



**Hochwald meistert turbulentes Jahr 2021 erfolgreich. Modernste Molkerei feierlich eröffnet.**

Thalfang / Mechernich, 29. Juni 2022

**Hochwald hat 2021 einen Umsatz von 1,59 Mrd. Euro erzielt. Der Exportanteil am Umsatz konnte weiter ausgebaut werden, einen deutlichen Anstieg erlebten erneut die Exporte von H-Produkte nach Südostasien. Die Exportquote betrug 48 %. Die Investitionen bewegten sich mit 117,1 Mio. Euro erneut auf einem hohen Niveau. Das Werk in Mechernich konnte zum Jahresbeginn mit der Inbetriebnahme starten, bis Juli werden alle Abfülllinien produktionsbereit sein. Besonders belastet hat im Geschäftsjahr die Flutkatastrophe an Ahr und Erft, die die Produktion im Werk in Erftstadt vollständig zum Stillstand brachte. Der Milchpreis auf Jahresbasis lag mit 36,2 ct/kg etwa 0,1 ct/kg unter dem Bundesschnitt.**

**Geschäftsjahr 2021**

Die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen waren 2021 für die Milchwirtschaft herausfordernd. Die gesamte Wertschöpfungskette Milch war 2021 mit stark gestiegenen Kosten u. a. für Verpackungen, Logistik, Zusatz- und Hilfsstoffe sowie Energie konfrontiert. Die Milcherzeugung in Deutschland ist nach zwei Jahren der Stagnation erstmals wieder gesunken. Der internationale Handel mit Milchprodukten ist 2021 erneut gewachsen.

Die Corona-Pandemie hat – wie im Vorjahr – im Frühjahr 2021 zu höheren Absätzen geführt. Dieser Effekt hat sich im Laufe des Jahres egalisiert. Der Out-of-Home Konsum blieb weltweit auch 2021 hinter den Vor-Corona Zahlen zurück. Ein niedrigeres weltweites Milchaufkommen bei steigenden Absätzen insbesondere in Südostasien führte im Jahresverlauf zu rasant steigenden Preisen, beginnend bei den Bulk-Produkten. Besonders betroffen wurde die Unternehmensgruppe durch die Hochwasserkatastrophe an Ahr und Erft. Das Werk Erftstadt konnte über Wochen gar nicht oder nur in geringerem Umfang produzieren. Das Werk Kaiserslautern wurde im Rahmen einer Kooperationsvereinbarung in ein Joint Venture mit einem chinesischen Partner übertragen. Detlef Latka, CEO: „Durch die Zusammenarbeit mit unserem größten chinesischen Kunden stärken wir die internationale Ausrichtung und sichern uns weiter eine starke Präsenz auf dem wachsenden chinesischen Markt. Wir setzen dabei konsequent unseren Weg zum internationalen, vermarktungsorientierten Milchspezialisten fort.“

Im Berichtsjahr sind die Umsatzerlöse um 3,7 % auf 1.590,6 Mio. € (Vj. 1.651,4 Mio. €) gesunken.

**Entwicklung 2021**

Der russische Angriffskrieg auf die Ukraine belastet die Aussichten für die Weltwirtschaft und bringt große politische Unsicherheit mit sich. Anhaltend hohe Preise für Energie und Rohstoffe sowie der Ausfall von Nahrungsmittel- und Düngemittelexporten aus der Ukraine

und Russland sind wahrscheinliche Folgen. Vor Ausbruch des Krieges zeigte sich die weltweite konjunkturelle Entwicklung robust. Zwar hatte die Ausbreitung der Omikron-Variante des Corona-Virus in vielen Staaten neue Höchststände bei den Neuinfektionen zur Folge, die ökonomischen Auswirkungen der Pandemiewellen fallen aber zunehmend geringer aus. Der Rückgang der globalen Milchmengen verbunden mit einer stabilen weltweiten Nachfrage hat einerseits zu Verschiebungen innerhalb der Sortimente geführt. Andererseits resultierten explodierende Preise aus den Unsicherheiten durch den Ukraine-Krieg und die daraus erwarteten Versorgungsengpässe.

Die rasante Entwicklung auf den Rohstoffmärkten sowie die Kostensituation der Landwirte und der Molkereien führt zu steigenden Preisen bei Molkereiprodukten. Die Preissteigerungen betragen im Mittelwert über alle Sortimente rd. 35 %. Damit werden Molkereiprodukte in Deutschland so teuer wie nie zuvor.

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung nahm das Unternehmen in der ersten Jahreshälfte von 2022 das größte Investitionsprojekt der Geschichte von Hochwald in Betrieb: In Mechernich in der Südeifel wurde die modernste Molkerei Europas feierlich eröffnet. Detlef Latka: „Mit dem Start der Molkerei in Mechernich und den Investitionen in unsere anderen Werke, endet eine ganze Reihe an Baumaßnahmen im Zusammenhang unserer Strategie. Nun gilt es, auf den Erfolgen der vergangenen Jahre aufzubauen und die Strategie für Hochwald systematisch fortzuentwickeln. Insbesondere Themen wie Nachhaltigkeit, Diversifizierung und Digitalisierung werden uns in Zukunft noch mehr beschäftigen.“

Ausgehend von der Umsatzentwicklung der ersten Monate des Geschäftsjahres gehen wir für 2022 von einem Jahresumsatz deutlich über dem Niveau des Vorjahres aus. Wir erwarten, dass in 2022 ein überdurchschnittlicher Milchpreis von der Unternehmensgruppe gezahlt werden kann. Für das Jahr 2022 rechnen wir mit einem Konzernergebnis vor Steuern leicht über dem durchschnittlichen Niveau.

## Zahlen und Fakten

		2021	2020
<b>Gesamtumsatz</b>	Mio. €	1.590,6	1.651,4
<b>davon Drittland</b>	Mio. €	256,4	218,2
<b>Milchanlieferung</b>	Mio. kg	2.171,8	2.311,3
<b>Mitarbeiter</b>		2.065	2.072
<b>Investitionen in Sachanlagen</b>	Mio. €	117,1	204,9
<b>Leistungspreis bei 4,0 % Fett und 3,4 % Eiweiß inklusive Nachzahlung, ohne Umsatzsteuer</b>	ct/kg	36,2	34,1

Kontakt:  
Hochwald Foods GmbH  
Kathrin Lorenz  
Corporate Communications  
Tel.: +49 6504 125 129  
E-Mail: [k.lorenz@hochwald.de](mailto:k.lorenz@hochwald.de)