

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 2015 um 7 % über dem Vorjahr.

Verantwortlich hierfür war u. a. die gute Entwicklung des Umsatzes der Marke FROSTA in Deutschland und Osteuropa, wo jeweils das Fischsortiment im Fernsehen beworben wurde. In Deutschland wurde dieses Fischsortiment, nach dem Original FROSTA Reinheitsgebot sowie mit ausschließlich MSC zertifiziertem Fisch, vor gut einem Jahr eingeführt und vom Handel und den Verbrauchern sehr gut angenommen.

Die führende Marktstellung im Segment der Pfannengerichte konnte FROSTA ausbauen, denn die Nachfrage stieg in den ersten drei Monaten um + 4 %. Deutlich stärker noch konnte die Nachfrage nach den FROSTA Gemüsepfannen gesteigert werden. Das Umsatzwachstum betrug hier 24 % (Quelle: IRi März 2015).

Auch im Bereich Private Label konnte der Umsatz gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden.

Der Jahresüberschuss liegt in den ersten Monaten des Jahres über dem Vorjahr, was im Wesentlichen in der Umsatzsteigerung begründet lag. Die Finanzstruktur konnte weiter verbessert werden. Die Eigenkapitalquote liegt über 50 %.

Für den weiteren Verlauf des Jahres wird damit gerechnet, dass sich das Umsatzwachstum fortsetzt. Aufgrund des im Vergleich zum Vorjahr stark gestiegenen Wertes des US-Dollar gegenüber dem Euro verteuern sich unsere Hauptrohwaren, die in US-Dollar bezahlt werden müssen, wesentlich. Diese Entwicklung verringert den Rohertrag zunehmend. Um diesem Trend entgegenzuwirken, müssen die Rohwarenverteuerungen durch Preiserhöhungen ausgeglichen werden. Angesichts der großen Unsicherheiten ist es zur Zeit nicht möglich, eine Prognose für das Ergebnis des Gesamtjahres abzugeben.

Bremerhaven, 5. Mai 2015

Der Vorstand