



FRISCH & FROST
DAS BESTE AUS ÖSTERREICH



Presseinformation

Frisch & Frost verbucht erneut Rekordergebnis

Österreichischer Tiefkühl-Lebensmittel-Produzent mit Umsatzplus von 13,6% im Jahr 2008

Hollabrunn/Wien, 10. Februar 2009 – **Frisch & Frost, einer der größten Tiefkühl-Lebensmittel-Hersteller Österreichs, blickt auf ein wirtschaftlich besonders erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Ein Umsatz von 67,3 Millionen Euro brachte dem Unternehmen 2008 ein Plus von 13,6% gegenüber dem Vorjahr. Dieses Rekordergebnis liegt erneut weit über dem Branchenschnitt. Seit dem Jahr 2004 ist Frisch & Frost um fast 60% gewachsen. Die Fokussierung auf Regionalität, Herkunft und Nachhaltigkeit ist nur ein Faktor, auf den dieses positive Ergebnis zurückzuführen ist. Auch im Export konnte Frisch & Frost mit einem Plus von rund 14% deutlich zulegen.**

Das vergangene Geschäftsjahr war wieder sehr positiv für Frisch & Frost. Mit insgesamt 270 Mitarbeitern konnte ein Umsatz von 67,3 Millionen Euro erwirtschaftet werden. Dies entspricht einer Steigerung von 13,6% im Vergleich zu 2007. Das Unternehmen konnte dabei gleichmäßig in allen Kanälen wachsen. Die Produkte made in Austria kommen dabei nicht nur am heimischen, sondern auch am internationalen Markt sehr gut an. Die Basis dieses Erfolgs gründet nicht zuletzt auf der Unternehmensstrategie: Denn Frisch & Frost setzt auf bewährte und traditionelle Rezepturen, regionale Rohstoffe und natürliche Zubereitung, gepaart mit Nachhaltigkeit in der Herstellung. Und damit liegt Frisch & Frost genau am Puls der Zeit.

„Vor allem in Zeiten wie diesen freuen wir uns über ein derartiges Rekordergebnis, das uns einmal mehr den Erfolg unserer Strategie bestätigt. Da das Wachstum von Frisch & Frost wieder deutlich über dem Branchenschnitt liegt und auf eine gleichmäßige Steigerung in allen Verkaufskanälen zurückzuführen ist, sind wir zuversichtlich, unseren positiven Kurs auch im nächsten Jahr fortsetzen zu können. Wir beobachten den Markt sehr genau, und glauben, mit unserer Ausrichtung auf Qualität und Tradition auch für 2009 gut gerüstet zu sein“, erklärt DI Gerfried Pichler, Geschäftsführer Frisch & Frost.

Position und Anteile im Lebensmittelhandel weiterhin gestärkt

Frisch & Frost beliefert viele verschiedene Märkte und passt seine Produkte dabei zielgenau an die Bedürfnisse der Konsumenten und Kunden an. Aber auch Innovation wird in der Produktentwicklung groß geschrieben, so wurden alleine im vergangenen Jahr rund 20 Produkte auf den Markt gebracht. Zu den Kunden von Frisch & Frost zählen der Außer-Haus-Markt mit Verwendern im Großhandel, Catering, in der Gastronomie und Systemgastronomie sowie der Lebensmitteleinzelhandel und diverse Großkunden. Mit der Entwicklung 2008 hat sich das Verhältnis zwischen Außer-Haus- und LEH-Bereich zugunsten des Geschäfts im Lebensmitteleinzelhandel verlagert. Rund 70% werden über den Außer-Haus-Markt, 30% über den Lebensmittelhandel eingespielt (im Vergleich 2007: 77% vs. 23%).

Aufgrund verbesserter Rezepturen und Ausweitung der Bauernhofgarantie konnte Bauernland im Lebensmitteleinzelhandel vor allem mit Kartoffelspezialitäten punkten. So wurde bei Kroketten ein Wachstum von 45,4%, bei Backrohr-Pommes ein Plus von 8,8% und bei den übrigen Spezialitäten eine Steigerung von 73% erzielt. Aber auch Toni Kaiser hat seinen Beitrag zur positiven Entwicklung im LEH geleistet. Der Markt insgesamt hat um 2,6%

im Vergleich zu 2007 zugelegt. Toni Kaiser jedoch ist über dem Branchendurchschnitt mit einem Plus von 19,9% gewachsen. Innovationen wie das neue Tascherl-Sortiment oder beliebte Produktkategorien wie Germknödel (+23,6%), Mohnnudeln (+52,1%) oder süße Knödel (+38,1%) und die bewährte Toni Kaiser Premium-Qualität sind die wesentlichsten Erfolgsfaktoren.

Mehlspeisen, Strudel und Kartoffelspezialitäten sind die Top-Seller 2008

Zu der Gesamtumsatzsteigerung in der Höhe von 7,9 Millionen Euro haben sämtliche Produktgruppen und Vertriebsfelder beigetragen. Eines der stärksten Segmente war das Segment Mehlspeisen mit einem Plus von 55%. Als erfolgreichstes Produkt in dieser Kategorie konnte der beliebte Klassiker Germknödel um gesamt 37% zulegen. Auch der wichtige Sortimentsbereich Einlagen (z.B. Suppeneinlagen) verzeichnet eine Steigerung von 39%. Ein zweistelliges Wachstum konnten auch die Kategorien Strudel und Kartoffelspezialitäten verbuchen.

Plus von 14% im Export

Im Export hat das Unternehmen 2008 wieder deutlich dazu gewonnen. Insgesamt hat der Umsatz im Export um fast 14% zugenommen. Der Export in die Schweiz konnte 2008 um ganze 78% gesteigert werden. Auch in Deutschland, dem wichtigsten Exportmarkt für Frisch & Frost, hat das Unternehmen ein Umsatzplus von 40% erzielt. Im Fokus für das Exportgeschäft 2009 stehen die bereits jetzt belieferten Länder Deutschland, Italien, Schweiz, Slowenien, Kroatien, Serbien, Ungarn, Bulgarien, Rumänien und Dubai. Hier will Frisch & Frost stärker aktiv sein und die Präsenz im Einzelhandel intensivieren. Der Exportanteil am Gesamtumsatz liegt bei rund 40%.

Starke Marken zwischen Tradition und Innovation

Die Traditionsmarke *Bauernland* ist bereits seit über 30 Jahren erfolgreich am Markt vertreten. Die Marke steht für qualitativ hochwertige Kartoffelprodukte und österreichische Schmankerl wie pikante Strudel und Suppeneinlagen. Die Rohware für die beliebten Kartoffelprodukte von Bauernland kommt dabei von über 350 Vertragsbauern. Mit laufenden Neuheiten beweist Bauernland die erfolgreiche Verknüpfung von traditionellen Rezepturen und dem Anspruch, auf aktuelle Ernährungstrends zu reagieren. Einzigartig und bereits gut etabliert: Die Bauernland Bauernhof-Garantie. Sie ist der erste, echte Herkunftsnachweis bei einem verarbeiteten Erdäpfelprodukt in Europa. Mit der Bauernhof-Garantie können die Rohstoffe für das Produkt bis zu den Weinviertler Kartoffelbauern zurückverfolgt werden. Damit reagiert Bauernland auf den Trend zu regionalen Lebensmitteln, die in den letzten Jahren einen wahren Boom erlebt haben. Vor Kurzem hat Bauernland das Bauernhof-Garantie-Sortiment auch auf andere Kartoffelköstlichkeiten ausgeweitet. Und auch marketingtechnisch wird die Bauernhofgarantie durch eine neugestartete Hörfunkkampagne unterstützt.

Österreichisch, natürlich und traditionell, das sind auch die Kernwerte der süßen Frisch & Frost Marke *Toni Kaiser*. Mit der Liebe zur warmen Mehlspeise, der sorgfältigen Verwendung natürlicher Zutaten und bestem Geschmack garantiert Toni Kaiser Beste Wiener Mehlspeisküche. Toni Kaiser fehlt es auch kein bisschen an Innovationsgeist. Die Marke ist Erfinder des tiefgekühlten Germknödels und der einzige industrielle Anbieter von Original Wiener Apfelstrudel. Die Beliebtheit dieser Klassiker ist ungebrochen, so war Toni Kaisers Germknödel einer der Topseller 2008.

Im Fokus 2009: Marken-Stärkung im Lebensmitteleinzelhandel

„Unser Ziel ist es, unsere beiden Marken Bauernland und Toni Kaiser im Lebensmittelhandel weiter zu stärken und damit auch den Handel zu unterstützen, nicht nur auf Diskont- und Eigenmarkenpolitik zu setzen. Im Außer-Haus-Bereich gehören wir zu den Marktführern. Diese Position möchten wir auch in diesem Jahr festigen und weiter ausbauen“, so DI Gerfried Pichler.

Auch im neuen Geschäftsjahr wird Frisch & Frost wieder zahlreiche Produktneuheiten und Konzepte vorstellen. Brandneu im Lebensmitteleinzelhandel ist die Erweiterung der Toni Kaiser Range mit Powidl-, Topfen- und Marillentascherln sowie Erdbeer- und Nougatknödel. Ab Frühjahr 2009 sind die heimischen Tiefkühlregale um zwei Neuheiten der Marke Bauernland reicher, denn dann gibt es die Gemüselaiabchen und die Käse-Karfiol-Laibchen für die bewusste Küche. Im Außer-Haus-Bereich wurden die beliebten Bauernland Kartoffelspezialitäten mit neuer Rezeptur verfeinert. Im 2. Halbjahr 2009 präsentiert Frisch & Frost neue typisch österreichische Süßspeisenvariationen der Marke Toni Kaiser für dieses Marktsegment.

4,5 Millionen Euro für beide Unternehmensstandorte

Mit laufenden Investitionen in die beiden Unternehmensstandorte stärkt Frisch & Frost seine Qualitätsausrichtung und wird bereits jetzt den zukünftigen Anforderungen der Lebensmittelproduktion gerecht. Damit werden auch in der Produktion optimale Rahmenbedingungen für den Wachstumskurs geschaffen. Allein 2008 wurden 7,8 Millionen Euro in neue Auslieferungslager, einen Zentralverpackungsbereich, die Biogas-Anlage und diverse Produktions- und Lagerflächen investiert. Im aktuellen Geschäftsjahr wird das Betriebserweiterungskonzept fortgesetzt. Dafür werden 4,5 Millionen Euro in ein automatisches Verpackungssystem und in die Rohstoffaufbereitung investiert.

Frisch & Frost ist Österreichs Tiefkühl-Convenience-Spezialist für Kartoffel-, Mehlspeisen- und Fingerfood. Im Jahr 2008 erzielte das österreichische Unternehmen mit rund 270 Mitarbeitern an zwei Standorten in Österreich einen Umsatz von EUR 67,3 Mio. Unter den beiden starken Marken „Bauernland“ und „Toni Kaiser“ stellt Frisch & Frost Kartoffelspezialitäten & Mehlspeisen nach traditionellen, österreichischen Rezepten her. Frisch & Frost beliefert den Einzel- und Großhandel, Großküchen, die Gastronomie und Systemgastronomie (z.B. McDonald's) sowie Export-Kunden vor allem in Deutschland, Großbritannien und den CEE-Ländern.

Für Rückfragen:

Frisch & Frost Pressestelle:

Mag. Monika Fenz

ikp Wien PR und Lobbying GmbH

Liechtensteinstraße 12/10, 1090 Wien, Austria

Tel: +43-1-524 77 90-22, Fax ++43-1-524 77 90-5

E-Mail: monika.fenz@ikp.at