

KONSOLIDIRTER HALBJAHRESABSCHLUSS

2020



DIE REGALE FÜLLEN





INHALT

Lagebericht

- 03 1. Halbjahr 2020 – Unsere Leistung auf einen Blick
- 04 Bericht des Aufsichtsratsvorsitzenden
- 05 Bericht des CEO
- 06 Höhepunkte
- 07 Unsere Helden des Alltags bei Arla
- 08 Unser Weg zu mehr Nachhaltigkeit
- 09 Wesentliche Geschäftsprioritäten für 2020

Finanzübersicht

- 10 Leistungsübericht
- 12 Finanzübersicht
- 15 Finanzausblick

Konzernzwischenabschluss

- 16 Primärer Abschluss
- 21 Anhänge

- 27 Glossar
- 28 Unternehmenskalender

Arlas Halbjahresbericht 2020

Das erste Halbjahr 2020 markiert die wohl ungewöhnlichste Periode der jüngeren Geschichte. Die COVID-19-Pandemie bedeutete beinahe für die ganze Welt strenge Lockdown-Maßnahmen und hat zu einem Umdenken in Bezug auf unsere Arbeitsweisen und Geschäftstätigkeit geführt. Ohne das herausragende Engagement unserer Mitarbeiter und Genossenschaftsmitglieder wäre Arla Foods vermutlich nicht überlebensfähig gewesen und hätte in dieser Zeit auch nicht solch positive und solide Ergebnisse erzielen können. Daher möchten wir unseren Mitarbeitern und Landwirten mit unserem Cover unseren besonderen Dank für ihren kontinuierlichen Einsatz aussprechen.

1. HALBJAHR 2020 – UNSERE LEISTUNG AUF EINEN BLICK

FINANZÜBERSICHT

Umsatz

5,4

(MILLIARDEN EUR)



Ziel 2020: 10,4-10,8 Milliarden

Milch-Leistungspreis*

37,0

(EUROCENT/KG)



Milchmenge

7,0

(MILLIARDEN KG)



Gewinnanteil**

3,0%

(DES UMSATZES)



Ziel 2020: 2,8-3,2%

KOSTEN UND BARMITTEL



Verschuldungsgrad

69

(MILLIONEN EUR)



Ziel 2020: 75–100 Millionen

2,6

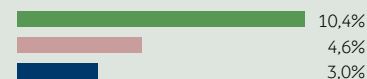
Ziel 2020: 2,8–3,4



QUALITÄT DES GESCHÄFTS

Mengenbasiertes Umsatzwachstum durch strategische Marken

10,4%



Ziel 2020: 2-4%

Markenanteil

48,3%



Ziel 2020: ≥ 48%

Anteil von International am Geschäft***

24,2%



Ziel 2020: ≥ 23%

■ Halbjahr 2020 ■ Halbjahr 2019 ■ Halbjahr 2018

* Basierend auf 4,2 Prozent Fett, 3,4 Prozent Protein

** Basierend auf dem Gewinn, der den Eigentümern von Arla Foods amba zugeteilt ist

*** Der Anteil von International am Geschäft basiert auf Umsatz aus Einzelhandel und Foodservice ohne Umsatz von Drittherstellern, Arla Foods Ingredients und Handelsaktivitäten.

BERICHT DES AUFSICHTSRATSVORSITZENDEN

ARLA ZEIGT STARKEN GENOSSENSCHAFTLICHEN GEIST IN UNSICHEREN ZEITEN

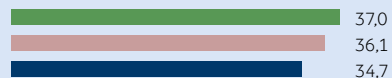
Die COVID-19-Pandemie hat zu wesentlichen Marktveränderungen und zu erheblichen Schwankungen geführt, denen wir als Unternehmen ausgesetzt sind. Von besonders großer Bedeutung waren daher im ersten Halbjahr 2020 ein umfassendes Krisenmanagement sowie unser starker genossenschaftlicher Geist.



Milch-Leistungspreis

37,0

(EUROCENT/KG)



■ 1. Halbjahr 2020
■ 1. Halbjahr 2019
■ 1. Halbjahr 2018

Dank der Flexibilität unserer Unternehmensorganisation und unserer Mitglieder sowie einem starken Fokus darauf, die negativen Auswirkungen von COVID-19 zu bewältigen, schließen wir die erste Hälfte dieses turbulenten Jahres besser ab als erwartet. Dennoch stehen wir vor einem schwierigen zweiten Halbjahr 2020: Die Auswirkungen der Pandemie, der Brexit und eine allgemeine Rezession weisen auf eine weitere Zeit der Unsicherheit hin.

Die Ereignisse des ersten Halbjahres haben sich auch auf unseren Milch-Leistungspreis ausgewirkt. 2019 konnten wir den Milchpreis auf einem stabilen Niveau halten, doch nun sind die Schwankungen auf dem Milchmarkt zurückgekehrt. Aber trotz dieser Herausforderungen ist es uns gelungen, mit 37,0 Eurocent/kg einen angemessenen Milch-Leistungspreis für unsere Mitglieder aufrechtzuerhalten.

Während dieser kritischen Monate haben Arlas Landwirte alle erforderlichen Maßnahmen ergriffen, um die Produktion auf sichere Weise fortzuführen und die kontinuierliche Versorgung unserer Kunden und der Verbraucher mit hochwertigen Milchprodukten sicherzustellen. Dieser Einsatz hat seitens der Politik und der Verbraucher besondere Anerkennung gefunden.

Guter Start für Arlagården® und den Klima-Check

Wir haben das Jahr 2020 mit klaren Nachhaltigkeitszielen für den Zeitraum bis 2030 und 2050 begonnen. Auf diesem Weg hat unsere Genossenschaft bereits wichtige Meilensteine erreicht: Wir haben unser Qualitätsprogramm Arlagården® überarbeitet und ausgebaut und unser neues, international einheitliches Klima-Check-Programm eingeführt. Dieses Programm hilft den Landwirten dabei, Emissionsquellen auf ihren Betrieben zu identifizieren, und zeigt ihnen mögliche Maßnahmen auf, um ihre Klimabilanz zu verbessern. Unsere Landwirte zählen in Bezug auf ihre Klimaauswirkungen weltweit bereits zu den Vorreitern in der Molkereiwirtschaft. Und mit einer Teilnahmequote von 100 Prozent für unser Arlagården®-Programm sowie 90 Prozent bei der ersten Runde der freiwilligen Klima-Checks haben Arlas Mitglieder ihr Engagement für eine nachhaltige Zukunft eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Die im Rahmen dieser beiden Programme erhobenen und extern verifizierten Betriebsdaten bilden die Basis für die weltweit umfangreichste Datensammlung der Milchwirtschaft. Das bietet ein solides Fundament für Vergleiche unter den Betrieben, aktiven Wissensaustausch und weiterführende Forschung.

Weiterentwicklung unserer Demokratie

Mitgliederversammlungen und demokratische Diskussionen sind für unsere genossenschaftliche Struktur von entscheidender Bedeutung. Als im März ein Großteil der Welt von strengen Lockdown-Maßnahmen betroffen war, mussten wir schnell handeln, um eine zeitnahe und fortlaufende Kommunikation mit unseren Mitgliedern und innerhalb unseres Unternehmens aufrechtzuerhalten. Die Lösung lag in der Organisation digitaler Meetings. Langfristig ist es allerdings nicht optimal, sich nicht persönlich treffen zu können. Ziel ist es daher, die Versammlungen mit persönlicher Anwesenheit schnellstmöglich wieder aufzunehmen.

Es sieht allerdings so aus, als müssten wir diese digitale Arbeitsweise noch einige Monate aufrechterhalten. Daher werden wir Online-Formate weiterentwickeln, um diese in Zukunft als Ergänzung zu den persönlichen Meetings weiterhin zu nutzen. Angesichts der Pandemie stehen wir vor unsicheren Zeiten. Doch mit unserem starken genossenschaftlichen Geist und einer starken Position werden wir die vor uns liegenden Herausforderungen meistern.

Jan Toft Nørgaard
Aufsichtsratsvorsitzender

BERICHT DES CEO

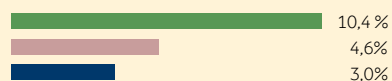
LEISTUNG ENTSPRICHT TROTZ KRISE DEN ERWARTUNGEN

In Zeiten der enormen Veränderungen aufgrund von COVID-19 befand sich Arla glücklicherweise in einer sehr guten Position, um die veränderten Kunden- und Verbraucherbedürfnisse erfüllen zu können. Zum einen haben wir den Fokus auf die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter gelegt und zum anderen haben wir die Flexibilität und Vielfalt unseres Geschäfts ausgenutzt, um die kontinuierliche Versorgung mit Produkten aufrechtzuerhalten und die Nachfrage in diesen außergewöhnlichen Zeiten zu bedienen.



Mengenbasiertes
Umsatzwachstum durch
strategische Marken

10,4%



Ziel 2020: 2-4%

■ 1. Halbjahr 2020
■ 1. Halbjahr 2019
■ 1. Halbjahr 2018

Wir sind sehr stolz darauf, die Gesellschaft während der Pandemie mit Lebensmitteln versorgt zu haben. Gleichzeitig waren wir dazu in der Lage, unsere Marken weiterzuentwickeln, unsere Effizienz zu steigern und unsere finanzielle Widerstandskraft zu stärken.

Insgesamt haben wir mit unserer Leistung speziell bei den wichtigsten Kennzahlen im ersten Halbjahr 2020 die Erwartungen übertroffen. Für unsere Mitglieder haben wir einen stabilen und wettbewerbsfähigen Milchpreis von 37,0 Eurocent/kg Milch erzielt. Unser Umsatz erreichte ein Rekordhoch von 5,4 Milliarden EUR und liegt damit 2,8 Prozent über dem Vorjahreswert. Infolge unserer soliden Leistung lag unser Verschuldungsgrad bei 2,6 und damit unter dem Zielbereich von 2,8 bis 3,4.

Konsum in Privathaushalten stärkt Marken

Die rückläufige Entwicklung im Bereich Foodservice und die niedrigeren Rohstoffpreise im ersten Halbjahr wurden durch das starke Mengenwachstum bei den Marken von 10,4 Prozent mehr als ausgeglichen. Der Hauptgrund für dieses Wachstum und das höhere Einzelhandelsvolumen in den Geschäftsbereichen Europa und International lag darin, dass Mahlzeiten verstärkt zu Hause gekocht und gegessen wurde.

Insbesondere Lurpak® und Puck® übertrafen die Erwartungen mit einem Wachstum von 17,7 bzw. 16,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Marke Arla® erzielte im Einzelhandel eine gute Leistung, obwohl der Rückgang im Foodservice sich negativ auswirkte. Ein weiterer Wachstumstreiber für unseren Umsatz war unsere 2019 in Kraft getretene Lizenzvereinbarung für das Kraft®-Käsegeschäft in der Region MENA.

Dank der hohen Nachfrage nach unseren speziellen Proteinzutaten für Kindernahrung und klinische Produkte erzielte auch Arla Foods Ingredients eine starke Leistung. Das zeigt, dass wir schnell auf die plötzlich veränderten Verbraucherbedürfnisse reagiert haben. Zudem haben wir in den diversen Krisenphasen unsere Agilität im Bereich Supply Chain unter Beweis gestellt und unsere Kunden optimal unterstützt.

Ergebnisse entsprechen trotz Krise den Erwartungen

Trotz der Krise haben wir intern weiterhin an der Umsetzung unseres Transformationsprogramms Calcium gearbeitet. Wie geplant wurden nachhaltige Einsparungen in Höhe von 69 Millionen EUR erzielt. Diese sind hauptsächlich auf geringere indirekte Kosten und Optimierungen im Bereich Supply Chain zurückzuführen.

Wir haben zudem einen weiteren Meilenstein auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Milchproduktion erreicht. Dank des enormen Einsatzes unserer Mitglieder haben wir unser Qualitätsprogramm Arlagården® überarbeitet und ausgebaut. Dabei wurden das Auditsystem sowie die Datenerfassung für alle 9.700 Arla Landwirte vollständig vereinheitlicht. Das ermöglicht es uns nun, eine der weltweit größten Sammlungen an extern verifizierten Daten zu Themen wie Tierwohl und den Klimaauswirkungen der Molkereiwirtschaft zu erstellen.

Robuste Genossenschaft in unsicheren Zeiten

Aufgrund der anhaltenden wirtschaftlichen Unsicherheit im Rahmen der COVID-19-Pandemie und den drohenden Konsequenzen des Brexit äußern wir uns nicht zu den externen Prognosen für die zweite Jahreshälfte. Nichtsdestotrotz bestätigen wir all unsere Ziele für das gesamte Jahr und erwarten, diese zu erreichen oder sogar zu übertreffen. Dank unserer relativ starken Leistung trotz der Krise bin ich davon überzeugt, dass wir erneut bewiesen haben, dass Arla dazu in der Lage ist, auch große Herausforderungen zu meistern – und dass wir eine der widerstandsfähigsten Genossenschaften von Milchbauern sind.

Peder Tuborgh
CEO

HÖHEPUNKTE

Das erste Halbjahr 2020 ist wohl der ungewöhnlichste Zeitraum der jüngsten Geschichte: Eine globale Pandemie hat zu großen Veränderungen in der Nachfrage sowie im Verbraucherverhalten geführt. Unsere Aufgabe bestand darin, unser Geschäftsbetrieb auch in diesen außergewöhnlichen Zeiten wie gewohnt aufrechtzuerhalten und unsere Kunden und Verbraucher mit Lebensmitteln zu versorgen. Während der Krise sind wir zudem mit pflanzlichen Produkten in einen vollkommen neuen Markt eingestiegen. Zudem haben wir uns für ein Tierwohl-Label qualifiziert und den Erfolg unserer neuesten Marke im Nahen Osten weiter ausgebaut.

Lurpak® steigert Umsatz während Lockdown

Obwohl alle wichtigen Märkte von Lurpak® im März und April von einem Lockdown betroffen waren, konnte die Marke ihren Umsatz auf fast allen Märkten auf einen Höchststand steigern. Insgesamt ist der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um ganze 17,7 Prozent angewachsen und im Kernmarkt Großbritannien stieg die Nachfrage um ganze 20,3 Prozent. Im April wurde sogar ein historischer Rekord gebrochen: In nur einer Woche wurden 86 Lkw-Ladungen mit Lurpak® nach Großbritannien verschifft. Das war natürlich eine große Belastung für unsere Molkerei im dänischen Holstebro, wo Lurpak® produziert wird. Um die wachsende Nachfrage bedienen zu können, haben die Kolleginnen und Kollegen an den Wochenenden Extraschichten gefahren. Zur selben Zeit hat unser globales Planungs- und Logistikteam hart gearbeitet, um den ungewöhnlichen Nachfrageschwankungen nachzukommen.



Unsere neue Marke Kraft® punktet stark in der Region MENA

Im vergangenen Jahr haben wir mit dem Kraft®-Lizenzgeschäft die Produktion und die Vermarktung von Käse in der Region MENA übernommen. Das erzielte Wachstum lag fast 50 Prozent über den Umsatzerwartungen für das erste Halbjahr 2020. Kraft® hat insbesondere während des Fastenmonats Ramadan eine erstklassige Leistung erbracht. Ein weiterer Wachstumsfaktor war der höhere Konsum von Molkereiprodukten in Privathaushalten während der COVID-19-Ausgangssperre.

Start einer großen Skyr-Kampagne

Arla® Skyr, unser bestes Produkt in der Joghurt-Kategorie, wurde im Frühjahr in drei Kernmärkten durch eine große Kampagne zur Produktqualität unterstützt. Dabei haben wir auf kreative Weise die isländische Natur als Symbol verwendet, um die positiven Eigenschaften von Skyr hervorzuheben. Weitere Aufmerksamkeit erregten wir mit der Einföhrung des eingängigen Adverbs „skyrously“.



Arla24 jetzt mit dänischem Tierwohl-Label

Arla24, unsere meistverkaufte Milch in Dänemark, ist jetzt mit dem grünen Label der dänischen Lebensmittelbehörde für mehr Tierwohl gekennzeichnet – eine Bestätigung, dass bei der Produktion von Arlas Milch ein starker Fokus auf eine artgerechte Haltung gelegt wird. Die Arla24-Milch hat zwei Herzen erhalten. Das bedeutet unter anderem, dass die Kühe nicht in Kuhställen angebunden werden und dass sie im Frühling und Sommer auf die Weide kommen. Mithilfe dieser Kennzeichnung ist es für die Verbraucher einfacher, Produkte auszuwählen, bei deren Herstellung das Wohl der Kühe eine wichtige Rolle spielt.

JÖRD ergänzt unser pflanzliches Sortiment

Indem wir dafür sorgen, dass unser Produktportfolio für unsere Verbraucher relevant bleibt, stellen wir die größtmögliche Rentabilität für unsere Landwirte sicher. Immer mehr Verbraucher setzen bei ihrer Ernährung neben Milch auch auf pflanzliche Getränke. Daher haben wir uns zu einem mutigen und ungewöhnlichen Schritt für ein Molkereiunternehmen entschlossen: Wir sind in den Markt für pflanzliche Produkte eingestiegen. Dafür haben wir unser starkes Innovationsvermögen genutzt und im Mai JÖRD eingeführt – eine Reihe von pflanzlichen Getränken mit natürlichen, skandinavischen Zutaten wie Hafer, Gerste und Hanf. In Dänemark sind die Produkte bereits erhältlich. Die Markteinföhrung in Schweden und Großbritannien wird im zweiten Halbjahr 2020 bzw. in 2021 folgen.



UNSERE HELDEN DES ALLTAGS BEI ARLA

Außergewöhnliche Situationen erfordern außergewöhnliche Ideen und Lösungen. Unsere Landwirte und Kollegen aus dem gesamten Unternehmen haben ihr Äußerstes gegeben, um unkonventionelle Lösungen für die Probleme zu finden, die durch COVID-19 verursacht werden. Wir haben ungewöhnlich große Nachfrageschwankungen bewältigt, einander im Bereich Supply Chain geholfen, indem wir neue Rollen ausprobiert, für Restaurants gedachte Produkte an andere Kunden verkauft und die Gemeinschaften vor Ort unterstützt haben. Nachfolgend finden Sie einige Beispiele unserer zahlreichen Helden des Alltags.



Nigeria: Selbstisolation zur Aufrechterhaltung der Produktion

Als in der nigerianischen Stadt Lagos, in der Arla eine Verpackungsanlage betreibt, die Ausgangssperre verhängt wurde, begaben sich 110 unserer nigerianischen Kolleginnen und Kollegen vorübergehend in der Anlage in Selbstisolation, um die Produktion aufrechtzuerhalten. Bis sich die Situation wieder normalisiert hatte, verbrachten sie die gesamte Zeit in der Anlage. Dort haben sie gearbeitet, geschlafen, gegessen und sich zwischendurch die Zeit bei einer Partie Tischtennis vertrieben. Ohne sie hätten die nigerianischen Verbraucher ihre täglichen Milchprodukte nicht erhalten können.

Arbeit, Privatleben und hunderte Kühe unter einen Hut bringen

Als die Kindertagesstätten und Schulen in den meisten Ländern geschlossen wurden, stellte das unsere Landwirte vor eine große Herausforderung. Denn damit galt es, ein neues Gleichgewicht zwischen Arbeit und Privatleben zu finden. Viele mussten ihre Kinder zu Hause unterrichten und gleichzeitig für die Sicherheit ihrer Mitarbeiter und Tiere sorgen. Sie mussten eine gleichbleibend hohe Milchqualität gewährleisten und aus der Ferne an Arlas demokratischer Entscheidungsfindung mitwirken. Keine leichte Aufgabe, sowohl in der Freizeit als auch beim Arbeiten den nötigen Abstand einzuhalten. Doch eines war allen Landwirten klar: Je konsequenter das eigene Verhalten, desto schneller wird sich die Ausbreitung des Virus verlangsamen.



Hilfe für Restaurants und Pflegepersonal

Unser Team in Schweden hat eine Möglichkeit gefunden, mit einer besonderen Geste Unterstützung für von der Pandemie betroffene Gruppen zu bieten: Für die Fahrer im öffentlichen Verkehr, das Pflegepersonal und die Restaurants vor Ort. Das Team hat Snackschalen und Lebensmittelpakete von Arlas Restaurant- und Café-Kunden aufgekauft, die mit ausbleibenden Gästen zu kämpfen hatten, und die Pakete an Busfahrer, Rettungskräfte und andere Pflegekräfte verteilt. Von diesem Schritt profitierte auch unser Foodservice-Geschäft, dem mit den Restaurants einige der wichtigsten Kunden abhanden gekommen waren.

Produktionsrekorde brechen im Angesicht der Pandemie

Obwohl es notwendig war, kontinuierlich Abstand zu halten und einer schwankenden Nachfrage nachzukommen, haben unsere britischen Produktionsstandorte während der Krise herausragende Leistungen erbracht und sogar Rekorde gebrochen. Dank der großartigen Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Teams hat die Molkerei Aylesbury einen neuen Rekord aufgestellt: innerhalb von einer Schicht wurden 840.000 Milchkartons produziert und innerhalb von 24 Stunden waren das 1,5 Millionen. Das bedeutet eine Kapazitätssteigerung von 25 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.



Büroteam in Finnland krepelt die Ärmel hoch in der Produktion

Angesichts der steigenden Nachfrage, zunehmenden Krankmeldungen und Quarantänemaßnahmen in den Molkereien krepelte unser Büroteam in Finnland die Ärmel hoch: 25 Freiwillige aus Supply Chain, Foodservice und der Finanzabteilung haben eine kurze Schulung zu den Themen Sicherheit, Hygiene und Abfallentsorgung in der Produktion erhalten und in kürzester Zeit neue Fähigkeiten erlernt. Danach stürzten sie sich in die Arbeit, um die Waren zu produzieren und zu verpacken, die sie normalerweise selbst essen und verkaufen. „Die Umsätze im Foodservice gingen ja zurück, und da dachten wir uns, dass es sinnvoll wäre, die Kollegen mit Blick auf den Einzelhandelsverkauf zu unterstützen“, erzählt Katja Knuutinen, Head of Foodservice in Finnland.



WIR SETZEN UNSEREN WEG HIN ZU MEHR NACHHALTIGKEIT FORT – TROTZ KRISE

Im Angesicht der Corona-Krise haben wir unseren Weg zu mehr Nachhaltigkeit fortgesetzt. Wir haben Möglichkeiten gefunden, der wachsenden Nachfrage gerecht zu werden, als viele Menschen zu Beginn der Ausgangssperren ihre Vorräte aufstockten. Zudem haben wir Lebensmittel gespendet. Unser ehrgeiziges Programm zur Verbesserung der Klimabilanzen unserer Mitgliedsbetriebe ist erfolgreich angelaufen und die Teilnahmequote hat unsere Erwartungen übertroffen. Parallel haben wir dank neuer Verpackungslösungen und unseres Abfallmanagements unsere CO₂-Bilanz verbessert.



Klima-Check: Enorme Teilnahmebereitschaft bei Arlas Landwirten

Im ersten Halbjahr 2020 erreichte unsere Genossenschaft mit der Einführung des Klima-Check-Programms einen wichtigen Meilenstein. Damit ist Arla federführend in der Branche, wenn es um das Erfassen der Klimaauswirkungen der Milchviehhaltung geht. 90 Prozent unserer Mitglieder (das entspricht 96 Prozent unseres Milchpools), haben ihre Klima-Check-Daten erfasst und eingereicht. Mithilfe dieser Daten wollen wir die Schnelligkeit der Reduktion der CO₂-Emissionen auf unseren Mitgliedsbetrieben verdreifachen, indem wir den Landwirten dabei helfen, die Hauptemissionsquellen zu identifizieren. Gleichzeitig bilden diese Daten die Basis für eine der weltweit größten Sammlungen an extern verifizierten Daten zu den Auswirkungen der Milchviehhaltung auf das Klima. Im ersten Schritt geben die Landwirte ihre Daten ein und anschließend stattet ein Klimaexperte dem Betrieb einen Beratungsbesuch ab. Gemeinsam wird dann ein Maßnahmenplan erarbeitet, um die Klimabilanz weiter zu verbessern.

Der Kampf gegen die Lebensmittelverschwendung

In den ersten Wochen der Pandemie stand Arla vor verschiedenen Herausforderungen. Eine davon bestand darin, die Verschwendung von fertigen Produkten infolge der Schließung von Restaurants, Cafés und Kantinen zu bekämpfen. Dieses Problem ging unsere Pandemie-Planungsgruppe mit verschiedenen Maßnahmen an, etwa mit einem unternehmensweiten Register für Abfallprodukte. Einen außergewöhnlich kreativen Ansatz entwickelte das Team in Finnland: Dort verkaufte die Foodservice-Kollegen für Restaurants und Catering-Unternehmen gedachte Produkte mithilfe eines Pop-up-Markts an der Straße an Verbraucher. Darüber hinaus organisierte das Team erstmals eine Drive-in-Molkereitour, bei der die Verbraucher in ihren Autos durch die Molkerei fahren und hochwertige Produkte kaufen konnten.

Nachhaltige Ernährung für Bedürftige

In Großbritannien wurden im Rahmen einer neuen Partnerschaft zwischen Arla und drei Lebensmittelbanken Butter, Käse, Joghurt und Milch, die ursprünglich für britische Cafés und Restaurants

vorgesehen waren, an die Haushalte von Mitarbeitern des Gesundheitswesens sowie von bedürftigen Familien verteilt. Arlas Produkte haben für 4 Millionen Scheiben Buttertoast mit Lurpak®, 1,4 Millionen Stücke Pizza mit Mozzarella von Arla® Pro und 4,8 Millionen Schüsseln Müsli mit Milch ausgereicht – für hart arbeitende Krankenpfleger, Ärzte, Krankenhausmitarbeiter und bedürftige Familien. „Die Herausforderungen des Coronavirus treffen die Molkereibranche hart und führen zu einem Überschuss an Milch. Um sicherzustellen, dass Arlas Milch einen guten Zweck erfüllt, haben wir sie dort verteilt, wo sie am meisten gebraucht wird“, so Jonathan Dixon, Vice President von Arla Foodservice UK.



Neue Verpackungsinnovation spart jährlich 400 Tonnen CO₂

Unser marktführender isländischer Joghurt

Arla® Skyr erhielt im Frühjahr eine neue Verpackung. Die größte Veränderung besteht darin, dass ein Teil des Kunststoffs

„Indem wir kontinuierlich Maßnahmen zum Wohle des Klimas und einer besseren Ernährung umsetzen, wollen wir das Vertrauen in die Molkereiwirtschaft als Teil einer nachhaltigen Zukunft fördern.“

Hanne Søndergaard,
Chief Marketing Officer

durch Karton ersetzt wurde. Der ist nicht nur umweltfreundlicher, sondern auch vollständig recycelbar. Der neue Becher besteht nun aus 40 Prozent weniger Kunststoff, verursacht 30 Prozent weniger CO₂-Emissionen und ist zu 100 Prozent recycelbar. Da wir pro Jahr ca. 17 Millionen Becher Skyr verkaufen, bedeutet dies, dass die neue Verpackung Arlas CO₂-Emissionen jährlich um 440 Tonnen verringert. Auch die jährliche Verwendung von Kunststoff geht um 270 Tonnen zurück. Der neue Skyr-Becher wird nun in Dänemark, Schweden, Deutschland, Großbritannien und den Niederlanden eingeführt.



WESENTLICHE GESCHÄFTSPRIORITÄTEN FÜR 2020

Unsere wesentlichen Geschäftsprioritäten bilden das Fundament für unsere Strategie Good Growth 2020. Sie werden von unserem Executive Management Team festgelegt und vom Aufsichtsrat genehmigt. Als wir unsere Geschäftsprioritäten für das Jahr 2020 festlegten, konnte noch niemand eine globale Pandemie vorhersehen, sonst hätten sie vielleicht anders ausgesehen. Doch sind wir stolz darauf, dass wir trotz der Umstände die Ziele, die wir uns gesetzt haben, in den meisten Bereichen erreicht haben. Dennoch hat sich Covid-19 auf die Entwicklung unserer neuen Strategie ausgewirkt. Während wir die Details der Weiterentwicklung von Good Growth über 2020 hinaus definieren, bauen wir auf den Erkenntnissen aus den Veränderungen durch Covid-19 auf. Zudem stellen wir sicher, dass Arla auch weiterhin dazu in der Lage ist, sich schnell an neue Gegebenheiten anzupassen.

- | | | | |
|-------------------------------------|--|-------------------------------------|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Calcium-Transformationsprogramm weiter umsetzen | <input checked="" type="checkbox"/> | Kernmarken und Innovationen fördern |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Kommerzielle Prioritäten erfolgreich verfolgen | <input checked="" type="checkbox"/> | Starke Partnerschaften mit Kunden aufbauen und ausweiten |
| <input type="checkbox"/> | Unsere Mitarbeiter für die kommende neue Strategie und die Zukunft von Arla begeistern | <input checked="" type="checkbox"/> | Als Vorreiter vorangehen und die Nachhaltigkeitsagenda umsetzen |
| | | <input checked="" type="checkbox"/> | Wachstum bei Arla Foods Ingredients fördern |

- Ziel erreicht
 Trend stimmt

- Leistungsfähigen Betrieb während der COVID-19-Pandemie sicherstellen
- An neue Rahmenbedingungen anpassen und vorausplanen



LEISTUNGSÜBERSICHT



Torben Nyholm
Chief Financial Officer

Im ersten Halbjahr 2020 erzielte Arla bei allen Leistungskennzahlen starke Ergebnisse – obwohl die COVID-19-Pandemie nie dagewesene Auswirkungen auf das Verbraucherverhalten und die Weltwirtschaft hatte. Dank der starken Positionen im Einzelhandel und unserer soliden Wertschöpfungskette konnten wir unseren Milchpreis während der Krise stabil auf einem wettbewerbsfähigen Niveau halten. Der Milch-Leistungspreis lag bei 37,0 Eurocent/kg Milch. Unsere Marken erzielten eine außergewöhnlich gute Leistung. Dies führte zu einem

Rekordwachstum des Markenvolumens von 10,4 Prozent, hauptsächlich getrieben durch einen höheren Konsum von Milchprodukten in Privathaushalten. Trotz der erhöhten Volatilität aufgrund von COVID-19, der Arla auf allen Ebenen von den Mitgliedsbetrieben über die Produktion bis hin zu unserer Vertriebsorganisation ausgesetzt war, konnten wir große Schwankungen in Menge sowie bei der Zusammensetzung unseres Produktportfolios bewältigen und gleichzeitig die gute Zusammenarbeit mit unseren Kunden aufrechterhalten. Zudem übertraf unser Transformations- und Effizienzprogramm Calcium die Erwartungen und erzielte Einsparungen in Höhe von 69 Millionen EUR.

MARKTÜBERSICHT

Nie dagewesene Veränderungen durch COVID-19

Im ersten Halbjahr 2020 wurde das globale makroökonomische Umfeld von COVID-19 und dem Beginn der damit einhergehenden Wirtschaftskrise bestimmt. Lockdowns, Ausgangssperren und andere Eindämmungsmaßnahmen, die die Bewegungsfreiheit und den Reiseverkehr eingeschränkt haben – zunächst in China, ab März auch in Großteilen Europas und in den USA –, stellten die globale Lebensmittelbranche vor große Herausforderungen in der Logistik und der Lieferkette. Auch nach den Lockerungen in den meisten Ländern stellen die Rahmenbedingungen weiterhin eine Herausforderung dar.

Das Verhalten der Kunden und Verbraucher hat sich bereits erheblich verändert, auch wenn sich die Auswirkungen der anstehenden Wirtschaftskrise auf die Verbraucher und ihre Ausgaben für Lebensmittel noch stärker bemerkbar machen werden. Da Restaurants, Cafés und Kantinen geschlossen wurden, wurde immer häufiger zu Hause gekocht. In vielen Ländern tätigten Verbraucher zu Beginn der Krise Hamsterkäufe und schafften sich große Mengen Grundnahrungsmittel

an. Während des Lockdowns gingen sie dann seltener einkaufen. Das hatte zur Folge, dass sie pro Einkauf mehr kauften und häufiger auch online Lebensmittel bestellten. Diese Veränderungen haben zu erheblichen Schwankungen bei der Nachfrage nach Molkereiprodukten geführt, die sich sehr wahrscheinlich auch im zweiten Halbjahr 2020 fortsetzen werden – insbesondere, wenn eine zweite COVID-19-Welle die Märkte treffen sollte.

Eine weitere Folge der Pandemie ist die große Unsicherheit in Bezug auf die makroökonomischen Aussichten. Bereits als die Pandemie im Frühjahr die westliche Welt erreichte, prognostizierten Analysten eine Konjunkturabschwächung für 2020. Die COVID-19-Krise traf die Wirtschaft vieler Länder hart. Noch immer ist ungewiss, wie tiefgreifend die Folgen der Krise sein werden und wie schnell sich die Wirtschaft erholen wird, was zum Teil darauf zurückzuführen ist, dass derzeit umfangreiche staatliche Hilfspakete die Auswirkungen in vielen Ländern abmildern.

Die durch die Pandemie verursachten wirtschaftlichen Beeinträchtigungen wirkten sich auch auf die

Wechselkurse aus. In Bezug auf Arlas Währungen waren die Effekte allerdings gemischt und unterliegen Schwankungen. Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2019 fiel der Kurs der Schwedischen Krone gegenüber dem Euro. Der Kurs des US-Dollars stieg hingegen. Das Britische Pfund blieb gegenüber dem Euro auf einem vergleichbaren Niveau. Die Gesamtwährungseffekte waren für Arla im ersten Halbjahr 2020 neutral.

Milchmärkte stürzen ab, zeigen aber Widerstandskraft

Ungeachtet der Auswirkungen der COVID-19-Krise zeigte der globale Markt für Milch und Molkereiprodukte im ersten Halbjahr 2020 große Widerstandsfähigkeit. Zum Ende des Jahres wird sogar ein leichtes Wachstum prognostiziert.

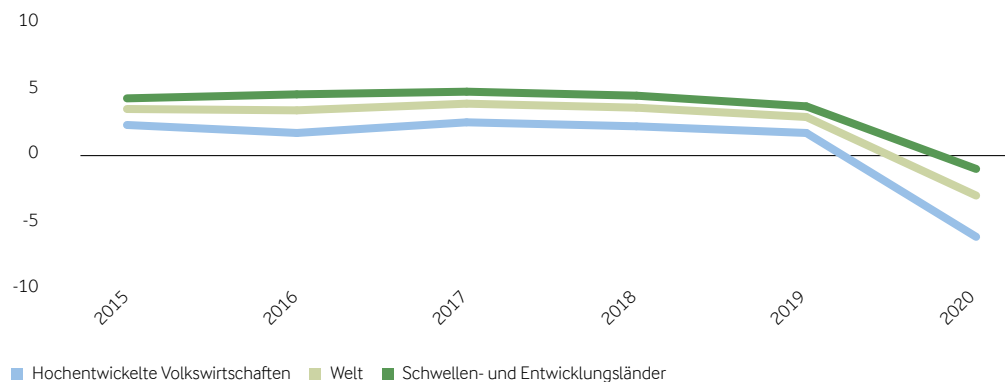
Allerdings ging der Export von Milchprodukten wegen der COVID-19-Lockdowns und der weitverbreiteten Konjunkturabschwächung stark zurück. Am größten waren die Auswirkungen auf die Exporte aus Europa und Neuseeland. Die Schließung von Restaurants, Cafés und Kantinen auf der ganzen Welt führten zu

einem Überschuss an Milch, der größtenteils direkt auf die Rohstoffmärkte umgeleitet wurde. Der Rückgang des Exportmarkts im Zusammenspiel mit dem Milchüberschuss und der Anhäufung von unverkauften Lagerbeständen führte zu einem erheblichen Rückgang in allen Rohstoffkategorien.

Am Ende des ersten Halbjahres zeigten die Rohstoffmärkte Anzeichen einer Erholung. Die Preise stabilisierten sich auf einem Niveau knapp unter den Werten vor der Pandemie. Angesichts der wirtschaftlichen Schwierigkeiten, vor denen viele Länder stehen, wird die Nachfrage in den kommenden Monaten voraussichtlich weiter gedämpft bleiben. Dadurch könnte der Druck auf die internationalen Preise für Molkereiprodukte bestehen bleiben.

Wachstumsrate des Bruttoinlandsprodukts

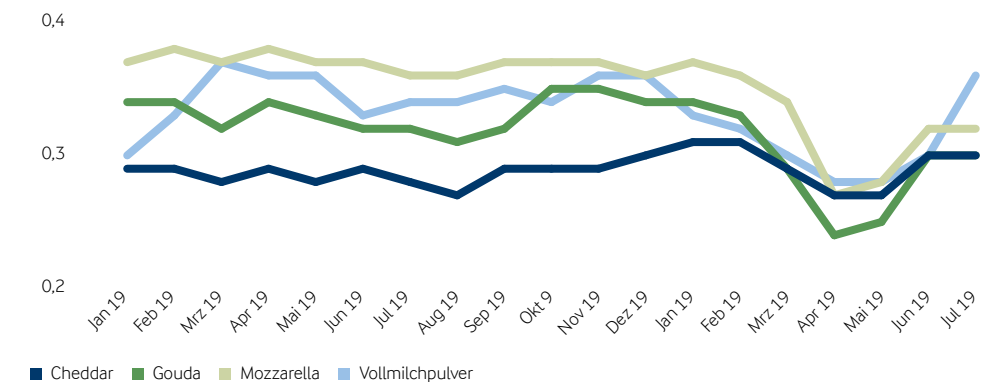
(Prozent)



* Quelle: IWF

Entwicklung der Rohstoffpreise

(standardisierter Milchpreis, EUR)



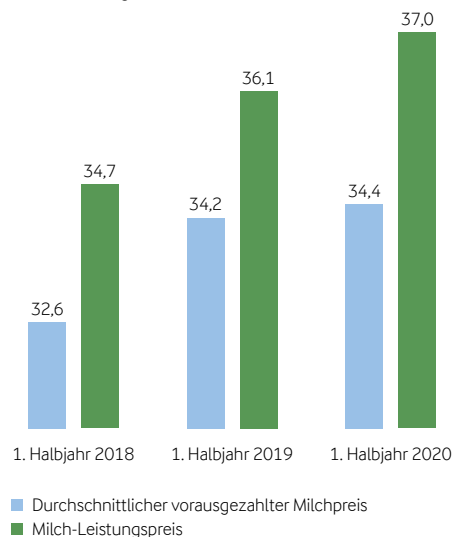
* Quelle: GDT, Trigona Dairy Trade

FINANZÜBERSICHT

Stabiler Milchpreis trotz schwieriger Bedingungen

Trotz der sehr schwierigen Marktbedingungen konnte Arla den Milchpreis stabil auf einem wettbewerbsfähigen Niveau halten. Anfang des Jahres stieg der vorausgezählte Milchpreis leicht an. Dieser Anstieg wurde allerdings durch einen geringfügigen Rückgang am Ende der Periode ausgeglichen. Insgesamt lag der durchschnittliche vorausgezählte Milchpreis bei 34,4 Eurocent/kg Milch – im Vergleich zu 34,2 Eurocent/kg Milch im Vorjahreszeitraum. Diese Entwicklung ist besonders stark, wenn sie zusammen mit unserem Überschuss von 3,0 Prozent betrachtet wird. Dies ist ein außergewöhnliches Ergebnis für das erste Halbjahr.

Milchpreis der Genossenschaftsmitglieder (Eurocent/kg)



Aufgrund unseres starken Überschusses lag unsere wichtigste Leistungskennzahl, der Milch-Leistungspreis, bei gesunden 37,0 Eurocent/kg Milch. Im ersten Halbjahr 2019 lag er bei 36,1 Eurocent/kg Milch. Unsere starken Positionen im Einzelhandel und unsere gute Leistung der Wertschöpfungskette haben zu diesem starken Milch-Leistungspreis beigetragen – ebenso wie das Rekordmengenwachstum bei den Marken in Höhe von 10,4 Prozent sowie der anhaltende Erfolg unseres Transformations- und Effizienzprogramms Calcium.

Die Milchlieferungen von unseren Mitgliedern und anderen, externen Quellen blieben im Vergleich zum ersten Halbjahr 2019 weitgehend unverändert. Während die Milchlieferungen unserer Landwirte um 0,4 Prozent leicht anstiegen, waren die Lieferungen aus anderen Quellen rückläufig. So blieben die gesamten Milchlieferungen praktisch unverändert bei 7 Milliarden Kilogramm.

Fusionen und Übernahmen: positive Auswirkungen auf den Umsatz (EUR)

65 MIO. sind in erster Linie zurückzuführen auf unsere Lizenzvereinbarung für die Herstellung, Vermarktung und den Vertrieb von Käse unter der Marke Kraft® in der Region MENA.

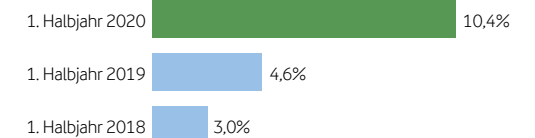
Mengen und Marken treiben Umsatzwachstum

Im ersten Halbjahr 2020 stieg der Umsatz im Vergleich zum ersten Halbjahr 2019 um 2,8 Prozent von 5,2 Milliarden EUR auf 5,4 Milliarden EUR. Das Umsatzwachstum wurde in erster Linie durch höhere Mengen vorangetrieben, vor allem ein größeres Markenvolumen im Einzelhandel. Hinzu kamen Auswirkungen von Fusionen und Übernahmen auf den Umsatz. Der Anstieg wurde durch einen erheblichen Umsatzrückgang im Bereich Foodservice aufgrund der Schließung von Restaurants, Cafés und Kantinen sowie die niedrigeren Rohstoffpreise ausgeglichen.

Mengenwachstum bei den Marken wirkte sich mit 106 Millionen EUR bzw. 2 Prozent positiv auf den Umsatz aus. Besonders stark war das Mengenwachstum in Großbritannien, Deutschland und der Region MENA (Mittlerer Osten und Nordafrika). In Bezug auf die Marken übertraf Lurpak® die Erwartungen – mit einem beeindruckenden Umsatzwachstum von 17,7 Prozent

Entwicklung des Markenwachstums

1. Halbjahr 2018 bis 1. Halbjahr 2020



gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die Preise wirkten sich geringfügig negativ auf den Umsatz aus.

Fusionen und Übernahmen wirkten sich mit 65 Millionen bzw. 1,2 Prozent auf den Umsatz aus. Der Haupttreiber war unsere Lizenzvereinbarung für die Herstellung, Vermarktung und den Vertrieb von Käse unter der Marke Kraft® in der Region MENA.



FINANZÜBERSICHT (FORTSETZUNG)

Außergewöhnliches Markenwachstum getrieben durch Konsum in der eigenen Küche

Im ersten Halbjahr 2020 erwirtschaftete Arla ein außergewöhnliches Mengenwachstum durch strategische Marken in Höhe von 10,4 Prozent. Dieses Wachstum übertraf unseren Zielbereich von 2 bis 4 Prozent deutlich. Wir haben damit unseren Markenanteil am Umsatz auf 48,3 Prozent erhöht, was einer Steigerung von 2,6 Prozentpunkten gegenüber dem ersten Halbjahr 2019 entspricht. Dieses Rekordwachstum ist hauptsächlich auf Veränderungen beim Verbraucherverhalten während des weltweiten Lockdowns zurückzuführen. Nachdem Restaurants geschlossen wurden, kochten immer mehr Menschen zu Hause und verzehrten insgesamt mehr Milchprodukte.

Unsere leistungsstärksten Marken waren Lurpak® mit einem Mengenwachstum von 17,7 Prozent und Puck® mit einem Wachstum von 16,7 Prozent. Die Marken Arla® (+3,3 Prozent) und Castello® (-0,5 Prozent) erfüllten die Erwartungen aufgrund der Herausforderungen im Foodservice-Segment hingegen nicht. Unsere Milchgetränke haben sich erwartungsgemäß entwickelt und weisen ein Markenwachstum von 13,1 Prozent auf. Dieses ist hauptsächlich auf Starbucks™ zurückzuführen.

Markenwachstum der globalen Marken



3,3%

1. Halbjahr 2019:
5,3%



17,7%

1. Halbjahr 2019:
1,6%



-0,5%

1. Halbjahr 2019:
-4,1%



16,7%

1. Halbjahr 2019:
4,2%



13,1%

1. Halbjahr 2019:
11,9%

Wachstum der Geschäftsbereiche getrieben durch Marken



Europa Unser europäischer Geschäftsbereich war im ersten Halbjahr 2020 sehr stark von der COVID-19-Krise betroffen. In praktisch allen Märkten gab es ab März einen Lockdown. Dennoch erzielte der Bereich einen Umsatz von 3.178 Millionen EUR – im Vergleich zu 3.149 Millionen EUR im Vorjahreszeitraum. Unser Foodservice-Geschäft erlebte in Europa u. a. aufgrund der Schließung von Restaurants einen steilen Rückgang. Ein erheblich höherer Konsum in Privathaushalten sowie höhere Umsätze im E-Commerce-Segment führten allerdings zu einer starken Leistung des Einzelhandels. Hierdurch konnte der Rückgang im Foodservice mehr als ausgeglichen werden. Unsere Marken erzielten auf den europäischen Märkten eine außergewöhnlich gute Leistung – mit einem Mengenwachstum von 6,3 Prozent im Vergleich zu 2,3 Prozent im Vorjahreszeitraum. Der Markenanteil stieg auf 53 Prozent. Im ersten Halbjahr 2019 lag dieser Wert noch bei 52 Prozent. Vorangetrieben wurde das Wachstum hauptsächlich durch Starbucks™ (29,5 Prozent), Lurpak® (20,0 Prozent) und die Marke Arla® (3,1 Prozent). Bei Betrachtung der Märkte zeigt sich, dass das Wachstum in Großbritannien mit 15,9 Prozent besonders stark war. Auch Deutschland und die Region Niederlande/Belgien/Frankreich übertrafen mit einem Wachstum von 9,3 bzw. 7,9 Prozent die Erwartungen.



International Unser internationaler Geschäftsbereich erzielte ein starkes Umsatzwachstum von 22,1 Prozent – trotz der schwierigen Rahmenbedingungen aufgrund von COVID-19. Der Umsatz in diesem Bereich stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von 839 Millionen auf 1.024 Millionen EUR an. Dies ist das höchste Umsatzwachstum der vergangenen fünf Jahre. Zurückzuführen ist es hauptsächlich auf die Region MENA mit einem Markenwachstum von 36,7 Prozent, denn aufgrund des Lockdowns in der Region nahm der Konsum von Milchprodukten in Privathaushalten zu. Ein weiterer Erfolgsfaktor in der Region MENA war unser Käsegeschäft unter der Marke Kraft®. Auch alle anderen internationalen Märkte leisteten einen positiven Beitrag zum Umsatzwachstum. Ein besonders wichtiger Faktor war dabei die Steigerung des Markenvolumens: In Südostasien belief sich das Markenwachstum auf 10,3 Prozent, in Nordamerika auf 5,0 Prozent und in Westafrika auf 4,7 Prozent. Infolgedessen wuchs der Markenanteil am Umsatz in diesem Segment auf 87 Prozent an.



AFI Im ersten Halbjahr 2020 richtete Arla Foods Ingredients den Fokus weiterhin auf das große Potenzial von Molke und erzielte eine starke Leistung. Die Grundlage dafür bildete eine stabile Geschäftstätigkeit trotz der Turbulenzen durch COVID-19. Im Zutatensegment wuchs das Mehrwertgeschäft um 7,2 Prozent. Der Grund dafür lag in der hohen Nachfrage nach unseren einzigartigen Proteinzutaten für Kindernahrung sowie klinische Produkte. Diese gestiegene Nachfrage glich die Auswirkungen von COVID-19 – geringere Molkelieferungen aufgrund der geringeren Mozzarella-Produktion für den Foodservice sowie die geringere Nachfrage nach Sportlernahrung – mehr als aus. Höhere Marktpreise für Laktose und eine starke Kundennachfrage nach hochwertigem Milchpulver leisteten ebenfalls einen Beitrag zu einem positiven ersten Halbjahr. Unser Geschäft mit der Herstellung von Kindernahrung befindet sich auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums. Allerdings bremsten schwierige Handelsbedingungen auf dem wichtigen chinesischen Markt das Wachstum erheblich.



Trading Das Jahr 2020 begann für unser Trading-Geschäft stark und setzte damit den Trend von 2019 fort. Die Proteinpreise stiegen weiter an, während die Fettpreise stabil blieben. Allerdings wirkten sich die Lockdowns in China, Europa und den USA aufgrund der COVID-19-Pandemie schwerwiegend auf den Weltmarkt aus. Sie führten zu einem drastischen Preisverfall, da die Hersteller damit begannen, ihre Lagerbestände zu räumen. Die Nachfrage nach Arla Produkten blieb allerdings relativ stark. Denn die niedrigeren Preise bedeuteten, dass in Regionen mit einem starken Handelsgeschäft, etwa in der Region MENA, weiterhin Produkte gekauft wurden. Wir konnten das Handelsproduktportfolio so ausrichten, dass wir die starken Schwankungen infolge von Hamsterkäufen und dem Rückgang des Foodservice-Geschäfts durch die enge Zusammenarbeit mit unseren globalen Planungsteams und mithilfe von Anpassungen des Produktmixes und der Mengen ausgleichen konnten. Dank dieser Flexibilität musste Arla keine Vorkehrungen für die Beschränkung oder Entsorgung der Milch von Mitgliedern treffen.

FINANZÜBERSICHT (FORTSETZUNG)

Anhaltender Erfolg in allen Calcium-Workstreams

Während sich Arla in der COVID-19-Krise auf die Fortführung der Geschäftstätigkeit konzentrierte, war es der Genossenschaft ebenfalls möglich, große Fortschritte bei der Umsetzung der geplanten Effizienzinitiativen in den Calcium-Workstreams zu erzielen. So ließen sich Einsparungen von 69 Millionen EUR realisieren. Unsere Erwartungen für die Gesamteinsparungen für 2020 liegen bei 90 bis 100 Millionen EUR. Die Einsparungen sind primär auf eine höhere Effizienz bei den indirekten Kosten und einen optimierten Betrieb in der Lieferkette zurückzuführen. Hier sorgten weniger Geschäftsreisen, das Abhalten von Online-Meetings, geringere Marketing-Ausgaben und niedrigere Energiepreise infolge der COVID-19-Krise im Vergleich zum Vorjahreszeitraum für Rückenwind. Diese positiven Auswirkungen von COVID-19 wurden allerdings durch Schwierigkeiten beim Erzielen weiterer Effizienzsteigerungen in unserer Lieferkette ausgeglichen, denn wir mussten große Schwankungen bei der Nachfrage und der Zusammensetzung unseres Produktportfolios bewältigen.

Überschuss im Zielbereich

Im ersten Halbjahr 2020 erzielte Arla einen Überschuss von 163 Millionen EUR bzw.

3,0 Prozent des Umsatzes. Damit lag dieser mitten in unserem Zielbereich (2,8–3,2) und 0,7 Prozentpunkte über dem Niveau des Vorjahres. Der Hauptgrund ist der höhere Konsum von Milchprodukten in Privathaushalten.

Arla in starker finanzieller Position

Trotz der Herausforderungen aufgrund der COVID-19-Krise befindet sich Arla am Ende des ersten Halbjahres 2020 in einer starken finanziellen Position. Beendet haben wir das Halbjahr mit einem Verschuldungsgrad von 2,6. Dieser Wert liegt somit unter dem Zielbereich von 2,8–3,4. Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2019 bedeutet dies einen Rückgang um 0,4. Zurückzuführen ist das auf eine positive Entwicklung des EBITDA sowie des Nettoumlaufvermögens. Im März 2020 hat Arla entsprechend der Konsolidierungspolitik die Nachzahlung in Verbindung mit dem Jahresüberschuss 2019 ausbezahlt.

Der Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit stieg im ersten Halbjahr 2020 im Vergleich zu 204 Millionen EUR im Vorjahreszeitraum auf 477 Millionen EUR. Dieses starke Ergebnis lässt sich primär durch den starken zugrunde liegenden Cashflow aus der operativen Geschäftstätigkeit sowie die positive Entwicklung des Nettoumlaufvermögens erklären.

Im ersten Halbjahr 2020 verbesserte Arla sein Nettoumlaufvermögen weiter und verringerte es erfolgreich auf 30 Tage. Zurückzuführen ist der Rückgang primär auf den geringeren Wert der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Die erhöhten Anforderungen an das Umlaufvermögen, die primär mit unserem internationalen Geschäftsbereich verbunden waren, wurden durch den Effekt der Nutzung von Forderungen und Supply-Chain-Finanzierungsprogrammen sowie verbesserten internen Prozessen ausgeglichen.

Unsere größten Capex-Projekte wurden während der COVID-19-Krise fortgeführt – allerdings etwas langsamer als ursprünglich erwartet. Zu den wichtigsten Capex-Projekten gehörten die Kapazitätssteigerung in der Mozzarella-Produktion an unserem Standort in Branderup (Dänemark) sowie verstärkte Aktivitäten beim Bau unseres Pulverturms in Pronsfeld (Deutschland). Unsere Capex-Investitionen – einschließlich der Vermögenswerte aus Nutzungsrechten – summierten sich im ersten Halbjahr 2020 auf 278 Millionen EUR.

Halbjahresüberschuss

3,0%

(DES UMSATZES)

Einsparungen durch Calcium

69

(MILLIONEN EUR)

Nettoumlaufvermögen*

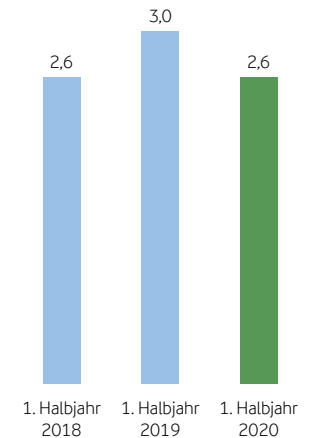
30

(TAGE)

* Durchschnittswert auf Dreimonatsbasis.

Die Eigenkapitalquote erhöhte sich auf 35 Prozent (2018: 32 Prozent). Die derzeitige Quote befindet sich auf dem Niveau der Vorjahre. Die besonders niedrige Quote des Jahres 2019 war auf die einmalige Auszahlung des gesamten Jahresüberschusses im Jahr 2019 aufgrund des Geschäftsjahres 2018 zurückzuführen.

Entwicklung des Verschuldungsgrads



FINANZAUSBLICK

Aufgrund der großen Unsicherheit hinsichtlich der Dauer und Intensität der Auswirkungen auf die Wirtschaft und die Märkte durch die COVID-19-Pandemie verzichtet Arla darauf, sich zu externen Marktprognosen für das zweite Halbjahr 2020 zu äußern. Auf Grundlage unserer aktuellen Erkenntnisse und der starken finanziellen Leistung im ersten Halbjahr 2020 stellen wir die nachfolgende vorsichtige Einschätzung für unsere finanzielle Leistung im Gesamtjahr 2020 bereit.

Wir erwarten, dass der Umsatz und der Jahresüberschuss den Prognosen entsprechen wird, die wir in unserem Geschäftsbericht 2019 kommuniziert haben. Infolge der starken Entwicklungen im ersten Halbjahr 2020 haben wir allerdings unsere Prognosen zum Mengenwachstum durch Marken, zum Markenanteil, zum Anteil von International am Geschäft, zu Calcium und zum Verschuldungsgrad überarbeitet.

Ziele 2020

Umsatz

10,4–10,8

(MILLIARDEN EUR)

Gewinnanteil

2,8–3,2%

(DES UMSATZES)

Calcium-Einsparungen

≥ 90–100

(MILLIONEN EUR)

(Ursprüngliche Prognose: 75-100)

Verschuldungsgrad

≤ 2,8

(Ursprüngliche Prognose: 2,8-3,4)

Anteil von International
am Geschäft

> 23.5%

(Ursprüngliche Prognose: ≥ 23,0%)

Markenanteil

> 48,5%

(Ursprüngliche Prognose: ≥ 48,0%)

Mengenbasiertes Umsatzwachstum
durch strategische Marken

≥ 6%

(Ursprüngliche Prognose: 2-4%)

Brexit verschärft Unsicherheit

In den Verhandlungen zwischen Großbritannien und der EU über die künftigen Handelsbeziehungen gab es nur geringfügige Fortschritte. Dies sorgte zusätzlich zur COVID-19-Krise für weitere Unsicherheit. Schwankungen auf dem Währungsmarkt wirkten sich weiter auf unsere Geschäftstätigkeit aus und werden auch Auswirkungen auf unser Gesamtjahresergebnis 2020 haben.

Nach dem Ende der Übergangsphase am 31. Dezember 2020 wird Großbritannien den Binnenmarkt sowie die Zollunion der EU verlassen.

Es besteht noch immer das Risiko, dass kein Abkommen zustande kommt. Daher wirken wir weiter auf britische und europäische politische Akteure ein, sich für ein Freihandelsabkommen einzusetzen, das zugunsten der Molkereibranche ausfällt.

Wir haben uns allerdings auch darauf vorbereitet, die negativen Auswirkungen verschiedener potenzieller Ergebnisse so gut wie möglich zu minimieren. Uns ist bewusst, dass es – unabhängig davon, ob ein Deal zustande kommt – zu Störungen der Handelsströme zwischen Großbritannien und der EU sowie zu höheren Kosten für uns als Unternehmen kommen wird.



UNSER KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS



Der Konzernabschluss von Arla wird in Übereinstimmung mit den von der EU anerkannten International Financial Reporting Standards (IFRS) und weiteren Informationsanforderungen des dänischen Gesetzes über Jahresabschlüsse erstellt. Dieser Konzernzwischenabschluss für 2020 wird auf freiwilliger Basis veröffentlicht. Das Management hat beschlossen, IAS 34 nicht vollständig anzuwenden. Der Konzernzwischenabschluss wird in Übereinstimmung mit denselben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden erstellt, die auch im konsolidierten Jahresbericht für 2019 angewendet wurden. Es wurden keine neuen IFRS-Standards angewendet, die am 1. Januar 2020 in Kraft getreten sind. Details zu unserem Umgang mit der Covid-19-Pandemie und dem Brexit entnehmen Sie bitte dem Lagebericht. Keiner dieser Vorfälle führte zu wesentlichen Änderungen unserer Schätzungen. Eine umfassende Beschreibung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sowie der Unsicherheiten in Bezug auf Schätzungen finden Sie in unserem konsolidierten Geschäftsbericht 2019.



Der Konzernzwischenabschluss wurde keiner externen Prüfung unterzogen.



GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

(Mio. EUR)	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019	Entwicklung	Gesamtjahr 2019
Umsatz	5.377	5.232	3%	10.527
Herstellungskosten	-4.203	-4.167	1%	-8.325
Bruttoergebnis	1.174	1.065	10%	2.202
Vertriebskosten	-745	-701	6%	-1.416
Verwaltungskosten	-203	-187	9%	-389
Sonstige betriebliche Erträge	17	23	-26%	-64
Sonstiger Betriebsaufwand	-31	-39	-21%	39
Anteil am Ergebnis von Joint Ventures und assoziierten Unternehmen nach Steuern	6	14	-57%	34
Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)	218	175	25%	406
<i>Spezifikation:</i>				
<i>EBITDA</i>	443	382	16%	837
<i>Abschreibungen (auf Sachanlagen bzw. immaterielle Vermögenswerte) und Wertminderungsverluste</i>	-225	-207	9%	-431
Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)	218	175	25%	406
Finanzerträge	3	13	-77%	10
Finanzaufwendungen	-38	-44	-14%	-69
Ergebnis vor Steuern	183	144	27%	347
Steuern	-17	-15	13%	-24
Halbjahresüberschuss	166	129	29%	323
Minderheitsbeteiligungen	-3	-7	-57%	-12
Anteil von Arla Foods amba am Überschuss des Berichtszeitraums	163	122	34%	311

GESAMTERGEBNIS

(Mio. EUR)	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019	Gesamtjahr 2019
Halbjahresüberschuss	166	129	323
Sonstiges Ergebnis			
Posten, die nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung übertragen werden können:			
Neubewertung von Pensionsverpflichtungen	23	-41	-50
Steuern auf die Neubewertung von Pensionsverpflichtungen	-3	9	11
Posten, die nachfolgend in die Gewinn- und Verlustrechnung übertragen werden können:			
Wertberichtigungen von Absicherungsinstrumenten	25	-22	-22
Anpassung des beizulegenden Zeitwerts bestimmter finanzieller Vermögenswerte	-1	-1	-2
Umrechnung von Fremdwährungen	-56	1	42
Steuern auf Posten, die nachfolgend in die Gewinn- und Verlustrechnung übertragen werden können	-	-	-1
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	-12	-54	-22
Gesamtergebnis	154	75	301
Wie folgt zugeteilt:			
Genossenschaftsmitglieder von Arla Foods amba	151	68	289
Minderheitsbeteiligungen	3	7	12
Gesamt	154	75	301

BILANZ

(Mio. EUR)	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019	Entwicklung	Gesamtjahr 2019
Aktiva				
Langfristige Vermögenswerte				
Immaterielle Vermögenswerte und Firmenwert	941	958	-2%	982
Sachanlagen und Vermögenswerte aus einem Nutzungsrecht	2.721	2.583	5%	2.710
Investitionen in Joint Ventures und assoziierte Unternehmen	460	453	2%	468
Latente Steuern	30	55	-45%	43
Pensionsvermögen	37	–	–	16
Sonstige langfristige Vermögenswerte	21	22	-5%	24
Gesamte langfristige Vermögenswerte	4.210	4.071	3%	4.243
Kurzfristige Vermögenswerte				
Vorräte	1.154	1.133	2%	1.092
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	771	979	-21%	889
Derivative Finanzinstrumente	75	37	103%	20
Sonstige Forderungen	252	257	-2%	240
Wertpapiere	425	454	-6%	435
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	150	115	30%	187
Gesamte kurzfristige Vermögenswerte	2.827	2.975	-5%	2.863
Gesamte Aktiva	7.037	7.046	0%	7.106

(Mio. EUR)	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019	Entwicklung	Gesamtjahr 2019
Passiva				
Eigenkapital				
Kollektive Kapitaleinlagen	1.927	1.784	8%	1.894
Individuelle Kapitaleinlagen	464	432	7%	498
Sonstige Eigenkapitalkonten	-104	-111	-6%	-72
Halbjahresüberschuss	163	122	34%	–
Vorgeschlagene Nachzahlungen an Genossenschaftsmitglieder	–	–	–	127
Eigenkapital der Eigentümer von Arla Foods amba	2.450	2.227	10%	2.447
Minderheitsbeteiligungen	46	53	-13%	47
Gesamtes Eigenkapital	2.496	2.280	9%	2.494
Verbindlichkeiten				
Langfristige Verbindlichkeiten				
Pensionsverpflichtungen	235	244	-4%	249
Rückstellungen	25	21	19%	23
Latente Steuern	75	103	-27%	81
Kredite	1.887	1.743	8%	1.951
Gesamte langfristige Verbindlichkeiten	2.222	2.111	5%	2.304
Kurzfristige Verbindlichkeiten				
Kredite	740	1.123	-34%	776
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.123	1.130	-1%	1.158
Rückstellungen	9	10	-10%	9
Derivative Finanzinstrumente	83	105	-21%	86
Laufende Ertragsteueransprüche	9	5	80%	5
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	355	282	26%	274
Gesamte kurzfristige Verbindlichkeiten	2.319	2.655	-13%	2.308
Gesamte Verbindlichkeiten	4.541	4.766	-5%	4.612
Gesamte Passiva	7.037	7.046	0%	7.106

EIGENKAPITAL

	Kollektive Kapitaleinlagen		Individuelle Kapitaleinlagen				Sonstige Eigenkapitalkonten			Halbjahresüberschuss	Gesamteigenkapital vor Minderheitsbeteiligungen	Minderheitsbeteiligungen	Gesamtes Eigenkapital nach Minderheitsbeteiligungen
	Kapitalkonto	Rücklage für besondere Zwecke	Geleistete individuelle Kapitaleinlagen	Liefermengenabhängige Genossenschaftszertifikate	Zugeführte individuelle Kapitaleinlagen	Nachzahlung	Rücklage für Wertberichtigungen von Absicherungsinstrumenten	Erfolgsneutral erfasste Rücklage für Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts	Rücklage für Wechselkursanpassungen				
(Mio. EUR)													
Eigenkapital, 1. Januar 2020	885	1.009	271	68	159	127	-94	12	10	-	2.447	47	2.494
Halbjahresüberschuss	-	-	-	-	-	-	-	-	-	163	163	3	166
Sonstiges Ergebnis	20	-	-	-	-	-	25	-1	-56	-	-12	-	-12
Gesamtergebnis	20	-	-	-	-	-	25	-1	-56	163	151	3	154
Zahlungen an Genossenschaftsmitglieder	-	-	-10	-4	-7	-	-	-	-	-	-21	-	-21
Dividende an Minderheitsbeteiligungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-4	-4
Nachzahlungen in Bezug auf das Jahr 2019	-	-	-	-	-	-127	-	-	-	-	-127	-	-127
Wechselkursanpassungen	13	-	-	-2	-11	-	-	-	-	-	-	-	-
Gesamte Transaktionen mit Genossenschaftsmitgliedern	13	-	-10	-6	-18	-127	-	-	-	-	-148	-4	-152
Eigenkapital, 30. Juni 2020	918	1.009	261	62	141	-	-69	11	-46	163	2.450	46	2.496
Eigenkapital, 1. Januar 2019	928	886	222	72	162	290	-72	14	-31	-	2.471	48	2.519
Halbjahresüberschuss	-	-	-	-	-	-	-	-	-	122	122	7	129
Sonstiges Ergebnis	-32	-	-	-	-	-	-22	-1	1	-	-54	-	-54
Gesamtergebnis	-32	-	-	-	-	-	-22	-1	1	122	68	7	75
Zahlungen an Genossenschaftsmitglieder	-	-	-10	-4	-9	-	-	-	-	-	-23	-	-23
Dividende an Minderheitsbeteiligungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-2	-2
Nachzahlungen in Bezug auf das Jahr 2018	-	-	-	-	-	-289	-	-	-	-	-289	-	-289
Wechselkursanpassungen	2	-	-1	-1	1	-1	-	-	-	-	-	-	-
Gesamte Transaktionen mit Genossenschaftsmitgliedern	2	-	-11	-5	-8	-290	-	-	-	-	-312	-2	-314
Eigenkapital, 30. Juni 2019	898	886	211	67	154	-	-94	13	-30	122	2.227	53	2.280

CASHFLOW

(Mio. EUR)	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019	Gesamtjahr 2019
EBITDA	443	382	837
Wertaufholung des Anteils am Ertrag aus Joint Ventures und assoziierten Unternehmen	-6	-14	-34
Veränderung des Nettoumlaufvermögens	-14	-76	79
Veränderung der sonstigen Forderungen und sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten	69	8	-37
Wertaufholung der sonstigen Betriebsposten ohne Auswirkungen auf liquide Mittel	18	-51	16
Erhaltene Dividenden, Joint Ventures und assoziierte Unternehmen	6	-	8
Gezahlte Zinsen	-28	-33	-69
Erhaltene Zinsen	1	2	3
Gezahlte Steuern	-12	-14	-30
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	477	204	773
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-29	-22	-52
Investitionen in Sachanlagen	-193	-195	-425
Desinvestitionen von Sachanlagen	17	16	21
Cashflow aus operativer Investitionstätigkeit	-205	-201	-456
Verkauf von finanziellen Vermögenswerten	11	20	37
Akquisition von Unternehmen	0	-163	-168
Verkauf von Unternehmen	-	6	16
Finanzielle Investitionstätigkeit	11	-137	-115
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-194	-338	-571
Nachzahlung in Bezug auf das vorangegangene Geschäftsjahr	-127	-289	-289
Ein- und Auszahlungen aus dem Eigenkapital in Bezug auf individuelle Kapitaleinlageninstrumente	-21	-23	-24
Auszahlungen an Minderheitsgesellschafter	-4	-	-15
Kreditaufnahmen, netto	-117	483	295
Rückzahlung von Leasingverbindlichkeiten	-33	-32	-66
Zahlungen für Pensionsverpflichtungen	-17	-9	-37
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-319	130	-136
Netto-Cashflow	-36	-4	66

(Mio. EUR)	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019	Gesamtjahr 2019
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente per 1. Januar	187	119	119
Netto-Cashflow für das Jahr	-36	-4	66
Wechselkursanpassung für Barmittel	-1	-	2
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente per 30. Juni	150	115	187
<i>Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit</i>	<i>477</i>	<i>204</i>	<i>773</i>
<i>Cashflow aus operativer Investitionstätigkeit</i>	<i>-205</i>	<i>-201</i>	<i>-456</i>
Freier operativer Cashflow	272	3	317
<i>Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit</i>	<i>477</i>	<i>204</i>	<i>773</i>
<i>Cashflow aus Investitionstätigkeit</i>	<i>-194</i>	<i>-338</i>	<i>-571</i>
Freier Cashflow	283	-134	202



Starker operativer Cashflow

Der Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit stieg im Vergleich zu 204 Millionen EUR im ersten Halbjahr des Vorjahres um 273 Millionen EUR auf 477 Millionen EUR an. Der starke Cashflow ist das Ergebnis des höheren EBITDA.

Der Cashflow aus operativer Investitionstätigkeit belief sich auf -205 Millionen EUR. Damit entspricht er dem Niveau des ersten Halbjahres 2019. Zu den wichtigsten Capex-Projekten gehörten die Kapazitätssteigerung in der Mozzarella-Produktion an unserem Standort in Branderup (Dänemark) sowie der Bau unseres neuen Pulverturms in Deutschland.

Der freie operative Cashflow belief sich auf 272 Millionen EUR. Das entspricht einer Steigerung um 269 Millionen EUR gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

In Übereinstimmung mit der Gewinnverteilung für das Jahr 2019 wurden im März 2020 Nachzahlungen in

Höhe von 127 Millionen EUR getätigt. Zudem wurden 21 Millionen EUR aus den individuellen Kapitaleinlagen an Mitglieder ausgezahlt, die Arla verlassen haben oder in den Ruhestand gegangen sind.

Der starke Cashflow für den Berichtszeitraum führte zu einer Netto-Verringerung der verzinslichen Verbindlichkeiten in Höhe von 261 Millionen EUR im Vergleich zum Ende des ersten Halbjahres des Vorjahres. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente betragen 150 Millionen EUR im Vergleich zu 115 Millionen EUR am Ende des ersten Halbjahres 2019.

Der Cashflow entwickelte sich besser als erwartet. Sowohl der Verschuldungsgrad als auch die Eigenkapitalquote befinden sich am Ende des ersten Halbjahres auf einem gesunden Niveau.

UMSATZ



Höherer Umsatz in Folge gestiegener Verkäufe im Markensegment

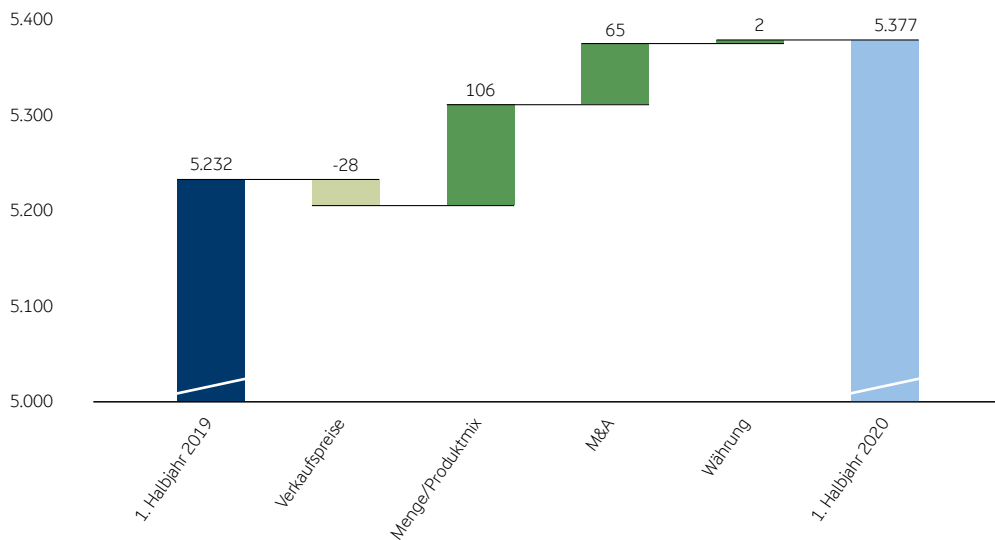
Der Umsatz stieg im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres um 145 Millionen EUR bzw. 2,8 Prozent von 5.232 Millionen auf 5.377 Millionen EUR. Der veränderte Produktmix mit einem höheren Markenanteil führte zu einem Anstieg von 106 Millionen EUR. Die Preisentwicklung wirkte sich mit 28 Millionen EUR negativ auf den Umsatz aus.

M&A-Aktivitäten im Jahr 2019, einschließlich der Übernahme in Bahrain, einer späteren Lizenzvereinbarung für den Vertrieb von Käse unter der Marke Kraft in der Region MENA sowie des Verkaufs der restlichen Allgäu-Aktivitäten, trugen zu einem Anstieg des Nettoumsatzes von 65 Millionen EUR bei.

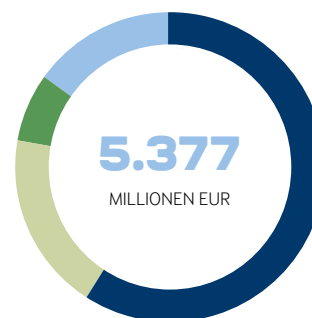
Weitere Informationen über die Entwicklung unserer Geschäftsbereiche können der Leistungsübersicht auf Seite 13 entnommen werden.

Umsatzentwicklung

(Mio. EUR)

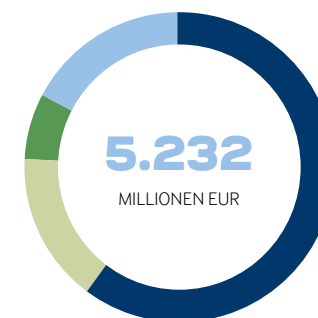


Umsatz nach Geschäftsbereich, 1. Halbjahr 2020



- Europa 59%
- International 19%
- Arla Foods Ingredients 7%
- Handel und Sonstiges 15%

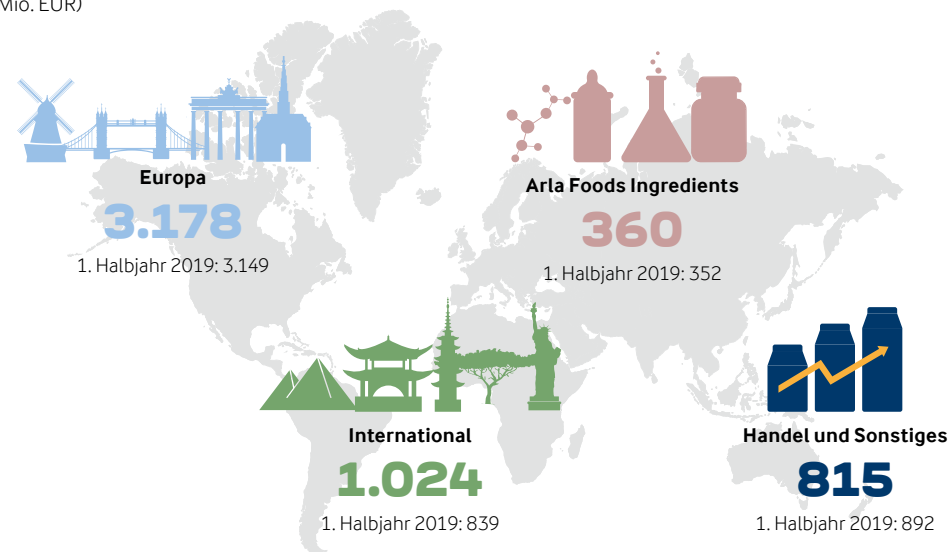
Umsatz nach Geschäftsbereich, 1. Halbjahr 2019



- Europa 60%
- International 16%
- Arla Foods Ingredients 7%
- Handel und Sonstiges 17%

Umsatz nach Geschäftsbereich, 1. Halbjahr 2020

(Mio. EUR)



KOSTEN



Calcium erzielt weitere Kosteneinsparungen

Die Betriebskosten beliefen sich auf 5.151 Millionen EUR im Vergleich zu 5.055 Millionen EUR im ersten Halbjahr des Vorjahres. Dies entspricht einem Anstieg um 1,9 Prozent.

Die Herstellungskosten stiegen im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres von 4.167 Millionen EUR auf 4.203 Millionen EUR an.

Ohne die Kosten für Rohmilch stiegen die Herstellungskosten von 1.698 Millionen EUR im ersten Halbjahr 2019 um 31 Millionen auf 1.729 Millionen EUR. Der Verkauf von mehr Markenprodukten führte zu zusätzlichen Kosten in Höhe von 96 Millionen EUR durch den Volumen/Produktmix. Dies wurde teilweise durch Kosteneinsparungen im Rahmen unseres Transformationsprogramms Calcium ausgeglichen. Aufgrund von M&A-Aktivitäten stiegen die Herstellungskosten um weitere 42 Millionen EUR.

Die Kosten für Rohmilchlieferungen stiegen um 4 Millionen EUR. Die Kosten für den vorausgezählten Milchpreis an die Milchbauern stiegen im Vergleich zum

ersten Halbjahr des Vorjahres um 21 Millionen EUR. Die Kosten für sonstige Milch gingen um 17 Millionen EUR zurück.

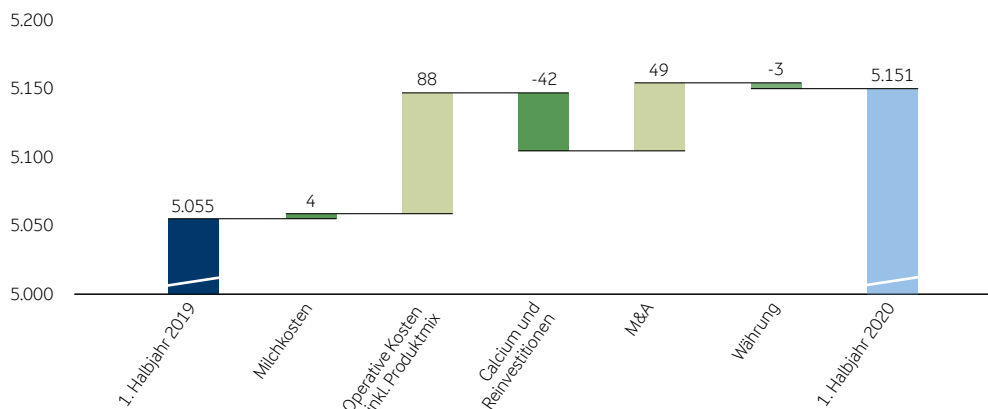
Die Vertriebskosten stiegen primär in unserem internationalen Geschäftsbereich. Dies ist auf verstärkte Aktivitäten zurückzuführen. Gleichzeitig befanden sich die Marketingausgaben auf dem Niveau des ersten Halbjahres 2019.

Die Verwaltungskosten stiegen um 16 Millionen EUR. Dies ist vor allem auf höhere Lohn- und IT-Kosten zurückzuführen. Die Lohnkosten umfassen den Effekt einer Änderung der Richtlinien zu Urlaubsrückstellungen in Dänemark.

Funktionsübergreifend stiegen die Personalkosten auf 667 Millionen EUR im Vergleich zu 625 Millionen EUR im Vorjahreszeitraum. Zurückzuführen ist dies teilweise auf höhere Kosten in der Produktion, das Insourcing von Vertriebsaktivitäten in Großbritannien, verstärkte Vertriebsaktivitäten im Bereich International, und die Auswirkungen der Übernahme von Bahrain im Jahr 2019.

Entwicklung der Betriebskosten

(Mio. EUR)



Betriebskosten nach Funktion

(Mio. EUR)

	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019
Herstellungskosten	4.203	4.167
Vertriebskosten	745	701
Verwaltungskosten	203	187
Gesamt	5.151	5.055
<i>Spezifikation:</i>		
Gelieferte Rohmilch	2.473	2.469
Sonstige Herstellungsmaterialien*	897	884
Personalkosten	667	625
Transportkosten	323	328
Marketingkosten	112	116
Abschreibungen (auf Sachanlagen bzw. immaterielle Vermögenswerte) und Wertminderung	225	206
Sonstige Kosten**	454	427
Gesamt	5.151	5.055
Durchschnittliche Anzahl der Vollzeitbeschäftigten	19.610	19.016

* Sonstige Herstellungsmaterialien umfassen Verpackungen, Zusatzstoffe, Verbrauchsmaterialien und Veränderungen bei Vorräten.

** Sonstige Kosten umfassen hauptsächlich Wartung, Versorgung und IT.

Gelieferte Rohmilch

(Mio. EUR)

	1. Halbjahr 2020		1. Halbjahr 2019	
	Mio. kg	Mio. EUR	Mio. kg	Mio. EUR
Milch von Genossenschaftsmitgliedern	6.360	2.228	6.332	2.207
Sonstige Milch	625	245	684	262
Gesamt	6.985	2.473	7.016	2.469

NETTOUMLAUFVERMÖGEN



Starke Position beim Nettoumlaufvermögen

Das Nettoumlaufvermögen verringerte sich um 180 Millionen EUR auf 802 Millionen EUR. Dies entspricht einem Rückgang von 10 Prozent gegenüber dem Buchwert am 30. Juni 2019.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sanken um 208 Millionen EUR. Vorangetrieben wurde diese Entwicklung durch die Nutzung von Finanzierungsprogrammen für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Großbritannien und Deutschland sowie durch den Zeitpunkt der Zahlungen von Kunden. Dadurch sank die Umschlagdauer unserer Forderungen im Jahr 2020 gegenüber dem Vorjahr.

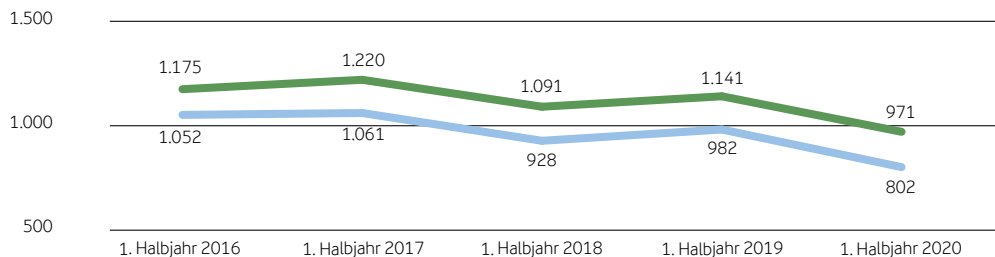
Seit Beginn der Covid-19-Krise haben wir die Entwicklung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sorgfältig beobachtet. Dabei fiel uns bisher keine erhebliche negative Entwicklung in Bezug auf Zahlungen für überfällige Forderungen auf.

Die Rücklagen für erwartete Verluste stiegen um 5 Millionen EUR, sodass sie sich am 30. Juni 2020 auf 17 Millionen EUR belaufen. Die Vorräte stiegen aufgrund eines geringfügig höheren vorausgezählten Milchpreises und höherer Mengen. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen befinden sich mit 1.123 Millionen EUR auf dem Niveau des 30. Juni 2019.

Wir sind kontinuierlich bestrebt, unsere Positionen des Nettoumlaufvermögens durch Initiativen wie die verstärkte Nutzung von weltweiten Beschaffungsvereinbarungen, die Optimierung des Vorratsniveaus, verbesserte Zahlungsbedingungen sowie die Verwendung von Finanzierungsprogrammen mit Kunden und Lieferanten zu optimieren.

Nettoumlaufvermögen

(Mio. EUR)



■ Nettoumlaufvermögen ohne Verbindlichkeiten für die Milch von Genossenschaftsmitgliedern
 ■ Nettoumlaufvermögen

Nettoumlaufvermögen

(Mio. EUR)

	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019
Vorräte	1.154	1.133
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	771	979
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-1.123	-1.130
Nettoumlaufvermögen	802	982

Vorräte

(Mio. EUR)

	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019
Vorräte vor Abschreibungen	1.182	1.153
Abschreibungen	-28	-20
Gesamte Vorräte	1.154	1.133

Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	297	275
Unfertige Erzeugnisse	332	349
Fertige Erzeugnisse und Handelswaren	525	509
Gesamte Vorräte	1.154	1.133

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

(Mio. EUR)

	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen vor Rücklagen für erwartete Verluste	788	992
Rücklage für erwartete Verluste	-17	-13
Gesamte Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	771	979

LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE



Anhaltend hohe Investitionen

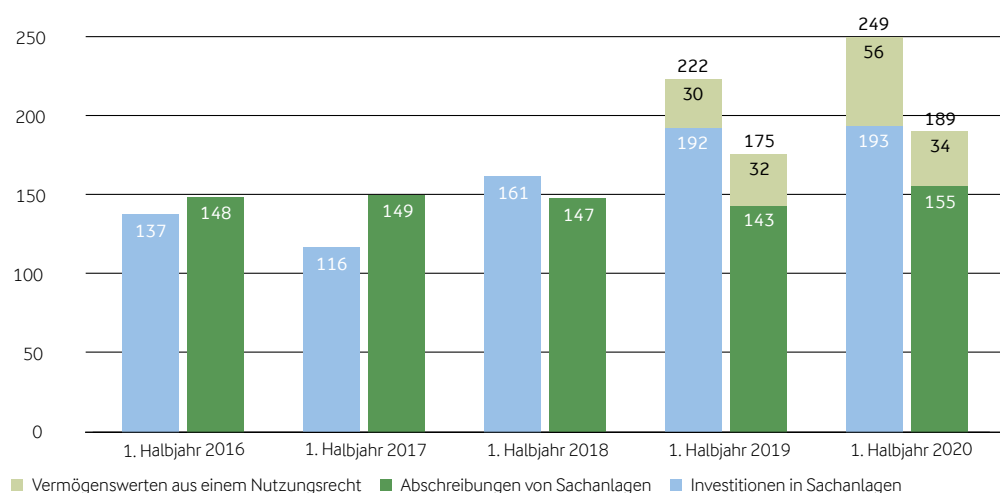
Der Buchwert der langfristigen Vermögenswerte stieg auf 4.210 Millionen EUR im Vergleich zu 4.071 Millionen EUR am 30. Juni 2019.

Immaterielle Vermögenswerte und Firmenwert sind aufgrund von Abschreibungen von Marken sowie Währungseffekten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum marginal gesunken. Im ersten Halbjahr 2020 wurde keine Wertminderung des Firmenwerts vorgenommen.

Der Buchwert von Sachanlagen und Vermögenswerten aus einem Nutzungsrecht stieg um 138 Millionen EUR auf 2.721 Millionen EUR. Die Investitionen beliefen sich im ersten Halbjahr auf 249 Millionen EUR. Die gesamten Abschreibungen betragen 189 Millionen EUR. Beide Werte befinden sich damit auf dem Niveau des ersten Halbjahres des Vorjahres.

Der bilanzierte Wert von assoziierten Unternehmen und Joint Ventures betrug 460 Millionen EUR im Vergleich zu 453 Millionen EUR am 30. Juni 2019. Dies bezieht sich im Wesentlichen auf den Buchwert der Investitionen in Mengniu und LRF. Der proportionale Anteil des Konzerns an den Nettovermögenswerten von COFCO einschließlich der Investition in Mengniu belief sich auf 348 Millionen EUR im Vergleich zu 327 Millionen EUR am 30. Juni 2019. Der Buchwert der Investitionen in COFCO beinhaltet den Firmenwert in Höhe von 151 Millionen EUR.

Investitionen und Abschreibungen von Sachanlagen und Vermögenswerten aus einem Nutzungsrecht (Mio. EUR)



Immaterielle Vermögenswerte und Firmenwert (Mio. EUR)

	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019
Firmenwert	668	679
Lizenzen und Warenzeichen	84	90
IT- und Entwicklungsprojekte	189	189
Gesamte immaterielle Vermögenswerte und Firmenwert	941	958

Sachanlagen und Vermögenswerte aus einem Nutzungsrecht (Mio. EUR)

	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019
Grundstücke und Gebäude	971	911
Sachanlagen und Maschinen	1.140	1.069
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	214	205
Anlagen im Bau	396	398
Gesamte Sachanlagen und Vermögenswerte aus einem Nutzungsrecht	2.721	2.583

Davon Vermögenswerte aus einem Nutzungsrecht (Mio. EUR)

	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019
Grundstücke und Gebäude	127	93
Sachanlagen und Maschinen	16	24
Einrichtungen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	83	79
Gesamte Vermögenswerte aus einem Nutzungsrecht	226	196

Joint Ventures und assoziierte Unternehmen (Mio. EUR)

	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019
Eigenkapitalanteil in COFCO/Mengniu	197	179
Firmenwert von COFCO/Mengniu	151	148
Eigenkapitalanteil in anderen assoziierten Unternehmen	78	90
Bilanzwerte von assoziierten Unternehmen	426	417
Anteil des Eigenkapitals an sonstigen Joint Ventures	34	36
Bilanzwerte von assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	460	453

VERZINSLICHE NETTOVERBINDLICHKEITEN



Gestiegene verzinsliche Nettoverbindlichkeiten

Der Verschuldungsgrad des Konzerns betrug 2,6. Dies bedeutet im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres eine Verbesserung um 0,4. Trotz hoher Capex-Investitionen sanken die verzinslichen Nettoverbindlichkeiten infolge eines starken Cashflows aus operativer Geschäftstätigkeit und verlängerten Zahlungsbedingungen in Verbindung mit den Covid-19-Finanzierungsprogrammen der Regierungen. Die Pensionsverpflichtungen beliefen sich auf 235 Mio. EUR gegenüber 244 Mio. EUR am 30. Juni 2019. Nicht enthalten in der Position am 30. Juni 2020 ist ein britisches Netto-Pensionsvermögen von 37 Millionen EUR. Es wird separat bilanziert und nicht in die Berechnung der verzinslichen Nettoverbindlichkeiten und des Verschuldungsgrads einbezogen. Der britische Pensionsplan stellte am 30. Juni 2019 lediglich eine marginale Nettoverbindlichkeit dar.

Das Fälligkeitsprofil der Verbindlichkeiten stieg von 4,3 Jahren im Vorjahreszeitraum auf 5,8 Jahre.

Die durchschnittliche Fälligkeit wird durch die Laufzeit, die Refinanzierung oder das Eingehen neuer verbindlicher Kreditfazilitäten und der Höhe der verzinslichen Nettoverbindlichkeiten beeinflusst. Die durchschnittlichen Zinsaufwendungen – exklusive Pensionen – betragen 2,4 Prozent im Vergleich zu 3,1 Prozent im Vorjahreszeitraum.

Die Liquiditätsreserven stiegen von 378 Millionen EUR am 30. Juni 2019 auf 701 Millionen. Der Hauptgrund sind geringere verzinsliche Nettoverbindlichkeiten, die Aufnahme neuer Kredite und die Nutzung von Verlängerungsoptionen bei bestehenden Fazilitäten. Aufgrund der sehr starken Liquidität wurden keine außergewöhnlichen Maßnahmen ergriffen, um die Liquidität während der unsicheren Marktsituation aufgrund von Covid-19 zu sichern. Für unvorhergesehene Fälle hat Arla ein European-Commercial-Paper-Programm aufgelegt, um unsere Finanzierungsfazilität zu erweitern.

Verschuldungsgrad

2,6

1. Halbjahr 2020

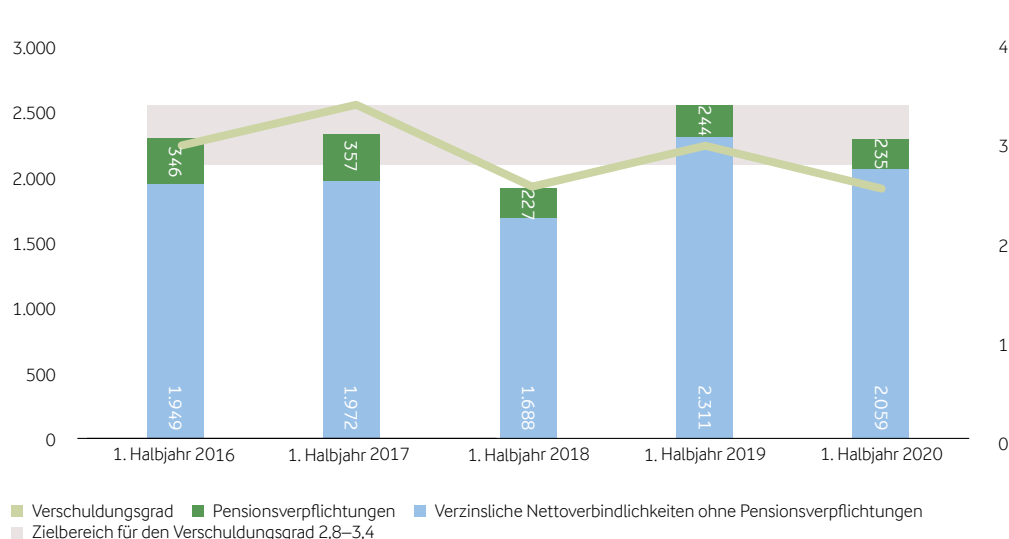
Verschuldungsgrad

3,0

1. Halbjahr 2019

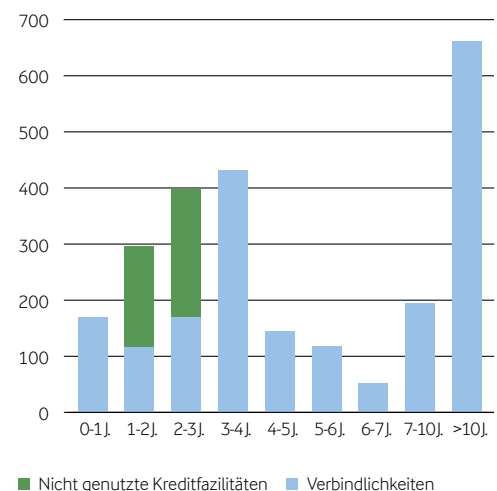
Verzinsliche Nettoverbindlichkeiten

(Mio. EUR)



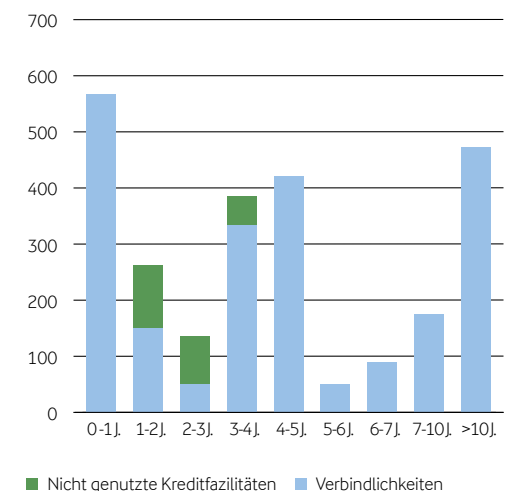
Fälligkeit der verzinslichen Nettoverbindlichkeiten ohne Pensionsverpflichtungen am 30. Juni 2020

(Mio. EUR)



Fälligkeit der verzinslichen Nettoverbindlichkeiten ohne Pensionsverpflichtungen am 30. Juni 2019

(Mio. EUR)



VERZINSLICHE NETTOVERBINDLICHKEITEN (FORTSETZUNG)

Liquiditätsreserven

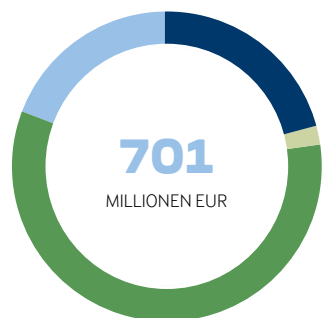
(Mio. EUR)

	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	150	115
Wertpapiere (freier Cashflow)	11	8
Nicht genutzte verbindliche Dispositionskredite (Fälligkeit > 1 Jahr)	406	250
Nicht genutzte sonstige Dispositionskredite	134	5
Gesamt	701	378

Wechselkurse

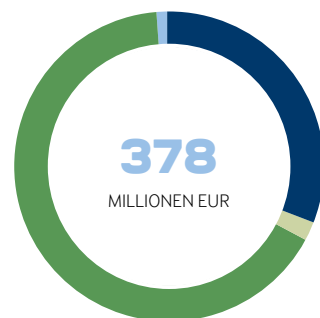
	Schlusskurs			Durchschnittskurs		
	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019	Veränderung	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019	Veränderung
EUR/GBP	0,914	0,897	-1,9%	0,873	0,873	0,0%
EUR/SEK	10,489	10,563	0,7%	10,660	10,510	-1,4%
EUR/DKK	7,452	7,464	0,2%	7,465	7,465	0,0%
EUR/USD	1,124	1,138	1,2%	1,102	1,130	2,5%
EUR/SAR	4,217	4,264	1,1%	4,137	4,239	2,4%

Liquiditätsreserven, 1. Halbjahr 2020



- Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente 21%
- Wertpapiere (freier Cashflow) 2%
- Nicht genutzte verbindliche Dispositionskredite 58%
- Nicht genutzte sonstige Dispositionskredite 19%

Liquiditätsreserven, 1. Halbjahr 2019



- Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente 31%
- Wertpapiere (freier Cashflow) 2%
- Nicht genutzte verbindliche Dispositionskredite 66%
- Nicht genutzte sonstige Dispositionskredite 1%

Pensionsverpflichtungen

(Mio. EUR)

	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019
Barwert gedeckter Verbindlichkeiten	1.662	1.607
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens	-1.473	-1.373
Fehlbetrag der gedeckten Pläne	189	234
Barwert der nicht gedeckten Verbindlichkeiten	9	10
Bilanzierte Pensionsverpflichtungen, netto	198	244

Dargestellt als:

Pensionsvermögen	-37	–
Pensionsverpflichtungen	235	244
Bilanzierte Pensionsverpflichtungen, netto	198	244

Der britische Pensionsplan wird als Nettovermögenswert und der schwedische Pensionsplan als Nettoverbindlichkeit dargestellt.

Annahmen für

die versicherungsmathematischen Berechnungen

	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019
Abzinsungsfaktor, Schweden	1,5%	1,8%
Abzinsungsfaktor, Großbritannien	1,5%	2,4%
Erwartete Lohnkostenerhöhung, Schweden	2,3%	2,3%
Erwartete Lohnkostenerhöhung, Großbritannien	2,8%	2,5%
Inflation (VPI), Schweden	1,4%	2,0%
Inflation (VPI), Großbritannien	1,7%	2,1%

GLOSSAR

Der **Anteil von International** am Geschäft ist definiert als prozentualer Anteil des Umsatzes aus dem Gebiet International am Umsatz aus den Gebieten International und Europa.

Arlagården® ist der Name unseres Qualitätssicherungsprogramms.

Capex ist die Abkürzung für den Investitionsaufwand (Capital Expenditure).

EBIT ist die Abkürzung für „Earning before interest and taxes“ (Gewinn vor Zinsen und Steuern) und bezeichnet den Gewinn aus der operativen Geschäftstätigkeit.

Die **EBIT-Marge** beschreibt das EBIT als Prozentsatz des Gesamtumsatzes.

EBITDA ist die Abkürzung für „earnings before interest, tax, depreciation and amortisation“ (Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) und beschreibt den Gewinn aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit.

Die **Eigenkapitalquote** beschreibt das Verhältnis zwischen dem Eigenkapital ohne Minderheitsbeteiligungen und dem Gesamtvermögen. Sie dient als Kennzahl für die Finanzstärke von Arla.

Der **freie Cashflow** ist definiert als Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit nach Abzug des Cashflows aus Investitionstätigkeiten.

Der **Gewinnanteil** ist definiert als das Verhältnis zwischen dem Überschuss, der den Eigentümern von Arla Foods zugeteilt wird, und dem Gesamtumsatz in einer Periode.

Die **Gewinnspanne** ist ein Maßstab der Rentabilität. Sie bezeichnet die positive Differenz aus dem Verkaufserlös und den Kosten.

Der **Handelsanteil** ist eine Kennzahl für den gesamten Milchverbrauch für die Herstellung von Handelswaren im Verhältnis zum Gesamtmilchverbrauch. Handelswaren werden üblicherweise mit geringer oder ohne Wertschöpfung im Rahmen von Business-to-Business-Verkäufen an andere Unternehmen für deren Produktion sowie im Rahmen von Massenverkäufen von Käse, Butter oder Milchpulver vertrieben.

Die **Innovationspipeline** ist definiert als das Nettoumsatzwachstum, das durch Innovationsprojekte bis zu 36 Monate nach deren Einführung generiert wird.

Der **Markenanteil** misst den Anteil des Umsatzes durch strategische Marken am Gesamtumsatz. Er ist definiert als das Verhältnis vom Umsatz durch strategische Markenprodukte zum Gesamtumsatz.

Das **Mehrwert-Proteinsegment** umfasst Produkte mit besonderen Funktionen und Bestandteilen verglichen mit Standard-Proteinkonzentraten mit einem Proteinanteil von ca. 80 Prozent.

MENA ist die Abkürzung für „Middle East and North Africa“ (Nahe Osten und Nordafrika).

Das **mengenbasierte Umsatzwachstum** ist definiert als Umsatzwachstum bezogen auf das Mengenwachstum bei gleichbleibenden Preisen.

Das **mengenbasierte Umsatzwachstum durch strategische Marken** ist definiert als Umsatzwachstum durch strategische Markenprodukte bezogen auf das Mengenwachstum bei gleichbleibenden Preisen.

Der **Milch-Leistungspreis** für Arla Foods ist definiert als der vorausgezählte Milchpreis plus den Jahresüberschuss dividiert durch die gesamte Milchzufuhr der Genossenschaftsmitglieder. Er misst die Wertschöpfung pro Kilogramm Milch unserer Eigentümer einschließlich der einbehaltenen Gewinne und Nachzahlungen.

Die **Milchmenge** ist definiert als die gesamte Rohmilchlieferrung in Kilogramm von unseren Eigentümern und externen Milchlieferanten.

M&A ist die Abkürzung für „Mergers and Acquisitions“ (Fusionen und Übernahmen).

Das **Nettoumlaufvermögen** ist definiert als das Kapital, das in Vorräten, Forderungen und Verbindlichkeiten gebunden ist, inklusive der Verbindlichkeiten für die Milch der Eigentümer.

Das **Nettoumlaufvermögen ohne die Milch der Eigentümer** ist definiert als das Kapital, das in Vorräten, Forderungen und Verbindlichkeiten, exklusive der Verbindlichkeiten für die Milch der Eigentümer, gebunden ist.

Strategische Marken sind definiert als Produkte, die unter Marken wie Arla®, Lurpak®, Castello® und Puck® verkauft werden.

Der **Verschuldungsgrad** beschreibt das Verhältnis zwischen verzinslichen Nettoverbindlichkeiten inklusive Pensionsverpflichtungen und dem EBITDA. Hiermit können wir unsere Fähigkeit bewerten, zukünftige Verbindlichkeiten und Verpflichtungen zu tragen. Langfristig soll der Verschuldungsgrad zwischen 2,8 und 3,4 liegen.

Verzinsliche Nettoverbindlichkeiten sind definiert als kurz- und langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten abzüglich Wertpapieren, Barmitteln und Barmitteläquivalenten sowie anderer verzinslicher Vermögenswerte.

Verzinsliche Nettoverbindlichkeiten inklusive Pensionsverpflichtungen sind definiert als kurz- und langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten abzüglich Wertpapieren, Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten sowie anderer verzinslicher Vermögenswerte zuzüglich der Pensionsverpflichtungen.

Der **vorausgezählte Milchpreis** beschreibt die Abschlagszahlung, die Genossenschaftsmitglieder für jedes Kilogramm Milch erhalten, das sie in der Abrechnungsperiode geliefert haben.

VPI ist die Abkürzung für „Verbraucherpreisindex“.

Der **Zinsdeckungsgrad** beschreibt das Verhältnis zwischen EBITDA und den Nettozinskosten.

WMP ist die Abkürzung für „whole milk powder“ (Vollmilchpulver).

UNTERNEHMENSKALENDER

Finanzberichte und wichtige Ereignisse



**11.
FEBRUAR
2021**

Bekanntgabe der Ergebnisse des
Jahres 2020



**25.
FEBRUAR
2021**

Veröffentlichung des
Jahresabschlusses 2020

**3.
SEPTEMBER
2020**

Veröffentlichung des konsolidierten
Halbjahresabschlusses

**8.-9.
OKTOBER
2020**

Meeting der Vertreterversammlung



**24.-25.
FEBRUAR
2021**

Meeting der Vertreterversammlung





Arla Foods amba

Sønderhøj 14
DK-8260 Viby J.
Dänemark
CVR-Nr.: 25 31 37 63

Tel.: +45 89 38 10 00
E-Mail: arla@arlafoods.com

www.arla.com

Arla Deutschland GmbH

Wahlerstraße 2
40472
Düsseldorf
Deutschland

Tel.: +49 211 47231-0
E-Mail: arla@arlafoods.com

www.arlafoods.de