



Presse-Information

Nachhaltigkeits-Initiativen setzen Ausrufezeichen

Hochland-Gruppe verzeichnet 2018 moderates Umsatz- und Absatzplus – Russland trägt überdurchschnittlich zum Wachstum bei – Geschäftsfeld Food Service gewinnt an Bedeutung

Heimenkirch/Allgäu. Die Hochland-Gruppe blickt auf ein gutes Jahr zurück. Der Käse-Absatz stieg auf 363.000 Tonnen, ein Plus von 4%. Das Wachstum stammt zum größten Teil aus dem Geschäftsfeld Food Service. Dazu trugen vor allem die Hochland Russland sowie die US-Tochter Franklin Foods bei. Auch die Exporte in Drittländer konnten gesteigert werden. Der Food Service ist für Hochland damit zum zweitwichtigsten Standbein geworden, mit weiter steigender Bedeutung.

Marktführer in Russland, Rumänien und Polen

Beim Markenwachstum lag im Gruppenvergleich ebenfalls die russische Tochtergesellschaft an der Spitze. Auch die Hochland România konnte erneut zulegen. In Deutschland dämpften Preiserhöhungen die Markenentwicklung. Es kam zu Absatzeinbußen, vor allem im 1. Halbjahr. Zum Jahresstart 2019 ist man wieder auf Wachstumskurs und die Nr. 2 im Markt. In Russland, Rumänien und Polen ist Hochland weiterhin klarer Marktführer im gesamten Käsemarkt. Franklin Foods, das seit Anfang 2017 zur Gruppe gehört, konnte sein Umsatzwachstum fortsetzen und gewann in den wichtigsten Geschäftsfeldern Kunden hinzu.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit erhöhte sich leicht um 3,4%. Die Umsatzrendite der Hochland-Gruppe lag mit 4,4% auf Vorjahresniveau.

Die Marktinvestitionen der Hochland-Gruppe beliefen sich auf fast 39 Mio. €, das sind 1,5 Mio. € mehr als im Vorjahr. Darüber hinaus wurden Investitionen für Bauprojekte und neue Anlagen in Rekordhöhe verabschiedet.

Die Hochland-Nachhaltigkeits-Initiativen haben 2018 international Ausrufezeichen in der Branche gesetzt. Hochland und seine Milchlieferanten für das Werk Schongau haben eine Vereinbarung geschlossen gegen die Verwendung von Totalherbiziden und gegen die Ausbringung von Gärsubstrat, wenn dieses Mikroplastik enthalten könnte. Darüber hinaus hat Hochland neue Milcherzeuger hinzugewonnen, die seit Anfang 2019 Biomilch und „Tierwohlmilch“ liefern, also Milch, die vom Deutschen Tierschutzbund zertifiziert ist. Damit setzt Hochland seine Vorreiterrolle fort. Es war auch das erste Unternehmen, welches in seinen Produktionsstätten in mehreren europäischen Ländern – Deutschland, Frankreich und Polen – eine Käseproduktion ohne Gentechnik etabliert hat.

Für seine Bemühungen erhielt Hochland Anfang 2019 die Auszeichnung „Nachhaltiges Engagement“, verliehen von FOCUS und DeutschlandTest. In der großangelegten Umfrage wählten die Verbraucher Hochland zum Testsieger in der Kategorie Molkereiprodukte.

Arbeitgeber-Kampagne wirkt

Mit der Ende 2018 gestarteten Kampagne „...und jetzt Cheese! Menschen, die gut lachen haben“ stärkte die deutsche Gesellschaft ihre Arbeitgeber-Marke und machte damit einen wichtigen Schritt in der Gewinnung von Fachkräften. Im Mittelpunkt stehen Portraits und Zitate echter Hochländer, die mit ihrem sympathischen Lächeln um neue Kollegen werben. Steigende Bewerberzahlen zeigen: Die Kampagne wirkt!

02.05.2019

Kontakt: Petra Berners, Hochland SE, Telefon +49 (0) 8381 / 502 692, petra.berners@hochland.com