



Duurzame ondernemingsgroei

Hochwald weet in moeilijk zakenjaar 2015 stand te houden

Thalfang / Maria Laach, 22 juni 2016

In het voor de melkhandel moeilijke jaar 2015 is het Hochwald met een omzet van € 1,44 miljard beter vergaan dan het Duitse sectorgemiddelde. Ook lag de melkuitbetalingsprijs – zoals in de ondernemingsdoelen verankerd – opnieuw boven het nationale gemiddelde. Het lopende zakenjaar is onder moeilijke omstandigheden begonnen; de hoge melkproductie wereldwijd ging gepaard met een verder afnemende vraag. Met de reorganisatie van de Hochwald-groep en een kosten-optimaliseringsprogramma richt Hochwald zich op een duurzame ondernemingsgroei.

Boekjaar 2015

In 2015 hebben de wereldwijd hoge melkproductie en stagnerende vraag tot een overaanbod van melk geleid. De relatief hoge melkprijzen van de afgelopen jaren hebben de productie gestimuleerd. De groei van de wereldhandel in zuivelproducten is daarentegen onderbroken als gevolg van de verminderde vraag vanuit China en het handelsembargo tegen Rusland. De omzet over boekjaar 2015 weerspiegelt deze ontwikkeling. Tijdens het verslagjaar is de omzet met 9,4 % afgenomen tot € 1.440,3 miljoen (tegenover € 1.589,6 miljoen in het vorige jaar). Het grootste percentage van de omzet wordt door de export gedragen. Het bedrijf werd weliswaar beïnvloed door de daling van de prijs van ruwe olie en de politieke crises in een aantal exportlanden, maar over het algemeen kon het exportvolume worden gehandhaafd – zij het tegen enigszins lagere prijzen – ten opzichte van vorig jaar; de omzet in derde landen steeg zelfs met meer dan 7%.

Het eigen vermogen zag gedurende het verslagjaar een positieve ontwikkeling; met de uitgifte van winstbewijzen bedroegen de investeringen tijdens 2014 en 2015 meer dan € 16 miljoen. Het eigen vermogen is verhoogd met een stijging van 28,9% naar 30,2%. De ledenvergadering heeft besloten tot uitgifte van nieuwe winstbewijzen ter hoogte van € 25 miljoen.

De investeringen over het verslagjaar lagen met € 91 miljoen op gelijk niveau met het voorgaande jaar. Het grootste project was de bouw van een fabriek voor gedemineraliseerd weipoeder, waarmee de groep het segment van baby- en kindervoeding met diens sterke toegevoegde waarde ontsloten heeft. Ondanks de hoge investeringen in deze nieuwe branche, konden de financiële passiva op gelijk niveau met het voorgaande jaar worden gehouden. De financiële indicators zijn solide.

De ontwikkelingen in de zuivelsector hebben ook melkprijzen onder druk gezet. Op wereldwijd niveau daalden de melkprijzen met ongeveer een kwart in vergelijking tot afgelopen jaar. Aan de melkleveranciers van Hochwald Milch eG werd gedurende het verslagjaar bij 4,0% vet en 3,4% eiwit een prijs van 30,80 cent/kg uitbetaald (inclusief nabetaling, zonder btw); de prijs van de melk ligt daarmee 1,50 cent/kg (voorgaand jaar: 1,15 cent/kg) hoger dan het nationale gemiddelde. In vergelijking tot afgelopen jaar is het verschil met het nationale gemiddelde verder toegenomen.

Ontwikkeling 2016

De omzet van de Hochwald-groep zal in 2016 afnemen. Het jaar is onder moeilijke omstandigheden begonnen; de hoge melkproductie gaat gepaard met een verder dalende vraag. De politieke crises in een aantal Arabische landen en Afrika, alsmede de daling van de olieprijs betekenen dat enkele landen hun melkimport moeten verlagen. Het internationale bedrijfsleven lijdt onder de stagnerende groei op de wereldmarkt, maar de eerste tekenen van herstel zijn reeds zichtbaar.

Chief Financial Officer Detlef Latka: "Ondanks de marktontwikkelingen verwachten wij dat onze ondernemingsgroep ook in 2016 een bovengemiddelde melkprijs zal kunnen uitbetalen – zij het op lager niveau dan in 2015. Al in de eerste maanden van het jaar lag onze uitbetalingsprijs boven het nationale gemiddelde."

Hochwald blijft zich richten op duurzame ondernemingsgroei en bouwt verder aan bedrijfstakken met een hoge toegevoegde waarde. "Met de ontsluiting van de sector baby- en kindervoeding en de inbedrijfname van de drooginstallatie in Hünfeld, hebben we bij Hochwald een nieuw niveau in melkverwerking bereikt", aldus Chief Operating Officer Karl Eismann.

Eind 2015 is samen met een adviesbureau begonnen aan de ontwikkeling van een nieuwe strategische oriëntatie onder de naam "Hochwald 2020". De eerste maatregelen hiervan zijn reeds uitgevoerd. De verkoop van de vleesfabriek in Meppen en coöperaties zoals de samenwerking met Schwälbchen Molkerei AG zijn bouwstenen voor de ombouw van de groep. Gezien de situatie op de zuivelmarkt, heeft Hochwald in 2016 het kostenoptimaliseringsprogramma geïmplementeerd; zo werd over de rest van het jaar een besparing van ca. € 10 miljoen bereikt.

Cijfers en feiten

		2015	2014
Totale omzet	milj. €	1.440,3	1.589,6
waarvan export	milj. €	655,9	675,3
Melkaanlevering	milj. kg	2.278,9	2.283,2
Medewerkers		1.912	1.844
Investeringen in vaste activa	milj. €	91,0	92,4
Uitbetalingsprijs bij 4,0 % vet en 3,4 % eiwit, inclusief nabetaling, zonder btw	cent/kg	30,80	38,74

Contact:

Hochwald Foods GmbH

Kathrin Lorenz

Bedrijfscommunicatie

Tel.: +49 6504 125 129

E-mail: k.lorenz@hochwald.de