



Wachstumstreiber von SCHWÄLBCHEN im Sog der Corona-Krise

Der Frischdienst mit der Belieferung von Großkunden wie Hotels, der Gastronomie und Kantinen war zuletzt der Wachstumstreiber von Schwälbchen. Corona-bedingte Ausgangsbeschränkungen und das Homeoffice sorgen nun für harte Einschnitte.

Bad Schwalbach, 25.07.2020 - Hessens größte Molkerei Schwälbchen kämpft mit dem stark veränderten Verhalten der Verbraucher und Großkunden wegen der Corona-Krise. Das Molkereigeschäft fährt weiter stabile Ergebnisse ein, wie Vorstandschef Günter Berz-List in Bad Schwalbach sagte. Sorgen bereitet dem Manager aber der Frischdienst. Bei diesem Wachstumsfeld der letzten Jahre werden Großkunden wie Hotels und die Gastronomie sowie Kantinen, Mensen und Schulen beliefert. «Durch die pandemiebedingten Ausgangsbeschränkungen war quasi über Nacht kein Bedarf mehr. Das haben wir drastisch beim Umsatz und Ergebnis gespürt.»

Die Bestellungen im Geschäftsbereich Frischdienst, der rund 10.000 Produkte im Sortiment hat, seien in der Hochphase der Corona-Krise im März und April um 50 Prozent weggebrochen, berichtete der Chef des börsennotierten mittelständischen Unternehmens. Bei den Erlösen habe der Rückgang sogar bis zu 60 Prozent betragen. «So etwas ist nicht einfach aufzufangen», sagte Berz-List mit Blick auf die Halbjahreszahlen von Schwälbchen und den Ausblick auf das Gesamtjahr. Um Kosten einzusparen, sei ein Drittel der Lkw-Flotte an den Standorten Mainz und im baden-württembergischen Ilsfeld abgemeldet worden. Zudem gebe es an den beiden Standorten Kurzarbeit.

Das Molkereigeschäft konnte nach Angaben von Berz-List im ersten Halbjahr zwar ein Umsatzplus von etwa zwei Prozent auf rund 45 Millionen Euro verbuchen. Auch die Milchverarbeitung habe um 1,2 Prozent auf 58 Millionen Kilogramm Milch zugelegt. Im zweiten Geschäftsbereich Frischdienst seien die Erlöse jedoch um rund ein Drittel auf 34 Millionen Euro abgesackt. Insgesamt sei der Umsatz in der Gruppe in den ersten sechs Monaten um 14 Prozent auf 80 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zurückgegangen.

Konkrete Angaben zur Ergebnisentwicklung der Geschäftsfelder machte der Vorstand nicht. Berz-List geht jedoch nach vorläufigen Zahlen von einem negativen Konzernergebnis sowohl zum Halbjahr als auch für das Gesamtjahr aus. Im Jahr 2019 hatte die Schwälbchen-Gruppe einen Umsatz von rund 184 Millionen und einen Gewinn nach Steuern von drei Millionen Euro erwirtschaftet.

«Wir geben den Sommer aber noch nicht verloren», betonte der Manager. Viel werde bei der Geschäftsentwicklung der nächsten Monate davon abhängen, wie sich der Außerhausmarkt auch bei den Kaltgetränken von Schwälbchen entwickeln werde und ob es nach der Urlaubssaison eine zweite Corona-Infektionswelle mit neuen Beschränkungen geben wird. Die Milchbauern, die das Unternehmen beliefern, sollen derweil nicht unter der Entwicklung leiden. Auch während der Hochphase der Corona-Krise habe Schwälbchen über Marktniveau bezahlt, betonte der Vorstand.

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