

Zwischenmitteilung nach § 37x Abs. 1 und 2 WPHG

FRoSTA AG wächst mit der Marke und im Ausland.

Der Umsatz der FRoSTA AG lag in den ersten vier Monaten des Jahres 2014 über dem Vorjahr.

Verantwortlich hierfür war u. a. die gute Entwicklung des Umsatzes der Marke FRoSTA in Deutschland, Polen, Ungarn, Rumänien und Tschechien, wo jeweils das Fischsortiment im Fernsehen und im Internet beworben wurde. In Deutschland wurde dieses Fischsortiment, nach dem original FRoSTA Reinheitsgebot sowie mit ausschließlich MSC zertifiziertem Fisch, erst im Herbst letzten Jahres eingeführt, und die Absatzentwicklung in den ersten Monaten dieses Jahres entspricht den Erwartungen. Das Sortiment wurde im Frühjahr um Fischstäbchen ergänzt, die ebenfalls sehr positiv von den Handelspartnern aufgenommen wurden.

Die führende Marktstellung im Segment der Pfannengerichte konnte FRoSTA deutlich ausbauen, denn die Nachfrage stieg in den ersten drei Monaten um deutliche + 8 %. Auch die Nachfrage nach den FRoSTA Gemüsepfannen konnte leicht um + 1 % gesteigert werden (Quelle: IRI März 2014).

Auch in der Sparte Foodservice sowie im Ausland konnte der Umsatz gesteigert werden.

Der Jahresüberschuss liegt in den ersten Monaten des Jahres über dem Vorjahr. Die Gründe hierfür sind die Umsatzsteigerung sowie die verbesserte Kostenstruktur. Die Finanzstruktur konnte weiter verbessert werden. Die Eigenkapitalquote liegt über 50 %.

Für den weiteren Verlauf des Jahres wird trotz einer weiterhin harten Wettbewerbssituation damit gerechnet, dass sich das Umsatzwachstum fortsetzt. Es wird alles daran gesetzt, den Jahresüberschuss des Vorjahres zu übertreffen.

Bremerhaven, 5. Mai 2014

Der Vorstand