

Sperrfrist: 27. Februar 2020, 12.30 Uhr

Presseinformation

FROSTA investiert mit „Fisch vom Feld“ und Papierbeuteln in Nachhaltigkeit Umsatz steigt in 2019, Gewinn geht zurück

Bremerhaven, 27.2.2020

Die FROSTA AG hat ihren Umsatz in 2019 im Vergleich zum Vorjahr um 2,7 % auf EUR 523m gesteigert. Im Inland war die treibende Kraft die eigene Marke FROSTA, die um 18,5 % (Quelle: IRI 2019) und damit deutlich schneller als der Markt gewachsen ist. Das Plus fiel damit zum sechsten Mal in Folge zweistellig aus. Das höchste Markenwachstum konnte dabei im Bereich Komplettgerichte (+23,9 %) erzielt werden (Quelle: IRI 2019). Der Jahresüberschuss des Konzerns ging von EUR 20,0m auf EUR 12,6m zurück. Kurzfristig belasten die Investitionen in Zukunftsprojekte wie die Papierverpackungen und die neuen Produkte „Fisch vom Feld“ das Ergebnis, langfristig ist FROSTA von deren Erfolg überzeugt. „Bereits 2003 mit der zunächst teuren Einführung des Reinheitsgebotes haben wir gezeigt, dass es uns auf den langfristigen Erfolg ankommt. Dies gilt für die neuen Papierbeutel und die Kräuterklückbox genauso wie für unseren „Fisch vom Feld“, sagt FROSTA Vorstand Felix Ahlers.

„Fisch vom Feld“ - eine nachhaltige Alternative

Die weltweite Nachfrage nach Fisch wird weiter steigen, die Fischbestände aber nicht. FROSTA hat sich deshalb im letzten Jahr intensiv mit Alternativen beschäftigt. Der Markt für Produkte auf Pflanzenbasis erzielt schon heute in Deutschland einen Umsatz von EUR 1mrd. Gerade junge Menschen ernähren sich immer bewusster und suchen nach vegetarischen oder veganen Alternativen zu Fisch und Fleisch. Bisher beschränkt sich das Angebot im Markt vor allem auf Alternativen für Fleisch, und es gibt kaum Angebote ohne eine Fülle an Zusatz- und Aromastoffen.

Unter dem Motto „Geerntet – nicht gefangen“ führt FROSTA nun mit „Fisch vom Feld“ ein rein pflanzliches Sortiment an beliebten Klassikern wie Backfisch, Stäbchen und Fischburgern ein, die aus verschiedenen hellen Gemüsesorten, Hanfprotein sowie Leinöl als Omega3-Quelle und einer krossen Panade bestehen. Sie enthalten keine Geschmacksverstärker (auch keine Hefeextrakte), Aromen, Farbstoffe oder Konservierungsstoffe. Das ist für Fisch- und Fleischalternativen bisher einmalig! Auch auf Soja wird bewusst verzichtet. „Und natürlich gibt es auch kein Grätenproblem“, freut sich Marketingvorstand Hinnerk Ehlers.

Die Auslieferung startet im Frühjahr an die Gastronomie, danach folgt der Lebensmittel-einzelhandel.

Umstellung auf Papierverpackung - höhere Umstellungskosten als erwartet

Die wichtigste und größte Innovation seit der Umstellung auf das FRoSTA Reinheitsgebot in 2003 ist die im November 2019 angekündigte Umstellung der FRoSTA Kunststoffbeutel auf eine reine Papierverpackung. Nach umfangreichen Tests werden die ersten Produkte im Papierbeutel bereits produziert und ausgeliefert. Das Projekt ist äußerst komplex und führte zu deutlich höheren Umstellungskosten als erwartet. Die Umstellung aller Produkte wird voraussichtlich bis zum Jahresende dauern.

Deutlicher Gewinnrückgang durch Kostensteigerungen – Dividende auf Vorjahreshöhe vorgeschlagen

Der Jahresüberschuss des Konzerns – also das Ergebnis nach Steuern – verzeichnete einen Rückgang von EUR 20,0m auf EUR 12,6m im Berichtsjahr.

Diese Verschlechterung ist im Wesentlichen durch reduzierte Rohmaterialmargen in den ersten drei Quartalen sowie außerordentliche Umstellungskosten bei der Papierverpackung entstanden.

Die Mitarbeiterzahl ist sowohl im Inland als auch im Ausland um insgesamt 4,2 % gestiegen. Die FRoSTA AG hat im Jahresdurchschnitt 1.852 Personen beschäftigt (Vorjahr 1.778).

Die Investitionen in Höhe von EUR 24,3m liegen weiterhin auf hohem Niveau (Vorjahr EUR 37,3m). Mit dieser Summe wurde an allen Standorten in Zukunftsprojekte investiert.

Der Gewinn je Aktie liegt im Geschäftsjahr 2019 bei EUR 1,85 (Vorjahr EUR 2,93).

In der Hauptversammlung wird der Vorstand eine Dividendenausschüttung wie im Vorjahr in Höhe von EUR 1,60 je Aktie vorschlagen.

Ausblick

Für das neue Geschäftsjahr 2020 erwartet FRoSTA eine positive Umsatzentwicklung und einen Jahresüberschuss um 4 % vom Umsatz. Unsere Rohmaterialmärkte werden wir sehr genau beobachten, um auf Kostenanstiege schnell mit vertretbaren Einsparungen und Preiserhöhungen reagieren zu können.

Der Jahresabschluss steht ab 6. März 2020 auf der Internetseite der Gesellschaft www.frosta-ag.com zur Verfügung. Unseren Geschäftsbericht für das Jahr 2019 stellen wir Ende März wieder in elektronischer Fassung auf unserer Internetseite bereit.

Bildmaterial finden Sie hier:

<https://frosta.brandsuite.com/share/open/frosta+bilanzpressekonferenz+2020>

Kontakt:

FRoSTA AG/ Finanzen: Birgit Renken, Tel. 0471 / 9736 403

Marke FRoSTA: Dörte Grotheer, Tel. 040 / 85 41 40 60