



Presse-Information

[7. Mai 2026, Heimenkirch im Allgäu]

Hochland veröffentlicht Geschäftsbericht 2025: Zufriedenstellendes Ergebnis in anspruchsvollem Marktumfeld

Die Hochland-Gruppe erzielte 2025 ein zufriedenstellendes Ergebnis in einem von volatilen Märkten geprägten Umfeld. Der Käseabsatz lag bei 438.000 Tonnen, der Umsatz erreichte 2,54 Milliarden Euro.

CFO Hubert Staub sagt: „Wir blicken auf ein intensives Jahr mit zufriedenstellendem Ergebnis zurück. 2025 haben wir die richtigen, teils auch schwierigen Entscheidungen getroffen, um unseren profitablen Wachstumskurs fortzusetzen.“

Geschäftsmodelle: Marke, Food Service, B2B und Private Label

Die vier Geschäftsfelder bilden das Rückgrat der Gruppe. Das Markengeschäft zeigte 2025 eine stabile Entwicklung in einem umkämpften Markt. Food Service profitierte von Innovationen, etwa bei Burger-Scheiben und Anwendungen für Quick Service Restaurants. Im B2B-Geschäft konzentrierte sich Hochland auf Kundenorientierung und effiziente Lösungen, trotz steigender Kosten in Produktion und Rohstoffen. Private Label mit der Hochland-Tochter Bonifaz Kohler behauptete sich in einem herausfordernden Marktumfeld durch Flexibilität, konsequente Kundenorientierung und Innovationskraft. CEO Sebastian Schaeffer sagt: „Unser diversifiziertes Geschäftsmodell zahlt sich aus. Marken, Private Label, Food Service und B2B ergänzen sich und geben uns Spielraum. So können wir in unterschiedlichen Märkten Chancen ergreifen und Risiken managen.“

Führende Positionen in europäischen Märkten und Fokussierung der Präsenz

Hochland behauptete 2025 seine Stellung in wesentlichen Märkten. In Rumänien bleibt die Gruppe mit deutlichem Abstand Marktführer und baute Marktanteile und Ergebnis aus. In Deutschland erreichte Hochland das selbst gesetzte Ziel und rangiert auf Platz zwei. Die Tochtergesellschaft in Russland führte das Geschäft trotz politischer und wirtschaftlicher Unsicherheiten stabil weiter. In Polen kämpfte Hochland mit hohen Milchpreisen und belegt ebenfalls Rang zwei. Der Wettbewerb in diesem Markt bleibt intensiv. Die Position zeigt jedoch, dass Hochland auch hier zu den führenden Anbietern zählt.

Gleichzeitig hat die Gruppe ihre Präsenz fokussiert. In den USA blieben Wachstum und Profitabilität aus. Hochland zog sich aus diesem Markt zurück, um Ressourcen stärker auf die Kernmärkte zu lenken. „Fokussierung gehört zu verantwortungsvoller Steuerung. Wir investieren dort, wo wir nachhaltig Wert schaffen. In den Kernmärkten sehen wir diese Chance deutlich.“, so Hubert Staub.

Nachhaltigkeit und Milch

Nachhaltigkeit ist ein Schwerpunktthema. „Als einer der großen Lebensmittelhersteller tragen wir Mitverantwortung für eine zukunftsfähige Lebensmittelproduktion und gestalten den Wandel proaktiv im Sinne der Kundenwünsche“, betont Josef Stitzl, COO der Hochland SE. Im Bereich Verpackung konnte Hochland 2025 Fortschritte erzielen und so einen weiteren Beitrag zur Verringerung der CO₂e-Emissionen leisten. Außerdem wurden gezielt Rezepturen für Schmelz- und Frischkäse weiterentwickelt. Dadurch konnte Hochland den Kunden Alternativen anbieten, die beispielsweise beim Frischkäse den CO₂e-Fußabdruck um bis zu 40 % senken. Hochland arbeitet weiter an klimaeffizienter Milchproduktion und einer engeren Kooperation mit Milcherzeugern. Fortschritte entstehen nur gemeinsam mit den Partnern in der Wertschöpfungskette.

People und Employer Branding

Hochland setzt auch 2025 stark auf seine Mitarbeitenden und eine attraktive Arbeitgebermarke. Employer Branding ist nicht nur in Deutschland, sondern gruppenweit ein fester Bestandteil der Strategie. Sebastian Schaeffer sagt: „Wir kommunizieren unsere Werte, Kultur und Stärken heute viel sichtbarer in allen Kernmärkten. People und Winning Culture stehen im Mittelpunkt, wir stärken die Zusammenarbeit über Standorte und Länder hinweg und fördern eine Kultur, in der Teams Verantwortung übernehmen und Veränderung aktiv gestalten.“

Digitalisierung als Basis für weitere Internationalisierung

Die Digitalisierung stärkt die Steuerungsfähigkeit über alle Märkte. Hochland setzte 2025 die Greenfield-Implementierung von SAP S4/HANA fort und verbindet seine internationalen Standorte enger. Die Gruppe kann so schneller reagieren, Kosten besser steuern und Marktinformationen zentral nutzen. Die Plattform ebnet den Weg für den Einsatz moderner Analytik und KI.

Ausblick: Vision 2030 und Hochland Heartbeat

Mit Abschluss der Vision 2025 richtet Hochland den Blick nach vorne. Die Gruppe hat Ende 2025 die Vision 2030 verabschiedet. Ihr Leitmotiv lautet: „We serve our customers better.“ Der neue Hochland Heartbeat bündelt die strategischen Schwerpunkte. Im Fokus stehen People, Produktivität, profitables Wachstum, Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Schaeffer sagt: „Die Vision 2025 war ein Kompass in turbulenten Jahren. Mit der Vision 2030 wollen wir dieses Fundament nutzen und neue Wachstumsimpulse setzen. Gemeinsam mit unserer Winning Culture werden wir Hochland in die nächste Etappe führen.“



Vorstand Hochland SE: Josef Stitzl, Sebastian Schaeffer, Hubert Staub (v.l.n.r.) | ©Gudrun Muschalla

Über Hochland:

Seit 1927 steht Hochland für Tradition und die Leidenschaft für Käse. Mit Hauptsitz in Heimenkirch im Allgäu zählt das Familienunternehmen zu den größten privaten Käseherstellern Europas bei einem Umsatz von 2,54 Milliarden Euro und 438.000 Tonnen Käseabsatz 2025. Weltweit engagieren sich rund 6.300 Mitarbeitende – darunter 2.300 in Deutschland – jeden Tag dafür, Menschen mit unseren Produkten zu begeistern. Das Sortiment ist vielfältig wie Käsegeschmäcker und umfasst so bekannte Marken wie Hochland, Almette, Grünländer und Patros. Mit der Marke Simply V bietet Hochland Alternativen im Bereich pflanzlicher Ernährung für alle, die sich flexitarisch ernähren möchten. Als Familienunternehmen denkt Hochland in Generationen und übernimmt Verantwortung für Mensch und Umwelt.

MEDIENKONTAKT

Hochland SE
Michaela Matthäus
Corporate Communications Director
Kemptener Straße 17 | 88178 Heimenkirch
E-Mail: corporate-communications@hochland.com