

## Medienmitteilung der HOCHDORF-Gruppe: Zukunftsausrichtung

### Die HOCHDORF-Gruppe verändert sich

*Hochdorf, 11. September 2013* – Am 1. Juni 2013 übernahm Dr. Thomas Eisenring das Amt als CEO der HOCHDORF-Gruppe. Nach rund 100 Tagen zeichnen sich einige Veränderungen ab.

Die Nahrungsmittelbranche und ihr Umfeld haben sich in den letzten Jahren und Monaten stark verändert. Die HOCHDORF-Gruppe wird sich dem veränderten Umfeld anpassen. Die Veränderungen können den Bereichen Effizienz- und Einsparpotentiale, Umsatzpotentiale sowie Wertschöpfungspotentiale zugeordnet werden.

#### **Vielfältige Effizienz- und Einsparpotentiale**

Die HOCHDORF-Gruppe unterzieht ihren Produkt- und Produktions-Mix einer sorgfältigen Analyse. «Bereits jetzt zeichnen sich Produkttransfers zwischen den zwei Schweizer Werken ab, damit effizientere Abläufe umgesetzt werden können», erläutert Dr. Thomas Eisenring, CEO der HOCHDORF-Gruppe, die aktuelle Situation.

Den Bereich der Logistik will die HOCHDORF-Gruppe stärker zentralisieren und wo möglich bei den Standorten direkt abwickeln. Beispielsweise sollen zukünftig 1'000 bis 1'500 Container direkt an der Rampe in Sulgen verladen werden.

Zu den Organisationsstrukturen meint der neue CEO: «Die Organisationsstrukturen wollen wir den zukünftigen Anforderungen anpassen und stark vereinfachen». Gleichzeitig sollen auch die Abläufe gestrafft werden. Dieser Umstrukturierungsprozess ist jedoch erst angedacht und wird noch im Detail ausgearbeitet.

«Das gesamte Effizienz- und Sparprogramm wurde jetzt angestossen», erklärt Thomas Eisenring. CEO Eisenring rechnet mit einem Verbesserungspotential im Bereich von zwei bis vier Millionen Schweizer Franken, sobald die heute vorgesehenen Massnahmen umgesetzt sind. Dies sollte Ende 2014 der Fall sein.

#### **Umsatzpotentiale**

Im ersten Halbjahr erzielte die HOCHDORF-Gruppe im Bereich der Babynahrung ein Umsatzwachstum von 21.3 Prozent. Dieses rasche Wachstum ist notwendig, damit die in Sulgen erstellte Anlage zur Herstellung von Babynahrung möglichst rasch ausgelastet werden kann: «Die moderne Anlage in Sulgen wurde vorausschauend für europäische Verhältnisse konzipiert. Deshalb müssen wir im Bereich Babynahrung noch eine Volumenstrategie verfolgen», erklärt Eisenring. Die Vollauslastung ist für das Jahr 2014 vorgesehen. «Sobald der Turm voll ausgelastet ist, wechseln wir schrittweise von der Volumenstrategie zu einer Wertschöpfungsstrategie», sagt Eisenring. Er rechnet entsprechend bereits im Verlaufe des Jahres 2014 mit steigenden Margen. Bis ins Jahr 2016 will das Unternehmen mit Babynahrung einen Umsatz von CHF 100 bis 120 Millionen erreichen.

### **Wertschöpfung im Bereich der Molkenverarbeitung**

Im ersten Halbjahr verarbeitete die HOCHDORF-Gruppe in der Schweiz rund 20 Prozent weniger Milch als im selben Zeitraum 2012. Als eine Massnahme hat die Gruppe deutlich mehr Molke verarbeitet. Aktuell werden die hergestellten Molkenprodukte jedoch mehrheitlich an die Tierfutterindustrie verkauft. «Wir haben uns entschieden, im Bereich der Molke eine Wertschöpfungsstrategie zu fahren und die Molkeverarbeitung auszubauen. Das Ziel ist es, hochwertige Laktose und Molkeprotein herzustellen. Diese Produkte erzielen am Markt eine weitaus höhere Wertschöpfung und können direkt in der Herstellung von Babynahrung eingesetzt werden», erklärt CEO Eisenring. Damit könne erstens der eigene Bedarf gedeckt und die Produkte könnten auch gewinnbringend verkauft werden, erläutert Eisenring weiter. Damit diese Produkte hergestellt werden können, sind Investitionen von rund CHF 4 Millionen notwendig. Falls alles planmässig abläuft, rechnet HOCHDORF im Jahre 2016 mit einem zusätzlichen Ertrag im Bereich der Molkeprodukte von ca. CHF 2 Millionen.

### **Ausblick auf das Gesamtjahr 2013**

«Wenn es so weiter geht wie bisher, rechnen wir mit einem den Umständen entsprechend befriedigendem Jahresabschluss», schätzt Dr. Thomas Eisenring die aktuelle Ertragssituation ein. Im Vergleich zum Vorjahr rechnet er mit einem signifikant besseren Abschluss. Das Ergebnis 2013 sollte dann gemäss seiner Aussage in den nächsten zwei Jahren in etwa verdoppelt werden können.

Kontakt: Dr. Christoph Hug, Leiter Unternehmenskommunikation HOCHDORF-Gruppe,  
Tel: 041 914 65 62 / 079 859 19 23, [christoph.hug@hochdorf.com](mailto:christoph.hug@hochdorf.com)