



SCHWÄLBCHEN MOLKEREI Jakob Berz AG

Bad Schwalbach

- ISIN DE 000 721 890 1 -

Zwischenbericht zum 30. Juni 2005

Sehr geehrte Aktionärin, sehr geehrter Aktionär,

die ersten Monate des laufenden Jahres wurden für die deutsche Milchwirtschaft von einem weiterhin nachteiligen Konsumklima mit ausgeprägten Tiefpunkten im Kaufverhalten geprägt, sodass der bisherige Jahresverlauf die Branche wenig zufrieden stellte. Ein auch nur leichter Aufschwung war weder im Lebensmittelhandel noch bei der Milchindustrie zu erkennen, weshalb der Preisdruck auf Handels- und Molkereiebene unvermindert anhielt. Einhergehend mit der schwierigen Markt- und Wettbewerbssituation gelang es den Molkereien somit nicht, die zumindest erforderliche Stabilisierung der Abgabepreise aufgrund höherer Kosten durchzusetzen.

Angesichts der einseitigen Preisorientierung der Verbraucher bei Konsummilch und Milchfrischprodukten hat sich die Geschäftslage auch für die SCHWÄLBCHEN MOLKEREI AG im ersten Halbjahr 2005 schwierig gestaltet. Insbesondere die Ertragslage war im Vorjahresvergleich rückläufig. Die Harzmolkerei GmbH konnte im Rahmen des Konsolidierungsprozesses die Verlustsituation eingrenzen. Obgleich eines auch im Großverbrauchergeschäft ungünstigen Umfelds, mit zunehmendem Wettbewerbsdruck, wurde von der Frischdienst GmbH ein akzeptables Ergebnis erzielt.

Produktion und Absatz

Das Verarbeitungsvolumen bei der SCHWÄLBCHEN AG verzeichnete einen Anstieg um 9,4% auf 110,19 Mio. kg (Vj. 100,68 Mio. kg), bei der Harzmolkerei GmbH ergab sich ein Rückgang um 15,9% auf 19,43 Mio. kg (23,09 Mio. kg). Unter Berücksichtigung der internen Rohstofflieferungen wurde im Molkereisegment der SCHWÄLBCHEN-Gruppe eine Ausweitung des Produktionsprogramms um 4,1% auf 128,75 Mio. kg (Vj. 123,70 Mio. kg) erreicht.

Umsatz

Im Zusammenhang mit der gestiegenen Milchverarbeitung sowie auf Basis des bis zur erneuten Preisrücknahme im Juni noch unveränderten Abgabepreinsniveaus nahm der operative Umsatz der SCHWÄLBCHEN AG im ersten Halbjahr um 1,9% auf 57,70 Mio. € (Vj. 56,64 Mio. €) zu und lag damit über einer leicht rückläufigen Branchenentwicklung. Unter Hinzurechnung des im gleichen Vorjahreszeitraum noch verbuchten Verrechnungsumsatzes war der Umsatz des ersten Halbjahres 2005 um 22,7% niedriger.

Bei der Frischdienst GmbH, einschließlich der Wiese GmbH und der Kälte-Team GmbH, lagen die Umsätze mit 29,38 Mio. € (Vj. 30,06 Mio. €) um 2,3% leicht unter Vorjahr. Dagegen konnte die Harzmolkerei GmbH bei geringerer Milchverarbeitung den Umsatz um 1,3% auf 12,84 Mio. € (Vj. 12,68 Mio. €) erhöhen. Der konsolidierte Halbjahresumsatz der SCHWÄLBCHEN-Gruppe ging hauptsächlich infolge des aufgegebenen Verrechnungsumsatzes bei der AG um 17,2% auf 93,18 Mio. € (Vj. 112,55 Mio. €) zurück.

Wirtschafts- und Ertragslage

Die anhaltende Konsumschwäche und der Trend zu niedrigpreisigen Discount- und Handelsmarken haben über den Jahreswechsel hinweg die Geschäftsentwicklung der SCHWÄLBCHEN AG belastet.

Vor allem die im Vergleich zu den eigenen Abgabepreisen weniger stark rückläufigen Milchauszahlungspreise, die Konditionsforderungen des Handels sowie die höheren Aufwendungen für Energie, Transport und Verpackungen haben sowohl die Verarbeitungsspanne als auch die Ertragslage beeinträchtigt. So ging im ersten Halbjahr 2005 das Ergebnis vor Ertragssteuern bei der SCHWÄLBCHEN AG deutlich um 30,9% auf 0,71 Mio. € (Vj. 1,02 Mio. €) zurück.

Bei der Frischdienst GmbH lag das teilkonsolidierte Ergebnis in Höhe von 1,08 Mio. € (Vj. 1,19 Mio. €) um 9,1% unter dem Vorjahr. Die Harzmolkerei GmbH konnte mit noch -0,10 Mio. € (Vj. -0,26 Mio. €) das negative Ergebnis merklich reduzieren. Konzernweit ging das konsolidierte Geschäftsergebnis um 24,4% auf 0,82 Mio. € (Vj. 1,08 Mio. €) zurück.

Ausblick

Bestimmend für die Entwicklung des Milchmarktes in den kommenden Monaten wird neben den Gegebenheiten auf den inländischen Märkten besonders das internationale Umfeld sein. Die mit der Senkung der Interventionspreise für Butter und Milchpulver ab 1. Juli wirksam gewordene zweite Stufe der EU-Agrarmarktreform wird, einhergehend mit den negativen Folgen der diesjährigen Kontraktabschlüsse im Lebensmittelhandel für Konsummilch, Milchfrischprodukte und teilweise auch Käse, die deutsche Milchindustrie belasten. Zusätzlich sind branchenweit Kostenanstiege vor allem in den Bereichen Energie, Transport und Verpackung festzustellen.

In Anbetracht dieser erheblichen Marktbeeinträchtigungen strebt die SCHWÄLBCHEN AG im Gesamtjahr sowohl beim operativen Umsatz als auch beim Ergebnis das Vorjahresniveau an. Hierfür wird das Unternehmen im Jahr 2005 seine Investitionen in den Markt verstärken. Dabei geht es nicht um eine Erhöhung des Marketingetats, sondern um die Einführung innovativer Neuprodukte sowie um die Verbesserung der Markendistribution. Neu lanciert wurde zu Jahresanfang die länger frische SCHWÄLBCHEN-Milch in den Fettstufen 3,8% und 1,8% in einer verbraucherfreundlichen Kartonverpackung mit großem Drehverschluss. Im Juni startete die Markteinführung von CAFFREDDO®, einem kalten Kaffeegetränk im Becher, mit echtem Espresso aus 100% Arabica-Kaffee. In den Sorten Latte Macchiato, Cappuccino und Espresso ist CAFFREDDO® eine neuartige, qualitativ hochwertige Kaffeespezialität für den Außer-Haus-Konsum. Aufgrund der allgemeinen Marktereignisse wird bei den Milcherzeugerpreisen ein auf Jahressicht niedrigeres Preisniveau erwartet, was sich in einem relativ geringeren saisonalen Preisanstieg ab Herbst zeigen sollte. Die zugleich aber auch vom regionalen Konkurrenzverhältnis um den Rohstoff abhängigen Beschaffungspreise werden die Ertragslage wesentlich beeinflussen.

Bei der Frischdienst GmbH und deren Tochtergesellschaften wird sich im zweiten Halbjahr eine stabile Geschäftsentwicklung fortsetzen. Die Harzmolkerei GmbH soll die Konsolidierung im Rahmen der eingeleiteten Maßnahmen aufrechterhalten.

Bad Schwalbach, im August 2005

Der Vorstand