

Valensina Gruppe

PRESSEMITTEILUNG

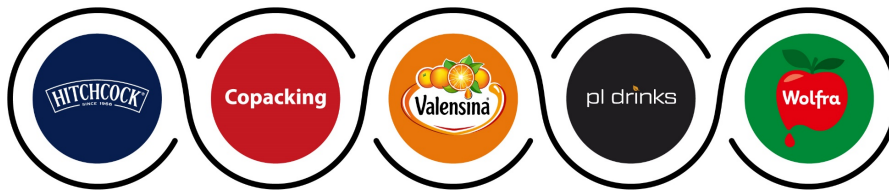
Valensina Gruppe: 2023 wird ein herausforderndes Jahr für die Branche Fruchtsaftexperte zieht Bilanz und blickt auf ein schwieriges Jahr 2022 zurück

Mönchengladbach, 31.01.2023 – Tino Mocken und Felix Müller, Geschäftsführer der Valensina Gruppe, eines der führenden Fruchtsaftunternehmen Deutschlands, zieht zum Jahresbeginn Bilanz. 2022 war ein schwieriges Jahr für die Unternehmensgruppe, geprägt durch sehr unterschiedliche Entwicklungen in den einzelnen Geschäftsbereichen. Im Bereich Marke ist ein deutlicher Trend zu Aktionskäufen zu erkennen, was zur Folge hat, dass Premium-Produkte zurückhaltender konsumiert werden. Der Bereich Handelsmarke sowie das Co-Packing-Geschäft sind 2022 relativ stabil verlaufen und die Valensina Gruppe ist mit dem Ergebnis in der Summe zufrieden. Die politisch und wirtschaftlich angespannte Lage stellte die Unternehmensgruppe vor allem bei der erschwerten Rohstoffbeschaffung und den damit verbundenen Kostensteigerungen vor sehr große Hürden. 2023 wird nicht nur für den Fruchtsaftexperten aus Mönchengladbach, sondern für die gesamte Fruchtsaftbranche erneut ein sehr herausforderndes Jahr werden, das geprägt sein wird von der wachsenden Bedeutung für die Preiseinstiegssegmente.

Die Valensina Gruppe gibt Einblicke, wie sich das vergangene Jahr mit allen Schwierigkeiten ausgewirkt und wie sie die Situation auf dem regionalen und nationalen Markt gemeistert hat und auch 2023 meistern wird. Die Herausforderungen waren und werden auch in 2023 extrem hoch sein mit der Folge, dass eine langfristige und stabile Planung für Unternehmen in der Fruchtsaftbranche, wie auch in anderen Bereichen der Lebensmittelindustrie, kaum möglich ist. Bei der Rohstoff- genauso wie bei Verpackungs- und Energiebeschaffung geht es meist nicht mehr nur noch um den wirtschaftlichen Faktor, sondern um Verfügbarkeiten. Die fast täglich veränderte Situation auf den Märkten bedeutet eine kontinuierliche Überarbeitung und Anpassung der Prozessplanung.

Hohes Maß an Flexibilität war 2022 erforderlich

„Obwohl wir an unseren drei Standorten ganz unterschiedliche Produktionsschwerpunkte haben, sind die jeweiligen Probleme vor Ort vergleichbar. Das Sicherstellen der rechtzeitigen Verfügbarkeit von Rohstoffen und Verpackungsmaterial forderte unsere Organisation extrem. Hinzu kamen die anspruchsvollen Gespräche mit dem Handel über Verfügbarkeiten und Preise, die in viel kürzeren Zyklen als in den vorhergegangenen Jahren stattfanden“, erklärt der Geschäftsführer der Valensina Gruppe, Tino Mocken, und fährt fort: „Wir haben trotz aller Herausforderungen im vergangenen Jahr die Zeit genutzt, um uns strategisch klar aufzustellen, das bedeutet, dass wir unsere strategischen Handlungsfelder und die jeweiligen Ziele definiert haben. Für unsere drei Marken haben wir Wachstumsfelder beziehungsweise



Valensina Gruppe

Sortimente definiert, genauso wie die Optionen in den Bereichen Handelsmarke und Co-Packing. Zusätzlich haben wir unser Augenmerk auf die Verbesserung unserer internen Prozessstrukturen und die Digitalisierung gelegt.“ Die Valensina Gruppe ist mit der Marke HITCHCOCK im zweiten Quartal erstmals ins Segment der Shots eingestiegen und mit den ersten Entwicklungen sehr zufrieden. Weiterhin wurden unter der Marke HITCHCOCK die nationale Warenverfügbarkeit und Markenpräsenz ausgebaut und im Spätsommer der neue Online-Shop gelauncht. Das bedeutet, dass alle Produkte der nationalen Qualitätsmarke HITCHCOCK nun für Konsumentinnen und Konsumenten bequem per Klick direkt vom Hersteller unter www.hitchcock.de bestellt werden können. Mit den Zugriffen und Bestellungen ist die Valensina Gruppe zufrieden. Bei der regionalen Marke Wolfra hat sich das Alpenschorle-Segment sehr gut entwickelt, insbesondere in der 11x0,33l Kiste und die Wintersaison-Produkte mit und ohne Alkohol. Bei der nationalen Marke Valensina lag der Fokus 2022 auf den Klassikern wie Orange, Multivitamin und Apfel.

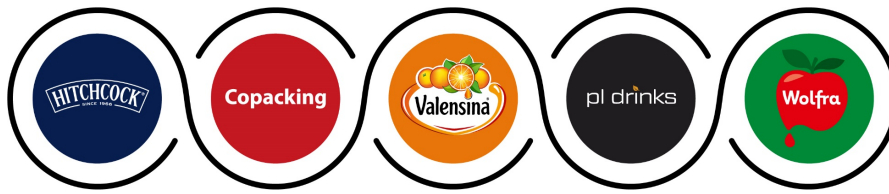
Ausblick: Fruchtsäfte und -nektare werden teurer und ein weiterer Konsumrückgang ist zu erwarten

Der nationale Fruchtsaftmarkt steht vor großen Herausforderungen, da der Pro-Kopf-Konsum weiterhin rückläufig sein wird. Gleichzeitig steigen die Kosten für Energie, Rohwaren, Verpackung und Logistik und daher ist eine Preiserhöhung für Verbraucherinnen und Verbraucher unumgänglich. „Wir gehen nicht davon aus, dass sich der Konsum von Fruchtsaft kurzfristig steigern wird und auch 2023 wird der Preis stark im Fokus stehen. Wir können noch nicht einschätzen, wie die Verbraucherinnen und Verbraucher auf die notwendigen Preiserhöhungen reagieren werden, und ob Fruchtsaft dadurch immer mehr zu einem exklusiven Genussmittel wird, das man sich nur zu besonderen Anlässen oder am Wochenende gönnt“, schätzt Geschäftsführer Tino Mocken die Lage 2023 ein. Dennoch wird die Unternehmensgruppe auch 2023 nicht stillstehen und Investitionen tätigen. „Im nächsten Jahr liegt der Schwerpunkt unserer Investitionen bei unserer Wolfra Kelterei im Werk Erding. Unabhängig von aktuellen Entwicklungen sind wir von dem Wachstum der nachhaltigen Verpackung Glas überzeugt. Deshalb werden wir in Erding in die Abfülltechnik investieren und somit in die nachhaltige Sicherung des Standortes in der Nähe der Wachstumsmetropole München“, erklärt Felix Müller.

Preiserhöhungen hält die Valensina Gruppe für unvermeidbar, da die gestiegenen Kosten in allen Bereichen nicht anders kompensiert werden können. „Die Verhandlungen mit unseren Handelspartnern sind zwar sehr herausfordernd, wir erkennen aber auch eine realistische Einschätzung der Situation auf Seiten des Handels und damit die Akzeptanz einer notwendigen Preisanpassung. Der Handel beobachtet in dieser Phase den Markt sehr genau und leitet aus den Beobachtungen die eigenen Entscheidungen ab“, fasst Tino Mocken die momentane Lage zusammen.

Valensina Gruppe: auf dem Weg zur nationalen Arbeitgebermarke

Wie sich die allgemeine Situation im neuen Jahr entwickelt, ist nicht vorhersehbar. Dennoch wird der Fruchtsaftexperte nicht nur in die Produktion investieren, sondern die drei Marken durch kreative und



Valensina Gruppe

innovative Neuprodukte weiter ausbauen und stärken. Eine weitere Herausforderung, die nicht nur die Valensina Gruppe, sondern die gesamte Branche betrifft, ist der Fachkräftemangel. „Auch wir spüren die Knappheit auf dem Fachkräftemarkt und das insbesondere an den Standorten Erding und Vechta. Als Reaktion darauf werden wir die Valensina Gruppe als Arbeitgeber vor Ort noch präsenter machen und attraktiver ausrichten. Investitionen in die Standorte, gekoppelt an spezielle Angebote für Mitarbeitende, sind wichtige Bausteine auf unserem Weg zu einer attraktiven, nationalen Arbeitgebermarke“, wirft Tino Mocken einen Blick in die Zukunft.

Weitere Presseinformationen finden Sie unter www.valensina-gruppe.de/footer/presse.

Und noch mehr Einblicke in die Welt der Fruchtsäfte und -nektare gibt es bei den einzelnen Marken der Valensina Gruppe:

www.hitchcock.de

www.valensina.de

www.wolfra.de

Bildmaterial:



Bildunterschrift: Tino Mocken zieht Bilanz und blickt auf ein schwieriges Jahr 2022 für die Valensina Gruppe zurück.

Dateiname: Pressefoto_Valensina_Gruppe_Geschaeftsfuehrung_Tino_Mocken.jpg (3.948 KB)

Quellenangabe Foto: Valensina Gruppe

Nutzung: Abdruck zur Illustration der redaktionellen Berichterstattung. Nur im Zusammenhang mit Informationen zur Valensina Gruppe zu verwenden.



Bildunterschrift: Felix Müller Geschäftsführer Valensina Gruppe

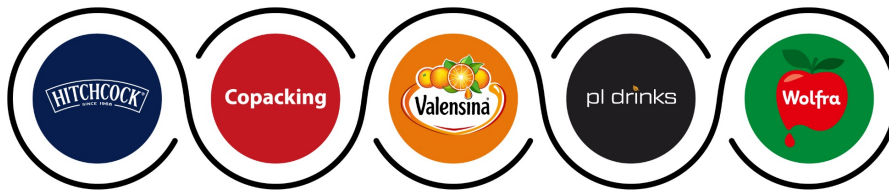
Dateiname: Pressefoto_Valensina_Gruppe_Geschaeftsfuehrung_Felix_Mueller.jpg (3.973 KB)

Quellenangabe Foto: Valensina Gruppe

Nutzung: Abdruck zur Illustration der redaktionellen Berichterstattung. Nur im Zusammenhang mit Informationen zur Valensina Gruppe zu verwenden.

Über die Valensina Gruppe

Die Valensina Gruppe zählt zu den führenden Fruchtsaftunternehmen Deutschlands, deren Stärke in der diversifizierten Fruchtsaft-, Abfüll- und Verpackungs-Kompetenz liegt. An den drei Standorten Mönchengladbach, Vechta und Erding verfügt die familiengeführte Unternehmensgruppe über ein in Deutschland einzigartiges Know-how in Abfüll- und Verpackungstechnik, das auch Geschäftspartnern unzählige Möglichkeiten bietet (Copacking). Die Valensina Gruppe kann daher ein attraktives Sortiment hochwertiger Fruchtsäfte und -nektare sowie Getränke auf Basis dieser in den verschiedenen Gebindeformen von Glas über Karton bis PET als Eigen- und Handelsmarken (Private Label) und für das Copacking gekühlt und ungekühlt anbieten. Höchste Qualitätsansprüche und Leidenschaft



Valensina Gruppe

für Fruchtsäfte sind die Basis für die Erfolgsgeschichte der Valensina Gruppe, die insgesamt über 390 Mitarbeiter beschäftigt. Unter dem Dach der Valensina Gruppe sind drei starke Fruchtsaft-Marken mit unterschiedlicher Kompetenz und Positionierung vereint: die regionale Qualitätsmarke Wolfra, die nationale Marke Valensina sowie die nationale Qualitätsmarke HITCHCOCK.

Weitere Informationen können Sie gerne anfordern bei:

kommunikation.pur GmbH, Sandra Ganzenmüller, Sendlinger Straße 31, 80331 München

Telefon: 089.23 23 63 50, Fax: 089.23 23 63 51, E-Mail: ganzenmueller@kommunikationpur.com