



HOCHDORF

Swiss Nutrition Solutions

Herzlich willkommen! HOCHDORF Jahresergebnis 2020

Hochdorf, 12. April 2021

Haftungsausschluss

HOCHDORF gibt weder eine ausdrückliche noch stillschweigende Garantie oder Zusicherung in Bezug auf den Jahresbericht 2020 und diese Präsentation (die «Finanzinformationen»), einschliesslich in Bezug auf die Verwendung, Genauigkeit oder Vollständigkeit der Finanzinformationen. HOCHDORF übernimmt für die Finanzinformationen keinerlei Haftung, gleich aus welchem Rechtsgrund.

Keine der in den Finanzinformationen enthaltene Aussagen ist als Gewinnprognose oder Gewinnschätzung zu verstehen, und vorangegangene Ergebnisse können nicht als Anhaltspunkt für zukünftige Ergebnisse herangezogen werden.

Diese Präsentation ist nicht als Empfehlung zum Kauf, Verkauf oder Halten von Wertpapieren zu verstehen und stellt kein Angebot für den Verkauf oder Kauf von Wertpapieren dar.

Agenda

- **Meilensteine 2020**
Peter Pfeilschifter, CEO
- **Finanzkennzahlen 2020**
Nanette Haubensak, CFO
- **Strategie 2025**
Peter Pfeilschifter, CEO
- **Ausblick 2021**
Peter Pfeilschifter, CEO
- **Fragen und Antworten**
Peter Pfeilschifter, CEO & Nanette Haubensak, CFO





Jahresergebnis 2020

Meilensteine im Geschäftsjahr 2020

Peter Pfeilschifter, CEO

Covid-19: Herausforderungen und Antworten

Oberste Priorität galt dem Schutz unserer Mitarbeitenden, unserer Produktion und Lieferfähigkeit sowie dem Vorantreiben unserer langfristigen Geschäftsentwicklung.

- Im Zentrum unserer Anstrengungen standen, unsere
 - Mitarbeitenden zu schützen
 - Produktion, internationale Supply Chain und Lieferfähigkeit aufrechtzuerhalten
 - Liquidität und Bilanz abzusichern
- Der Einfluss von Covid-19 auf HOCHDORF war im Jahresverlauf zunehmend deutlich zu spüren:
 - Der Stopp des Einkaufstourismus führte zu einer erhöhten Inlandsnachfrage nach frischen und haltbaren Milchprodukten; dies führte unter anderem dazu, dass wir unsere Rahmverträge in 2020 nicht vollständig erfüllen konnten
 - Die Nachfrage der Schweizer Premium Schoggi-Hersteller ist u.a. durch den ausbleibenden Tourismus und dem eingebrochenen Duty Free-Geschäften weltweit stark zurückgegangen
 - Internationale Projekte haben sich über das Jahr hinweg zunehmend zeitlich verzögert
 - Diese massiven Verwerfungen konnten wir durch unser breites und diversifiziertes Kunden- und Produktportfolio weitestgehend kompensieren

Restrukturierung konsequent umgesetzt

2020 stand weiterhin im Zeichen der Mitte 2019 gestarteten Restrukturierung der HOCHDORF-Gruppe.

Verkauf



Feb 2020

Start Liquidationen



Mai 2020

Nov 2020

Verkauf



Dez 2020

Einstellung der Weizenkeimproduktion am Standort Hochdorf



Fokus auf Effizienzsteigerungen

«OPTIMA» – Unser Programm zur Effizienzsteigerung hat sich zu einem zentralen Kulturbestandteil der HOCHDORF entwickelt. Zudem stärken wir die Wettbewerbsfähigkeit der Marke Bimbosan mit dem Umzug an den Standort Hochdorf langfristig.

Start OPTIMA-Programm



Umzug nach Hochdorf
und Verkauf Standort
Welschenrohr

swiss product
Bimbosan

Jan 2020

Feb 2020

Okt 2020 – Jan 2021

Produktions-
einstellung der
Sprühtürme
Niro 2 und 3
am Standort
Hochdorf

Strategie 2025 ausgearbeitet

Im zweiten Halbjahr 2020 stand die Stabilisierung und Zukunftsgestaltung im Fokus von Verwaltungsrat und Geschäftsleitung.

Start neu zusammengesetzter Verwaltungsrat



Start «Future 2030 – wofür steht HOCHDORF»



Jun / Jul 2020

Okt 2020

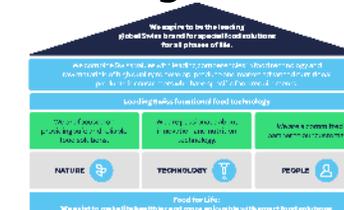
Dez 2020

Jan 2021

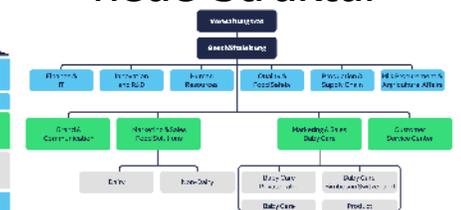
Start neue Geschäftsleitungsmitglieder



Verabschiedung Strategie 2025



Umsetzung neue Struktur



Highlights Produkteinführungen

Zahlreiche Produktinnovationen wurden zur Marktreife entwickelt und in nationalen und internationalen Märkten lanciert.

Einführung neue **EU-** und **CODEX**-Rezepturen für Eigenmarke & B2B



Markteinführung Bimbosan in **Vietnam**



Markteinführung Babina Plus in **Mittelamerika**



Verkaufsstart neue Bisoja & Ziegenmilch in der **Schweiz**



Jan 2020

Feb 2020

Jun / Aug 2020

Okt 2020

Dez 2020

Vermarktung **MCT**-Produkte



Laktosefreie Mager- und Vollmilchpulver



Start **Molke-**kompetenz-zentrum Sulgen



Markteinführung Bimbosan in **UK**



Pharmalys und China SAMR Zulassung

Erfolge und Herausforderungen in der Strategiemsetzung.

- Operative Zusammenarbeit mit Pharmalys verbessert und ausgebaut; inklusive neuer Produktinnovationen sowie Marken- und Marktregistrierungen
- Vertragliche Vereinbarung über Restzahlung des Kaufpreises zum Rückverkauf der Pharmalys Laboratories SA mit verlängerter Frist bis 30. September 2021 geschlossen, die mit zusätzlichen weitreichenden Sicherheiten seitens Pharmalys Invest Holding AG, Pharmalys Laboratories SA und Amir Mechria besichert wurde
- China Markenzulassung bei SAMR (State Authority of Market Regulation) – technisches Dossier wurde im Oktober 2020 an das «SAMR approval office» weitergeleitet – Zulassung pendent

Kerngeschäft stabilisiert – Finanzziele erreicht

**Die für 2020 kommunizierten Umsatz- und Ertragsziele erreicht.
Bereinigter operativer EBIT Kerngeschäft positiv.**

- Covid-19 Herausforderungen gemeistert
 - Mitarbeitende, Produktion und Lieferfähigkeit geschützt
 - Kunden- und Produktportfolio kompensieren weitestgehend massive Covid-19 Verwerfungen
 - Geschäftsmodell mit Liquidität und Bilanz abgesichert – bleibt angespannt
- Restrukturierung konsequent umgesetzt – Fokus auf Kerngeschäft
- OPTIMA-Effizienzsteigerungsprogramm stärkt unsere Kostenwettbewerbsfähigkeit
- Strategie 2025 ausgearbeitet – Grundlagen für die Zukunft sind erarbeitet
- Innovationen stärken unsere Marktposition und Wertschöpfung – national und international
- Finanzielle Ziele gemäss Jahresprognose 2020 bzgl. Umsatz und EBITDA trotz Restrukturierung, Sondereffekte und den Verwerfungen durch die Covid-19 Pandemie auf den nationalen und internationalen Rohstoff- und Absatzmärkten erreicht
- Operative Stabilisierung des Kerngeschäfts: bereinigter operativer EBIT positiv



HOCHDORF

Swiss Nutrition Solutions

Jahresergebnis 2020

Finanzkennzahlen zum Geschäftsjahr 2020

Nanette Haubensak, CFO

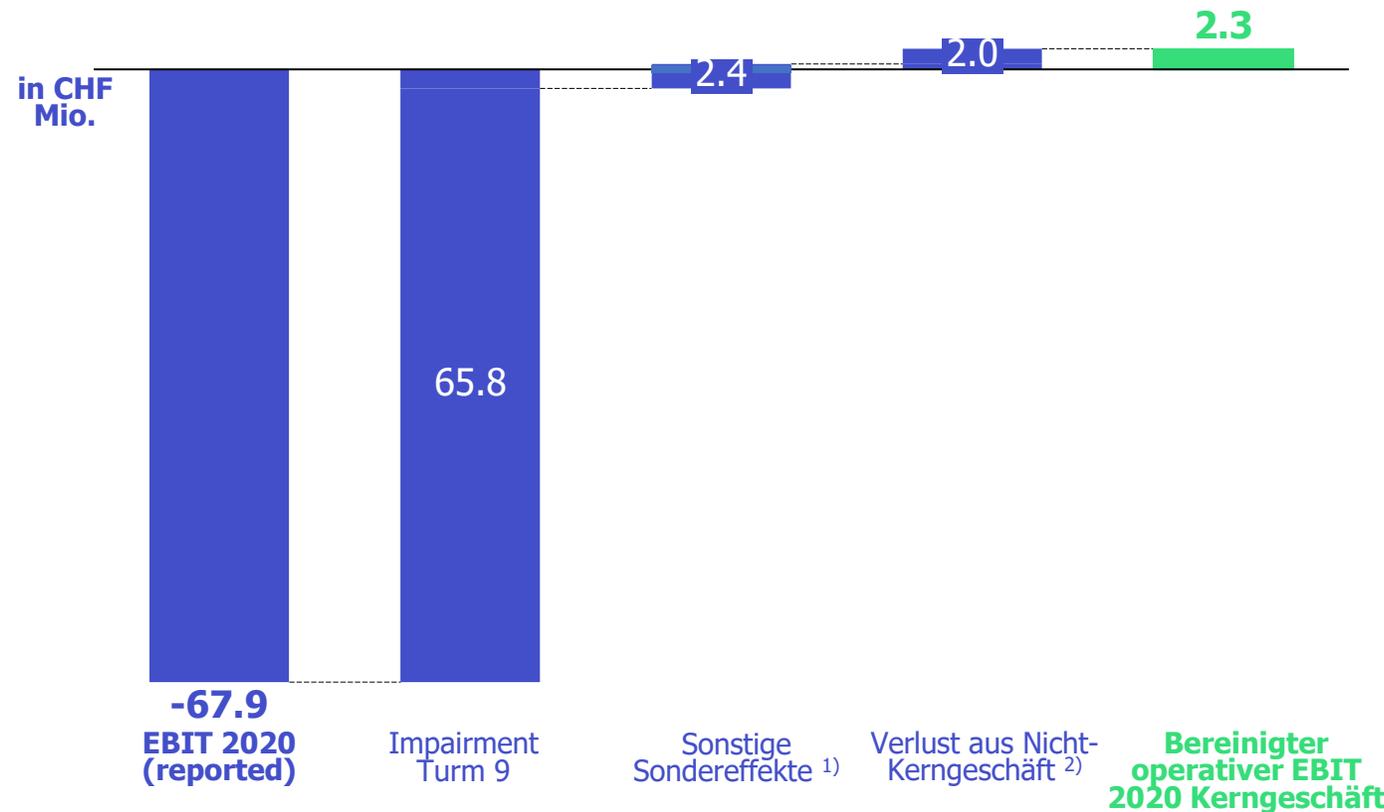
Restrukturierung und Optimierungen

Die Umsetzung der Restrukturierung und weitere effizienzsteigernde Massnahmen mit positiven Auswirkungen.

- Konsequente Umsetzung der in 2019 beschlossenen Restrukturierung:
 - Verkauf Uckermärker Milch GmbH, Marbacher Oelmühle GmbH
 - Liquidation Zifru Trockenfrüchte, Snapz Food AG / USA
 - Einstellung der Weizenkeimproduktion am Standort HOCHDORF
- Portfoliobereinigung zeigt bereits im Geschäftsjahr 2020 deutlich bessere Bruttomarge (bei reduziertem Nettoumsatz) und Kostenstruktur
=> bereinigter operativer EBIT des Kerngeschäfts positiv
- Zusätzliche Wertberichtigung der Sprühturmanlage 9 und Dosenlinie 2 am Standort Sulgen mit negativem EBIT Effekt von CHF 65.8 Mio.
- Weitere Optimierungsprojekte auf- und umgesetzt: Aufbau OPTIMA Kosteneffizienzprogramm mit ersten Erfolgen; Schliessung Standort Welschenrohr
- Bilanz- und Liquiditätssituation bleibt angespannt

Operativer EBIT Kerngeschäft bereinigt

Nach Bereinigung von Sondereffekten ist der operative EBIT des Kerngeschäfts in 2020 positiv.



Zum Vergleich: für 2019 wurde ein bereinigter operativer EBIT Kerngeschäft von CHF -7 Mio. gezeigt (siehe BMK 2020)

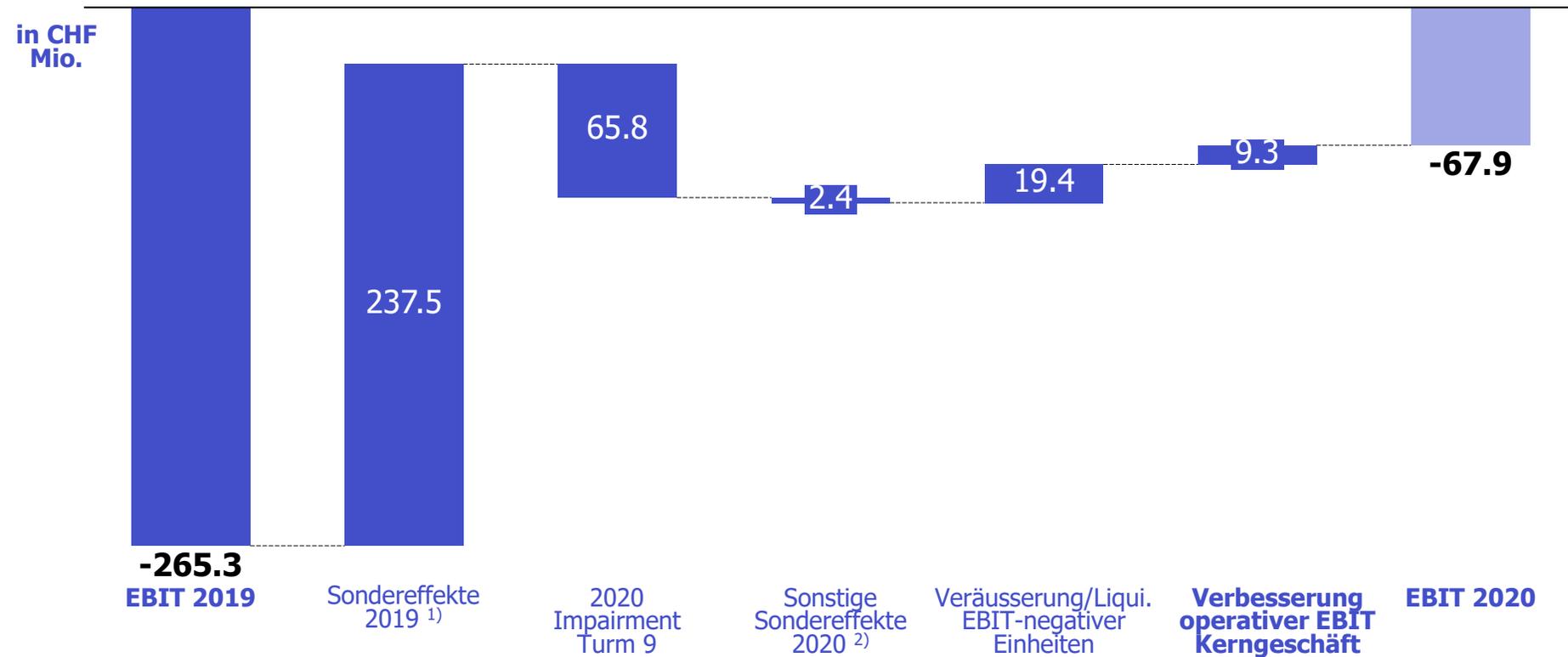
Operative EBIT Verbesserung des Kerngeschäftes um CHF 9.3 Mio. von 2019 auf 2020

1) Wertberichtigungen Buchwerte Schliessung Standorte, Schadensfall, Veräusserungsgewinn, Rückstellungen

2) Uckermärker Milch GmbH (verkauft Feb. 2020), Marbacher Oelmühle (verkauft 31.12.2020), Zifru Trockenprodukte GmbH / Snapz Foods (beide in Liquidation)

EBIT Brücke 2019 zu 2020

In 2020 sieht man eine deutliche EBIT Verbesserung aufgrund von Verkäufen und Liquidationen von EBIT-negativen Einheiten.



- 1) Ausfall Grosskunde, Schadensfall Sulgen, Impairments, Beteiligungsverlust
- 2) Wertberichtigungen Buchwerte Schliessung Standorte, Schadensfall, Veräußerungsgewinn, Rückstellungen
- 3) Verkauf Pharamlys Lab. SA, Uckermärker Milch GmbH, Liquidation Zifru Trockenprodukte GmbH / Snapz Foods AG

Kennzahlen Erfolgsrechnung

Nettoerlös und EBITDA im Bereich der abgegebenen Prognosen.

in CHF Mio.	2018	2019 (angepasst)	2020
Nettoerlös	561.0	456.8	306.2
Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA) In % des Produktionserlöses	35.9 6.3	-74.7 -17.0	13.9 4.5
Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT) In % des Produktionserlöses	18.6 3.0	-265.3 -60.3	-67.9 -22.3
Unternehmensergebnis Konzern In % des Produktionserlöses	8.7 1.5	-271.4 -61.7	-70.3 -23.0

2019 angepasst aufgrund Änderung der Bewertungsgrundsätze für die Hybrid-Anleihe

Bilanz

Eigenkapitalquote auf Vorjahresniveau stabil.

in CHF Mio.	31.12.2019 (angepasst)		31.12.2020	
Umlaufvermögen	182.7	40.1%	144.9	44.7%
Anlagevermögen	272.9	59.9%	179.0	55.3%
Total Aktiven	455.6	100.0%	323.9	100.0%
			31.12.2020	
Kurzfristiges FK	68.6	15.0%	31.5	9.7%
Langfristiges FK	129.2	28.4%	111.9	34.5%
Total Fremdkapital	197.8	43.4%	143.4	44.2%
Eigenkapital	257.8	56.6%	180.5	55.8%
Total Passiven	455.6	100.0%	323.9	100.0%

2019 angepasst aufgrund Änderung der Bewertungsgrundsätze für die Hybrid-Anleihe

Geldflussrechnung

Positive Werte bei «Erarbeitete Mittel» und «Free Cashflow».

in CHF Mio.	31.12.2019 (angepasst)		31.12.2020	
Erarbeitete Mittel	-34.8	-7.6%*	11.1	3.6%*
Veränderung Nettoumlaufvermögen	19.4		-22.4	
Operativer Cashflow	-15.4	-3.4%*	-11.3	-3.7%*
Investitionstätigkeit	31.7		28.7	
Free Cashflow	16.3	3.6%*	17.3	5.7%*
Finanzierungstätigkeiten	-26.8		-24.9	
Währungseffekte	-0.1		-0.2	
Total Zu-/Abfluss	-10.6		-7.8	
Flüssige Mittel per 1.1.	30.8		20.2	
Flüssige Mittel per 31.12.	20.2		12.4	

* In % des Netto-Verkaufserlöses

2019 angepasst aufgrund Änderung der Bewertungsgrundsätze für die Hybrid-Anleihe/separater Ausweis Flüssige Mittel und Wertschriften

Angaben zur Aktie

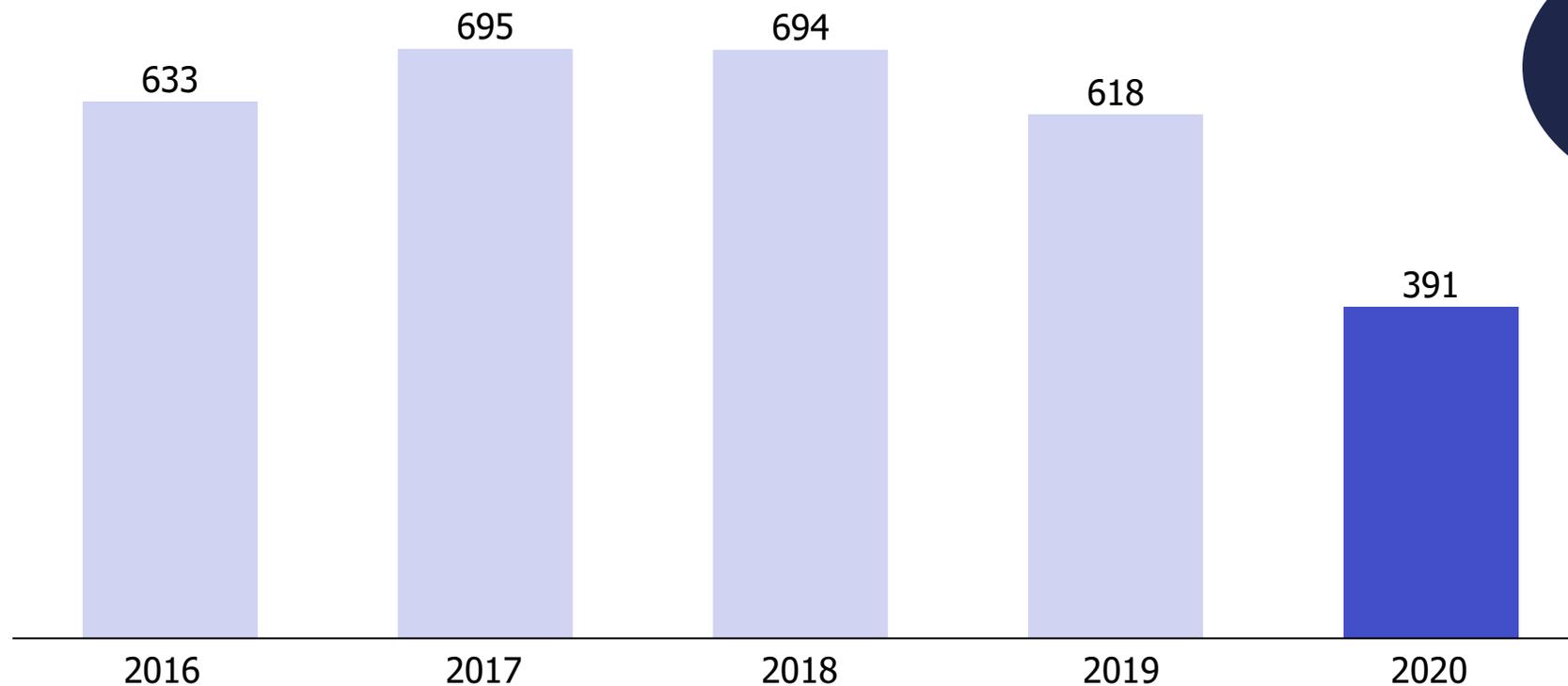
Der Verwaltungsrat verzichtet darauf, die Auszahlung einer Dividende zu beantragen.

	2016	2017	2018	2019	2020
Gewinn je Aktie (in CHF)	14.12	18.43	2.02	-164.56	-34.60
Ausschüttung je Aktie (in CHF)	3.80	4.00	0.00	0.00	0.00*
Dividendenrendite	1.23%	1.40%	0.0%	0.0%	0.0%
Schlusskurs 31.12. (in CHF)	309.75	286.25	102.00	83.20	63.2
Marktkapitalisierung per 31.12. (in CHF Mio.)	444.4	410.7	146.3	146.3	136.0
P/E (Kurs-Gewinn-Verhältnis) per 31.12.	21.9	15.5	50.4	n.a.	n.a.

*Antrag des Verwaltungsrates an die Generalversammlung

Personalbestand der HOCHDORF-Gruppe

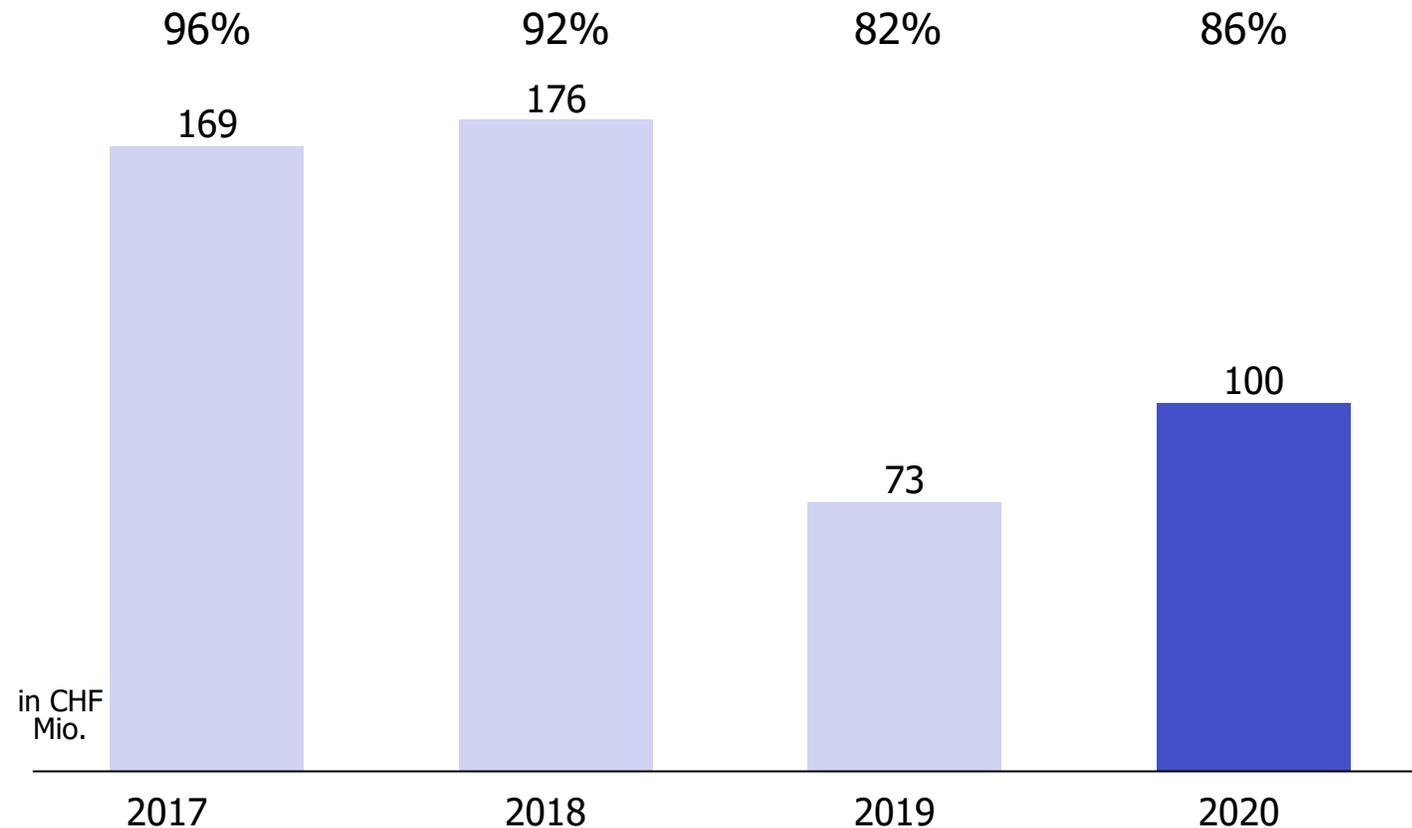
Desinvestitionen verschiedener Einheiten führten zu deutlich tieferem Personalbestand. Der Frauenanteil beträgt knapp 30%; im Kader knapp 20%.



Aktuell
18 Lernende in
7 Berufsbildern

Nettoerlös Geschäftsbereich Baby Care

Sondereffekte beeinflussten den Nettoerlös Baby Care stark.



Von CHF 73 Mio. auf CHF 100 Mio. (CHF +27 Mio.)

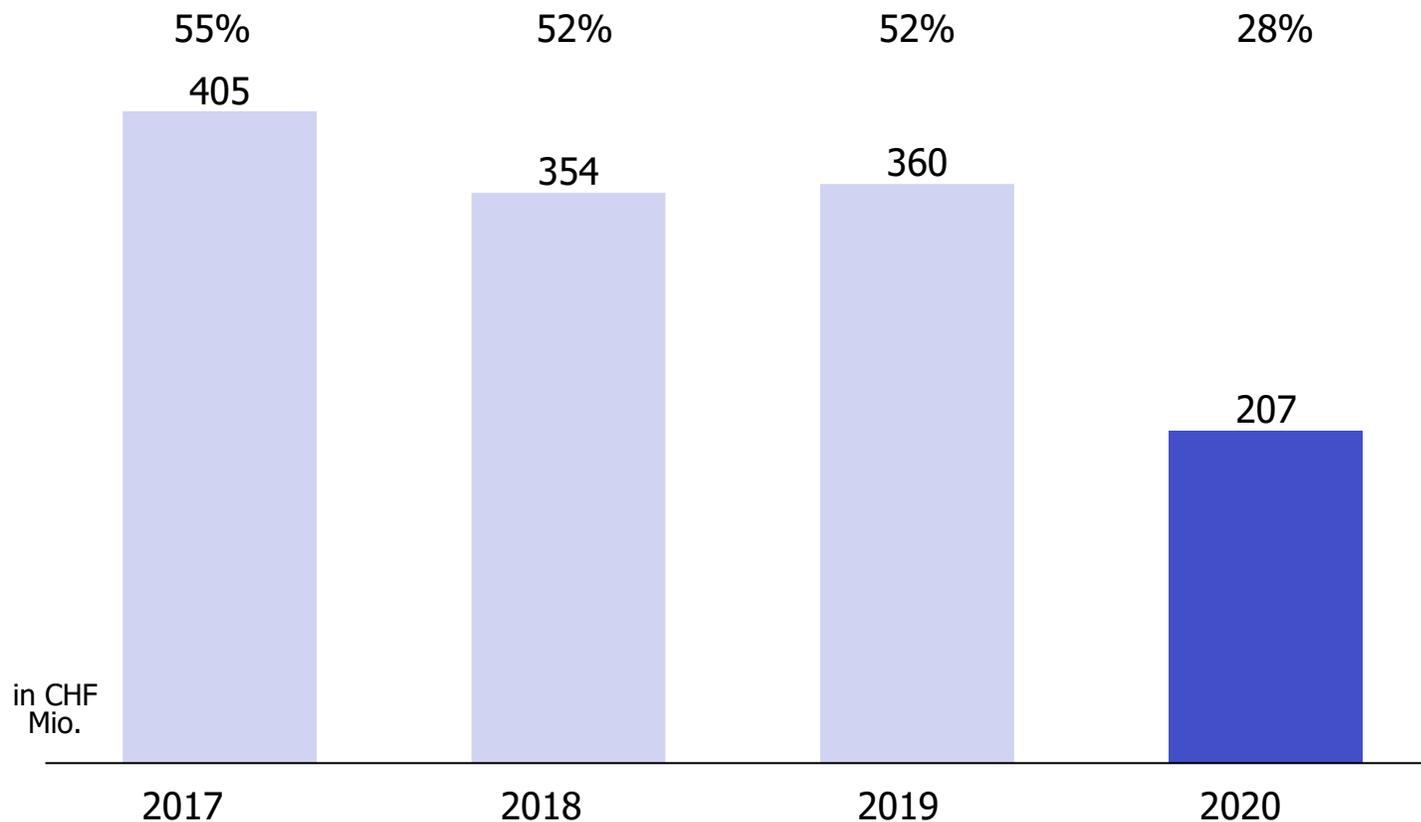
- Sondereffekte in 2019: CHF +47 Mio.
- Wegfall von einem Grosskunden in 2019: CHF -17 Mio.
- Netto-Effekt Pharmalys: CHF -7 Mio.*
- **Baby Care Netto-Wachstum 2020: CHF +4 Mio.**

xx%: Auslandsanteil Nettoerlös

* bis November 2019 als Konzern-Tochtergesellschaft der HOCHDORF-Gruppe

Nettoerlös Geschäftsbereich Food Solutions

Nettoerlös im Geschäftsbereich Food Solutions stark von Desinvestitionen und Covid-19 geprägt.



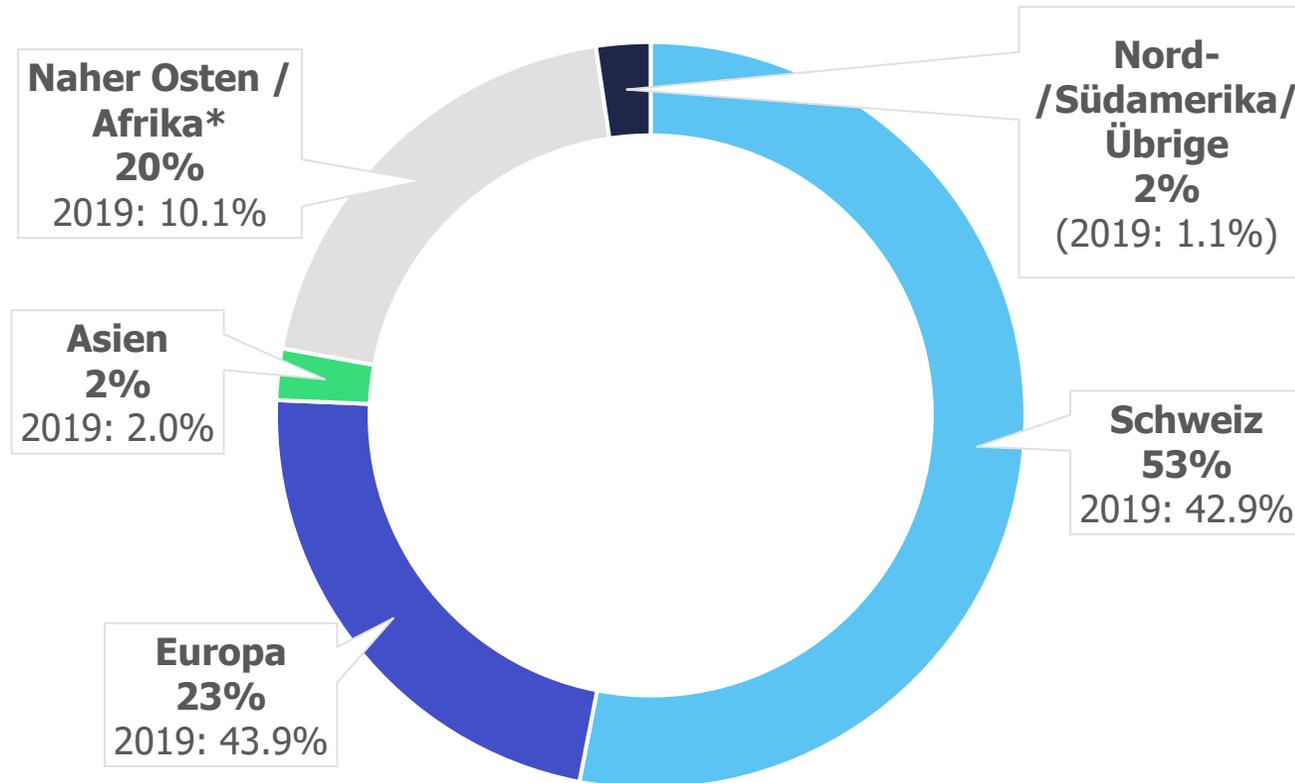
Von CHF 360 Mio. auf CHF 207 Mio. (CHF -153 Mio.)

- Desinvestitionen u.a. Uckermärker Milch GmbH: CHF -132 Mio.
- **Food Solutions Schweiz: CHF -21 Mio.** (Rückgang Nachfrage der Schoggi-Kunden und Rückgang der Rahmlieferungen als Folge von Covid-19)

xx%: Auslandsanteil Nettoerlös

Erlös nach Regionen

47% des HOCHDORF Umsatzes 2020 wurden ausserhalb der Schweiz erzielt.



* Nettoerlöse mit Pharmed Laboratories SA werden zur besseren Vergleichbarkeit ebenfalls in 2020 unter Naher Osten / Afrika ausgewiesen



HOCHDORF

Swiss Nutrition Solutions

Jahresergebnis 2020

Strategie 2025 – Unsere Mittelfristziele

Peter Pfeilschifter, CEO

Unser Leitbild - Vision -



«HOCHDORF – Swiss Nutrition Solutions positioniert sich als weltweit führende Schweizer Marke für spezifische Ernährungsangebote für alle Lebensphasen.»



HOCHDORF fokussiert sich auf Smart Nutrition



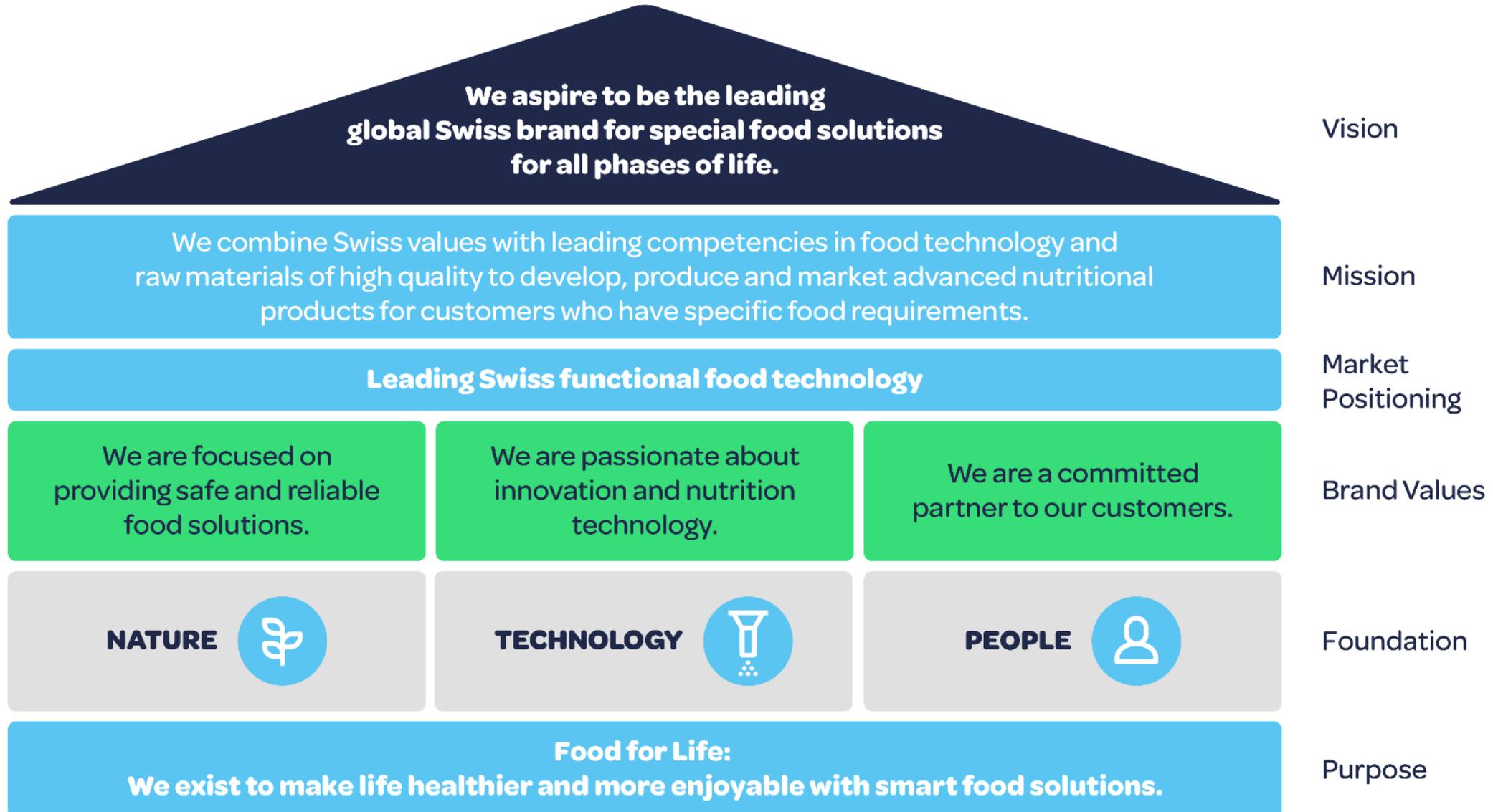
«Smart Nutrition

vereint funktionale und auf die spezifischen Bedürfnisse definierter Zielgruppen ausgerichtete **Spezial-Nahrungsmittel**.

Die Herstellung von Smart Nutrition erfordert ein **ausgeprägtes Verständnis** der Kunden- und **Konsumentenbedürfnisse** sowie eine ausgeprägte **Technologiekompetenz** zur sorgfältigen Verarbeitung **hochwertiger Rohstoffe.**»



Unsere Identität und Positionierung



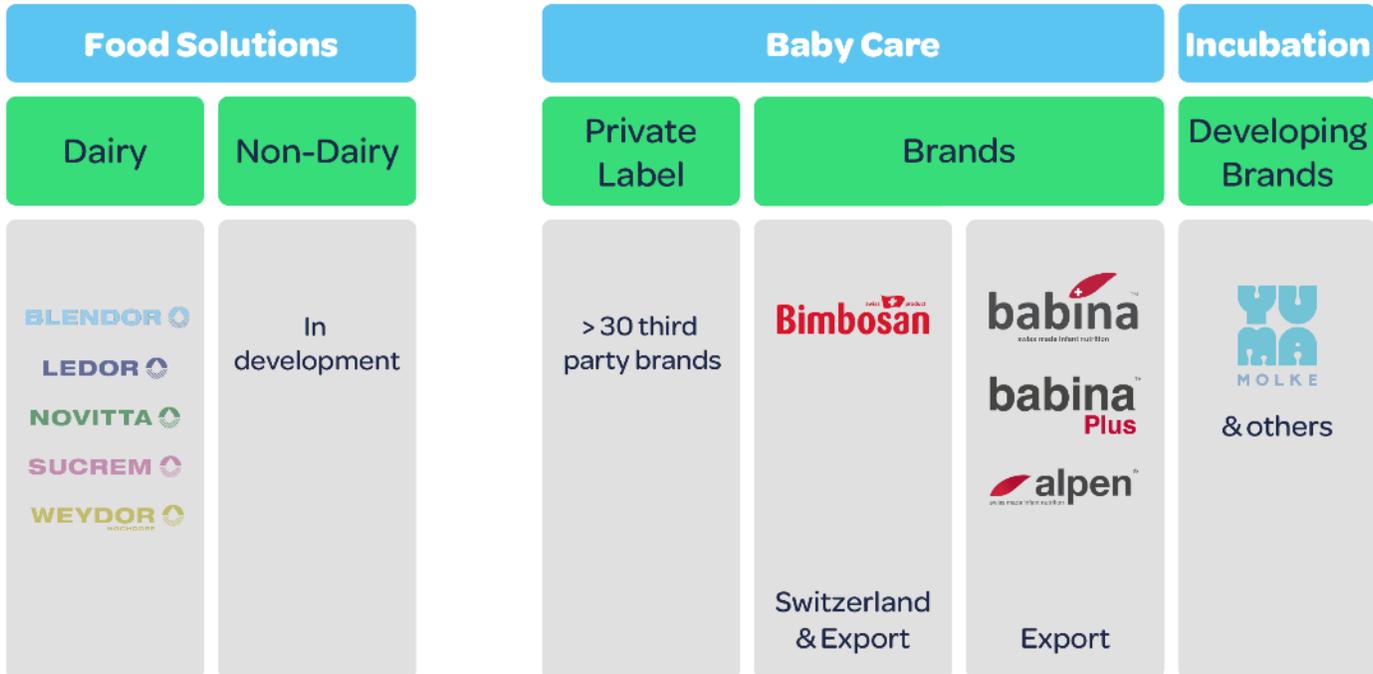
Wertschöpfung durch starke Marken

Dachmarke und Produktmarken verstärken einander.

Corporate Brand

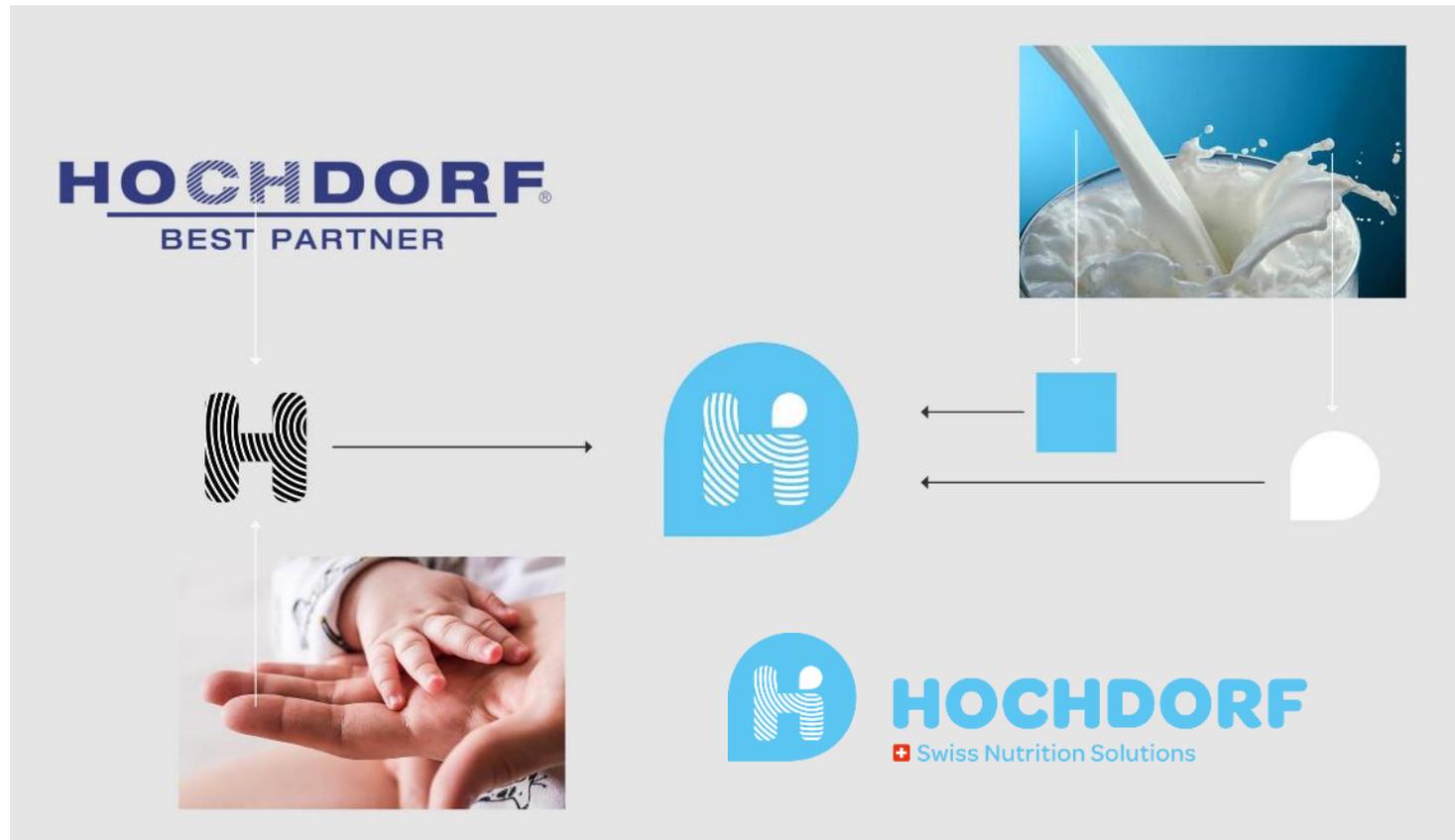


Category Brands



Neues HOCHDORF Logo

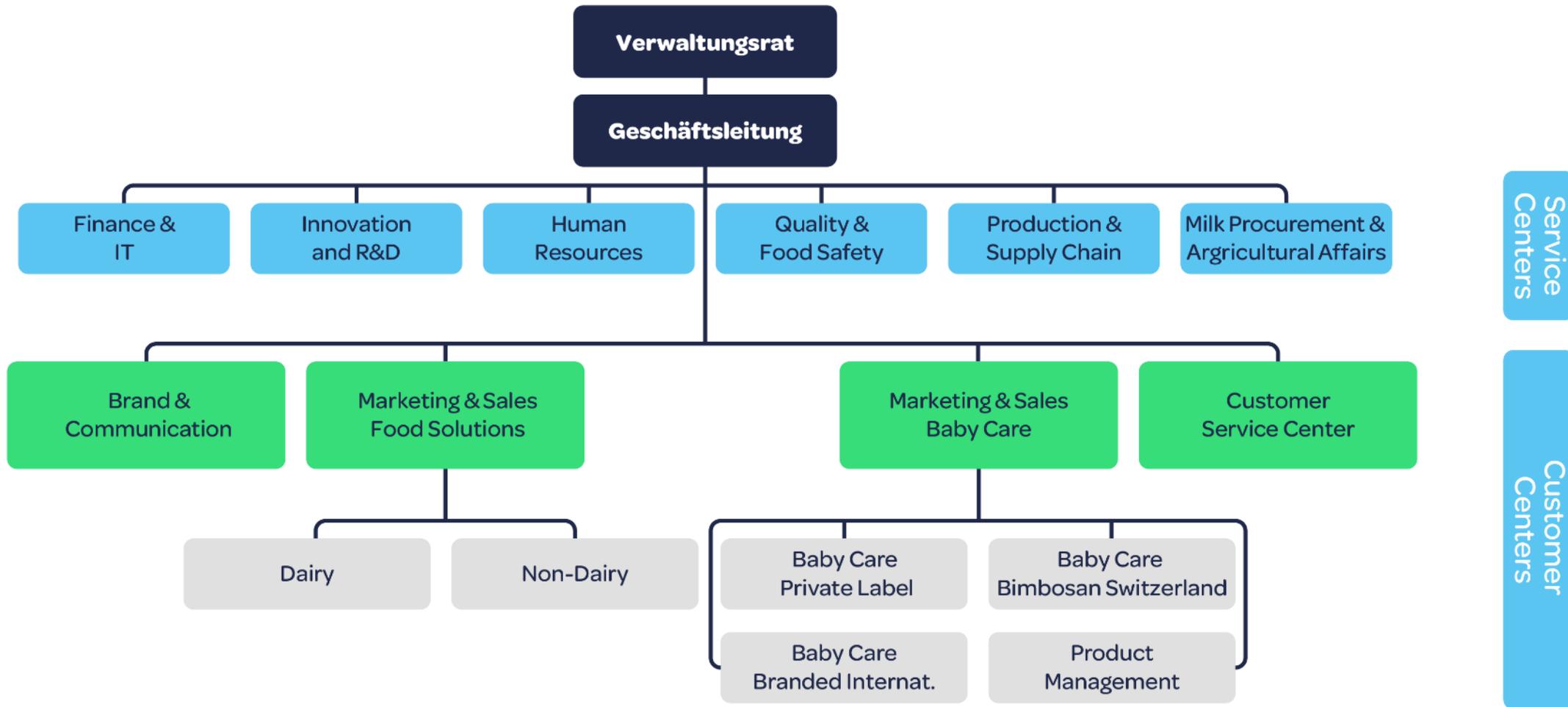
Das neue HOCHDORF Logo vereint die Natur, den Menschen und die Technologie in einer eigenständigen, grafischen Umsetzung.



- Die Linien innerhalb des «h» zeigen den für jeden Menschen einmaligen Fingerprint.
- Zum «h» gesellt sich ein weisser Tropfen, der «die Milch» stellvertretend für gesunde und wertvolle Rohstoff symbolisiert.
- Der weisse Tropfen bildet die Ergänzung vom kleinen zum grossen «H», welches für die HOCHDORF steht.
- Das «H» ist wiederum in einem grossen blauen Tropfen eingebettet, der neben der «Natur» auch die «Technologiekompetenz» von HOCHDORF symbolisiert.
- «HOCHDORF Swiss Nutrition Solutions»: HOCHDORF versteht sich als Schweizer Nahrungsmittelunternehmen, das sich darauf versteht, in seinem Kompetenzbereich den Kunden intelligente Lösungen («Smart Nutrition») anzubieten.

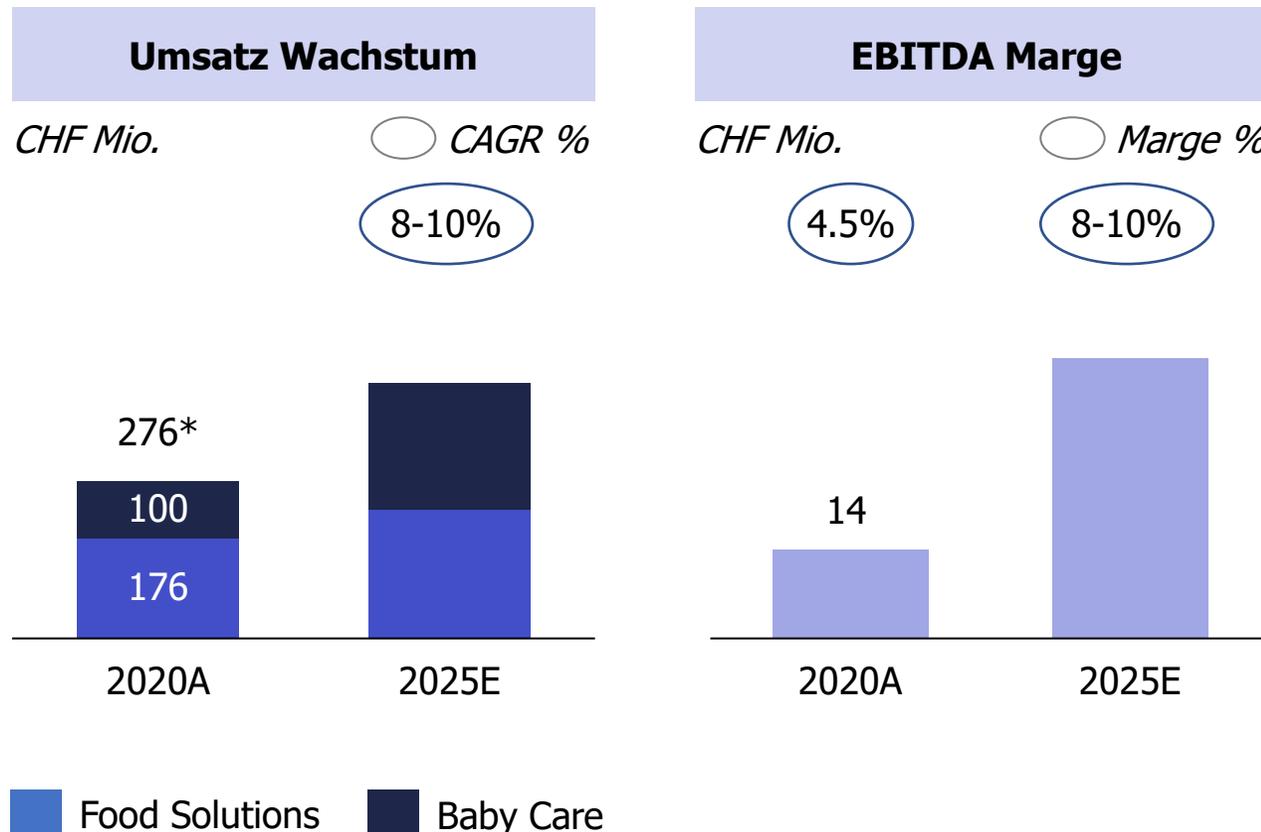
Neue Organisationsstruktur «ONE HOCHDORF»

Agiler, serviceorientierter und innovativer – damit wollen wir unsere Kunden und Mitarbeitenden noch stärker von HOCHDORF begeistern.



Finanzielle Ziele 2025 – Umsatz und EBITDA

Verdoppelung des Umsatzes im Bereich Baby Care und Rückkehr zum branchenüblichen Profitabilitätsniveau.

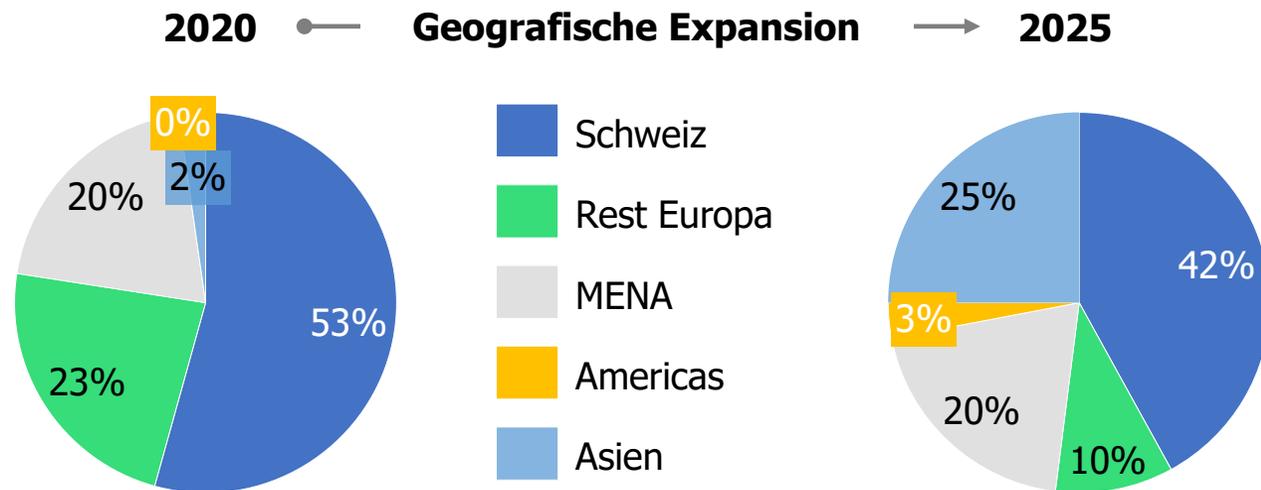


* Bereinigter Umsatz Kerngeschäft 2020 (ohne Uckermärker Milch GmbH, Marbacher Ölmühle GmbH, Snapz Foods Ltd., Zifru Trockenprodukte GmbH)

Finanzielle Ziele 2025 – Regionen

Stärkere regionale Diversifizierung und Verringerung der Abhängigkeit von einzelnen Grosskunden.

Umsatz nach Regionen



Baby Care: Überproportionales Wachstum in den Regionen Asien / China; weiteres Wachstum in MENA / Latam / EU mit **Eigenmarken und Private Label.**

Food Solutions: Wachstum mit funktionellen Halbfabrikaten insbesondere für den Eigenbedarf im Bereich Baby Care.



Strategie 2025: «Change the Company»





HOCHDORF

Swiss Nutrition Solutions

Jahresergebnis 2020

Ausblick – Unsere Ziele für 2021

Peter Pfeilschifter, CEO

Baby Care

Top Line Growth, Internationalisierung der Eigenmarken und Innovation treiben Auslastung / economies-of-scale und Wertschöpfung.

1. Private Label / B2B Kunden

- Stärkung Verkaufsteam für Umsatzwachstum – Präsenz in Europa, MENA und Latam ausbauen
- China Markenzulassung (SAMR) – pendent / enge Zusammenarbeit mit unserem Kunden
- Bio- und Ziegenmilchprodukte als Wachstumstreiber nutzen
- Wachstum mit FSMP / Spezialitäten und Produktinnovationen forcieren

2. Bimbosan Schweiz

- Stärkung unseres Aussen- und Innendienstes – unsere starke Marktstellung verteidigen
- Stärkung unseres Markt- und Markenauftritts insbesondere Social Media / Online
- Einführung weiterer Produktinnovationen
- Relaunch der Bimbosan Beikostprodukte

3. Eigenmarken International

- Stärkung Verkaufsteam für Margen-Wachstum – Präsenz in Asien/China, Latam und Europa ausbauen
- Intensivierung der Zusammenarbeit mit unseren Partnern im online Vertrieb und CBEC
- Erschliessung von mindestens zwei neuen Exportmärkten für Bimbosan und babina



Auf eine Umsatzprognose für den Geschäftsbereich Baby Care verzichten wir aufgrund der anhaltenden Unsicherheiten bezüglich der Covid-19 Pandemie und der damit einhergehenden Projektverzögerungen

Dairy Ingredients wird zu Food Solutions

Eine Transformation hin zu funktionellen Halbfabrikaten.

1. Covid-19 wird auch in 2021 die Schweizer Inlandsnachfrage auf hohem Niveau halten sowie die Nachfrage der Schweizer Schoggi-Hersteller auf ein Vor-Covid-Niveau beschränken
2. #1 Marktposition bei Schweizer Premium-Schoggi-Herstellern verteidigen
3. Technische Umsetzung Molkenkompetenzzentrum Sulgen abschliessen und Entwicklung hochwertiger Molken-Halbfabrikate für Infant Milk Formula
4. Produktinnovationen zur Steigerung der Wertschöpfung weiter vorantreiben
5. Weitere Prozessoptimierungen zur nachhaltigen Kostenreduktion
6. Sicherstellung der Milch- und Molkenversorgung
7. Einhalten der vertraglichen Rahmmengen mit Schlüsselkunden

LEDOR 

NOVITTA 

SUCREM 

WEYDOR 

BLENDOR 

Aufgrund des Wegfalls der Uckermärker Milch GmbH und der Marbacher Ölmühle GmbH erwarten wir 2021 einen tieferen Netto-Verkaufserlös als 2020

Innovation als Wachstums- und Werttreiber

Eine starke Innovations-Pipeline treibt Auslastung und Wertschöpfung.

- New Product Development Innovation (NPDI) – Prozess definiert
- Innovations-Pipeline auf strategische Entwicklungsfelder gerichtet
- Erste Produktinnovationen in 2020 erfolgreich am Markt platziert, u.a.



Ziege



Bisoja
vegan



babina
EU-Rezepturen
für IMF und
Spezialitäten



babina Plus
Junior Nahrung in
unterschiedlichen
Verpackungseinheiten



- Innovations-Pipeline wird regelmässig auf Potenziale und Stand der Umsetzung einem strategischen und operativen Review unterzogen

Nachhaltigkeit – Erarbeitung Strategie 2030

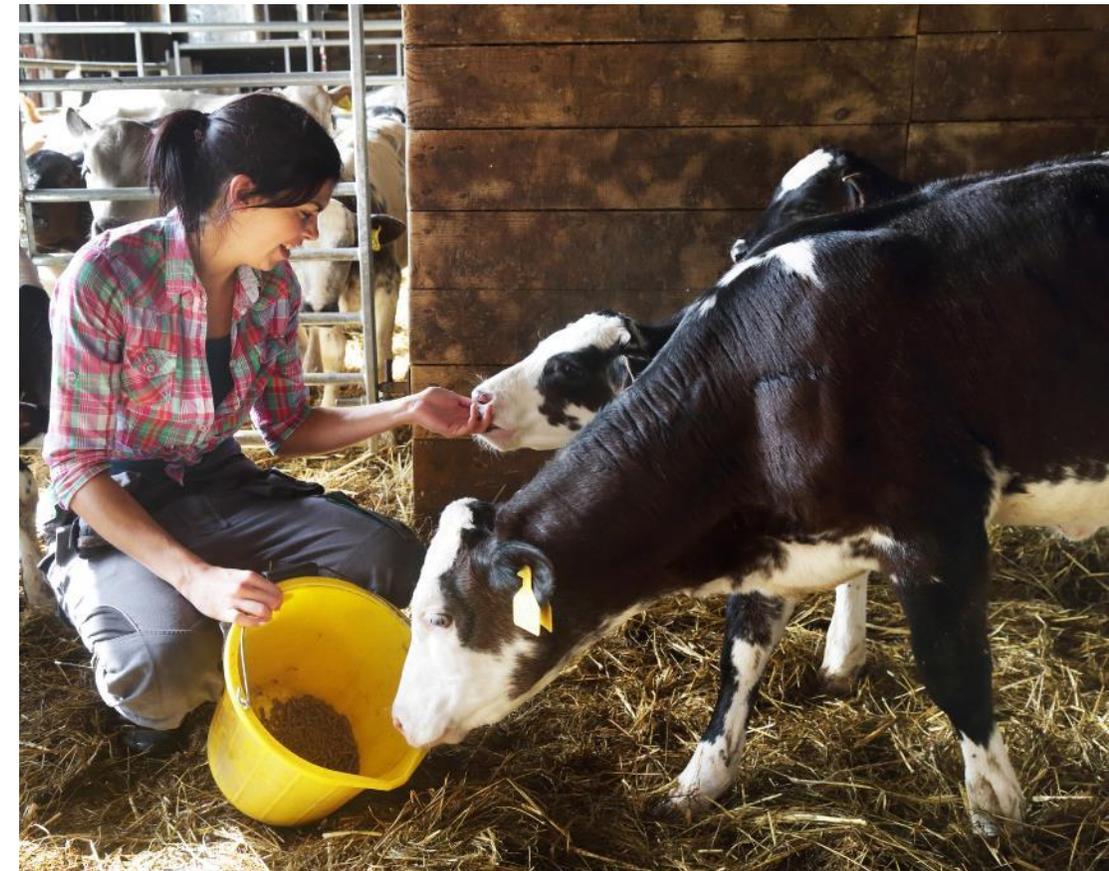
Bis Ende 2021 werden wir unsere Nachhaltigkeits-Strategie ausgearbeitet und Schlüsselprojekte daraus definiert haben.

HOCHDORF hat sich zum Ziel gesetzt, bis Ende 2021 eine Nachhaltigkeits-Strategie 2030 mit neuen ambitionierten Zielen und Massnahmen entlang der Wertschöpfungskette auszuarbeiten.

Nachhaltigkeit ist heute zentral, wie wir unsere Kunden und Konsumenten adressieren, welche Innovationen wir vorantreiben und wo und in was wir künftig investieren werden.

Dabei werden u.a. folgende Themenfelder einbezogen:

- Nachhaltige Milch und Tierwohl
- Klima und Treibhausgas-Emissionen / Umwelt
- Abfallvermeidung, Wasserverbrauch und Abwasser
- Mitarbeitende und Gesellschaft



Was uns weiterhin wichtig ist ...

- Unsere Mitarbeitenden schützen
- Unsere Produktion und Lieferfähigkeit sicherstellen
- Zusammenarbeit mit unseren bestehenden Partnern im In- und Ausland intensivieren
- Unseren Kundenservice und Agilität ständig verbessern
- Fokus auf Volumensteigerung im Bereich Baby Care und starke (Vertriebs-)Partner weltweit
- Starke Eigenmarken und Innovation treiben profitables Wachstum
- OPTIMA Effizienzprogramm sichert unsere Kostenwettbewerbsfähigkeit
- Nachhaltigkeitsstrategie 2030 bis Ende 2021 erarbeiten

Prognose 2021

2021 erwartet die HOCHDORF-Gruppe trotz der nach wie vor anhaltenden Unsicherheiten bezüglich der Covid-19 Pandemie einen

- **Netto-Verkaufserlös im Bereich von CHF 260 bis 300 Mio.**

und ein

- **ausgeglichenes Jahresergebnis auf Stufe EBIT.**

Dies bedeutet für die «neue» HOCHDORF-Gruppe ohne die Uckermärker Milch GmbH, die Marbacher Ölmühle GmbH und die Zifru Trockenprodukte GmbH ein organisches Umsatzwachstum von 3 bis 4 Prozent.



Erarbeitung finanzstrategischer Massnahmen



Das Geschäftsjahr 2021 versteht HOCHDORF nach den Jahren der Sanierung und Restrukturierung als ein Jahr des Aufbruchs.

Gleichzeitig gilt es, den eingeschlagenen Weg der finanziellen Gesundung der Gruppe weiterzuführen.

Dafür konzentriert sich der Verwaltungsrat derzeit auf die Erarbeitung verschiedener finanzstrategischer Optionen, welche u.a. Kapitalmassnahmen beinhalten können, um die Bilanz weiter zu stabilisieren und ein nachhaltiges Unternehmenswachstum zu unterstützen.

Termine 2021

Die nächsten Termine der HOCHDORF-Gruppe

- Mittwoch, 09. Juni 2021 Generalversammlung 2021
Aufgrund Covid-19 Pandemie wird die Generalversammlung 2021 ohne die Anwesenheit von Aktionärinnen und Aktionären stattfinden.
- Montag, 16. August 2021 Halbjahresbericht 2021

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!



2020 war ein intensives Jahr, in welchem wir Vieles abschliessen und auch neu aufgleisen konnten. Es wird aber noch etwas Zeit in Anspruch nehmen, bis die HOCHDORF-Gruppe wieder deutlich positive Zahlen schreiben kann. Deshalb danken wir Ihnen für Ihre Treue zu HOCHDORF.

Wir sind überzeugt, dass alle Mitarbeitenden weiterhin konzentriert und voller Elan an der Zukunft unseres Unternehmens arbeiten werden.



HOCHDORF

Swiss Nutrition Solutions



Jahresergebnis 2020

Fragen und Antworten

Peter Pfeilschifter, CEO & Nanette Haubensak, CFO



HOCHDORF

Swiss Nutrition Solutions

**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**