



Schwälbchen rechnet nach Gewinnrückgang mit erneutem Aufwind in 2020

Hessens größte Molkerei Schwälbchen war ein großer Gewinner des Hitzesommers 2018. Trotz guter Geschäfte des Frischdienstes fällt das Jahr danach erwartungsgemäß schwächer aus.

Bad Schwalbach - Der hessische Molkerei-Konzern Schwälbchen rechnet trotz eines schwächeren Jahres 2019 nicht mit einer anhaltenden Eintrübung des Geschäfts. «Der Rückenwind aus dem Jahrhundertsommer hat uns gefehlt», sagte Unternehmenschef Günter Berz-List der Deutschen Presse-Agentur zur wirtschaftlichen Entwicklung der vergangenen zwölf Monate. «Das ist ärgerlich, aber erschüttert uns nicht. In der Summe ist Schwälbchen im Markt gut aufgestellt. 2020 wollen wir die Rückgänge im Molkereigeschäft wieder aufholen.»

Der Vorstand des börsennotierten mittelständischen Unternehmens mit Sitz in Bad Schwalbach im Taunus rechnet nach vorläufigen Zahlen mit einem Gewinn nach Steuern von 2,7 Millionen bis 2,8 Millionen Euro. Im Jahr zuvor hatte der Schwälbchen-Konzern noch einen Überschuss von mehr als drei Millionen Euro erzielt. Beim Umsatz in der Gruppe erwartet Berz-List 183 Millionen nach 186 Millionen Euro im Jahr 2018, als Hessens größte Molkerei ihr 80. Jubiläum gefeiert hatte. Bei der Milchverarbeitung liegt Schwälbchen 2019 mit 135 Millionen Kilogramm etwa 1,5 Prozent unter dem Vorjahr.

Als Gründe für die schwächere Entwicklung nannte der Unternehmenschef das bundesweit stagnierende Preisniveau für Milch, Sahne, Joghurt und Quark. Diese vier Produkte seien die größten und volumenstärksten Basisartikel im Molkereigeschäft. Gleichzeitig seien die Kosten für Energie sowie Logistik gestiegen, die Auszahlungspreise für die regionalen Milchbauern jedoch relativ hoch geblieben. «Außerdem hat uns der gute Absatz von Mitte April bis Mitte Juni aus dem Rekordsommer 2018 gefehlt.»

Der Geschäftsbereich Frischdienst mit Sitz in Mainz, bei dem Großverbraucher beliefert werden, hat nach Angaben des Managers dagegen im Jahr 2019 erneut zugelegt und ist mittlerweile sowohl bei Umsatz und Ergebnis als auch beim Personal Wachstumstreiber von Schwälbchen. Ein weiterer Ausbau des Frischdienstes mit einer größeren regionalen Ausdehnung sei geplant. «Das bedeute aber nicht Übernahmen oder neue Standorte», erklärte der Vorstand.

Das Liefergebiet des Frischdienstes mit Standorten in Mainz und Ilsfeld erstreckt sich auf die größeren Zentren in Hessen, Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg. Zu den Kunden zählen etwa Kantinen in Unternehmen, Hotels und Gastronomen sowie Schulen, Kliniken und Mensen. Über 10.000 Artikel umfasst das Großverbraucher-Sortiment nach Angaben von Berz-List. Im Molkereigeschäft beläuft sich die Zahl auf etwa 140 Produkte.

Der Schwälbchen-Vorstand kündigte neben den bereits verbuchten Millioneninvestitionen in ein Kühl- und ein Materiallager am Standort Bad Schwalbach eine Ausweitung der Produktpalette bei den Frischprodukten an. Um Kosten zu senken, will der Molkerei-Konzern auch seine Milcherfassungs- und Auslieferungsrouten optimieren.

"Mit freundlicher Genehmigung der dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH, Hamburg, www.dpa.de"