

Herzlich willkommen

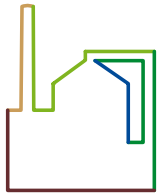
Nordzucker. Gemeinsam. Nachhaltig.

Agenda

- › Wer wir sind: Daten und Fakten
- › Im Kern nachhaltig
- › Exzellenz: Laufend besser werden
- › Unsere Wachstumsstrategie



Nordzucker auf einen Blick



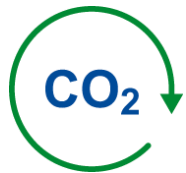
21

Standorte in Europa
und Australien

2,5 Mio. t
Zucker



0,7 Mio. t
Rohrroh Zucker



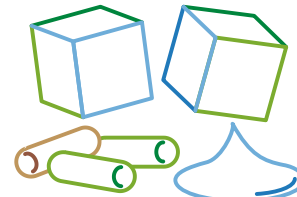
50 %

weniger CO₂
bis 2030

> 250

Produkte

- Zucker aus Rübe und Rohr
- Futtermittel
- Düngemittel
- Melasse
- Bio-Kraftstoff
- Strom

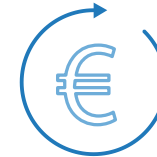


~3.800

Mitarbeiter

2,3 Mrd. Euro

Jahresumsatz



211 Mio. Euro

EBIT



Nordzucker in Europa und Australien



Der Nordzucker-Vorstand



Alexander Godow (COO):

- › GoGreen
- › Product & Quality Management
- › Operations
- › Digitalization & Technology Service
- › Sales & Marketing
- › Supply Chain Management
- › Business Unit Plant Based Ingredients

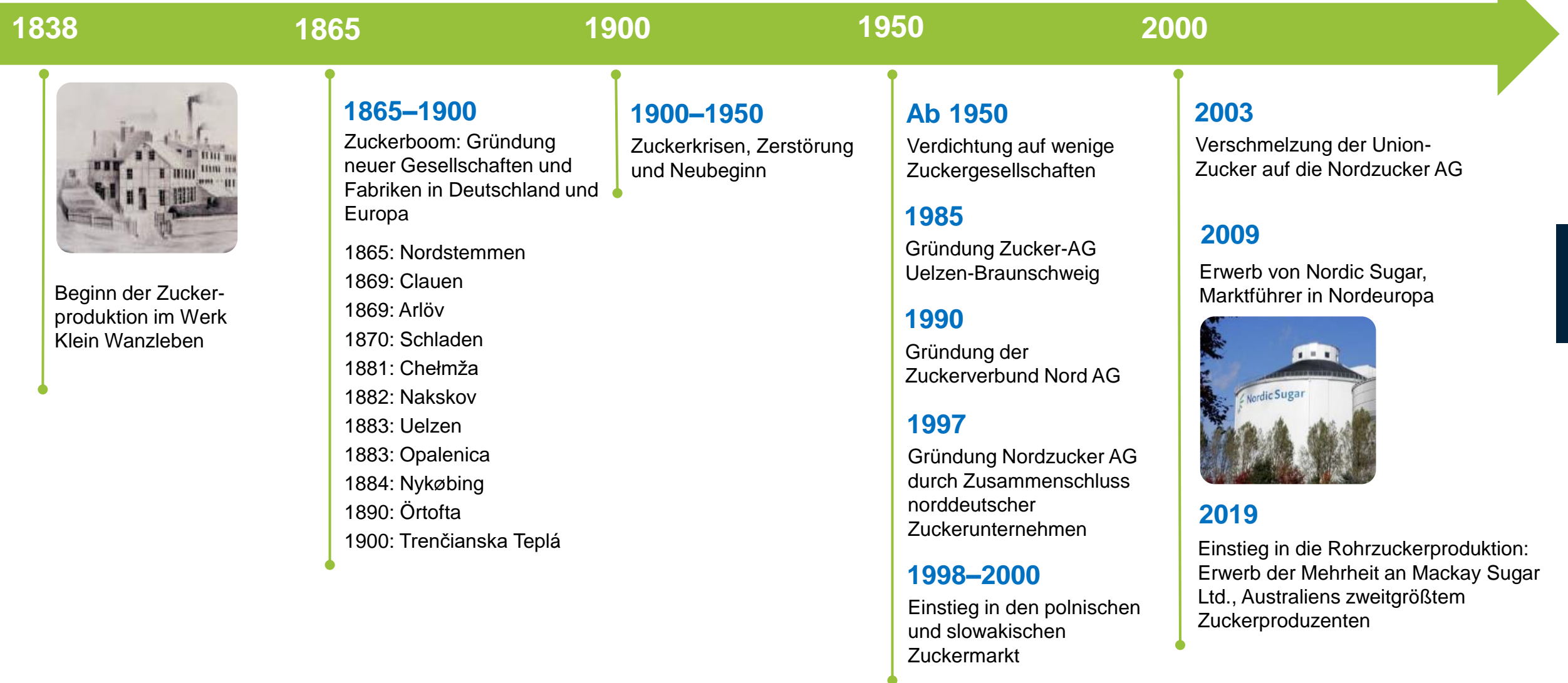
Lars Gorissen (CEO):

- › Agri Analysis
- › Agri Consulting & Shared Agri Services
- › Business Development
- › Business Unit Cane Sugar
- › Communications
- › Human Resources
- › Legal & Governance
- › Public Affairs
- › Sustainability

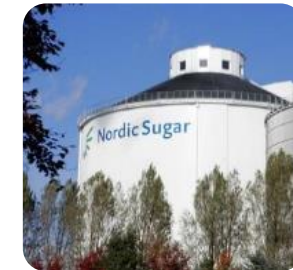
Alexander Bott (CFO):

- › Accounting & Financial Controlling
- › Corporate Finance
- › IT
- › Procurement
- › Sales & Operations Controlling
- › Tax

Mehr als 180 Jahre Nordzucker



Beginn der Zuckerproduktion im Werk Klein Wanzleben



Tief verwurzelt - Die Beteiligungsstruktur der Nordzucker AG

83,8 %

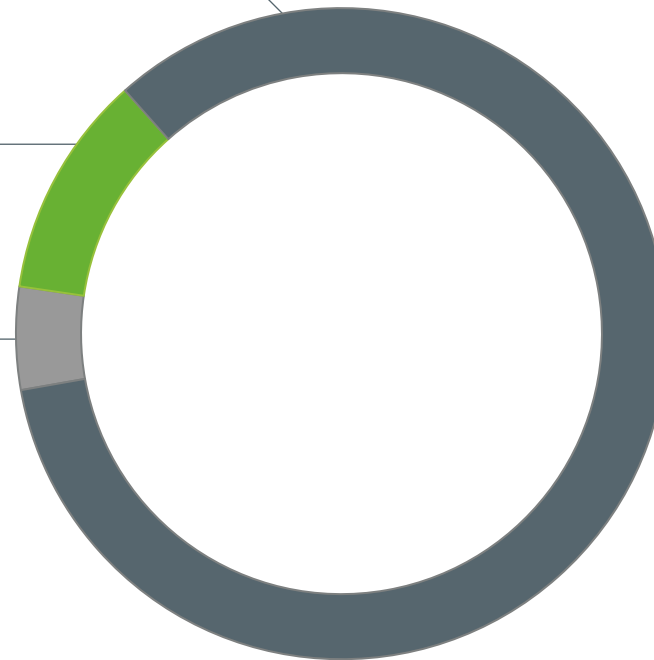
Nordzucker Holding AG

11,1 %

Union-Zucker Südhannover GmbH

5,1 %

Direktaktionäre



- › Nordzucker ist nicht börsennotiert
- › Wesentlicher Teil der Aktionäre sind Rübenanbauer

Unseren Werten verpflichtet

Verantwortung

Für Menschen, Umwelt und nachfolgende Generationen übernehmen wir Verantwortung

Engagement

Hohes Engagement für den Zucker, unsere Arbeit und immer die beste Lösung für den Kunden

Courage

Neue Wege gehen, offen für Ideen sein und zuhören: Das ist für uns Courage

Wertschätzung

Wir begegnen uns stets mit Wertschätzung



Strategie

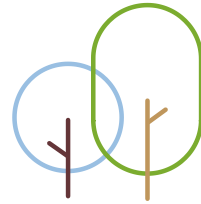


THE Sugar Company

Wir sind nachhaltig.

Wir sind exzellent.

Wir wachsen.



Nachhaltigkeit

Der Mensch im Fokus
Nachhaltige Beschaffung
Nachhaltige Produktion
Nachhaltige Produkte



Exzellenz

Kundenbeziehungen
Rübenanbau
Digitalisierung
Kostenführerschaft



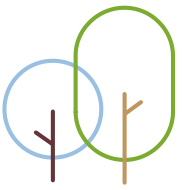
Wachstum

Rohr
Pflanzliche Proteine
Alternative Produkte



VERANTWORTUNG – ENGAGEMENT – COURAGE - WERTSCHÄTZUNG

Unsere Strategie: mit Nachhaltigkeit die Zukunft sichern



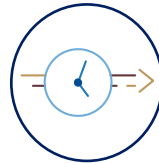
SEITE 10

Wir kümmern uns: der Mensch im Fokus

› Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz für unsere Mitarbeiter



› Arbeitsplätze mit Perspektiven in einer sicheren Branche



› Konzernwerte, Verhaltenskodex und nachhaltiges Denken



› Jeder kann seine Ideen beitragen und sich einbringen



› Work-Life-Balance und Führungsprinzipien



› Diverses, internationales Unternehmen mit integrativer Kultur

Veränderungen im Rübenanbau

Klimawandel

EU-Green Deal

Reduzierung von Pflanzenschutzmitteln

Kostensteigerungen

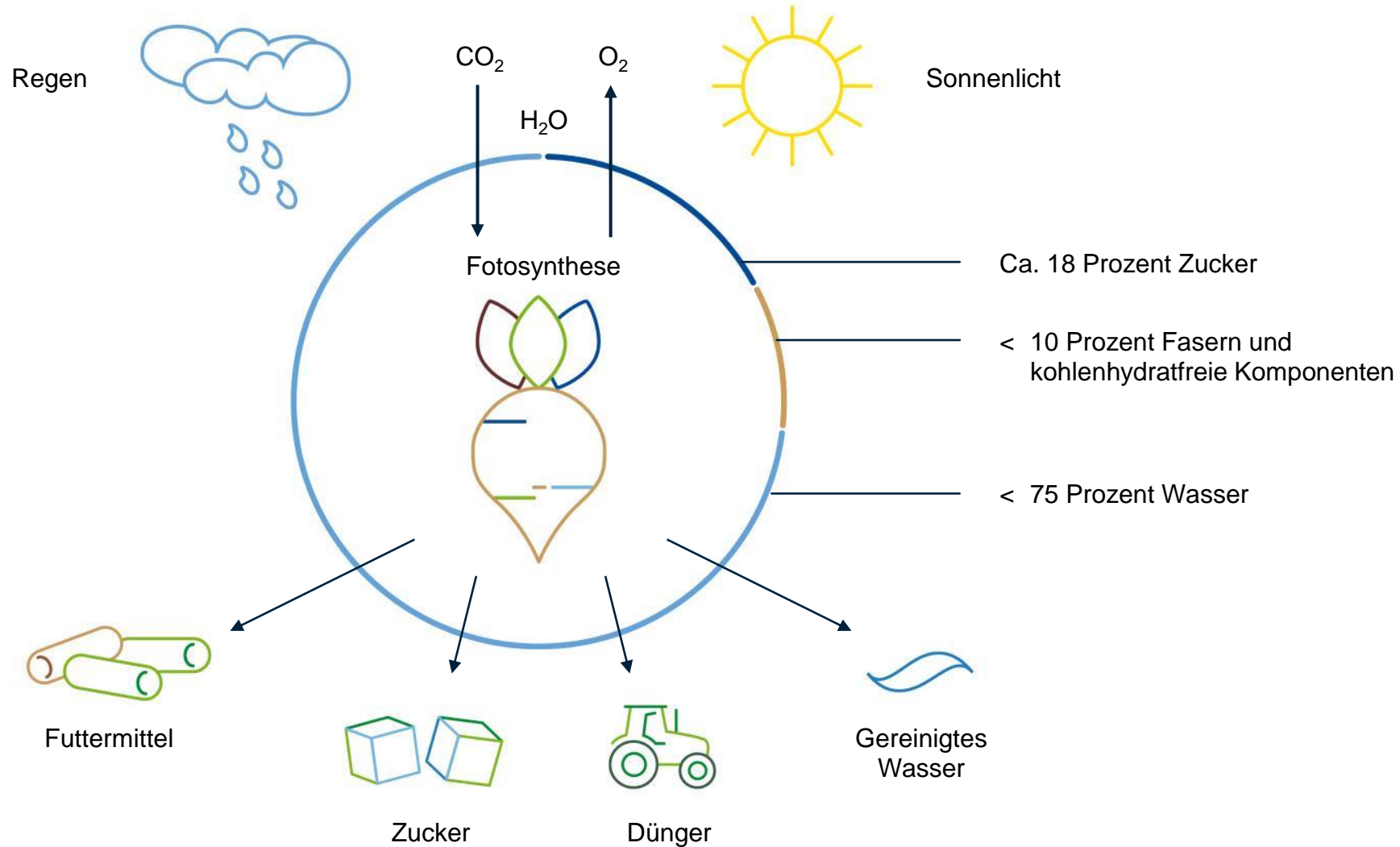
Geringere Ertragssteigerungen und Ertragsschwankungen

Wettbewerb mit anderen Pflanzen



- Autonome Unkrautbekämpfung
- Einsatz von Hacktechnik
- Insektizid-Reduktion durch Blühstreifen

Die Zuckerrübe wird zu 100 Prozent verwertet



GoGreen: Klimaneutrale Produktion



CO₂-Neutralität bis spätestens 2050

Reduktion der CO₂-Emissionen um 50 % bis 2030
Einhaltung länderspezifischer Klimaschutzziele

1. Ausstieg aus Kohle/Öl

2. Energieeinsparungen

3. Erneuerbare Energien

➤ Investitionssumme mehr als 250 Millionen Euro in den nächsten fünf Jahren

Nachhaltige Verpackungen: vermeiden, reduzieren, wiederverwenden und recyceln

Ist eine Verpackung notwendig?

- › 80 Prozent unverpackt (Zucker, Futtermittel und Melasse)

Ein kleiner Fußabdruck

- › Wenn Verpackung erforderlich, ökologischer Fußabdruck so klein wie möglich



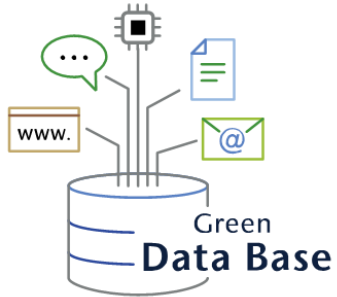
Vollständig recycelbar bis 2030

- › Ziel: Kunststoffverpackungen bis spätestens 2030 vollständig recycelbar

Nachhaltige Papierverpackungen

- › Bis Ende 2023 nachhaltige Beschaffung aller primären und sekundären Papierverpackungen z. B. eine FSC-Zertifizierung, zwei Jahre früher als erwartet.

Initiativen für Exzellenz



- › Entwicklung einer unterstützenden Software für unsere Rübenanbauer
- › Begleitung von der Aussaat bis zur Ernte und Vermarktung



- › Kontinuierliches Verbessern und Harmonisieren von Prozessen im Konzern
- › Arbeit über das Werksnetzwerk wird optimiert und digitalisiert

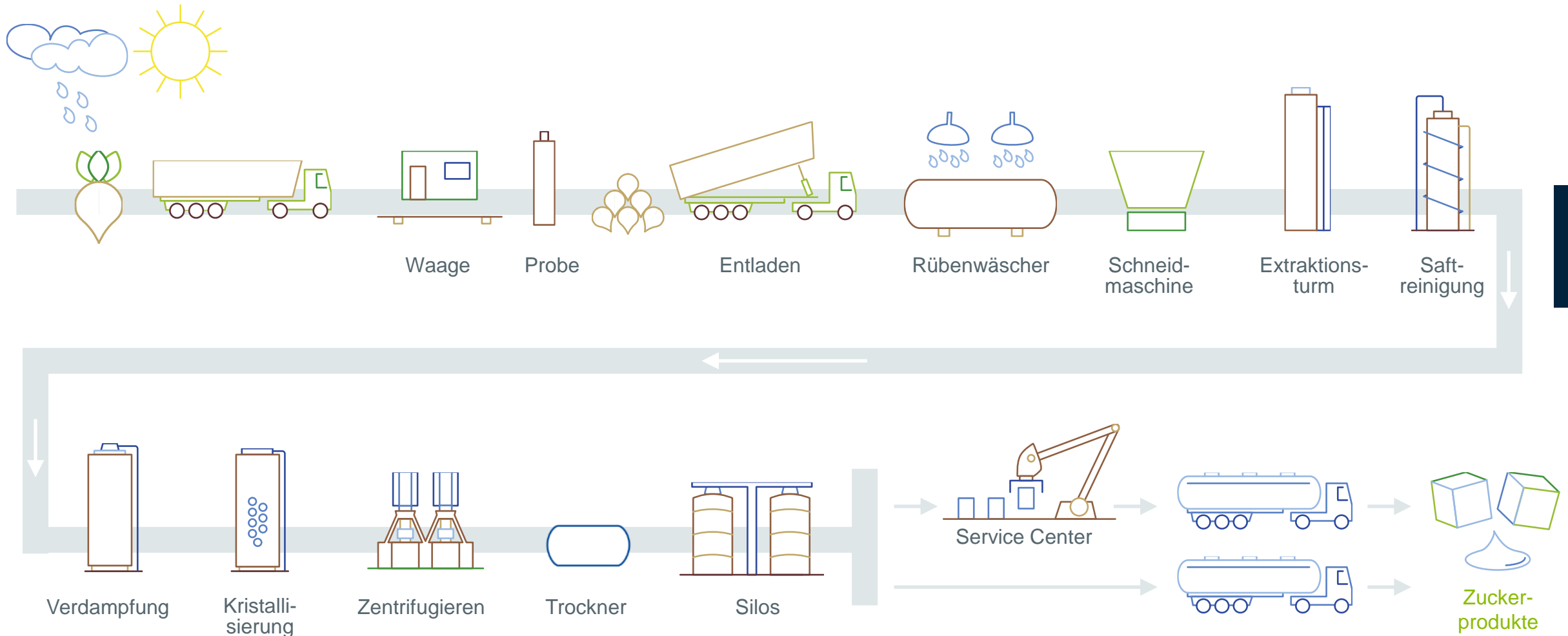


- › Lieferketten optimieren mittels einer konzernweiten Absatz- und Produktionsplanung
- › Digitalisierung des Warenflusses und der Warensteuerung



- › Lokale Ziele zur Kostenreduktion auf Länderebene
- › Potenziale innerhalb der lokalen Wertschöpfungskette heben

Zucker aus der Rübe – Schritt für Schritt



Unsere Kunden im europäischen Geschäft

> 80 %

Zucker für die
Ernährungswirtschaft

darunter Hersteller von
Molkereiprodukten, Konfitüre,
Backwaren, Eiscreme
und Getränken



< 20 %

Zucker für
Endverbraucher

über den Lebensmittel-
einzelhandel



Über 250 Produkte



› Klassiker

- Raffinade
- Weißzucker
- Würfelzucker
- Puderzucker
- Hagelzucker
- Fruchtzucker
- Rohzucker



› Spezialitäten

- Fondant
- Fertigglasur
- Brauner Zucker
- Brauner Rohrzucker
- Weißer Teezucker
- Brauner Teezucker
- Gelierzucker
- Bio-Zucker



› Flüssige Zucker

- Flüssigzucker
- Invertzuckersirupe
- Fruktosesirup
- Mischsirupe



› Futter und Melasse

- Bienenfutter
- Schnitzel (Pellets)
- Melasse, Vinasse



› Düngemittel, Kraftstoff, Strom

- Carbokalk
- Bioethanol
- Einsatz von Bagasse als Basis zur Stromerzeugung

Unsere Marken im Einzelhandel



Starke Marke in Zentral- und Osteuropa

Mehr Informationen:

www.sweet-family.de



Marktführer in Nordeuropa

Mehr Informationen:

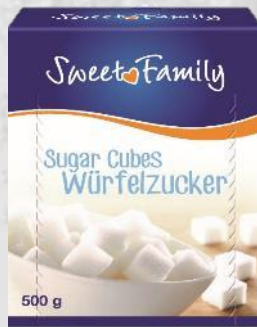
www.dansukker.com



Unsere Produkte



SEITE 21



Unsere Produkte



Ein unverzichtbarer Bestandteil vieler Lebensmittel

› Zucker ...

... ist ein reines und hochwertiges Produkt aus der Natur und frei von Neben- oder Nachgeschmack

... ist ein Kohlenhydrat

... ist fester Bestandteil einer ausgewogenen Ernährung und Teil unserer Alltagskultur

... gibt Lebensmitteln Volumen und Struktur



... ist ein natürliches Konservierungsmittel

... intensiviert und erhält Farben

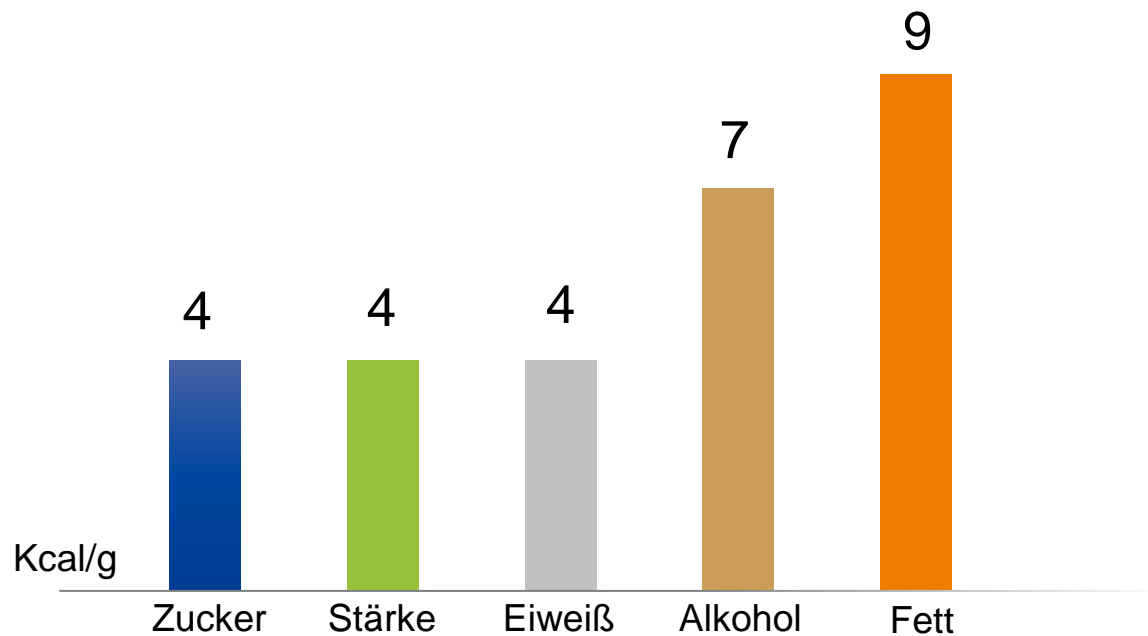
... senkt den Gefrierpunkt

... ist Backtriebmittel und Flüssigkeitsspeicher

... intensiviert den Geschmack auch ohne zu süßen

Die Kalorien sind entscheidend

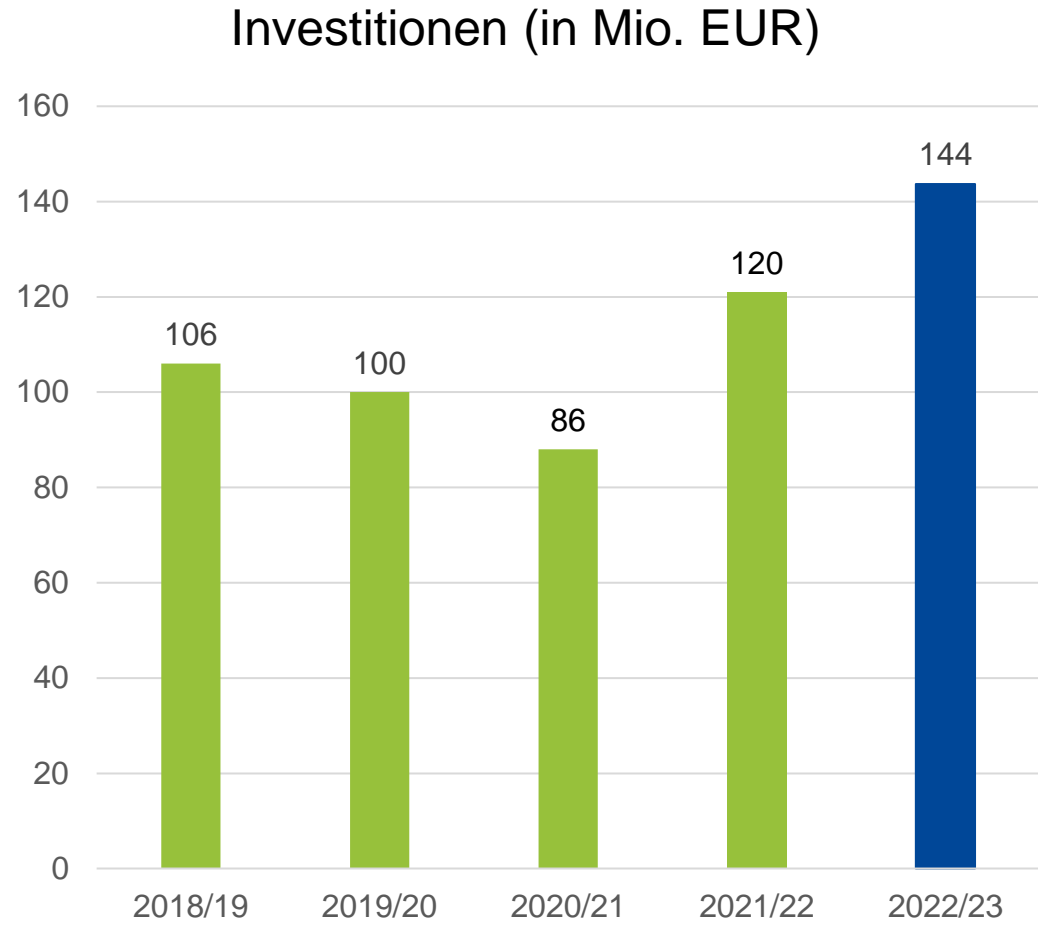
Energiegehalt von Lebensmitteln



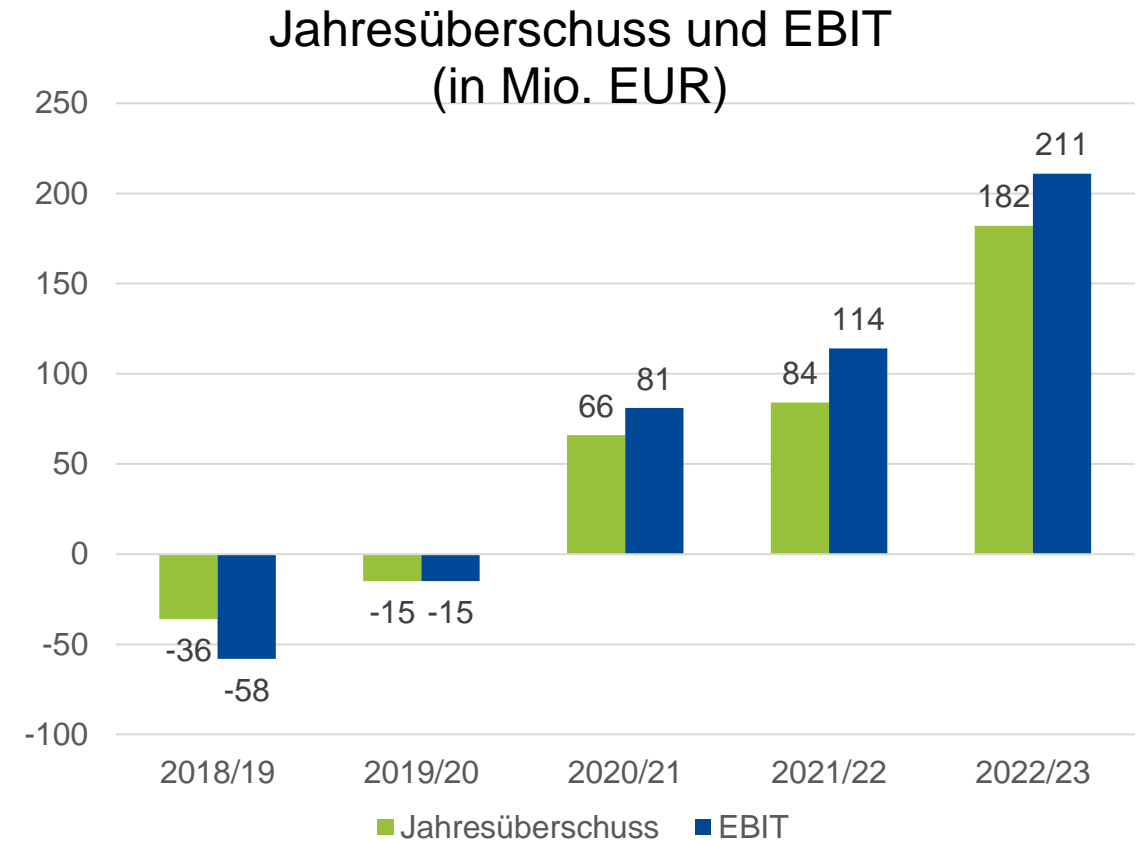
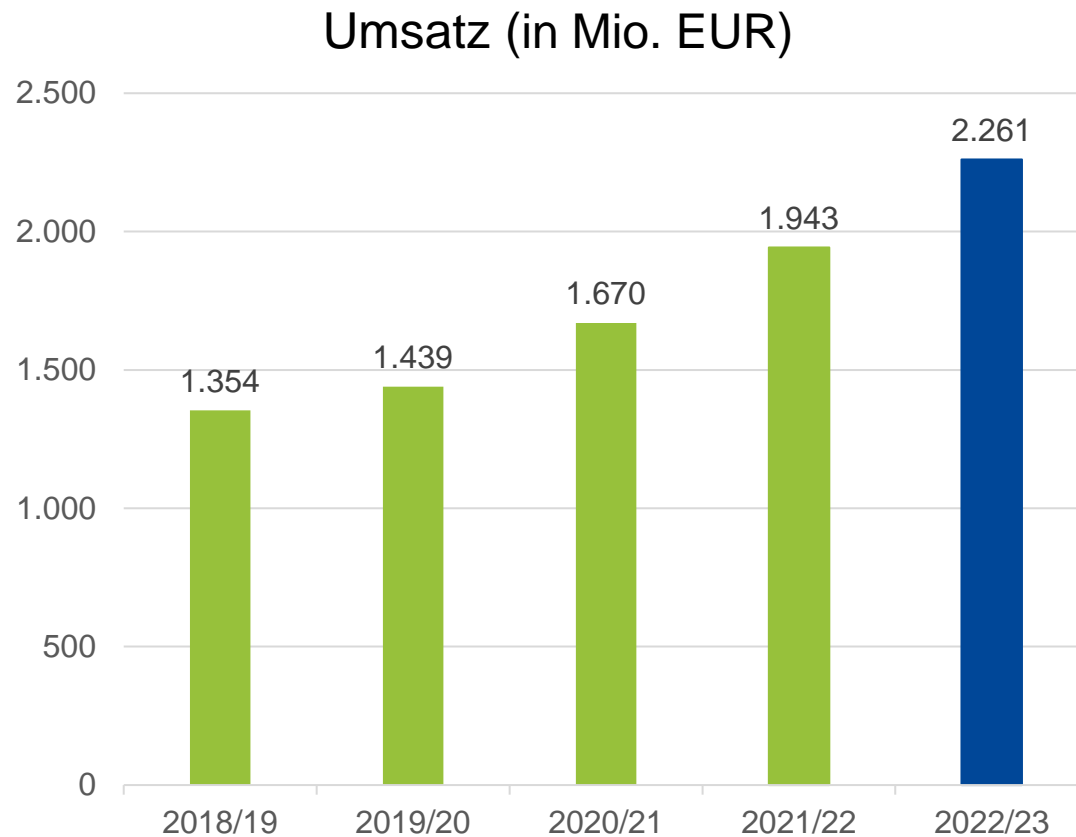
- › Wer mehr Kalorien aufnimmt, als er verbraucht, nimmt zu
- › Ein Nährstoff allein ist nicht verantwortlich für Übergewicht und Krankheiten
- › Zucker kommt aus der Natur und ist mehr als nur süß
- › Verbrauchertäuschung: Weniger Zucker in Lebensmitteln bedeutet nicht automatisch weniger Kalorien
- › Ernährungsbildung – von der Grundschule an
- › Wir engagieren uns

Mehr Informationen: www.schmecktrichtig.de

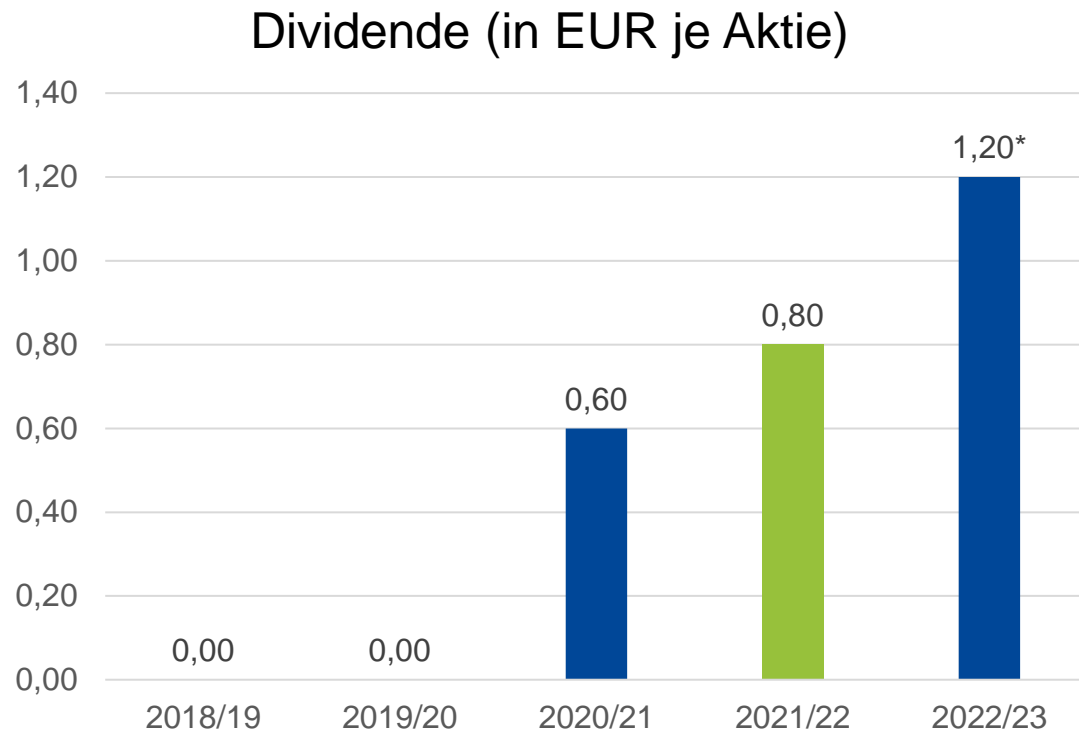
Investitionen Konzern



Finanzkennzahlen Konzern



Dividende je Aktie



*Vorschlag



SEITE 27

Unser Wachstumspfad – Produkte aus der Natur



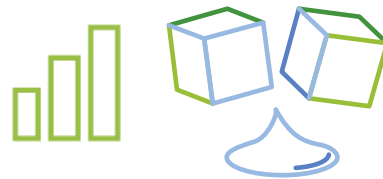
Zuckerrohr



Weiteres Wachstum
außerhalb Europas



Alternative Produkte



Verschiedene Projekte



Proteinpflanzen



Markteintritt in Planung

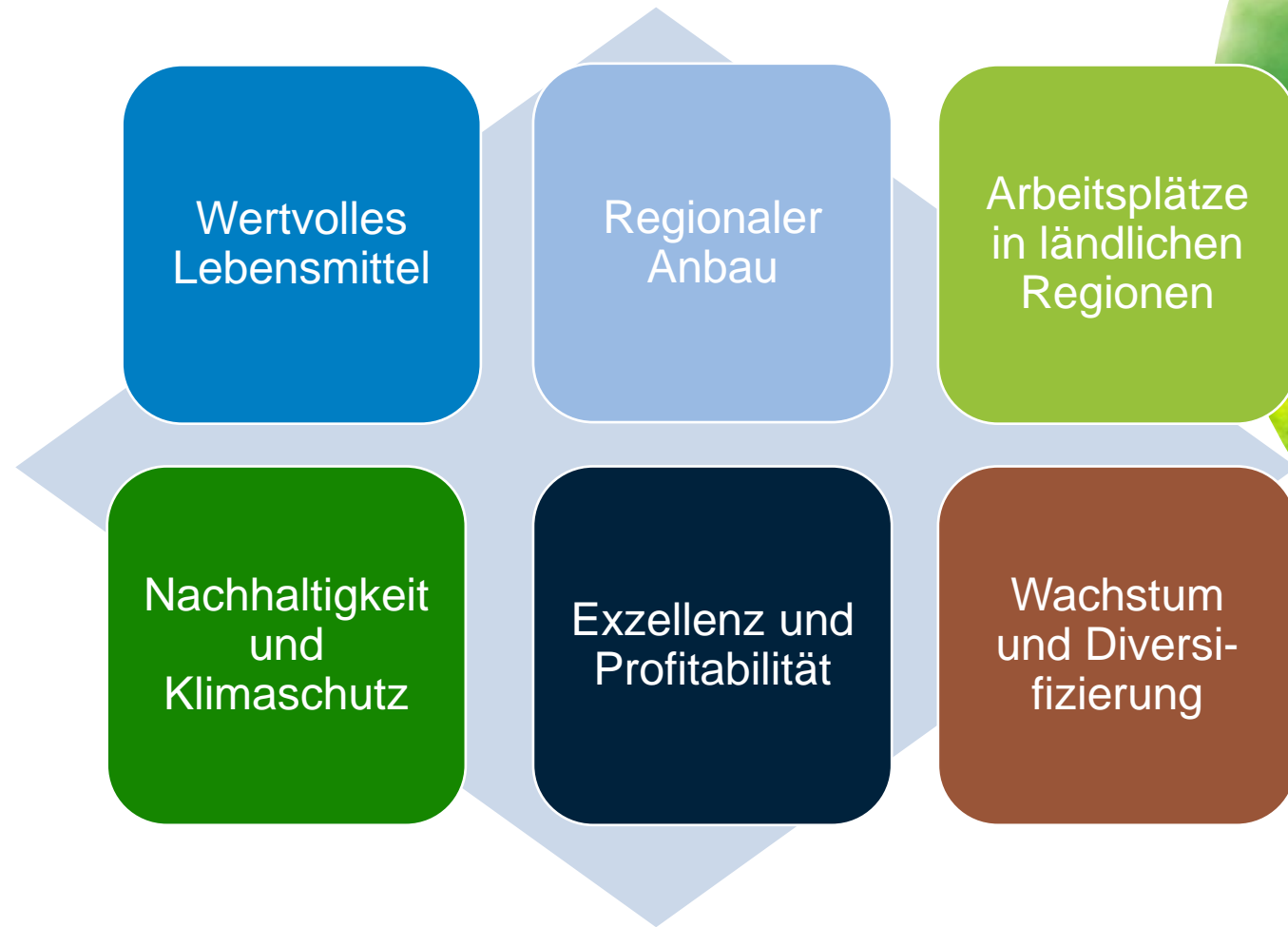
Gute Ergebnisse bei Mackay Sugar in Australien

- › 5,5 Mio. t Zuckerrohr verarbeitet
- › 0,7 Mio. t Rohzuckerproduktion
- › Verarbeitungsdauer von Mitte Juni 2022 bis Mitte Januar 2023

- › Nordzucker zu 70,94 Prozent beteiligt
- › Produkte aus Zuckerrohr: Rohzucker, Melasse, Bagasse und Elektrizität
- › Absatzmärkte: Australien über Sugar Australia, Neuseeland über New Zealand Sugar, Südostasien



Nordzucker. Gemeinsam. Nachhaltig.



Kontakt

Nordzucker AG
Küchenstraße 9
38100 Braunschweig
Deutschland

Tel: +49 531 2411-0
Fax: +49 531 2411-100

NordzuckerCommunications@nordzucker.com
www.nordzucker.com



THE Sugar Company