

Pressemitteilung

Hauptversammlung in Bremerhaven: FROSTA immer beliebter

- Umsatzplus durch neue Fischprodukte und Transparenz für Verbraucher
- Dividende wird auf 1,36 € pro Aktie angehoben

Die Aktionäre der FROSTA AG haben auf der heutigen Hauptversammlung mit einer Präsenz von 79,81% den im Konzernjahresabschluss 2014 ausgewiesenen Gewinn von 17,3 Mio. € zustimmend zur Kenntnis genommen und die Ausschüttung einer Dividende von 1,36 € pro Aktie beschlossen. Dies entspricht einer Dividendensumme von 9,2 Mio. €.

Der Umsatz der FROSTA AG war 2014 in einem schwierigen Umfeld mit 408 Mio. € um 5,5 % gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Das Ergebnis des Geschäftsjahres 2014 in Höhe von rund 17,3 Mio. € lag über dem Vorjahreswert von 12 Mio. €. Diese Ergebnisentwicklung ist auch auf die gute Entwicklung des Markengeschäftes in Deutschland und Osteuropa zurückzuführen sowie auf den Export nach Westeuropa.

Die Eigenkapitalquote des Konzerns konnte mit einem Wert von 53,5 % nochmals gesteigert werden. Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten wurden um über 25 % gegenüber dem Vorjahr abgebaut. Aufgrund dessen ist es der Gesellschaft möglich, eine Dividendenzahlung von 1,36 € für das Jahr 2014 vorzunehmen. Die Anzahl der Beschäftigten ist auf 1.559 angestiegen.

Die Marke FROSTA wächst 2014 in Deutschland um 12,6 % und gehört damit zu den am schnellsten wachsenden Marken der gesamten Branche (Quelle: IRi 2014). In den ersten vier Monaten des Jahres 2015 stieg die Nachfrage um fast 11 % (Quelle: IRi 4/2015).

Neben gesteigerter Nachfrage nach Pfannengerichten und Gemüse konnten sich die im Herbst 2013 neu eingeführten FROSTA Fischartikel im abgelaufenen Jahr gut etablieren. Der konsequente Verzicht auf Zusatzstoffe und transparente Herkunftsangaben aller Zutaten steigerten erneut die Nachfrage nach FROSTA Produkten.

Das Markengeschäft in Polen, Ungarn, Tschechien und Rumänien entwickelte sich ebenfalls positiv.

In den ersten fünf Monate des Jahres 2015 lag der Umsatz über und das Konzernergebnis auf dem Niveau des Vorjahres. Jedoch verteuerte sich aufgrund des stark gefallen Euros ein Großteil unserer Rohwaren, die wir in US Dollar einkaufen, signifikant. Diese Kostensteigerungen konnten wir bisher noch durch Währungssicherungen und Preiserhöhungen abfedern, müssen nun jedoch die nachhaltigen Kostensteigerungen der Rohwaren durch weitere Preiserhöhungen kompensieren. Daher rechnen wir zum jetzigen Zeitpunkt für das zweite Halbjahr mit gegenüber dem Vorjahr rückläufigen Ergebnissen.

Bremerhaven, 19. Juni 2015

Über FRoSTA:

Die Marke FRoSTA ist Marktführer für Tiefkühlgerichte in Deutschland und verzichtet seit 2003 als erste Tiefkühlmarke 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, Nasi Goreng und Paella auch Gemüse, Fisch, Obst und Kräuter.

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.

Zum 10jährigen Jubiläum des FRoSTA Reinheitsgebotes wurde FRoSTA 2012 von der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e.V. zu Deutschlands nachhaltigster Marke gekürt. Seit April 2013 veröffentlicht FRoSTA als erste Tiefkühlmarke chargengenau die Herkunftsländer aller Zutaten im Internet.

Seit Herbst 2013 gibt es wieder Fisch von FRoSTA, der zu 100 % aus nachhaltigen, MSC zertifizierten Fischereien kommt.

Weitere Informationen unter www.frosta.de.