



Nordzucker Post 2/2021

Lars Gorissen: Aus eigener Kraft



**Liebe Leserinnen
und liebe Leser,**

„Mai kühl und nass“, sagt in vielen Ländern ein altes Sprichwort, „füllt dem Bauern Scheun‘ und Fass“. Ob sich die alte Regel bestätigt, werden wir bei der Ernte sehen. Damit es eine gute Ernte und ein gutes Ergebnis wird, müssen wir alle, Landwirte und Unternehmen, neben dem passenden Wetter viel Engagement, ständige Verbesserung und Optimierung und einen guten Plan für die Zukunft haben.

Das abgelaufene Geschäftsjahr 2020/2021 zeigt, dass es uns gelungen ist, Nordzucker wieder in die Gewinnzone zu bringen. Das ist einer guten Entwicklung am Markt, in erster Linie aber unseren eigenen Kostensenkungs- und Transformationsprogrammen zu verdanken. Wir wollen das Unternehmen in allen Bereichen zur Exzellenz entwickeln, um uns am Markt zu behaupten, für unsere Landwirte und Aktionäre ein guter Partner und ein attraktiver Arbeitgeber zu sein.

Dazu wird auch unsere neu entwickelte Nachhaltigkeits-Strategie 2030 beitragen. Sie umfasst mit konkreten Zielen alle Unternehmensbereiche. Insbesondere haben wir uns zu wissenschaftsbasierten Klimazielen („Science Based Targets“) verpflichtet. Wir werden damit transparent unseren Beitrag zur Begrenzung des Temperaturanstiegs leisten, damit auch die folgenden Generationen zuversichtlich in die Zukunft blicken können. Lesen Sie mehr über unsere Nachhaltigkeitsstrategie in unserem Geschäftsbericht auf [nordzucker.com](https://www.nordzucker.com).

Die Hauptversammlung der Nordzucker AG wird am 7. Juli 2021 wieder online stattfinden. Wir werden sie gleichzeitig mit der Hauptversammlung der Nordzucker Holding AG abhalten. Damit können unsere Aktionärinnen und Aktionäre beide Versammlungen an einem Termin begleiten und ihre Stimmen abgeben. Bitte nutzen Sie auch die Möglichkeit der Information und der Fragestellung im Vorfeld über unsere [Internetseite](#).

Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre der Nordzucker Post, gutes Wetter und eine gute Entwicklung der Rübenbestände auf ihren Betrieben.

Ihr Lars Gorissen

Jahresabschluss 2020/21: Nordzucker erzielt deutlichen Gewinn



Nordzucker hat im Geschäftsjahr 2020/21 wieder einen Gewinn erzielt und deutlich schwarze Zahlen geschrieben. Der Abschluss zeigt ein operatives Ergebnis in Höhe von 81,0 Millionen Euro nach minus 14,6 Millionen Euro im Vorjahr. Den Umsatz wurde von 1.438,5 Millionen Euro auf 1.670,4 Millionen Euro erhöht.

Die Entwicklung am Markt mit sehr stabilen Preisen in der EU hat den positiven Geschäftsverlauf gestützt. Ein leichter pandemiebedingter Absatzrückgang hat das Ergebnis hingegen nur geringfügig beeinträchtigt. Die Mehrheitsbeteiligung an dem zweitgrößten australischen Zuckerhersteller Mackay Sugar Ltd. (MSL) entwickelte sich den Erwartungen entsprechend und hat im Geschäftsjahr 2020/21 erneut positiv zum Konzernergebnis beigetragen.

Der Hauptversammlung wird eine Dividendenausschüttung von 60 Cent je Aktie vorgeschlagen. Dies entspricht einer Ausschüttung in Summe von 29 Millionen Euro. In den zwei Vorjahren konnten keine Dividenden ausgeschüttet werden.

Es ist gelungen, Nordzucker in den vergangenen zwei Jahren wieder zurück auf den Erfolgskurs zu bringen. Auf Basis eines umfassenden Transformationsprogramms konnten Beiträge von rund 55 Millionen Euro generiert werden, die das Ergebnis deutlich verbessert haben. „Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben diesen Erfolg möglich gemacht, indem sie unser

Transformationsprogramm Act Now! tatkräftig und mit vielen Ideen unterstützt haben. Besonders unter den schwierigen Bedingungen während der Corona-Pandemie haben alle persönlichen Einsatz, Verantwortungsbewusstsein und Flexibilität gezeigt. Das war eine großartige Leistung!“, erklärt Dr. Lars Gorissen, CEO.

Aufgrund der durchgeführten Kostenreduktion in allen Bereichen des Unternehmens und aktuell weitgehend stabiler Zuckermärkte, kann auch für das laufende Geschäftsjahr 2021/22 mit einem deutlich positiven Ergebnis gerechnet werden. „Wir müssen konsequent weiter an unserer Kostenstruktur und der Optimierung unserer Prozesse mit Blick auf unsere Kunden arbeiten, um im Wettbewerb bestehen zu können. Es geht darum, ein attraktiver Partner für unsere Rübenanbauerinnen und Rübenanbauer in Europa zu sein und die Dividenden für unsere Aktionärinnen und Aktionäre langfristig zu sichern“, betont Alexander Bott, CFO.

Die Messlatte für die Zukunft liegt hoch. Insgesamt zeichnet sich der Zuckermarkt durch Volatilität, hohen Wettbewerb und steigende politische und gesellschaftliche Anforderungen aus. „Wir stellen uns den Herausforderungen und haben große Ambitionen. Für die kommenden Jahre haben wir unter dem Motto „Good.Better.Excellent!“ in allen Kernbereichen des Unternehmens neue Initiativen aufgesetzt, um uns umfassend weiter zu optimieren, zu digitalisieren und unsere Kosten zu senken“, betont Dr. Lars Gorissen.

Gemeinsame virtuelle Hauptversammlungen am 7. Juli 2021



Wieder nur virtuell: Hauptversammlungen 2021

„Zu unserem Bedauern können wir auch in diesem Jahr unsere Hauptversammlung nur in digitaler Form durchführen. Zu groß sind derzeit noch die Unwägbarkeiten und Risiken hinsichtlich der Pandemie. Im kommenden Jahr sieht das, so hoffen wir, wieder anders aus“, so Lars Gorissen, CEO.

So findet die Hauptversammlung in diesem Jahr wieder rein virtuell statt. Die Übertragung erfolgt am 7. Juli 2021 ab 9.00 Uhr aus der Unternehmenszentrale in Braunschweig. Unsere Aktionäre erhalten mit Einladung zur Hauptversammlung weitere Informationen zum Ablauf und zu den technischen Details. Erstmals werden die Hauptversammlungen der Nordzucker AG und der Nordzucker Holding AG 2021 zudem über eine gemeinsame Tagesordnung miteinander verbunden stattfinden.

„Uns ist bewusst, dass diese virtuelle Form persönliche Treffen nicht ersetzen kann. Leider sind auch in diesem Jahr direkte Fragemöglichkeiten live während der Veranstaltung nicht möglich. Das ist sehr schade, denn eine gute Hauptversammlung lebt auch von den Fragen und Redebeiträgen der Aktionärinnen und Aktionäre. Deshalb möchte ich Sie hier auch im Namen meiner Kollegen und des Aufsichtsrats dazu ermuntern, Ihre Fragen über unser Hauptversammlungsportal im Vorfeld schriftlich bei uns einzureichen. Wir werden Sie mit der gebotenen Ausführlichkeit auf unserer virtuellen Hauptversammlung beantworten“, erklärt Lars Gorissen.

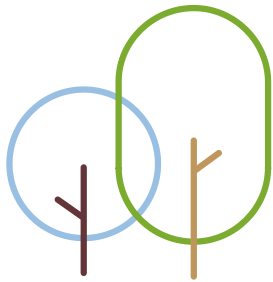
Auf unserm Hauptversammlungsportal unter nordzucker.com/de/hauptversammlung finden Sie bereits im Vorfeld umfangreiche Informationen über das Geschäftsjahr 2020/21, das insgesamt sehr positiv verlaufen ist. Insbesondere unseren Geschäftsbericht mit einem Sonderteil zum Thema Exzellenz und Nachhaltigkeit möchte ich Ihnen hier ans Herz legen. Auch finden Sie dort kurze Videoansprachen von Lars Gorissen, Axel Aumüller, Alexander Bott und Jochen Johannes Juister sowie Videovorstellungen der Kandidaten für die jeweiligen Aufsichtsräte.

Wir freuen uns über eine rege Teilnahme am 7. Juli 2021 ab 9.00 Uhr.

Besuchen Sie unser Hauptversammlungsportal online auch schon vorab unter:

nordzucker.com/de/hauptversammlung

Exzellenz in Nachhaltigkeit



Nachhaltigkeit ist seit vielen Jahren integrierter Teil unseres Geschäftsmodells. In den vergangenen Monaten haben Nordzucker-Experten daran gearbeitet, Ziele, Maßnahmen und Kennzahlen für eine neue Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln und in Abstimmung mit dem Vorstand festzulegen.

Die Nachhaltigkeitsstrategie 2030 umfasst unsere gesamte Lieferkette und basiert auf vier Säulen: Der Mensch im Fokus, nachhaltige Beschaffung, nachhaltige Produktion und nachhaltige Produkte. Diese vier Säulen enthalten ein breites Spektrum an Verpflichtungen und Maßnahmen zu Themen wie Klimawandel, Ökologisierung der Landwirtschaft, nachhaltige Lieferketten und berücksichtigen veränderte Erwartungen von Verbrauchern, Mitarbeitern und anderen gesellschaftlichen Gruppen.

Unsere neue Strategie baut auf einem langjährigen Engagement in Umweltschutz und Nachhaltigkeit auf.

Bereits vor über 30 Jahren, als die Themen Klimawandel, Ressourcenschonung und soziales Engagement noch nicht die öffentliche Diskussion dominierten, waren wir aktiv. Seit 1990 bis heute haben wir beispielsweise den CO₂-Ausstoß unserer Zuckerproduktion bereits um rund 60 Prozent reduziert. Als Teil der neuen Strategie hat sich Nordzucker der Science Based Target-Initiative verpflichtet: Auf unabhängiger und wissenschaftlicher Basis wird nun daran gearbeitet, das konzernweite Ziel zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen auf die Ziele des Pariser Klimaabkommens abzustimmen.

„Schon immer ist Nachhaltigkeit stark in unser Geschäft integriert. Für uns bedeutet Nachhaltigkeit noch mehr als die Arbeit gegen den Klimawandel. So steht soziales Engagement über die gesamte Lieferkette hinweg, die Herstellung nachhaltiger Produkte, die Entwicklung nachhaltiger Anbaumethoden gemeinsam mit unseren Rübenanbauern, umweltschonendere Verpackungen und vieles mehr auf unserer Agenda auch für die nächsten Jahre. Diesen Weg können wir jedoch nicht alleine gehen. Nachhaltigkeit geht uns alle an, denn es geht darum, nachfolgenden Generationen ein gutes Leben zu ermöglichen“, betont Axel Aumüller, COO.

Lesen Sie mehr über unsere Nachhaltigkeitsstrategie 2030 in unserem aktuellen [Geschäftsbericht](#).

Zuckerrüben wachsen verhalten

Die Aussaat fand in diesem Jahr unter guten Bedingungen statt. Der Boden war abgetrocknet und in guter Struktur. Einsetzende Niederschläge um Ostern führten in manchen Ländern zu einer Drillpause, die aber schnell wieder endete. Ende April waren annähernd alle Rüben gedrillt, nur in Finnland und Litauen wurden noch im Mai Rüben gedrillt, was aber aufgrund des dort herrschenden Klimas völlig normal ist.

Der Aufgang und die Jugendentwicklung der Pflanzen waren allerdings in allen Ländern durch niedrige Temperaturen, teilweise schneite es noch, verzögert. Außergewöhnliche Frostschäden traten nur in der Slowakei auf und es mussten ca. 1.700 Hektar neu bestellt werden.

Inzwischen werden überall die Herbizidmaßnahmen durchgeführt und zunehmende Temperaturen fördern das

Wachstum. Notwendig sind weiterhin Niederschläge, da der Unterboden nach wie vor zu trocken ist.

Auch die Versuche innerhalb unserer Smart Beet Initiative sind angelegt und auch da sind die ersten Maßnahmen durchgeführt, z. B. Bandspritzung oder Hacken mit dem Roboter.



Roboter im Hackeinsatz

Mackay Sugar in den Startlöchern für die neue Crushing Season 2021



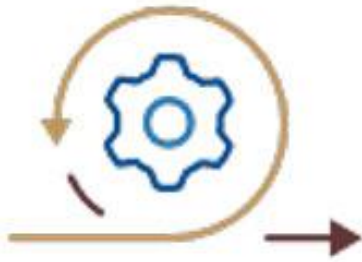
Einbau der Trocknungstrommel für Zucker

Die klimatischen Bedingungen mit guten Regenfällen von November 2020 bis Januar 2021 und eine gute Verteilung des Niederschlags in den Monaten Februar bis April förderten das Rohrwachstum. Während andere Regionen in Australien von Zyklonen und Überschwemmungen betroffen waren, sind die MSL Anbauer in Queensland davon verschont geblieben.

Für die kommende Ernte wird daher in den MSL Anbauregionen mit einer überdurchschnittlichen Ernte gerechnet. Damit, wie im vergangenen Jahr das gesamte Zuckerrohr verarbeitet werden kann, arbeiten die Kollegen in den Mühlen unter Hochdruck daran, Instandhaltungs- sowie Investitionsprojekte fristgerecht bis zum Start der Crushing Season (Kampagne) abzuschließen. Im Fokus stehen beispielsweise die Zuckertrocknung, Verdampfer und Druckbehälter.

Der Beginn der Crushing Season ist für die drei Zuckermühlen in Australien für die erste Hälfte im Juni geplant.

Transformation bei Nordzucker ist Basis für Erfolg



Der Nordzucker Konzern sah sich in den letzten Jahren einer der größten Herausforderungen seiner Geschichte gegenüber: Einsparungen in Höhe von 65 Millionen Euro und Schaffung einer neuen Organisationsstruktur mit stärkerem Fokus auf lokale Verantwortung; außerdem einen gesteigerten Fokus auf Prozessoptimierung, Margenorientierung, Konsequenz und Transparenz.

Dieser Kraftakt erforderte einen klar geführten und straffen Veränderungsprozess, in den gleichzeitig alle Beteiligten aktiv eingebunden wurden. Nordzucker verzichtete bewusst auf externe Beratung. Das eigens gegründete Transformation Office, besetzt mit Kolleginnen und Kollegen aus verschiedenen Funktionen, bekam den Auftrag, Impulse für den Veränderungsprozess zu setzen und die Kollegen bei der Umsetzung zu unterstützen.

Die Begleitung dieser Veränderungen „von innen heraus“ führte dazu, dass sich alle – Vorstand, Manager und Transformation Office – gemeinsam auf den Weg der Veränderung machten.

Im ersten Schritt lag die Definition der Umsetzungsmaßnahmen sowie die Vermittlung der Inhalte an die Mitarbeiter in der Hand der jeweiligen Führungskraft. Das Transformation Office konnte durch viele Einzelgespräche mit Führungskräften und Mitarbeitern flexibel auf die Bedürfnisse der Beteiligten eingehen. Die

Geschwindigkeit des Veränderungsprozesses passte sich agil den Notwendigkeiten an. Impulse zur Veränderung und operative Maßnahmen verzahnten sich zu einem gemeinsamen Weg.

Plattformen für Dialog, Feedback und Zusammenhalt

Zusätzlich zu den klassischen Informationskanälen wie den Ressortmeetings der Vorstände und Regelkommunikation jedes Top Managers wurde ein direkter Kommunikationskanal zwischen Vorstand und Mitarbeitern etabliert. In digitalen Live-Events informiert der Vorstand alle Mitarbeiter regelmäßig über die Finanzlage des Unternehmens, Erfolge und Herausforderungen.

Daneben werden in digitalen „Let’s talk!“-Terminen etwa wöchentlich für alle Mitarbeiter vielfältige Inhalte angeboten: von Strategiediskussionen mit dem Vorstand über die Erläuterung von Großprojekten bis zu IT-Schulungen.

Transparenz, Wertschätzung und Wir-Gefühl

Die vielen digitalen Sitzungen in den vergangenen Monaten haben unsere Art der Zusammenarbeit und Kommunikation verändert. Sie ermöglichen eine Teilnahme auf Augenhöhe. Die örtliche Unabhängigkeit digitaler Treffen hilft zusätzlich, auch kurzfristig in größerem, internationalen Kreis zusammen zu kommen. Heute fühlen wir uns gut gerüstet für einen wohl nie endenden Veränderungsprozess. Nächste Schritte, insbesondere die noch stärkere Einbindung unserer Kolleginnen und Kollegen in den Werken, sind bereits geplant.

Aufklärung und Fakten rund um Zucker und Ernährung



Für mehr Fakten in der Ernährungsdebatte hat die deutsche Zuckerwirtschaft im Mai die Kampagne „Gegen Lebensmittelpopulismus“ gestartet. Auch wir wollen unseren Beitrag gegen Übergewicht und Folgekrankheiten leisten – mit wissenschaftlich fundierten Informationen und im Einsatz für unser regionales, nachhaltiges Produkt und die Menschen dahinter.

Die Ernährungsdebatte in der Öffentlichkeit, den Medien und der Politik ist immer öfter durch Falschaussagen und Halbwissen, vor allem zu Zucker, geprägt. Offenbar zählen

Klicks und starke Überschriften mehr als Fakten. Statt den Verbraucherinnen und Verbrauchern die notwendige Ernährungskompetenz und die komplexen Ursachen für Übergewicht und Folgekrankheiten zu vermitteln, wird dem Zucker häufig als einzigem Schuldigen eine krank- und dickmachende Wirkung zugesprochen. Unser Produkt wird dadurch in der öffentlichen Diskussion diskriminiert.

Die Kampagne der Wirtschaftlichen Vereinigung Zucker (WVZ) „Gegen Lebensmittelpopulismus!“ greift die häufigsten Falschannahmen gegen unseren Zucker auf und begegnet diesen mit belegbaren Fakten. Dabei geht es um die Bedeutung der Kalorien, um vermeintlich gesündere Zuckerarten aus Überseeimporten oder um das Märchen vom versteckten Zucker. Die Kampagne steht ein für unser regionales, nachhaltiges Produkt und die Menschen dahinter.

Die Kampagne konzentriert sich vor allem auf Social Media. Im politischen Zentrum Berlins ist im Mai zudem mit Plakaten am Hauptbahnhof und auf den Straßen für besondere Sichtbarkeit gesorgt. Weitere Informationen finden Sie unter gegen-lebensmittelpopulismus.de.



EN | DE

