

Erfolg mit Käse

Savencia will in Wiesbaden wachsen

VON ANNA DRIFTSCHRÖER

Für den französischen Milchverarbeiter Savencia hätte das Geschäft in Deutschland 2016 fast nicht besser laufen können: Trotz der angespannten Situation auf dem Milchmarkt konnte das Unternehmen, das sich auf Käsemarken spezialisiert hat, seinen Absatz hierzulande deutlich steigern. Fürs laufende Jahr plant Savencia, seine Deutschland-Zentrale in Wiesbaden auszubauen.

Entscheidend zum guten Ergebnis beigetragen hätten vor allem Produkte wie Géramont Minis oder Le Snack, teilte das Unternehmen mit. Der Bereich Snacking sei ein Trend, der ungebrochen anhalte. Aber auch die Marke Géramont, die sich mit 200 000 verkauften Packungen pro Tag als beliebteste Käsemarke der Deutschen etabliert habe, habe den Absatz positiv beeinflusst. Etwa 15 Millionen Haushalte hätten den Weichkäse im vergangenen Jahr konsumiert, eine halbe Million mehr als 2015, so Savencia.

Weitere Erfolge erzielte Savencia bei der Marke Fol Epi, die 2016 überdurchschnittlich gewachsen ist, sowie St. Albray. Diese verzeichnete im zweiten Jahr in Folge ein zweistelliges Wachstum.

Insgesamt konnte der Milchverarbeiter im vergangenen Jahr etwa eine Million mehr Haushalte mit seinen Produkten erreichen. Umsatzzahlen für das deutsche Geschäft nannte Savencia nicht.

Nicht verschont geblieben ist der Käsehersteller allerdings vom Preisverfall auf dem Milchmarkt. Die Folgen der Krise würden sich auch noch 2017 bemerkbar machen, kündigte der französische Mutterkonzern an. Aufgrund der rückläufigen Milchmenge kommt es nun erneut zu Preissprüngen. Enorm angezogen haben hierzulande die Preise für Butter und Rahm, wodurch die Hersteller zunehmend unter Druck geraten. Da die Milchspitze in diesem Jahr bereits erreicht und Butter und Rahm noch immer knapp seien, rechnet Savencia mit weiteren Preisanstiegen.

Noch dieses Jahr will der Käsehersteller seinen Standort Wiesbaden personell verstärken. Zahlen nannte das Unternehmen nicht. Derzeit sind dort 230 Mitarbeiter beschäftigt, die für Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb internationaler Käsespezialitäten zuständig sind.

Aymeric de la Fouchardière, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Savencia Fromage & Dairy Deutschland, zeigt sich zufrieden mit dem Geschäft des vergangenen Jahres. „Wir schauen nicht so sehr, was die anderen machen, sondern konzentrieren uns auf unser eigenes Business. Und damit liegen wir offensichtlich richtig“, sagt er. Die gesamte Gruppe erzielte 2016 einen Gewinn von 112 Millionen Euro – rund 80 Prozent mehr als im Vorjahr. Die Umsatzerlöse beliefen sich auf 4,4 Milliarden Euro und lagen damit 0,5 Prozent unter dem Niveau von 2015.



Savencia gehören Käsemarken wie Géramont und Fol Epi. SAVENCIA