



SCHWÄLBCHEN MOLKEREI AG

Behauptet in turbulentem Umfeld -Rückblick 2009-

Bad Schwalbach, 3. März 2010. Für den deutschen Milchmarkt ist 2009 ein äußerst schwieriges Jahr gewesen, sämtliche Milchverwendungen waren von einem erheblichen Ungleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage geprägt. Zum einen wurde die Milchlieferung hierzulande ausgedehnt, womit die Landwirte den Verfall der Auszahlungspreise auszugleichen versuchten. Zum anderen traf diese Angebotsausweitung auf eine durch die tiefe Wirtschaftskrise beeinflusste Kaufzurückhaltung bei Verbrauchern, weiterverarbeitender Industrie und Auslandskunden. In diesem sehr nachteiligen wirtschaftlichen Umfeld hat sich die SCHWÄLBCHEN-Gruppe behaupten können.

Im Geschäftsjahr 2009 vollzog sich mit der Standortschließung bei der Harzmolkerei Wernigerode GmbH und der Produktionsverlagerung auf die SCHWÄLBCHEN MOLKEREI AG eine vollständige Neuordnung des Molkereisegments. Während bei der SCHWÄLBCHEN AG in Bad Schwalbach und Marburg das Milchverarbeitungsvolumen leicht um 1,0% auf 172,6 Mio. kg anstieg, nahm die Gesamtproduktion in der Unternehmensgruppe um 6,0% auf 183,6 Mio. kg ab.

Wie die übrige Branche musste auch die SCHWÄLBCHEN AG infolge des drastischen Preisverfalls bei Konsummilch und Frischprodukten einen stark rückläufigen Umsatz um 22,6% auf 91,4 Mio. € verzeichnen. Die Harzmolkerei GmbH hat auch nach der Betriebsstilllegung den Kundenstamm und die Sortimentsführung in Eigenregie behalten, der Umsatz lag mit 10,9 Mio. € um 27,2% ebenfalls erheblich unter Vorjahr. Die SCHWÄLBCHEN Frischdienst GmbH konnte in Anbetracht der schwierigen Lage im Außer-Haus-Markt teilkonsolidiert Umsatzerlöse in Höhe von 86,9 Mio. € erreichen. Dies entsprach zwar einem leichten Rückgang von 2,1%, bedeutete aber im von der Rezession stark betroffenen Großverbraucherbereich weitere Marktanteilsgewinne. Der Gesamtumsatz der SCHWÄLBCHEN-Gruppe in Höhe von 171,5 Mio. € lag vor allem preisbedingt um 15,3% unter Vorjahr.

Zum Stichtag 31.12.2009 waren insgesamt 343 Personen beschäftigt. Das Investitionsvolumen lag bei 2,7 Mio. €. Vor dem Hintergrund der Finanz- und Kapitalmarktkrise war im Unternehmen die Finanzlage weiterhin geordnet und die Liquidität jederzeit gewährleistet.

Eine deutliche, wenn auch zum Umsatzrückgang abgemilderte Einbuße musste beim Geschäftsergebnis verzeichnet werden. Während die Konsolidierung aller einbezogenen Gesellschaften einen um 14,4% auf 2,488 Mio. € geringeren Konzernjahresüberschuss ergab, verringerte sich der AG-Jahresüberschuss wegen der schwierigen Marktverhältnisse um 14,6% auf 1,306 Mio. €. Vor allem die rückläufigen Umsatzerlöse belasteten bei zugleich weniger rückläufigen Rohstoff- und Wareneinsatzkosten die Verarbeitungsmarge und damit die Ertragslage der SCHWÄLBCHEN AG erheblich. Auf der Hauptversammlung am 30. April 2010 werden Vorstand und Aufsichtsrat vorschlagen, aus dem Bilanzgewinn 2009 eine um ein Drittel reduzierte Dividende von 40,0 Cent/ Aktie auszuzahlen.

Trotz der Verwerfungen am Milchmarkt konnte SCHWÄLBCHEN mit dem höheren Anteil von Wertschöpfungsprodukten die Sortimentsstruktur positiv voranbringen. Dies dank einer klaren Profilierung bei den Handelskunden und des großen Vertrauens der Verbraucher. Qualität und Frische sowie Regionalität und Nachhaltigkeit bildeten den uneingeschränkten Anspruch an eine ganzheitliche Markenkommunikation. Daher wurde in das Marketing und in die Distribution der „Grünen Linie“ und von „CAFFREDDO“ nach wie vor hoch investiert.

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