



MINERALBRUNNEN
ÜBERKINGEN·TEINACH AKTIENGESELLSCHAFT

ZWISCHENMITTEILUNG GEMÄSS § 37 WPHG ZUM 3. QUARTAL 2008

Überkingen

Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG verzeichnet leichte Umsatzsteigerung trotz schwieriger Marktbedingungen

KRUMBACH

Mineralwasser stabil, neue Produktvarianten gewinnen

Teinacher

Im alkoholfreien Getränkemarkt verbesserte sich das Segment Mineralwasser mengenmäßig leicht zum Vorjahr (+1,1 %). Innerhalb des Segments legten Mineralwässer mit wenig CO₂ und ohne CO₂ zu. Der klassische „Sprudel“ verbuchte einen leichten Rückgang und auch die Heilwässer wurden weniger nachgefragt. Bei den fruchthaltigen Getränken stieg der Absatz von Fruchtnektar an, während die Nachfrage nach Fruchtsäften und Fruchtsaftgetränken nachließ. Die Gewinner und Wachstumstreiber sind Produktvarianten mit Mehrwertaspekten und „Neue Segmente“ z. B. Bio-Limonaden, kalorienreduzierte Limonaden sowie Smoothies, Bio-Schorlen und Fruchtportionen, die zunehmend in der Gunst der Konsumenten steigen.

STAATL.
FACHINGEN

Hirschquelle
VITAL

Die Preisspreizung im Markt hält wie im Vorjahr an. Das Billig-Preissegment wächst zu Ungunsten des mittleren Preissegments. Dagegen positionieren sich margenstarke Marken mit Produktinnovationen und aufmerksamkeitsstarken Handelsaktionen in einem umkämpften Getränkemarktumfeld. Diese Entwicklung wird dabei wesentlich von der Marktbedeutung der Vertriebskanäle beeinflusst. Aktuell verzeichnen nur die Discounter sowie einige SB-Warenhäuser reale Zuwächse. Dies wirkt sich auch auf die Kernabsatzgebiete der Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG aus. In Baden-Württemberg beläuft sich der Discounter-Anteil bei alkoholfreien Erfrischungsgetränken auf inzwischen rund 48 %, in Bayern auf über 53 %.

ü

Bluna



Umsatzerlöse in Höhe von 151,6 Mio. Euro

Der Absatz erhöhte sich – durch die erworbene Fruchtsaftgruppe Tucano – gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Im Kerngeschäft Mineralwasser war auf Grund der schlechten Witterung in den Sommermonaten ein leichter Mengenrückgang zu verzeichnen, allerdings konnte ein leichter Umsatzanstieg um rund 1 % realisiert werden. Maßgeblich trugen dazu eine Verschiebung von den klassischen Mineralwässern hin zu den höherpreisigen Varianten (u. a. Mineralwasserschorlen, Mineralwasser mit Zusatznutzen sowie Geschmack und Bio-Varianten) und die Preisanpassung im 1. Quartal 2008 bei. Insgesamt stiegen die Umsatzerlöse des Konzerns auf 151,6 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: 92,3 Mio. Euro).

tucano
Teinacher Markenlinie

Merziger

NIEHOFFS
Vaihinger

Grundstoffeinsatz führt zu einem steigenden Materialaufwand

Die Zunahme der Mineralwasservarianten macht sich auch in einem gestiegenen Materialaufwand bemerkbar. Durch die Verschiebung von den Mineralwässern zu den neuen Segmenten wirkten der Mengeneffekt ebenso wie die Preissteigerungen bei den Grundstoffen sowie der gestiegene PET-Anteil. Zusätzlich sind angestiegene Energiepreise und erhöhte Aufwendungen für die Markenpositionierung zu verzeichnen. Das Niveau des Personalaufwands im Gesamtunternehmen bleibt weitgehend konstant. Der Anfang des Jahres getätigte Zukauf der Fruchtsaftgruppe Tucano wirkt sich inzwischen positiv aus. Den Kosten der Integration steht ein signifikanter positiver Beitrag zum Konzernergebnis gegenüber. Die Synergieeffekte greifen und bestätigen den Zukunftskurs des Unternehmens.

Klindworth

Lindavia



MINERALBRUNNEN
ÜBERKINGEN · TEINACH AKTIENGESELLSCHAFT

ZWISCHENMITTEILUNG GEMÄSS § 37 WPHG ZUM 3. QUARTAL 2008

Stabile Cashflow-Situation und nahezu ausgeglichenes Konzernergebnis nach Steuern

Das Konzernergebnis nach Steuern beträgt im Berichtszeitraum -0,3 Mio. Euro. Das Unternehmen profitiert dabei von der Veränderung latenter Steuern, deren Wirkung sich 2008 positiv auf das Ergebnis niederschlägt. Operativ wirken die Konsumzurückhaltung und der gestiegene Materialeinsatz ergebnisverschlechternd. Insgesamt verzeichnet die Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG inklusive der Fruchtsaftgruppe Tucano ein EBIT in Höhe von -2,3 Mio. Euro. Die aktuelle Finanzkrise führt nicht zu Belastungen innerhalb der Finanzanlagen des Unternehmens. Das Wertsicherungskonzept hat sich bewährt, so dass der aktuelle Buchwert der Finanzanlagen nahezu dem Buchwert zu Beginn des Jahres entspricht. Der Finanzaufwand wird weiterhin durch die Finanzierungskosten der neuen Tochtergesellschaft Tucano beeinflusst. Der Cashflow im Konzern beträgt 19,3 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: 19,5 Mio. Euro) und unterstreicht die weiterhin gute Liquiditätssituation des Unternehmens.

Eigenkapitalquote von 33,7 Prozent

Die Eigenkapitalquote in Höhe von 33,7 % zum 30. September 2008 dokumentiert die gute Vermögenslage des Unternehmens und ist im Vergleich zum vorherigen Quartal leicht gestiegen. Allein die Vermögenswerte der Finanzanlagen überkompensieren die bestehenden Bankverbindlichkeiten. *

Bad Überkingen, im November 2008

Der Vorstand

*** Alle Zahlen und Angaben sind nicht extern geprüft.
Zum Teil wurden Vorjahreszahlen an die diesjährige Bilanzierung angepasst.**

Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG
Postfach 80
73334 Bad Überkingen
Telefon 07331 201-0
Telefax 07331 201 – 400
www.mineralbrunnen-ag.de
E-Mail: info@mineralbrunne-ag.de

WKN 661 400 / ISIN DE 0006614001

WKN 661 403 / ISIN DE 0006614035