

Sperrfrist: 19. März 2010, 12.00 Uhr

Presseinformation

FRoSTA fordert mehr Klarheit für den Verbraucher „CO₂-Fußabdrücke“ und klare Deklaration für mehr Transparenz

Der Vorstand der FRoSTA AG fordert mehr Klarheit für die Verbraucher bei der Deklaration von Lebensmitteln. Insbesondere die Bezeichnung „natürliches Aroma“ und die in vielen Fällen fehlende Deklarationspflicht zahlreicher Zusatzstoffe wird kritisiert. Der Vorstandsvorsitzende Felix Ahlers sieht in der jetzigen Rechtslage einen „deutlichen Wettbewerbsnachteil für unsere Marke FRoSTA“.

Eine aktuelle Umfrage von TNS Infratest zeigt, dass über 60 % der Verbraucher den Angaben über Zutaten und Zusatzstoffe in Lebensmitteln nicht trauen. Felix Ahlers: „Wir müssen das Vertrauen der Verbraucher wieder gewinnen, dazu brauchen wir klare Spielregeln: Lebensmittel müssen klar deklariert werden“.¹ FRoSTA bemüht sich seit der Einführung des FRoSTA Reinheitsgebots im Jahr 2003 um größtmögliche Transparenz für den Verbraucher. Dazu gehört auch die Berechnung und Veröffentlichung der CO₂-Fußabdrücke für weitere 9 FRoSTA Produkte im letzten Jahr sowie die detaillierte Offenlegung der FRoSTA Klimaschutzstrategie (-70 % CO₂-Ausstoß bis 2013 und Errichtung eines FRoSTA Klimafonds) im Internet.

Sieben Jahre nach der Einführung des Reinheitsgebotes für alle Produkte der Marke FRoSTA hat die FRoSTA AG mit einer Umsatzsteigerung von 5 % wiederum ein deutliches Wachstum erzielt. Der Umsatz stieg auf 411 Mio. € (Vorjahr 392 Mio. €).

Der Gewinn vor Steuern blieb mit 17,4 Mio. € aufgrund niedrigerer Margen beinahe konstant zum Vorjahr. Auch das Ergebnis nach Steuern von 12,0 Mio. € verblieb auf dem Vorjahresniveau (12,1 Mio. €).

Die Umsätze liegen in den ersten Monaten des Jahres 2010 aufgrund abgegebener unprofitabler Kontrakte leicht unter Vorjahr. Das Ergebnis liegt über dem Vorjahr.

¹ Details zu den Forderungen der Marke FRoSTA für eine verbesserte Deklaration von Lebensmitteln in der Anlage oder auf Nachfrage.

Im Einzelnen wird über den Geschäftsverlauf wie folgt berichtet:

Marke FRoSTA

Der Umsatz der Marke FRoSTA ging im Jahr 2009 leicht gegenüber dem Vorjahr zurück, was auch auf Währungseffekte in den osteuropäischen Ländern zurückzuführen ist. In Deutschland setzt sich das FRoSTA Reinheitsgebot sieben Jahre nach seiner Einführung weiter durch. Der konsequente Verzicht auf den Einsatz von Geschmacksverstärkern, Aromazusätzen und Farbstoffen führte zu einem kontinuierlichen Anstieg des Marktanteils bei tiefgekühlten Kompletterichten, der im Jahr 2009 über 26% lag². Damit bleibt FRoSTA eindeutig Marktführer.

In Polen, Ungarn, der Tschechischen Republik, Rumänien und Russland hat die Marke FRoSTA ihre Position behaupten können. In Ungarn – wie auch in Polen – ist FRoSTA Marktführer für Tiefkühlfish. In beiden Ländern sowie in Rumänien wird die Marke mit Fernsehwerbung unterstützt.

Ausland

Der Auslandsumsatz stieg von 147 Mio. € auf 154 Mio. €, d. h. um 5 %. Damit wurde über ein Drittel des Umsatzes der FRoSTA AG im europäischen Ausland erzielt.

Der Zuwachs resultiert im Wesentlichen aus erhöhten Verkäufen von Eigenmarken für den ausländischen Lebensmitteleinzelhandel.

Kundeneigenmarken

Der Umsatz mit Kundeneigenmarken („private label“) konnte mit insgesamt 275 Mio. € um 6 % gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Auch im Bereich Großverbraucher/Heimdienst/ Industrie ist der Umsatz um 6 % auf 69 Mio. € gewachsen.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Der im Jahr 2009 erwirtschaftete Konzerngewinn vor Steuern in Höhe von 17,4 Mio. € ist im Vergleich zum Vorjahr (17,7 Mio. €) beinahe konstant geblieben und konnte damit aufgrund niedrigerer Margen nicht proportional zum Umsatzzuwachs gesteigert werden. Die Ergebnisentwicklung hat im Wesentlichen folgende Gründe:

- niedrigere Rohertragsmargen durch gestiegene Rohwarenpreise, insbesondere auch durch Währungseffekte zu Beginn des Jahres
- niedrigere Roherträge durch Abwertungen der lokalen osteuropäischen Währungen.

Das Konzernjahresergebnis nach Steuern blieb mit 12,1 Mio. € zum Vorjahr weitestgehend konstant.

² Quelle: A.C. Nielsen Market Track, LEH + DM > 100 qm ohne Aldi + Lidl + Norma

Die Eigenkapitalquote der FRoSTA AG beträgt jetzt im Konzern 42,5 % (Vorjahr 36,6 %). Dies liegt einerseits in der Erhöhung des absoluten Eigenkapitals und andererseits in der deutlichen Verringerung der Bilanzsumme von 237 Mio. € im Vorjahr auf 223 Mio. € in 2009 begründet. Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten konnten von 86 Mio. € im Jahr 2008 auf jetzt 77 Mio. €, d. h. um 10 %, reduziert werden.

Der Vorstand wird der Hauptversammlung vorschlagen, aus dem Bilanzgewinn eine Dividende in Höhe von 0,75 €/Aktie (Vorjahr 0,75 €/Aktie) auszuschütten und den verbleibenden Betrag den Rücklagen zuzuführen. Somit werden etwa 40 % des Ergebnisses an die Anteilseigner ausgeschüttet und 60 %, entsprechend 7,2 Mio. €, zur Stärkung der Eigenkapitalbasis verwendet.

Die Investitionen lagen mit 12,1 Mio. € deutlich unter dem Vorjahresniveau und auf Abschreibungsniveau. Sie konnten vollständig aus dem Cashflow finanziert werden.

Mitarbeiter

Die FRoSTA AG hat im Jahresdurchschnitt 1.614 Mitarbeiter beschäftigt (Vorjahr 1.539), davon 492 im europäischen Ausland (Vorjahr 429).

Ausblick

In den ersten Monaten des Jahres 2010 hat sich der Umsatz um 7 % gegenüber dem Vorjahr rückläufig entwickelt. Dies liegt auch an der bewussten Abgabe von unprofitablen Kontrakten. Die Ergebnisentwicklung in den ersten zwei Monaten des Jahres ist positiv. Die Situation auf den Rohwarenmärkten, insbesondere bei Fisch bleibt weiterhin äußerst angespannt.

Wir erwarten, dass der Markt für Tiefkühlkost auch in den nächsten Jahren weiter wachsen wird und dass auch wir an diesem Wachstum überproportional teilhaben werden, sehen uns aber aufgrund der Unsicherheiten bei der Währungsentwicklung (insbesondere der Entwicklung des US-Dollars, unserer Haupteinkaufswährung) und der Einschätzung des Konsumverhaltens zur Zeit außerstande, eine genaue Ergebnisprognose abzugeben.

Bremerhaven, 19. März 2010

Der Vorstand

Der Jahresabschluss steht ab 22. März 2010 auf der Internetseite der Gesellschaft www.frosta-ag.com zur Verfügung.

Kontakt:

FRoSTA AG/ Finanzen:

Frau Birgit Renken
0471/ 9736 403

Marke FRoSTA:

Dörte Grotheer
040/ 85 41 40 60