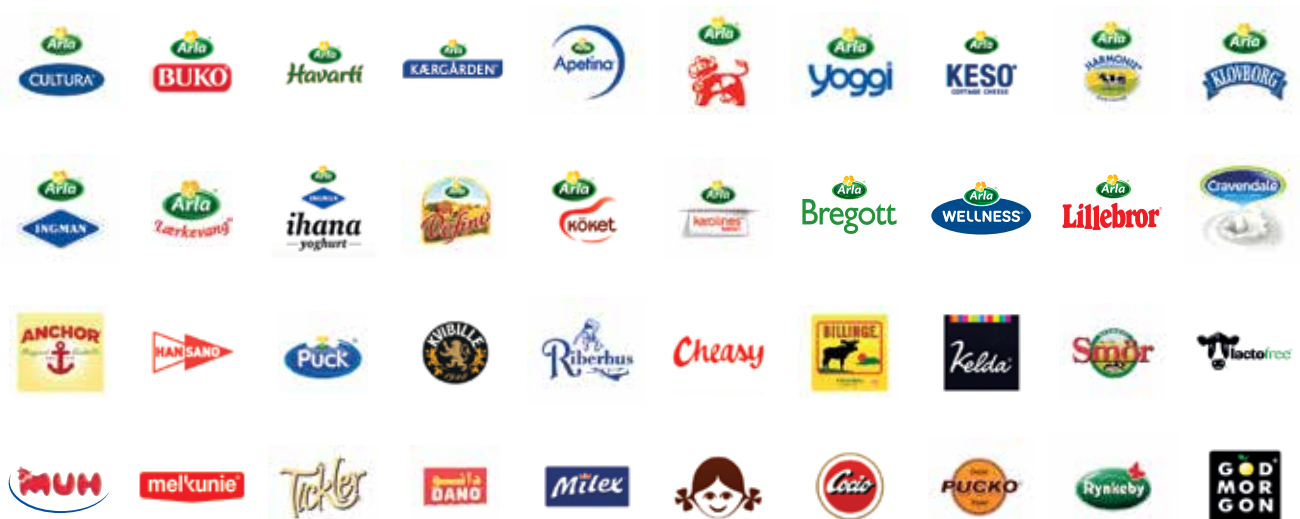
Die Premium-Marke Lurpak® ist eine der weltweit bekanntesten Marken für Butter aus frischem dänischem Rahm. Lurpak® ist jetzt auch in einer streichfähigen Variante als Mischprodukt aus Rahm und Pflanzenöl sowie als Bioerzeugnis erhältlich.

Castello® ist eine weltweit verkaufte Premium-Käsemarke. House of Castello® umfasst Blau-, Weiß- und Rotschimmelkäse, Streichkäse mit verschiedenen Zusätzen sowie reife Hartkäse-

sorten. Der Käse wird in Dänemark, Schweden und Deutschland hergestellt.

Darüber hinaus verwendet Arla verschiedene weitere lokale Marken sowie Marken für Spezialprodukte, wie Cravendale®-Milch und Anchor®-Butter in Großbritannien und Hansano®-Milch und Butter in Deutschland. Svenskt Smör® ist die führende Marke von Butter in Schweden und Arla wurde alleiniger Inhaber der Marke in der ersten Hälfte des Jahres 2013. Puck® ist eine Marke für Produkte, die speziell für Verbraucher im Nahen Osten entwickelt wurden und umfasst Streichkäse, Schmelzkäse und Kondensmilch. Milex® und Dano® sind Milchpulvermarken, Matilde®, Cocio® und Pucko® Kakaomilch- und Milchshake-Marken in Dänemark und Schweden und Rynkeby® und God Morgon® skandinavische Saftmarken.

Arla bleibt seinem Fokus auf Volumenwachstum bei Markenprodukten treu. Bis 2017 möchten wir unter Ausnutzung der Vorteile der Marktführerschaft in unseren Kernmärkten ein Wachstum bei unseren drei globalen Marken erreichen.





WACHSTUM REALISIEREN

Bis 2017 will Arla den Umsatzanteil von Regionen außerhalb der Kernmärkte auf mehr als 20 % steigern und 1-2 Milliarden Liter Milch außerhalb von Europa verkaufen.

Ab 2015 erwarten wir mit dem Auslaufen des EU-Milchquotensystems eine zusätzliche Milchproduktion unserer Mitglieder von mindestens 1 Milliarde Liter jährlich. Diese zusätzlichen Milchmengen wird Arla innerhalb der EU nicht gewinnbringend absetzen können, aber wir erwarten eine steigende Nachfrage durch die wachsende Mittelschicht in den rentablen Wachstumsmärkten. Daher zielt unsere Strategie darauf ab, unsere Milch von Europa auf die Wachstumsmärkte Russland, China, Naher Osten und Afrika zu bringen, wo wir in Vertrieb und Marketing, lokale Partnerschaften und Produktionsanlagen investieren.

Wir werden Arlas Rolle als Lohnfertiger mit Schwerpunkt auf Kindernahrungsprodukte für andere Lebensmittelunternehmen intensivieren und unseren gewinnbringenden Geschäftsbereich Arla Foods Ingredients, der hochwertige Zutaten auf Milchbasis für die Lebensmittelindustrie herstellt, erweitern.

Arla Foods Ingredients



Für diesen Geschäftsbereich, einen der rentabelsten bei Arla, wird für 2013 eine Umsatzsteigerung um 17 % auf 2,6 Milliarden DKK erwartet. Investiert wird gegenwärtig in eine Anlage zur Herstellung von Laktose aus Molke in Videbæk in Dänemark. Durch eine Partnerschaft mit der deutschen Molkerei DMK sichert sich Arla den Zugang zu ausreichenden Mengen Molke. Bis Ende 2017 wird eine Verdoppelung des Umsatzes erwartet.

Das China-Geschäft



Die Partnerschaft mit COFCO ist ein wesentlicher Schritt bei der Entwicklung des Wachstumsmarktes China. Ein ehrgeiziger Geschäftsplan sieht für 2013 eine Verdoppelung des Umsatzes in China vor. Die Markteinführung der Marke Arla über COFCO ist erfolgt. Darüber hinaus produziert Arla wachsende Mengen an Kindernahrung für China und andere asiatische Märkte durch diesen Geschäftsbereich.

Das Nahen Osten und Afrika Geschäft



Im Nahen Osten und in Nordafrika (MEA) sind durch Käse, Milchpulver, Butter und Mischprodukte und eine starke Organisation erhebliche Gewinnzuwächse zu verzeichnen. Das nächste Ziel ist jetzt ein Wachstum in verschiedenen anderen afrikanischen Ländern. Die Entwicklung sieht für die Zukunft sehr vielversprechend aus. Für 2013 wird in der Region Nahen Osten und Afrika eine Umsatzsteigerung von 15 % auf 3,4 Milliarden DKK erwartet.

Das Russland-Geschäft



Die solide Umsatz- und Gewinnentwicklung in Russland ist auf ein Wachstum bei Bio-Markenprodukten sowie ein starkes lokales Management zurückzuführen. Bei einem prognostizierten jährlichen Wachstum von 25-30 % wird ein Umsatzwachstum für 2013 auf 0,8 Milliarden DKK erwartet.



WACHSTUM BEI LOHNFERTIGUNG

Die Lohnfertigung von Arla ist dem Geschäftsbereich Consumer International zugeordnet und stellt Kindernahrung in Pulverform für internationale Unternehmen her, die diese dann unter ihren eigenen Markennamen verkaufen. Dieses Geschäftsmodell hat sich als rentabel und ausbaufähig erwiesen. Dabei bestehen große Wachstumsmöglichkeiten auf Märkten, die sich insbesondere durch eine schnell wachsende Mittelschicht kennzeichnen. Die Nachfrage ist so groß, dass Arla seine vorhandenen Produktionskapazitäten bereits voll auslastet.

Die Lohnfertigung (Third Party Manufacturing TPM) ist ein wachsender Geschäftsbereich und eines der strategischen Mandate im Rahmen der Strategie 2017. Damit soll Arlas führende Rolle auf dem weltweiten Lohnfertigungsmarkt sichergestellt werden und durch die Produktion für andere Unternehmen der Jahresumsatz um 2,5 - 3 Milliarden DKK erhöht werden..

Typische TPM-Kunden sind Unternehmen, die in ihren eigenen Produktionsstätten nicht über ausreichende Kapazitäten verfügen bzw. kein eigenes Fertigungs-Know-how besitzen. Dazu gehören beispielsweise auch chinesische Unternehmen, die ihre Produkte außerhalb des Landes herstellen lassen.

Arla verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung bei der Herstellung von Säuglings-Folgemilch, einem komplexen Produkt mit hohen Anforderungen an die Lebensmittelsicherheit und die Dokumentation im Produktionsprozess. Im Laufe dieser Zeit hat Arla ein umfassendes Fertigungs-Know-how aufgebaut und ist in der Lage, die hohe Qualität zu liefern, dem das Unternehmen seinen guten Ruf in der Branche zu verdanken hat. Die chinesischen Unternehmen sind besonders begeistert von dem Qualitätsprogramm Arlagården®, das eine Rückverfolgung des

Produktes durch die gesamte Wertschöpfungskette bis hin zu den landwirtschaftlichen Betrieben ermöglicht.

Der Aufbau einer Partnerschaft zur Entwicklung hochwertiger Produkte für wohlhabende und qualitätsbewusste Verbraucher dauert in der Regel 12-18 Monate. Daher basiert dieses Geschäftsmodell auf langfristigen Kundenbeziehungen. So umfasst einer der wichtigsten Verträge mit einem chinesischen Unternehmen die jährliche Lieferung von 20.000 t Folgemilch in den kommenden zehn Jahren.

Mit der Lohnfertigung werden etwa 10 % des Gesamtumsatzes des Geschäftsbereichs Consumer International erzielt, wobei die größte Herausforderung in den fehlenden Produktionskapazitäten besteht. Aus diesem Grund wird gegenwärtig die Milchpulveranlage Arinco in Videbæk mit einer Jahreskapazität von 32.000 t auf 48.000 t erweitert. Diese Erweiterung wird 2014 abgeschlossen.



Gesamtumsatz der Lohnfertigung in Mio. DKK. Im ersten Halbjahr 2013 wurde durch Lohnfertigung ein Umsatz von 545 Millionen DKK erzielt.



SCHNELLER, EINFACHER UND SCHLANKER

Arla geht davon aus, bis 2015 die Kostenführerschaft und eine effektive Umsetzung mit Einsparungen in Höhe von 2,5 Milliarden DKK zu erreichen.

Voraussetzung für den Erfolg von Arla ist ein aktiver Kostenfokus. Aus diesem Grund haben wir 2012 verschiedene ehrgeizige Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungsprogramme mit großem Potenzial eingeführt. Mithilfe dieser Programme vereinfachen wir das Geschäftsmodell von Arla, modernisieren die Produktion und optimieren unsere Prozesse. Wir gehen davon aus, dass wir damit bis Ende 2015 Einsparungen in Höhe von 2,5 Milliarden DKK erzielen können.

Zur Verbesserung der Reaktionsgeschwindigkeit und -fähigkeit des Unternehmens untersucht Arla Einsparungsmöglichkeiten in folgenden Kernbereichen:

- Lean und Operational Excellence (OPEX)
- Beschaffung (Total Cost of Ownership und Design To Value)
- Strukturrationalisierung

Die Verschiebung unseres Fokus vom Umsatz auf den Reingewinn erfordert kontinuierliche Anstrengungen zur effizienteren Gestaltung der Lieferkette durch Investitionen und Lean-Programme. Durch die schnelle Entwicklung des Unternehmens sind neue Arbeitsweisen erforderlich und die Fähigkeit, Synergie-Effekte zu erreichen, Größenvorteile zu nutzen und die Kosten pro Einheit zu reduzieren.

Strategische Ziele

Effizienzgewinne in Höhe von 2,5 Milliarden DKK (2015)

LEAN

Lean-Culture and Toolbox

Umfang:

Eine Molkerei nach der anderen

Schwerpunktbereiche:

- Leistungsmanagement
- Schulungsprogramme (von Führungskräften bis Mitarbeitern)
- Change Management
- Kontinuierliche Verbesserung
- Organisation
- Lean-Toolbox

OPEX

Operational Excellence

Umfang:

Eine Molkerei nach der anderen

Schwerpunktbereiche:

- Benchmarking
- Best Practices
- Optimierung der Produktion
- Optimierung der Verpackung
- Optimierung der Planung
- Optimierung der Wartung
- Optimierung der Betriebsmittel
- Optimierung von Distribution & Lager

DTV

Design to Value

Umfang:

Eine Produktgruppe nach der anderen

Schwerpunktbereiche:

- Optimierung der Produktspezifikationen in Bezug auf:
 - Verpackung
 - Inhaltsstoffe
 - Rezepturen
 - Richtige Größe
 - Komplexitätsreduktion

TCO

Total Cost of Ownership

Umfang:

Eine Beschaffungsgruppe nach der anderen in allen Produktgruppen, Geschäftsbereichen, Ländern

Schwerpunktbereiche:

- Nutzung der Kaufkraft von Arla durch Bündelung von Volumen
- Optimierung der Anzahl der Zulieferer
- Standardisierung und Rationalisierung von Materialien und Abstimmung über Kategorien, Geschäftsbereiche und Länder hinweg
- Optimierung der Prozesse zur Senkung von Transaktionskosten und Erreichen von Größenvorteilen

ZERO

Working Capital reduction


Umfang:

Beginnend bei den Lieferanten, dann Übergang zu Vorräten und Forderungen

Schwerpunktbereiche:

- Verlängerung des Beschaffungszyklus
- Verkürzung des Schuldenzyklus
- Reduzierung aller Vorratbeständen:
 - Verpackung
 - Inhaltsstoffe
 - Ersatzteile
 - Halbfabrikate und Fertigerzeugnisse

UMWELTFREUNDLICHE KUNSTSTOFFFLASCHEN VERBESSERN EFFIZIENZ UND WETTBEWERBSFÄHIGKEIT

 *Bei der Innovation im Bereich der Milchverpackungen beschreitet Arla neue Wege. Eine neue umweltfreundliche Flasche spielt für Arla UK eine entscheidende Rolle beim Erreichen der angestrebten Reduzierung der CO₂-Emissionen. Gleichzeitig werden dadurch Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit verbessert, ohne jedoch Kompromisse bei der Qualität oder Funktionalität einzugehen.*

Arla UK verwendet jährlich rund 800 Millionen Kunststoffflaschen, und rund 30 % der gesamten CO₂-Emissionen bei Arla UK werden durch diese Verpackungen verursacht. Aus diesem Grund sind auch kleinste Veränderungen in diesem Bereich von großer Bedeutung. Eine neue umweltfreundliche Flasche sorgt dafür, dass Arla UK sowohl ökologischer als auch effizienter wird. Die ultraleichte Flasche wiegt nur 34 g und enthält 15 % recycelten Kunststoff. Durch das innovative Design ergibt sich eine jährliche Reduzierung des Verpackungsgewichts von mehr als 3.000 t.

Die Entwicklung der Flasche erfolgte im Rahmen des Design-to-Value-Programms der Strategie 2017, da sie Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit verbessert, ohne jedoch Kompromisse bei der

Qualität oder Funktionalität einzugehen. Darüber hinaus wird mit dieser Flasche auch ein Beitrag zu Arlas globaler Vision von einer führenden Rolle im Molkereisektor geleistet, denn sie setzt mit ihrem innovativen Design und ihrer umweltfreundlichen Qualität neue Maßstäbe in Großbritannien.

Die für die umweltorientierte Molkerei Aylesbury entwickelten Flaschen werden noch leichter sein: Sie sollen 20 % weniger Gewicht haben und zu 30 % aus recyceltem Kunststoff bestehen. Diese Pläne machen Arla zu einem Vorreiter in der Branche, was die Verpackungsinnovation betrifft.

**Die Mittelschicht
Chinas zeigt ein
wachsendes
Interesse an
Bio-Produkten.
Arla will eine
gewichtige Rolle
auf dem Markt
für Bio-Molkerei-
produkte spielen.**





Gewinn- und Verlustrechnung

(Mio. DKK)	ANHANG	1. HALBJAHR 2013	1. HALBJAHR 2012	GESAMTJAHR 2012
Umsatzerlöse	1.1	35.721	29.911	63.114
Herstellungskosten	1.2	-27.351	-23.300	-48.413
Bruttoergebnis		8.370	6.611	14.701
Forschungs- und Entwicklungskosten	1.2	-144	-110	-202
Vertriebskosten	1.2	-5.023	-4.381	-9.496
Verwaltungskosten	1.2	-1.754	-1.419	-2.791
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen		63	-32	217
Ergebnis nach Steuern aus Joint Ventures und assoziierten Unternehmen		54	-12	73
Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)		1.566	657	2.502
Spezifikation:				
Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen (EBITDA)		2.692	1.562	4.445
Abschreibungen und Wertberichtigungen		-1.126	-905	-1.943
Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)		1.566	657	2.502
Finanzerträge und -aufwendungen	3.1	-395	-202	-518
Ergebnis vor Steuern		1.171	455	1.984
Steuern		-123	58	-89
Periodenergebnis		1.048	513	1.895
Anteile andere Gesellschafter		-25	-11	-31
Mitglieder von Arla Foods amba		1.023	502	1.864

Arla veröffentlicht seine Halbjahres- und Jahresabschlüsse nach den von der EU genehmigten internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IFRS) sowie weiteren dänischen Anforderungen an Geschäftsberichte. Der Halbjahresabschluss ist in Übereinstimmung mit IAS 34 - Zwischenberichterstattung - soweit von der EU zur Anwendung in Europa freigegeben, erstellt worden.

Es wurden dieselben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie im Geschäftsbericht 2012 angewandt. Arla hat die für 2013 geltenden neuen Standards und Interpretationen angewandt. Im Gegensatz zu früheren Jahren, als die erwarteten Erträge aus dem Vermögen des Pensionsfonds ergebniswirksam erfasst wurden, werden jetzt, gemäß den Änderungen zu IAS 19, Zinserträge aus dem Pensionsvermögen mit demselben Zinssatz wie bei der Diskontierung der Versorgungsverpflichtungen berechnet. Diese Veränderungen werden die Finanzaufwendungen des Konzerns 2013 voraussichtlich im rund 60 Mio. DKK erhöhen.

Arla hat mit Wirkung vom 1. Januar 2013 die Änderungen zu IAS 27 und IAS 28 sowie die Standards IFRS 10, IFRS 11 und IFRS 12 eingeführt.

Außer IAS 19 hat keiner der neuen Buchführungsgrundsätze und Interpretationen wesentliche Auswirkungen auf die Ansätze und Bewertungen.

2,9%

Das Halbjahresergebnis beträgt 2,9 % des Umsatzes, was dem Ergebnisziel des Konzerns von 3 % entspricht.



Gesamtergebnisrechnung

(Mio. DKK)

ANHANG 1. HALBJAHR 2013 1. HALBJAHR 2012 GESAMTJAHR 2012

Periodenergebnis	1.048	513	1.895
Sonstiges Gesamtergebnis			
Posten ohne direkte Auswirkung auf die Gewinn- und Verlustrechnung			
Versicherungsmathematische Gewinne/(Verluste) aus leistungsorientierten Pensionsplänen usw.	72	-502	-654
Steuern auf versicherungsmathematische Gewinne/(Verluste) aus leistungsorientierten Pensionsplänen usw.	-17	122	126
Posten mit direkter Auswirkung auf die Gewinn- und Verlustrechnung			
Latente Gewinne/(Verluste) aus Absicherungsinstrumenten	273	-116	68
In die sonstigen betrieblichen Erträge und Aufwendungen übernommene Wertberichtigungen aus Absicherungsinstrumenten	-52	58	-46
In die Finanzerträge übernommene Wertberichtigungen aus Absicherungsinstrumenten	17	120	-39
In die Herstellungskosten übernommene Wertberichtigungen aus Absicherungsinstrumenten	7	11	11
Wertberichtigungen von finanziellen Vermögenswerten die als zur Veräußerung eingestuft wurden	15	-23	-4
Wechselkursanpassungen bei der Umrechnung von ausländischen Einheiten	-100	60	-59
Sonstige Positionen	-35	-79	-70
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	180	-379	-667
Summe Gesamtergebnis	1.228	134	1.228
Wie folgt zugeordnet:			
Mitglieder von Arla Foods amba	1.204	114	1.227
Anteile andere Gesellschafter	24	20	1
Gesamt	1.228	134	1.228

Das Gesamtergebnis widerspiegelt die Wertschöpfung/Wertminderung im Berichtszeitraum, darunter das Ergebnis des Zeitraums sowie eränderungen des Eigenkapitals, die nicht aus Transaktionen mit Eigentümern stammen – z. B. die Entwicklung von Altersversorgungsverpflichtungen und Sicherungsgeschäften. Der Milchpreis wird nur vom Jahresergebnis und nicht von den Veränderungen beim sonstigen Ergebnis beeinflusst.



Bilanz

(Mio. DKK)

ANHANG 1. HALBJAHR 2013 1. HALBJAHR 2012 GESAMTJAHR 2012

AKTIVA

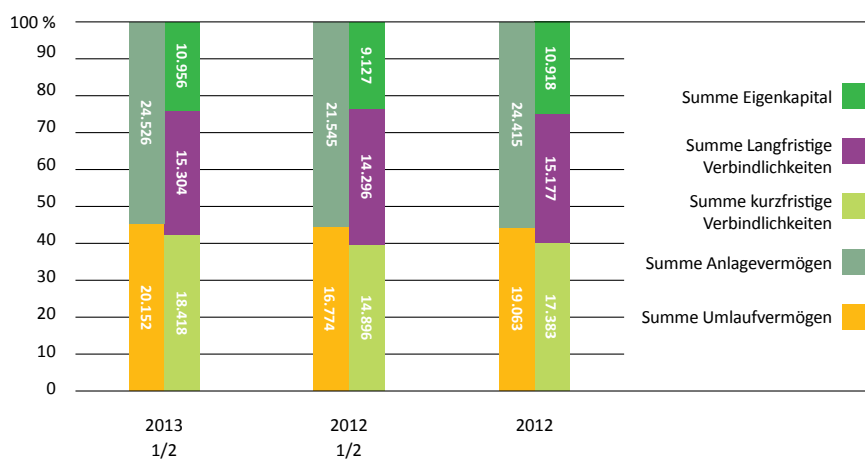
Anlagevermögen

Summe Immaterielle Vermögensgegenstände		5.322	4.821	5.442
Summe Sachanlagen		16.039	13.318	15.644
Summe sonstiges Anlagevermögen		3.165	3.406	3.329
Summe Anlagevermögen		24.526	21.545	24.415

Umlaufvermögen

Vorräte	2.1	6.919	5.573	6.034
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.1	7.089	5.840	6.723
Sonstiges Umlaufvermögen		1.431	812	1.194
Wertpapiere und liquide Mittel	3.2	4.362	4.504	4.756
Summe Umlaufvermögen ohne Vermögenswerte klassifiziert als zur Veräußerung gehalten		19.801	16.729	18.707
Vermögenswerte klassifiziert als zur Veräußerung gehalten		351	45	356
Summe Umlaufvermögen inkl. Vermögenswerte klassifiziert als zur Veräußerung gehalten		20.152	16.774	19.063

SUMME VERMÖGENSWERTE

44.678 38.319 43.478

Bilanz

(Mio. DKK)

ANHANG 1. HALBJAHR 2013 1. HALBJAHR 2012 GESAMTJAHR 2012

PASSIVA

EIGENKAPITAL

Eigenkapital vor Nachzahlungsvorschlag		10.800	8.967	9.643
Nachzahlungsvorschlag an Mitglieder		-	-	1.112
Eigenkapital der Mitglieder der Muttergesellschaft		10.800	8.967	10.755
Anteile andere Gesellschafter		156	160	163
Summe Eigenkapital		10.956	9.127	10.918

VERBINDLICHKEITEN

Langfristige Verbindlichkeiten

Pensionsverpflichtungen		2.754	2.645	3.129
Latente Steuern und Rückstellungen		316	200	170
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		12.234	11.451	11.878
Summe Langfristige Verbindlichkeiten	3.2	15.304	14.296	15.177

Kurzfristige Verbindlichkeiten

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		8.447	6.750	7.299
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.1	6.461	4.701	6.866
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten		3.481	3.445	3.169
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten		18.389	14.896	17.334

Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten		29	-	49
--	--	----	---	----

Kurzfristige Verbindlichkeiten inkl. Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten	3.2	18.418	14.896	17.383
--	-----	---------------	---------------	---------------

Summe Verbindlichkeiten		33.722	29.192	32.560
--------------------------------	--	---------------	---------------	---------------

SUMME PASSIVA		44.678	38.319	43.478
----------------------	--	---------------	---------------	---------------



Kapitalflussrechnung

(Mio. DKK)

ANHANG 1. HALBJAHR 2013 1. HALBJAHR 2012 GESAMTJAHR 2012

Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit:

Periodenergebnis	1.048	513	1.895
Abschreibungen und Wertberichtigungen	1.126	900	1.943
Anteil am Gewinn von Joint Ventures und assoziierten Unternehmen	-54	12	-73
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Unternehmen, Immobilien usw.	-	7	-59
Änderungen bei Vorräten, Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-1.679	-465	1.436
Änderungen bei sonstigem Umlaufvermögen und kurzfristigen Verbindlichkeiten	-90	-116	-1.429
Sonstige operative Posten ohne Auswirkung auf die Liquidität	-61	-27	18
Finanzerträge und -aufwendungen	395	211	518
Gezahlte Steuern	-79	-61	-88
Cashflow aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	606	974	4.161

Finanzerträge und Finanzaufwendungen	-186	-156	-362
Summe Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	420	818	3.799

Cashflow aus Investitionstätigkeit:

Nettoinvestitionen in immaterielles Anlagevermögen	-58	-49	-117
Nettoinvestitionen in Sachanlagen	-1.778	-1.541	-3.266
Investitionen in finanzielle Vermögenswerte	113	4	-1.701
Nettoinvestitionen in Unternehmen	-	-1.697	-236
Summe Cashflow aus Investitionstätigkeit:	-1.723	-3.283	-5.320

Cashflow aus Finanzierungstätigkeit:

Nachzahlungen, die das letzte Geschäftsjahr betreffen	-1.112	-491	-491
Auszahlung aus dem Eigenkapital für ausgetretene Mitglieder	-47	-20	-37
Änderungen bei kurzfristigen Verbindlichkeiten	741	2.815	2.354
Änderungen bei kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten	1.354	128	-78
Summe Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	936	2.432	1.748

Änderungen bei liquiden Mitteln

Liquide Mittel 1. Januar	734	504	504
Wechselkursbereinigungen bei liquiden Mitteln	-21	9	3
Liquide Mittel 30. Juni	346	480	734

Rechenschaftsbericht

Der Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit lag im ersten Halbjahr 2013 bei 420 Mio. DKK, verglichen mit 818 Mio. DKK in der ersten Jahreshälfte 2012.

Das Umlaufvermögen – Summe aus Vorräten und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen minus Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (einschl. Verbindlichkeiten bzgl. Milch von Mitgliedern) – betrug am 30. Juni 2013 7.547 Mio. DKK im Vergleich zu 5.891 Mio. DKK per 31. Dezember 2012. Arla arbeitet intensiv an der Erhöhung des Cashflows aus operativer Geschäftstätigkeit (Programm Zero). Der positive Effekt wurde in erster Linie gedämpft durch Wachstum, Preisanstiege und saisonale Effekte.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit betrug im ersten Halbjahr -1.723 Mio. DKK gegenüber -3.283 Mio. DKK im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Die Differenz ist im Wesentlichen auf die 2012 getätigten Investitionen in die Mengniu Dairy Company Ltd in China in Höhe von 1,75 Mrd. DKK zurückzuführen. 2013 investiert Arla weiterhin umfassend in Sachanlagen und erwartet für 2013 den Abschluss verschiedener Investitionen in der Molkereistruktur sowie Kapazitätserweiterungen. Die Halbjahresinvestitionen in Sachanlagen lagen bei -1.778 Mio. DKK, wobei sich der freie Cashflow auf -1.303 Mio. DKK im Vergleich zu 2.465 Mio. DKK im Vorjahr beläuft.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit, der sich aus Nachzahlungen und Fremdmittelaufnahme, einschl. Anleiheemissionen, zusammensetzt, lag im ersten Halbjahr 2013 bei 936 Mio. DKK.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente entsprachen per 30. Juni 2013 346 Mio. DKK gegenüber 480 Mio. DKK im gleichen Zeitraum des Vorjahres.

Eigenkapitalentwicklung

(Mio. DKK)	KAPITALKONTO	LIEFERMENGENABHÄNGIGE EIGENTÜMERZERTIFIKATE	KAPITALEINLAGE	RÜCKLAGEN FÜR BESONDERE ZWECKE	RÜCKLAGENFOND B	RÜCKLAGEN FÜR SICHERUNGSGESCHÄFTE	WECHSELKURSÄNDERUNGEN RÜCKLAGEN FÜR	VORSCHLAG FÜR NACHZAHLUNGEN AN MITGLIEDER	PERIODENERGEBNIS	GESAMT	ANTEILE ANDERE GESELLSCHAFTER	SUMME EIGENKAPITAL
Eigenkapital 1. Januar 2013	6.894	835	1.628	969	-	-673	-10	1.112	-	10.755	163	10.918
Periodenergebnis									1.023	1.023	25	1.048
Sonstiges Gesamtergebnis	21					245	-85			181	-1	180
Summe Gesamtergebnis	21	-	-	-	-	245	-85	-	1.023	1.204	24	1.228
Zahlungen an Mitglieder		-26	-21							-47		-47
Dividende an Minderheitsgesellschafter											-31	-31
Nachzahlungen an Mitglieder								-1.112		-1.112		-1.112
Wechselkursbereinigungen	31	-7	-24									
Summe der Transaktionen mit Mitgliedern	31	-33	-45	-	-	-	-	-1.112	-	-1.159	-31	-1.190
Eigenkapital 30. Juni 2013	6.946	802	1.583	969	-	-428	-95	-	1.023	10.800	156	10.956
Eigenkapital 1. Januar 2012	7.364	840	682	-	500	-566	53	491	-	9.364	162	9.526
Periodenergebnis									502	502	11	513
Sonstiges Gesamtergebnis	-397					-51	60			-388	9	-379
Summe Gesamtergebnis	-397	-	-	-	-	-51	60	-	502	114	20	134
Zahlungen an Mitglieder		-14	-6							-20		-20
Umbuchungen				500	-500							
Nachzahlungen an Mitglieder								-491		-491		-491
Dividende an Minderheitsgesellschafter											-22	-22
Wechselkursbereinigungen	-7	7										
Summe der Transaktionen mit Mitgliedern	-7	-7	-6	500	-500	-	-	-491	-	-511	-22	-533
Eigenkapital 30. Juni 2012	6.960	833	676	500	-	-617	113	-	502	8.967	160	9.127

Rechenschaftsbericht

Per 30. Juni 2013 betrug das Eigenkapital 10.956 Mio. DKK, eine Erhöhung um 1.829 Mio. DKK gegenüber dem 30. Juni 2012. Die als relativer Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme berechnete Eigenkapitalquote ist 25 % im Vorjahr auf 24 % per 30. Juni 2013.

Halbjahresergebnis

Im ersten Halbjahr 2013 lag Arlas Milchabnahmepreis bei 2,87 DKK gegenüber 2,64 DKK im ersten Halbjahr 2012. Die noch nicht ausgeschütteten Gewinne betragen für das erste Halbjahr 2013 1.023 Mio. DKK gegenüber 502 Mio. DKK im Vorjahr.

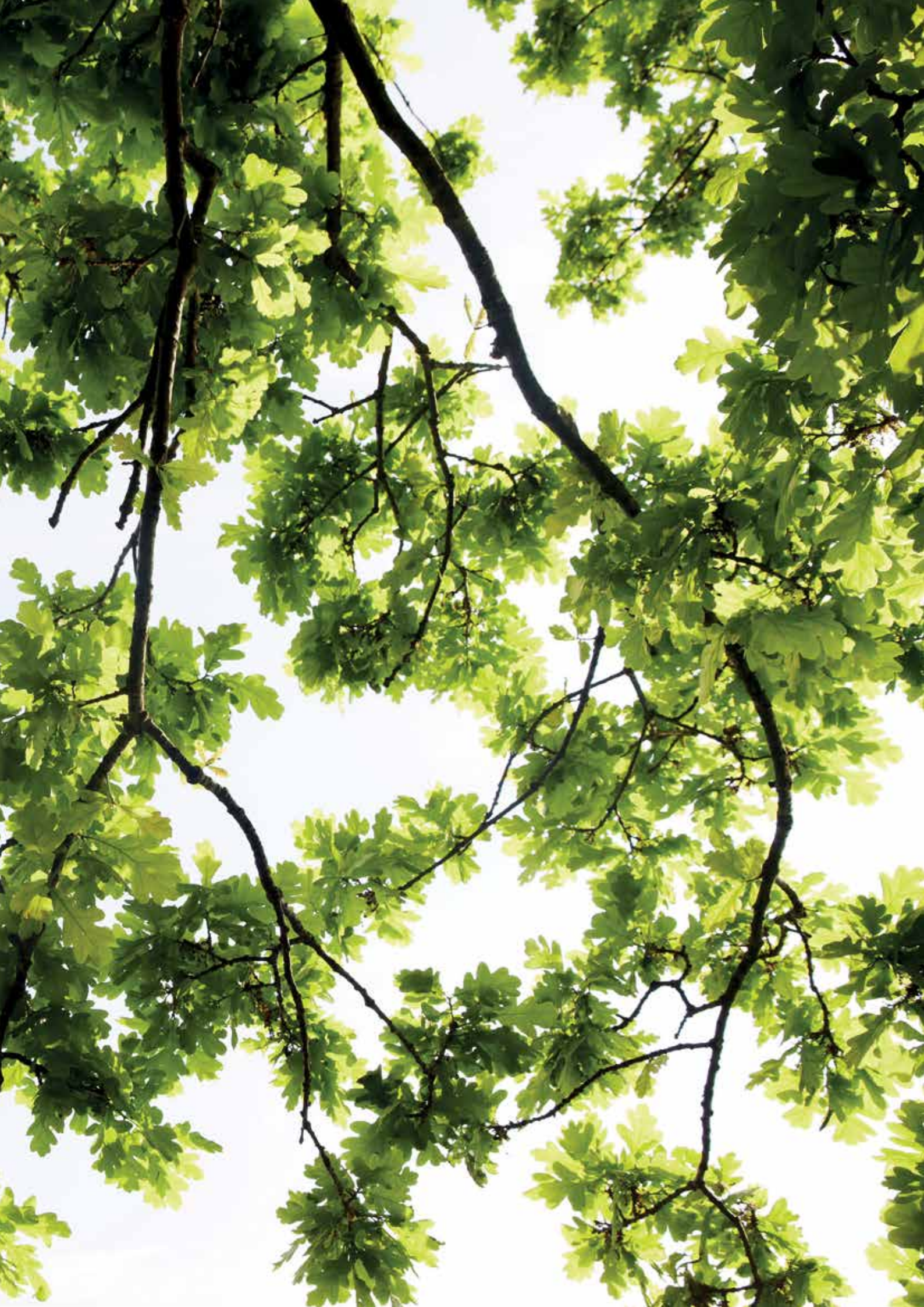
Zahlungen an Mitglieder

Im März 2013 wurde die Auszahlung von 1.112 Mio. DKK als zusätzliche Zahlungen und Zinsen auf eingezahltes Kapital im Zusammenhang mit der Gewinnausschüttung für 2012 beschlossen. Darüber hinaus wurden 2013 47 Mio. DKK an Mitglieder ausgezahlt, die 2012 aus der Genossenschaft ausgetreten sind.

Sonstige Berichtigungen:

Sonstige Berichtigungen für die Periode beziehen sich in erster Linie auf Wertberichtigungen von Absicherungsinstrumenten für Wechselkurs- und Zinsrisiken sowie Wechselkursanpassungen hinsichtlich der Umrechnung des Nettovermögens ausländischer Einheiten, einschließlich Nachrangdarlehen, die als Teil der Investitionen betrachtet werden. Darüber hinaus gibt es versicherungsmathematische Gewinne aus Pensionsverpflichtungen in Höhe von 57 Mio. DKK, insbesondere infolge eines höheren Zinsniveaus bei den schwedischen Pensionsverpflichtungen.







Anhang 1. Betriebsergebnis

ANHANG 1.1.a. UMSATZERLÖSE

(Mio. DKK)

	1. HALBJAHR 2013 ORGANISCHES WACHSTUM	1. HALBJAHR 2013 UMSATZ	1. HALBJAHR 2012 UMSATZ
Umsatzerlöse nach Geschäftsbereich/Markt			
Consumer United Kingdom	1,9%	9.240	6.951
Consumer Sweden	-4,6%	5.771	5.796
Consumer Finland	8,9%	1.300	1.189
Consumer Denmark	-1,8%	3.173	3.403
Consumer Germany	1,8%	5.205	2.858
Consumer Netherlands	3,2%	785	759
Kernmärkte	0,3%	25.474	20.956
Consumer International - Russland	24,8%	351	288
Consumer International - Naher Osten & Afrika	15,4%	1.796	1.566
Consumer International - China*	-6,3%	34	37
Consumer International - Lohnfertigung	95,8%	545	278
Arla Foods Ingredients	8,8%	1.191	1.103
Wachstumsmärkte	20,6%	3.917	3.272
Wertschöpfungsmärkte	2,6%	2.180	2.049
Global Categories and Operations - Trading	16,6%	3.199	2.743
Sonstige	N/A	951	891
Summe Umsatzerlöse	3,2%	35.721	29.911

* Arlas Gesamtumsatz in China beträgt ca. 494 Mio. DKK (+127 %), von denen 34 Mio. auf den Direktvertrieb im Geschäftsbereich Consumer International entfallen.

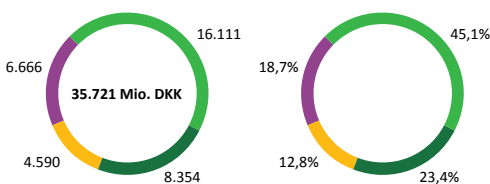
	1. HALBJAHR 2013 UMSATZ	1. HALBJAHR 2013 UMSATZANTEIL	1. HALBJAHR 2012 UMSATZ	1. HALBJAHR 2012 UMSATZANTEIL
Umsatzerlöse nach Produktkategorien				
Frischeprodukte	16.111	45,1%	12.296	41,1%
Käse	8.354	23,4%	7.123	23,8%
Butter und Mischfette	4.590	12,8%	4.140	13,9%
Sonstiges	6.666	18,7%	6.352	21,2%
Summe Umsatzerlöse	35.721	100%	29.911	100%

Rechenschaftsbericht

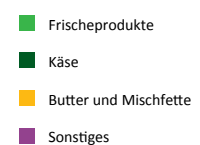
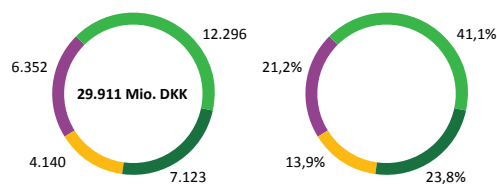
Die Nettoumsatzerlöse betragen im ersten Halbjahr 2013 insgesamt 35,7 Mrd. DKK gegenüber 29,9 Mrd. DKK im Vergleichszeitraum des Vorjahres, eine Erhöhung um 19 %. Im ersten Halbjahr 2013 haben sich erstmals die Fusionen mit Milk Link (Großbritannien) und MUH (Deutschland) vollständig in den Nettoumsatzerlösen niedergeschlagen. Darüber haben sich auch ein solides organisches Wachstum von rund 3 %, in erster Linie auf den außereuropäischen Märkten sowie bei Arla Foods Ingredients, bessere Marktpreise und die Aufhebung der dänischen Fettsteuer positiv auf die Umsatzsteigerung ausgewirkt.

UMSATZERLÖSE NACH PRODUKTKATEGORIEN

1. HALBJAHR 2013



1. HALBJAHR 2012



ANHANG 1.2.a KOSTEN

(Mio. DKK)

	1. HALBJAHR 2013	1. HALBJAHR 2012
Herstellungskosten	-27.351	-23.300
Forschungs- und Entwicklungskosten	-144	-110
Vertriebskosten	-5.023	-4.381
Verwaltungskosten	-1.754	-1.419
Gesamt	-34.272	-29.210
davon:		
Kosten für Rohmilch	-16.647	-12.628
Personalkosten	-4.164	-3.811
Abschreibungen und Wertberichtigungen	-1.126	-905
Sonstige Kosten	-12.335	-11.866
Gesamt	-34.272	-29.210

ANHANG 1.2.b KOSTEN FÜR ROHMILCH

(Mio. DKK)

	1. HALBJAHR 2013		1. HALBJAHR 2012	
	ERFASST MIO. KG	KOSTEN MIO. DKK	ERFASST MIO. KG	KOSTEN MIO. DKK
Milch von Mitgliedern	4.741	-12.667	3.555	-8.805
Sonstige Milch	1.494	-3.980	1.448	-3.823
Gesamt	6.235	-16.647	5.003	-12.628

Rechenschaftsbericht

Die Kosten betragen im ersten Halbjahr 2013 insgesamt 34,3 Mrd. DKK gegenüber 29,2 Mrd. DKK im Vergleichszeitraum des Vorjahres, eine Erhöhung um 17 %, die in hohem Maße durch die vollständige Kostenwirkung der Zusammenschlüsse mit Milk Link und MUH beeinflusst wurde. Aufgrund eines höheren Abschlags für die Milch und von den Mitgliedern gelieferter größerer Milchmengen sind die Kosten für Rohmilch um 25 % angestiegen. Die Kosten für Rohmilch umfassen außerdem die Kosten für von anderen Lieferanten gekaufte Milch, vorwiegend in Großbritannien. Im ersten Halbjahr 2013 betrug der für die Milch gezahlte Durchschnittspreis 2,67 DKK gegenüber 2,52 DKK im ersten Halbjahr 2012. Die Milchproduktion wird in den einzelnen Ländern generell durch Quoten geregelt, so dass eine Erweiterung der Produktion durch die Entwicklung der Quoten begrenzt ist. Die Kosten für Forschung und Entwicklung sind aufgrund strategischer Beschlüsse zur Ausweitung der Forschungs- und Entwicklungstätigkeit gestiegen.



Anhang 2. Nettoumlaufvermögen

ANHANG 2.1 NETTOUMLAUFVERMÖGEN

1. HALBJAHR 2013 1. HALBJAHR 2012

(Mio. DKK)

Vorräte	6.919	5.573
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.089	5.840
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-6.461	-4.701
Summe Nettoumlaufvermögen	7.547	6.712
Verbindlichkeiten aus Milch von Mitgliedern	1.742	1.052
Summe Nettoumlaufvermögen ohne Verbindlichkeiten aus Milch von Mitgliedern	9.289	7.764

Rechenschaftsbericht

Zur Freisetzung liquider Mittel für das Wachstum sind in den letzten Jahren systematische Anstrengungen zur Reduzierung der im Umlaufvermögen gebundenen Finanzmittel unternommen worden. Arla konzentriert sich weiterhin auf das Umlaufvermögen, 2013 mit besonderem Fokus auf die Reduzierung des in Vorräten gebundenen Kapitals. Die Effekte dieser Aktivitäten kommen im Halbjahresabschluss noch nicht voll zum Tragen, was in erster Linie auf die durchgeführten Fusionen, das Wachstum sowie saisonale Schwankungen der Bilanzstichtage zurückzuführen ist. Sie werden jedoch für 2013 auf rund 0,7 Mrd. DKK geschätzt.

Anhang 3. Finanzielle Posten und Verbindlichkeiten

ANHANG 3.1 FINANZERTRÄGE UND -AUFWENDUNGEN

(Mio. DKK)

1. HALBJAHR 2013 1. HALBJAHR 2012

Finanzerträge:

Zinsen, Wertpapiere und liquide Mittel	10	38
Wechselkursgewinne (netto)	-	51
Wertberichtigungen usw.	17	23
Summe Finanzerträge	27	112

Finanzaufwendungen:

Aufwendungen für Finanzanlagen, erfasst zu fortgeführten Anschaffungskosten	-249	-231
Wechselkursverluste (netto)	-133	-
In der Position Anlagevermögen ausgewiesene Zinsen	6	5
Zinsen, Pensionsverpflichtungen	-24	-23
Wertberichtigungen, Bankgebühren usw.	-22	-65
Summe Finanzaufwendungen	-422	-314

Netto-Finanzaufwendungen
-395 -202

ANHANG 3.2 VERZINSLICHE NETTOVERBINDLICHKEITEN

(Mio. DKK)

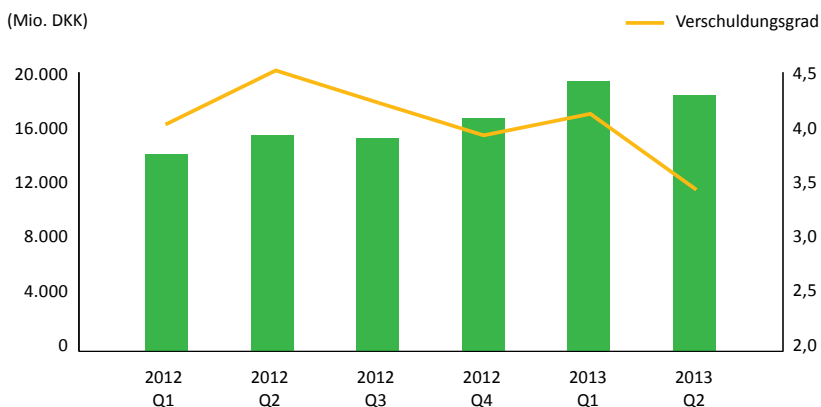
1. HALBJAHR 2013 1. HALBJAHR 2012

Wertpapiere und liquide Mittel	-4.362	-4.504
Sonstige verzinsliche Vermögenswerte	-290	-388
Kurzfristige Verbindlichkeiten	8.472	6.750
Kurzfristige Nettoverbindlichkeiten	3.820	1.858
Langfristige Verbindlichkeiten	12.310	11.451
Verzinsliche Nettoverbindlichkeiten ohne Pensionsverpflichtungen	16.130	13.309
Pensionsverpflichtungen	2.754	2.645
Verzinsliche Nettoverbindlichkeiten einschl. Pensionsverpflichtungen	18.884	15.954

In den vergangenen 6 Quartalen haben sich die verzinslichen Nettoverbindlichkeiten einschl. Pensionsverpflichtungen und die Kennziffer Verschuldungsgrad wie folgt entwickelt:

VERZINSLICHE NETTOVERBINDLICHKEITEN

(Mio. DKK)



**Anhang 3. Finanzergebnis und Verbindlichkeiten (Fortsetzung)****NOTE 3.3 ZEITWERTHIERARCHIE - BUCHWERT**

(Mio. DKK)

	STUFE 1	STUFE 2	STUFE 3	GESAMT
1. Halbjahr 2013				
<i>Finanzielle Vermögenswerte:</i>				
Anleihen	4.016	-	-	4.016
Aktien	66	-	-	66
Derivative Finanzinstrumente	-	289	-	289
Gesamt	4.082	289	-	4.371
<i>Finanzielle Verbindlichkeiten:</i>				
Derivative Finanzinstrumente	-	682	-	682
Gesamt	-	682	-	682

1. Halbjahr 2012*Finanzielle Vermögenswerte:*

Anleihen	4.024	-	-	4.024
Aktien	120	-	-	120
Derivative Finanzinstrumente	-	125	-	125
Gesamt	4.144	125	-	4.269

Finanzielle Verbindlichkeiten:

Derivative Finanzinstrumente	-	965	-	965
Gesamt	-	965	-	965

Rechenschaftsbericht

Die Finanzerträge und –aufwendungen lagen im ersten Halbjahr 2013 bei -395 Mio. DKK, verglichen mit -202 Mio. DKK 2012, eine Steigerung, die in erster Linie auf Wechselkursanpassungen zurückzuführen ist. Infolge der erhöhten Aufnahme von Verbindlichkeiten sind die Finanzaufwendungen des Konzerns im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Allerdings wurde die Steigerung der Zinskosten durch ein geringeres durchschnittliches Zinsniveau abgedeckt. Der durchschnittliche Zinssatz betrug im ersten Halbjahr, außer bei Pensionen, 2,8 % gegenüber 3,2 % im ersten Halbjahr 2012.

Arlas verzinsliche Nettoverbindlichkeiten, einschließlich Pensionen, sind von 15.954 Mio. DKK per 30. Juni 2012 auf 18.884 Mio. DKK per 30. Juni 2013 gestiegen.

Im Mai hat Arla als Ergänzung zu anderen Finanzierungsquellen ein Euro Medium Term Note-Programm eingeführt und Anleihen mit einem Nominalwert von 1,5 Mrd. SEK herausgegeben. Dies ermöglicht einen schnellen und kostengünstigen Zugang zu Anleiheemissionen auf Finanzmärkten und erhöht die finanzielle Flexibilität von Arla.

Die Bemühungen um eine Senkung des Verschuldungsgrades von Arla laufen planmäßig. Im ersten Halbjahr 2013 wurde der Verschuldungsgrad auf 3,4 gesenkt und liegt damit im angestrebten Zielbereich von 2,8-3,4. Arla wird sich im gesamten Jahr 2013 weiterhin auf eine Senkung des Verschuldungsgrades konzentrieren.

Die Netto-Pensionsverpflichtungen, vorwiegend in Großbritannien und Schweden, sind mit 2.754 Mio. DKK gegenüber 2.645 Mio. DKK im Vorjahr angesetzt. Der aktuelle Wert der leistungsorientierten Pensionspläne ist aufgrund von Auszahlungen aus diesen Plänen gesunken und durch die Zusammenschlüsse mit Milk Link und MUH in der zweiten Jahreshälfte 2012 angestiegen. In Schweden wird der leistungsorientierte Pensionsplan traditionell nicht durch laufende Einzahlungen in den Fonds gedeckt. Im Zuge des Zusammenschlusses mit Milko hat Arla 2013 daher eine Einzahlung in Höhe von 100 Mio. SEK in den leistungsorientierten Pensionsplan in Schweden vorgenommen.

Anhang 4 Sonstige Bereiche

ANHANG 4.1 UNTERNEHMENSZUSAMMENSCHLÜSSE

Informationen bezüglich der beiden Unternehmenszusammenschlüsse im 2. Halbjahr 2012 entnehmen Sie bitte dem Geschäftsbericht 2012. Im 1. Halbjahr 2013 sowie im 1. Halbjahr 2012 gab es keine Unternehmenszusammenschlüsse.



Projektleitung: Charlotte Møller Andersen, Corporate Accounting, Arla.
Text, Design und Produktion: We Love People. Übersetzung: LanguageWire.
Fotos: Casper Sejersen, Tine Harden und Arlas Archiv. Druck: Scanprint A/S.

Kennzahlen im Überblick

	1. HALBJAHR 2013	1. HALBJAHR 2012	GESAMTJAHR 2012
Erfasste Rohmilch (Mio. kg)			
Genossenschaftsmitglieder in Dänemark	2.246	2.242	4.419
Genossenschaftsmitglieder in Schweden	1.029	1.068	2.059
Genossenschaftsmitglieder in Deutschland	666	245	685
Genossenschaftsmitglieder in Großbritannien	624	-	286
Genossenschaftsmitglieder in Belgien	119	-	53
Genossenschaftsmitglieder in Luxemburg	57	-	27
Sonstige	1.494	1.448	2.881
Summe gelieferte Milch in Konzern in Mio. kg	6.235	5.003	10.410
Milchabnahmepreis			
DKK pro kg Milch von Mitgliedern	2,87	2,64	2,71
SEK pro kg Milch von Mitgliedern	3,45	3,32	3,37
EUR-Cent pro kg Milch von Mitgliedern	37,8	34,7	35,8
GBP-Pence pro kg Milch von Mitgliedern	31,9	-	30,2
Geschäftszahlen (Mio. DKK)			
Gewinn- und Verlustrechnung			
Umsatzerlöse	35.721	29.911	63.114
EBIT (Gewinn vor Zinsen und Steuern)	1.566	657	2.502
EBITDA (Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen)	2.692	1.562	4.445
Nettofinanzergebnis	-395	-202	-518
Jahresergebnis	1.048	513	1.895
Bilanz			
Summe Vermögenswerte	44.678	38.319	43.478
Anlagevermögen	24.526	21.545	24.415
Investitionen in Sachanlagen	-1.814	-1.570	-3.303
Umlaufvermögen	20.152	16.774	19.063
Eigenkapital	10.956	9.127	10.918
Summe Langfristige Verbindlichkeiten	15.304	14.296	15.177
Summe Kurzfristige Verbindlichkeiten	18.418	14.896	17.383
Verzinsliche Verbindlichkeiten einschl. Pensionen	18.884	15.954	17.145
Nettobetriebskapital	7.547	6.712	5.891
Cashflow			
Cashflow aus Operativer Geschäftstätigkeit	420	818	3.799
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.723	-3.283	-5.320
Übernahme von Unternehmen	-	-	-289
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	936	2.432	1.748
Finanzkennzahlen			
Verschuldungsgrad	3,4	4,5	3,9
Zinsdeckung	10,3	8,9	11,5
Eigenkapitalquote	25%	24%	25%



ARLA FOODS DEUTSCHLAND
Wahlerstrasse 2
40472 Düsseldorf
Deutschland
Tel. +49 (0)211-472310
Fax. +49 (0)211-4723166
E-Mail: info.de@arlafoods.com
www.arlafoods.de

ARLA FOODS DÄNEMARK
Arla Foods amba
Sønderhøj 14,
DK-8260 Viby J. Dänemark
Tel.: +45 89 38 10 00
Fax: +45 86 28 16 91
E-Mail: arla@arlafoods.com
www.arla.dk
CVR nr.: 25 31 37 63

www.arla.com



Der Natur ein Stück näher™