



Schwälbchen: Verluste im zweiten Corona-Krisenjahr

Kantinen und Restaurants im Corona-Lockdown sowie ein eher durchwachsender Sommer wirken sich schlecht auf den Absatz der Molkerei Schwälbchen aus. Aber es gibt auch im zweiten Pandemiejahr Lichtblicke.

Bad Schwalbach, 29.12.2021 (dpa/lhe) - Hessens größte Molkerei Schwälbchen rechnet im zweiten Corona-Krisenjahr 2021 erneut mit Verlusten. „Das konsolidierte Gruppenergebnis wird nochmal negativ sein“, sagte der Vorstandschef Günter Berz-List der Deutschen Presse-Agentur in Bad Schwalbach. Dies liege vor allem am Fehlbetrag der Frischdienst GmbH, die unter den Folgen der Corona-Lockdowns leide. Viele Kunden wie Restaurants, Kantinen, Hotels oder Uni-Mensen hatten in der Pandemie nicht oder nur eingeschränkt geöffnet.

Das Konzernjahresergebnis hatte 2020 bei minus 0,77 Millionen Euro gelegen, der Umsatz war im Vergleich zum Vorjahr um 17 Prozent auf rund 153 Millionen Euro abgesackt. Für das laufende Jahr rechnet Berz-List mit einem Gruppenumsatz von etwa 150 Millionen Euro. Der Schwälbchen-Konzern hat 340 Beschäftigte.

„Der Schwälbchen-Frischdienst hatte 2021 ein zweites schwieriges Jahr und verzeichnet einen Umsatzeinbruch von knapp einem Drittel im Vergleich zum Vor-Corona-Niveau“, sagte Berz-List. „Nachdem die Geschäfte nach dem Ende des Lockdowns im Frühjahr 2021 wieder gut angelaufen waren, sorgte die angespannte Corona-Lage diesen Herbst mit vielen Rückkehrern ins Homeoffice für sinkende Bestellungen.“ Auch ausgefallene Weihnachts-feiern seien spürbar.

„Ich befürchte, dass ein Teil des Geschäfts mit Großküchen dauerhaft verloren gegangen ist, da viele Firmen ihre Belegschaft unabhängig von Corona zumindest teilweise im Homeoffice lassen wollen“, sagte der Schwälbchen-Chef. Der Frischdienst beliefert Großverbraucher und führt rund 10.000 Artikel aus allen Lebensmittelkategorien im Sortiment. Im laufenden Jahr wird der Umsatz nach den Worten von Berz-List bei etwa 65 Millionen Euro liegen.

„Der zweite Geschäftszweig, die Molkerei, hat 2021 einen ruhigen, stabilen Absatz verzeichnet“, sagte der Vorstandschef. Die Milchverarbeitung sei um rund ein Prozent auf 140 Millionen Kilo gestiegen. „Die Milchanlieferung hat jedoch zum Ende des Jahres

nachgelassen.“ Dies sei darauf zurückzuführen, dass die Futterqualität in diesem Jahr eher schlecht sei und die Kühe weniger Milch gäben, erklärte Berz-List.

Im Molkerei-Geschäft habe es zwei stark gegenläufige Effekte gegeben. Die „grüne Linie“ unter anderem mit Schmand, Joghurt, Milch oder Sahne profitierte vom Trend zu regionalen Produkten. „Hier gab es teils zweistellige Zuwächse beim Absatz“, sagte Berz-List. Dagegen verzeichneten To-Go-Produkte wie Kaffee-Mix-Getränke schrumpfenden Absatz, unter anderem wegen des eher durchwachsenen Sommers. Der Molkereiumsatz wird mit rund 95 Millionen Euro auf Vorjahresniveau liegen, wie Berz-List sagte.

In der Corona-Pandemie sei niemand betriebsbedingt entlassen, das Weihnachtsgeld auch dieses Jahr gezahlt worden, erklärte der Unternehmenschef und sagte: „Ich blicke zuversichtlich ins neue Jahr.“

„Mit freundlicher Genehmigung der dpa Deutsche Presse-Agentur, Hamburg, www.dpa.de“