



SCHWÄLBCHEN MOLKEREI Jakob Berz AG

Rückblick 2015

Bad Schwalbach, 25. April 2016. Das Jahr 2015 war durch eine allgemein gedrückte Stimmung in der Milchwirtschaft geprägt. Einerseits wirkte sich das Ende der EU-weiten Milchquotenregelung zum 31. März 2015 in unterschiedlichem Ausmaß stimulierend auf das Rohstoffaufkommen aus. Während die Anlieferungsmenge durch die restriktive Quotenwirkung im ersten Quartal noch unter dem Vorjahr lag, stieg die Milchanlieferung im weiteren Jahresverlauf immer stärker über die Vorjahreslinie.

Andererseits vollzog sich parallel dazu eine schwache Marktphase des Weltmilchhandels. Deren Ursache kam von den internationalen Märkten, vor allem durch den gleichzeitigen Nachfragerückgang in Russland und in China. Die darauf folgende Umverteilung der Warenströme ging mit erheblichen Preisrückgängen einher, weshalb auch der exportorientierte deutsche Milchmarkt unter diesem nachteiligen Einfluss stand. Demgemäß sind die Abgabepreise für Milch- und Käseerzeugnisse in fast allen Produktkategorien spürbar gesunken.

Auf diesem stark unter Druck stehenden Milchmarkt konnte sich die SCHWÄLBCHEN MOLKEREI AG im vergangenen Geschäftsjahr durchaus erfolgreich behaupten. Zum einen durch die positive Absatzentwicklung der qualitativ höherwertigen Produkte und zum anderen durch eine konsequente Kostenoptimierung.

Die Milchverarbeitung wurde planmäßig um 1,6% auf 135,8 Mio. kg etwas verringert. Für viele Frischprodukte der Grünen Linie, die Kaffeespezialität CAFFREDDO und das Joghurtgetränk Ayran wirkte sich der lang-anhaltend warme Sommer absatzförderlich aus. Insbesondere wegen des zum Vorjahr niedrigeren Abgabepreisniveaus gingen die Umsatzerlöse aber um 13,5% auf 91,8 Mio. € zurück. Umsatz schmälern wirkte auch die abgegebene H-Milch-Menge einer Handelsmarke. Die Harzmolkerei GmbH verzeichnete einen Umsatzrückgang um 35,5% auf 7,2 Mio. €.

Mit dem Trend zum Außer-Haus-Konsum wächst kaum ein Großverbraucherbereich so dynamisch und anspruchsvoll wie der spezialisierte Zustellgroßhandel. Hierbei stellten für die SCHWÄLBCHEN Frischdienst GmbH die vielfältigen Entwicklungen im Kunden- und Sortimentsbereich wie auch das Agieren größerer Wettbewerber ein herausforderndes Umfeld in 2015 dar. Infolge dessen ergab sich bei der Frischdienst GmbH teilkonsolidiert eine Umsatzminderung um 8,4% auf 92,4 Mio. €. Gleichwohl ist der SCHWÄLBCHEN Frischdienst ein leistungsstarker GV-Spezialist mit hohen und relevanten

Kompetenzvorteilen, dessen Verkaufsgebiet sich inzwischen über den gesamten Südwesten Deutschlands erstreckt.

Der konsolidierte Gesamtumsatz der SCHWÄLBCHEN-Gruppe ging um 9,5% auf 173,0 Mio. € zurück. Die Beschäftigtenzahl lag im Jahresdurchschnitt bei insgesamt 381 Personen. Die Investitionen hatten ein Volumen von zusammen 2,75 Mio. €.

Trotz des preisbedingten Umsatzrückgangs konnte die SCHWÄLBCHEN AG ein stabiles operatives Jahresergebnis erzielen. Damit setzte sich der sehr zufrieden stellende Geschäftsverlauf vom Vorjahr fort. Auf Basis eines höheren Rohertrages lag der Jahresüberschuss mit 1,72 Mio. € gleichauf zum Vorjahr (Vj. 1,74 Mio. €). Dies unter Beachtung des sehr wettbewerbsfähigen Auszahlungspreises an die Landwirte sowie der erheblichen Vertriebs- und Marketingleistungen. Auf der Hauptversammlung am 29. April 2016 wird vom Vorstand und Aufsichtsrat vorgeschlagen, aus dem Bilanzgewinn 2015 der SCHWÄLBCHEN AG eine konstante Dividende von 60,0 Cent je Aktie zu zahlen. Da es bei der SCHWÄLBCHEN Frischdienst GmbH eine teilkonsolidiert erfreuliche Ergebnissteigerung gab, resultierte konzernweit ein höherer Jahresüberschuss von 3,17 Mio. € (Vj. 2,57 Mio. €). Wie bisher konnte die Unternehmensgruppe zum Stichtag 31.12.2015 eine solide Bilanzstruktur mit guten Vermögens- und Finanzverhältnissen aufweisen.

Seit dem letzten Herbst nehmen die Milchanlieferungen saisontypisch zu und zeigen dabei im Vorjahresvergleich kräftige Zuwachsraten. Das hohe Milchaufkommen führt zu hohen Kapazitätsauslastungen in den Molkereien und es wird umfangreich auf Bestand produziert. Wichtige Marktindizes zeigen nach unten sowie tief gesunkene Spotmarktpreise das Preisbild bestimmen. Demnach wird das Jahr 2016 sowohl für die Molkereien als auch für die Milcherzeuger ein weiteres schwieriges Jahr werden.

Die anhaltend kritische Lage an den Milchmärkten trübt auch die Perspektiven für die SCHWÄLBCHEN MOLKEREI. So ist das Unternehmen mit niedrigeren Abgabepreisen für Konsummilch und Frischprodukte bei vergleichsweise weniger nachgebenden Auszahlungspreisen konfrontiert. Um in Anbetracht der nachteiligen Marktverhältnisse im Jahr 2016 einen gleichwohl zufrieden stellenden Geschäftsverlauf zu erreichen, wird vor allem die Differenzierungsstrategie nachhaltig fortgesetzt. Deren anerkannten Produktmerkmale sind Qualität und Frische, die relevanten Marktmerkmale sind Regionalität und Marke. Für die fokussierten Sortimentsbereiche der Grünen Linie und das Kaffeegetränk CAFFREDDO werden die erforderlichen finanziellen Mittel bereitgestellt. Hierzu wird eine von März bis Juni intensive Mediakampagne mit Plakat- und Funkwerbung ebenso beitragen, wie der Distributionsausbau und Neuprodukteinführungen.