

(Berlin, 10.Mai 2024) VEGANZ GROUP AG: Veganz veröffentlicht Geschäftsbericht 2023

10.05.2024 / 07:35 CET/CEST

Für den Inhalt der Mitteilung ist der Emittent / Herausgeber verantwortlich.

Veganz veröffentlicht Geschäftsbericht 2023

- 50% Reduktion der Verluste dank Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungsprogramm
- 6% Wachstum in Kernkategorien und Skalierung eCommerce
- Standortwechsel in die Veganz Food Factory Ludwigsfelde
- Erfolgreicher Produktionsstart und Markteinführung Veganz Mililk®

(Berlin, 10.Mai 2024) Auch die Veganz Group AG (veganz.de), die innovative Food Marke und Pionier für die Entwicklung und Produktion pflanzlicher Lebensmittel, hatte 2023 mit der Kaufzurückhaltung und der anhaltend schwachen konjunkturellen Entwicklung zu kämpfen. In einem von Unsicherheiten geprägtem Konsumklima und einem Trading-Down der Konsument:innen hin zu Eigenmarken, begegnete die Veganz Group AG mit strategischen Sortimentsbereinigungen, einem Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungsprogramm und dem erfolgreichen Ausbau von Produktionskapazitäten pflanzliche Innovationen für Marken und Eigenmarken. Dank der effektiven Maßnahmen wuchs das Unternehmen um 6% in den strategischen Kernkategorien. In der Kategorie vegetarische Riegel performte sie das Marktwachstum in Deutschland aus, während im Marktanteilumsatz der Markt 2023 um 19% gewachsen ist, wuchs Veganz um 23%.

Dennoch führten die strategischen Sortimentsbereinigungen zu einem bewussten Umsatzrückgang der Veganz Group AG auf 16,4 Mio. Euro (Vorjahr: 23,6 Mio. Euro) unter einer Verbesserung des EBITDA um 49,2 Prozent auf -6,3 Mio. Euro (Vorjahr: -12,3 Mio. Euro).

Skalierung Veganz eCommerce

2023 trug der Lebensmitteleinzelhandel mit 56 Prozent (Vorjahr: 64 Prozent) weiterhin den größten Anteil zum Umsatz der Veganz Group AG bei, der Rückgang war geprägt von Sortimentsbereinigungen und Kosteneinsparungen im Außendienst. Das Drogerie Geschäft gewinnt mit 31 Prozent des gesamten Umsatzes (Vorjahr: 25 Prozent) zunehmend an Bedeutung für Veganz. Darüber hinaus wuchs das Discountgeschäft überproportional und erreichte 2023 einen Umsatzanteil von 6 Prozent (Vorjahr: 3 Prozent). Der Bereich Food Service hat inzwischen einen stabilen Umsatzbeitrag von 6 Prozent (Vorjahr: 8 Prozent) und wird 2024 mit dem neuen Portfolio wie Mililk® und TVP weiter ausgebaut. Die wird durch die weitere Skalierung des neuen Online-D2C-Geschäftes, das nach 6 Monaten Ende 2023 bereits über 100.000 € Umsatz erzielt hat, begleitet.

in Mio. Euro	2023	2022
--------------	------	------

Drogerie	5,1	5,9
Lebensmitteleinzelhandel	9,2	15,1
Food Service	0,9	1,9
Discount	0,9	0,7
D2C	0,3	0,0
Summe	16,4	23,6

Fokus auf die DACH-Region

Mit einem Umsatzanteil von 93 Prozent war die DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) auch 2023 der wichtigste Absatzmarkt für Veganz (Vorjahr: 90 Prozent). Dabei blieb Deutschland mit 74 Prozent der größte Einzelmarkt (Vorjahr: 74 Prozent), auf dem nach wie vor der stärkste Unternehmensfokus liegt. Mit 7 Prozent lag das sonstige Europa unter Vorjahresniveau (Vorjahr: 10 Prozent). Der Fokus des Vertriebs liegt in der Bearbeitung im DACH-Raum und die Ausweitung in bestehenden und weiteren Vertriebskanälen. Und nicht zu vergessen: Durch die europaweit geltende Lizenz zum Drucken von Milchalternativen hat das Unternehmen künftig die Möglichkeit, mit innovativen Produkten neue Zielmärkte zu erschließen.

in Mio. Euro	2023	2022
DACH	15,3	21,3
Sonstiges Europa	1,2	2,3
Sonstiges Ausland	0,0	0,0
Summe	16,4	23,6

Anstieg der Rohertragsmarge auf 38,5 Prozent und starke Reduzierung der Verluste

Die Rohertragsmarge der Veganz Group AG stieg 2023 auf 38,5 Prozent (Vorjahr: 32,4 Prozent).

Dank der Steigerung der Rohertragsmarge und der Umsetzung von Kostensenkungs- und Effizienzprogrammen halbierten sich die EBITDA Verluste. Am Ende des Jahres lag damit das EBITDA bei -6,3 Mio.Euro (Vorjahr: -12,3 Mio. Euro). Die Kostensenkungsprogramme erstreckten sich über das gesamte Unternehmen und führten zu Effizienzsteigerung in allen Bereichen, so dass direkte Kosten auf 3,2 Mio.Euro (Vorjahr: 5,6 Mio.Euro) reduziert werden konnten. Darüber hinaus, durch die Portfoliooptimierung sanken auch die Marketingaufwendungen auf 1,7 Mio.Euro (Vorjahr: 3,7 Mio.Euro). Im Jahr 2023 hat Veganz weiterhin in den Aufbau der Produktionskapazität investiert, was zu höheren Abschreibungen führte (2023: 1,7 Mio.Euro, Vorjahr: 1,0 Mio.Euro).

Entsprechend lagen das EBIT und der Jahresfehlbetrag bei -7,9 Mio. Euro (Vorjahr: -13,3 Mio. Euro) beziehungsweise 9,5 Mio. Euro (Vorjahr: Jahresfehlbetrag von 11,0 Mio. Euro). Aufgrund der operativen Verluste und der Investitionen in Produktionsanlagen sanken der Finanzmittelbestand und die Eigenkapitalquote auf 5,3 Mio.Euro (Vorjahr: 12,3 Mio.Euro) beziehungsweise 26,1 Prozent (31. Dezember 2022: 46,5 Prozent).

Erfolgreicher Start und Ausbau der Eigenproduktion

Die Veganz Group AG konnte 2023 erfolgreich eigene Produktideen wie den Veganz Bluebert und Veganz Mililk® selbst umsetzen. Mit dem erfolgreichen Start von Mililk® aus dem neuen Produktionsstandort in Ludwigsfelde und Platzierung unter den Early Adoptern, sowie der Ausweitung der Produktionskapazitäten für Käsealternativen im österreichischen Spielberg, sowie in der neu hinzugekommenen Produktionsstätte von Happy Cheeze in Cuxhaven, ist die Gruppe nun in der Lage Profitabilität weiter zu steigern und gleichzeitig mit geschützten Produktinnovationen den Umsatz zu entwickeln. Aus den Produktionsstätten wird vor allem die Nachfrage der Handelspartner im DACH Raum für die Veganz Marken (Veganz, Happy Cheeze und Mililk) und Eigenmarken bedient.

„Im Jahr 2023 haben wir weiter konsequent unsere strategischen Ziele umgesetzt. Das hieß für uns bewusster Umsatzverzicht durch Sortimentsbereinigungen und Kostenoptimierungen, sowie die konsequente Transformation zu einem produzierenden Unternehmen. Erfolgreich konnten wir Produkte aus unserer Eigenproduktion wie Veganz Mililk® und Bluebert im Markt platzieren. Unsere Strategie mit Innovationen aus eigener Produktion die Profitabilität zu steigern ist erfolgreich. Dennoch begleitete uns weiterhin ein Umfeld, dass von getrüberter Konsumstimmung und Inflation geprägt ist.“, sagt Jan Bredack, Gründer und CEO der Veganz Group AG.

in Mio. Euro	2023	2022
Umsatz	16,4	23,6
Materialaufwand	10,1	16,0
Personalaufwand	3,9	4,6
Sonstige betriebliche Aufwendungen	10,5	15,1
- Marketing Kosten	1,7	3,7
- Direkte Kosten	3,2	5,6
- Indirekte Kosten	5,6	5,7
EBITDA	-6,3	-12,3
Jahresfehlbetrag	-9,5	-11,0
Rohertragsmarge (in %)	38,5	32,4
Liquide Mittel ¹	5,3	12,3
Finanzverbindlichkeiten ¹ : Anleihe	9,6	9,9
Finanzverbindlichkeiten ¹ : Crowdfunding	1,8	2,0
Eigenkapitalquote ¹ (in %)	26,1	46,5

¹Am 31 December

Ausblick 2024

In Abhängigkeit von den makroökonomischen Rahmenbedingungen – insbesondere der Entwicklung des Inflationsdrucks auf das Konsumverhalten der Kund:innen – erwartet die Veganz Group AG im Geschäftsjahr 2024 einen leicht gestiegenen Umsatz vs. Vorjahr (Vorjahr: 16,4 Mio. Euro). Aufgrund des Ausbaus der Eigenproduktion (TVP, Mililk, Käsealternativen) geht das Unternehmen dabei von einem gegenüber dem Vorjahr leicht verbesserten EBITDA aus (Vorjahr: - 6 Mio. Euro).

in Mio. Euro

2024

2023

	Prognose	Ist
Umsatz	Über das Vorjahresniveau	16,4
EBITDA	Weitere Verlustreduzierung	-6,3

Über die Veganz Group AG

Veganz (veganz.de) – Gut für dich, besser für alle – ist Marke und Produzent für pflanzenbasierte Lebensmittel. Gegründet 2011 in Berlin, wurde Veganz als europäische vegane Supermarktkette bekannt. Mit einer bunten und lebensbejahenden Unternehmensphilosophie gelang es Veganz, die vegane Nische aufzubrechen und den pflanzlichen Ernährungstrend auf dem Markt zu etablieren. Das aktuelle Produktportfolio umfasst Produkte vom Frühstück bis zum Abendbrot, die im DACH-Raum breit verfügbar sind. Das Veganz Sortiment wird kontinuierlich durch hochwertige, innovative Artikel optimiert und die nachhaltige Wertschöpfungskette stetig verbessert. Als transparente Marke ist Veganz B Corp zertifiziert, vergleicht die Umweltbilanz aller eigenen Produkte mit allen Lebensmitteln im deutschsprachigen Raum und setzt regelmäßig neue Benchmarks für eine nachhaltige Lebensmittelindustrie.

Kontakt:

Veganz Group AG

Massimo Garau

CFO

T: +49 (0)151 46569362

ir@veganz.de