



Südzucker ist auf den Erfolgspfad zurückgekehrt

Dr. Wolfgang Heer

Sprecher des Vorstands
der Südzucker AG

in der Hauptversammlung am 20. Juli 2010



Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen zur Hauptversammlung der Südzucker AG. Zusammen mit meinen Vorstandskollegen und unseren hier anwesenden Mitarbeitern freue ich mich, dass Sie heute nach Mannheim gekommen sind, um sich persönlich ein Bild von der Entwicklung Ihres Unternehmens zu machen.

In meinem Vortrag werde ich Ihnen zunächst die strategische Positionierung der Südzucker-Gruppe in den einzelnen Geschäftsfeldern vorstellen und über die wesentlichen Themen und Entwicklungen berichten. Die Ergebnisse und Kennzahlen des Geschäftsjahres 2009/10 – über das wir heute Rechenschaft ablegen – bilden den zweiten Schwerpunkt meines Vortrags. Anschließend werde ich über den aktuellen Geschäftsverlauf im 1. Quartal berichten und Sie an unserer Einschätzung für das gesamte Geschäftsjahr 2010/11 teilhaben lassen.

Meine Damen und Herren,

das Geschäftsjahr 2009/10 ist – trotz einer leichten Stabilisierung der

Wirtschaftsentwicklung zum Jahresende – eng mit der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise und damit auch eng mit einem Konjunkturrückgang verbunden. In diesem schwierigen Fahrwasser galt es Kurs zu halten.

Ihre Südzucker hat Kurs gehalten.

Ihre Südzucker hat Kurs gehalten und gezeigt, dass das auf Nachhaltigkeit und langfristige Wertschöpfung ausgelegte Geschäftsmodell auch in einem rauen Klima wetterfest ist.

Natürlich spüren auch wir insbesondere in den konsumentennahen Produktbereichen des Segments Spezialitäten die veränderten Verbrauchergewohnheiten infolge der Finanz- und Wirtschaftskrise.

In unserem Segment Zucker galt es, die aus der europäischen Zuckerpolitik resultierenden Belastungen zu verarbeiten.

Alles in allem zeigt der Jahresabschluss, den wir heute präsentieren,

dass Ihr Unternehmen auch in einem schwierigen Umfeld erfolgreich wirtschaftet und nach den erheblichen Belastungen der letzten drei Jahre aus der Reform der europäischen Zuckerpolitik auf den Erfolgspfad zurückgekehrt ist.

Schauen wir uns die Entwicklung in unseren Segmenten näher an.

Segment Zucker: Rekordkampagne 2009/10

In unserem Stammgeschäft Zucker haben wir bezogen auf Rübenmenge, Rübenertrag und Zuckererzeugung in 2009 eine Ausnahmekampagne gefahren. Mit einer Rübenmenge von rd. 28 Mio. t lag die Zuckererzeugung aus Rübe mit 4,4 Mio. t auf Grund günstiger Witterungsverhältnisse weit über unseren ursprünglichen Erwartungen. Darüber hinaus wurden in den Raffinerien Marseille in Frankreich, Buzau in Rumänien und Brčko in Bosnien rd. 350.000 t Weißzucker aus Rohzucker erzeugt, sodass insgesamt 4,8 Mio. t Zucker aus eigener Produktion zur Vermarktung zur Verfügung standen.

Segment Zucker: Highlights 2009/10

Bei der Vermarktung profitieren wir von unserer europäischen Aufstellung. Wir verfügen nicht nur in den Ländern, in denen wir produzieren, sondern auch auf allen übrigen relevanten europäischen Märkten über leistungsfähige Strukturen in Form von eigenen Vertriebsgesellschaften bzw. einem Key Account Management. Durch die europaweite Präsenz und ein konzernübergreifendes Logistikkonzept haben wir einen wesentlichen Wettbewerbsvorteil auf dem europäischen Zuckermarkt.

Auf der Absatzseite konnten wir unsere starke Position innerhalb der EU verteidigen.

Auf der Absatzseite konnten wir bei Quotenzucker auf dieser Basis unsere starke Position innerhalb der EU verteidigen bzw. teilweise sogar ausbauen. Insgesamt war der Quotenzuckerabsatz jedoch leicht rückläufig, da der Export von Quotenzucker im neuen zuckerpolitischen Rahmen wirtschaftlich nur noch in Ausnahmefällen attraktiv war.

In der hinter uns liegenden Kampagne kam dem Nicht-Quotenzucker – auf Grund der hohen Verfügungsmenge – eine verstärkte Bedeutung zu. So konnten wir insgesamt den Absatzrückgang beim Quotenzucker mit der Vermarktung von Nicht-Quotenzucker mehr als ausgleichen.

Dabei sorgte der seit Anfang 2009 mögliche Export von Nicht-Quotenzucker in Drittländer für positive Impulse. Auf Grund der weltweit defizitären Zuckerversorgung und der hohen Nachfrage ist der Weltmarktpreis Anfang des Jahres 2010 rasant angestiegen und lag dabei zeitweise über dem europäischen Marktpreisniveau. Bei einer gleichzeitigen hohen Erzeugung innerhalb der EU hat die Kommission auf diese Situation im Februar reagiert und für das ZWJ 2009/10 zusätzlich zum EU-Exportkontingent von 1,35 Mio. t ein WTO-konformes Zu-

satzkontingent von 500.000 t Nicht-Quotenzucker zugelassen. Auf die Südzucker-Gruppe entfallen von dem Exportkontingent in Höhe von insgesamt 1,85 Mio. t rund 440.000 t.

Die traditionelle Vermarktung des Nicht-Quotenzuckers an die Non-Food-Industrie innerhalb der EU zeigte sich demgegenüber schwächer. Insbesondere die im Rahmen eines Importkontingents bis September 2009 in den EU-Markt eingeführten Mengen verdrängten hier den EU-Nicht-Quotenzucker.

Meine Damen und Herren, die Südzucker-Gruppe ist in ihrem Stammgeschäft heute weit mehr als ein reiner Produzent von Zucker.

Seit geraumer Zeit beschäftigen wir uns mit den internationalen Zuckerströmen. So haben wir uns frühzeitig bei den Zuckerimporten aus Ländern mit präferenziellem Marktzugang in die EU positioniert. Die im Juni 2008 mit dem Mauritius Sugar Syndicate geschlossene langfristige Partnerschaftsvereinbarung sichert uns das exklusive Vermarktungsrecht für rd. 400.000 t Weißzucker pro Jahr und damit die mit Abstand führende Rolle bei der Vermarktung von Weißzuckerimporten in die EU. Im Februar sind nach ausführlichen Tests die ersten Container aus Mauritius in den süd-europäischen Destinationen eingetroffen. Das speziell für Zucker aus Mauritius entwickelte Logistik- und Belieferungskonzept hat sich in der Praxis bewährt und die Akzeptanz der Kunden hinsichtlich Zuverlässigkeit und Qualität gefunden.

Die Südzucker-Gruppe ist in ihrem Stammgeschäft heute weit mehr als ein reiner Produzent von Zucker.

Strategisch unterstützt das Abkommen mit Mauritius unsere Position in den Defizitländern Südeuropas wie Griechenland, Spanien und Portugal sowie in Großbritannien, da wir diese Länder direkt mit Weißzucker aus Mauritius beliefern können. Bereits im abgelaufenen Geschäftsjahr haben

wir unsere Marktpositionen dort erfolgreich ausgebaut.

Erfolgreicher Ausbau der Marktpositionen in Defizitländern.

Segment Zucker: Marktgleichgewicht in der EU

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Segment Zucker befinden wir uns klar auf Kurs. Der Weg dorthin war jedoch steinig und mit tiefen Einschnitten verbunden. Ich erinnere in diesem Zusammenhang an unsere Zahlung von 1,5 Mrd. € in den europäischen Restrukturierungsfonds sowie die Aufgabe von 21 % der Zuckerquote.

Unter dem Strich bleibt: Diese Belastungen hat Südzucker *aus eigener Kraft* verarbeitet bzw. kompensiert.

Die neue europäische Zuckerpolitik bildet für uns mit dem erreichten Marktgleichgewicht einen verlässlichen Rahmen für die nächsten Jahre. Sie wird sowohl den gesellschaftlichen Anforderungen an die europäische Landwirtschaft als auch den Reformzielen von 2006 gerecht.

Dies heißt jedoch nicht, dass wir in unserem Bestreben, die bestehenden Strukturen konsequent weiterzuentwickeln, nachlassen. Stetige Verbesserungen bei der Kundenorientierung und Kosteneffizienz ist für uns nicht nur im Zucker-Segment Tagesgeschäft und letztendlich die Voraussetzung, um auch zukünftige Herausforderungen meistern zu können.

Dieser positive Ausblick zur Wettbewerbsfähigkeit unseres europäischen Stammgeschäfts setzt voraus, dass die EU-Kommission nicht die als politischen Erfolg gefeierte Reform der Zuckerpolitik durch weitere Präferenzabkommen aushöhlt.

Soweit zu unserem Segment Zucker. Ich komme nun zu unserem Segment Spezialitäten, das die Divisionen BENEQ, Freiburger, PortionPack Europe und Stärke umfasst.

Segment Spezialitäten: Division BENE0

In der BENE0-Group bündeln wir unsere Functional Food-Aktivitäten. Die Division produziert an Standorten in Belgien, Chile, Deutschland und Italien aus Agrarrohstoffen Lebensmittelzutaten mit ernährungsphysiologischen und technologischen Vorteilen sowie Zutaten für die Tierernährung und vertreibt diese in weltweit über 70 Ländern. BENE0 spürte die Wirtschaftskrise deutlich, da sich die Kaufzurückhaltung der Verbraucher bei den Herstellern von Impulsprodukten und hochpreisigen Nahrungsmitteln – also den Kunden von BENE0 – deutlich zeigte.

Die BENE0-Gruppe hat den Weg der Internationalisierung und der Nutzung von Synergien durch die Integration vormals selbständiger Bereiche konsequent weiter beschritten und wird diesen auch fortsetzen.

Wir verfolgen die Diskussion um die Auslobung von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben bei Lebensmitteln – den so genannten Health Claims – mit großem Interesse. Die Erkenntnisse unserer Forschung tragen dazu bei, das Interesse an Produktinnovationen in der Lebensmittelindustrie zu fördern und unseren Kunden zu ermöglichen, mit Health Claims zu werben.

Die Innovationskraft von BENE0 zeigt sich weiter durch die erfolgreiche Positionierung von Produkten wie beispielsweise Palatinose™.

Die Innovationskraft von BENE0 zeigt sich weiter durch die erfolgreiche Positionierung von Produkten wie beispielsweise Palatinose™. Sie erfreut sich auf Grund ihrer physiologischen Charakteristika im Bereich der Sportlerernährung sowie in Wellnessgetränken verstärkter Beliebtheit.

Meine Damen und Herren,

wirtschaftliche Aspekte treten in den Hintergrund, wenn Katastrophen

Menschenleben gefährden. In Chile war das BENE0-Werk Ende Februar von dem schweren Erdbeben betroffen. Glücklicherweise waren unter den 270 Mitarbeitern und ihren Familien keine Opfer zu beklagen. Die Schäden an der Fabrik, in der aus Chicorée Inulin und Oligofruktose hergestellt wird,

In einem durch gestiegene Wettbewerbsintensität geprägten Marktumfeld konnte sich Freiberger erfolgreich behaupten.

hielten sich in Grenzen. Auf Grund des großen Einsatzes der Mannschaft vor Ort konnte die Kampagne mit rd. drei Wochen Verspätung angefahren und zwischenzeitlich beendet werden. Die Häuser und Wohnungen unserer Kolleginnen und Kollegen in Chile waren jedoch z. T. erheblich beschädigt. Im Rahmen einer vom Vorstand unterstützten Spendenaktion haben sich die Mitarbeiter der gesamten Gruppe solidarisch mit ihren chilenischen Kollegen gezeigt und erheblich zur Linderung materieller Not beigetragen.

Segment Spezialitäten: Division Freiberger

Die Freiberger-Gruppe produziert tiefgekühlte und gekühlte Pizza sowie tiefgekühlte Snacks vorwiegend für das Handelsmarkensegment. In einem durch gestiegene Wettbewerbsintensität geprägten Marktumfeld konnte sich die Freiberger-Gruppe erfolgreich behaupten. Mit der Integration des neuen Produktionsstandortes in Osterweddingen sowie der nach einem Brand notwendig gewordenen Neukonzeption der Fabrikstruktur in Großbritannien positioniert sich Freiberger in einem stetig wachsenden Markt und hat zusammen mit den Standorten in Berlin, Muggensturm und Oberhofen eine gute Basis für weiteres Wachstum.

Als Kompetenz- und Marktführer bei Handelseigenmarken kommt der Sortimentserweiterung zur Erschließung neuer Absatzkanäle und Zielgruppen eine besondere Bedeutung

zu. So entwickelt Freiberger gemeinsam mit den Kunden aus Handel, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung immer neue und hochwertige Produkte – wie beispielsweise eine kalorienreduzierte Pizza – und festigt damit die Marktposition.

Segment Spezialitäten: Division PortionPack

Die PortionPack Europe-Gruppe ist unser Spezialist für Entwicklung, Abpackung und Vermarktung von Food- und Non-Food-Portionsartikeln in Europa.

Im vergangenen Geschäftsjahr bewegte sich die Gruppe in einem stark von der Wirtschaftskrise beeinflussten Umfeld. Hauptabsatzkanäle wie z. B. Fluggesellschaften standen unter Druck. Trotzdem konnte die Gruppe ihre Position als europäischer Marktführer weiter festigen und mit der Übernahme der Single Source Limited, dem Marktführer für Portionsartikel in Großbritannien, sowie der belgischen Union Edel Chocolate B.V. weitere Wachstumsschritte unternehmen.

Im vergangenen Geschäftsjahr bewegte sich PortionPack in einem stark von der Wirtschaftskrise beeinflussten Umfeld.

Segment Spezialitäten: Division Stärke

Die Division Stärke ist auf profitable Nischen fokussiert und hat sich durch Innovationskraft und Serviceorientierung als bedeutender Anbieter von Spezialstärken für die Anwendung in der Lebensmittel- sowie technischen Industrie etabliert. Insgesamt konnte der Absatz erneut deutlich gesteigert werden. Selbst im technischen Bereich erfolgte – entgegen der konjunkturellen Marktentwicklung – eine Ausweitung des Geschäfts, wodurch die Auslastung der Maisstärkefabriken auf hohem Niveau gehalten werden konnte.

Segment CropEnergies

Ich komme nun zu unserem Segment CropEnergies, das die Aktivitäten der börsennotierten CropEnergies AG umfasst. Einige von Ihnen haben sich bereits am vergangenen Donnerstag auf der Hauptversammlung der CropEnergies, ebenfalls hier im Mannheimer Rosengarten, ein ausführliches Bild von der Lage der Gesellschaft gemacht.

CropEnergies ist einer der führenden europäischen Hersteller von nachhaltig erzeugtem Bioethanol und setzt das an den Standorten Zeitz, Wanze und Loon-Plage produzierte Ethanol überwiegend im Kraftstoffsektor ab.

In diesem Bereich haben sich die politischen Rahmenbedingungen in der EU im abgelaufenen Geschäftsjahr weiter konkretisiert. In dem Ende Juni 2009 in Kraft getretenen Klima- und Energiepaket wurde die rechtliche Grundlage zur Förderung der Nutzung von erneuerbaren Energien im Verkehrssektor geschaffen und für 2020 ein verbindliches Beimischungsziel von 10 % erneuerbarer Energien festgelegt.

Die politischen Rahmenbedingungen in der EU haben sich weiter konkretisiert.

In Deutschland hat sich, nachdem die Bundesregierung die Einführung von E10 – einem Kraftstoff mit 10 % Ethanol-Anteil – im Koalitionsvertrag festgeschrieben hat, der Rahmen ebenfalls verbessert. Wir rechnen damit, dass E10 im Herbst 2010 eingeführt und ab Frühjahr 2011 flächendeckend angeboten wird.

Operativ blickt CropEnergies auf ein Jahr voller Herausforderungen zurück. Niedrige Ethanolpreise infolge der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres sowie Reparaturbedarf während der Inbetriebnahme der neuen Bioethanolanlage in Wanze im Herbst 2009 führten dazu, dass die ehrgeizigen Ziele für das Geschäfts-

jahr nicht vollständig erreicht werden konnten.

Die Vermarktung von Nebenprodukten ist bereits heute wesentlicher Bestandteil unserer Strategie bei CropEnergies.

Die Zuverlässigkeit und Effizienz der Produktionsanlage in Zeitz war eine wesentliche Stütze der Gruppe. Zur weiteren Steigerung der Ertragskraft des Standortes Zeitz hat CropEnergies zusammen mit dem Partner Tyczka Energie GmbH Ende März mit dem Bau einer Anlage zur Reinigung und Verflüssigung des während des Fermentationsprozesses anfallenden Kohlendioxids begonnen, die Ende des Jahres in Betrieb gehen wird. Die Vermarktung des Kohlendioxids erfolgt schwerpunktmäßig an die Nahrungsmittelindustrie.

Die Vermarktung von Nebenprodukten ist bereits heute wesentlicher Bestandteil unserer Strategie im Segment CropEnergies. Neben dem getrockneten und pelletierten Eiweißfuttermittel ProtiGrain®, das sich auf Grund seiner hervorragenden Qualität auf dem europäischen Markt etablieren konnte, wurden erstmals das flüssige Eiweißfuttermittel ProtiWanze® und – in Zusammenarbeit mit BENEIO – das in Wanze produzierte Gluten BeneoPro W erfolgreich vermarktet. BeneoPro W wurde zwischenzeitlich vom „International Food Standard“ zertifiziert und wird nun auch im Lebensmittelsektor vermarktet.

Mit der konsequenten Nutzung und Veredelung der anfallenden Kuppelprodukte zu hochwertigen Lebens- und Proteinfuttermitteln unterstreichen wir unser auf ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit ausgerichtetes Geschäftsmodell. Der damit reduzierte Importbedarf an pflanzlichen Proteinen ist ein weiterer Vorteil der heimischen Bioethanolherstellung.

Die europäische Landwirtschaft und Unternehmen wie CropEnergies verfügen über die erforderliche Leistungsfähigkeit, um Teller, Trog und

Tank gleichermaßen nachhaltig zu füllen. Erfreulich ist, dass diese Tatsache mittlerweile auch in Politik und Öffentlichkeit an Akzeptanz gewonnen hat.

Blicken wir auf unser 4. Segment.

Segment Frucht

Das Segment Frucht umfasst die Divisionen Fruchtzubereitungen und Fruchtsaftkonzentrate.

Im Bereich *Fruchtzubereitungen* sind wir über AGRANA Frucht mit 25 Produktionsstandorten in 19 Ländern weltweit führender Hersteller für die Molkerei-, Backwaren- und Eiscreme-Industrie.

Das auf Qualität und Service ausgerichtete Geschäftsmodell hat sich insbesondere in West- und Osteuropa sowie im asiatischen und pazifischen Raum bewährt. Auch in den hart umkämpften Märkten wie Deutschland oder den USA konnte sich AGRANA Frucht dank Produktinnovationen und intensiver Marktbearbeitung gut behaupten. Insgesamt konnte ein leichtes Mengenwachstum über sämtliche Regionen hinweg erreicht und der Marktanteil damit ausgebaut werden.

Die sich in Wachstumsmärkten bietenden Möglichkeiten einer regionalen Ausweitung unserer Aktivitäten nutzen wir konsequent. Hierzu einige Beispiele:

AGRANA Frucht hat mit dem ägyptischen Unternehmen Nile Fruit ein Joint Venture zur Erschließung des nordafrikanischen und arabischen Raums gegründet.

Das auf Qualität und Service ausgerichtete Geschäftsmodell hat sich bewährt.

Nach Südafrika haben wir in den vergangenen Monaten nicht nur als leidenschaftliche Fußballfans geblickt: AGRANA Frucht ist dort bereits mit einer Produktionsstätte in Kapstadt vertreten. Wir haben unlängst beschlossen, den Marktentwicklungen Rechnung zu tragen und

in einen neuen, kundennahen Standort in Johannesburg zu investieren und damit weiter profitabel zu wachsen.

Im Bereich *Fruchtsaftkonzentrate* ist AGRANA Frucht mit zehn europäischen Produktionsstandorten einer der führenden Anbieter von Apfel- und Buntsaftkonzentraten in Europa. Darüber hinaus ist die Division mit zwei Joint Ventures in China in einer der größten Apfelanbauregionen der Welt tätig.

Nach der unerfreulichen Ergebnissituation im Vorjahr konnte das Geschäft mit Fruchtsaftkonzentrat in 2009/10 stabilisiert werden, u. a. durch umfangreiche Reorganisationsmaßnahmen an allen europäischen Produktionsstandorten der Division.

Soviel zur Entwicklung unserer Segmente und zu den wesentlichen Themen des abgelaufenen Geschäftsjahrs. Nach diesen Ausführungen komme ich nun zum Zahlenwerk des Geschäftsjahres 2009/10.

Umsatzentwicklung Konzern

Der Konzernumsatz reduzierte sich um rd. 3 % auf 5,7 Mrd. €. Unser ambitioniertes Ziel, den Vorjahresumsatz zu halten, konnten wir nicht ganz erreichen.

Im Segment Frucht bewegten wir uns auf Vorjahresniveau.

Ursache des Rückgangs sind im Wesentlichen niedrigere Quotenzuckererlöse. Darüber hinaus wirkten sich im Segment *Spezialitäten* rohstoffpreisbedingte Erlösrückgänge in der Division *Stärke* negativ aus. Umsatzseitig positiv hingegen entwickelte sich das Segment *CropEnergies*. Im Segment *Frucht* bewegten wir uns auf Vorjahresniveau.

Operatives Ergebnis Konzern

Beim operativen Ergebnis haben wir mit 403 Mio. € – wir waren von rd. 400 Mio. € ausgegangen – eine Punktlandung gemacht und das Ergebnissniveau nochmals deutlich verbessert. Maßgeblich hierzu beigetragen

hat das Segment *Zucker*, das gegenüber Vorjahr um 80 Mio. € zulegen konnte. Aber auch in den Segmenten *Spezialitäten* und *Frucht* konnte das operative Ergebnis gesteigert werden. Im Segment *CropEnergies* hingegen zeigte sich infolge der Belastungen aus der Inbetriebnahme in *Wanze* ein Rückgang des operativen Ergebnisses.

Im Segment CropEnergies konnte ein erfreuliches organisches Wachstum erzielt werden.

Zu den Details.

Umsatz und Ergebnis nach Segmenten

Im Segment *Zucker* reduzierte sich der Umsatz von 3,32 auf 3,15 Mrd. €. Dabei konnten die erwähnten niedrigeren Quotenzuckererlöse nicht durch die temporär höheren Nicht-Quotenzuckerexporte kompensiert werden.

Im operativen Ergebnis wirkten die Entlastungen durch Kapazitätsstilllegungen, Kostensenkungsmaßnahmen und die nach der Quotenrückgabe entfallenen Abschreibungen auf Zuckerquoten erstmals ganzjährig. Während sich auch der deutliche Anstieg der Nicht-Quotenzuckerexporte positiv auswirkte, sorgte die große Ernte 2009 für eine erhebliche Kostenbelastung. Insgesamt konnte eine Verbesserung des operativen Ergebnisses von 137 auf 217 Mio. € erreicht werden.

Im Segment *Spezialitäten* reduzierte sich der Umsatz leicht auf 1,4 Mrd. €. Während er in den Divisionen *BENEO*, *Freiberger* und *PortionPack* trotz des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds das Vorjahresniveau behaupten konnte, zeigte sich in der Division *Stärke* ein rohstoffpreisbedingter Rückgang der Erlöse.

Der Wegfall der Verluste aus der Inbetriebnahme der AGRANA-Bioethanolanlage in Pischelsdorf sowie im Vergleich zum Vorjahr gesunkenen Rohstoffkosten wirkten sich positiv aus. Das operative Ergebnis konnte um rd. 30 auf 138 Mio. € zulegen.

Im Segment *CropEnergies* konnte – trotz erheblich niedrigerer Ethanolserlöse – ein erfreuliches organisches Wachstum erzielt werden. Dieses wurde durch die im Juli 2008 in Betrieb gegangene Erweiterung der Produktionsanlage in *Zeit* sowie die Inbetriebnahme des Werkes in *Wanze* Ende 2008 getragen. Ebenfalls positiv hat sich die erstmalige ganzjährige Einbeziehung der am 30. Juni 2008 erworbenen *Ryssen Alcools* ausgewirkt.

Trotz moderater Rohstoffkosten sowie einer deutlichen Steigerung der Absatzmengen reduzierte sich das operative Ergebnis von 18 auf 12 Mio. €. Ursache sind die Belastungen des Anfahrbetriebs der Bioethanolanlage in *Wanze*, ohne die das operative Ergebnis deutlich über dem Vorjahr gelegen hätte. Insgesamt befindet sich die *CropEnergies*-Gruppe weiter auf Kurs und unterstreicht dies mit einer erstmaligen Dividendenausschüttung für das Geschäftsjahr 2009/10 von 5 Cent/Aktie.

Im Segment *Frucht* konnte mit 806 Mio. € ein Umsatz auf Vorjahresniveau erreicht werden. Bei leicht über Vorjahr liegenden Absätzen in der Division *Fruchtzubereitungen* konnten im Bereich *Apfelsaftkonzentrate* deutliche Absatzsteigerungen – wenngleich bei erheblich gesunkenen Erlösen – erzielt werden. Das operative Ergebnis verbesserte sich deutlich auf 36 Mio. €. Im Vorjahr hatte eine signifikante Abwertung auf *Apfelsaftkonzentrate* das Ergebnis belastet.

Das operative Ergebnis verbesserte sich bei Frucht deutlich auf 36 Mio. €.

Soviel zu Umsatz und operativem Ergebnis.

Finanzkennzahlen

Das Ergebnis aus *Restrukturierung und Sondereinflüssen* im Konzern betrug -10 nach +87 Mio. € im Vorjahr. Im Segment *Zucker* waren Aufwendungen für Umstrukturierungsmaßnahmen und Neueinschätzungen von Ausfallrisiken angefallen, denen im

Wesentlichen eine Versicherungserstattung für Brandschäden am Freiburger-Werk in Großbritannien gegenüberüberstand.

Das *Ergebnis aus assoziierten Unternehmen* in Höhe von 2 Mio. € beinhaltet hauptsächlich das anteilige Ergebnis der Vertriebs-Joint-Venture-Gesellschaften. Im Vorjahr waren hier noch größere Erträge aus der Abwicklung der Eastern Sugar-Gesellschaften enthalten.

Das *Finanzergebnis* verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 89 auf -46 Mio. €. Die Verbesserung ist u. a. auf eine gesunkene Durchschnittsverschuldung sowie die Festigung der osteuropäischen Währungen zurückzuführen, die eine Rücknahme der im Vorjahr berücksichtigten Kursabwertungen von konzerninternen Euro-Darlehensfinanzierungen mit sich brachte.

Das *Ergebnis vor Ertragsteuern* erhöhte sich von 232 auf 348 Mio. €.

Der *Steueraufwand* im abgelaufenen Geschäftsjahr lag bei 72 Mio. €. Dies entspricht wie im Vorjahr einer Steuerquote von 21 %.

Der Jahresüberschuss für das Geschäftsjahr 2009/10 erreichte 276 Mio. €.

Der *Jahresüberschuss* für das Geschäftsjahr 2009/10 erreichte 276 Mio. €. Hiervon entfielen 76 Mio. € auf das Hybrid-Eigenkapital und sonstige Minderheiten, sodass sich ein Jahresergebnis nach Minderheiten von 200 Mio. € ergab. Damit erreichen wir ein Ergebnis je Aktie von 1,06 € nach 86 Cent im Vorjahr.

Der *Cashflow* folgte dem Anstieg des Jahresüberschusses und erhöhte sich von 504 auf 553 Mio. €.

Mit einer Rückführung der *Nettofinanzschulden* um 567 Mio. € auf 1,1 Mrd. € haben wir unsere Verschuldung konsequent reduziert. Das Verhältnis von Nettofinanzschulden zum Cashflow konnte damit von 3,2 im Vorjahr auf nun 1,9 deutlich verbessert werden.

Mit einer Eigenkapitalquote von 47 % zeigt sich eine unverändert solide Bilanzrelation.

Meine Damen und Herren, unter Tagesordnungspunkt 2 werden wir Ihnen eine Erhöhung der Dividende von 40 auf 45 Cent je Aktie vorschlagen. Dies entspricht einer Ausschüttungssumme von 85 Mio. €.

Dabei berücksichtigt der Dividendenvorschlag die Ergebnisverbesserung, er zeigt aber, dass die Verringerung der Nettofinanzschulden bei uns weiterhin im Fokus steht. Bezogen auf den Jahresschlusskurs unserer Aktie von 17,06 € errechnet sich eine Dividendenrendite von 2,6 % und übertrifft damit wiederum die vergleichbare Dividendenrendite des MDAX, die bei rd. 2,1 % liegt.

Blicken wir an dieser Stelle auf die Entwicklung unserer Aktie.

Wir werden Ihnen eine Erhöhung der Dividende von 40 auf 45 Cent je Aktie vorschlagen.

Südzucker-Aktie/MDAX

Der Kurs der Südzucker-Aktie entwickelte sich, verglichen mit den durch die globale Finanzkrise ausgelösten Schwankungen des Vorjahres, stabil. Von September 2009 bis zum Jahresbeginn 2010 bewegte sich unsere Aktie weitgehend analog zum MDAX und konnte im Frühjahr den zuvor von Juli bis September verlorenen Boden großteils wieder gutmachen.

In Erwartung einer kräftigen Konjunkturerholung erfolgte zwischenzeitlich eine Refokussierung des Aktienmarktes auf zyklische Papiere, zu denen die Südzucker-Aktie nicht zählt. Obwohl der Markt unsere Jahresprognose im Rahmen der Berichterstattung zum 1. Quartal 2010/11 positiv aufgenommen hat, konnte der hieraus resultierende Rückstand gegenüber dem MDAX bislang nicht aufgeholt werden.

Blicken wir kurz auf das angesprochene 1. Quartal 2010/11, dessen Ergebnis in Eckdaten per Ad-hoc-Mit-

teilung am 25. Juni und im Detail mit dem Zwischenbericht am 14. Juli veröffentlicht wurde. Dieser Zwischenbericht ist auch heute an der Information im Foyer erhältlich, sodass ich mich auf die wesentlichen Eckpunkte konzentriere.

Die Südzucker-Gruppe ist gut in das neue Geschäftsjahr gestartet.

Überblick 1. Quartal 2010/11

Die Südzucker-Gruppe ist gut in das neue Geschäftsjahr gestartet. In den ersten drei Monaten stieg der Konzernumsatz – getragen von allen Segmenten – um 9 % auf 1,5 Mrd. €. Das operative Ergebnis erhöhte sich um 69 % auf 149 Mio. €. Auch ergebnisseitig haben alle Segmente zur Steigerung beigetragen.

Das *Segment Zucker* profitierte im 1. Quartal 2010/11 durch das von der EU im Februar 2010 nochmals erhöhte Exportkontingent für Nicht-Quotenzucker aus der Kampagne 2009 deutlich. Aber auch eine erfreuliche Quotenzucker-Absatzentwicklung sowie Kosteneinsparungen, die die Erlösreduzierung zum 1. Oktober 2009 kompensieren konnten, trugen zu der guten Entwicklung des Segments bei. Der Umsatz erhöhte sich um knapp 10 % auf 844 Mio. €, das operative Ergebnis stieg von 55 auf 94 Mio. €. Insbesondere auf Grund des Einmal-effekts aus der Erhöhung des Exportkontingents lässt sich die Entwicklung im 1. Quartal nicht auf das Gesamtjahr fortschreiben.

Im *Segment Spezialitäten* erhöhte sich der Umsatz auf 377 Mio. €. Hierzu haben insbesondere höhere Absätze in den Divisionen Stärke und BENEOL beigetragen. Ergebnisseitig führten starke Absatzzuwächse sowie Rohstoff- und Energiekosteneinsparungen in der Division Stärke trotz teilweise erheblich geringerer Erlöse zu einer bislang über den Erwartungen liegenden Entwicklung.

Im *Segment CropEnergies* wurden im 1. Quartal 2010/11 umfangreiche

Revisions- und Optimierungsarbeiten in den Anlagen Zeitz und Wanze durchgeführt. Dennoch konnte der Umsatz auf Vorjahresniveau gehalten sowie ein positives operatives Ergebnis erzielt werden.

Im *Segment Frucht* führten deutliche Absatzsteigerungen bei Fruchtzubereitungen und Apfelsaftkonzentraten zu einem steigenden Umsatz. Diese überkompensierten die geringeren Erlöse, sodass das operative Ergebnis auf 13 Mio. € zulegen konnte.

Ausblick 2010/11

Ich komme vom Rückblick zum Ausblick und damit zu unseren Erwartungen für das Gesamtjahr 2010/11.

Auf Konzernebene gehen wir weiter von einem Umsatz auf Vorjahresniveau von rd. 5,7 Mrd. € und einem operativen Ergebnis von rd. 450 Mio. € aus. Damit halten wir an unserem bisherigen Ausblick fest.

Zu den einzelnen Segmenten:

Im *Segment Zucker* wirkt die zum 1. Oktober 2009 verordnete Referenzpreissenkung erstmalig ein volles Geschäftsjahr. Wenngleich dieser ein steigender Absatz von Zucker aus Mauritius gegenübersteht, gehen wir in Summe jedoch nochmals von einem Umsatzrückgang aus.

Insgesamt gehen wir von einem nachhaltigen Anstieg des operativen Ergebnisses aus.

Ergebnisseitig spüren wir den vollständigen Wegfall der temporären Belastungen durch das Ende der Umstrukturierungsphase im EU-Zuckermarkt. Insgesamt gehen wir von einem nochmaligen und nachhaltigen Anstieg des operativen Ergebnisses aus.

Im *Segment Spezialitäten* erwarten wir ein fortgesetztes Mengenwachstum. Zu erwartende Preisrückgänge infolge gesunkener Rohstoffpreise in der Division Stärke werden jedoch die Umsatzentwicklung des Segments bremsen, sodass wir lediglich von einem leichten Umsatzzanstieg ausgehen.

In allen Divisionen des Segments wird das operative Ergebnis von einem durch die Wirtschaftskrise schwieriger gewordenen Marktumfeld belastet, so dass wir das hohe Vorjahresniveau voraussichtlich nicht erreichen werden.

Im *Segment CropEnergies* gehen wir von einem deutlichen Produktionsanstieg durch die Auslastungssteigerung unseres Werkes in Wanze aus. Trotz eines volatilen Preisumfelds rechnen wir mit einem weiteren Umsatzzanstieg.

Wir zielen auf eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts.

Infolge der höheren Auslastung der Produktionskapazitäten für Bioethanol und dessen Kuppelprodukte rechnen wir – trotz der dargestellten Wartungsphase in Zeitz und Wanze im 1. Quartal – mindestens mit einer Verdopplung des operativen Ergebnisses.

Im *Segment Frucht* erwarten wir durch Innovationen und die Erschließung neuer Märkte in der Division Fruchtzubereitungen weitere positive Impulse. In der Division Fruchtsaftkonzentrate wollen wir durch eine Erweiterung der Produktpalette sowie durch die Erschließung neuer regionaler Märkte eine Absatzsteigerung erreichen. Insgesamt stehen dem jedoch Erlösrückgänge gegenüber, sodass wir lediglich mit einem leichten Umsatzzanstieg rechnen.

Das operative Ergebnis wird sich aus heutiger Sicht mengengetrieben weiter verbessern.

Soviel zu unserem Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr.

Meine Damen und Herren,

nachdem die temporären Belastungen durch die Reform der Zuckerpolitik nun verarbeitet sind, haben wir grundsätzlich Planungssicherheit bis 2015. Wir werden diesen Zeitraum nutzen, um Impulse für weiteres wertorientiertes Wachstum der Südzucker-Gruppe zu setzen. Wir zielen dabei nicht auf die kurzfristige Optimierung, sondern auf eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts.

Nachhaltigkeit

Meine Damen und Herren,

bei Südzucker steht das Thema Nachhaltigkeit seit jeher auf der Agenda.

Nachhaltigkeit in all ihren Facetten bestimmt über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg unser Handeln. Als ein der Landwirtschaft nahestehendes Unternehmen zeigt sich bei uns der Nachhaltigkeitsgedanke bereits bei der landwirtschaftlichen Produktion des Rohstoffs von der Saat bis zur Ernte. Hier arbeiten wir konsequent an der stetigen Verbesserung der guten landwirtschaftlichen Praxis im ökologischen und ökonomischen Sinn.

So wird das in der neuen Bioethanolanlage in Wanze anfallende Gluten die bisherige Vermarktung von Kuppelprodukten wie Rübenschnitzel und Eiweißfuttermittel weiter ergänzen. Auch der Bau der Produktionsanlage zur Verflüssigung von CO₂ in Zeitz macht dies deutlich.

Nachhaltigkeit bestimmt unser Handeln.

Ein weiteres Beispiel für unseren integrierten Nachhaltigkeitsansatz ist die fortlaufende Optimierung unserer Logistikstrukturen, durch die wir wertvolle Ressourcen schonen und uns gleichzeitig einen Wettbewerbsvorteil sichern.

Diese Beispiele machen klar: Nachhaltigkeit ist bei Südzucker nicht abhängig von kurzfristiger Budgetplanung – Nachhaltigkeit ist fester Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie!

Wir sind davon überzeugt, dass auch unsere Zukunft von der Nachhaltigkeit und der Balance ökologischer, ökonomischer und sozialer Aspekte maßgeblich beeinflusst wird.

Gesellschaftliche und wirtschaftliche Ziele stehen bei uns nicht in Widerspruch zueinander. Vielmehr verstehen wir es als unsere Verantwortung, beide Ziele sinnvoll miteinander zu verknüpfen.

Meine Damen und Herren,
ich möchte nun noch kurz auf die Beschlussanträge der heutigen Tagesordnung eingehen, die auch in der Einladung zur Hauptversammlung dargestellt sind.

Nachhaltigkeit ist fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie.

Tagesordnung

Neben dem Beschluss zur Verwendung des Bilanzgewinns unter TOP 2 sowie zur Wahl des Abschlussprüfers unter TOP 5 bitten wir Sie unter den Tagesordnungspunkten 3 und 4 um die Entlastung des Vorstands und des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2009/10.

Unter Tagesordnungspunkt 6 bitten wir Sie um Zustimmung zu einigen Satzungsänderungen. Wir wollen damit unsere Satzung an das am 1. September 2009 in Kraft getretene Gesetz zur Umsetzung der Aktionärsrechterichtlinie – kurz ARUG – anpassen. Die Neuregelungen betreffen im Wesentlichen die Einberufung der Hauptversammlung und die Form von Stimmrechtsvollmachten. Außerdem wollen wir die Rechte des Versammlungsleiters stärken, um weiterhin effiziente Abläufe der Hauptversammlungen gewährleisten zu können.

Unter Tagesordnungspunkt 7 bitten wir Sie um eine erneute Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien einschließlich der Verwendung unter Ausschluss des Bezugsrechts. Diese ist begrenzt auf 10 % des Grundkapitals und löst die im letzten Jahr beschlossene Ermächtigung ab, von der bislang kein Gebrauch gemacht wurde. Infolge der Neuregelung durch das ARUG ist nunmehr eine Ermäch-

tigung für fünf Jahre möglich, sodass eine Befristung bis zum 19. Juli 2015 vorgesehen ist.

Die Ermächtigung dient der notwendigen Flexibilität, sich bietende Gelegenheiten zu Unternehmenszusammenschlüssen, zum Erwerb von Unternehmen oder Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen ausnutzen zu können. Daneben wird der Vorstand ermächtigt, Aktien auch gezielt an Kooperationspartner oder Finanzinvestoren zu veräußern. Zur Verbesserung der Finanzstruktur können Aktien auch eingezogen werden.

Tagesordnungspunkt 8 betrifft die Aufhebung des bedingten Kapitals I sowie die Aufhebung der Ermächtigung zur Ausgabe von Genussscheinen, Wandel- und Optionsschuldverschreibungen mit entsprechender Satzungsänderung. Das bedingte Kapital und die Ermächtigung zur Ausgabe von Wandel- und Optionsschuldverschreibungen wurden von der Hauptversammlung 2003 beschlossen und auf Grundlage dieser Ermächtigung eine Wandelschuldverschreibung mit Endfälligkeit am 8. Dezember 2008 begeben. Nachdem das Wandlungsrecht zum 21. November 2008 ausgelaufen ist, schlagen wir der Hauptversammlung nun die entsprechende Aufhebung vor.

Wir werden uns nicht auf dem Erreichten ausruhen.

Unter den Tagesordnungspunkten 9 und 10 wollen wir Sie um Billigung des Vorstandsvergütungssystems und eine Erneuerung des Verzichts auf die individualisierte Angabe der Vorstandsvergütung bitten. Herr Dr. Gebhard wird Ihnen dies im Rahmen der Behandlung der Tagesordnung näher erläutern.

Meine Damen und Herren, ich komme zum Schluss.

Die Krise hat gezeigt, wie sehr sich das Weltwirtschaftssystem ständig neuen Herausforderungen stellen muss und wie schnell sich scheinbar Selbstverständliches in Luft auflösen kann.

Unser Geschäftsmodell und die dahinter stehende Strategie sind auch Basis für unseren zukünftigen Erfolg.

Wir haben auch gesehen, dass die Südzucker-Gruppe – Ihr Unternehmen – in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld Kurs gehalten hat, obwohl im Stammgeschäft beachtliche Herausforderungen zu bestehen waren.

Unser Geschäftsmodell und die dahinter stehende Strategie sind auch Basis für unseren zukünftigen Erfolg. Wir dürfen – und wir werden – uns jedoch nicht auf dem Erreichten ausruhen. Vielmehr müssen wir mit unseren hervorragend qualifizierten und motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch auf kommende Herausforderungen flexibel und dynamisch reagieren und sich uns weiter bietende Optimierungsmöglichkeiten nutzen.

An dieser Stelle gilt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein besonderer Dank für ihre erbrachte Leistung und ihr Engagement für die Südzucker von morgen!

Ihnen, unseren Aktionärinnen und Aktionären, danken wir für die Begleitung und das Vertrauen auch in schwierigen Zeiten. Auch in Zukunft werden Vorstand und alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit der Ihnen bekannten Leidenschaft für unsere gemeinsamen Ziele eintreten.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.