



SCHWÄLBCHEN MOLKEREI Jakob Berz AG

Bad Schwalbach - ISIN DE 000 721 890 1 -

Zwischenbericht zum 30. Juni 2006

Sehr geehrte Aktionärin, sehr geehrter Aktionär,

ungeachtet der restriktiven Vorgaben durch die EU-Agrarmarktpolitik und der Schwächen auf dem Buttermarkt kann in der ersten Jahreshälfte der Absatz von Milch, Milchprodukten und Käse als durchaus positiv bezeichnet werden. Allerdings lag das durchschnittliche Preisniveau an den Handel vor allem bei Konsummilch und Milchfrischprodukten unter dem des vergleichbaren Vorjahreszeitraumes. Nicht zuletzt im Milchfettsektor sind die Preise unter Druck geraten. Dagegen hat die schon seit einiger Zeit relativ vorteilhaftere Milchverwertung zu Käse und Molkenpulver sowie eine seit Jahresanfang unter der Vorjahreslinie liegende Rohstoffanlieferung seitens der Milcherzeuger die Märkte insgesamt gestützt.

Zur Jahresmitte konnten die Molkereien dann auch bei Konsummilch und Milchfrischprodukten eine leichte Preisverbesserung im Lebensmittelhandel erzielen. Zwar konnte damit der Verwertungsnachteil gegenüber Käse und Molkenpulver teilweise und zeitlich verzögert aufgeholt werden, zugleich belasteten aber erheblich höhere Kosten für Energie, Transport und Verpackung die Branche ungleich stärker wie im Vorjahr.

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. So ging bei der SCHWÄLBCHEN AG der Umsatz nur unterproportional zur beabsichtigt reduzierten Milchverarbeitung zurück, was den Preisdruck insgesamt minderte und im weiteren auch die Ertragslage stabilisierte. Die Harzmolkerei konnte die Verlustsituation weiter eingrenzen, während im Geschäftsfeld Handeltätigkeit die SCHWÄLBCHEN Frischdienst GmbH in bezug auf Umsatz und Ergebnis eine positive Entwicklung vollzog.

Produktion und Absatz

Das Verarbeitungsvolumen der SCHWÄLBCHEN AG hat sich infolge der im Preiseinstiegssegment aufgegebenen Absatzmengen um 16,4% auf 92,13 Mio. kg (Vj. 110,19 Mio. kg) deutlich reduziert. Dagegen ergab sich bei der Harzmolkerei GmbH aufgrund der erhöhten Herstellung von Großhandelsprodukten ein leichter Anstieg um 1,6% auf 19,74 Mio. kg (19,43 Mio. kg). Unter Berücksichtigung der internen Rohstofflieferungen verringerte sich das Verarbeitungsvolumen um 15,4% auf insgesamt 108,98 Mio. kg (Vj. 128,75 Mio. kg).

Umsatz

Sowohl die plangemäß zurückgeführte 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 Absatzrückgang relativ geringere Erlösminderung bestätigte zugleich die mit optimierter Sortimentsstruktur verfolgte Marktausrichtung auf eine höhere Wertschöpfung. Bei der Harzmolkerei GmbH nahm der Umsatz ebenfalls infolge von Sortimentsstraffungen um 23,9% auf 9,77 Mio. € (Vj. 12,84 Mio. €) ab.

Dagegen konnte die im Großverbraucherbereich tätige SCHWÄLBCHEN Frischdienst GmbH, inklusive der Wiese GmbH sowie der

Kälte-Team GmbH, die Umsatzerlöse teilkonsolidiert um beachtliche 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.

Wirtschafts- und Ertragslage

Vor allem aufgrund der deutlich bereinigten Umsatzstruktur, die sich zum einen durch die Aufgabe margenschwacher Produkte und zum anderen durch den Distributionsausbau der Grünen Linie sowie mit innovativen Neuprodukten eingestellt hat, konnte die SCHWÄLBCHEN AG die Ertragslage im ersten Halbjahr 2006 stabilisieren. Parallel dazu wurde die Optimierung und Rationalisierung von Betriebsabläufen konsequent fortgesetzt, sodass auch infolgedessen das Ergebnis vor Ertragssteuern mit 0,70 Mio. € (Vj. 0,71 Mio. €) auf Vorjahreshöhe lag. Dies gleich hohe Ertragsniveau entstand zudem in Anbetracht eines wettbewerbsfähigen Milchauszahlungspreises, hoher Vertriebs- und Marketingleistungen sowie dem Kostenanstieg bei Energie, Transport und Verpackung.

Die Harzmolkerei GmbH konnte das negative Ergebnis mit -0,05 Mio. € (Vj. -0,10 Mio. €) erneut reduzieren. 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. €).

Ausblick

Im Konsumentenverhalten bezogen auf Lebensmittel zeigt sich kein grundlegender Stimmungswandel, der Preis bleibt oft das dominierende Einkaufskriterium. Gleichwohl 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 Kalkkaffeegetränk CAFFREDDO[®] sowie weiteren Produktspezialitäten gut aufgestellt.

Inwiefern die derzeit stabile Lage auf den Milchmärkten anhält, steht maßgeblich unter dem Einfluss der EU-Agrarmarktpolitik mit den in dritter Stufe abgesenkten Interventionspreisen und -mengen für Butter und Milchpulver sowie dem restriktiven Einsatz von Beihilfen und Erstattungen. Zugleich wirkt der zum Milcheiweißsektor vergleichsweise schwache Milchfettsektor nachteilig.

Im Umfeld dieser divergierenden Einflussgrößen strebt die SCHWÄLBCHEN AG in 2006 eine Stabilisierung ihrer Geschäftslage an. Im Zuge der laufenden Restrukturierung werden Absatz und Umsatz plangemäß unter Vorjahr liegen. Zugleich sollte aber bei geringerem Produktions- und Umsatzvolumen über eine ganzheitlich höhere Verarbeitungsspanne die operative Ergebnisverbesserung erreicht werden.

Die Harzmolkerei GmbH soll auf Basis der dort eingeleiteten Umstrukturierungsmaßnahmen in Produktion und Vertrieb die Konsolidierung fortsetzen. Bei der Frischdienst GmbH kann für das zweite Halbjahr der Fortgang der positiven Geschäftsentwicklung erwartet werden.

Bad Schwalbach, im August 2006

Der Vorstand