LZ-Rheinland

Artikel vom 08.07.2020 · Ausgedruckt am 14.11.2026, 01:50 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/mit-blauem-auge-davongekommen

Mit blauem Auge davongekommen



Foto: Dirk Guldner

Offensichtlich läuft es bei dem Molkereiunternehmen Hochwald rund. So fällt die Bilanz für das vergangene Jahr recht gut aus und auch die Corona-Krise scheint der Molkerei mit Sitz im rheinland-pfälzischen Thalfang nicht ernsthaft zuzusetzen. Die Verantwortlichen von Hochwald Foods konnten jedenfalls am Dienstag vergangener Woche bei ihrer Pressekonferenz im Krewelshof in Mechernich-Obergartzem zufriedene Ergebnisse präsentieren.

Wieder über Durchschnitt

„Unser strategisches Ziel, einen überdurchschnittlichen Milchpreis auszuzahlen, konnten wir auch im vergangenen Jahr erreichen. Wir lagen 0,5 Cent über dem Bundesdurchschnitt und haben damit den Abstand weiter vergrößert“, stellte Geschäftsführer Detlef Latka fest. Die Milchlieferanten von Hochwald erhielten 2019 für eine Milch mit 4 % Fett und 3,4 % Eiweiß einen Milchpreis von 34,2 Cent/kg inklusive Nachzahlung. Der Milchpreis lag damit nur 0,3 Cent unter dem Vorjahrespreis. Die Milchanlieferungen verringerten sich gegenüber 2018 um 46,4 Mio. kg oder 2,1 % auf 2,19 Mrd. kg.

Wie Latka berichtete, blieb der Umsatz 2019 mit 1,53 Mrd. € leicht unter dem

Vorjahresniveau. Nach Aussagen des Geschäftsführers ist dieser Umsatzrückgang insbesondere auf den Verkauf des alten Bärenmarke-Werks in Weiding an die Almil AG zurückzuführen. Mitte vergangenen Jahres kam aber der Betrieb durch die Übernahme der Mehrheit an der Almil-Gruppe zurück zu Hochwald. So konnte das Molkereiunternehmen nicht nur ein weiteres Standbein im Industriegeschäft, sondern auch einen Ableger im Großhandel gewinnen. „Das hat uns bislang gefehlt“, betonte Latka. Darüber hinaus soll in Weiding in die Produktion von Baby- und Kindernahrung investiert werden.

Hälfte des Umsatzes entfällt auf den Export

Circa 46 % des Umsatzes, und zwar 704 Mio. €, hat Hochwald 2019 außerhalb Deutschlands erwirtschaftet. Dabei entfielen 495 Mio. € und damit fast 25 Mio. € weniger als im Vorjahr auf das EU-Ausland. Demgegenüber stieg der Umsatz im Drittlandgeschäft um etwa diesen Betrag auf 209 Mio. € an. Nach Aussagen von Latka wurden die Mehrumsätze im Drittlandgeschäft insbesondere in Südostasien und der arabischen Welt erzielt. Das Eigenkapital des Konzerns erhöhte sich 2019 auf 218,9 Mio. € (Vorjahr: 190,7 Mio. €). Im vergangenen Jahr wurden erneut Genussscheine ausgegeben, das Volumen erhöhte sich um 19,1 Mio. €. Die Eigenkapitalquote stieg bei Hochwald von 33,4 % auf 34,2 %.

Im vergangenen Jahr hat das rheinland-pfälzische Molkereiunternehmen kräftig investiert. Die Investitionssumme lag bei 100,2 Mio. € und damit doppelt so hoch im Vergleich zum Vorjahr. Allein 40 Mio. € davon flossen in den Neubau des Unternehmens am Standort in Obergartzem. „Die Bauarbeiten zum neuen Werk liegen trotz Corona voll im Zeitplan“, versicherte Geschäftsführer Thorsten Oberschmidt. Es bleibe dabei, dass das neue Werk im vierten Quartal 2021 in Betrieb genommen werden soll. Größere Investitionen im vergangenen Jahr wurden auch an den Hochwald-Standorten in Thalfang und Hünfeld getätigt. So wurde in Thalfang eine vierte Kondensmilchlinie installiert und im Käsewerk Hünfeld in die Ausweitung der Kapazitäten investiert.

Kein Container stehen geblieben

Was die Auswirkungen der Corona-Pandemie anbelangt, so hat das Molkereiunternehmen Hochwald die Folgen wohl recht gut weggesteckt. „Wir sind mit einem blauen Auge davongekommen“, erläuterte Latka. Mit seinen haltbaren Milchprodukten profitierte Hochwald von der krisenbedingten Nachfrage. Auch im Export, der immerhin fast die Hälfte des Gesamtgeschäftes des rheinland-pfälzischen Unternehmens ausmacht, hielten sich die Probleme in Grenzen. „Von den Grenzschließungen waren wir nicht wesentlich beeinträchtigt. Es ist kein Container stehen geblieben“, wusste der Unternehmenschef zu berichten. Die Geschäftsausrichtung der Hochwald-Gruppe sei hauptsächlich auf den weltweiten Handel fokussiert, das vom Shutdown betroffene Großverbrauchersegment mit Hotels, Restaurants und Kantinen werde nur mit geringen Mengen bedient.

Was den weiteren Milchauszahlungspreis anbelangt, so zeigte sich Latka ebenfalls recht optimistisch: „Wir werden in den nächsten Monaten unseren Milchpreis stabil halten“, kündigte er auf der Pressekonferenz an. *el*