



Jänner bis September 2009

Zwischenbericht 3. Quartal



Umsatzrückgang von 3,7% Kakaopreise auf Rekordniveau

Highlights

- Umsatz gegenüber 2008 von € 116,7mio auf € 112,5mio (- 3,7%) gesunken.
- Positive Entwicklung des Markengeschäfts in Deutschland (+13,3%) und Slowenien (+12,4%) hält an.
- Umsatzrückgänge in Österreich und Osteuropa (insbesondere im Preiseinstiegssegment).
- Reduktion der Bankverbindlichkeiten um € 15,7mio (im Vergleich zu 30.09.08).
- Weiter unsichere Entwicklung bei den Rohstoffen (insbesondere Kakao und Haselnüssen). Gegenwärtig hohes Niveau bei Kakao und Haselnüsse gefährdet Ertragsziele 2010.
- Für 2009 wird eine ähnliches EBT wie in 2008 erwartet.

Kommentar des Aufsichtsratsvorsitzenden

Sehr geehrte Aktionäre!

Die schwierige wirtschaftliche Lage beschert uns in Osteuropa und teilweise auch in Österreich deutlich Umsatzrückgänge. Einen gegenläufigen positiven Umsatztrend können wir mit dem Markengeschäft in Deutschland und Slowenien verzeichnen. Positiv ist in allen Ländern die Entwicklung der Marke „Manner“ zu beurteilen, die ein Wachstum von 4,5% verzeichnet.

Dank der rasch getroffenen Maßnahmen als Reaktion auf den Absatzrückgang und der positiven Entwicklung bei einigen Rohstoffpreisen im ersten Halbjahr erwartet das Unternehmen für 2009 ein ähnliches EBT wie in 2008.

Sollten die Kakaopreise und Haselnusspreise auf dem derzeitigen Niveau verharren, ist jedoch ein Fragezeichen hinter den Ertragszielen von 2010 zu setzen.



Mag. Dr. Carl Manner
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Zwischenbericht zum 30. September 2009

Umsatzsituation

Nach drei Quartalen liegen die Umsatzerlöse (inklusive Erlöse aus Merchandising-Artikeln) der Manner AG mit 3,7% unter dem Vorjahr.

Mit Umsatzsteigerungen in Deutschland und Slowenien hat sich das Markengeschäft in diesen beiden Ländern entgegen dem allgemeinen Trend entwickelt. Im Kernmarkt Österreich konnte mit den Marken „Manner“ und „Napoli“ ein Umsatzwachstum erzielt werden. Sie können jedoch die negativen Umsatzentwicklungen der anderen Marken und des Preiseinstiegssegments nicht kompensieren.

In allen weiteren Verkaufsregionen sind die Umsätze deutlich unter dem Vorjahresniveau. Dies ist größtenteils auf die schwierige Wirtschaftslage und der damit verbundenen Abwertung von Währungen in Osteuropa zurückzuführen. Aber auch in diesen Regionen ist im Preiseinstiegssegment ein überdurchschnittlicher Rückgang zu verzeichnen.

Die Exportquote der Warenumsätze hat sich von 58,1% (2008) auf 57,9% reduziert.

Beträge in TEUR	01.01.-31.09. 2009	01.01.-30.09. 2008	Veränderung in %
Umsatzerlöse Merchandising Art.	342	227	50,7%
Umsatzerlöse Waren Österreich	47.210	48.812	-3,3%
Umsatzerlöse Waren Export	64.902	67.676	-4,1%
	<u>112.455</u>	<u>116.715</u>	<u>-3,7%</u>

Ertragslage

Als Resultat der geringeren Umsatzerlöse und einer höheren Bestandsveränderung liegt die Betriebsleistung um 1,3% unter dem Vorjahr.

Bei den Rohstoffen waren vor allem Haselnüsse (erstes Halbjahr) und Milchprodukte in der Beschaffung deutliche günstiger als im Vorjahr. Hingegen sind bei Kakaobohnen massive Preiserhöhungen zu verzeichnen. Ebenso wirken sich höhere Energiekosten negativ auf den Rohertrag aus.

Die Optimierung der Wertschöpfungskette und Maßnahmen zur Verbesserung der Produktivität führten zu einer Reduktion des Personalaufwands (exkl. Dotierung von Personalarückstellungen) um 2,5%. Damit konnten die kollektivvertraglichen Lohn- & Gehaltserhöhungen als auch die geringeren Auslastungen durch die Umsatzrückgänge nicht vollständig kompensiert werden.

Entsprechend den Zielsetzungen des Unternehmenskonzept wurden die Werbeausgaben trotz sinkender Umsatzerlöse um 2,6% erhöht. Diese Maßnahme soll die Marken des Unternehmens weiter stärken.

Wegen des Verkaufs von Mietshäusern, die für das operative Geschäft des Unternehmens nicht benötigt werden, ist ein a.o. Ertrag von mehr als € 1,5mio zu verzeichnen.

Finanzlage

Der Cash Flow aus dem Ergebnis (§ 24 URG) wurde im Vergleich zum Vorjahr um € 4,3mio deutlich gesteigert. Mit Investitionen unter dem Vorjahresniveau und gleichzeitiger Veräußerung von Anlagevermögen (hauptsächlich Mietshäuser) konnten die Bankverbindlichkeiten deutlich reduziert werden. Im Jahr 2009 wurden € 3,4mio an Kreditverbindlichkeiten getilgt. Mit Reduktion der Kreditverbindlichkeiten und gleichzeitig niedrigerem Zinsniveau haben sich die Finanzierungskosten im Vergleich zum Vorjahr um € 1,0mio reduziert.

Vermögens- und Kapitalstruktur

Die Bilanzsumme hat sich im Vergleich zum Jahresabschluss 31.12.2008 um € 2,8mio erhöht. Der Anstieg der Vorräte und des Kassenbestands bei einer gleichzeitigen Reduktion der Sachanlagen sind auf der Aktivseite die wesentlichen Positionen für diese Veränderung.

Die Eigenkapitalquote beträgt 39,7% und das Gearing (Nettoverschuldung aus Saldo der Bankverbindlichkeiten und der flüssigen Mittel in Prozent des Eigenkapitals) 47,3%.

Mitarbeiter

Die durchschnittliche Mitarbeiteranzahl (inkl. Leiharbeiter) ist 2009 im Vergleich zum Vorjahr um 7,0% gesunken. Abhängig von den geringeren Produktionsauslastungen ist die Reduktion der Mitarbeiter vor allem bei den Leiharbeitern (-19%) und den Arbeitern (-6%) zu verzeichnen. Eine weitere Reduktion von Arbeitsplätzen ist in Zusammenhang mit einer kontinuierlich negativen Absatzentwicklung leider nicht auszuschließen.

Ausblick

Mit einer positiven Trendumkehr der Umsatzentwicklung wird in diesem Wirtschaftsjahr nicht mehr gerechnet. Auch das Saisongeschäft für Weihnachten wird nach den letzten Schätzungen unter dem Vorjahresniveau bleiben. Die Warenumsätze 2009 werden daher deutlich unter dem Vorjahresniveau bleiben.

Die positiven Effekte aus der Entwicklung der Rohstoffe in den ersten sechs Monaten, die gesetzten Maßnahmen bei den Personalkosten sowie die Veräußerung von nicht benötigten Mietshäusern lassen, trotz sinkenden Absatzmengen, ein ähnliches EBT wie in 2008 erwarten.

Deutlich schwieriger gestaltet sich die Planung für das Wirtschaftsjahr 2010. Sollten die Preise für Kakao auf dem hohen Niveau verharren (Ende Oktober stieg der Kakaopreis in London auf den höchsten Stand seit Beginn der Aufzeichnungen vor 20 Jahren!) und sich der Preisanstieg des zweiten Halbjahres bei Haselnüssen fortsetzen, wird es schwer werden die Ergebnisziele für das kommende Jahr zu erreichen. Diese Problematik trifft jedoch auf alle Schokoladen- und Schnittenhersteller zu.

Hinweis

Dieser Bericht enthält unter anderem Aussagen über mögliche zukünftige Entwicklungen, die basierend auf derzeit zur Verfügung stehenden Informationen erstellt wurden. Diese Aussagen, welche die gegenwärtige Einschätzung des Vorstandes hinsichtlich zukünftiger Ereignisse widerspiegeln, sind nicht als Garantien zukünftiger Leistungen zu verstehen und beinhalten schwer vorhersehbare Risiken und Unsicherheiten. Verschiedenste Ursachen könnten dazu führen, dass tatsächliche Ergebnisse oder Umstände grundlegend von den in den Aussagen getroffenen Annahmen abweichen.

Wien, 10.11.2009

Der Vorstand

Mag. Dr. Hans Peter Andres
Einkauf, Materialwirtschaft & Logistik



Mag. Albin Hahn
Finanzen, Personal & IT



DI Josef Manner
Produktion & Technik



Dr. Alfred Schrott
Marketing & Verkauf

Informationen zur
Josef Manner & Comp. AG
ISIN AT 0000 728 209

Presse und Öffentlichkeitsarbeit
Otto W. Riedl, BA
Tel.: +43 1 48822 3640
E-Mail: o.w.riedl@manner.com

Investor Relations
Mag. Herbert Tichy
Tel.: +43 1 48822 3200
E-Mail: h.tichy@manner.com