



SCHWÄLBCHEN MOLKEREI Jakob Berz AG

Rückblick 2020

Bad Schwalbach, 23. März 2021. Zum Jahresauftakt 2020 hatten sich am Milchmarkt noch stabile Tendenzen mit festen Preisen gezeigt, was auf die niedrigen Bestände an Käse und Milchpulver sowie auf ein dynamisches Exportgeschäft zurückzuführen war. Die erste negative Branchenerfahrung mit ‚Corona‘ bzw. ‚Covid-19‘ war dann der Exporteinbruch nach China. Die generelle Unsicherheit durch die Covid-19-Ausbreitung und durch die global verhängten Restriktionen wirkten auch auf die weltweit vernetzten Milchmärkte. Dies sorgte für einen temporären Preisdruck vor allem bei Käse, Butter und Milchpulver. Deren Notierungen brachen zu Beginn der Krise ein, erholten sich aber ab dem Sommer wieder, ohne jedoch auf das Preisniveau vom Jahresanfang zurückzukehren.

Die neuen, bislang unbekanntenen Lebensumstände sorgten mit der dauerhaften Verlagerung von Essen und Trinken in die häusliche Umgebung für eine gestiegene Nachfrage nach Molkereiprodukten im Einzelhandel. Mit dem Mengenzuwachs von Sahne, Trinkmilch, SB-Käse, Butter, Joghurt und Quark verbunden war auch eine größere Zahlungsbereitschaft der Verbraucher für höherwertige Qualitäten. Somit stieg in der Pandemie das Bewusstsein für nachhaltige Themen wie Tierwohl, Verpackungs- und CO₂-Reduzierung, Transparenz bei der Rohstoffherkunft und Produktherstellung.

Dem positiven Einzelhandelstrend entgegen brach der Außer-Haus-Konsum ab Mitte März abrupt und drastisch ein. Nachdem Hotellerie, Gastronomie sowie Kantinen, Betriebsverpflegungen und Catering infolge der restriktiven Maßnahmen zur Pandemie-Bekämpfung schließen oder reduzieren mussten, kamen die Absatzwege über Großverbraucher weitgehend zum Erliegen. Demgemäß blieb der Absatz von extern verzehrten Mahlzeiten, Snacks und To-Go-Getränken schwach, ebenso wie der Bedarf an den hierfür eingesetzten Milch- und Käseerzeugnissen. Diese Branchenereignisse und besonders die Krise im Außer-Haus-Markt wirkten unmittelbar auf die zwei Tätigkeitsfelder der SCHWÄLBCHEN-Gruppe.

Im Molkereigeschäft der SCHWÄLBCHEN AG konnten sich die negativen und positiven Absatzeffekte dank der unterschiedlichen Produktgruppen und Vertriebskanäle weitgehend kompensieren. So erhöhte sich im Jahr 2020 die Milchverarbeitung um 2,2% auf 138,6 Mio. kg, daran hatten die Rohmilchlieferungen der eigenen Landwirte nahezu 100% Anteil. Die Umsatzerlöse verbesserten sich um 1,5% auf 95,3 Mio. Euro. Speziell das qualitativ hochwertige Sortiment der ‚Grünen Linie‘ entwickelte sich positiv; sowohl haltbare und frische Milch wie auch Sahne, Schmand, Quark und die regionalen Spezialitäten Spundekäs und Grüne Soße erzielten erfreuliche Wachstumsraten. Die ganzheitlich bessere Wertschöpfung im Produktportfolio führte zu einem gestiegenen operativen Geschäftsergebnis. Demnach verzeichnete die AG ein Pandemie-bedingt zwar herausforderndes, dafür in wirtschaftlicher Hinsicht aber durchaus zufriedenstellendes Jahr 2020. Ohne den jahrelang verbuchten Beteiligungsertrag der Frischdienst GmbH ging der Jahresüberschuss jedoch auf 1,21 Mio. Euro zurück. Auf der noch nicht terminierten Hauptversammlung werden Vorstand und Aufsichtsrat vorschlagen, aus dem Bilanzgewinn 2020 der AG eine Dividende von 40,0 Cent/Aktie auszuzahlen.

Dahingegen wurde die Frischdienst GmbH, nach zuvor jahrelangem Wachstum, mit voller Wucht von der sich aus den Corona-Restriktionen ergebenden Außer-Haus-Krise getroffen. Was für die meisten Akteure im Großverbraucher-Bereich galt, traf diejenigen im Foodservice ganz besonders. Die geschlossenen Einrichtungen bzw. reduzierten Bestellungen vieler Großkunden haben das leistungsstarke und anerkannte Zustell-Handelskonzept des SCHWÄLBCHEN Frischdienst unterlaufen. Von Mitte März an lag das monatliche Umsatzminus bei etwa 50%, wobei die Rückgänge bei der Frischdienst Südwest GmbH, Ilsfeld, weniger stark ausfielen als bei der Frischdienst GmbH in Mainz. Lediglich den Sommer über, mit den Erleichterungen vom ersten Lockdown, ließ sich das Umsatzminus etwas eingrenzen. Mit dem Lockdown zum Jahresende kehrten die Belastungen aber vollumfänglich zurück. Auf Jahressicht brachen die Frischdienst-Umsätze teilkonsolidiert um minus 34,7% auf 65,5 Mio. Euro ein. Trotz der Kosteneinschnitte, wie Kurzarbeit an den beiden Standorten und mit Tourenoptimierungen, war ein hoher Jahresfehlbetrag von minus 1,85 Mio. Euro zu verkraften.

Der konsolidierte Gesamtumsatz der SCHWÄLBCHEN-Gruppe verringerte sich um 16,8% auf 153,4 Mio. Euro. Die Anzahl der Beschäftigten lag mit insgesamt 387 Personen etwas unter dem Vorjahr. Die gruppenweiten Investitionen in Höhe von 2,56 Mio. Euro umfassten wie im Vorjahr allem voran das neue Material- und Trockenlager sowie die Erneuerung und Erweiterung des Kühllagers in Bad Schwalbach.

Aufgrund des verlustreichen Frischdienstes drehte sich nach der Konsolidierung aller Gesellschaften auch das Konzernergebnis ins Minus, sodass im Corona-Jahr 2020 ein negatives Konzernergebnis von minus 0,77 Mio. Euro entstand. Nach wie vor weist die Unternehmensgruppe solide Bilanzrelationen mit sehr soliden Vermögens- und Finanzverhältnissen auf.