



MINERALBRUNNEN
ÜBERKINGEN-TEINACH AKTIENGESELLSCHAFT

Zwischenmitteilung gemäß § 37 WpHG zum 1. Quartal 2011

Positives operatives Ergebnis und Wachstum bei den Premiummarken



Tefmacher



KRUMBACH



Hirschquelle



STAATL.
FACHINGEN



Bluna



NIEHOFERS
Vaihinger



Merziger



Klindworth



Cilly

Gesamtmarkt

Positive Marktentwicklung für Mineralwasser und Erfrischungsgetränke – Heilwasser und Fruchtsäfte mit Einbußen

Der Absatz im ersten Quartal 2011 im Bereich Mineralwasser-, Heilwasser- und Erfrischungsgetränke in Deutschland entwickelte sich nach Angaben des Verbands deutscher Mineralbrunnen (VDM) deutlich positiv. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum konnte der Absatz um 2,6 % gesteigert werden. Die Zunahme erfolgte in nahezu allen Regionen. Während Hessen (+6,3 %) und Ost (+6,1 %) besonders von der Entwicklung profitierten, lagen Nord (+3,1 %) und Südwest (+2,4 %) auf dem Trend des Gesamtmarkts. Lediglich Bayern (-1,4 %) verzeichnete im Vergleich zum Vorjahreszeitraum Einbußen.

Besonderen Anteil an der Entwicklung hat mit +12,7 % die Mineralwasserkategorie der stillen Wässer. Der Absatz von Mineralwasser mit wenig CO₂ (+3,2 %) und von Mineralwasser mit CO₂ (+1,3 %) wurde ebenfalls gesteigert. Nach den vergangenen Jahren hat sich der Rückgang im Bereich Heilwasser (-2,2 %) signifikant verlangsamt. Bei Erfrischungsgetränken konnten vor allem Near Water (+7,7 %) sowie Cola und Cola-Mixgetränke (+5,7 %) ihren Absatz steigern. Die klassischen Limonaden bestätigten weitgehend das Vorjahresniveau. Die Gebindeanteile haben sich im Markt der Mineralwasser-, Heilwasser- und Erfrischungsgetränke im Vergleich zum Vorjahr kaum verändert. Abweichungen ergeben sich lediglich bei einzelnen Getränkekategorien.

Bei den fruchthaltigen Getränken war erneut eine schwächere Entwicklung zu verzeichnen. Laut Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) kam es im Gesamtmarkt im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zu einem Absatzrückgang von 7,1 %. Während die wichtigste Kategorie – die Fruchtsäfte – nur einen Mengenrückgang von 3,0 % aufweist, sank die Nachfrage bei den Fruchtnektaren (-14,5 %) und bei den Fruchtsaftgetränken (-7,4 %) erheblich.

Unternehmen

Wesentliche Ereignisse und Geschäfte im Mitteilungszeitraum

Im Rahmen der laufenden Restrukturierung haben die Gremien der Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG beschlossen, das Dienstleistungszentrum am Standort in Bad Überkingen – vorbehaltlich der Interessenausgleichsgespräche mit dem Betriebsrat – zum nächstmöglichen Termin zu schließen. Damit verbunden sind der teilweise Abbau von Mitarbeitern und die Integration von weiteren Mitarbeitern des Dienstleistungszentrums in die Gesellschaften der Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG an den verbleibenden Standorten. Die Maßnahme wird zunächst im Konzern zu einer Kostenbelastung führen. Dagegen werden aus dem geplanten Wechsel des Börsensegments unmittelbare Einsparungen erwartet.

Der Vorstand der Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG hat mit Zustimmung des Aufsichtsrats am 28. März 2011 beschlossen, an der Frankfurter Wertpapierbörse und an der Baden-Württembergischen Wertpapierbörse einen Wechsel des Börsensegments der Aktien der Gesellschaft einzuleiten. Der Wechsel soll in Frankfurt vom regulierten Markt in den Teilbereich Entry Standard im Open Market und in Stuttgart vom regulierten Markt in den Teilbereich Freiverkehr Plus im Freiverkehr erfolgen. Die Gesellschaft geht davon aus, dass die Maßnahme im laufenden Geschäftsjahr 2011 abgeschlossen wird.

Quartalsabsatz gesteigert – Umsatzverlauf nahezu auf Vorjahresniveau

Im Bereich Mineralwasser-, Heilwasser- und Erfrischungsgetränke wurde die abgesetzte Menge um +4,3 % übertroffen und war damit besser als der allgemeine Markttrend. Insbesondere die Premiummarke Staatl. Fachingen (+3,8 %) und die Marke afri (+8,9 %) steigerten den Absatz deutlich. Im Fruchtsaftsegment konnte die Marke Niehoffs Vaihinger gegen den allgemeinen Markttrend ebenfalls leicht zulegen. Die im Handel vertriebenen Marken Merziger und Lindavia blieben beim Absatz allerdings deutlich unter den Vorjahreswerten.

Im Konzern wurde im Vergleich zum Vorjahresquartal – bereinigt um den Anteil des veräußerten Brunnenbetriebs in Bad Überkingen – mit 33,4 Mio. Euro ein Umsatz auf nahezu Vorjahresniveau erzielt. Dabei verzeichneten die Mineralwassermarken und die Fruchtsaftmarke Niehoffs Vaihinger eine gute Entwicklung.

Die handelsorientierten Fruchtsaftmarken konnten sich dagegen den Auswirkungen des gestiegenen Preiswettbewerbs im Markt nicht vollständig entziehen und blieben so unter den Umsatzerwartungen.

Positives operatives Ergebnis

Die entlastenden Wirkungen der Veräußerung des Brunnenbetriebs in Bad Überkingen zeigen sich in verschiedenen Positionen. Unter anderem wirkte sich der Rückgang der Mitarbeiter auf den Personalaufwand (-8,3 %) aus. Zudem reduzierten auch die Mengeneffekte im Fruchtsaftbereich den Materialaufwand (-2,9 %). Positive Effekte ergaben sich im Berichtszeitraum auch bei den Abschreibungen (-7,8 %) und bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen (-22,6 %). Insgesamt resultiert daraus ein positives Konzern-EBIT in Höhe von 0,6 Mio. Euro (Q1/2010: -0,9 Mio. Euro).

Konzern verbessert das Ergebnis vor Steuern deutlich

Stichtagsbedingt wirken sich die Ereignisse in Japan bei den Finanzanlagen der Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG aus. So führten die Wertansätze zum Ende des Quartals zu einem deutlichen Anstieg der Finanzaufwendungen. Nachdem die Finanzmärkte sich stabilisiert haben, tendiert inzwischen ein Teil der Wertansätze wieder auf dem Niveau vor den Ereignissen in Japan.

Zum Stichtag blieb die Belastung des negativen Finanzergebnisses (-1,7 Mio. Euro) jedoch bestehen. Dennoch konnte der Konzern das Ergebnis deutlich verbessern. Insgesamt weist der Konzern ein Ergebnis vor Steuern von -1,2 Mio. Euro (Q1/2010: -1,6 Mio. Euro) aus. Der Cashflow entwickelte sich weiter positiv und das Unternehmen verfügt über eine angemessene Liquidität.

Eigenkapitalquote auf stabilem Niveau

Die Eigenkapitalquote im Konzern betrug zum 31. März 2011 17,1 %. Die Gesellschaft erwartet im Rahmen der laufenden Unternehmensentwicklung eine sukzessive Verbesserung bereits für 2011.

Ausblick

Zwar ist die aktuelle wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland positiv und der Konsum hat grundsätzlich angezogen, allerdings ist durch die Ereignisse in Japan, die deutlich gestiegenen Energiepreise und die Inflationsrate bei den Konsumenten wieder eine Verunsicherung eingetreten. Für das Geschäftsjahr 2011 geht die Unternehmensgruppe davon aus, dass – nach Ausgliederung der Brunnenbetriebe und der Veräußerung des Brunnenbetriebs in Bad Überkingen – der Konzernumsatz des Vorjahres wieder erreicht wird. Nach der Veräußerung ertragsbelastender Unternehmensteile wird – ohne die Berücksichtigung von Restrukturierungsaufwendungen – ein ausgeglichenes operatives Konzernergebnis erwartet.

Bad Überkingen, im Mai 2011

Der Vorstand

Alle Zahlen und Angaben sind nicht extern geprüft.

Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG
Postfach 80
73334 Bad Überkingen
Telefon +49 (0)7331 201- 0
Telefax +49 (0)7331 201- 400
www.mineralbrunnen-ag.de
E-Mail: info@mineralbrunnen-ag.de
WKN 661 400 / ISIN DE 0006614001
WKN 661 403 / ISIN DE 0006614035