HOCHDORF®
BEST PARTNER

109. Geschäftsbericht 2003/2004

HOCHDORF-Gruppe
Hochdorf Nutritec AG, 6281 Hochdorf
Multiforsa AG, 6312 Steinhausen
Schweiz. Milch-Gesellschaft AG, 8583 Sulgen

Inhaltsverzeichnis

Adresse des Verwaltungsrates 5

Editorial 6–7

Finanzbericht und Kennzahlen 8–9

Die Geschäftsfelder der HOCHDORF-Gruppe 11–17

Geschäftsfeld Milch 11

Geschäftsfeld Food & Pharma 12

Geschäftsfeld Bäckerei / Gastro 13

Geschäftsfeld Tiergesundheit 16

Geschäftsfeld Nutritional Concepts 17

Unternehmensentwicklung 21

Gruppenstruktur, Organe und Aktionariat 24–29

Die HOCHDORF-Gruppe 24

Hochdorf Nutritec AG 25

Multiforsa AG 26

Schweiz. Milch-Gesellschaft AG 27

Verwaltungsratsmitglieder und Informationspolitik 28–29

Adressen und Impressum 30

Jahresrechnung (separater Bund)

Adresse des scheidenden Verwaltungsratspräsidenten

Bei meinem Amtsantritt Ende März 1996 traf ich eine Firma an, die sich mit sichtbarem Erfolg im planwirtschaftlich bedingten Umfeld – eine Folge des 2. Weltkrieges – der schweizerischen Landwirtschaft bewegte. Sorgen bereitete die angekündigte Liberalisierung des Milchmarktes. Unsere Bemühungen seither galten der Anpassung an die neuen Gegebenheiten.

Die zugerische Multiforsa AG konnte gekauft und eingegliedert werden. Zur Absicherung der Stabilität im Milchmarkt wurde von der im Nachlass stehenden Swiss Dairy Food das Milchtrocknungswerk Sulgen übernommen, und der Bäckerei- und Gastrobereich wurde durch den Zukauf der Valora Handelsorganisation Nuxo Marketing verstärkt. Im Kindernährmittelbereich sind wir eine vielversprechende Zusammenarbeit mit Hero eingegangen. Damit haben wir wesentliche Schritte auf dem Weg zu einer liberalisierten Milchwirtschaft unternommen. Weitere werden folgen.

Mir bleibt es, mich zu bedanken. Bei Aktionären und Verwaltungsräten dafür, dass sie unsere Pläne stets mitgetragen haben. Bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die mit bewunderungswürdigem Einsatz geholfen haben, den notwendigen Kurswechsel mitzumachen. Und ganz besonders beim Geschäftsführer Damian Henzi, dessen Initiative und steter Bereitschaft zu konstruktiver Zusammenarbeit es zu verdanken ist, dass HOCHDORF das geworden ist, was es heute ist: ein gesundes Unternehmen, das für die Zukunft gerüstet ist.

Ich wünsche der HOCHDORF-Gruppe, dass der Wille und die Bereitschaft zur Leistung sowie die Fähigkeit, gefasste Entscheide schnell umzusetzen, erhalten bleiben. Dann, so meine feste Überzeugung, blickt HOCHDORF einer weiterhin erfolgreichen Zeit entgegen.

Siegfried Bäbler
Präsident des Verwaltungsrates

„HOCHDORF hat wesentliche Schritte auf dem Weg zu einer liberalisierten Milchwirtschaft unternommen.“

Editorial

„Mit strategisch bedeutsamen Projekten wurden wichtige Weichen gestellt.“

„Die Investitionen von CHF 10,6 Mio. konnten vollständig aus dem erwirtschafteten Cashflow finanziert werden.“

Das zurückliegende Geschäftsjahr der HOCHDORF-Gruppe dauerte aufgrund der Umstellung auf das Kalenderjahr 14 Monate. Trotz Überlänge war es ein überaus intensives Jahr. Noch nie in der 109-jährigen Geschichte unseres Unternehmens haben sich so viele Ereignisse kumuliert. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den drei Standorten Hochdorf, Steinhausen und Sulgen haben die Herausforderungen nicht nur gut gemeistert, sondern auch in mehreren Bereichen Wachstum erzielt, was im heutigen harschen Umfeld eine echte BEST PARTNER Leistung ist.

Zahlreiche Ereignisse

Mit folgenden strategisch bedeutsamen Projekten wurden 2004 wichtige Weichen gestellt:

- Zentralisierung und Auslagerung der Logistik der drei HOCHDORF-Unternehmen
- Partnerschaft mit Hero und Aufbau einer voll integrierten Kindernährmittel-Fabrik in Rekordzeit
- Evaluation und Wahl einer neuen Unternehmenssoftware (ERP), die den Gruppenanforderungen durchwegs gerecht wird
- Marktanteilsgewinn im Bäckereisegment durch die Übernahme der Nuxo Marketing der Valora Holding AG
- Intensive Diskussion mit unseren Stammlieferanten über Art und Weise des Ausstiegs aus der Milchkontingentierung
- Vorbereitungsarbeiten zur neuen Aufbauorganisation mit grünem Licht des Verwaltungsrates für die Umsetzung
- Detaillierte Analyse der Produktionsstandorte mit dem Ziel, schlanker zu werden und die Effizienz zu steigern
- Erfolgreiche Zertifizierung der drei Standorte nach dem BRC-Standard, der strengsten Auszeichnung bezüglich Lebensmittelsicherheit

Stetiges Wachstum

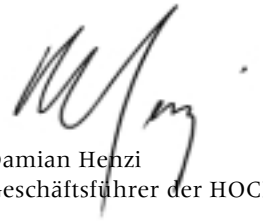
Als Investitionen in zukünftige Erträge beliefen sich diese und andere Projekte auf CHF 10.6 Mio., die wir vollständig aus dem erwirtschafteten Cashflow finanzierten. Der Betriebsaufwand wurde mit ausserordentlichen Projektkosten von CHF 2.5 Mio. zusätzlich belastet. Es ist uns zwar gelungen, den konsolidierten Umsatz mit CHF 388.3 Mio. gegenüber dem Vorjahr erneut zu steigern; der EBIT hingegen betrug CHF 3.1 Mio., was unzureichend ist. Sehr positiv zu werten ist, dass wir den Cashflow von CHF 2.2 Mio. auf CHF 19.7 Mio. verbessern und die Bruttogewinnmarge und die Abschreibungen teilweise signifikant erhöhen konnten.

Externe Einflüsse

Bisher schon stark und künftig noch ausgeprägter wird unser Unternehmen durch die agrarpolitischen Entwicklungen herausgefordert sein. Der Ausstieg aus der Milchkontingentierung per 1. Mai 2009 – und schon teilweise per 1. Mai 2006 – ist dabei nur ein erster Schritt in einer ganzen Reihe von Reformen. Viele weitere Traktanden stehen auf der agrarpolitischen Agenda: die Auswirkungen der WTO-Verhandlungen, die Umsetzung der Bilateralen II, neue Freihandelsabkommen, die Auswirkung der EU-GAP, die Fortsetzung der schweizerischen Agrarpolitiken 2011, 2015, 2019 und so weiter. Hinzu kommen der Finanzdruck des Bundeshaushaltes sowie strengere technologische und lebensmittelrechtliche Anforderungen, die unser Land, unsere Produzenten und uns als weiterverarbeitendes Lebensmittelunternehmen zusehends beschäftigen werden.

Um diesen Herausforderungen zu begegnen, verfügen wir über eine Strategie, die auf einer gesunden Basis aufbaut. Mit dem Fokus auf die Bereiche Milch, Getreide und Spezialitäten wollen wir weiter wachsen und somit der Kostenschere Rechnung tragen. Bei der Stärkung und dem Ausbau unserer Marktposition spielen Produkt- und Dienstleistungsinnovationen eine zentrale Rolle. In dieser Hinsicht sind wir für das laufende Geschäftsjahr zuversichtlich.

Unseren Aktionärinnen und Aktionären möchte ich für das Vertrauen und die Treue zu unserem Unternehmen danken. Auch 2005 werden wir mit grossem Einsatz und Freude daran arbeiten, durch das Veredeln und Haltbarmachen von Nahrungsmittelrohstoffen einen wichtigen Beitrag zur Ernährung von Mensch und Tier zu leisten.



Damian Henzi
Geschäftsführer der HOCHDORF-Gruppe

„Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben 2004 eine echte BEST PARTNER Leistung vollbracht.“

Finanzbericht

Umsatz/Bruttogewinn

Der Gruppenumsatz stieg 2004 um 25.7 Prozent auf CHF 388.3 Mio. (CHF 308.8 Mio.). Der Bruttogewinn stieg insgesamt um CHF 19 Mio. auf CHF 95.9 Mio. (CHF 76.9 Mio.). Die Bruttogewinnmarge konnte auf 25.2 Prozent (25.0 Prozent) gesteigert werden.

EBIT/Cashflow

Der Betriebsaufwand der Gruppe erhöhte sich um 27.9 Prozent von CHF 63.8 Mio. auf CHF 81.6 Mio. Darin enthalten sind einmalige Kosten in Zukunftsprojekte im Umfang von CHF 2.5 Mio., deren Ertrag sich in den kommenden Jahren einstellen wird. Zusätzlich fielen Kosten an für die Erreichung des BRC-Standards. Durch diese Einflüsse sank die EBITDA-Marge von 4.2 Prozent auf 3.7 Prozent. Die Bereinigung des Anlagenportefeuilles führte zu einmaligen Zusatzabschreibungen von CHF 0.3 Mio. Die Abschreibungsquote erhöhte sich von 2.7 Prozent auf 2.9 Prozent. Der EBIT reduzierte sich durch diese Ereignisse um 32.1 Prozent und beträgt damit 0.8 Prozent des Produktionserlöses. Hingegen konnte der Cashflow (Geldfluss aus Geschäftstätigkeit) auf gute 5.19 Prozent (0.71 Prozent) gesteigert werden. Der Reingewinn in Prozent zum Produktionserlös sank um 2.1 Prozent auf 1.1 Prozent (1.4 Prozent), wobei auch im laufenden Jahr Steuereinflüsse massgeblich zum Ergebnis beigetragen haben.

Eigenfinanzierungsgrad

Der Eigenfinanzierungsgrad der Gruppe hat sich im Berichtsjahr um 2.9 Prozent erhöht und beträgt gesamthaft 52.2 Prozent (49.6 Prozent).

Ausblick

Im Hauptgeschäft Milch erwarten wir im 2005 eine Geschäftsentwicklung im Rahmen des Vorjahres. Wichtig sind hier die Vorbereitungsarbeiten für den Ausstieg aus der Milchkontingentierung per 2006. In den Bereichen Bäckerei/Gastro und Food & Pharma werden sich aus der Akquisition der Nuxo Marketing und der Zusammenarbeit mit Hero zusätzliche Erträge ergeben.
Die Multiforsa AG mit den Bereichen Nutritional Concepts und Tiergesundheit befindet sich noch in einem Aufbaujahr. Umsatzsteigerungen werden hier ab 2005 erwartet. Ertragsmässig erwarten wir wesentliche Steigerungen auf den Stufen EBITDA und EBIT.

Marcel Gavillet
Leiter Finanzen

Aktie

Die Aktie der Hochdorf Nutritec AG befand sich gesamthaft in einer Seitwärtsbewegung. Vereinzelt konnten grössere Kurssteigerungen verzeichnet werden, die aber kurzum durch Gewinnmitnahmen wieder korrigiert wurden.
Der Schlusskurs per 31.12.2004 belief sich auf CHF 1'030. Unter Berücksichtigung der vorgeschlagenen Zusatzdividende beträgt die Dividendenrendite dadurch 2.43 Prozent (2.25 Prozent) und die Pay-out-ratio 34.39 Prozent (32.31 Prozent).
Das Kurs-/Gewinnverhältnis beläuft sich auf 14.2. Gesteigert werden konnten der Cashflow pro Aktie auf CHF 327.62 (CHF 36.23) sowie der Gewinn pro Aktie auf CHF 72.70 (71.18).

Kennzahlen der HOCHDORF-Gruppe

CHF 1'000	**2003/04** 14 Monate	2002/03	2001/02
Umsatz	**388'282**	308'844	175'729
Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA)	**14'226**	13'053	5'029
in % des Produktionserlöses	**3.7%**	4.2%	2.9%
Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)	**3'143**	4'628	540
in % des Produktionserlöses	**0.8%**	1.5%	0.3%
Personalaufwand	**49'657**	39'877	15'928
in % des Produktionserlöses	**13.1%**	12.9%	9.3%
Abschreibungen auf Sachanlagen	**10'901**	8'268	4'489
in % des durchschnittlichen Nettobestandes	**11.4%**	10.2%	9.3%
Investitionen in Sachanlagen	**9'998**	6'446	2'093
in % des Produktionserlöses	**2.6%**	2.1%	1.2%
Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit (Cashflow)	**19'657**	2'174	n.a.
in % des Nettoverkaufserlöses	**5.2%**	0.7%	n.a.
Free Cashflow	**798**	2'727	n.a.
Eigenfinanzierungsgrad	**52.2%**	49.6%	46.3%
Interest Cover (EBIT/Zinsaufwand netto)	**1.7**	4.2	0.4
Reingewinn	**4'362**	4'271	1'233
in % des Produktionserlöses	**1.1%**	1.4%	0.7%
Anzahl Aktien ausstehend 1)	**60'000**	60'000	60'000
Gewinn pro Aktie in CHF	**72.70**	71.18	20.55
Cashflow pro Aktie in CHF	**327.62**	36.23	n.a.
Dividende	**23%+2%**	23%	21%
Pay-out-ratio	**34.39%**	32.31%	102.19%
Aktienkurs per 31.12. in CHF	**1'030**	1'020	875
Dividendenrendite	**2.43%**	2.25%	2.40%
Kurs-/Gewinnverhältnis PER	**14.2**	14.3	42.6
Börsenkapitalisierung	**61'800**	61'200	52'500
Mitarbeiterbestand per 31.12.	**449**	467	350

1) Effektiv 59'350 zu nom. CHF 100, 1'000 zu nom. CHF 50 und 1'500 zu nom. CHF 10

Logistik-Lösung für die Zukunft

Der Kunde in Poschiavo, der zwei 25-kg-Säcke Backvormischungen bestellt, erwartet eine ebenso termingerechte Auslieferung wie der Gastro-Grossist in Luzern mit 4 Paletten Frittiermedien. Auch gilt es, den japanischen Industriekunden mit derselben Genauigkeit zu beliefern wie den Kälbermäster in Appenzell.

Im Mai 2004 wurde die Fertigwaren-Logistik aller Standorte zusammengelegt und einem Logistik-Spezialisten anvertraut. Mit dem Ziel, unsere Kunden noch besser zu bedienen, konnte durch die Zusammenlegung eine wirtschaftliche und zukunftsorientierte Lösung geschaffen werden.

Geschäftsfeld Milch

Mehr Dynamik in den Geschäftsprozessen

Der Umbau der schweizerischen Milchwirtschaft war auch 2004 der zentrale externe Einflussfaktor für die Entwicklung des Geschäftsfeldes Milch. Stärker als die Mitbewerber bekam HOCHDORF die Reduktion der Exportstützung durch die Schweizerischen Milchproduzenten, SMP, zu spüren. So mussten wir in der Folge mit zusätzlichen Abgaben einspringen, wodurch im Mai eine Milchpreissenkung unumgänglich wurde. Der Milchmarkt reagierte sehr sensitiv auf diese notwendige Massnahme, was zu einem Rückgang der Milchmenge im zweiten Halbjahr führte. Im Sommer zeichnete sich ab, dass die Exportbudgets für Magermilchpulver und Vollmilchpulver zu hoch angesetzt worden waren. Das erlaubte uns – notabene als einzigem Milchverarbeiter –, den Milchlieferanten wieder einen höheren Milchpreis zu zahlen.

Die intensive Auseinandersetzung mit dem Ausstieg aus der Milchkontingentierung, der unter bestimmten Voraussetzungen schon frühzeitig auf den 1. Mai 2006 hin möglich ist, wurde ab dem Herbst zum dominanten Thema. HOCHDORF befürwortet den Ausstieg, da er – mit der richtigen Strategie umgesetzt – der Schweizer Milchwirtschaft ein Wachstumspotenzial eröffnet.

Beim Export hält die Tendenz zu einer wachsenden Nachfrage nach Vollmilchpulver an. Es ist uns gelungen, die Geschäftsprozesse zu dynamisieren, indem wir mehr direkte Kundenkontakte aufgebaut haben. Allerdings stieg insbesondere der Abverkauf von Käse an, wodurch unter dem Strich weniger Milch in Form von Milchpulver exportiert wurde.

Durch eine Erhöhung des Rahmabsatzes für Speiseeis oder als Konsumrahm ausserhalb der Butterherstellung gelang es uns, die Ertragssituation in diesem Segment deutlich zu verbessern. Ebenfalls erfreulich entwickelte sich das Walzenmilchpulver für die Schokoladenindustrie. Nach dem ausserordentlich heissen Sommer 2003 war das Jahr 2004 wieder ein reguläres Schokoladenjahr mit starker Nachfrage im Ausland.

Im laufenden Jahr werden wir vor allem in neue Produkte investieren. Im engen Austausch mit den Kunden wollen wir unsere Stärken zum Tragen bringen, indem wir vermehrt Produkte mit speziellen Eigenschaften herstellen und dadurch unsere Partnerschaften mit Kunden im In- und Ausland stärken.

„Produkte mit speziellen Eigenschaften stärken die Partnerschaften mit Kunden im In- und Ausland.“

Werner Schweizer
Geschäftsfeldleiter Milch

	2003/04 14 Monate	2002/03	2001/02
Umsatz in TCHF	**283'961**	222'658	141'444
Export in %	**28.4 %**	29.6 %	24.1 %
Tonnen in 1000	**52'249**	33'450	18'666

Wir produzieren: Rahm*, Milchkonzentrate, Magermilchpulver*, Vollmilchpulver*, Rahmpulver, Fettpulver
*auch in biologischer Qualität

Geschäftsfeld Food & Pharma

Starker Auftrieb bei den Kindernährmitteln

Der herausragende Meilenstein 2004 für das Geschäftsfeld Food & Pharma war der partnerschaftliche Vertrag mit Hero und der damit verbundene Aufbau einer Kindernährmittel-Fabrik in Hochdorf für Cerealienprodukte und Gläschenkost sowie zwei Konfektionierungslinien. Der Kindernährmittelbereich hat somit weiter an Bedeutung gewonnen und wird dies auch in Zukunft tun, insbesondere im Export. Einen ersten namhaften Schritt haben wir mit einer grossen Lieferung Kindernährmittel in die Türkei getan. Insgesamt erreichten wir somit eine Volumensteigerung von über 30 Prozent. Mit erfreulicher Häufigkeit werden wir für neue Projekte kontaktiert und Branchenkenner attestieren HOCHDORF ein sehr gutes Image in diesem hochsensiblen Lebensmittelsegment.

Der Dessertbereich konnte dank einem grossen Neukunden ebenfalls ein Wachstum von über 20 Prozent verzeichnen. In Zukunft erwarten wir hier vorderhand aber keine bedeutenden Entwicklungen mehr, da pulverförmige Desserts je länger je ausschliesslicher im Gastronomiebereich nachgefragt werden.

Im Bereich Frühstück, Sport und Diät haben wir unter den Erwartungen abgeschlossen. HELIOMALT soll dennoch als bestens verankerte Schweizer Marke auch weiterhin einen wichtigen Beitrag zum Image der HOCHDORF-Gruppe leisten. In Folge einer neuen Vermarktungsstrategie erwarten wir für das Jahr 2005 einen moderaten Aufwärtstrend.

Mit den Werklohnaufträgen blicken wir auf ein schwieriges Jahr zurück. Langjährige Kunden von uns hatten mit Umsatzeinbussen zu kämpfen. Diesen Effekt konnten wir mit neuen Aufträgen nicht kompensieren. Um solche Schwankungen auszugleichen, werden wir im laufenden Jahr die Entwicklung eigener Nahrungsmittelinhaltsstoffe vorantreiben.

„Branchenkenner attestieren HOCHDORF ein sehr gutes Image im hochsensiblen Kindernährmittelbereich.“

Ruedi Hochstrasser
Geschäftsfeldleiter Food & Pharma

	2003/04 14 Monate	2002/03	2001/02
Umsatz in TCHF	**24'783**	15'560	7'340
Export in %	**19.0 %**	13.8 %	12.9 %
Tonnen in 1000	**8'406**	3'700	2'389

Wir produzieren: Kindernährmittel (Säuglingsmilchen, Cerealienschoppen und -breie, Gläschenkost), Desserts (Mousse, Glace, Soft Ice, Cremen), Frühstücksgetränke (HELIOMALT, Malzgetränke), Sport- und Diätprodukte (Sportlerernährung, isotonische und regenerative Getränke, Mahlzeiten), Food Ingredients (Aromen, Pflanzenextrakte, Vitamine, Fruchtpulver usw.)

Geschäftsfeld Bäckerei/Gastro

Die Kunden zu Gewinnern machen

Dank unseren über Jahre aufgebauten, sehr guten Kundenbeziehungen ist es gelungen, trotz einem erneut leicht zurückgegangenen gewerblichen Bäckereimarkt einen gegenüber dem Vorjahr leicht höheren Umsatz zu erarbeiten. Dazu beigetragen haben Verkaufsmassnahmen und Konzepte, mit denen wir die Bäcker überraschten und Neukunden für HOCHDORF gewinnen konnten. Besonderen Anklang fanden die HOCHDORF-Kreation des «Grittihaasen» sowie attraktive Zugabeaktionen wie Bäckerschürzen, LEVIT-Mützen und Foulards für den Verkauf. Auch unsere Dinkel-Spezialitäten entsprechen einem wachsenden Bedürfnis. Sie sind in einem Jahr von null zur bestverkauften Produktgruppe aufgestiegen.

Das Highlight im Bäckereigeschäft war die Akquisition der Nuxo Marketing, die im Oktober besiegelt wurde und auf Anfang 2005 operativ in Kraft getreten ist. Dass sowohl HOCHDORF wie der Kunde von Beginn an zu den Gewinnern gehören, war oberstes Ziel des Projekts und konnte auch entsprechend kommuniziert und bewiesen werden.

Im Semi-Industriebereich haben wir trotz abgebrochenen Projekten und nicht realisierten Offerten die Partnerschaften mit strategisch wichtigen Kunden vertieft. HOCHDORF wird immer öfter in die Produkt- und Verfahrensentwicklung mit eingeschlossen, was sehr wertvolles Know-how bringt und die Konkurrenzfähigkeit verbessert.

Durch die Verstärkung des Gastroteams im Raum Bern und Berner Oberland konnte der Umsatz um rund 2.5 Prozent gesteigert werden. Die Nachfolge des Leiters Gastronomie konnte geregelt werden. Der neue Leiter hat per 1.1.2005 die Führung übernommen.

Auf das Jahr 2005 blicken wir zuversichtlich. Die neuen Strukturen im Bäckerei- und Gastrogeschäft sind geschaffen und eingespielt. Mit der Verstärkung durch das Team und Sortiment von Nuxo Marketing gehen wir für das laufende Jahr von einem signifikanten Umsatzzuwachs aus.

„Die neuen Strukturen im Bäckerei- und Gastrogeschäft sind geschaffen und eingespielt."

Benno Eigenmann
Geschäftsfeldleiter Bäckerei/Gastro

	2003/04 14 Monate	2002/03	2001/02
Umsatz in TCHF	**25'880**	22'170	24'350
Export in %	**1.4 %**	3.4 %	3.1 %
Tonnen in 1000	**4'643**	4'318	4'453

Wir produzieren: Brotbackmittel, Milchbackmittel, Spezialbackmittel, Backvormischungen, Spezialbrotmischungen, Halbfabrikate, Fette, Margarinen

Kindernährmittel
«Made in Hochdorf»

Im Rahmen der Partnerschaft mit Hero wurde am Standort Hochdorf 2004 in einer Rekordzeit von sechs Monaten eine voll integrierte Kindernährmittel-Fabrik aufgebaut. Es wurden Produktionsanlagen installiert, Fenster, Treppen und Türen montiert, lebensmitteltaugliche Böden vergossen und eine Vielzahl von Leitungen für Strom, Wasser, Dampf und andere Betriebsmedien verlegt. HOCHDORF ist somit ein führender Kindernährmittel-Produzent der Schweiz mit einem vollständigen Sortiment, das von Milchen über Breie bis hin zu Gläschenkost reicht. Ein Grossteil der Produkte wird exportiert.

Die Qualitätssicherung ist rigoros: Es geht nicht nur darum, die genau vorgeschriebenen Mengen der Inhaltsstoffe zu überprüfen. Sehr wichtig ist auch sicherzustellen, dass keine unerwünschten Fremdstoffe oder andere Verunreinigungen in das Endprodukt gelangen. So schenken wir der Rückverfolgbarkeit höchste Aufmerksamkeit – dies unter besonderer Berücksichtigung der GVO-Problematik und spezieller Auszeichnungen wie «Bio» oder «Demeter».

Geschäftsfeld Tiergesundheit

Ausbaufähige Marktanteile in allen Segmenten

Das Geschäftsfeld Tiergesundheit konnte 2004 den Umsatz gegenüber dem Vorjahr steigern und somit weitere Marktanteile gewinnen. Dies obschon sich das Umfeld für die Schweizer Landwirte durch den zunehmenden Preisdruck verschärft hat und der Konzentrationsprozess ungebrochen fortschreitet. Mit MULTI-LAC, unserer wichtigen Warengruppe für Rinder und Kälber, erzielten wir Umsatzzunahmen zwischen 3 und 11 Prozent.

Im letzten Jahr brachten wir 25 neue Produkte auf den Markt. Mit diesen erwirtschafteten wir rund 15 Prozent des Umsatzes. Das mit Abstand erfolgreichste Produkt in dieser Reihe ist unser MULTIFORSA 77, ein Konzentrat für Kälber, das die Abwehrkräfte des Kalbes mit natürlichen pflanzlichen Wirkstoffen fördert. Die guten Erfahrungen mit MULTIFORSA 77 in der Praxis brachten der Warengruppe Kälberspezialitäten ein Umsatzplus von 11 Prozent.

Durch die steigenden Leistungen der Tiere nimmt die Auftrittswahrscheinlichkeit diverser Krankheiten überproportional zu. Labelprogramme und Lebensmittelqualität stellen immer wieder neue, höhere Anforderungen. Hier können wir mit der persönlichen und kompetenten Beratung unserer Regionalvertreter und der hochwertigen Produktpalette wertvolle Unterstützung bieten. 2004 hat gezeigt, dass unsere Anstrengungen in diesem Bereich Früchte getragen haben.

Im laufenden Jahr bauen wir weiterhin auf unsere Hauptstärken: das gute Image unserer Marken MULTIFORSA und VIOGERM sowie unsere kundennahe, mobile Verkaufsorganisation. Wir werden aufgrund unserer Produkt- und Marktkompetenz weiter wachsen, wobei der Fokus bei Innovationen und der laufenden Verbesserung bestehender Produkte liegt.

Andreas Santschi
Geschäftsfeldleiter Tiergesundheit

„Unser Wettbewerbstrumpf sind starke Marken und die kundennahe Verkaufsorganisation."

	2003/04 14 Monate	2002/03	2001/02
Umsatz in TCHF	**30'544**	27'066	27'157
Export in %	**0.0 %**	0.0 %	0.0 %
Tonnen in 1000	**8'843**	7'785	7'748

Wir produzieren: Kälbermilch, Wirkstoffkonzentrate für Kälber und Rindvieh, Wirkstoffspezialitäten für Rindvieh, Spezialitäten für Pferde, Hunde, Katzen und Schweine, Mineralstoffe, Hygiene für Haus und Hof, Tränkeautomaten

Geschäftsfeld Nutritional Concepts

The Essence of Life

Für VIOGERM, unser Konzentrat aus kaltgepressten Weizenkeimen, haben wir 2004 einen neuen Marktauftritt umgesetzt, der von den Kunden durchwegs positiv beurteilt wurde. Der Hauptakzent der Kommunikation liegt auf der Natürlichkeit. Mit der Aussage «The Essence of Life» machen wir darauf aufmerksam, dass VIOGERM lebensnotwendige Nahrungsfasern, Vitamine, Mineralstoffe und Spurenelemente für Mensch und Tier enthält.

Neue innovative Produkte wie VIOGERM-EVERCRISP, -CHOCOBANETTEI, CRISPY EASTER EGGS konnten entwickelt und am Markt angeboten werden. Im Schokoladenbereich wurden insbesondere die knusprigen VIOGERM-CRISPS vermehrt eingesetzt. Dies spiegelt den Trend hin zu leichter Schokolade, der sich noch weiter entwickeln wird – ganz nach dem Motto: Genuss ohne Reue.

Das Segment der Consumer Goods im Schweizer Markt zeigt ein erfreuliches Bild. Landesweit wurden im dominierenden Detailhandel neue Produkte eingeführt. Hingegen schreitet der Auf- und Ausbau unserer Fit-For-Fun Linie auf dem europäischen Markt noch langsam voran. Viele lebensmittelrechtliche Abklärungen und Gespräche mit potenziellen Distributoren erschweren eine schnelle Umsetzung und Listung im Detailhandel.

Das internationale Geschäft mit Industriekunden ist geprägt von grossen Projekten mit langen Anlaufzeiten. Im Durchschnitt braucht der Aufbau eines neuen Grosskunden oder die Einführung eines neuen Produktes ein Jahr Betreuung. Wir arbeiten daher intensiv daran, unsere Marktpräsenz auszubauen. Neben Direct Mailings und gezielten Werbeauftritten in Fachzeitschriften werden wir auch dieses Jahr an mehreren internationalen Messen teilnehmen. Wir gehen davon aus, dass diese Massnahmen im zweiten Halbjahr 05 zu einem Umsatzwachstum führen werden.

„Mit unseren natürlichen Produkten liegen wir im Trend «Genuss ohne Reue».“

Peter C. Böhni
Geschäftsfeldleiter Nutritional Concepts

	2003/04 14 Monate	2002/03	2001/02
Umsatz in TCHF	**22'193**	20'700	18'758
Export in %	**66.3 %**	72.1 %	68.9 %
Tonnen in 1000	**3'325**	3'301	3'075

Wir produzieren: VIOGERM-Pulver (aktive Substanzen aus kaltgepressten Weizenkeimen), VIOGERM-ÖI (kaltgepresstes Weizenkeim-ÖI), Crisp & Co. (gesunde Knusperprodukte), Consumer Goods (Fertigprodukte nach Kundenwunsch)

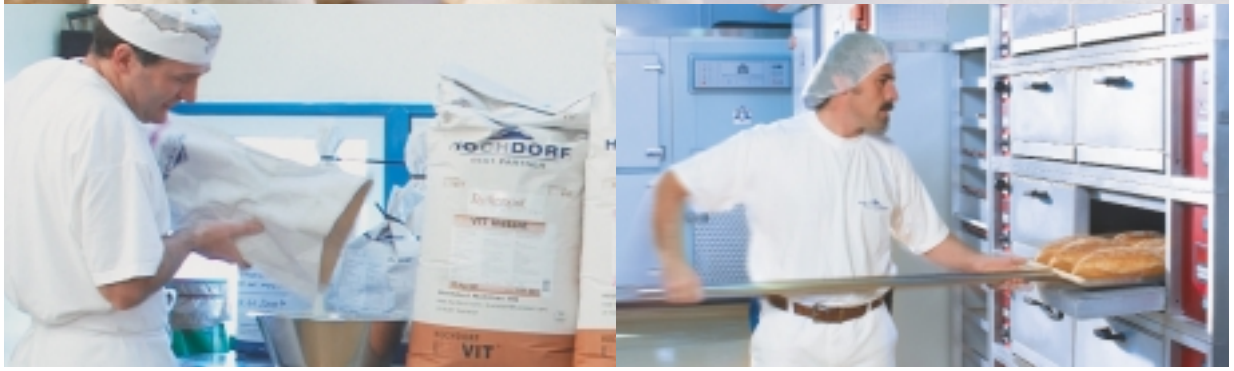
Lob der Lebensmittelsicherheit

Es gehört zur BEST PARTNER Vision, dass alle Mitarbeitenden der HOCHDORF-Gruppe täglich bestrebt sind, Gutes noch besser zu machen. Wichtiger Bestandteil dieses Bestrebens ist, dass wir uns an der höchstmöglichen Lebensmittelsicherheit und Qualität orientieren. Deshalb wurden 2004 alle zur HOCHDORF-Gruppe gehörenden Unternehmen nach dem BRC-Standard (Britisch Retail Consortium) zertifiziert. Damit entspricht HOCHDORF den derzeit strengsten Anforderungen des internationalen Standards für Lebensmittelsicherheit und ist bevorzugter Partner als Lieferant für Produkte und Ingredients für den internationalen Handel und Export.

Höchste Lebensmittelsicherheit erfordert ein Zusammenspiel vieler Faktoren: Das beginnt beim Hygienekonzept (rot-blau), geht über modernste Schleusen, Splitterschutzlampen und splittersichere Fenster bis hin zur umfassenden Qualitätsanalyse in den eigenen Laboratorien.

Stärkere Präsenz im Bäckereimarkt

Die Akquisition der Nuxo Marketing der Valora Holding AG durch HOCHDORF wurde per Ende 2004 unterschrieben. Die Übernahme stärkt in erster Linie die Position von HOCHDORF im gewerblichen Bäckereimarkt, doch sie bietet auch Chancen im industriellen Segment. Die Kundenvorteile liegen zusätzlich zur Sortimentsausweitung in der breiteren Dienstleistungspalette: Beratung für das richtige Produkt, kluge Verkaufstipps sowie kompetente Anwendungsberatung mit kreativen Ideen für erfolgreiche Rezeptkreationen.



Unternehmensentwicklung

Das Wachstum der HOCHDORF-Gruppe und die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen erfordern die laufende Überprüfung und Optimierung von Kostenstruktur, Organisation und Führungsinstrumenten. Es ist im Berichtsjahr mit verschiedenen wichtigen Projekten gelungen, die Marktpräsenz zu stärken und die Basis für eine effiziente Gruppenführung zu legen.

Akquisition und Partnerschaften

Mit der Akquisition der Nuxo Marketing der Valora Holding AG hat HOCHDORF die Position als Anbieter von Spezialitäten für die gewerblichen Bäckereien signifikant gestärkt. In Folge der strategischen Partnerschaft mit Hero ist HOCHDORF zu einem führenden Hersteller von Kindernährmitteln in der Schweiz aufgestiegen. Die Fertigwaren-Logistik aller drei Standorte wurde 2004 zusammengelegt und einem Logistik-Unternehmen anvertraut.

Unternehmenssoftware

Unabdingbar für die erfolgreiche Führung einer schnell wachsenden Unternehmensgruppe sind tagesfertige, genaue und ausführliche Daten.
Der Verwaltungsratsentscheid hierfür ist erfolgt: HOCHDORF wird 2005 zur Optimierung der Betriebsführung gruppenweit eine branchenspezifische, vollintegrierte neue Softwarelösung implementieren und per 1. Januar 2006 anwenden.

Produktionsprozesse

In den Produktionsbereichen der drei Standorte wurden sämtliche Haupt- und unterstützenden Prozesse einer Profilstudie unterzogen und auf ihr qualitatives und quantitatives Potenzial hin analysiert. Die Ergebnisse dienen als Planungsgrundlage für den gezielten Einsatz der Investitionsmittel und der Konzentrierung der Prozesstechnologie. In Konsequenz wurden bereits 2004 am Standort Hochdorf wesentliche Investitionen in den Spezialitätenbereich der Kindernährmittel getätigt, am Standort Sulgen wurde die Milchannahme massiv erweitert. Bei der Multiforsa AG wurden die Prozesse hinsichtlich der Anforderungen aus Food- und Feed-Safety komplettiert und nötige betriebliche Investitionen und Automatisierungen realisiert.

Innovationen

Bei der Neuproduktentwicklung hat die Nähe zu Markt und Wissenschaft oberste Priorität. Deshalb unterhält HOCHDORF enge, kontinuierliche Kontakte zu Schulen und Instituten. Derzeit realisiert werden zum Beispiel Projekte mit der Eidg. Technischen Hochschule Zürich, der Bäckerei-Fachschule Richemont in Luzern, der Hochschule Wädenswil sowie mit Agroscope Liebefeld. 2004 wurde an der ETH zum ersten Mal der HOCHDORF-Preis für eine herausragende Diplomarbeit im Studiengang der Lebensmittelwissenschaften verliehen.

Qualitätsstandards

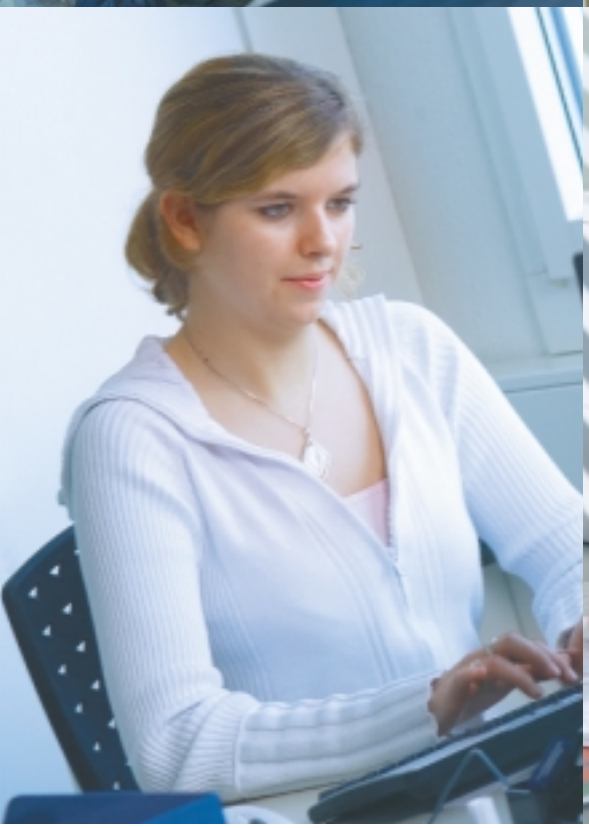
Nebst den seit Jahren eingeführten und zertifizierten Standards (ISO 9001; Bio-Knospe; EU-bio; Koscherzertifizierung; Halalzertifizierung; IKS/FDA-approvals; div. Exportlizenzen; Lieferzulassung nach Erfüllung von Kundenstandards; div. Ländergesetzgebungen) wurden 2004 alle Unternehmen nach ISO 9001:2000 prozessorientiert zertifiziert und HOCHDORF als erste Gruppe der Nahrungsmittelbranche der Schweiz an allen Standorten nach BRC (British Retail Consortium), den Anforderungen der «Global Food Safety Initiative», erfolgreich auditiert.

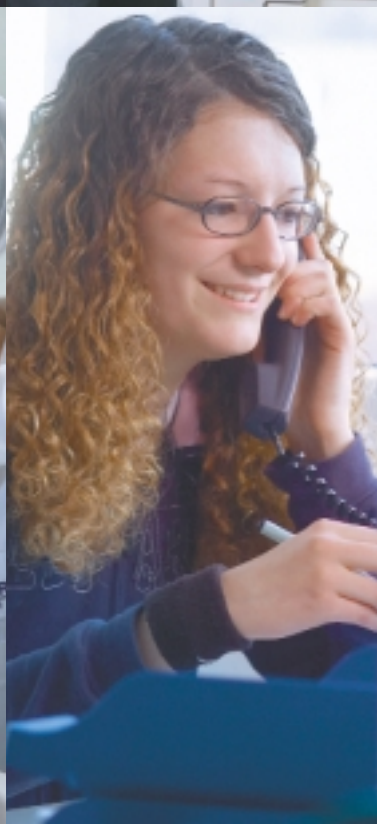
Vorschlagswesen

Nach dem Motto «Aktiv si, de besch debi!» konnten die Mitarbeitenden dazu animiert werden, Verbesserungspotenziale zu identifizieren und Lösungsvorschläge einzubringen.
Mit Erfolg: Die 2004 durch das Projektteam gesetzten Ziele für Einsparungen von CHF 95'000 konnten mit CHF 135'000 deutlich übertroffen werden. Insgesamt wurden 85 Vorschläge eingereicht, von denen viele nicht direkt geldwirksam wurden, jedoch wertvolle ökologische oder dem Arbeitsklima dienliche Verbesserungen ermöglichten.

Ökologie

Als Verarbeiter natürlicher landwirtschaftlicher Produkte ist für HOCHDORF eine intakte Umwelt eine unabdingbare Voraussetzung, die unsere volle Sorgfalt verdient. So betreibt HOCHDORF am Standort Hochdorf eine betriebseigene Kläranlage mit besten Resultaten. Die aus dem Kyoto-Protokoll geforderte Zielvereinbarung betreffend CO_2-Reduktion wird gruppenweit umgesetzt. Und schliesslich darf auch für den ökologischen Krisenfall ein organisiertes Management nicht fehlen: Arbeitssicherheit, Prozess- und Ökosicherheit sind institutionalisiert, bestimmt, werden geschult und als Auftrag verstanden.
Die Details zu unseren ökologischen Anstrengungen sind in einem separaten Umweltbericht aufgezeigt.



Bitte nicht ausschalten !


Lehrlingsausbildung im wirtschaftlichen Wandel

Die Problematik der Lehrstellen ist neuerdings zu Recht in den Fokus der wirtschaftspolitischen Diskussion gerückt. Zum einen verspricht eine gute Ausbildung den jungen Menschen eine gute Zukunft. Zum anderen stellen kompetente Berufsleute einen Standortvorteil für die Schweizer Wirtschaft dar. 23 Lehrlinge wurden 2004 bei HOCHDORF zu Lebensmitteltechnologen, Kaufmännischen Angestellten, Chemielaboranten, Mechapraktikern und Logistikassistenten ausgebildet.

Dabei setzten wir das Schwergewicht nicht allein auf das fachliche Können, sondern auch auf die persönlichen und sozialen Kompetenzen. Im Sommer besuchten erstmals Lehrlinge der Multiforsa AG ein zweiwöchiges Projektlager im Engadin – zusammen mit Kolleginnen und Kollegen aus anderen Firmen. Diese Erfahrung werden künftig alle Lehrlinge der HOCHDORF-Gruppe während ihrer Lehrzeit machen können. Neu eingeführt haben wir auch, dass für unsere Lehrlinge nach der Ausbildung die Möglichkeit besteht, bei HOCHDORF zu arbeiten. Damit haben sie bei der Jobsuche bessere Chancen. Denn heute wird oftmals schon von den jungen Leuten Berufserfahrung verlangt.

Gruppenstruktur, Organe und Aktionariat

Die HOCHDORF-Gruppe

Die HOCHDORF-Gruppe ist gegliedert in eine Matrix-Organisation. Sie umfasst die drei Unternehmen Hochdorf Nutritec AG, Hochdorf/LU, die Multiforsa AG, Steinhausen/ZG und die Schweiz. Milch-Gesellschaft AG, Sulgen/TG. Die Wertschöpfungsprozesse werden erbracht von fünf Geschäftsfeldern, die teilweise standortübergreifend operieren. Unterstützt werden die Geschäftsfelder von den vier Unternehmensbereichen Finanzen & Controlling, Innovation & Unternehmensentwicklung, Personal und Produktion & Technik. Die Logistik aller drei Unternehmen wurde im Berichtsjahr zusammengelegt und ausgelagert.

Im Geschäftsjahr 2003/04 erzielte die Gruppe einen Umsatz von CHF 388.3 Mio. und beschäftigte 449 Mitarbeitende. Der leichte Rückgang des Personalbestands gegenüber 2002/03 (467 Mitarbeitende) ist vor allem auf die Auslagerung der Gruppenlogistik zurückzuführen. Die betroffenen 10 Mitarbeiter arbeiten allesamt beim Partnerunternehmen in ihren bisherigen Funktionen weiter.

Gruppenleitung

Damian Henzi
Geschäftsführer
HOCHDORF-Gruppe und
Hochdorf Nutritec AG

Marcel Gavillet
Finanzen HOCHDORF-Gruppe,
stv. Geschäftsführer HOCHDORF-Gruppe

Marco Fantelli
Geschäftsführer Multiforsa AG

Karl W. Gschwend
Geschäftsführer
Schweiz. Milch-Gesellschaft AG
Leiter Produktion & Technik
HOCHDORF-Gruppe

Philipp Arnold
Personal HOCHDORF-Gruppe

Vincent Lebet
Innovation & Unternehmensentwicklung HOCHDORF-Gruppe

Werner Schweizer
Geschäftsfeldleiter Milch

Hochdorf Nutritec AG (Stammhaus)

Die Hochdorf Nutritec AG wurde 1895 als «1. Centralschweizerische Natur-Milch-Exportgesellschaft» gegründet und ist heute das Stammhaus der HOCHDORF-Gruppe. Sie hält 100 Prozent der Aktien der Multiforsa AG, Steinhausen, und der Schweiz. Milch-Gesellschaft AG, Sulgen.
Das Unternehmen beschäftigt in Hochdorf/LU 189 Mitarbeitende. Die operative Tätigkeit am Markt wird von den drei Geschäftsfeldern Milch, Bäckerei-Gastro sowie Food & Pharma wahrgenommen.

Verwaltungsrat
Siegfried Bäbler
Präsident

Hans-Rudolf Schurter
Vizepräsident

Hans-Peter Graf
Kaufmann

Josef Leu
Landwirt, Nationalrat

Gerry Leumann
Unternehmer

Maurice Lustenberger
Unternehmer

Rolf Schweiger
Rechtsanwalt, Ständerat

Geschäftsleitung
Damian Henzi
Geschäftsführer

Marcel Gavillet
Leiter Finanzen

Benno Eigenmann
Geschäftsfeldleiter
Bäckerei/Gastro

Ruedi Hochstrasser
Geschäftsfeldleiter
Food & Pharma

Kaspar Heer
Leiter Personal

Vincent Lebet
Leiter Innovation &
Unternehmensentwicklung

Andreas Michnik
Leiter Produktion & Technik

Werner Schweizer
Geschäftsfeldleiter Milch

Aktionariat und Kapitalstruktur

Das Aktienkapital der Hochdorf Nutritec AG beträgt CHF 6 Mio. und ist unterteilt in total 61'850 Namenaktien. Davon halten 65 aktive Mitarbeitende und Pensionierte frankenmässig total 3.1 Prozent des Aktienkapitals. Der Maximalbesitz für Einzelaktionäre beträgt 5% des Aktienkapitals. Der Handel läuft über die Valiant Bank AG, Luzern.

Es gibt keine Aktionärsbindungsverträge und Kreuzbeteiligungen. Die Eintragung als stimmberechtigter Aktionär unterliegt der Genehmigung des Verwaltungsrates. Die Genehmigung kann aus wichtigen Gründen verweigert werden.

In den letzten drei Berichtsjahren gab es keine Kapitalveränderungen. Es existieren weder Partizipationsscheine noch Genussscheine und auch Wandelanleihen und Optionen (einschliesslich Mitarbeiteroptionen) bestehen nicht.

Multiforsa AG

Was 1946 als Familienunternehmung begann, gehört seit dem 1. Mai 2003 vollständig zur HOCHDORF-Gruppe. Das Unternehmen beschäftigt in Steinhausen/ZG 149 Mitarbeitende. Die Marktaktivitäten der Multiforsa AG gliedern sich in die Geschäftsfelder Tiergesundheit und Nutritional Concepts.

Verwaltungsrat
Gerry Leumann
Präsident

Damian Henzi
Geschäftsführer
HOCHDORF-Gruppe

Hans-Rudolf Schurter
Unternehmer

Rolf Schweiger
Rechtsanwalt, Ständerat

Geschäftsleitung
Marco Fantelli
Geschäftsführer

Christoph Kündig
Leiter Finanzen

Philipp Arnold
Leiter Personal

Jürg Buchli
Leiter Produktion & Technik

Peter C. Böhni
Geschäftsfeldleiter
Nutritional Concepts

Andreas Santschi
Geschäftsfeldleiter Tiergesundheit

Schweiz. Milch-Gesellschaft AG

Als «Milchtröchni» Sulgen im Jahr 1919 gegründet, ist das Milchpulverwerk seit dem 1. Februar 2003 in die HOCHDORF-Gruppe integriert. Das Unternehmen beschäftigt in Sulgen/TG 111 Mitarbeitende.
Der Wertschöpfungsprozess wird durch die zwei Geschäftsfelder Milch und Food & Pharma erbracht.

Verwaltungsrat

Siegfried Bäbler
Präsident

Hans-Rudolf Schurter
Vizepräsident

Hans-Peter Graf
Kaufmann

Josef Leu
Landwirt, Nationalrat

Gerry Leumann
Unternehmer

Maurice Lustenberger
Unternehmer

Rolf Schweiger
Rechtsanwalt, Ständerat

Geschäftsleitung

Karl W. Gschwend
Geschäftsführer

Monika Balschun-Rohner
Leiterin Finanzen

Joachim Lenzner
Leiter Produktion & Technik

Rudolf Hochstrasser
Geschäftsfeldleiter
Food & Pharma

Werner Schweizer
Geschäftsfeldleiter Milch

Angaben zu den Verwaltungsrats-Mitgliedern

Die Angaben zu den einzelnen Mitgliedern basieren auf folgendem Raster:

– Ausbildung, beruflicher Werdegang

– Verwaltungsratsmandate

– Tätigkeit in Aufsichts- oder Führungsgremien wichtiger Organisationen

Siegfried Bäbler
geb. 1931 in Luzern
Dr. rer. nat. ETH
Seit 1996 Verwaltungsratspräsident der Hochdorf Nutritec AG.
Kantonsschule in Zürich; Studium Abt. 10 an der Eidgenössischen Technischen Hochschule, Zürich; Abschluss in Physik und Chemie, doktoriert am Institut für allgemeine Botanik; erste Stelle in der Tabakindustrie im Tessin; 1958 bis 1996 tätig in der Viscosuisse, Emmenbrücke, zuletzt als Generaldirektor und VR-Präsident.

Hans-Rudolf Schurter
geb. 1949 in Luzern
lic. jur.
Seit 1996 Verwaltungsrat der Hochdorf Nutritec AG.
Anwaltspatent 1977, 1978 bis 1987 Rechtskonsulent des Schweizerischen Bankvereins (heute UBS) in Luzern, Basel und New York; ab 1987 leitende Tätigkeiten in der Schurter-Gruppe, Luzern; seit 1992 Verwaltungsratspräsident und CEO der Schurter Gruppe; Präsident und Verwaltungsrat der Schurter Holding AG, Luzern; Präsident der Xundheit Gesundheitskasse AG, Luzern; tätig in verschiedenen Verwaltungsräten. Mitglied der eidg. Kommunikationskommission; Präsident des Schweizerischen Ruderverbandes, SRV.

Hans-Peter Graf
geb. 1946 in Rebstein/SG
Seit 1999 Verwaltungsrat der Hochdorf Nutritec AG.
Handelsmatura in St. Gallen; Weiterbildungen in Ökonomie; seit 30 Jahren im Gross- und Detailhandel tätig. Insgesamt 7 Verwaltungsrats-Mandate, wovon 5 als Verwaltungsratspräsident – alle innerhalb der Hofer-Gruppe, Luzern.

Josef Leu
geb. 1950 in Hohenrain/LU
Ing. HTL
Seit 2002 Verwaltungsrat der Hochdorf Nutritec AG.
Maturität und Berufsausbildung mit Abschluss an der Schweizerischen Hochschule für Landwirtschaft SHL; Inhaber eines Landwirtschaftsbetriebs; Mitglied der Verwaltung und des Audit-Ausschusses des Migros-Genossenschafts-Bundes, MGB; Verwaltungsrat der Rapid Holding AG, Dietikon/ZH. Seit 1991 Nationalrat.

Gerry Leumann
geb. 1944 in Meggen/LU
Seit 1990 Verwaltungsrat der Hochdorf Nutritec AG.
1973 bis 1978 Marketing-Manager bei Collano (damals Ebnöther), danach Verwaltungsratspräsident und Delegierter von Collano, Sempach-Station/LU; Verwaltungsratspräsident der Truvag Treuhand AG, Sursee/LU; 1991 bis1995 Präsident der Zentralschweizerischen Handelskammer; 1997 bis 1999 Mitglied des Rates für nachhaltige Entwicklung der Schweizerischen Eidgenossenschaft.

Maurice Lustenberger
geb. 1932 in Cham/ZG
dipl. Ing. HTL
Seit 1981 Verwaltungsrat der Hochdorf Nutritec AG.
Auslandaufenthalte in Deutschland, Frankreich und England, tätig in der Verfahrenstechnik; Technischer Direktor, Vorsitzender der Geschäftsleitung und Delegierter des Verwaltungsrates der Schweiz. Milch-Gesellschaft/ Hochdorf Nutritec AG.
Ehemals Vorstandsmitglied der Zentralschweizerischen Handelskammer.

Rolf Schweiger
geb. 1945 in Baar/ZG
lic. jur.
Seit 2002 Verwaltungsrat der Hochdorf Nutritec AG.
Lizentiat der Rechte an der Universität Zürich, Anwaltspatent im Kanton Zug; heute Senior-Partner der Schweiger Advokatur und Notariat in Zug; seit 1999 Ständerat des Kantons Zug; tätig in verschiedenen Verwaltungsräten.

Damian Henzi
geb. 1959 in Breitenbach/SO
Fachhochschule HWV; 1985 bis 1994 Effems AG, Zug; 1995 Kaufmännischer Leiter Schweiz. Milch-Gesellschaft, Hochdorf; ab August 1997 Geschäftsführer Hochdorf Nutritec AG, Hochdorf; Mai 2001 bis Februar 2003 Geschäftsführer und Delegierter des Verwaltungsrates der Multiforsa AG; ab Februar 2003 Geschäftsführer HOCHDORF-Gruppe; tätig in verschiedenen Verwaltungsräten, Vorstand BOM, Branchenorganisation Molkereimilch, Vorstand VMI, Vereinigung der Schweiz. Milchindustrie; Präsident VHK, Verband der Hersteller von Bäckerei- und Halbfabrikaten.

Informationspolitik der HOCHDORF-Gruppe

Der **Geschäftsbericht,** ein **Aktionärsbrief** zum Halbjahresabschluss sowie der dreimal jährlich erscheinende **HOCHDORF-Kurier** setzen die Aktionäre der Hochdorf Nutritec AG (Stammhaus) regelmässig über den Geschäftsgang, die Gruppenentwicklung und das Marktumfeld in Kenntnis. Die Medienvertreter und Finanzfachleute werden im Rahmen einer **Bilanzmedienkonferenz** über die Jahreszahlen und mit einem Schreiben über die Halbjahreszahlen informiert. Über spezielle Ereignisse oder Geschäfte informiert die HOCHDORF-Gruppe ad hoc mittels **Medienmitteilungen.** Sämtliche laufend aktualisierten Informationen sind ausserdem unter **www.hochdorf.com** abrufbar.

Adressen und Impressum

Hochdorf Nutritec AG
Siedereistrasse 9
6281 Hochdorf
Tel. 041 914 65 65
Fax 041 914 66 66
hochdorf@hochdorf.com
www.hochdorf.com

Multiforsa AG
Hinterbergstrasse 58
6312 Steinhausen
Tel. 041 749 49 49
Fax 041 749 49 99
multiforsa@multiforsa.ch
www.multiforsa.ch

Schweiz. Milch-Gesellschaft AG
Industriestrasse 26
8583 Sulgen
Tel. 071 644 84 84
Fax 071 644 84 85
hochdorf@hochdorf.com
www.hochdorf.com

Herausgeber
Hochdorf Nutritec AG
6281 Hochdorf

Konzept und Redaktion
HOCHDORF-Unternehmens-
kommunikation, 6281 Hochdorf

Layout und Gestaltung
Monto Werbeagentur AG
6341 Baar

Fotografie
Heinz Bigler, 6024 Hildisrieden

Druck
Beagdruck, 6021 Emmenbrücke

Nutzungsrechte
Sämtliche Nutzungsrechte der in diesem Geschäftsbericht enthaltenen Werke liegen bei HOCHDORF. Auszüge oder Publikationen sind mit dem Einverständnis des Herausgebers möglich.

HOCHDORF-Gruppe
Hochdorf Nutritec AG, 6281 Hochdorf
Multiforsa AG, 6312 Steinhausen
Schweiz. Milch-Gesellschaft AG, 8583 Sulgen