

Vandemoortele veröffentlicht Jahresergebnisse 2023

In einem herausfordernden Jahr 2023, das von einer unsicheren Wirtschaft und anhaltenden geopolitischen Spannungen geprägt war, erzielte Vandemoortele hervorragende Ergebnisse.



Vandemoortele

Der Konzernumsatz stieg um 186 Millionen Euro auf 1.925 Millionen Euro. Das bereinigte EBITDA lag um 51 Millionen Euro höher als 2022. „Was die EBITDA-Marge betrifft, so sind wir wieder auf dem Niveau von vor Corona. Das beweist, dass unsere Geschäftsstrategie aufgeht“, sagt CEO Yvon Guérin. „Das ganze Jahr über haben wir uns auf eine höhere Wertschöpfung und einen besseren Produkt-, Vertriebskanal- und Ländermix konzentriert. Wir haben unseren Fokus auch weiterhin auf operative Spitzenleistungen gelegt. Beide Geschäftsbereiche von **Vandemoortele**, Bakery Products (BP) und Plant-Based

Food Solutions (PBFS), erzielten 2023 sehr gute Ergebnisse.

Die erste Hälfte des Jahres 2023 war von der Inflation geprägt, was auch Auswirkungen auf das Unternehmen hatte. „Genau wie im Jahr 2022 waren wir mit steigenden Preisen und höheren Arbeitskosten konfrontiert. Unsere beiden Geschäftsbereiche haben dies sehr gut gemeistert: Unser Absatz blieb konstant, während unser Umsatz stieg. Durch Maßnahmen zur Kostensenkung sowie einige erforderliche Preiserhöhungen, ist es uns gelungen, unsere eigenen Kosten auszugleichen. Eine unserer wichtigsten Errungenschaften war die starke Marktentwicklung in Mitteleuropa“, so Guérin.

Um die Leistung des Unternehmens weiter zu verbessern, hat Vandemoortele im Jahr 2023 an zahlreichen internen Umgestaltungen gearbeitet. Die wichtigste davon war die Fusion der beiden Transport-Tochterfirmen zu einem neuen Unternehmen: Vandemoortele Transport Solutions. Die Vandemoortele-Gruppe überprüfte auch die Back-Office-Prozesse ihrer Vertriebsabteilungen, führte weitere einheitliche Softwarelösungen ein und startete Finance for the Future: ein neuer Ansatz für die Finanzabteilung.

Ausblick: mengenmäßiges Wachstum

Die Produktionskapazitäten wurden kürzlich erweitert und Vandemoortele erwartet für 2024 ein mengenmäßiges Wachstum. Auch die geografische Expansion wird fortgesetzt und der Fokus auf Exportmöglichkeiten außerhalb Europas erhöht. Gleichzeitig will das Unternehmen die digitale Transformation beschleunigen. In Hinblick auf Marken und Produkte werden vor allem Mehrwertkonzepte forciert. „Von der operativen Exzellenz bis hin zu Vertrieb und Marketing - unser Erfolg wird weitgehend von unseren Mitarbeitern bestimmt. Daher werden sie immer das Herzstück unseres Unternehmens sein“, sagt Yvon Guérin.

Nachhaltig eine geschmackvolle Zukunft

gestalten

Der Geschäftsführer berichtet ebenfalls zu den Fortschritten im Bereich Nachhaltigkeit. "Neben unseren ausgezeichneten Finanzergebnissen haben wir auch im Bereich der Nachhaltigkeit große Fortschritte gemacht. Besonders hervorzuheben sind unsere hervorragenden Sicherheitsergebnisse und die sehr hohe Qualität unserer Produkte. Die Ergebnisse unserer jährlichen Umfrage zum Mitarbeiterengagement waren die besten aller Zeiten. Alles in allem haben wir die Messlatte für 2024 sehr hochgelegt," sagt CEO Yvon Guérin. „Zudem war unsere wichtigste Nachhaltigkeitsleistung im Jahr 2023 die gründliche Aktualisierung unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Wir mussten uns an der CSRD orientieren, der neuen europäischen Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung“, fügt er hinzu. Ein Prozess, der im Hintergrund ablief. Laut Guérin erhofft sich das Unternehmen aber Wettbewerbsvorteile, da es diese neue gesetzliche Herausforderung rechtzeitig anging. Alle Fortschritte, die das Unternehmen in Hinblick auf Nachhaltigkeit im vergangenen Jahr erzielt hat, sind im zweiten Teil des Annual Integrated Report nachzulesen.

Eine große kleine Familie feiert Geburtstag - 125 Jahre Geschmack und Qualität

Seit 125 Jahren bringt Vandemoortele Geschmack und innovative **Lebensmittellösungen** in die Welt. Im Jahre 1899 gründete Constant Vandemoortele mit seinem Sohn Adhémair das Unternehmen Vandemoortele in Izegem in Belgien. Dies ist auch heute noch ein **Vandemoortele** Werk. Jede Generation der Familie brachte neue Ideen ein und trieb das Wachstum voran. Das Unternehmen startete mit der Produktion von Öl, zuerst für den industriellen Gebrauch, später als Hersteller von Speiseöl mit Fokus auf Qualität und Geschmack.

1946 erwarb Vandemoortele den ältesten belgischen Margarinehersteller, Albers, eignete sich das Know-how dieser

Sparte an und begann mit großem Erfolg mit der Produktion und dem Verkauf von Margarinen. In den 1960er Jahren kam die Entwicklung neuer Mehrwertprodukte für Bäckereien, wie zum Beispiel Hefe- und Blätterteige, dazu. Das Fachwissen und das Team wuchs, die Fabriken wurden erweitert und die Produktpalette vervielfachte sich.

1978 wurde das Familienunternehmen um einen bedeutenden Geschäftsbereich erweitert: Tiefgekühlte Backwaren. Ein Meilenstein für diesen Geschäftsbereich lag im Jahr 1997, als Vandemoortele mit der Produktion von original amerikanischen Donuts unter der Marke THE ORIGINAL DOONY'S® startete. Der große Erfolg inspirierte Vandemoortele, das Sortiment um Kuchen, Muffins und andere süße Snacks zu erweitern. Die Backwarensparte expandierte weiter.

In den letzten zwei Jahrzehnten entwickelte sich das Unternehmen in seinen Geschäftsbereichen zu einem Marktführer in Europa, der sich auf Tiefkühlbackwaren und pflanzenbasierte Lebensmittellösungen spezialisiert hat. Vandemoortele geht dabei führend voran, die Lebensmittelindustrie nachhaltiger zu gestalten. Jeder Schritt, von der Beschaffung der Zutaten bis zur Lieferung der Produkte wird sorgfältig durchdacht, um sicherzustellen, dass die Ergebnisse die höchsten Qualitätsansprüche erfüllen für Mensch und Umwelt.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at