



Den höchsten Umsatz in der Unternehmensgeschichte hat die Molkerei Hochwald 2014 zu verzeichnen (v.l.n.r.: Anton Streit, Vorsitzender Aufsichtsrat Hochwald Milch eG, Dr. Karl-Heinz Engel, Vorsitzender der Geschäftsführung Hochwald Foods GmbH, Hans-Jürgen Sehn, Vorsitzender Aufsichtsrat Hochwald Foods GmbH, und Detlef Latka, Geschäftsführung Hochwald Foods GmbH).

Foto: LW

Hochwald blickt auf erfolgreiches Geschäftsjahr 2014 zurück

Auch im Juli unveränderter Brutto-Leistungspreis

Mit der Meldung, dass Hochwald auch im Juli 2015 seinen Milcherzeugern einen unveränderten Brutto-Leistungspreis von 33,21 ct/kg auszahlen werde, eröffnete Dr. Karl-Heinz Engel, Vorstandsvorsitzender der Hochwald eG, die Pressekonferenz des Molkereiunternehmens anlässlich der Vertreterversammlung am Mittwoch letzter Woche in Maria Laach. Darüber hinaus blickte die Unternehmensführung auf ein überaus erfolgreiches Jahr 2014 zurück und stellte die Maßnahmen vor, die eine positive zukünftige Unternehmensentwicklung absichern sollen.

Anton Streit, Aufsichtsratsvorsitzender der Hochwald Milch eG, und Hans-Jürgen Sehn, Aufsichtsratsvorsitzender der Hochwald Food GmbH, berichteten zunächst von einer gut besuchten Vertreterversammlung, die von sachlichen Diskussionen geprägt gewesen sei. Beschlüsse sowie die Wahlen seien alle einstimmig getroffen worden. Dr. Engel betonte, dass man mit dem derzeitigen Auszahlungspreis für die Milcherzeuger, der sich aus der schwierigen Marktlage ableite, sehr unzufrieden sei. Dennoch sei Hochwald bestrebt, seinen Milcherzeugern einen im bundesvergleich weiterhin überdurchschnittlichen Milchpreis auszuzahlen. Sehn merkte an, dass die Bauern mit dem Milchpreisniveau im Vergleich zu den Nachbarmolkereien zufrieden seien, jedoch nicht mit dessen absoluter Höhe.

6,2 Prozent mehr Umsatz

Hochwald habe im Geschäftsjahr 2014 mit einem Milcheingang von 2,28

Mrd. kg Milch (+ 5,7 Prozent) den Umsatz auf 1,59 Mrd. Euro (+ 6,2 Prozent) gesteigert. Im Export wurden 675,3 Mio. Euro erwirtschaftet, rund 42,8 Prozent des Gesamtumsatzes. Den höchsten Umsatz in der Unternehmensgeschichte führte Geschäftsführer Dr. Engel auch auf die sehr guten Preise des Jahres 2014 zurück. Hochwald exportiert Endverbraucherprodukte unter eigenen Marken und Kundenmarken in über 100 Länder. Besonders erfreulich entwickelte sich der Umsatz in Drittländer, der Anteil stieg von 11,3 Prozent 2013 auf 13,9 Prozent im Berichtsjahr. Insbesondere der Markt in Saudi-Arabien entwickle sich weiterhin positiv. „Unsere Marke Bonny ist dort mittlerweile Marktführer mit einem Umsatz von 70 Mio. US-Dollar“, erläuterte Detlef Latka, Finanzchef der Hochwald Foods GmbH.

Das Unternehmen zahlte 2014 einen Milchpreis von rund 38,7 ct/kg bei 4,0 Prozent Fett und 3,4 Prozent Eiweiß inklusive Nachzahlung; und konnte damit den Abstand zum Bundes-

Kennzahlen der Hochwald Foods GmbH		
Kennzahl	2013	2014
Gesamtumsatz, Mio. Euro	1.497	1.589
davon Export, Mio. Euro	552	675
Milchanlieferung, Mio. kg	2.161	2.283
Mitarbeiter	1.717	1.844
Investitionen, Mio. Euro	47,4	92,4
Konzernjahresüberschuss, Mio. Euro	2,8	4,6
Milchzahlungspreis (Leistungspreis, 4,0 % Fett, 3,4 % Eiweiß) inklusive S-Klasse- und Staffelmilchzuschlägen sowie Nachzahlung und MwSt.	42,13	42,88

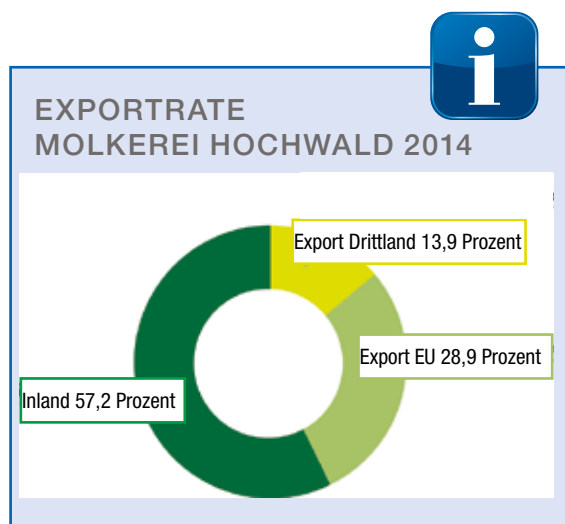
durchschnitt von 37,55 ct/kg weiter vergrößern. Laut Dr. Engel habe die Nachzahlung im Jahr 2014 bei 0,8 ct/kg gelegen.

2014 wurden 90 Mio. Euro investiert

Organisch wächst das Unternehmen über neue Mitglieder und Lieferanten; im Zeitraum 2015 bis 2017 nehmen Milchlieferanten aus Deutschland und Österreich mit einer Liefermenge von rund 45 Mio. kg ihre Anlieferung auf. In den vergangenen Jahren wurde in Produktions- und Sachanlagen zur strategischen Neuausrichtung des Unternehmens rund 180 Mio. Euro investiert. Mit den Kapazitäts- und Sortimentserweiterungen richtete sich Hochwald auf die steigende Milchanlieferung ein. Etwa 90 Mio. Euro an Investitionen wurden 2014 getätigt. Gleichzeitig konnte das Eigenkapital auf 151,7 Mio. Euro und das Ergebnis auf 4,6 Mio. Euro im Berichtsjahr erhöht werden. Mit dem Bau eines Werkes zur Entmineralisierung und Trocknung in Hünfeld, Hessen, hat Hochwald ein neues Geschäftsfeld erschlossen und wird Systemlieferant für internationale Baby- und Kindernahrungshersteller.

Höhere Wertschöpfung erreichen

Die Strategie 2020 wurde in der Vertreterversammlung vorgestellt. Ziele der Strategie „Höhere Wertschöpfung durch Internationalisierung und Wachstum“ sind nach wie vor die Erzielung eines Milchpreises, der dauerhaft möglichst hoch über dem Bundesdurchschnitt liegt, und die langfristige, eigenständige Weiterentwicklung des Unternehmens. „In den vergangenen Jahren wurden die Strukturen geschaffen und in Marken, Märkte und Mitarbeiter investiert“, so Dr. Karl-Heinz Engel. Das Wachstum im Molkereisektor findet außerhalb Deutschlands statt. Besonders in Drittländern wächst die



Nachfrage nach Milchprodukten. „Deutschland bleibt nach wie vor ein wichtiger Markt für uns, in dem wir zum Beispiel mit Marken wie Bärenmarke weiter wachsen und den wir ausbauen wollen.“ Mit dem Strategiekonzept 2020 setzt Hochwald auch in Zukunft auf den Export von Endverbraucherprodukten und plant, mit Produktionsstätten in den strategischen Wachstumsmärkten vor Ort zu sein. 2015 werden etwa 50 Mio. Euro in Sachanlagen investiert. Mit Niederlassungen im Ausland, wie in Dubai, und Kooperationen mit deutschen und europäischen Molkereien hat die Hochwald-Gruppe die ersten Grundsteine hierfür gelegt. Vorstellbar ist das Wachstum auch mit Partnern. „Unser Unternehmen hat in der Vergangenheit eine aktive Rolle im Strukturprozess gespielt und wird dies auch weiter national und international tun“, so Engel weiter.

Basis der Strategie ist auch eine solide Eigenkapitalquote, die demnächst die 30 Prozent erreichen soll. Bereits im letzten Jahr hat Hochwald dazu Genussscheine an seine Mitglieder und Mitarbeiter ausgegeben. Laut Detlef Latka wurde im Frühjahr 2015 bereits die zweite Charge ausgegeben. „Insgesamt konnten wir Genussscheine für 16,4 Mio. Euro ausgeben, dies zeigt deutlich das große Vertrauen unserer Mitglieder und Mitarbeiter in unser Unternehmen.“

Milchpreise 2015 gesunken

Der Absatz im laufenden Geschäftsjahr entwickelt sich gut, aufgrund gesunkener Preise in Deutschland und weltweit liegen der Umsatz und der Milchpreis der Hochwald Gruppe unter Vorjahresniveau. Der Export von Endverbraucherprodukten wie zum Beispiel der Premiummarke Bonny trägt mit einem weiter steigenden Anteil insbesondere in Drittländern positiv zur Umsatzentwicklung bei. Hochwald wird auch zukünftig die Drittländermärkte in Asien stärker in den Fokus nehmen. „In Asien schätzt man die hohen Qualitätsstandards in der deutschen Milchwirtschaft vom

Milcherzeuger bis zur Verarbeitung und ist bereit, auch für diese Qualitäten entsprechende Preise zu bezahlen“, führte Dr. Engel aus. Diese Wertschätzung für heimische Milcherzeugnisse wünscht sich der Vorstandsvorsitzende auch vom deutschen Lebensmittelhandel.

Für 2015 wird über Bundesschnitt liegender Milchpreis erwartet

Bei weiterhin stabiler Marktentwicklung erwartet die Führung der Hochwald Milch eG auch für das Gesamtjahr 2015 einen über dem Bundesschnitt liegenden Milchpreis. Bis zum Jahresende prognostiziert Dr. Engel, trotz Wegfall der Milchquote, nur eine geringe Steigerung der Milchlieferungsmenge. Bei den derzeitigen Milchpreisen sehen Anton Streit und Hans-Jürgen Sehn auch wenig Anreize für die Milcherzeuger, die Produktion auszudehnen. „Ein Milchpreis von 40 ct/kg würde uns Bauern Freude bereiten und auch die Milchmenge steigen lassen“, erläuterte Sehn. „Der Strukturwandel wird weitergehen und die Kuhbestände werden wachsen“, konstatierte der Aufsichtsratsvorsitzende Anton Streit. Aber dieser Prozess brauche Zeit, da der Milchkuhbestand nicht kurzfristig ausgeweitet werden könne.

LW

Wahlen zu Vorstand und Aufsichtsrat bei Hochwald

Aus dem Vorstand sind turnusmäßig Karl Gortner (Lambsborn), Meinolf Bödefeld (Brilon), Thomas Fischer (Geismar) und Frank Hammen (Wehrheim) ausgeschieden. Karl Gortner steht auf eigenen Wunsch für eine Wiederwahl nicht zur Verfügung. Auf Vorschlag des Aufsichtsrates wurden Bödefeld, Fischer und Hammen wieder gewählt.

Aus dem Aufsichtsrat sind turnusmäßig Hans-Werner Böhl (Erndtebrück-Balde), André Dietsch (Lixing les Rouhling), Marko Führer (Gilserberg), Gerhard Jordan (Hofbieber-Wittges), Heinz Rütjes (Wissen), Richard Schreiner (Blieskastel), Friedhelm Wieggersma (Kleve-Keeken), Georg Wilsmann (Seinsfeld) und Klaus-Werner Wolf (Höchst-Dusenbach) ausgeschieden und wieder gewählt worden.

LW