



MINERALBRUNNEN  
ÜBERKINGEN-TEINACH AKTIENGESELLSCHAFT

Zwischenmitteilung gemäß § 37 WpHG zum 3. Quartal 2011

## Steigender Absatz und Schuldenabbau unterstreichen die positive Unternehmensentwicklung



### Gesamtmarkt

#### Mineralwasser auf anhaltend hohem Niveau – Heilwasser und Fruchtsäfte mit Einbußen

Im Berichtszeitraum lag der Absatz im Bereich Mineral- und Heilwassergetränke in Deutschland nach Angaben des Verbands Deutscher Mineralbrunnen (VDM) um 3,2 % über dem Vorjahr. Dieser positive Trend zeigte sich regional vor allem in Hessen (+5,8 %), Südwest (+5,1 %) und Rhein-Eifel (+3,7 %), während die Regionen Ost (-0,4 %) und Bayern (+0,0 %) nicht daran partizipieren konnten.

Einen deutlichen Nachfrageschub konnten die stillen Mineralwässer (+19,1 %) verzeichnen. Mineralwasser mit wenig CO<sub>2</sub> (+2,9 %) legte ebenfalls zu, während die mengenmäßig stärkste Mineralwasserkategorie – Mineralwasser mit CO<sub>2</sub> – mit +0,7 % und Mineralwasser mit Aromen (+0,6 %) weitgehend stabile Absätze realisierten. Lediglich das Segment Heilwasser ging um 3,5 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum zurück. Bei den Gebinden hat sich die Entwicklung der Anteile von Glas-Mehrweg (-0,2 %) und PET-Mehrweg (-0,1 %) stabilisiert. Gleichzeitig konnten die Anteile von PET-Rücklauf leicht (+2,5 %) und die Anteile von PET-Einweg erneut deutlich (+21,8 %) zulegen.

Der Mineralwassermarkt steht weiterhin unter intensivem Wettbewerbsdruck. Das Preiseinstiegssegment konnte im Vorjahresvergleich wiederum zulegen. Gleichzeitig wird Mineralwasser – wie alle anderen Konsumgüter – vermehrt in Preispromotions gekauft. Den stärksten Rückgang verzeichneten erneut die Marken im mittleren Preissegment. Dagegen entwickelte sich das gehobene Preissegment sehr stabil. Sowohl die wachsende Nachfrage nach regionalen Produkten als auch die zunehmende Markenorientierung der Verbraucher kommt den profilierten Marken zugute.

Im Gegensatz zum Mineralwassermarkt verzeichnen die fruchthaltigen Getränke eine rückläufige Entwicklung. Laut Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) kam es im Gesamtmarkt im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zu einem Absatzrückgang von 6,7 %. Dieser verteilt sich bei den Fruchtsäften, der wichtigsten Kategorie, auf -3,2 %, bei den Fruchtnektaren auf -12,0 % und auf -10,1 % bei den Fruchtsaftgetränken.

## Unternehmen

### Absatzsteigerung und stabile Umsatzentwicklung

Der Konzernabsatz lag, bereinigt um die veräußerten Marken Überkinger und Staatl. Fachingen, deutlich über dem Vorjahreswert. Trotz des wetterbedingt schwachen Hauptmonats Juli konnten insbesondere die margenstarken Gastronomiemarken Niehoffs Vaihinger und afri cola gegenüber dem Vorjahreszeitraum erneut Zugewinne erwirtschaften. Im gleichen Zeitraum haben sich die Marken Teinacher und Krumbach stabil entwickelt, lediglich die Heilwassermarke Hirschquelle musste Rückgänge hinnehmen. Im Fruchtsaftsegment blieben die im Handel vertriebenen Marken Merziger und Lindavia klar unter den Vorjahreswerten.

Bedingt durch die Veräußerung der Tochtergesellschaften Mineralbrunnen Überkingen GmbH und Fachingen Heil- und Mineralbrunnen GmbH ging der Umsatz nach 9 Monaten von 121,2 Mio. Euro auf 105,5 Mio. Euro zurück. Bereinigt um diese Veräußerungen konnte der Umsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum leicht zulegen.

### Operatives Ergebnis verbessert sich nachhaltig

Auf der Kostenseite sanken die Materialkosten um 2,6 %. Die Reorganisationsmaßnahmen wirkten sich beim Personalaufwand (-9,9 %) sowie bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen (-24,4 %) aus. Im gleichen Zeitraum reduzierten sich die planmäßigen Abschreibungen um 23,1 %. Mit umfangreichen Effizienz- und Kostenmaßnahmen wurde die Ergebnissituation erheblich verbessert. Im Berichtszeitraum verbesserte sich das Konzern-EBIT deutlich auf -0,5 Mio. Euro (Q3/2010: -2,3 Mio. Euro). Mit einem EBIT von +1,0 Mio. Euro im dritten Quartal dokumentiert das Unternehmen zudem die positive Ergebnisentwicklung. Die EBITDA-Rendite betrug im Berichtszeitraum 8,7 %.

### Positives Periodenergebnis und intensive Schuldenreduzierung

Im Gesamtergebnis spiegelt sich die positive Ergebnisentwicklung ebenfalls wider. So verbesserte sich das Ergebnis des dritten Quartals – trotz der Finanzaufwendungen – im Konzern nach Steuern auf 0,2 Mio. Euro. Kumuliert über den Jahreszeitraum führen die Finanzierungskosten des Fremdkapitals, Lizenzverpflichtungen und die Aufzinsung aus Personalarückstellungen insgesamt zu einem negativen Finanzergebnis. Dennoch konnte im

Konzern das Ergebnis vor Steuern, trotz der Restrukturierungsaufwendungen, um rund 1,9 Mio. Euro auf -3,1 Mio. Euro (Q3/2010: -4,9 Mio. Euro) verbessert werden. Aufgrund des Ergebnisses nach Steuern aus aufgegebenem Bereich erzielte das Unternehmen ein positives Periodenergebnis in Höhe von 11,0 Mio. Euro (Q3/2010: -4,9 Mio. Euro).

Im dritten Quartal wurden die Schulden im Konzern um rund 23,0 Mio. Euro reduziert. Rund 11,0 Mio. Euro wurden zur Tilgung von bestehenden Krediten eingesetzt; zudem konnten durch die Portfoliooptimierung die Verbindlichkeiten erheblich gesenkt werden. Die Zahlungen erfolgten sowohl aus den vorhandenen flüssigen Mitteln als auch aus dem laufenden Cashflow. Der Cashflow im Konzern entwickelte sich positiv zur Vorperiode und lag zum Ende des dritten Quartals über dem Vorjahreswert. Bedingt durch den Cashflow sowie die ergänzenden bestehenden Kreditlinien verfügt das Unternehmen über eine unverändert gute Liquidität.

### Eigenkapitalquote erhöht sich auf 26,8 %

Die Eigenkapitalquote ist aufgrund der überproportionalen Rückführung von Verbindlichkeiten im Vergleich zum vorherigen Quartal leicht gestiegen. Sie bezieht sich zum 30. September 2011 auf 26,8 % (Vorjahr: 25,0 %) und dokumentiert damit den bereits zum Halbjahr aufgezeigten positiven Trend in der Kapitalstruktur.

## Ausblick

Die mit der Restrukturierung verbundenen Effizienzeffekte wirken sich im folgenden Jahresverlauf weiter aus und verringern die Belastung für den Konzern. Trotz des intensiven Wettbewerbs wird für das Geschäftsjahr 2011 – auf Basis des bereinigten Portfolios – von einer positiven Absatz- und Umsatzentwicklung ausgegangen. Das EBIT im Konzern wird voraussichtlich – aufgrund des bisherigen Jahresverlaufs und bereinigt um die positiven Sondereffekte aus dem Verkauf des Brunnenbetriebs in Fachingen – ausgeglichen ausfallen. Insgesamt wird aufgrund der nachhaltigen Kostensenkungen und der positiven Marktentwicklung bei der Ergebnisentwicklung eine weitere Verbesserung erwartet.

Bad Überkingen, im November 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](http://www.mineralbrunnen-ag.de)

E-Mail: [info@mineralbrunnen-ag.de](mailto:info@mineralbrunnen-ag.de)

WKN 661 400 / ISIN DE 0006614001

WKN 661 403 / ISIN DE 0006614035