

02.09.2010 – 07:01 Uhr

EANS-Adhoc: Sanierungsmassnahmen bei Thurella zeigen Wirkung

Ad-hoc-Mitteilung übermittelt durch euro adhoc mit dem Ziel einer europaweiten Verbreitung. Für den Inhalt ist der Emittent verantwortlich.

6-Monatsbericht

02.09.2010

Positiver Cash-Flow zeigt Trendwende bei Thurella

Nach den schwierigen Zeiten, welche die Thurella Gruppe in den letzten 18 Monaten durchgemacht hat, zeigen die Restrukturierungsmassnahmen erste Wirkung. Nicht nur das Resultat wurde gegenüber 2009 verbessert, sondern - bei einem Umsatz von rund CHF 55.6 Mio. (Vorjahr CHF 88.2 Mio) - konnte im ersten Halbjahr 2010 ein positiver Free Cash-Flow von CHF 4.4 Mio. erwirtschaftet werden. Der Verlust konnte durch Margenverbesserungen und Kostenreduktionen im ersten Semester 2010 auf CHF 3.9 Mio (2009: 19.9 Mio. CHF) reduziert werden.

Thurella hat ein bewegtes, erstes Halbjahr 2010 hinter sich. Kaum war die Kapitalerhöhung erfolgreich abgeschlossen und die Planung für die Zukunft von Thurella in Umsetzung begriffen, traf die Meldung ein, dass die Feldschlösschen- Gruppe ab 2011 die Schweppes Produkte im eigenen Werk in Rhäzüns abfüllen wird. Dieser Umstand führte mit dazu, dass der Standort Eglisau ab 2011 nicht mehr aus eigener Kraft weiter betrieben werden kann. Doch die Bemühungen zur Suche nach Kooperationspartnern waren erfolglos. Der Beschluss zur Schliessung des Abfüllbetriebs in Eglisau auf Ende 2010 wurde im Juli kommuniziert. Die Struktur des Unternehmens wird nun in verschiedenen Phasen bis Mitte 2011 auf die für die neue Strategie notwendige Anzahl Mitarbeiter angepasst und rund 100 Stellen werden gestrichen. Die Umnutzung und Veräusserung der Liegenschaft Eglisau wurde an die Hand genommen.

Die tiefgreifenden Restrukturierungsmassnahmen sowie die Konzentration auf die Kernkompetenzen von Thurella wurde im ersten Halbjahr 2010 weiter umgesetzt. Der Umsatzrückgang im Vergleich zum Vorjahr ist im wesentlichen auf die Aufgabe des Zuckergrundstoffgeschäfts im zweiten Halbjahr 2009 zurückzuführen. Die Umsätze in den für die Zukunft von Thurella strategischen Geschäftsfeldern Biotta, Grundstoffe für Obst und Gemüse entwickelten sich in einem schwierigen Geschäftsfeld jedoch zufriedenstellend. Die Bruttomarge konnte dank der Konzentration auf margenträchtigere Produkte von 31.1% auf 40.5% verbessert werden. Zudem zeigen die eingeleiteten Massnahmen auch auf der Kostenseite spürbar Wirkung. Der positive Free Cash-Flow von CHF 4.4 Mio. zeigt klar auf, dass sich Thurella damit offenbar auf dem richtigen Weg befindet. Der Geldabfluss konnte mit den vielfältigen Massnahmen gestoppt werden. Das zeigt auch das Halbjahresresultat 2010 auf, welches sich gegenüber dem Vorjahr mit rund 3.9 Mio. Verlust (2009 = 19.9 Mio. Verlust) massiv verbessert hat.

Biotta gut auf Kurs

Biotta ist gut auf Kurs in einem schwierigen Marktumfeld und es gelingt

verlorenes Terrain zurückzugewinnen. Für die Marke Biotta wurden neue Produktkonzepte erarbeitet, die helfen sollen, die Marke im Markt noch besser zu verankern, neue Kundensegmente zu gewinnen und gleichzeitig die Volumina zu steigern. Die neuen Biotta Produkte werden voraussichtlich ab Frühjahr 2011 in den Regalen stehen.

Mostereibereich als wichtiges Standbein

Im Bereich Apfelsaft muss Thurella mit der Aufgabe des Standortes Eglisau und dem Wegfall der eigenen Abfüllanlagen entsprechende Partner im Markt suchen, um sicherzustellen, dass die Kunden auch 2011 beliefert werden können. Verschiedene Optionen für die Marken Rittergold und obi sowie für die Migros Eigenmarken sind in Abklärung. Die Erntesaison 2010 ist teilweise bereits angelaufen. Leider sind Mengenaussichten für Mostobst mit 89'000 Tonnen etwas magerer als 2009. Zudem ist die Mostobstabnahme in diesem Jahr geprägt durch neue Preisrichtlinien des SOV (Schweizerischer Obstverband), der im Zuge einer weiteren Liberalisierung die Richtpreise erstmals "franko Verarbeiter" festgelegt hat, sowie den zunehmenden Preisdruck auf Konzentraten durch die Schwäche des Euro. Thurella geht jedoch davon aus, dass genügend qualitatives Mostobst am Markt ist, um den eigenen Bedarf von 25'000 bis 30'000 Tonnen decken zu können. Das Unternehmen will damit eine gesunde Basis für das neue Geschäftsmodell mit Grundstoffen aus Äpfeln und Birnen legen, um auch in Zukunft Industriekunden mit massgeschneiderten Produkten bedienen zu können.

Harte Marktbedingungen und verbesserte Margen

Die Umsetzung der von den Aktionären im Juni abgesegneten Fokussierungsstrategie auf die drei Geschäftsfelder Biotta und Grundstoffe für Obst- und Gemüsesäfte wird weiter voran getrieben. Parallel zu dieser Restrukturierungsphase die Umsätze zu halten ist eine grosse Herausforderung. Die für Thurella Die Eigenprodukte obi, Rittergold sowie das MIGROS-Sortiment leiden insgesamt an der schwächeren Entwicklung des gesamten Getränkemarktes im Vergleich zum Vorjahr. Dies liegt am kühleren Wetter des ersten Halbjahres, wie auch an der zurückhaltenden Konsumentenstimmung. Die Mitbewerber von Thurella sind zudem sehr kompetitiv am Markt. Das Konzentrate-/Apfel-Grundstoff-Geschäft hält sich dabei stabil zum Vorjahr und ist in der Entwicklung zufriedenstellend. Die bearbeiteten Handelsmarken sind gut unterwegs.

Rückfragehinweis:

Thurella AG
Bucherstrasse 2
CH-9322 Egnach
medianews@thurella.ch
www.thurella.ch

Corporate Communications
Peter Stephani
E-Mail: peter.stephani@thurella.ch
Tel.: +41 71 474 79 10
Fax: +41 71 474 79 25

Branche: Getränke
ISIN: CH0014745126
WKN: 1474512
Börsen: BX Berne eXchange / Geregelter Markt

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100007254/100609599> abgerufen werden.