

WACHSTUM DURCH VERTRAUENSWÜRDIGE MARKEN

KONSOLIDIERTER
HALBJAHRESABSCHLUSS

2021



VISION

**DIE ZUKUNFT DER
MOLKEREIWIRTSCHAFT
GESTALTEN UND VERBRAUCHERN
WELTWEIT AUF NATÜRLICHE
WEISE GESUNDHEIT UND
INSPIRATION BIETEN.**



INHALTSVERZEICHNIS

LAGEBERICHT

- 03 1. Halbjahr 2021 – Unsere Leistung auf einen Blick
- 04 Bericht des Aufsichtsratsvorsitzenden
- 05 Bericht des CEO
- 06 Höhepunkte
- 08 Nachhaltigkeit
- 09 Wesentliche Geschäftsprioritäten

LEISTUNGSÜBERSICHT

- 11 Marktübersicht
- 12 Leistungsübersicht
- 16 Finanzausblick

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

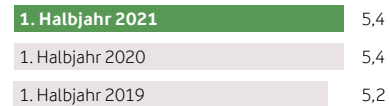
- 18 Primärer Abschluss
- 22 Anhänge
- 30 Glossar
- 31 Unternehmenskalender

1. HALBJAHR 2021 – UNSERE LEISTUNG AUF EINEN BLICK

Umsatz

5,4

(Milliarden EUR)

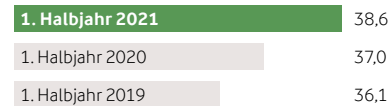


Ziel 2021: 10,3-10,6 Mrd. EUR

Milch-Leistungspreis ¹⁾

38,6

(Eurocent/kg)



Milchmenge

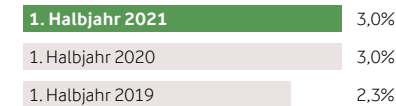
7,0

(Milliarden kg)

Gewinnanteil ²⁾

3,0%

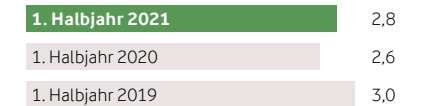
(des Umsatzes)



Ziel 2021: 2,8–3,2%

Verschuldungsgrad

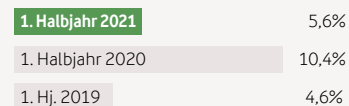
2,8



Ziel 2021: 2,8–3,4

Mengenbasiertes Umsatzwachstum
durch strategische Marken

5,6%



Ziel 2021: 1–3%

Markenanteil

49,2%



Ziel 2021: >50%

Anteil von International am
Geschäft ³⁾

24,5%



Ziel 2021: >23,5%



29

(Millionen EUR)



Akkumulierte Einsparungen zum 1. Halbjahr
2021: 383. *1. Halbjahr

Calcium-Einsparungen ohne
erwartete Inflationseffekte

82

(Millionen EUR)



Akkumulierte Einsparungen zum 1. Halbjahr
2021: 562. *1. Halbjahr

¹⁾ Bis zum 30. Juni 2021 betrug der Milchumrechnungsfaktor von Liter in Kilogramm für Milchmengen 1,02. Seit dem 1. Juli 2021 liegt dieser Umrechnungsfaktor bei 1,03.

²⁾ Basierend auf dem Gewinn, der auf die Genossenschaftsmitglieder von Arla Foods amba entfällt.

³⁾ Der Anteil von International am Geschäft basiert auf dem Umsatz aus Einzelhandel und Foodservice ohne Umsatz von Drittherstellern, Arla Foods Ingredients und Handelsaktivitäten.

STARKER EINSATZ FÜR DIE ENTWICKLUNG UNSERER GENOSSENSCHAFT



Starkes Halbjahresergebnis trotz zunehmender Unsicherheit

Zum Abschluss einer weiteren turbulenten Jahreshälfte konnten wir trotz einer auch in 2021 länger als erwartet andauernden Corona-Pandemie ein starkes Ergebnis verzeichnen und unseren Landwirten einen stabilen Milch-Leistungspreis auszahlen. Da die Konjunktur wieder anzieht, liegt eine herausfordernde zweite Jahreshälfte vor uns. Die Inflation steigt weltweit, was die Milchproduktionskosten sowohl für unsere Landwirte als auch für Arla als Unternehmen in die Höhe treibt.

Positive Milchpreisentwicklung

Wir haben das Jahr 2021 aus einer starken Position heraus begonnen und schließen das Halbjahr mit einem positiven Ergebnis im Einzelhandelsgeschäft ab, das durch unser starkes Markenportfolio gestützt wird. Dank des enormen Einsatzes unserer Landwirte und Mitarbeiter auf der ganzen Welt können wir uns

weiterhin den anhaltenden Herausforderungen der Pandemie stellen, die für Veränderungen auf den Märkten und im Verbraucherverhalten sorgt.

In der ersten Hälfte des Jahres 2021 haben wir infolge der Preissteigerungen bei Rohstoffen Monat für Monat einen Anstieg des vorausgezählten Milchpreises verzeichnet. Gleichzeitig haben wir solide Leistungen in allen Geschäftsbereichen erzielt. Demzufolge schließen wir das Halbjahr mit einem wettbewerbsfähigen Milch-Leistungspreis von 38,6 Eurocent/kg Milch ab. Dies ist eine begrüßenswerte, aber auch notwendige Entwicklung, da Landwirte in ganz Europa mit steigenden Produktionskosten konfrontiert sind. Der hohe Inflationsdruck führt zu steigenden Preisen für Futter, Energie und Löhne und belastet die Landwirte zusätzlich, die bereits durch die wachsenden Anforderungen von Politik und Verbrauchern unter Druck geraten sind.

„DANK DER BETRÄCHTLICHEN ANSTRENGUNGEN, DIE WIR ALS MITGLIEDER IN DAS KLIMA-CHECK-PROGRAMM INVESTIERT HABEN, VERFÜGEN WIR ÜBER EIN WIRKSAMES INSTRUMENT, UM UNSERE NÄCHSTEN SCHRITTE FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT ZU PLANEN.“

Arla-Mitglieder weltweit unter den Besten in Sachen Klimaeffizienz

Die validierten und analysierten Ergebnisse aus rund 8.000 Klima-Checks auf den Arla-Betrieben im Jahr 2020 belegen, dass Arlas Mitglieder in Sachen Klimaeffizienz weltweit zu den Besten gehören. Dank der beträchtlichen Anstrengungen, die wir als Mitglieder in das Klima-Check-Programm investiert haben, verfügen wir nun über ein sehr wirksames Instrument, um unsere nächsten Schritte für mehr Nachhaltigkeit zu planen, unsere Fortschritte zu messen und die hervorragende Arbeit unserer Landwirte nach außen hin zu präsentieren. Politik und Verbraucher haben sehr positiv auf die ersten Ergebnisse und unsere Transparenz reagiert. Nun gilt es, diesen Weg fortzusetzen, um noch klimaeffizienter zu werden.

Zukünftige Entwicklung unserer Genossenschaft

Eine starke Genossenschaft lebt von einem offenen und ehrlichen Dialog sowie dem Recht der Mitglieder,

ihre Meinung zu äußern, Fragen zu stellen und Ideen einzubringen. Mit der Initiative Arla Coop 2.0 wollen wir diese Aspekte stärken: Wir wollen gemeinsam erarbeiten, wie die Zukunft der Molkereiwirtschaft aussehen wird, wie wir uns angesichts der vor uns liegenden Herausforderungen unternehmerisch und gegenseitig unterstützen und wie wir unsere demokratischen Prozesse und das Engagement unserer Mitglieder verbessern können. Als Aufsichtsratsvorsitzender bin ich sehr froh, dass Arlas Mitglieder bestrebt sind, sich in diesem für die Zukunft der Genossenschaft wichtigen Entwicklungsprozess einzubringen. Außerdem empfinde ich es als sehr positiv, dass ein hoher länderübergreifender Konsens in Bezug auf die Themen herrscht, auf die wir uns konzentrieren sollten.

In diesem Sinne freue ich mich sehr darauf, zu unserer normalen Sitzungsstruktur zurückzukehren, sobald unsere Mitgliedsländer sich wieder öffnen. Ich hoffe, dass wir in der Lage sein werden, im Laufe des Jahres in allen Regionen und auf allen Ebenen wieder persönliche Treffen auf sichere Art und Weise durchzuführen. Diese Treffen sind der Schlüssel zu unserer internen Demokratie und werden so bald wie möglich wieder aufgenommen.

Jan Toft Nørgaard

Aufsichtsratsvorsitzender

Milch-Leistungspreis ¹⁾

38,6

(Eurocent/kg)

1. Halbjahr 2021	38,6
1. Halbjahr 2020	37,0
1. Halbjahr 2019	36,1

ANHALTENDES MOMENTUM DANK EFFEKTIVER OPERATIVER UMSETZUNG

In dem angesichts der anhaltenden Auswirkungen der Corona-Pandemie volatilen Umfeld im ersten Halbjahr 2021 ist es uns gelungen, unser Geschäft weiterhin effektiv zu führen. Dank des unermüdlichen Einsatzes unserer Kollegen und Landwirte haben wir eine finanzielle Leistung erzielt, die am oberen Rand unserer Erwartungen liegt.

Der Umsatz stieg leicht um 1,2 Prozent auf 5.441 Millionen EUR, im Vergleich zu 5.377 Millionen EUR im ersten Halbjahr 2020. Unsere Leistung lag insgesamt über dem Branchendurchschnitt. Für unsere Landwirte bedeutete das in fünf aufeinanderfolgenden Monaten einen Anstieg des vorausgezählten Milchpreises, der letztlich bei 36,0 Eurocent/kg Milch lag.

Bedingt durch den Druck auf die Lieferketten während der Corona-Lockerungen hat eine allgemeine Inflation der Preise für Energie, Futter, Zutaten, Logistik usw. sowohl unser Geschäft als auch die wirtschaftliche Situation unserer Genossenschaftsmitglieder negativ beeinflusst. Daher bin ich froh, dass wir diesen Umstand im ersten Halbjahr größtenteils durch Milchpreiserhöhungen ausgleichen konnten.

Unsere Finanzlage ist mit einem Verschuldungsgrad, der mit 2,8, am unteren Ende unseres Zielbereichs liegt, weiterhin stark. Unser Transformationsprogramm Calcium hat sich besser als erwartet entwickelt. Allerdings wurden die Einsparungen durch die zunehmende Inflation stark beeinträchtigt. Unsere Nettoeinsparung betrug 29 Millionen EUR, was die Grundlage dafür war, unseren Milch-Leistungspreis auf einem wettbewerbsfähigen Niveau halten zu können.

Starkes Markenwachstum auf breiter Front

Nach einem außergewöhnlichen Markenwachstum im Jahr 2020 erzielten die meisten europäischen Märkte und internationalen Regionen weiterhin

Ergebnisse am oberen Ende unserer Erwartungen, was zu einem Umsatzwachstum von 5,6 Prozent für unsere strategischen Marken führte.

Der Bereich Foodservice hat sich in vielen Märkten erholt, was zu einer beginnenden Neuausrichtung der Nachfrage zwischen Einzelhandel und Foodservice geführt hat. Allerdings sind die Werte in der ersten Jahreshälfte noch immer weit von den Werten vor der Pandemie entfernt, da unsere Leistung nach wie vor weitgehend vom Umsatz im Einzelhandel bestimmt wird. Die anhaltende Nachfrage nach Arla®, Lurpak®, Castello®, Puck® und Starbucks™ zeigt, wie gut unsere Markenkonzepete bei den Verbrauchern ankommen.

Arla Foods Ingredients (AFI) erzielte ein Umsatzwachstum von 7,0 Prozent, während die anhaltende Nachfrage im Einzelhandel zu einem Rückgang des Anteils der Industrieverkäufe von Milchtrockenmasse führte.

„GEMEINSAM MIT UNSEREN GENOSSENSCHAFTSMITGLIEDERN HABEN WIR DIE MESSLATTE FÜR NACHHALTIGKEIT IMMER HÖHER GELEGT“

Weitere Nachhaltigkeitsmaßnahmen

Gemeinsam mit unseren Landwirten haben wir die Messlatte für Nachhaltigkeit immer höher gelegt. Die Ergebnisse der ersten Runde der Klima-Checks in allen sieben Ländern haben ergeben, dass unser CO₂-Fußabdruck auf den Betrieben bei durchschnittlich 1,15 CO₂e pro Kilogramm Milch liegt. Zudem haben

wir die fünf zentralen Klimafaktoren für die ersten Schritte in Richtung der Reduzierung unserer Emissionen um 30 Prozent bis 2030 identifiziert.

Eine wichtige Geschäftspriorität besteht darin, Wege zu finden, um die Klimaschutzmaßnahmen unserer Genossenschaftsmitglieder zu kommerzialisieren, hauptsächlich über die Marke Arla®. Eines der jüngsten Beispiele dafür ist die Einführung von klimaneutraler



Bio-Milch auf Basis der Reduktion und Kompensation von Treibhausgasemissionen in den Niederlanden; unserem dritten europäischen Markt, auf dem wir klimaneutrale Produkte eingeführt haben.

Erwartungen für das zweite Halbjahr

Für die zweite Jahreshälfte gehen wir davon aus, dass sich die Neuausrichtung der Nachfrage zwischen Einzelhandel und Foodservice weiter fortsetzen und das Markenwachstum verlangsamen wird. Parallel wird die Inflation das Unternehmen und unsere Landwirte weiterhin vor Herausforderungen stellen. Auch wenn unsere Herangehensweise an die Corona-Pandemie erfolgreich war, müssen wir den Übergang zur neuen Normalität genauso gut bewältigen.

Noch in diesem Jahr wollen wir unsere neue Unternehmensstrategie vorstellen. Seit 2015 hat unsere Strategie Good Growth die Qualität und Widerstandsfähigkeit von Arlas Geschäft erfolgreich verbessert. Die neue Strategie wird auf diesen Stärken aufbauen, um für unsere Mitglieder weiterhin einen wettbewerbsfähigen Milchpreis zu gewährleisten sowie für unsere Kunden und Verbraucher eine starke Wertschöpfung sicherzustellen.

Peder Tuborgh

CEO

Mengenbasiertes Umsatzwachstum durch strategische Marken

5,6%

1. Halbjahr 2021	5,6%
1. Halbjahr 2020	10,4%
1. Halbjahr 2019	4,6%

HÖHEPUNKTE

Wir haben unsere gute Entwicklung bis 2021 im gleichen hohen Tempo wie im Vorjahr fortgesetzt, angetrieben von guten Ergebnissen für alle unsere Marken und Produktsegmente. In Kombination mit steigenden Rohstoffpreisen konnten wir unseren Landwirten so einen wettbewerbsfähigen vorausgezählten Milchpreis bieten. Um eine erfolgreiche Zukunft für unsere Genossenschaft zu gewährleisten, haben wir außerdem eine neue Plattform für die Einbindung unserer Mitglieder eingerichtet, die den demokratischen Austausch untereinander fördern soll.



MARKENWACHSTUM ERNEUT ÜBER UNSEREN ERWARTUNGEN

Angesichts der langen Lockdowns auf vielen Märkten wirkte sich die Corona-Pandemie weiterhin auf unsere Geschäftstätigkeit aus. Angetrieben von unserem starken operativen Geschäft, der Agilität und Flexibilität in einem anhaltend unsicheren Umfeld sowie dem hohen Verbrauchervertrauen in Arlas Marken stieg unser Marktanteil und unsere strategischen Marken wuchsen im ersten Halbjahr 2021 um 5,6 Prozent. Angesichts der Wiedereröffnung von Restaurants konnte sich das Foodservice-Geschäft langsam erholen, wobei die anfänglichen Rückgänge durch das Gesamtwachstum im Einzelhandel ausgeglichen wurden. Der Bereich E-Commerce verzeichnete mit einem Umsatzanstieg von 34 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ebenfalls ein starkes Wachstum.

📄 Mehr dazu lesen Sie auf Seite 13



CALCIUM ENTWICKELTE SICH WIE ERWARTET

Unser Transformations- und Effizienzprogramm Calcium erzielte Einsparungen in Höhe von 82 Millionen EUR (ohne Inflationseffekte), was einer Nettoeinsparung von 29 Millionen EUR entspricht. Dieser Betrag ist insbesondere auf verbesserte Lieferkettenabläufe, das Insourcing von Marketing-Aktivitäten und optimierte Handelsinvestitionen zurückzuführen. Das Nettoergebnis wurde durch die stark angestiegene Inflation allerdings stark beeinträchtigt.

📄 Mehr dazu lesen Sie auf Seite 15

DIE GENOSSENSCHAFTLICHE DEMOKRATIE STÄRKEN

Im März haben wir unseren Genossenschaftsmitgliedern unser Strategieprojekt Arla Coop 2.0 vorgestellt, um eine Debatte darüber anzustoßen, wie wir angesichts der externen Umstände, mit denen wir konfrontiert sind, unsere Zukunft gemeinsam erfolgreich gestalten können. Auf Basis von mehr als 800 Rückmeldungen unserer

Mitglieder haben wir die Arla CoopTalks ins Leben gerufen, eine Reihe an Webinaren, Podcasts und Artikeln, die den Fokus auf relevante Themen richten, darunter die Zukunft der Milchwirtschaft, die gegenseitige Unterstützung von Unternehmen und Genossenschaftsmitgliedern und die Frage, wie sich unsere demokratischen Prozesse und die Mitgliedereinbindung verbessern lassen.



SOLIDER MILCHPREIS FÜR UNSERE MITGLIEDER

Eine anhaltend starke Leistung unserer Marken und steigende Rohstoffpreise ermöglichten es Arla, seinen Landwirten einen soliden vorausgezählten Milchpreis von 36,0 Eurocent/kg zu gewährleisten. Das entspricht einer Steigerung von insgesamt 1,6 Eurocent/kg gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Damit zählt Arla zu den Marktführern in Europa und unterstützt seine Landwirte, die in ihren Betrieben mit steigenden Produktionskosten konfrontiert sind.

📄 Mehr dazu lesen Sie auf Seite 12

HÖHEPUNKTE (FORTSETZUNG)

Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie „Gesunde Umwelt – Gesunde Menschen“ zielen wir darauf ab, die Umwelt für künftige Generationen zu bewahren, den Zugang zu gesunder Ernährung mit Molkereiprodukten zu ermöglichen und gute Essgewohnheiten zu fördern. Wir haben weitere Schritte in Richtung unseres Ziels unternommen, bis 2050 CO₂-neutral zu werden (Netto-Null-Emissionen) und haben mehr Menschen in Schwellenländern den Zugang zu nahrhaften und erschwinglichen Lebensmitteln ermöglicht.

EINFÜHRUNG RECYCELBARER LURPAK®-VERPACKUNGEN

Im März haben wir in Großbritannien, Dänemark und Griechenland damit begonnen, zu 100 Prozent recycelbare Becher und Deckel für die streichzarte Butter der Marke Lurpak® auf den Markt zu bringen. Allein in Großbritannien verkaufen wir 85 Millionen 500-Gramm-Packungen dieser Lurpak®-Butter pro Jahr. Die Einführung ist daher ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu einer vollständigen Kreislaufwirtschaft für unsere Verpackungen. Für 2021 planen wir die Einführung auf allen Märkten. Zudem werden wir unser Verpackungsdesign überarbeiten, um Recycling-Etiketten auf der Rückseite der Verpackung anzubringen, die dem Verbraucher die korrekte Entsorgung erleichtern.



GHANA: VORBEREITUNG AUF ZUKÜNFTIGES WACHSTUM

In nur drei Jahren ist es gelungen, Arlas das Verkauf in Ghana um fast 3.000 Tonnen zu steigern. Aus dem relativ kleinen Lager in Ghanas Hauptstadt Accra wurden Schüttgutsäcke mit Dano-Milchpulver aus unserer Molkerei Pronsfeld in Beutel umgepackt, aber das schnelle Wachstum und die Ambitionen für die Zukunft erforderten bessere Anlagen. Im Februar haben wir daher modernisierte Anlagen eröffnet, die nicht nur die Arbeitsbedingungen unserer Kollegen in Ghana verbessern, sondern auch die Kapazität erhöhen und effizientere Verpackungen ermöglichen.



ZUGANG ZU ERSCHWINGLICHEN LEBENSMITTELN

Der kürzlich veröffentlichte ATNI (Access To Nutrition Index), der bewertet, wie die 25 weltweit führenden Lebensmittel- und Getränkeunternehmen zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung im Ernährungsbereich beitragen, zeigt, dass sich Arla in den letzten fünf Jahren kontinuierlich verbessert hat und nun auf Platz 5 steht. Arla hat sich zum Ziel gemacht, jährlich 76 Millionen einkommensschwachen Verbrauchern Zugang zu erschwinglicher Ernährung zu verschaffen, und wir freuen uns, dass wir uns in diesem Bereich seit 2016 Fortschritte gemacht haben. Diese Verbesserungen sind unter anderem das Ergebnis von Arlas Fokus auf den Ausbau ländlicher Vertriebsnetze, die Stärkung eines weiblichen Vertriebsteams in Bangladesch sowie der kontinuierlichen Produktinnovation von Arla Foods Ingredients.



EINSPARUNG VON 21 TONNEN PLASTIK IN SCHWEDEN

Wir arbeiten kontinuierlich daran, unseren Materialverbrauch zu reduzieren und die Menge an recycelbaren Verpackungen für unsere Produkte zu erhöhen. In Schweden haben wir die Plastiklöffel aus unserem KESO® Hüttenkäse sowie den griechischen Joghurts Yoggi® und Arla KO® entfernt, was eine Einsparung von insgesamt 6,9 Millionen Löffeln oder 21 Tonnen Plastik bedeutete.



AUF DEM WEG ZU EINER NACHHALTIGEN MILCHWIRTSCHAFT

Extern verifizierte Daten aus Arlas Klima-Check-Programm haben bestätigt, dass unsere Landwirte auf dem Weg sind, unser wissenschaftlich basiertes Ziel zu erreichen, unsere Emissionen bis 2030 um 30 Prozent zu senken und bis 2050 CO₂-neutral zu werden (Netto-Null-Emissionen). Die Daten dienen als Basis für weitere Verbesserungen der Klimabilanz auf den Arla Betrieben und tragen dazu bei, die Agenda für die Zukunft nachhaltiger Milchwirtschaft voranzutreiben.

ARLA LANDWIRTE UNTER DEN BESTEN IN SACHEN KLIMAEFFIZIENZ

Kürzlich veröffentlichte und von einem externen Klimaberater überprüfte Daten von unserem Klima-Check-Programm bestätigen, dass Arlas Landwirte mit 1,15 kg CO₂e pro Kilogramm Milch (inklusive Torfböden)¹⁾ zu den klimaeffizientesten Milchproduzenten der Welt gehören.

In den letzten Jahrzehnten haben die Arla Landwirte kontinuierlich auf eine nachhaltige Landwirtschaft hingearbeitet und ökologische Verfahren in ihren Betrieben umgesetzt, etwa in Bezug auf Kreislaufhaltung, erneuerbare Energien und biologische Vielfalt. Dazu gehören nun auch Klima-Checks. Im Rahmen unseres Klima-Check-Programms, das einen der weltweit größten Sätze extern validierter Klimadaten liefert, haben rund 8.000 Landwirte Daten zu mehr als 200 Fragen bezüglich ihrer Herde und Futterproduktion, ihres Energieverbrauchs usw. ausgewertet und übermittelt.

Die Daten zeigten außerdem fünf universelle Ansatzpunkte zur Senkung der Emissionen in der Milchwirtschaft in allen Arla Betrieben auf:

- Verbesserte Futtereffizienz zur Verbesserung der Milchleistung
- Gezielte Fütterung, um den Eiweißüberschuss in den Futtermitteln zu vermeiden
- Ein gesundes und langes Leben der Kuh zur Verbesserung der Milchleistung



- Genauer Düngemiteinsatz, um Stickstoffüberschüsse bei der Produktion von Futtermitteln zu reduzieren
- Verbesserte Flächennutzung, um höhere Ernteerträge zu erzielen

Da Regierungen auf unseren europäischen Märkten Richtlinien und Gesetze zur Reduzierung der CO₂-Emissionen auf den Weg bringen, haben wir einen Dialog mit Politikern und Beamten begonnen, um ihr Verständnis für die positive Rolle von Milchprodukten in Bezug auf Nachhaltigkeit und Ernährung zu verbessern. Unser Klima-Check-Programm und die von unseren Landwirten geleistete Arbeit zur Verringerung ihres CO₂-Fußabdrucks wurden von der EU-Kommission als branchenführend anerkannt und von Regierungen auf mehreren unserer Kernmärkte begrüßt.

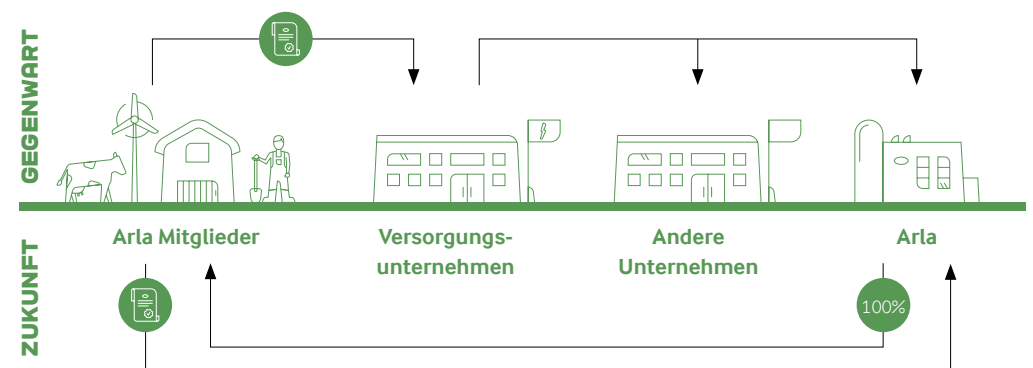
ARLA LANDWIRTE SCHLIEßEN DEN KREIS FÜR ERNEUERBARE ENERGIEN

Im Rahmen unseres übergeordneten Ziels der Klimaneutralität wollen wir auch den Anteil an erneuerbaren Energien auf unseren Betrieben erhöhen. Im Jahr 2020 haben wir Ökostromzertifikate auf dem freien Markt gekauft, die 41 Prozent unseres gesamten Stromverbrauchs in unseren Betrieben abdecken. Da jedoch 24 Prozent unserer Genossenschaftsmitglieder derzeit erneuerbare Energie auf Basis von Sonnenkollektoren und Windkraftanlagen produzieren, sehen wir die Möglichkeit, den Energiekreis durch direkten Ankauf von Herkunftsnachweisen von unseren Landwirten zu schließen. Dies sichert unseren Landwirten einen besseren Preis für ihren Strom und gibt uns als Genossenschaft direkten Zugang zu mehr

Ökostromzertifikaten. Unseren Schätzungen zufolge kann etwa ein Fünftel des gesamten Stromverbrauchs von Arla durch die von den Landwirten produzierten Herkunftsnachweise²⁾ gedeckt werden.

Aus technischer Sicht wird der Kreislauf über die Herkunftsnachweise geschaffen, die für den im Betrieb produzierten Strom aus erneuerbaren Quellen ausgestellt werden. Bisher hatten die Landwirte lediglich die Möglichkeit, ihre Herkunftsnachweise als Ware zum Weiterverkauf anzubieten. Durch den direkten Verkauf ihrer Herkunftsnachweise an Arla werden andere Parteien von der Transaktion ausgeschlossen und die Landwirte mit dem vollen Marktwert belohnt, den Arla für Herkunftsnachweise auf dem freien Markt zahlen würde.

DER GRÜNE STROMKREISLAUF IN GEGENWART UND ZUKUNFT



1) Torfböden tragen zum Erhalt der Biodiversität bei, indem sie mehr CO₂ speichern als andere Arten von Vegetation.

2) Aufgrund der Gesetzgebung in Deutschland und Luxemburg, der zufolge Landwirte ihre Herkunftsnachweise an die Regierung abtreten, haben derzeit 14 Prozent unserer Mitglieder die Möglichkeit, ihre Herkunftsnachweise direkt an die Genossenschaft zu verkaufen.

WESENTLICHE GESCHÄFTSPRIORITÄTEN FÜR 2021

Arlas wesentliche Geschäftsprioritäten bilden die jährlichen Schwerpunkte bei der Umsetzung unserer Strategie. Sie werden von unserem Executive Management Team festgelegt und vom Board of Directors (BoD, Aufsichtsrat) genehmigt. Die diesbezüglichen Fortschritte werden monatlich überprüft.



LEISTUNGSFÄHIGEN BETRIEB WÄHREND DER CORONA-PANDEMIE WEITERHIN SICHERSTELLEN

Aufrechterhaltung der Betriebsstabilität und Gewährleistung der Liefersicherheit für unsere Kunden sowie Aufrechterhaltung und Weiterentwicklung der während der Pandemie erreichten Marktpositionen bei gleichzeitiger Gewährleistung der Sicherheit und Einbindung unserer Mitarbeiter

● Erfreulicher Fortschritt



FÖRDERUNG DER WACHSTUMSKANÄLE UND WICHTIGER KUNDEN

Strategische Positionen bei unseren Top-Kunden sichern und weiterentwickeln, den E-Commerce weiter stärken und neue Konzepte für den Foodservice vorantreiben

● Guter Fortschritt



VORAUSSCHAUENDES HANDELN BEI SICH ÄNDERNDEN VERBRAUCHERTRENDS

Mehr gesunde und nachhaltige Angebote für die Marke Arla schaffen und gleichzeitig die strategischen Marken weiterentwickeln, um die Nachfrage der Verbraucher in Bezug auf Mehrwert zu bedienen

● Guter Fortschritt



NACHHALTIGKEIT: NACHWEISE LIEFERN UND BESCHLEUNIGUNG

Schnellere Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsagenda und Nachweise für unsere Fortschritte liefern, aufbauend auf dem hohen Engagement und den Erfolgen unserer Mitglieder

● Guter Fortschritt



UMSETZUNG DES CALCIUM-PROGRAMMS UND VERANKERUNG NEUER ARBEITSWEISEN

Einsparungen von über 45 Millionen EUR auf der letzten Calcium-Etappe erzielen, um unser Ziel für das Jahr 2021 von nachhaltigen Kosteneinsparungen in Höhe von 400 Millionen EUR zu erreichen, sowie weitere Vorbereitungen für die Zukunft treffen, während im gesamten Unternehmen der Wandel verankert und Erkenntnisse aus der Corona-Pandemie umgesetzt werden

● Erfreulicher Fortschritt



WICHTIGE PROJEKTE UMSETZEN

Erfolgreich auf die Folgen des Brexits reagieren und damit verbundene Kosten reduzieren, mehr Molke für Arla Foods Ingredients sichern und wichtige Investitionsprojekte realisieren

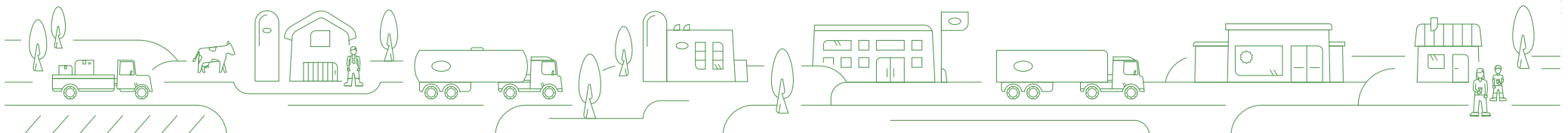
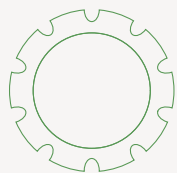
● Guter Fortschritt



ZUKUNFT ERFOLGREICH GESTALTEN

Aufbau einer noch engeren Beziehung zu den Mitgliedern, um das Vertrauen in die Genossenschaft weiter zu stärken, sowie Entwicklung einer neuen Unternehmensstrategie, um die Weichen für Arlas Zukunft zu stellen

● Erfreulicher Fortschritt



UNSERE LEISTUNGSÜBERSICHT

Das Jahr 2021 begann mit hohem Tempo und einem starken Markenwachstum von **5,6 Prozent** trotz anhaltender Unsicherheit im Markt aufgrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie. In Kombination mit den stabilen Milchpreisen auf dem Markt und einer starken Geschäftsführung konnten wir so einen soliden Milch-Leistungspreis in Höhe von **38,6 Eurocent/kg Milch erzielen**, im Vergleich zu 37,0 Eurocent/kg Milch im ersten Halbjahr 2020. Auch unser Transformationsprogramm Calcium verzeichnete in 2021 erneut erfolgreiche Ergebnisse, was zur unserer guten Gesamtleistung beigetragen hat.



Torben Dahl Nyholm CFO

MARKTÜBERSICHT

Trotz der anhaltenden Unsicherheit durch die Coronapandemie erholte sich die Weltwirtschaft schnell und wuchs im ersten Halbjahr 2021 stetig. Der durch die hohe Konjunktur verursachte Inflationsdruck führte zu Steigerungen der globalen Rohstoffpreise, was die Produzenten hart traf. Im europäischen Kontext scheinen die Auswirkungen des Brexits aufgrund des Freihandelsabkommens zwischen der EU und Großbritannien begrenzt zu bleiben.

WELTWIRTSCHAFT ERHOLTE SICH SCHNELLER ALS ERWARTET

Das Jahr 2021 begann mit COVID-19-Lockdowns in vielen Ländern, die sich auch im zweiten Quartal des Jahres fortsetzten. Dies wirkte sich entsprechend negativ auf die Foodservice-Industrie aus, da Restaurants, Cafés und Kantinen lange Zeit geschlossen blieben. Ohne die Möglichkeit, auswärts zu essen, wurde weiterhin mehr zu Hause gekocht, was die Einzelhandelsumsätze in der ersten Hälfte des Jahres 2021 in die Höhe trieb. Der Online-Lebensmitteleinkauf wuchs ebenfalls stetig, wobei ein Drittel der britischen Bevölkerung mindestens einmal pro Woche Lebensmittel online kaufte¹⁾. Die Kanaldurchdringung für Milchprodukte erreichte 30 Prozent²⁾.

HOHER INFLATIONSDRUCK TREIBT DIE PREISE IN DIE HÖHE

Die sich besser als erwartet entwickelnde Wirtschaft und die gestiegene Kaufkraft der Verbraucher auf Basis von staatlichen Konjunkturpaketen führten zu einem zunehmenden Inflationsdruck auf Rohstoffe, der am deutlichsten bei Stahl, Öl und ölbezogenen Produkten, Baustoffen und landwirtschaftlichen Produkten zu verspüren ist. Bis zum 30. Juni 2021 stiegen die Rohstoffpreise im Vergleich zum Vorjahreszeitraum insgesamt um 60 Prozent³⁾ und der Preis für ein Barrel Öl stieg von 41,15 auf 75,13 US-Dollar, was einer Zunahme von 82 Prozent entspricht. Die steigenden Rohstoffpreise setzten die Herstellungskosten für viele produzierende Unternehmen, einschließlich Arla, unter Druck.

STABILE MILCHPRODUKTION IN EUROPA

Die Milchlieferung und -produktion in Europa stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum leicht um 0,5 Prozent. In großen Ländern wie Deutschland und Frankreich war die Milchproduktion im Allgemeinen rückläufig, was jedoch durch das Wachstum in kleinen Ländern wie Irland ausgeglichen wurde. Das Angebot entwickelte sich stabil, jedoch setzten die hohe Inflation bei den Rohstoff- und Futterpreisen sowie die schwierigen Witterungsbedingungen die Milchproduktion unter Druck.

STEIGENDE MILCH-ROHSTOFFPREISE

Die europäischen und globalen Milchrohstoffmärkte begannen sich im Zuge des Abklingens der Corona-Pandemie langsam zu erholen. Ähnlich wie bei anderen Rohstoffen stiegen die Milchpreise im ersten Quartal des Jahres stetig an und stabilisierten sich im zweiten Quartal auf einem soliden Niveau. Der Global Dairy Trade (GDT) Preisindex stieg Anfang März um 15,0 Prozent, stabilisierte sich aber im zweiten Quartal des Jahres wieder⁴⁾.

RUHIGER DEISENMARKT

Das erste Halbjahr 2021 war trotz anhaltender Unsicherheit angesichts der Corona-Pandemie von relativ stabilen Wechselkursen geprägt. Im Vergleich zum Euro schwächte sich der Durchschnittskurs des US-Dollars um 9,3 Prozent ab, während sich die schwedische Krone um 5,0 Prozent verbesserte. Das britische Pfund blieb im ersten Halbjahr 2021 stabil, mit einer leichten Stärkung von 0,6 Prozent gegenüber dem Euro.

MILCHSEKTOR VOM BREXIT BETROFFEN

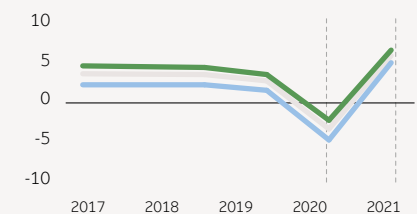
Die durch den Brexit verursachten Reibungen wirkten sich auf die Milchbranche in Großbritannien und der EU aus, wobei der Handel in einigen Kategorien im Vergleich zum Vorjahr deutlich zurückging⁵⁾. Bei Arla hat uns unsere Vorbereitung geholfen, uns im neuen Handelsumfeld zurechtzufinden. So haben wir nur geringfügige Störungen in unserem Handel zwischen der EU und Großbritannien erlebt. Der Brexit befindet sich jedoch noch in einem frühen Stadium und die Situation in Großbritannien entwickelt sich weiter. Arla war von der Störung des lokalen Arbeitsmarktes, die mit einem nationalen Fahrermangel einherging, betroffen. Wir bereiten uns auch darauf vor, dass Großbritannien seine neuen Grenzverfahren am 1. Oktober 2021 umsetzt.

WEITERHIN UNSICHERE WIRTSCHAFTLICHE AUSSICHTEN

Mehr als ein Jahr nach Beginn der Corona-Pandemie herrscht immer noch eine hohe Unsicherheit in Bezug auf die globalen Wirtschaftsaussichten, obwohl die wachsende Impfrate die Stimmung hebt. Der IWF schätzt jedoch, dass der enorme Rückgang im Jahr 2020 mindestens dreimal schlimmer hätte sein können, wenn es keine außerordentlichen staatlichen Wirtschaftshilfen gegeben hätte. Die Weltwirtschaft wird 2021 voraussichtlich um 6 Prozent wachsen⁵⁾ um 0,8 Prozentpunkte mehr als im Oktober 2020 prognostiziert. Dieser Umstand ist auf zusätzliche finanzpolitische Unterstützungsmaßnahmen und die erwartete durch die Impfrate angetriebene Erholung in der zweiten Jahreshälfte zurückzuführen.

WACHSTUMSRATE DES BRUTTOINLANDSPRODUKTS

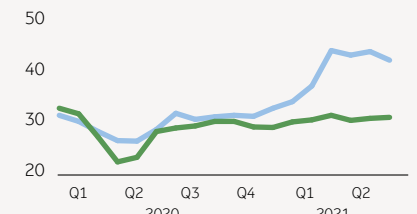
(Prozent)



■ Hochentwickelte Volkswirtschaften
■ Welt
■ Schwellen- und Entwicklungsländer
Quelle: IWF

ENTWICKLUNG DER EUROPÄISCHEN MILCH-ROHSTOFFPREISE

(Eurocent/kg, Milk Utilisation Equivalent)



■ Gouda
■ Vollmilchpulver

LEISTUNGSÜBERSICHT



WETTBEWERBSFÄHIGER VORAUSGEZAHLTER MILCHPREIS

Trotz der anhaltenden Unsicherheit aufgrund der Corona-Pandemie gelang es Arla, den durchschnittlich vorausgezahlten durchschnittlichen Milchpreis auf 36,0 Eurocent/kg zu erhöhen, was einer Steigerung von 1,6 Eurocent/kg gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. Damit bewegt sich Arla auf einem wettbewerbsfähigen Niveau und ist in der Lage, seine Landwirte in Zeiten steigender Produktionskosten zu unterstützen.

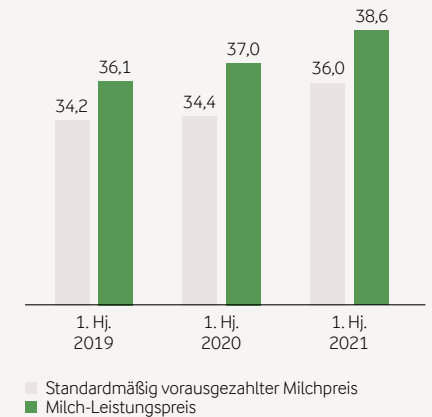
Die starke Leistung innerhalb unserer gesamten Wertschöpfungskette in Kombination mit steigenden Milchpreisen auf dem Markt und Veränderungen in den Mengen und im Produktmix trug dazu bei, einen soliden Milch-Leistungspreis von 38,6 Eurocent/kg gegenüber 37,0 Eurocent/kg im ersten Halbjahr 2020 zu erzielen. Unser Calcium-Programm trug dazu im ersten Halbjahr 2021 mit einer Einsparung von 82 Millionen EUR ohne Inflationseffekte bei, was einer Nettoeinsparung von 29 Millionen EUR entspricht. Die Milchlieferungen von Arla Mitgliedern und externen Lieferanten blieben wie im Vorjahr weitgehend unverändert bei 7 Milliarden Kilogramm.

SOLIDES UMSATZWACHSTUM DANK EINZELHANDEL

Im ersten Halbjahr 2021 stieg der Umsatz um 1,2 Prozent auf 5.441 Millionen EUR im Vergleich zu 5.377 Millionen EUR im Vorjahreszeitraum. Das Wachstum wurde vor allem durch höhere Verkaufspreise und das Markenvolumen im Einzelhandel angetrieben. Die Entwicklung wurde im ersten Quartal teils durch einen Rückgang im Bereich Foodservice aufgrund langer Lockdown-Phasen kompensiert. Die hohe Verbrauchernachfrage erhöhte den Inflationsdruck auf die Rohstoffpreise und steigende Verkaufspreise trugen positiv zum Anstieg des Umsatzes um 77 Millionen EUR bei. Währungseffekte wirkten sich mit 61 Millionen EUR negativ auf den Umsatz aus.

MILCHPREIS DER GENOSSENSCHAFTS-MITGLIEDER¹⁾

(Eurocent/kg)



UMSATZENTWICKLUNG

(Millionen EUR)

1. Halbjahr 2021	5.441
1. Halbjahr 2020	5.377
1. Halbjahr 2019	5.232

LEISTUNGSÜBERSICHT (FORTSETZUNG)

ENTWICKLUNG DES MARKENWACHSTUMS

1. Halbjahr 2019 bis 1. Halbjahr 2021

1. Halbjahr 2021	5,6%
1. Halbjahr 2020	10,4%
1. Halbjahr 2019	4,6%

WACHSTUM DER GLOBALEN MARKEN


6,9%

1. Halbjahr 2020: 3,3%


-0,8%


1. Halbjahr 2020: 17,7%


7,8%

1. Halbjahr 2020: -0,5%


3,1%

1. Halbjahr 2020: 16,7%


42,7%

1. Halbjahr 2020: 13,1%



ANHALTEND STARKES MARKENWACHSTUM IN ZEITEN VON CORONA

Nach einem Jahr außergewöhnlichen Markenwachstums setzten Arlas Marken ihre Wachstumsreise auch in 2021 fort: Die strategischen Marken verzeichneten ein mengenbasiertes Umsatzwachstum von 5,6 Prozent, was über unserem Zielbereich von 1 bis 3 Prozent liegt. Die außergewöhnlich hohen Wachstumsraten begannen sich jedoch gegen Ende des Halbjahres zu normalisieren und erreichten in den letzten Monaten ein normales Niveau. Deshalb gehen wir in der zweiten Jahreshälfte von einem normalen Wachstum aus. Das starke Wachstum im ersten Halbjahr resultiert zum Teil aus den Auswirkungen anhaltender Lockdowns

und des Konsums in Privathaushalten aufgrund der COVID-19-Beschränkungen, aber auch aus einem starken operativen Geschäft sowie Marken, die bei den Verbrauchern gut ankommen, steigenden Marktanteilen und neuen Produkteinführungen.

Der mengenbasierte Umsatz mit Starbucks™-Lizenzprodukten stieg um 42,7 Prozent und Castello® übertraf mit einem Wachstum von 7,8 Prozent die Erwartungen. Die Marke Arla® verzeichnete ebenfalls eine hohe Steigerung von 6,9 Prozent, die auf eine hohe Leistung in den meisten Kategorien und Submarken zurückzuführen ist. Nach einem außergewöhnlichen Mengenwachstum im ersten

Halbjahr 2020, das vor allem durch das veränderte Verbraucherverhalten während der Lockdowns getrieben wurde, erreichte Lurpak® beinahe erneut die historisch starken Absatzmengen aus dem Vorjahr. Die Marke Puck® erzielte ein solides Umsatzwachstum von 3,0 Prozent. Der Gesamtmarkenanteil stieg auf 49,2 Prozent. Im ersten Halbjahr des Vorjahres lag dieser Wert noch bei 48,3 Prozent.

Der Bereich Foodservice erholte sich in vielen Märkten langsam. Im ersten Halbjahr, in dem die Einzelhandelsumsätze weiterhin der Haupttreiber unserer Leistung waren, erreichte der Umsatz jedoch immer noch nicht das Niveau von vor der Pandemie.

LEISTUNGSÜBERSICHT (FORTSETZUNG)

GESCHÄFTSBEREICHE



EUROPA

Unser europäischer Geschäftsbereich verzeichnete insgesamt ein starkes Markenwachstum von 2,5 Prozent, vor allem angetrieben von Starbucks™ mit 41,3 Prozent, Castello® mit 4,2 Prozent und der Marke Arla® mit 2,5 Prozent. Vor allem die Arla Untermarken LactoFREE® und Fill N' Fuel wuchsen stark um 14,4 beziehungsweise 13,5 Prozent. Die Märkte entwickelten sich positiv, angeführt von den Niederlanden/Frankreich/Belgien mit 9,5, Großbritannien mit 4,6 und Dänemark mit 2,4 Prozent. Der Markenanteil im europäischen Geschäftsbereich stieg auf 55 Prozent im Vergleich zu 53 Prozent im Vorjahr. Der Umsatz nahm mit 3.199 Millionen EUR gegenüber 3.178 Millionen EUR im ersten Halbjahr 2020 leicht zu. Lange Lockdowns verursachten im ersten Quartal des Jahres einen geringen Rückgang im Foodservice-Bereich, jedoch wurde im zweiten Quartal dank wieder öffnender Restaurants ein deutliches Wachstum erzielt. Das E-Commerce-Geschäft verzeichnete ein rasantes Umsatzwachstum von 34 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

INTERNATIONAL

Unser Geschäftsbereich International hat im ersten Halbjahr 2021 das mengenbasierte Markenwachstum in allen Regionen und Hauptmarken steigern können. Starbucks™ verzeichnete ein außergewöhnlich hohes Wachstum von 45,1 Prozent, gefolgt von der Marke Arla® mit 24,7 Prozent und Castello® mit 11,0 Prozent. Kraft® verzeichnete jedoch einen Rückgang um 0,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die langen Perioden des gestiegenen Konsums in Privathaushalten wirkten sich positiv auf den Umsatz aus und die höheren Kosten für Produkte und Dienstleistungen inklusive Logistik konnten in hohem Maße durch Preiserhöhungen kompensiert werden. Damit stieg der Umsatz leicht auf 1.037 Millionen EUR gegenüber 1.024 Millionen EUR im Vorjahr an. Der Markenanteil im Geschäftsbereich International erreichte 88 Prozent gegenüber 87 Prozent im ersten Halbjahr 2020.



ARLA FOODS INGREDIENTS

Arla Foods Ingredients (AFI) erfüllte weiterhin die steigende Kundennachfrage nach Protein- und Laktoseinhaltsstoffen und der Umsatz stieg auf 387 Millionen EUR gegenüber 360 Millionen EUR im Vorjahreszeitraum. Die Mehrwertprodukte mit Molke stiegen um 9,8 Prozent und erreichen damit einen Gesamtmehrwertanteil von 69,6 Prozent. Diese Entwicklung ist vor allem auf die erfolgreiche Verwendung zusätzlicher neuer Rohstoffe zurückzuführen, deren Verfügbarkeit kürzlich durch neue strategische Beschaffungsvereinbarungen gesichert wurde. Das Kindernahrungsgeschäft von AFI lag mit einem Umsatz von 78 Millionen EUR auf dem Niveau des Vorjahres. Neue Produkteinführungen unserer Kunden deuten auf positive Zukunftsaussichten für diesen Geschäftsbereich hin.

Globale Industrieverkäufe

Auf Basis der Erholung der Rohstoffmärkte nach der Corona-Pandemie verzeichnete der Geschäftsbereich Globale Industrieverkäufe einen positiven Start ins Jahr. Dies war auf die starke globale Nachfrage zurückzuführen. Die Rohstoffpreise stiegen im ersten Halbjahr 2021 allgemein an und erreichten am Ende dieser Periode ein höheres Niveau als im Vorjahreszeitraum. Infolge der gestiegenen Nachfrage aus dem Einzelhandel ging der Gesamtanteil der verkauften Milchtrockenmasse aus unseren globalen Industrieverkäufen von 23,6 Prozent im Vorjahr auf 23,1 Prozent im Jahr 2021 zurück. Trotz des Mengenrückgangs stieg der Umsatz aufgrund der Preiserhöhungen allerdings leicht auf 818 Millionen EUR gegenüber 815 Millionen EUR im ersten Halbjahr 2020.

LEISTUNGSÜBERSICHT (FORTSETZUNG)

Gewinnanteil

3,0%

(des Umsatzes)

Einsparungen durch Calcium

29

(Millionen EUR)

Einsparungen durch Calcium ohne Inflationseffekte

82

(Millionen EUR)

Nettoumlaufvermögen*

36

(Tage)

Verschuldungsgrad

2,8

*Durchschnittswert auf Dreimonatsbasis

CALCIUM-EINSPARUNGEN NACH PLAN

Unser Transformations- und Effizienzprogramm Calcium hat im ersten Halbjahr 2021 Einsparungen in Höhe von 83 Millionen EUR ohne Inflationseffekte erzielt, was einer Nettoeinsparung von 29 Millionen EUR entspricht. Die Gesamteinsparungen seit Beginn des Programms im Jahr 2018 belaufen sich daher auf 562 Millionen EUR ohne Inflationseffekte. Dies bedeutet Gesamtnettoeinsparungen in Höhe von 383 Millionen EUR. Die Einsparungen sind insbesondere auf verbesserte Lieferkettenabläufe, das Insourcing von Marketing-Aktivitäten und optimierte Handelsinvestitionen zurückzuführen. Die überraschend schnelle makroökonomische Erholung nach der Corona-Pandemie führte zu einer Inflation, die deutlich höher als erwartet ausfiel und unser ursprüngliches Ziel einer Gesamtnettoeinsparung von 400 Millionen EUR über 4 Jahre unter Druck setzt. Die Ersparnisse ohne Inflationseffekte übersteigen jedoch die Zielsetzungen sowohl für die erste Jahreshälfte 2021 als auch für das Gesamtprogramm.

ÜBERSCHUSS IM ZIELBEREICH

Im ersten Halbjahr 2021 erzielte Arla einen Überschuss von 165 Millionen EUR, was 3,0 Prozent

des Umsatzes entspricht. Dieser Wert liegt am oberen Ende unseres Zielbereiches von 2,8–3,2 Prozent.

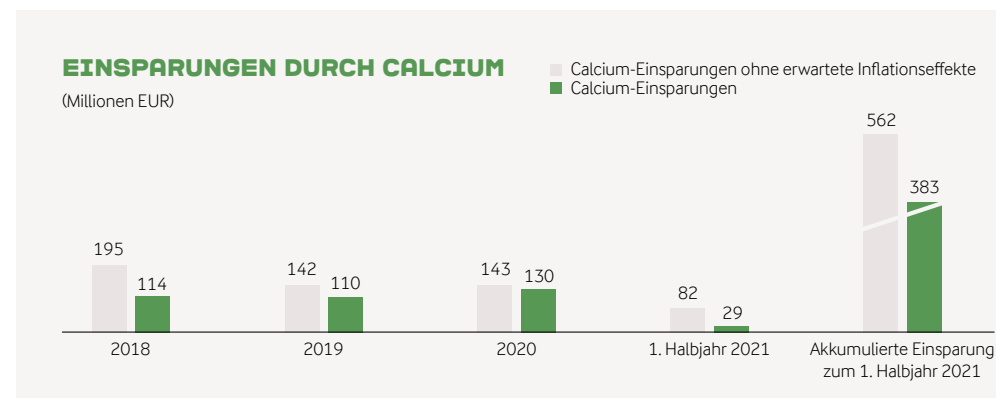
ARLAS FINANZIELLE POSITION WEITERHIN SOLIDE

Das erste Halbjahr 2021 hat gezeigt, dass Arla sich nach wie vor in einer soliden finanziellen Position befindet. Mit einem Verschuldungsgrad von 2,8 befanden wir uns am unteren Ende unseres Zielbereichs von 2,8–3,4.

Der Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit sank im ersten Halbjahr 2021 auf 274 Millionen EUR im Vergleich zu 477 Millionen EUR im Vorjahreszeitraum. Eine positive Entwicklung des EBITDA wurde durch eine erhöhte Mittelbindung im Umlaufvermögen kompensiert. Gemessen in Tagen des Umsatzes erhöhte sich das Nettoumlaufvermögen auf 36 Tage im Vergleich zu 30 Tagen Ende Juni letzten Jahres. Der Anstieg ist auf die bewusst reduzierte Inanspruchnahme von Handelsfinanzierungsprogrammen im Rahmen der Optimierung der Kapitalstruktur zurückzuführen.

Der Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit stieg im ersten Halbjahr 2021 auf 208 Millionen EUR im Vergleich zu 194 Millionen EUR im Vorjahreszeitraum. Im ersten Halbjahr 2021 haben wir die Umsetzung unserer vier wichtigsten Capex-Investitionsprojekte fortgesetzt. In Deutschland verlief der Bau eines neuen Pulverturms in Pronsfeld gut. In Bahrain haben wir unseren Produktionsstandort erweitert, um dort die gesamte Produktion von Kraft® und Puck® unterzubringen. In Dänemark haben wir die Kapazitätssteigerung bei der Mozzarella-Produktion in der Molkerei Branderup sowie den Bau unseres neuen AFI-Innovationszentrums fortgesetzt. Unsere Investitionen beliefen sich im ersten Halbjahr 2021 auf 256 Millionen EUR.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit verringerte sich auf -69 Millionen EUR, was im Wesentlichen auf die außerordentlich hohe Nachzahlung von 228 Millionen EUR an unsere Genossenschaftsmitglieder zurückzuführen ist, die im Zusammenhang mit der Gewinnzuteilung 2020 steht und durch die Ausgabe grüner Anleihen und neu aufgenommenen Darlehen ausgeglichen wurde.



FINANZAUSBLICK

Nach einem starken ersten Halbjahr 2021 erhöhen wir unsere Prognose für den Umsatz und das mengenbasierte Umsatzwachstum durch strategische Marken für das Gesamtjahr 2021. Unsere Erwartungen für Calcium sind aufgrund des hohen Inflationsdrucks in der zweiten Jahreshälfte 2021 unsicher.

BESSERE AUSSICHTEN FÜR WICHTIGE LEISTUNGSINDIKATOREN

Unsere Erwartungen für das Umsatzwachstum wurden von 10,3-10,6 auf 10,6-11,0 Milliarden EUR angepasst. Der Zielbereich für den Verschuldungsgrad wird von 2,8-3,4 auf $\leq 2,8$ angepasst. Unsere Erwartungen in Bezug auf das mengenbasierte Umsatzwachstum durch strategische Marken sind von 1-3 Prozent auf 3-4 Prozent gestiegen.

Wir halten an unserer im Geschäftsbericht 2020 kommunizierten Prognose zum Anteil von International am Geschäft sowie den Marken- und Gewinnanteil fest.

INFLATION SETZT CALCIUM-NETTOERGEBNIS UNTER DRUCK

Die intensivierte Arbeit an unserer Effizienz-Pipeline entlang unserer Wertschöpfungskette wird im zweiten Halbjahr 2021 zu weiteren Mehrwerten führen. Allerdings müssen wir unsere Calcium-Prognose für 2021 aufgrund erheblicher Auswirkungen des erwarteten Inflationsdrucks in der zweiten Jahreshälfte auf < 20 Millionen EUR anpassen. Inflationsbereinigt gehen wir davon aus, dass die Einsparungen für das ganze Jahr 150 Millionen EUR überschreiten werden, was über unseren ursprünglichen Erwartungen für 2021 liegt. Die beschleunigte Arbeit in Bezug auf Effizienz entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette wird den hohen Inflationsdruck wahrscheinlich nicht vollständig kompensieren können.

AKTUALISIERTE ZIELE FÜR 2021

Umsatz

10,6-11,0

Milliarden EUR (angepasst von 10,3-10,6)

Gewinnanteil

2,8-3,2%

(unverändert)

Calcium-Einsparungen
ohne Inflationseffekte

> 150

Millionen EUR

Calcium-Einsparungen

< 20

Millionen EUR

Mengenbasiertes Umsatzwachstum
durch strategische Marken

3-4%

(angepasst von 1-3%)

Anteil von International am Gesamtgeschäft

> 23,5%

(unverändert)

Verschuldungsgrad

$\leq 2,8$

(angepasst von 2,8-3,4)

Markenanteil

$\geq 50%$

(angepasst von $> 50%$)

**UNSER ZUSAMMENGEFASSTER
KONZERNZWISCHENABSCHLUSS
KONZERNABSCHLUSS**

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

(Millionen EUR)	Anhang	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020	Entwick- lung, %	Gesamtjahr 2020
Umsatz	1.1	5.441	5.377	1	10.644
Herstellungskosten	1.2	-4.287	-4.203	2	-8.301
Bruttoergebnis		1.154	1.174	-2	2.343
Vertriebskosten	1.2	-734	-745	-1	-1.483
Verwaltungskosten	1.2	-207	-203	2	-439
Sonstige betriebliche Erträge		49	17	188	61
Sonstiger Betriebsaufwand		-31	-31	–	-52
Anteil am Ergebnis von Joint Ventures und assoziierten Unternehmen nach Steuern	3.1	21	6	250	28
Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)		252	218	16	458
<i>Präzisierung:</i>					
<i>EBITDA</i>		485	443	9	909
<i>Abschreibungen (auf Sachanlagen bzw. immaterielle Vermögenswerte) und Wertminderungsverluste</i>	1.2	-233	-225	4	-451
Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)		252	218	15	458
Finanzerträge		8	3	167	7
Finanzaufwendungen		-49	-38	29	-79
Ergebnis vor Steuern		211	183	15	386
Steuern		-39	-17	129	-34
Halbjahresüberschuss		172	166	3	352
Minderheitsbeteiligungen		-7	-3	133	-7
Anteil von Arla Foods ambers am Überschuss des Berichtszeitraums		165	163	1	345

GESAMTERGEBNIS

(Millionen EUR)	Anhang	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020	Gesamtjahr 2020
Halbjahresüberschuss		172	166	352
Sonstiges Ergebnis				
Posten, die nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung übertragen werden können:				
Neubewertung von Pensionsverpflichtungen		12	23	5
Steuern auf die Neubewertung von Pensionsverpflichtungen		-3	-3	4
Posten, die nachfolgend in die Gewinn- und Verlustrechnung übertragen werden können:				
Wertberichtigungen von Absicherungsinstrumenten		13	25	41
Anpassung des beizulegenden Zeitwerts bestimmter finanzieller Vermögenswerte		-1	-1	-3
Umrechnung von Fremdwährungen		87	-56	-84
Steuern auf Posten, die nachfolgend in die Gewinn- und Verlustrechnung übertragen werden können		–	–	–
Sonstiges Gesamtergebnis nach Steuern		108	-12	-37
Gesamtergebnis		280	154	315
Wie folgt zugeteilt:				
Genossenschaftsmitglieder von Arla Foods ambers		273	151	308
Minderheitsbeteiligungen		7	3	7
Gesamt		280	154	315

BILANZ

(Millionen EUR)	Anhang	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020	Entwick- lung, %	Jahresende 2020
Aktiva					
Langfristige Vermögenswerte					
Immaterielle Vermögenswerte und Firmenwert	3.1	951	941	1	931
Sachanlagen und Vermögenswerte aus einem Nutzungsrecht	3.1	2.960	2.721	9	2.915
Investitionen in Joint Ventures und assoziierte Unternehmen	3.1	507	460	10	470
Latente Steuern		20	30	-33	29
Pensionsvermögen	4.1	59	37	59	40
Sonstige langfristige Vermögenswerte		30	21	43	28
Langfristige Vermögenswerte, gesamt		4.527	4.210	8	4.413
Kurzfristige Vermögenswerte					
Vorräte	2.1	1.203	1.154	4	1.080
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.1	947	771	23	811
Derivative Finanzinstrumente		20	75	-73	57
Sonstige Forderungen		279	252	11	424
Wertpapiere		426	425	0	420
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		124	150	-17	126
Gesamte kurzfristige Vermögenswerte		2.999	2.827	6	2.918
Gesamte Aktiva		7.526	7.037	7	7.331

(Millionen EUR)	Anhang	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020	Entwick- lung, %	Jahresende 2020
Passiva					
Eigenkapital					
Kollektive Kapitaleinlagen		1.973	1.927	2	1.968
Individuelle Kapitaleinlagen		500	464	8	513
Sonstige Eigenkapitalkonten		-19	-104	-82	-118
Halbjahresüberschuss		165	163	1	-
Vorgeschlagene Nachzahlungen an Genossenschaftsmitglieder		-	-	0	223
Eigenkapital der Mitglieder von Arla Foods amba		2.619	2.450	7	2.586
Minderheitsbeteiligungen		48	46	4	53
Gesamtes Eigenkapital		2.667	2.496	7	2.639
Verbindlichkeiten					
Langfristige Verbindlichkeiten					
Pensionsverpflichtungen	4.1	233	235	-1	247
Rückstellungen		25	25	0	21
Latente Steuern		74	75	-1	64
Kredite	4.1	2.189	1.887	16	1.964
Gesamte langfristige Verbindlichkeiten		2.521	2.222	13	2.296
Kurzfristige Verbindlichkeiten					
Kredite	4.1	767	740	4	695
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.1	1.184	1.123	5	1.212
Rückstellungen		22	9	144	25
Derivative Finanzinstrumente		40	83	-52	66
Laufende Ertragsteueransprüche		13	9	44	11
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten		312	355	-12	387
Gesamte kurzfristige Verbindlichkeiten		2.338	2.319	1	2.396
Gesamte Verbindlichkeiten		4.859	4.541	7	4.692
Gesamte Passiva		7.526	7.037	7	7.331

EIGENKAPITAL

	Kollektive Kapitaleinlagen			Individuelle Kapitaleinlagen				Sonstige Eigenkapitalkonten			Gesamt vor Minderheitsbeteiligungen	Minderheitsbeteiligungen	Gesamtes Eigenkapital nach Minderheitsbeteiligungen
	Kapitalkonto	Rücklage für besondere Zwecke	Halbjahresüberschuss	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			
(Millionen EUR)													
Eigenkapital, 1. Januar 2021	878	1.090	–	302	65	146	223	-53	9	-74	2.586	53	2.639
Halbjahresüberschuss	–	–	165	–	–	–	–	–	–	–	165	7	172
Sonstiges Ergebnis	9	–	–	–	–	–	–	13	-1	87	108	–	108
Gesamtergebnis	9	–	165	–	–	–	–	13	-1	87	273	7	280
Zahlungen an Genossenschaftsmitglieder	1	–	–	-11	-4	-4	–	–	–	–	-18	–	-18
Transaktionen mit Minderheitsbeteiligungen	6	–	–	–	–	–	–	–	–	–	6	-14	-8
Nachzahlungen in Bezug auf das Jahr 2020	–	–	–	–	–	–	-228	–	–	–	-228	–	-228
Wechselkursanpassungen	-11	–	–	1	–	5	5	–	–	–	–	2	2
Gesamte Transaktionen mit Genossenschaftsmitgliedern	-4	–	–	-10	-4	1	-223	–	–	–	-240	-12	-252
Eigenkapital, 30. Juni 2021	883	1.090	165	292	61	147	–	-40	8	13	2.619	48	2.667
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	–	163	–	–	–	–	25	-1	-56	151	3	154
Zahlungen an Genossenschaftsmitglieder	–	–	–	-10	-4	-7	–	–	–	–	-21	–	-21
Transaktionen mit 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	163	261	62	141	–	-69	11	-46	2.450	46	2.496

CASHFLOW

(Millionen EUR)	Anhang	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020	Gesamtjahr 2020
EBITDA		485	443	909
Wertaufholung des Anteils am Ertrag aus Joint Ventures und assoziierten Unternehmen	3.1	-21	-6	-28
Wertaufholung der sonstigen Betriebsposten ohne Auswirkungen auf liquide Mittel		-29	18	53
Veränderung des Nettoumlaufvermögens	2.1	-274	-14	4
Veränderung der sonstigen Forderungen und sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten		144	69	-137
Erhaltene Dividenden aus Joint Ventures und assoziierten Unternehmen		9	6	8
Gezahlte Zinsen		-24	-28	-53
Erhaltene Zinsen		3	1	3
Gezahlte Steuern		-19	-12	-28
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit		274	477	731
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	3.1	-26	-29	-53
Investitionen in Sachanlagen	3.1	-194	-193	-478
Verkauf von Sachanlagen	3.1	13	17	19
Cashflow aus operativer Investitionstätigkeit		-207	-205	-512
Verkauf von finanziellen Vermögenswerten		7	11	22
Erwerb von finanziellen Vermögenswerten		-8	-	-5
Verkauf von Unternehmen		-	-	7
Finanzielle Investitionstätigkeit		-1	11	24
Cashflow aus Investitionstätigkeit		-208	-194	-488
Nachzahlung in Bezug auf das vorangegangene Geschäftsjahr		-228	-127	-127
Ein- und Auszahlungen aus dem Eigenkapital in Bezug auf individuelle Kapitaleinlageninstrumente		-18	-21	-22
Auszahlungen an Minderheitsgesellschafter		-8	-4	-18
Neue Kreditaufnahmen		256	62	149
Sonstige Veränderungen bei den Krediten		-17	-179	-173
Zahlungen von Leasingverbindlichkeiten		-35	-33	-66
Zahlungen für Pensionspläne		-19	-17	-36
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		-69	-319	-293
Netto-Cashflow		-3	-36	-50

(Millionen EUR)	Anhang	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020	Gesamtjahr 2020
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente per 1. Januar		126	187	187
Netto-Cashflow für den Berichtszeitraum		-3	-36	-50
Wechselkursanpassung für Barmittel		1	-1	-11
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente per 30. Juni		124	150	126
<i>Freier operativer Cashflow</i>				
<i>Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit</i>		274	477	731
<i>Cashflow aus operativer Investitionstätigkeit</i>		-207	-205	-512
Freier operativer Cashflow		67	272	219
<i>Freier Cashflow</i>				
<i>Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit</i>		274	477	731
<i>Cashflow aus Investitionstätigkeit</i>		-208	-194	-488
Freier Cashflow		66	283	243



Höhere Milchpreise wirken sich auf den operativen Cashflow aus

Der Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit sank im Vergleich zu 477 Millionen EUR im ersten Halbjahr des Vorjahres um 203 Millionen EUR auf 274 Millionen EUR ab. Die Entwicklung ist die Folge der Mittelbindung im Working Capital, die hauptsächlich aus der Reduzierung von Programmen zur Finanzierung von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie aus erhöhten Lagerbeständen aufgrund höherer Milchpreise resultierte. Diese Effekte wurden teilweise durch ein höheres EBITDA und durch die Begleichung von Umsatzsteuerforderungen kompensiert.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit belief sich auf -208 Millionen EUR und lag auf dem Niveau des Vorjahreswerts. Der Großteil der CAPEX-Investitionen im ersten Halbjahr 2021 bestand aus der weiteren Durchführung der Schlüsselprojekte an unseren Standorten Pronsfeld in Deutschland, Bahrain, Branderup und dem AFI Innovation Center in Dänemark.

Der freie Cashflow belief sich im Halbjahr auf 66 Mio. Euro, was einem Rückgang von 217 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeiten betrug -69 Millionen Euro (2020: -319 Millionen Euro). Im März 2021 wurde eine außerordentlich hohe Nachzahlung in Höhe von 228 Mio. Euro aus der Gewinnverwendung 2020 ausgezahlt. Zudem wurden 18 Millionen Euro aus den individuellen Kapitaleinlagen an Mitglieder ausgezahlt, die Arla verlassen haben oder in den Ruhestand gegangen sind. Unter den neu aufgenommenen Krediten in Höhe von 256 Mio. Euro befand sich eine grüne Anleihe in Schweden in Höhe von 148 Mio. Euro.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente beliefen sich zusammen auf 124 Millionen Euro im Vergleich zu 150 Millionen Euro am Ende des Vorjahreszeitraums.

EINFÜHRUNG IN DIE ANHÄNGE

Die folgenden Abschnitte enthalten zusätzliche ergänzende Angaben zum primären Abschluss.

ANHANG 1 UMSATZ UND KOSTEN

In Anhang 1 werden Angaben zur Konzernleistung und -rentabilität gemacht.

ANHANG 2 NETTOUMLAUF- VERMÖGEN

In Anhang 2 werden Informationen zur Entwicklung und Zusammensetzung der Vorräte sowie Salden gegenüber Kunden und Lieferanten offengelegt.

ANHANG 3 EINGESETZTES KAPITAL

In Anhang 3 werden Angaben zur Produktionskapazität, zu immateriellen Vermögenswerten sowie zu Finanzinvestitionen des Konzerns gemacht.

ANHANG 4 FINANZIERUNGS- AKTIVITÄTEN

In Anhang 4 werden Informationen zur Finanzierung der Konzerntätigkeiten dargelegt.

GRUNDLAGE DER ERSTELLUNG

Der verkürzte Konzernzwischenbericht wird in Übereinstimmung mit denselben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden erstellt, die auch im Konzernabschluss für 2020 angewendet wurden.

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 verkürzte konsolidierte Zwischenbericht für 2021 wird auf freiwilliger Basis erstellt, und das Management hat beschlossen, IAS 34 in Bezug auf die Angaben für die Zwischenberichterstattung nicht vollständig anzuwenden.

In Bezug auf die Leitlinien zu alternativen Leistungskennzahlen (Alternative Performance Measures, APMs), die von der European Securities and Markets Authority (ESMA) herausgegeben werden, haben wir zusätzliche Informationen zu den vom Konzern genutzten APMs bereitgestellt. Diese APMs werden als entscheidend angesehen, um die finanzielle Leistung und die Finanzlage des Konzerns zu verstehen. Da sie jedoch nicht von den IFRS definiert werden, sind sie ggf. nicht direkt mit anderen Unternehmen vergleichbar, die ähnliche Kennzahlen verwenden. Definitionen finden Sie im Glossar und in Anhang 1.3.

Die funktionale Währung der Muttergesellschaft ist die Dänische Krone. Die Berichtswährung der Muttergesellschaft und des Konzerns ist Euro.

Dieser verkürzte Zwischenabschluss wird auf die nächste Million Euro gerundet.

WÄHRUNGSRIKEN

Die Finanzposition des Konzerns unterliegt signifikanten Währungsrisiken, sowohl aufgrund von Transaktionen, die in anderen Währungen als dem Euro getätigt werden, als auch aufgrund der Umrechnung der Rechnungslegung von Organisationseinheiten, die nicht Teil der Eurozone sind. Die wesentlichsten Risiken beziehen sich auf die Rechnungslegung von Organisationseinheiten, die in GBP und SEK operieren und auf Transaktionen in Bezug

auf Umsätze in USD oder Währungen, die mit dem USD zusammenhängen.

KONZERNABSCHLUSS

Beim Konzernabschluss handelt es sich um eine Zusammenführung der Abschlüsse von Muttergesellschaft und Tochtergesellschaften in Übereinstimmung mit den Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des Konzerns. Umsatz, Kosten, Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Posten aus dem Eigenkapital der Tochtergesellschaften werden zusammengerechnet und in den entsprechenden Posten ausgewiesen. Konzerninterne Anteile, Salden und Transaktionen sowie nicht realisierte Einnahmen und Aufwendungen aus konzerninternen Transaktionen werden eliminiert.

Der Konzernabschluss bezieht sich auf Arla Foods a.m.b.a. (Muttergesellschaft) und die Tochtergesellschaften, bei denen die Muttergesellschaft direkt oder indirekt mehr als 50 Prozent der Stimmrechte besitzt bzw. auf andere Weise entscheidenden Einfluss hat, um Gewinne aus deren Tätigkeit zu erhalten. Unternehmen, die der Konzern auf Basis einer vertraglichen Vereinbarung gemeinsam kontrolliert, gelten als Joint Ventures. Unternehmen, an denen der Konzern einen maßgeblichen, nicht aber beherrschenden Einfluss hat, werden als assoziierte Unternehmen betrachtet.

Nicht realisierte Gewinne aus Transaktionen mit Joint Ventures und assoziierten Unternehmen – d. h. Gewinne aus dem Verkauf an Joint Ventures oder assoziierte Unternehmen, bei denen der Kunde mit Geldmitteln bezahlt, die zum Teil Eigentum des Konzerns sind – werden gegen den Buchwert der Anlage im Verhältnis zum Anteil des Konzerns an dem Unternehmen eliminiert. Nicht realisierte Verluste werden auf dieselbe Weise eliminiert, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem es keinen Hinweis auf Wertminderung gibt.

UMRECHNUNG VON TRANSAKTIONEN UND MONETÄREN POSITIONEN IN FREMDWÄHRUNGEN

Für jede Berichtseinheit des Konzerns wird eine funktionale Währung festgelegt. Dies ist die Währung die in dem Hauptwirtschaftsumfeld verwendet wird,

in dem die Einheit tätig ist. Führt eine Berichtseinheit Transaktionen in einer Fremdwährung durch, so weist es die Transaktion unter Verwendung des Wechselkurses am Transaktionsdatum in ihrer funktionalen Währung aus. Monetäre Vermögenswerte und Verbindlichkeiten in Fremdwährungen werden unter Verwendung des Wechselkurses am Berichtsdatum in die funktionale Währung umgerechnet. Wechselkursdifferenzen werden ergebniswirksam als Finanzposten erfasst. Nicht monetäre Posten wie z. B. Sachanlagen, die auf Grundlage der historischen Kosten in einer Fremdwährung bewertet werden, werden bei ihrer ersten Erfassung in die funktionale Währung umgerechnet.

UMRECHNUNG VON AUSLÄNDISCHEN GESCHÄFTEN

Die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten der Unternehmen des Konzerns, u. a. der Anteil der Nettovermögenswerte und der Firmenwert von Joint Ventures und assoziierten Unternehmen mit einer anderen funktionalen Währung als Euro, werden unter Verwendung des Wechselkurses zum Halbjahresende in Euro umgerechnet. Der Umsatz, die Kosten und der Anteil des Ergebnisses werden unter Verwendung des durchschnittlichen Monatskurses in Euro umgerechnet, wenn sich dieser nicht wesentlich von dem Kurs zum Transaktionsdatum unterscheidet. Wechselkursdifferenzen werden im sonstigen Ergebnis ausgewiesen und in die Währungsumrechnungsrücklage gebucht.

ÜBERNAHME VON NEUEN ODER ÜBERARBEITETEN IFRS

Der Konzern hat alle neuen Standards und Interpretationen verwendet, die im Jahr 2021 in der EU verbindlich waren. Das IASB hat eine Reihe neuer oder geänderter und überarbeiteter Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden herausgegeben sowie Interpretationen, die noch nicht in Kraft getreten sind. Arla wird diese neuen Methoden übernehmen, sobald sie verbindlich werden. Es werden keine wesentlichen Auswirkungen erwartet.

Umsatz und Kosten

1.1 UMSATZ



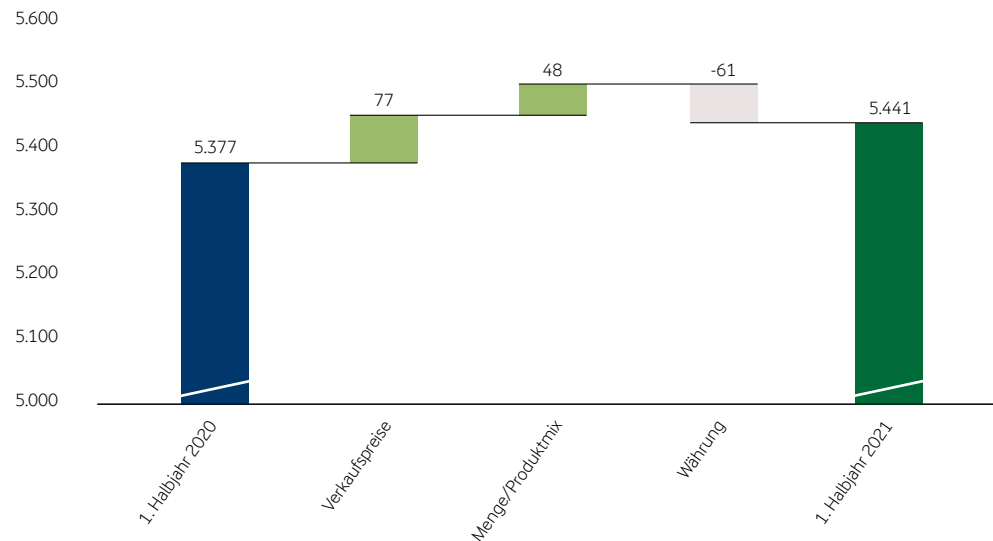
Höherer Umsatz dank Verkauf größerer Markenmengen

Der Umsatz ist im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres um 1,2 Prozent von 5.377 Millionen EUR auf 5.441 Millionen EUR gestiegen. Höhere Verkaufspreise steigerten den Umsatz um 77 Millionen EUR, während sich Veränderungen am Mengen-/Produktmix mit 48 Millionen EUR positiv auswirkten. Negative Währungseffekte beliefen sich auf 61 Millionen EUR und lassen sich auf einen schwächeren USD, eine stärkere SEK und ein neutrales GBP gegenüber dem Euro zurückführen.

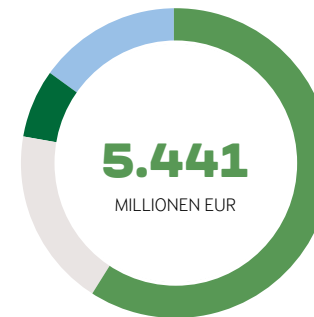
Der strategische Markenumsatz belief sich im ersten Halbjahr 2021 auf 2.657 Millionen EUR im Vergleich zu 2.557 Millionen EUR im Vorjahreszeitraum. Das mengenbasierte Umsatzwachstum durch strategische Marken betrug 5,6% und wird in der Leistungsübersicht auf Seite 13 und in Anhang 1.3 auf Seite 25 näher beschrieben.

Weitere Informationen über die Entwicklung unserer Geschäftsbereiche können der Finanzübersicht auf Seite 14 entnommen werden.

Umsatzentwicklung (Millionen EUR)

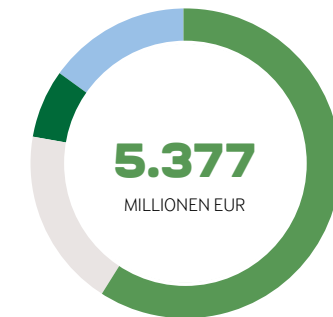


Umsatz nach Geschäftsbereich, 1. Halbjahr 2021



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

Umsatz nach Geschäftsbereich, 1. Halbjahr 2020



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

Umsatz nach Marke (Millionen EUR)

	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020
Arla®	1.626	1.514
Lurpak®	305	315
Puck®	207	230
Castello®	85	78
Marken für Milchgetränke	132	103
Sonstige Marken	302	317
Umsatz durch strategische Marken	2.657	2.557
AFI	387	360
Nicht strategische Marken und sonstige	2.397	2.460
Gesamt	5.441	5.377

Umsatz und Kosten

1.2 KOSTEN



Höherer Milchpreis für Landwirte und veränderter Markenmix führten zu höheren Kosten

Die Betriebskosten beliefen sich auf 5.228 Millionen EUR im Vergleich zu 5.151 Millionen EUR im ersten Halbjahr des Vorjahres. Dies entspricht einem Anstieg um 1,5 Prozent.

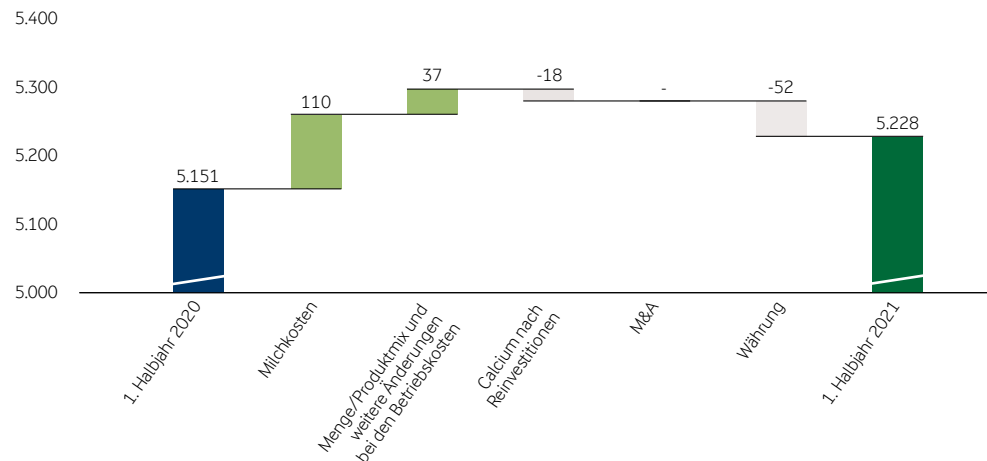
Die Herstellungskosten sind im Vergleich zum ersten Halbjahr 2020 um 84 Millionen EUR von 4.203 Millionen EUR auf 4.287 Millionen EUR die Kosten für Rohmilch um 110 Millionen EUR erhöhten. Der vorausgezählte Milchpreis an Genossenschaftsmitglieder erhöhte sich um 117 Millionen EUR, während die Kosten für sonstige Milch um 7 Millionen EUR sanken. Die Herstellungskosten ohne Rohmilchkosten sanken im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 26 Millionen EUR.

Die Vertriebskosten sanken um 11 Millionen EUR, vor allem innerhalb des Geschäftsbereichs International.

Die Personalkosten stiegen auf 678 Millionen EUR gegenüber 667 Millionen EUR im ersten Halbjahr des Vorjahres, was auf Insourcing in MENA sowie regelmäßige Gehaltsanpassungen bei Arla zurückzuführen ist.

Die Einsparungen durch das Calcium-Programm beliefen sich im ersten Halbjahr 2021 inflationsbereinigt auf 29 Millionen EUR. Der Nettokosteneffekt gegenüber dem ersten Halbjahr 2020 betrug 18 Millionen EUR und beinhaltet Reinvestitionen.

Entwicklung der Betriebskosten (Millionen EUR)



Betriebskosten nach Funktion und Art (Millionen EUR)

	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020
Herstellungskosten	4.287	4.203
Vertriebskosten	734	745
Verwaltungskosten	207	203
Gesamt	5.228	5.151
<i>Spezifikation:</i>		
Bezogene Rohmilch	2.583	2.473
Sonstige Herstellungsmaterialien*	880	936
Personalkosten	678	667
Transportkosten	347	323
Marketingkosten	113	112
Abschreibungen (auf Sachanlagen bzw. immaterielle Vermögenswerte) und Wertminderung	233	225
Sonstige Kosten**	394	415
Gesamt	5.228	5.151
Durchschnittliche Anzahl der Vollzeitbeschäftigten	20.304	19.610

* Sonstige Herstellungsmaterialien umfassen Verpackungen, Zusatzstoffe, Verbrauchsmaterialien und Veränderungen bei Vorräten.
** Sonstige Kosten umfassen hauptsächlich Wartung, Versorgung und IT.

Bezogene Rohmilch (Millionen EUR)

	1. Halbjahr 2021		1. Halbjahr 2020	
	Mio. kg	Millionen EUR	Mio. kg	Millionen EUR
Milch von Genossenschaftsmitgliedern	6.343	2.345	6.360	2.228
Sonstige Milch	596	238	625	245
Gesamt	6.939	2.583	6.985	2.473

Umsatz und Kosten

1.3 LEISTUNGSKENNZAHLEN

Der Konzern betrachtet die im Folgenden dargelegten alternativen Kennzahlen als relevante Indikatoren für die Leistung der Gruppe. Sie sind jedoch keine Anforderungen gemäß IFRS.

Milch-Leistungspreis



Starke Geschäftsentwicklung führte zu höherem Milch-Leistungspreis

Arlas Milch-Leistungspreis ist ein wichtiges Maß für die Gesamtleistung und steht für die Wertschöpfung pro Kilogramm Milch, das von unseren Mitgliedern geliefert wird. Der Milch-Leistungspreis wird aus dem standardisierten vorausgezählten Milchpreis berechnet, der in den Herstellungskosten enthalten

ist, zuzüglich des Anteils am Jahresgewinn von Arla Foods amba, dividiert durch die im ersten Halbjahr 2021 gelieferte Milchmenge. Der Milch-Leistungspreis betrug 38,6 Eurocent/kg Milch unserer Genossenschaftsmitglieder gegenüber 37,0 Eurocent/kg Milch in der ersten Jahreshälfte 2020.

Milch-Leistungspreis

	1. Halbjahr 2021			1. Halbjahr 2020		
	Millionen EUR	Menge in Mio. kg	Eurocent/kg	Millionen EUR	Menge in Mio. kg	Eurocent/kg
Milch von Genossenschaftsmitgliedern	2.345	6.343	37,0	2.228	6.360	35,0
Anpassung an Standardmilch (4,2% Fett, 3,4% Protein)			-1,0			-0,6
Vorausgezahlter Standard-Milchpreis			36,0			34,4
Anteil von Arla Foods amba am Überschuss des Berichtszeitraums	165		2,6	163		2,6
Gesamt		6.343	38,6*		6.360	37,0

*Bis zum 30. Juni 2021 betrug der Milchrechnungsfaktor von Liter in kg für Milchmengen 1,02. Ab dem 1. Juli 2021 beträgt der Milchrechnungsfaktor 1,03.

Mengenbasiertes Umsatzwachstum durch strategische Marken



Anhaltend starkes Markenwachstum

Das mengenbasierte Umsatzwachstum (VDRG) ist definiert als Umsatzwachstum, das sich aus dem Volumenwachstum bei konstanter Preisgestaltung ergibt. Das VDRG durch strategische Marken ist eine alternative Leistungskennzahl zur Unterstützung und zum Verständnis des nicht preislichen Umsatzwachstums und der Leistung

unserer Markenprodukte. Das mengenbasierte Umsatzwachstum durch strategische Marken lag im ersten Halbjahr 2021 bei 5,6 Prozent, im Vergleich zu 10,4 Prozent im ersten Halbjahr des Vorjahres. Der Hauptgrund für diesen anhaltenden Zuwachs war eine höhere Nachfrage nach Markenprodukten im Einzelhandel.

Mengenbasiertes Umsatzwachstum durch strategische Marken

(Millionen EUR)

	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020
Umsatz durch strategische Marken, letztes Halbjahr	2.557	2.220
Mengenbasiertes Umsatzwachstum durch strategische Marken	140	231
Preis- und Wechselkursanpassungen	-40	106
Umsatz durch strategische Marken	2.657	2.557
Mengenbasiertes Umsatzwachstum durch strategische Marken, %	5,6%	10,4%

Die Berechnung des mengenbasierten Umsatzwachstums durch strategische Marken basiert auf festen Wechselkursen und ist definiert als Mengenwachstum von 140 Millionen EUR dividiert durch den Nettobetrag des Umsatzes durch strategische Marken des Vorjahres von 2.557 Millionen EUR und einen Wechselkurseffekt von durchschnittlichen zu festen Wechselkursen von -58 Millionen EUR.

Gewinnanteil



Gewinnanteil entspricht den Erwartungen

Arla strebt einen Gewinnanteil von 2,8 bis 3,2 Prozent des Umsatzes an. Berechnet wird er anhand des Überschusses, der den Genossenschaftsmitgliedern zugeteilt wird. In der ersten Hälfte des Jahres 2021 belief sich der Gewinnanteil auf 165 Millionen EUR

gegenüber 163 Millionen EUR in der Vorjahresperiode. Das entsprach 3,0 Prozent des Umsatzes. Der an die Genossenschaftsmitglieder ausschüttungsfähige Gewinn wird in der Gewinnzuteilung am Jahresende angegeben.

Gewinnanteil

(Millionen EUR)

	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020
Umsatz	5.441	5.377
Halbjahresüberschuss	172	166
Gewinn der Minderheitsgesellschafter	-7	-3
Gewinn der Mitglieder	165	163
Gewinnanteil	3,0%	3,0%

Der Gewinnanteil wird folgendermaßen berechnet: 165 Millionen EUR dividiert durch 5.441 Millionen EUR. Damit entspricht dies 2021 einem Wert von 3,0 Prozent.

Nettoumlaufvermögen

2.1 NETTOUMLAUFVERMÖGEN



Nettoumlaufvermögen durch höhere Preise und Lagerbestände angetrieben

Das Nettoumlaufvermögen erhöhte sich um 164 Millionen EUR auf 966 Millionen EUR. Dies entspricht einer Zunahme von 20 Prozent gegenüber dem Buchwert am 30. Juni 2020.

Gemessen in Tagen des Umsatzes* erhöhte sich das Nettoumlaufvermögen auf 36 Tage im Vergleich zu 30 Tagen Ende Juni letzten Jahres. Der Anstieg ist auf den bewusst reduzierten Einsatz von Finanzierungsprogrammen für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und höhere Vorräte zurückzuführen.

Finanzierungsprogramme für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden als fester Bestandteil unseres Liquiditätsmanagements verwendet. Zusammen mit gestiegenen Verkaufspreisen war dies der Hauptgrund für eine Erhöhung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 176 Millionen EUR gegenüber dem 30. Juni 2020.

Die Lagerbestände erhöhten sich aufgrund höherer Milchpreise und höherer Mengen um 49 Millionen EUR, die teilweise durch die Umgliederung bestimmter Ersatzteilpositionen zum Vorjahr ausgeglichen wurden.

Während der Pandemie und darüber hinaus haben wir die Entwicklung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sorgfältig beobachtet. Wir haben keine erhebliche negative Entwicklung in Bezug auf überfällige Zahlungen festgestellt, und die Rückstellung für erwartete Verluste verringerte sich zum 30. Juni 2021 um 3 Millionen EUR auf 14 Millionen EUR.

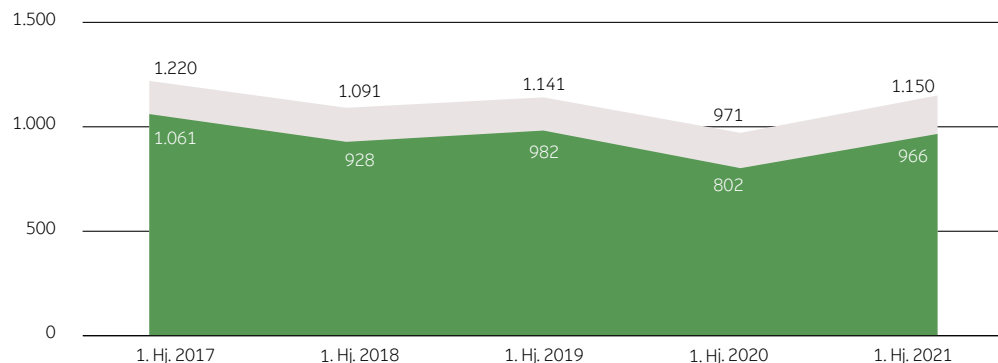
Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich aufgrund der regulären Geschäftstätigkeit um 61 Millionen EUR auf 1.184 Millionen EUR.

Wir streben kontinuierlich danach, 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, wenn von Bedeutung, zu optimieren.

* Gemessen anhand von 3-Monats-Daten.

Nettoumlaufvermögen

(Millionen EUR)



■ Nettoumlaufvermögen ohne Verbindlichkeiten für die Milch von Mitgliedern ■ Nettoumlaufvermögen

Nettoumlaufvermögen

(Millionen EUR)

	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020
Vorräte	1.203	1.154
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	947	771
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-1.184	-1.123
Nettoumlaufvermögen	966	802

Vorräte

(Millionen EUR)

	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020
Vorräte vor Abschreibungen	1.223	1.182
Abschreibungen	-20	-28
Vorräte, gesamt	1.203	1.154
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	246	297
Unfertige Erzeugnisse	392	332
Fertige Erzeugnisse und Handelswaren	565	525
Vorräte, gesamt	1.203	1.154

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

(Millionen EUR)

	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen vor Rücklagen für erwartete Verluste	961	788
Rücklage für erwartete Verluste	-14	-17
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, gesamt	947	771

Eingesetztes Kapital

3.1 EINGESETZTES KAPITAL



Anhaltend hohe Investitionen

Der Buchwert der langfristigen Vermögenswerte stieg auf 4.527 Millionen EUR im Vergleich zu 4.210 Millionen EUR am 30. Juni 2020.

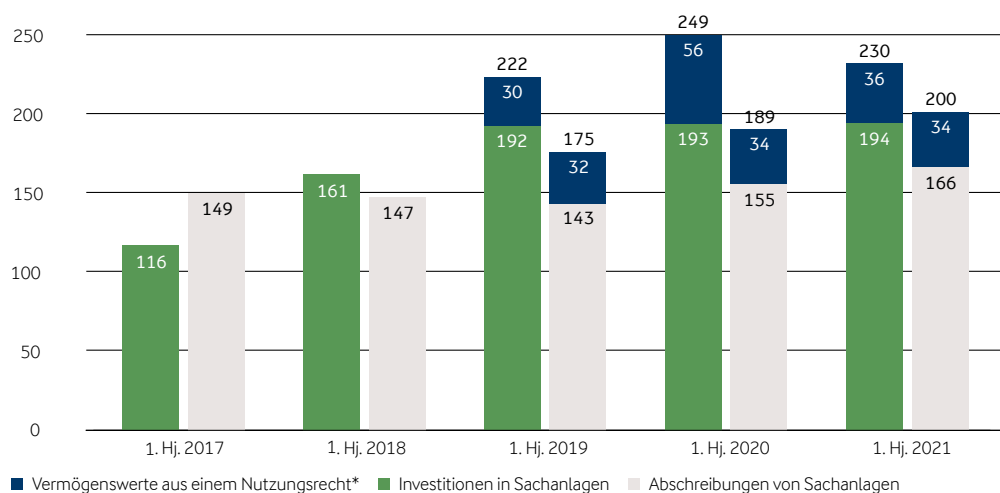
Die immateriellen Vermögenswerte und Firmenwerte erhöhten sich geringfügig auf 951 Millionen EUR gegenüber 941 Millionen EUR zum 30. Juni 2020. Der Anstieg ist auf Wechselkurseffekte auf den Firmenwert zurückzuführen und wird teilweise durch Abschreibungen auf Marken, IT und andere Entwicklungsprojekte kompensiert.

Der Buchwert von Sachanlagen und Vermögenswerten, einschließlich Vermögenswerten aus einem Nutzungsrecht stieg um 239 Millionen EUR auf 2.960 Millionen EUR. Die Investitionen einschließlich Vermögenswerten aus einem Nutzungsrecht beliefen sich im ersten Halbjahr auf 230 Millionen EUR. Die gesamten Abschreibungen betragen 200 Millionen EUR. Beide Werte befinden sich damit auf dem Niveau

des ersten Halbjahres des Vorjahres. Der Großteil der CAPEX-Investitionen im ersten Halbjahr 2021 umfasste den anhaltenden Bau des Milchpulverturms in Pronsfeld, Deutschland, die Produktionsstätten für die Marken Kraft® und Puck® in Bahrain, die Kapazitätserweiterung der Mozzarella-Produktion in Branderup, Dänemark, und ein neues AFI Innovation Center in Dänemark.

Der bilanzierte Wert von assoziierten Unternehmen und Joint Ventures betrug 507 Millionen EUR im Vergleich zu 460 Millionen EUR am 30. Juni 2020. Dies bezieht sich im Wesentlichen auf den Buchwert der Investitionen in COFCO Dairy Holding Ltd. (Mengniu) und LRF. Der proportionale Anteil des Konzerns an den Nettovermögenswerten von COFCO Dairy Holding Ltd. belief sich auf 387 Millionen EUR im Vergleich zu 348 Millionen EUR am 30. Juni 2020. Der Buchwert der Investitionen in COFCO Dairy Holding Ltd. beinhaltet den Firmenwert in Höhe von 142 Millionen EUR.

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



Immaterielle Vermögenswerte und Firmenwert (Millionen EUR)

	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020
Firmenwert	691	668
Lizenzen und Warenzeichen	79	84
IT- und sonstige Entwicklungsprojekte	181	189
Buchwert per 30. Juni	951	941

Abschreibungen auf Sachanlagen, einschließlich Vermögenswerten aus einem Nutzungsrecht (Millionen EUR)

	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020
Grundstücke und Gebäude	1.009	971
Anlagen und Maschinen	1.202	1.140
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	200	214
Anlagen im Bau	549	396
Buchwert per 30. Juni	2.960	2.721

Vermögenswerte aus einem Nutzungsrecht (Millionen EUR)

	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020
Grundstücke und Gebäude	140	127
Anlagen und Maschinen	11	16
Einrichtungen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	81	83
Buchwert per 30. Juni	232	226

Werte von assoziierten Unternehmen und Joint Ventures (Millionen EUR)

	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020
Anteil am Eigenkapital der COFCO Dairy Holding AG (Mengniu)	245	197
Firmenwert der COFCO Dairy Holding AG (Mengniu)	142	151
Eigenkapitalanteil in nicht wesentlichen assoziierten Unternehmen	86	78
Bilanzwerte von assoziierten Unternehmen	473	426
Eigenkapitalanteil in nicht wesentlichen Joint Ventures	34	34
Bilanzwerte von assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	507	460

Finanzierungsaktivitäten

4.1 FINANZIERUNGSAKTIVITÄTEN UND PENSIONEN



Gestiegene verzinsliche Nettoverbindlichkeiten

Der Verschuldungsgrad des Konzerns betrug 2,8. Dies bedeutet im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres eine Erhöhung um 0,2. Die verzinslichen Nettoverbindlichkeiten ohne Pensionsverpflichtungen stiegen um 357 Millionen EUR gegenüber dem 30. Juni 2020. Der Anstieg ist auf die Liquiditätsbindung im Nettoumlaufvermögen und eine außerordentlich hohe Nachzahlung für 2020 zurückzuführen. Darüber hinaus konnten wir unsere CAPEX-Investitionen auf hohem Niveau halten.

Die neuen Kreditaufnahmen beliefen sich auf 256 Millionen EUR, und umfassten eine grüne Anleihe aus Schweden in Höhe von 148 Millionen EUR.

Die Pensionsverpflichtungen beliefen sich auf 233 Millionen EUR gegenüber 235 Millionen EUR am 30. Juni 2020. Nicht enthalten in der Position am 30. Juni 2021 ist ein britisches Netto-Pensionsvermögen. Es wird separat bilanziert und nicht in die Berechnung der verzinslichen Nettoverbindlichkeiten und des Verschuldungsgrads einbezogen.

Das britische Pensionsvermögen hatte einen Buchwert von 59 Millionen EUR gegenüber 37 Millionen EUR zum 30. Juni 2020.

Das Fälligkeitsprofil der Verbindlichkeiten verringerte sich von 5,8 Jahren im Vorjahreszeitraum auf 5,1 Jahre. Die durchschnittliche Fälligkeit wird durch die Laufzeit, die Refinanzierung oder das Eingehen neuer verbindlicher Kreditfazilitäten und der Höhe der verzinslichen Verbindlichkeiten beeinflusst. Die durchschnittlichen Zinsaufwendungen – exklusive Pensionen – betragen 1,9 Prozent im Vergleich zu 2,4 Prozent im Vorjahreszeitraum.

Die Liquiditätsreserven verringerten sich von 701 Millionen EUR zum 30. Juni 2020 auf 503 Millionen EUR, was im Wesentlichen auf die Fälligkeit von Verbindlichkeiten und ein höheres Nettoumlaufvermögen zurückzuführen ist. Die Liquiditätsreserven werden für Arla als ausreichend betrachtet. Aufgrund der starken Liquidität wurden keine außergewöhnlichen Maßnahmen ergriffen, um die Liquidität während der unsicheren Marktsituation aufgrund der Pandemie zu sichern.

Verschuldungsgrad

2,8

1. Halbjahr 2021

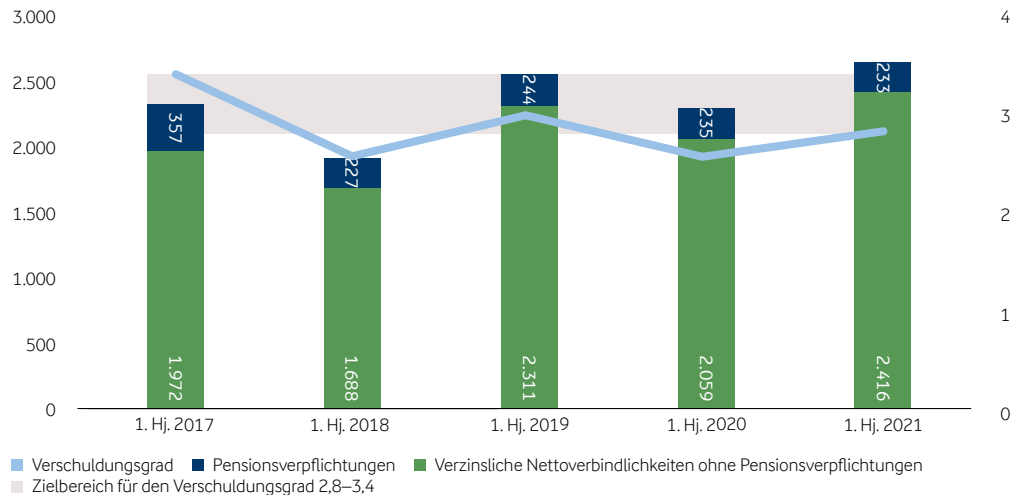
Verschuldungsgrad

2,6

1. Halbjahr 2020

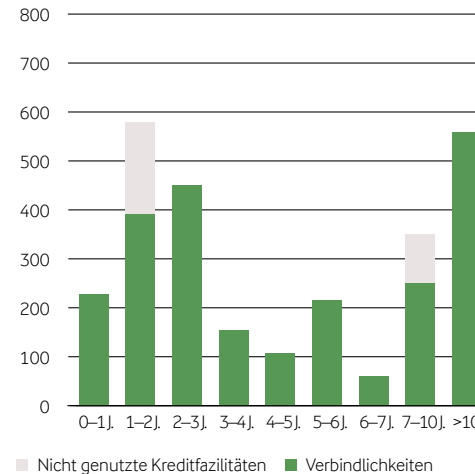
Verzinsliche Nettoverbindlichkeiten

(Millionen EUR)



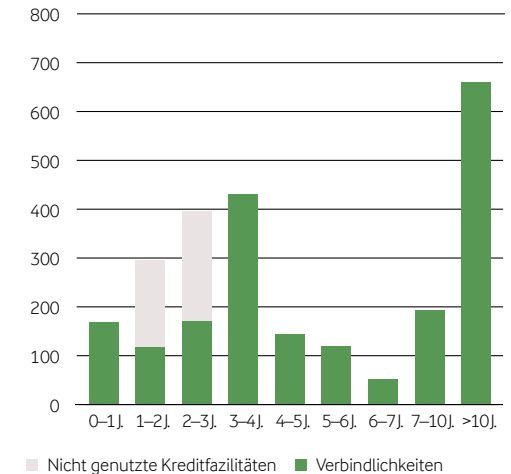
Fälligkeit der verzinslichen Nettoverbindlichkeiten ohne Pensionsverpflichtungen am 30. Juni 2021

(Millionen EUR)



Fälligkeit der verzinslichen Nettoverbindlichkeiten ohne Pensionsverpflichtungen am 30. Juni 2020

(Millionen EUR)



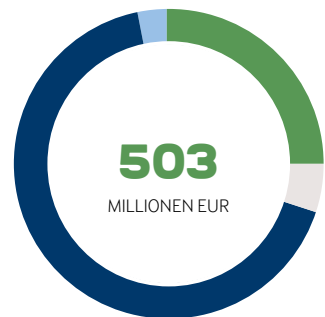
Finanzierungsaktivitäten

4.1 FINANZIERUNGSAKTIVITÄTEN UND PENSIONEN

Liquiditätsreserven (Millionen EUR)	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	124	150
Wertpapiere (freier Cashflow)	25	11
Nicht genutzte verbindliche Dispositionskredite	339	406
Nicht genutzte sonstige Dispositionskredite	15	134
Gesamt	503	701

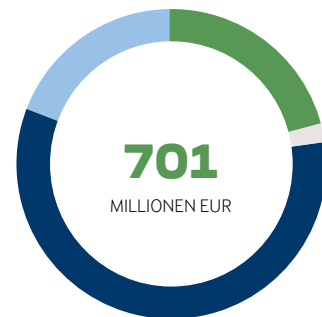
Wechselkurse	Schlusskurs			Durchschnittskurs		
	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020	Veränderung %	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020	Veränderung %
EUR/GBP	0.860	0.914	5,9	0.868	0.873	0,6
EUR/SEK	10.147	10.489	3,3	10.129	10.660	5,0
EUR/DKK	7.436	7.452	0,2	7.437	7.465	0,4
EUR/USD	1.190	1.124	-5,8	1.205	1.102	-9,3
EUR/SAR	4.464	4.217	-5,9	4.520	4.137	-9,2

Liquiditätsreserven, 1. Halbjahr 2021



- Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente 25%
- Wertpapiere (freier Cashflow) 5%
- Nicht genutzte verbindliche Dispositionskredite 67%
- Nicht genutzte sonstige Dispositionskredite 3%

Liquiditätsreserven, 1. Halbjahr 2020



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

Pensionsverpflichtungen (Millionen EUR)	1. Halbjahr 2021	1. Halbjahr 2020
Barwert gedeckter Verbindlichkeiten	1.692	1.662
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens	-1.524	-1.473
Fehlbetrag der gedeckten Pläne	168	189
Barwert der nicht gedeckten Verbindlichkeiten	6	9
In der Bilanz erfasste Nettopensionsverbindlichkeiten	174	198
<i>Vorgelegt als:</i>		
Pensionsvermögen	-59	-37
Pensionsverpflichtungen	233	235
Pensionsverpflichtungen, netto	174	198

Der britische Pensionsplan wird als Überschuss und der schwedische Pensionsplan als Defizit dargestellt. Der Überschuss wird als Pensionsvermögen und das Defizit als Pensionsverpflichtungen dargestellt.

Annahmen für die versicherungsmathematischen Berechnungen	1. Halbjahr 2021 %	1. Halbjahr 2020 %
Abzinsungsfaktor, Schweden	1,9	1,5
Abzinsungsfaktor, Großbritannien	2,0	1,5
Erwartete Lohnkostenerhöhung, Schweden	2,4	2,3
Erwartete Lohnkostenerhöhung, Großbritannien	3,3	2,8
Inflation (VPI), Schweden	1,9	1,4
Inflation (VPI), Großbritannien	2,5	1,7

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 „Earnings before interest and taxes“ (Gewinn vor Zinsen und Steuern) und bezeichnet den Gewinn aus der operativen Geschäftstätigkeit.

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

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 Landwirten 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.

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 von Arla Foods Ingredients 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.

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

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

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 Landwirte.

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

VPI ist die Abkürzung für „Verbraucherpreisindex“.

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

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

UNTERNEHMENS- KALENDER

Finanzberichte und wichtige Ereignisse

26. AUGUST

Veröffentlichung des Halbjahresabschlusses 2021

26.-27. AUGUST

Außerordentliche Tagung des Board of Representatives (BoR, Vertreterversammlung)

26.-27. OKTOBER

Tagung der Board of Representatives (BoR, Vertreterversammlung)

10. FEBRUAR

Bekanntgabe der Ergebnisse des Jahres 2021

23.-24. FEBRUAR

Tagung der Board of Representatives (BoR, Vertreterversammlung)

24. FEBRUAR

Veröffentlichung des Jahresabschlusses 2021



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 Foods Deutschland GmbH

Wahlerstraße 2
40472
Düsseldorf
Deutschland

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

www.arlafoods.de