



Presseinformation

SCHWÄLBCHEN forciert die Wertschöpfung.

Bad Schwalbach, 27. Juli 2006. Im bisherigen Jahresverlauf konnte die Molkereiwirtschaft eine nach wie vor gute Verbrauchsnachfrage nach Käse, Milch und Frischprodukten verzeichnen. Allerdings lag bei Konsummilch und Milchfrischprodukten das Abgabepreisniveau an den Lebensmittelhandel weit unter den erzielbaren Preisen aus anderen Milchverwertungen. Zugleich belasteten höhere Kosten für Energie, Transport und Verpackung die Branche.

Obwohl die SCHWÄLBCHEN MOLKEREI AG und die Harzmolkerei Wernigerode GmbH über weite Sortimentsbereiche hinweg diesem allgemeinen Nachteil in der Milchvermarktung unterlagen, konnten beide Unternehmen im Zuge der jeweils stattfindenden Restrukturierung eine zufrieden stellende Entwicklung verzeichnen.

Dazu haben intensivierete Vertriebsaktivitäten und die Optimierung von Betriebsabläufen ebenso beigetragen, wie die Aufgabe von Absatzmengen die nicht den notwendigen Deckungsbeitrag brachten. Infolge der beabsichtigten Mengenaufgabe im Niedrigpreissegment reduzierte sich die Milchverarbeitung bei der SCHWÄLBCHEN MOLKEREI um 16,4% auf 92,1 Mio. kg (Vj. 110,2 Mio. kg). Die Harzmolkerei Wernigerode erhöhte die Produktion trotz der Sortimentsstraffungen leicht um 1,6% auf 19,7 Mio. kg (Vj. 19,4 Mio. kg). Gruppenweit wurde das Verarbeitungsvolumen um 15,4% auf 109,0 Mio. kg (Vj. 128,8 Mio. kg) zurückgeführt.

Sowohl die plangemäß geringere Verkaufsmenge als auch das zum Vorjahreszeitraum niedrigere Preisniveau führten bei der SCHWÄLBCHEN AG zu einem um 12,6% auf 50,42 Mio. € (Vj. 57,70 Mio. €) reduzierten Umsatz. Diese zum Absatzzrückgang relativ geringere Erlösminderung bestätigte zugleich die mit optimierter Sortimentsstruktur verfolgte Marktausrichtung auf eine höhere Wertschöpfung. Bei der Harzmolkerei GmbH nahm der Umsatz ebenfalls um 23,9% auf 9,77 Mio. € (Vj. 12,84 Mio. €) ab. Dagegen konnte die im Großverbraucherbereich tätige SCHWÄLBCHEN Frischdienst GmbH die gute Marktposition ausbauen und den teilkonsolidierten Umsatz um 22,9% auf 36,11 Mio. € (Vj. 29,38 Mio. €) steigern. Im Konzern ging der konsolidierte Halbjahresumsatz (IFRS) um 5,3% auf 88,27 Mio. € (Vj. 93,18 Mio. €) zurück. Zum 30.06. waren in der Unternehmensgruppe 344 (Vj. 339) Personen beschäftigt.

Vor allem aufgrund der deutlich bereinigten Umsatzstruktur, die sich zum einen durch die Trennung von margenschwachen Produkten und zum anderen durch den Distributionsausbau der

Grünen Linie sowie mit innovativen Neuprodukten eingestellt hat, konnte die SCHWÄLBCHEN AG im ersten Halbjahr 2006 das Ergebnis vor Ertragssteuern mit 0,70 Mio. € (Vj. 0,71 Mio. €) stabilisieren. Die Harzmolkerei GmbH verringerte das negative Ergebnis auf noch -0,05 Mio. € (Vj. -0,10 Mio. €). Bei der Frischdienst GmbH lag das teilkonsolidierte Halbjahresergebnis in Höhe von 1,22 Mio. € (Vj. 1,08 Mio. €) um 12,6% über Vorjahr. Konzernweit stieg auch das Geschäftsergebnis (IFRS) um 21,8% auf 0,98 Mio. € (Vj. 0,80 Mio. €).

Gleichwohl der Preis oft das dominierende Einkaufskriterium ist, kommen die Wachstumsimpulse im Molkereisegment außerhalb des Discount- und Handelsmarkenbereichs auch aus dem Segment profilierter Marken. Hier sieht sich die SCHWÄLBCHEN AG mit der qualitativ hochwertigen Grünen Linie, dem neuen Kaltkaffeegetränk CAFFREDDO sowie weiteren Produktspezialitäten gut aufgestellt. Die Harzmolkerei GmbH wird auf Basis der eingeleiteten Umstrukturierung von Produktion und Vertrieb den Konsolidierungskurs beibehalten. Bei der Frischdienst GmbH wird mit dem anerkannten Großverbrauchersortiment und kundenoptimalen Serviceleistungen von einer Fortsetzung der positiven Geschäftsentwicklung auch im zweiten Halbjahr ausgegangen.

**Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:
SCHWÄLBCHEN MOLKEREI AG
Bahnhofstr. 38, 65307 Bad Schwalbach,
Tel.: (06124) 503-0, Fax: (06124) 503-57**