

Sperrfrist: 26. März 2014, 13.00 Uhr

Presseinformation

Tiefkühlmarke FROSTA wächst mit Fisch! Transparenz und Verzicht auf Zusatzstoffe zahlen sich aus.

Bremerhaven, 26. März 2014

Seit über 10 Jahren verzichtet FROSTA konsequent auf Zusatzstoffe und setzt auf höchste Transparenz für die Verbraucher. Nach den schwierigen ersten Jahren zahlt sich dies nun aus:

Mit einem wertmäßigen Wachstum von + 6,8 % (Quelle: IRi 2013) war FROSTA im Jahr 2013 die am schnellsten wachsende Marke in der Tiefkühltruhe der deutschen Händler. Hinnerk Ehlers, Vorstand FROSTA Marke, ergänzt: *„Dieses starke Wachstum basiert auf den erst im September 2013 eingeführten FROSTA Fischprodukten und einer weiterhin sehr guten Nachfrage nach den vor drei Jahren eingeführten FROSTA Gemüse Pfannen (+ 30 %; Quelle IRi 2013).“*

Seit Mitte 2013 publiziert FROSTA die Herkunftsländer jeder einzelnen Zutat im Internet. *„Mit diesem Schritt sorgen wir für maximale Transparenz, weil immer mehr Verbraucher genau wissen wollen, aus welchen Ländern ihre Lebensmittel kommen“*, sagt Ehlers weiter.

Der Gesamtumsatz der FROSTA AG stieg um 2 % auf 386 Mio. EUR (Vorjahr 380 Mio. EUR). Die Umsatzsteigerung betrifft hauptsächlich das Markengeschäft in Deutschland und Osteuropa sowie den Bereich Foodservice.

Der Gewinn vor Steuern verbesserte sich auf 15,9 Mio. EUR (Vorjahr 8,3 Mio. EUR) und erreichte damit fast wieder das Niveau der Jahre 2007 – 2009. Das Ergebnis liegt in den ersten Monaten des Jahres 2014 über dem Vorjahr bei weiterhin steigendem Umsatz.

Im Einzelnen wird über den Geschäftsverlauf wie folgt berichtet:

Marke FROSTA

Im September 2013 führt FROSTA, nach fast zehnjähriger Pause, wieder ein umfangreiches Fischsortiment ein. Alle Fischrohwaren und Meeresfrüchte tragen das MSC Siegel für nachhaltige Fischereien. Die Einführung wurde vom Handel sehr positiv aufgenommen, und es konnte eine sehr breite nationale Distribution erreicht werden. Alle großen Handelsorganisationen führen FROSTA Fischartikel. Besonders erfreulich ist der gute Start der neuen FROSTA Schlemmerfilets, die schnell eine zufriedenstellende Umsatzentwicklung verzeichneten (Quelle: IRi 2013). Ab April 2014 startet FROSTA auch wieder mit Fischstäbchen.

Erfreulich haben sich in 2013 auch die Gemüseprodukte entwickelt, die mit + 30 % mengenmäßigem Wachstum (Quelle IRI 2013) zum Erfolg beitrugen.

Bei den Pfannengerichten konnte FROSTA die Marktführerschaft weiter ausbauen. Von allen Marken in diesem Segment konnte in 2013 nur FROSTA wachsen.

Seit Beginn dieses Jahres läuft ein neuer TV Spot, der mit dem Versprechen „Keine Tricks, keine Geheimnisse“ für Aufsehen sorgt: Peter von FROSTA gesteht, kein echter Koch, sondern Schauspieler zu sein, und macht in einem Chemielabor reinen Tisch.

Das Markengeschäft hat sich nicht nur in Deutschland positiv entwickelt. Auch in Osteuropa, vor allem in Polen und Ungarn, konnten Umsatz und Ertrag deutlich gesteigert werden. Das FROSTA Reinheitsgebot gilt seit 2012 auch dort und die Nachfrage entwickelt sich entsprechend positiv.

Ausland

Der Auslandsumsatz der FROSTA AG stieg leicht von 160 Mio. EUR im Vorjahr auf 162 Mio. EUR. Insgesamt werden jetzt über 40 % des Umsatzes der FROSTA AG im europäischen Ausland erzielt.

Kundeneigenmarken

Der Bereich Private Label – also das Geschäft mit den Marken unserer Kunden – war erneut von starkem Preisdruck geprägt. Mit 247 Mio. EUR (Vorjahr 245 Mio. EUR) ist dieser Bereich für uns stabil geblieben, da wir darauf Wert gelegt haben, unseren Fokus nicht auf das Wachstum zu legen, sondern uns auf Kernartikel zu konzentrieren, welche wir dem Handel zu attraktiven Preisen anbieten können.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Mit einem Konzerngewinn vor Steuern in Höhe von 15,9 Mio. EUR wurde das Vorjahresergebnis (8,3 Mio. EUR) deutlich verbessert und liegt wieder auf dem Niveau der Jahre 2007 – 2009. Der Konzernjahresüberschuss – also das Ergebnis nach Steuern – stieg auf 12 Mio. EUR (Vorjahr 6,1 Mio. EUR). Der Konzern-Cashflow entwickelte sich ebenfalls von 16,4 Mio. EUR im Jahr 2012 auf 29,9 Mio. EUR im Jahr 2013 positiv.

Wesentlicher Treiber der Ergebnissteigerung war einerseits der Rohertrag, der um 4 %, d. h. von 139 Mio. EUR in 2012 auf 144 Mio. EUR in 2013 angestiegen ist. Die relative Rohertragsmarge erhöhte sich von 34,1 % im Jahr 2012 auf 35,8 % im Jahr 2013.

Andererseits konnten die Kosten z. T. trotz der Umsatzsteigerung gesenkt werden. So reduzierte sich der sonstige betriebliche Aufwand um 5 Mio. EUR, was im Wesentlichen auf verminderte Kühlhausmieten, Abfindungen, Verkaufsförderung und Instandhaltungsaufwendungen zurückzuführen ist. Der Personalaufwand ist allerdings um 3 Mio. EUR angestiegen, was im Wesentlichen auf die Lohn- und Gehaltskostensteigerung und erhöhte Aufwendungen für Gewinnbeteiligungen und Boni zurückzuführen ist.

Die Eigenkapitalquote der FROSTA AG beträgt jetzt im Konzern 52,5 % (Vorjahr 48,7 %). Dies liegt an einer Erhöhung des Eigenkapitals um 8 Mio. EUR aus einbehaltenen Gewinnen bei einer konstanten Bilanzsumme von 222 Mio. EUR. Außerdem konnten die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten von 50 Mio. EUR im Jahr 2012 auf jetzt 39 Mio. EUR weiter reduziert werden. FROSTA verfügt damit über eine sehr gesunde Finanzstruktur.

Wegen der Ergebnisverbesserung und der gesunden Finanzstruktur wird der Vorstand der Hauptversammlung vorschlagen, aus dem Bilanzgewinn eine Dividende in Höhe von 1,00 EUR/Aktie (Vorjahr 0,75 EUR/Aktie) auszuschütten und den verbleibenden Betrag den Rücklagen zuzuführen.

Die Investitionen lagen mit 8,4 Mio. EUR über dem Vorjahresniveau von 7,8 Mio. Euro und unter den Abschreibungen. Sie konnten vollständig aus dem Cashflow finanziert werden.

Mitarbeiter

Die FROSTA AG hat im Jahresdurchschnitt 1.523 Mitarbeiter beschäftigt (Vorjahr 1.504), davon 523 im europäischen Ausland (Vorjahr 480).

Ausblick

In den ersten 11 Wochen des Jahres 2014 ist der Umsatz gegenüber dem Vorjahr angestiegen. Das Ergebnis in diesem Zeitraum liegt ebenfalls über dem Vorjahr. Die Wettbewerbssituation bleibt jedoch weiterhin herausfordernd.

Bremerhaven, 26. März 2014

Der Vorstand

Der Jahresabschluss steht ab 31. März 2014 auf der Internetseite der Gesellschaft www.frosta-ag.com zur Verfügung.

Kontakt:

FROSTA AG/ Finanzen:

Birgit Renken
0471 / 9736 403

Marke FROSTA:

Dörte Grotheer
040 / 85 41 40 60