



2014: een goed boekjaar

Hochwald richt zich op export en nieuwe bedrijfstakken

Thalfang / Maria Laach, 24 juni 2015

Hochwald heeft in boekjaar 2014 met een melkinname van 2,28 miljard kg (+5,7%) de omzet verhoogd naar 1,59 miljard € (+6,2%). Het strategische investeringspakket voor 2015 werd afgerond op een volume van ca. 180 miljoen € en het toekomstconcept voor 2020 in gang gezet. De melkprijs is verder boven het bondsgemiddelde van 2014 uitgestegen en ontwikkelt zich in 2015 gunstig voor de branche.

Boekjaar 2014

Met de jaarlijkse bijeenkomst van afgevaardigde leden heeft de Hochwald-groep een goed boekjaar 2014 afgesloten. De onderneming wist een geconsolideerde omzet van 1,59 miljard € (+6,2%) te boeken. In de export werd ca. 675,3 miljoen € behaald, circa 42,8% van de totale omzet. Hochwald exporteert consumentenproducten onder eigen merk en klantmerken naar meer dan 100 landen. Zeer gunstig ontwikkelde zich ook de omzet in derde landen: het aandeel steeg van 11,3% in 2013 naar 13,9% in het verslagjaar. De onderneming betaalde in 2014 een melkprijs van 38,7 cent/kg bij 4,0% vet en 3,4% eiwit, met inbegrip van de nabetaling; daarmee werd de afstand tot het bondsgemiddelde van 37,55 cent/kg verder werd vergroot. Op organisatieniveau groeit de onderneming met de aanwinst van nieuwe leden en leveranciers; in de periode 2015–2017 zullen melkleveranciers uit Duitsland en Oostenrijk een bedrag van ca. 45 miljoen voor hun rekening nemen. In de afgelopen jaren werd voor ongeveer 180 miljoen € geïnvesteerd in productie- en andere vaste activa voor de strategische reoriëntatie van het bedrijf. Met capaciteits- en assortimentsuitbreidingen stelde Hochwald zich in op de stijgende melkaanlevering. In 2014 werden investeringen van ca. 90 miljoen € gedaan. Tegelijkertijd kon het eigenkapitaal naar 151,7 miljoen € en het resultaat over het verslagjaar naar 4,6 miljoen € worden verhoogd. Met de bouw van een demineralisatie- en droogfabriek in het hessische Hünfeld heeft Hochwald een nieuwe bedrijfstak ontsloten en wordt het bedrijf systeemleverancier voor internationale producenten van baby- en kindervoeding.

Strategie 2020

De Strategie naar 2020 is in de bijeenkomst van afgevaardigde leden gepresenteerd. Doelstellingen van de strategie "Hogere toegevoegde waarde door internationalisering en groei" zijn, net als voorheen, de realisering van een melkprijs die permanent hoog boven het bondsgemiddelde ligt en een onafhankelijke doorontwikkeling van de onderneming op de lange termijn. "In de afgelopen jaren zijn structuren ontwikkeld en investeringen gepleegd in merken, markten en medewerkers", aldus dr. Karl-Heinz Engel, CEO van Hochwald Foods GmbH. De groei in de melkerijsector vindt buiten Duitsland plaats. Vooral in derde landen stijgt de vraag naar melkproducten. "Duitsland blijft altijd een belangrijke markt voor ons; zo willen wij bijv. met merknamen als Bärenmarke doorgroeien en verder uitbouwen." Met het strategische concept voor 2020 zal Hochwald zich ook in de toekomst richten op de export van consumentenproducten; het bedrijf is voornemens om met eigen productiefaciliteiten

een lokale aanwezigheid in strategische groeiemarkten te verwerven. In 2015 werd ca. 50 miljoen € in vaste activa geïnvesteerd. Met vestigingen in het buitenland, zoals in Dubai, en samenwerkingen met Duitse en Europese melkerijen heeft de Hochwald-groep het fundament hiervoor gelegd. Groei is ook met partners denkbaar. “Ons bedrijf heeft in het verleden een actieve rol in het structureringsproces gespeeld en zal dit ook op nationaal en internationaal niveau blijven doen”, vult Engel aan.

Ontwikkeling 2015

De afzet in het lopende boekjaar ontwikkelt zich goed, dankzij de lagere prijzen in Duitsland; mondiaal liggen de omzet en de melkprijs van de Hochwald-groep onder het niveau van afgelopen jaar. De export van consumentenproducten – zoals bijvoorbeeld het premiummerk Bonny – draagt met een verder stijgend aandeel vooral in derde landen positief bij tot de omzetontwikkeling. De melkprijzen in Duitsland lopen terug. De uitbetalingen van Hochwald voor 2015 liggen boven het bondsgemiddelde en zullen tot en met juli constant blijven. Bij een verder stabiele marktontwikkeling wordt ook voor het hele jaar 2015 een boven het bondsgemiddelde liggende melkprijs verwacht.

Kerncijfers

		2013	2014	
Totale omzet	milj. €	1.497,0	1.589,6	+ 6,2 %
waarvan export	milj. €	552,1	675,3	+ 22,3 %
Melkaanlevering	milj. kg	2.161,1	2.283,2	+ 5,7 %
Medewerkers		1.717	1.844	+ 7,4 %
Investeringen in vaste activa	milj. €	47,4	92,4	+ 94,9 %
Uitbetalingsprijs incl. btw en nabetaling	cent/kg	42,13	42,88	+1,8 %

Contact:
Hochwald Foods GmbH
Kathrin Lorenz
Bedrijfscommunicatie
Tel.: +49 6504 125 129
E-mail: k.lorenz@hochwald.de