



SCHWÄLBCHEN MOLKEREI Jakob Berz AG

Rückblick 2014

Bad Schwalbach, 10. März 2015. In einem umkämpften und im Jahresverlauf 2014 immer schwieriger gewordenen Branchenumfeld konnte die SCHWÄLBCHEN MOLKEREI AG die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit deutlich steigern. Hierbei wurde die Qualitäts- und Markenstrategie konsequent fortgesetzt. Damit vollzog sich nach dem Konsolidierungsjahr 2013 eine erfolgreiche Wende, die sowohl auf hohen Sortiments- und Absatzleistungen als auch auf effizienten Betriebsabläufen und optimierten Kostenstrukturen basierte. Vor allem die operative Ertragslage zeigte einen erfreulichen Verlauf.

Die Milchverarbeitung wurde plangemäß um 1,6% auf 138,0 Mio. kg leicht verringert. Für viele Frischprodukte der Grünen Linie und das Kaffeegetränk CAFFREDDO war die milde Witterung im Frühjahr von Vorteil, dagegen gingen vom Sommer kaum Absatzimpulse auf die saisonalen Sortimentsteile aus. Aufgrund der ab Mai zunächst moderat, ab November dann massiv gesenkten Abgabepreise gingen die Umsatzerlöse um 6,8% auf 106,2 Mio. € zurück. Umsatz schmälern wirkten zudem die abgegebene H-Milch-Menge einer Handelsmarke und das geringere Verarbeitungsvolumen. Umsatz fördernd waren dagegen die Sortimentsverlagerung zu den höherwertigen Produktgruppen und das im Vorjahresvergleich noch höhere Preisniveau. Die Harzmolkerei GmbH verzeichnete eine preisbedingte Umsatzminderung um 3,9% auf 11,2 Mio. €.

Die SCHWÄLBCHEN Frischdienst GmbH ist ein service- und logistikstarker Handelsspezialist. Von den Standorten Mainz und Ilfeld aus werden Großverbraucher im Außer-Haus-Konsumbereich beliefert. Als Komplettanbieter mit einem rund 10.000 Artikel umfassenden Sortiment erstreckt sich das Verkaufsgebiet über den gesamten Südwesten Deutschlands. In dem Geschäftsfeld verringerten sich die Umsätze planmäßig um 14,9% auf teilkonsolidiert 100,8 Mio. €.

Der konsolidierte Gesamtumsatz der SCHWÄLBCHEN-Gruppe ging um 10,8% auf 191,1 Mio. € zurück. Die Beschäftigtenzahl lag im Jahresdurchschnitt bei zusammen 385 Personen. Die Investitionen hatten ein Volumen von insgesamt 1,75 Mio. €.

In Anbetracht des erwarteten Umsatzrückgangs zeigte sich bei der SCHWÄLBCHEN AG die operativ verbesserte Geschäftslage maßgeblich in einem überproportionalen Ergebnisanstieg. Auf Basis eines gesteigerten Rohertrages legte der Jahresüberschuss auf beachtliche 1,73 Mio. € (Vj. 404 T€) zu. Auf der Hauptversammlung am 24. April 2015 werden der Vorstand und Aufsichtsrat vorschlagen, aus dem Bilanzgewinn 2014 der SCHWÄLBCHEN AG eine Dividende

von 60,0 Cent je Aktie auszuzahlen. Nach der Konsolidierung aller Gesellschaften resultierte mit 2,57 Mio. € (Vj. -243 T€) auch konzernweit ein bemerkenswerter Jahresüberschuss. Zudem konnte die SCHWÄLBCHEN-Gruppe zum Stichtag 31.12.2014 traditionell eine solide Bilanzstruktur mit geordneten Vermögens- und Finanzverhältnissen aufweisen.

Das Jahr 2015 steht für die gesamte Milchwirtschaft unter allgemein schwierigen und unsicheren Bedingungen. Zum einen befinden sich die Abgabepreise für viele Milch- und Käseerzeugnisse auf einem erheblich abgesenkten Niveau. Zum anderen ist nicht absehbar, wie sich das Rohmilchaufkommen ab April entwickeln wird, sobald das reglementierende Quotensystem EU-weit endet. Für die gesamte Branche, das betrifft Molkereien und Milcherzeuger gleichermaßen, werden daher das weitere Milchaufkommen und die möglichen Exportchancen entscheidend sein.

Zwar beeinträchtigt dieses Umfeld auch die Perspektiven der mittelständigen, regional ausgerichteten SCHWÄLBCHEN MOLKEREI. Gleichwohl sollte auch im laufenden Jahr der Fokus auf einen Verarbeitungsstandort, mit weiteren Maßnahmen zur Effizienzsteigerung, für den eigenständigen Geschäftsverlauf von Vorteil sein. Bei den Verbrauchern und Handelskunden wird die Qualitäts- und Markenstrategie mit der Grünen Linie und der Kaffeespezialität Caffreddo fortgeführt. Eine von März bis Juli intensive Mediakampagne mit Großplakaten und Funkspots wird den Absatz der qualitativ hochwertigen Produkte unterstützen. Ebenso werden dazu der weitere Distributionsausbau und Neuprodukteinführungen beitragen.