



MINERALBRUNNEN
ÜBERKINGEN-TEINACH AKTIENGESELLSCHAFT

Zwischenmitteilung gemäß § 37 WpHG zum 3. Quartal 2010

Stabile Absatzmengen im preissensitiven Wettbewerbsumfeld

Überkingen

Teinacher

STAATL.
FACHINGEN

KRUMBACH

Hirschquelle

Cilly



Bluna

NIEHOFFS
Vaihinger

Gesamtmarkt

Mineralwasser auf anhaltend hohem Niveau – Heilwasser und Fruchtsäfte mit Einbußen

Der Absatz im Bereich Mineral- und Heilwassergetränke in Deutschland entwickelte sich nach Angaben des Verbands deutscher Mineralbrunnen (VDM) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mit -0,1 % auf anhaltend stabilem Niveau. Zugelegt haben die Regionen Nord (+1,3 %) und Hessen (+2,0 %), während die Regionen Südwest und Ost weitgehend konstant verliefen. Lediglich in den Regionen NRW (-3,0 %), Rhein-Eifel (-1,3 %) und Bayern (-2,0 %) gingen die Absatzmengen im Vergleich zum Vorjahr zurück.

Mineralwasser mit wenig CO₂ (+1,0 %) legte erneut zu, während die stillen Wässer (+7,1 %) und Mineralwasser mit Aromen (+7,4 %) sich im Berichtszeitraum deutlich positiv vom allgemeinen Trend absetzen konnten. Die mengenmäßig stärkste Mineralwasserkategorie – Mineralwasser mit CO₂ – ging im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 2,7 % zurück. Im Segment Heilwasser wurde der bisherige Jahresverlauf (-7,2 %) bestätigt. Bei den Gebinden hat sich der Rückgang der Anteile von Glas-Mehrweg mit -3,2 % deutlich stabilisiert, während die Anteile von PET-Einweg (+3,3 %) und PET-Rücklauf (+3,0 %) weiter zugelegt haben.

Die Zunahme bei den PET-Einweg-Gebinden macht deutlich, dass die Zuwächse im Markt trotz rückläufiger Wachstumsraten weiterhin aus dem Preiseinstiegsbereich kommen. Der damit verbundene Preiswettbewerb führt im Gesamtmarkt zu einer Zunahme von Aktionsangeboten, was gleichzeitig eine Absenkung des Preisniveaus bei den A-Marken und letztlich verringerte Umsätze zufolge hat. Trotzdem konnte sich der Bereich der A-Marken im Verlauf des Jahres deutlich stabilisieren.

Diese Entwicklung gilt auch für die fruchthaltigen Getränke. Laut Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) kam es im Gesamtmarkt im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zu einem Absatzrückgang von 4,6 %. Dieser verteilt sich auf -1,5 % bei der wichtigsten Kategorie – den Fruchtsäften – auf -4,8 % bei den Fruchtnektaren und -12,8 % bei den Fruchtsaftgetränken.

Unternehmen

Wesentliche Ereignisse und Geschäfte im Mitteilungszeitraum

Die Hauptversammlung der Mineralbrunnen Überkingen-Teinach Aktiengesellschaft hat am 28. Juli 2010 der geplanten Ausgliederung der Brunnenbetriebe an den Standorten in Bad Teinach, Kißlegg und Bad Überkingen auf drei einhundertprozentige Tochtergesellschaften zugestimmt. Die entsprechenden Formalschritte sind inzwischen umgesetzt.

Entsprechend der Ermächtigung hat die Gesellschaft 243.040 eigene Vorzugsaktien im Wege des vereinfachten Einziehungsverfahrens ohne Herabsetzung des Grundkapitals mit Wirkung zum 10. August 2010 eingezogen. Dies entspricht 10 % der Vorzugsaktien.

Das am 30. August 2010 bekanntgemachte Aktienrückkaufangebot bezog sich auf insgesamt bis zu 416.099 Vorzugsaktien. Am 16. September 2010 wurde eine verlängerte Annahmefrist bis zum 4. Oktober 2010 veröffentlicht. Nach Ablauf des Berichtszeitraumes sind zu diesem Stichtag der Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG insgesamt 366.964 Vorzugsaktien (entsprechend einem Anteil am Grundkapital von ca. 4,32 % und am auf die Vorzugsaktien entfallenden Teil des Grundkapitals von ca. 16,78 %) angedient worden. Das Unternehmen hat sämtliche der bis zum Ablauf der Annahmefrist angedienten Aktien erworben.

Bereinigter Absatz mit +1,5 % über dem Vorjahresniveau – Umsatz rückläufig

Der Konzernabsatz lag, bereinigt um den in 2009 veräußerten Standort Bad Imnau, mit +1,5 % über dem Vorjahreswert. Nachhaltig positiv entwickelte sich besonders die Premium-Marke Staatl. Fachingen, deren Absatz mit +2,0 % Mengenzuwachs erneut deutlich besser als der allgemeine Markttrend ausfiel. Marktanteile hinzugewonnen hat auch die Marke Teinacher, während die Entwicklung der Marken Überkingen und Krumbach unterdurchschnittlich verlief. Im Fruchtsaftsegment gewann die Marke Niehoffs Vaihinger Marktanteile hinzu. Die Marken Merziger und Lindavia blieben beim Absatz unter den Vorjahreswerten. Der Konzernumsatz hat sich, im Vergleich zum Vorjahr, im Verlauf des Quartals stabil entwickelt, verringerte sich aber über den gesamten Berichtszeitraum im Vergleich zur Vorjahresperiode um 6,5 % auf 121,2 Mio. Euro. Insbesondere dem gestiegenen Preiswettbewerb konnte sich das Unternehmen nicht vollständig entziehen und so blieb die Entwicklung leicht unter dem Vorjahreswert.

Operatives Ergebnis von -2,3 Mio. Euro

Auf der Kostenseite sanken insgesamt – trotz deutlich gestiegener Rohstoffkosten (z. B. Äpfel und Orangen) – die Materialkosten um 7,0 %. Die Reorganisationsmaßnahmen wirkten sich beim Personalaufwand (-5,4 %) sowie bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen (-1,0 %) aus. Im gleichen Zeitraum reduzierten sich die planmäßigen Abschreibungen um 13,3 %. Mit dem Kostenmanagement konnte ein Teil des Umsatzrückgangs kompensiert werden. Im Berichtszeitraum resultiert daraus ein Konzern-EBIT in Höhe von -2,3 Mio. Euro (Q3/2009: -0,5 Mio. Euro).

Finanzierungskosten belasten noch das Unternehmensergebnis

Auf Grundlage des konsequenten Wertsicherungskonzeptes konnten die Kapitalanlagen im Berichtszeitraum nicht im gleichen Maße an der Entwicklung der Finanzmärkte partizipieren. Insbesondere das anhaltend geringe Zinsniveau führte zu einer vergleichsweise niedrigen Rendite der Finanzanlagen. Die Finanzaufwendungen wurden durch die Rückführungen von Verbindlichkeiten um 10,3 % gesenkt. Jedoch überwogen sie in der Summe die Finanzerträge und führten so zu einem negativen Finanzergebnis. Insgesamt weist der Konzern ein Ergebnis vor Steuern von -4,9 Mio. Euro (Q3/2009: -2,5 Mio. Euro) aus. Der Cashflow im Konzern entwickelt sich positiv zur Vorperiode, liegt aber aufgrund des Ergebnisses zum Ende des dritten Quartals unter dem Vorjahreswert. Bedingt durch den Cashflow sowie die ergänzenden bestehenden Kreditlinien verfügt das Unternehmen über eine unverändert gute Liquidität.

Eigenkapitalquote von 25 %

Die Eigenkapitalquote ist aufgrund der überproportionalen Rückführung von Verbindlichkeiten im Vergleich zum vorherigen Quartal leicht gestiegen. Sie beziffert sich zum 30. September 2010 auf 25,0 % (Vorjahr: 29,0 %) und liegt damit weiterhin auf einem guten Niveau.

Ausblick

Die mit der Restrukturierung verbundenen Effizienzeffekte wirken sich im folgenden Jahresverlauf weiter aus und verringern die Belastung für den Konzern. Der anhaltenden, marktübergreifenden Preisentwicklung in den Absatzkanälen kann sich das Unternehmen jedoch nicht vollständig entziehen. So dienen die Effizienzgewinne momentan dazu, den erwarteten Umsatzrückgang weitgehend zu kompensieren. Gleichzeitig hat das Unternehmen gezielte Marketingaktivitäten und Sortimentsmaßnahmen eingeleitet, die sowohl qualitativ als auch quantitativ in der Absatz- und Umsatzentwicklung wirksam werden sollen. Aufgrund der rückläufigen Kostenentwicklung und der Marktbearbeitung geht die Gesellschaft davon aus, dass sich das Ergebnis bis zum Jahresende positiver als 2009 entwickeln wird.

Bad Überkingen, im November 2010

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