



Zwischenbericht zum 30. Juni 2016

Wirtschaftliches Umfeld

Das Geschäftsjahr 2016 ist unter äußerst schwierigen Marktbedingungen gestartet. Nicht nur deutschlandweit, sondern europa- und weltweit, traf ein nach wie vor hohes Rohstoffaufkommen auf eine weitgehend stagnierende Nachfrage, vor allem aus wichtigen Exportländern. Damit setzte sich die Milchmarktkrise in der ersten Jahreshälfte 2016 unvermindert fort. Seitens der Agrarpolitik und der Branchenverbände wurden hierüber viele Diskussionen geführt.

Das Milchmengenwachstum war insbesondere im ersten Quartal sehr hoch, da im gleichen Vorjahreszeitraum noch die Milchquotenregelung restriktiv gewirkt hatte. Im Verlauf des zweiten Quartals fielen die Steigerungen dann moderater aus, gerade auch in einigen EU-Nachbarstaaten. Dies lag zum einen an den erheblich niedrigeren Erzeugerpreisen und zum anderen an klimatischen Einflüssen. Ab der Jahresmitte lag die Anlieferung in Deutschland wieder etwas unter der Vorjahreslinie.

Mit der erheblichen Ausweitung der Rohstoffherzeugung über den saisonalen Anstieg hinaus, ging eine entsprechend höhere Herstellung von Milch- und Käseerzeugnissen einher. In der Folge kam es bei Käse, Butter und Milchpulver sowie auf dem Spotmarkt zu massivem Preisdruck und zu erheblicher Bestandsbildung. Neben der Privaten Lagerhaltung musste bei Magermilchpulver die öffentliche Intervention in hohem Maße in Anspruch genommen werden. Damit bekam die niedrige Interventionsverwertung Signalfunktion für die anderen Rohstoffverwendungen, sodass zahlreiche Produktkategorien auf teils historische Preistiefs fielen. Vor diesem Hintergrund wurden in den Kontraktverhandlungen mit dem Lebensmittelhandel ab Mai dann auch die Abgabepreise für Konsummilch und Frischprodukte drastisch reduziert.

In Anbetracht des sehr nachteiligen Branchenumfeldes konnte die SCHWÄLBCHEN MOLKEREI AG im ersten Halbjahr 2016 einen insgesamt zufrieden stellenden Geschäftsverlauf verzeichnen. Hierbei konnte die Ertragslage durch einen höheren Beteiligungsertrag fast stabil gehalten werden. Dies bei einem in der weiten Region überdurchschnittlichen Milchauszahlungspreis, wenn auch auf dem branchenweit tiefen Niveau. Bei der Harzmolkerei GmbH ergab sich ein zum Vorjahr schwächeres Ergebnis. Die SCHWÄLBCHEN Frischdienst GmbH konnte trotz der immer stärkeren Konkurrenz im Großverbraucher-Zustellbereich, basierend auf der hervorragenden Marktstellung, die Ertragslage sogar steigern.

Produktion und Absatz

Die Milchverarbeitung der SCHWÄLBCHEN AG lag im ersten Halbjahr 2016 mit 69,1 Mio. kg geringfügig über dem Vorjahr (Vj. 68,9 Mio. kg), was auf die höhere Eigenanlieferung der Landwirte zurückzuführen war.

Das qualitativ hochwertige SCHWÄLBCHEN-Sortiment profitierte einerseits von dem Verbrauchertrend nach Qualität und Frische sowie nach regionaler Herkunft von Lebensmitteln. Andererseits brachte das nass-kalte Frühjahr keine Absatzimpulse für die witterungsabhängigen Sauermilchprodukte, Kaffeegetränke und Ayran. Auch der Frühsommer verblieb ohne vorteilhaften Wettereinfluss.

Umsatz

Bedingt durch die zum Vorjahr deutlich niedrigeren Abgabepreise für Konsummilch und Frischprodukte gingen die Umsatzerlöse bei der SCHWÄLBCHEN AG um 7,7% auf 42,8 Mio. € (Vj. 46,3 Mio. €) zurück. Bei der Harzmolkerei GmbH ergab sich ebenfalls ein preisbedingter sowie auch kundenbezogener Umsatzrückgang von 22,9% auf 3,0 Mio. € (Vj. 3,9 Mio. €).

Bei der Frischdienst GmbH nahmen die Umsätze teilkonsolidiert um 2,2% auf 45,7 Mio. € (Vj. 46,7 Mio. €) nur leicht ab. Seit Jahresanfang ist als Tochtergesellschaft die SCHWÄLBCHEN Frischdienst Südwest GmbH aus der Verschmelzung der vorherigen Wiese GmbH mit der Ullrich GmbH hervorgegangen.

In der Unternehmensgruppe lag der konsolidierte Halbjahresumsatz mit 83,7 Mio. € niedriger (Vj. 87,0 Mio. €).

Wirtschafts- und Ertragslage

Zu der weitgehend zufrieden stellenden Geschäftslage der SCHWÄLBCHEN AG in der ersten Jahreshälfte haben zum einen die gegenüber anderen Rohstoffverwendungen bis Mai noch relativ stabileren Preise für Konsummilch und Frischprodukte beigetragen. Zum anderen zeigte sich die vorteilhafte Wirkung des sukzessiv ausgebauten höherwertigen Produktsortiments. Hierzu wurde die Qualitäts- und Markenstrategie konsequent fortgesetzt, sei es mit der Grünen Linie®, Caffreddo® sowie Körfez®. Gerade im Hinblick auf die aktuelle Milchkrise war das stringent verfolgte Leitbild einer höheren Wertschöpfung von Bedeutung.

Entsprechend dem allgemein rückläufigen Preisniveau lag der absolute Rothertrag mit 13,38 Mio. € zwar unter dem Vorjahr (Vj. 14,39 Mio. €). Die Rothertragsspanne blieb jedoch stabil. Durch den höheren Beteiligungsertrag von 1,14 Mio. € (Vj. 0,86 Mio. €) erreichte der Halbjahresüberschuss mit 1,32 Mio. € nahezu wieder den Vorjahreswert (Vj. 1,39 Mio. €). Zu beachten war dabei der nach wie vor sehr wettbewerbsfähige Milchpreis an die Landwirte sowie die erneut intensiven Vertriebs- und Marketingaktivitäten. Die Harzmolkerei GmbH kam trotz des deutlichen Umsatzrückgangs auf ein nur leicht geringeres Halbjahresergebnis von 0,08 Mio. € (Vj. 0,10 Mio. €).

Dahingegen erzielte die Frischdienst GmbH teilkonsolidiert einen deutlich verbesserten Halbjahresüberschuss in Höhe von 1,19 Mio. € (Vj. 0,82 Mio. €).

Gemäß der Einzelergebnisse lag das konsolidierte Halbjahresergebnis mit 1,45 Mio. € (Vj. 1,45 Mio. €) gleichauf.

Bei der SCHWÄLBCHEN AG sowie in der Unternehmensgruppe war die Vermögens- und Finanzlage weiterhin geordnet und die Liquidität jederzeit ausreichend gegeben.

Ausblick

Unter dem Druck der anhaltend niedrigen Erzeugerpreise geht die Milchlieferung seit der Jahresmitte stärker als saisonal üblich zurück. Damit gleicht sich die Produktionsmenge der noch immer verhaltenen Nachfrage etwas an. Die rückläufige Mengenentwicklung ist nicht nur deutschland- sondern europaweit festzustellen, wenn auch in unterschiedlicher Intensität. Dies hat mittlerweile Preisbefestigungen bei einigen Rohstoffverwendungen zur Folge, wie bei Butter, Käse und auf dem Spotmarkt, insbesondere beim Milchfettpreis. Für eine durchgreifende Markterholung wird allerdings von Bedeutung sein, wie sich rohstoffseitig das weitere Milchaufkommen darstellt, wie sich absatzseitig die Aufnahmefähigkeit vor allem der internationalen Märkte zeigt und wie der Bestandsabbau vollzogen wird. Somit bleiben viele Unsicherheiten auch in der zweiten Jahreshälfte bestehen.

Als Folge des schwachen Milchmarktes unterliegt auch die SCHWÄLBCHEN AG über weite Sortimentsteile hinweg den branchenweit stark reduzierten Abgabepreisen. Kontraktbedingt gelten diese bis zum Spätherbst. Daher muss auch auf Ganzjahressicht von niedrigeren Umsätzen ausgegangen werden. Es bleibt abzuwarten, ob sich daraus ein weitergehender Nachteil für das Unternehmen ergibt, sollten die Konsummilch- und Frischproduktepreise den Anschluss an ein besseres Erlösniveau bei anderen Rohstoffverwendungen verlieren. Dies gilt vor allem bei den parallel absehbaren Milchgeldleistungen. Da vom externen Umfeld keine positiven Effekte auf die Geschäftslage ausgehen, ebenso wenig wie der bislang unbeständige Sommer kaum verkaufsfördernd war, kommt der eigenen Qualitäts- und Markenstrategie eine umso größere Bedeutung zu. SCHWÄLBCHEN bleibt im gesamten Absatzgebiet die regionale Milchmarke, die sowohl ein umfassendes Wertschöpfungskonzept darstellt, als auch ein hohes Vertrauenspotential bei den Verbrauchern und Handelskunden genießt. Daraus folgt das Ziel, im Jahr 2016 eine den sehr schwierigen Marktverhältnissen entsprechend zufrieden stellende Wirtschafts- und Ertragslage zu erreichen.

Die Harzmolkerei GmbH wird beim derzeitigen Geschäftsverlauf noch etwas zulegen können, auf Jahressicht aber unter dem Ertragsniveau vom Vorjahr bleiben. Für die Frischdienst GmbH ist teilkonsolidiert im zweiten Halbjahr zwar von niedrigeren Umsätzen auszugehen. Gleichwohl sollte aus der guten Marktposition heraus ein zumindest auf Vorjahresniveau liegendes Ergebnis möglich werden.