



## Pressemitteilung

---

### Veröffentlichung der Halbjahresergebnisse und Ausblick 2021

#### **FRoSTA: Zutaten, Verpackungen und Transporte werden teurer**

Preiserhöhungen unvermeidbar, um hohe Qualität zu halten. Halbjahresbericht 2021 veröffentlicht

Bremerhaven, 16.7.2021

Die FRoSTA AG hat heute die Halbjahresergebnisse und den Ausblick für 2021 veröffentlicht.

Die Marke FRoSTA hat es erneut geschafft, mit dem kompletten Verzicht auf Zusatzstoffe und Aromen das Vertrauen der Kunden zu gewinnen, und ist im Handel in Deutschland mit 13,8 % wieder deutlich stärker als der Markt (+5,4 %) gewachsen (Quelle (Nielsen KW18/2021)).

Das Handelsmarkengeschäft des Konzerns ist im ersten Halbjahr stark rückläufig. Verlustbringende Kontrakte wurden insbesondere vor dem Hintergrund der weltweiten Entwicklung der Rohstoffmärkte nicht verlängert. Damit liegt der Konzernumsatz (266 mEUR) -6,3 % unter dem Vorjahr, während das Konzernhalbjahresergebnis trotz vieler Herausforderungen mit 14 mEUR stabil auf dem Niveau des Vorjahres gehalten werden konnte.

Die weitere Entwicklung im Geschäftsjahr 2021 bleibt schwer planbar. Der weltweite Einfluss der Pandemie erzeugt weiterhin viel Unsicherheit. Die anhaltende Krise in der weltweiten Versorgung hat zu massiven Verzögerungen in der Lieferkette geführt.

Die bereits zu Beginn des zweiten Halbjahres einsetzenden Steigerungen bei den Einkaufspreisen werden insbesondere in den letzten vier Monaten dieses Jahres Wirkung zeigen. Alle wichtigen Materialien wie Fisch, Öle, Weizen, Verpackungsmaterialien, Energie sowie Transporte werden deutlich teurer. Die umfangreichen Maßnahmen zur Effizienzsteigerung werden nicht ausreichen, um diese Entwicklung zu kompensieren.

„Vor diesem Hintergrund haben wir zwei Möglichkeiten: entweder die Qualität unserer Produkte zu reduzieren – was für uns nicht in Frage kommt – oder die Abgabepreise an unsere Handelskunden zum nächstmöglichen Termin zu erhöhen“, sagt Vorstand Maik Busse.

Für das Gesamtjahr wird mit einem Konzernumsatz in der Größenordnung des Vorjahres und einem Konzernjahresergebnis im mittleren einstelligen Prozentbereich vom Umsatz gerechnet.

Der Vorstand

## Über FRoSTA:

Die Marke FRoSTA ist Marktführer für Tiefkühlgerichte in Deutschland und verzichtet seit 2003 als erste Tiefkühlmarke konsequent in allen Gerichten auf den Zusatz von Farbstoffen, Aromen, Geschmacksverstärkern, Stabilisatoren und Emulgatoren. FRoSTA gibt es im Supermarkt und bietet neben den Klassikern wie Bami Goreng, Schlemmerfilets und Fischstäbchen auch viele weitere tiefgekühlte Gemüse-, Fisch- und Kräuterprodukte.

Die FRoSTA AG produziert in vier Werken, drei in Deutschland und einem in Polen. Heimische Gemüsesorten wie Erbsen, Spinat, Karotten und Kräuter werden in zwei Gemüseverarbeitungswerken, in Sachsen und in Rheinland-Pfalz, angebaut und unmittelbar nach der Ernte gewaschen, geschnitten und tiefgefroren.

Weitere Informationen:

<http://www.frosta-ag.com>

Halbjahresbericht 2021:

<https://www.frosta-ag.com/service/publikationen/download-category/finanzberichte/>