



Die Schwälbchen-Gruppe rechnet nach einem schwierigen Corona-Jahr mit einem wieder anziehenden Geschäft. Das Licht am Ende des Tunnels werde heller, sagte der Vorstand Günter Berz-List der Deutschen Presse-Agentur in Bad Schwalbach. Das Unternehmen werde trotz besserer Zahlen in 2021 aber noch einmal ein krisenbedingtes Jahr durchstehen müssen. «Unsere Hoffnung beruht ganz klar auf 2022.»

Bad Schwalbach, 02.09.2021 (dpa/lhe) - Hessens größte Molkerei Schwälbchen feilt bei seinem Frischdienst an der Strategie für die Belieferung von großen Betriebskantinen, Schulen, Mensen, Hotels und Gastronomen. Der Großverbraucher-Frischdienst mit seinem Außer-Haus-Geschäft kämpfe noch mit den Auswirkungen der Corona-Krise, sagte Vorstandschef Günter Berz-List der Deutschen Presse-Agentur in Bad Schwalbach. Die Bestellungen der Unternehmen, Hochschulen und Kliniken zögen zwar an. Schwälbchen wolle aber mit noch mehr regionalen Produkten, flexibler Lieferlogistik und seinem gesamten Sortiment von rund 10 000 Artikeln bei Küchenchefs punkten. «Wir sind absoluter Vollsortimenter und führen nicht nur Milchprodukte.» Das gesamte Geschäftsjahr 2021 werde noch von den Auswirkungen durch die Corona-Krise belastet sein, sagte der Vorstand. «Das Licht am Ende des Tunnels wird aber heller.»

Das Molkereigeschäft habe sich im ersten Halbjahr dahingegen stabil entwickelt. Der Absatz im Einzelhandel sei gut gelaufen, weil die Menschen in der Zeit der Corona-Pandemie mehr und höherwertig zuhause gekocht haben. Bei der Milchverarbeitung habe es einen Zuwachs um zwei Prozent auf 72 Millionen Kilogramm gegeben. Der Umsatz sei auch aufgrund des durchwachsenen Wetters im Frühjahr und Sommer leicht um ein Prozent auf 47,3 Millionen Euro zurückgegangen.

Im zweiten Geschäftsfeld Frischdienst habe sich der Umsatzrückgang zwar verringert, liege aber noch bei 11,4 Prozent unter dem Vorjahreswert, sagte Berz-List. Die Erlöse betragen 30 Millionen Euro. In der gesamten Schwälbchen-Gruppe habe der Umsatz nach den ersten sechs Monaten bei 73,1 Millionen nach 78,0 Millionen Euro zum Vorjahreszeitraum gelegen. Das Ergebnis der Gruppe blieb negativ und betrug nach Angaben des Unternehmenschefs minus 1,21 Millionen Euro nach einem Fehlbetrag von 790.000 Euro im Vorjahreshalbjahr.

Eingerechnet in das Ergebnis sind auch zwei Sondereffekte mit Einmalcharakter: Das Grundstück und die Lagerhalle am Standort Marburg seien verkauft worden, berichtete Berz-List. Die Harzmolkerei in Wernigerode sei zudem auf die Muttergesellschaft verschmolzen worden. Im zweiten Halbjahr rechnet der Manager mit anziehenden Preisen für Milchprodukte und damit beim Molkereigeschäft einer Entwicklung auf Vorjahresniveau. Ziel für das Segment Großverbraucher-Frischdienst sei, das Minus weiter zu reduzieren.

«Wir werden 2021 noch einmal ein krisenbedingtes Jahr durchstehen müssen», erklärte der Vorstand. «Unsere Hoffnung beruht ganz klar auf 2022.» Die Rückkehr in die schwarzen Zahlen werde aber nur schrittweise erfolgen und hänge von den Corona-Bedingungen sowie auch der künftigen Homeoffice-Nutzung gerade in den großen Unternehmen ab.

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