

01.10.2017

Arla Foods: steigende Umsätze, neues Unternehmen

Die europäische Molkereigenossenschaft Arla Foods erweitert ihr Geschäft in der Region Subsahara-Afrika um einen neuen Markt. Dazu wird aktuell ein neuer Vertriebs- und Produktionsstandort in Ghana aufgebaut. Als Reaktion auf die wachsende Nachfrage nach nahrhaften Molkereiprodukten wird das neue Tochterunternehmen in Ghana noch in diesem Herbst mit dem Vertrieb der Markenprodukte von Arla beginnen.

Arla Foods Ltd., so der Name des neuen Tochterunternehmens, wird seinen Hauptsitz in Ghanas Hauptstadt Accra haben und Produkte des Dano® Sortiments verkaufen, die auch in Nigeria vertrieben werden. Dazu gehören Milchpulver sowie später auch Butter und Käse der wertschöpfenden Marken wie Arla® und Lurpak®. Dieser Schritt von Arla erfolgt im Einklang mit der Geschäftsstrategie des Unternehmens: Good Growth 2020. Ziel der Strategie ist es, außerhalb der EU neue Märkte für Arlas Produkte zu schaffen, um für die 11 200 Genossenschaftsmitglieder auf Dauer bessere Milchpreise zu erzielen. Im Rahmen der Strategie möchte Arla seinen Umsatz in Subsahara-Afrika bis 2020 verdreifachen.

Im ersten Halbjahr 2017 konnte Arla Foods die Einnahmen für seine Genossenschaftsmitglieder steigern. Der Umsatz stieg um drei Prozent, der Milchabnahmepreis um 19 Prozent. Dies ist zum einen auf die höheren Verkaufszahlen zurückzuführen, aber auch auf Arlas kontinuierliches Bestreben, das Markengeschäft auszubauen, um die Erlöse für seine Eigentümer, die Milchbauern zu verbessern. Arla Foods geht aktuell davon aus, seine Gesamtjahresziele in Bezug auf Gewinn, strategisches Markenwachstum und Verschuldungsgrad zu erreichen. Das gilt auch für weitere Verbesserungen des Milchabnahmepreises und eine Steigerung des Gesamtjahresumsatzes des Konzerns um etwa eine Milliarde Euro (2016: 9,6 Milliarden Euro).