



Handlungsfähig in der Pandemie

Heimenkirch/Allgäu. 2020 war ein bewegendes Jahr auch für Hochland. Gerade in der ersten Phase der Corona-Pandemie hieß das gemeinsame Ziel, die Gesundheit der Menschen zu schützen und gleichzeitig die Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln sicherzustellen. Dafür haben Lieferanten, Hersteller, Handel und Logistiker Hand in Hand gearbeitet. Die Hochland-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben in dieser außergewöhnlichen Zeit bis heute große Flexibilität, Disziplin und Durchhaltevermögen bewiesen.

Die Pandemie hat das Familienunternehmen nicht davon abgehalten, an seiner Zukunft zu arbeiten: Mit rund 140 Mio. € wurde 2020 eine Rekordsumme für Investitionen freigegeben. Große Bauprojekte laufen derzeit in Schongau und Heimenkirch, wo unter anderem zwei Hochregallager gebaut werden, sowie an fast allen ausländischen Standorten.

Alles in allem ist die Hochland-Gruppe gut durch das Jahr gekommen. Aufgrund der Schließung von Restaurants und Hotels weltweit brach dort der Absatz von Milchprodukten zeitweise fast vollständig weg. Bei Hochland waren vor allem die Tochtergesellschaften in den USA und in Spanien betroffen. Die steigende Nachfrage im Lebensmittelhandel half, die Absatzrückgänge in der Gastronomie zu kompensieren.

Davon profitierten vor allem die Markenprodukte. Dies galt auch für den Allgäuer Käsehersteller, dessen Markenabsatz um 12% zulegte. Den größten Mengenzuwachs absolut hatten Deutschland und Russland. Zweistellig zulegen konnten die Marken Hochland, Patros und Gervais in Deutschland sowie Fetaxa in Russland. Bezogen auf die Käsekategorien verzeichnete Weißkäse den größten Anstieg.

Der Marktanteil (Wert) von Hochland in Deutschland stieg auf 4,1%. Das Unternehmen stärkte damit seine Nr.-2-Position im Gesamtmarkt und baute den Abstand zur Nr. 3 aus. Noch besser als die Marken entwickelte sich das Geschäftsfeld CoPacking mit ebenfalls zweistelligem Wachstum. Vor allem der Export von Schmelzkäse in Drittländer boomte. Auch das Handelsmarkengeschäft trug zum Absatzwachstum bei, unter anderem durch Mehrwert-Sortimente mit Tierschutzlabel in Deutschland. Die Hochland Deutschland GmbH erreichte mit diesem Geschäftsfeld 2020 ein Plus von 7%.

Insgesamt stieg der Käseabsatz gruppenweit um 4% auf 394.000 Tonnen, das sind über 16.000 Tonnen mehr als im Vorjahr. Der Umsatz in der Gruppe wuchs um rund 2%.

Die pflanzlichen Käsealternativen unter der Marke Simply V setzten 2020 ihre rasante Entwicklung fort und übertrafen das Wachstum der Käsemarken noch. Das zweite Start-up für rein pflanzliche Produkte, die Beetgold GmbH, verbucht zwei Jahre nach der Gründung erste Listungen seiner Gemüse-Tortillas im Handel. Anfang 2021 wurden die Beetgold-Vollgemüse-Tortillas Karotte mit dem New Product Award der Biofach als bestes Frischeprodukt ausgezeichnet. Beetgold ist außerdem nominiert für den Bundespreis „Zu gut für die Tonne!“

Überraschend gut verlief das Geschäftsjahr 2020 für die Hochland-Maschinenbautochter Natec, ebenso wie für die Gold Peg in Australien. Die anhaltende Pandemie führte jedoch in der zweiten Jahreshälfte zu Kaufzurückhaltung bei den internationalen Kunden. Noch Anfang 2021 war der Auftragsbestand der Natec auf niedrigem Niveau, inzwischen zeichnet sich eine Belebung ab.

Als erstes Unternehmen der deutschen Milchbranche ist die Hochland Deutschland GmbH im November 2020 der Science Based Targets Initiative beigetreten. Damit zeigt das Familienunternehmen, dass seine ehrgeizige Klimastrategie auf wissenschaftlicher Grundlage steht, mit überprüfbaren Zielen und Maßnahmen. Die Hochland Deutschland GmbH verpflichtet sich, den CO₂-Fußabdruck bis 2035 so zu reduzieren, dass sie nachweisbar dazu beiträgt, die globale Erderwärmung auf unter 2 Grad Celsius zu begrenzen.

27.04.2021

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