

Medienmitteilung der HOCHDORF-Gruppe: Jahresergebnis 2020

## HOCHDORF – strategische und operative Grundlagen erarbeitet

*Hochdorf, 12. April 2021* – Die im Sommer 2019 eingeleitete Restrukturierung hat HOCHDORF in 2020 konsequent umgesetzt und bis auf Restthemen abgeschlossen. Die Integration von Bimbosan wurde mit dem Umzug nach Hochdorf im Januar 2021 vollzogen. Die Geschäftsbeziehung zu Pharmalys konnte in der operativen Zusammenarbeit verbessert werden. Die für 2020 kommunizierten Umsatz- und Ertragsziele erreichte HOCHDORF trotz der negativen Einflüsse der Covid-19 Pandemie. Eine Neubewertung von Anlagen führte zwar zu zusätzlichen Abschreibungen und damit zu einem deutlich negativen EBIT. Der bereinigte operative EBIT des Kerngeschäftes ist aber positiv und hat damit Break Even erreicht.

Die HOCHDORF Swiss Nutrition AG hat 2020 insgesamt 335.8 Mio. kg (–14.2% ggü. VJ) Milch, Molke, Rahm und Buttermilch (Flüssigmenge) verarbeitet und 57'488 Tonnen Produkte verkauft (Zahlen exkl. Uckermärker Milch GmbH). Die Covid-19 Pandemie führte wegen des Wegfalls des Einkaufstourismus zu einer höheren Inlandsnachfrage nach Milchprodukten, was die verfügbare Milchmenge verknappte und im Rahmbereich zu signifikanten Unterlieferungen führte.

### Tieferer Nettoerlös, aber bessere Bruttomarge

Die Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich im Rahmen der Erwartungen von CHF 457 Mio. auf CHF 306.2 Mio. Der Rückgang begründet sich hauptsächlich mit dem Verkauf der Tochtergesellschaft Uckermärker Milch GmbH. Das Bruttoergebnis hat sich trotz dieses deutlich tieferen Nettoumsatzes von CHF 61.8 Mio. auf CHF 94.3 Mio. erhöht. Die Bruttogewinnmarge liegt damit bei 30.9% (Vorjahr: 14.1%) und zeigt den positiven Effekt der beschlossenen und umgesetzten Portfolioberaumung.

Der Personalaufwand reduzierte sich deutlich von CHF 50.7 Mio. auf CHF 39.7 Mio. Der übrige Betriebsaufwand ging ebenfalls aufgrund der Bereinigung und wegfallender Sondereffekte stark von CHF 85.8 Mio. auf CHF 40.7 Mio. zurück. Der EBITDA resultiert bei deutlich positiven CHF 13.9 Mio. (2019: CHF –74.7 Mio.). HOCHDORF hat damit die Prognose eines positiven EBITDA eingehalten.

### EBIT negativ, aber bereinigter operativer EBIT des Kerngeschäftes erreicht Break Even

Die Abschreibungen beinhalten eine Wertberichtigung von CHF 65.8 Mio. auf Gebäude und Sachanlagen der Sprühturmanlage 9 sowie der dazugehörigen Dosenlinie. Begründet wird diese Wertberichtigung mit der geringen Auslastung dieser Anlagen sowie dem hohen Risiko des Baby Care-Geschäfts bzgl. des Kundenportfolios. Entsprechend resultiert ein negativer EBIT von CHF –67.9 Mio. (Vorjahr CHF –265.3 Mio.). Nach Bereinigung um einmalige Sondereffekte wie der Wertberichtigung von Anlagen, Effekte aus Verkauf, Liquidationen und Standortschliessungen in 2020 ergibt sich ein leicht positiver EBIT von CHF 2.3 Mio. aus dem operativen Kerngeschäft. Das Unternehmensergebnis Konzern liegt bei CHF –70.3 Mio. (2019: –271.4 Mio.).

---

Die an der Zürcher Börse kotierte HOCHDORF-Gruppe erzielte 2020 einen konsolidierten Netto-Verkaufserlös von CHF 306.2 Mio. Sie ist eines der führenden Nahrungsmittel-Unternehmen der Schweiz und verfügte per 31.12.2020 über 391 Mitarbeitende. HOCHDORF zeichnet sich durch eine hohe Verarbeitungskompetenz für qualitativ hochwertige Rohstoffe, eine zeitgemässe Produktionstechnologie und das marktnahe Nutrition-Know-how der Mitarbeitenden aus. Dadurch differenziert sich das Unternehmen als Entwickler, Hersteller und Vermarkter von Spezial-Nahrungsmitteln für Menschen jeglichen Alters mit spezifischen Ernährungsbedürfnissen im globalen Markt. Das Portfolio bietet Lösungen von hochwertigen Halbfabrikaten für die weiterverarbeitende Nahrungsmittelindustrie bis hin zu Konsumentenprodukten im sensiblen Bereich für Babynahrung.

**HOCHDORF Holding AG**  
Siedereistrasse 9  
Postfach 691  
CH-6281 Hochdorf  
Tel. +41 41 914 65 65  
Fax +41 41 914 66 66  
hochdorf@hochdorf.com  
www.hochdorf.com

Positiv hat sich insbesondere das Kosteneffizienzprogramm OPTIMA auf das Ergebnis ausgewirkt. Massnahmen zu Einsparungen wie etwa im Einkauf und eine Senkung der Betriebskosten konnten bereits erfolgreich realisiert werden.

### **Negativer Cash Flow aus Betriebstätigkeit, positiver Freier Cash Flow**

Die erarbeiteten Mittel sind von CHF –34.8 Mio. auf CHF 11.1 Mio. gestiegen. Durch das tiefe Investitionsvolumen und die Begleichung der ersten noch ausstehenden Kaufpreiszahlungen von Pharmalys lag der Freie Cash Flow bei ebenfalls positiven CHF 17.3 Mio. Demgegenüber war der Geldfluss aus Finanzierungstätigkeiten deutlich negativ mit CHF –24.9 Mio., getrieben von hohen Zinszahlungen, aber auch einer Tilgungszahlung an die Konsortialbanken sowie an Drittbanken im Rahmen des Verkaufs der Uckermärker Milch GmbH. Die Nettoverschuldung verringerte sich gegenüber Vorjahr von CHF 104.7 Mio. auf CHF 87.6 Mio.

Die Eigenkapitalquote stabilisierte sich bei 56% (Vorjahr 58%) trotz stark negativem Unternehmensergebnis. Das negative Ergebnis konnte durch den Verkauf von Tochtergesellschaften aber auch durch die Rückzahlung von Bankschulden kompensiert werden. Der Verwaltungsrat verzichtet darauf, die Auszahlung einer Dividende zu beantragen.

### **Geschäftsbereich Baby Care**

Der Geschäftsbereich Baby Care (HOCHDORF Swiss Nutrition AG und Bimbosan AG) erzielte einen Netto-Verkaufserlös in der Höhe von CHF 99.5 Mio. Nach Eliminierung der in 2019 vorgenommenen Wertberichtigungen auf Forderungen und dem Wegfall der Marktumsätze durch den Verkauf der Pharmalys Laboratories SA konnte der Nettoerlös trotz Wegfall eines Grosskunden und der Herausforderungen durch die Covid-19 Pandemie um 4% gesteigert werden. Der Nettoerlös liegt damit im Bereich des prognostizierten Umsatzes von CHF 90 bis 110 Mio. Den grössten Umsatzanteil erzielt der Geschäftsbereich mit Verkäufen an Pharmalys. Die Bimbosan AG bewegte sich trotz Rückruf von Beikostprodukten auf Vorjahresniveau und konnte den Marktanteil im Fachhandel auf etwas über 39% steigern.

Der Bereich Baby Care konzentrierte sich 2020 verstärkt auf die Projektentwicklung mit bestehenden und neuen Kunden sowie auf die Entwicklung neuer Produkte. Mit der Umstellung der EU-Regularien zum Februar 2020 führte HOCHDORF in der Schweiz und in Europa die neu entwickelten Premium-Produkte erfolgreich in die Märkte ein.

Zur Erweiterung des Produktsortiments wurden zudem aktuelle Ernährungstrends aufgenommen und ein Produktsortiment auf Basis von Ziegenmilch sowie eine vegane Säuglingsanfangsnahrung auf Basis von gentechnikfreiem Soja entwickelt. Beide Produktkonzepte wurden Ende 2020 unter der Marke Bimbosan im Schweizer Markt lanciert.

Mit der Einführung der neuen Produktmarke Babina Plus in Mittelamerika erweiterte HOCHDORF das eigene Markengeschäft. Babina Plus ist eine Milchnahrung für heranwachsende Kinder und Jugendliche und wird im Gegensatz zu Babina (Babynahrung) auch im Einzelhandel verkauft.

### **Operative Zusammenarbeit mit Pharmalys verbessert und ausgebaut**

Mit Pharmalys hat HOCHDORF gemeinsame Projekte zur Produktentwicklung und zur Erschliessung neuer Märkte aufgesetzt, welche sich zum Teil in der operativen Umsetzung befinden. Pharmalys stellt nach wie vor den grössten Einzelkunden von Baby Care dar. Der Geschäftsbereich Baby Care arbeitet intensiv daran, mit bestehenden und neuen Kunden im Bereich Private Label und mit den eigenen Marken Bimbosan und Babina zu wachsen, um das Kundenportfolio insgesamt ausgewogener zu gestalten.

### **Geschäftsbereich Food Solutions (ehemals Dairy Ingredients)**

In der Schweiz verarbeitete die HOCHDORF Swiss Nutrition AG 2020 eine Flüssigmenge von 335.8 Mio. kg (VJ 391.4 Mio. kg; -14.2%). Die tiefere Flüssigmenge erklärt sich mit der höheren Inlands-Nachfrage nach Milchprodukten während des Covid-19 Lockdowns im Frühjahr und im Herbst/Winter 2020. Das prognostizierte Umsatzziel erreichte der Geschäftsbereich mit einem Nettoerlös von CHF 206.7 Mio. trotz der schwierigen weltweiten Wirtschaftslage (Prognose 2020: CHF 190 bis 210 Mio.).

Der Bereich Dairy Ingredients trieb im Geschäftsjahr 2020 die strategische Entwicklung und Vermarktung wertschöpfungsstarker Produkte weiter voran. In diesem Zusammenhang hat HOCHDORF zum Zwecke der weiteren Veredelung des Rohstoffes Molke im Herbst 2020 mit dem Aufbau eines Molkekompetenzzentrums im Werk Sulgen gestartet. Dies ermöglicht HOCHDORF die Entwicklung und die Produktion hochwertiger funktionaler Halbfabrikate auf Molkebasis für die Anwendung in Baby Care- und High-Protein-Produkten. Damit kann das Unternehmen einige wichtige Baby Care Halbfabrikate, die sie sonst zukaufte, durch eigene Produkte ersetzen und die interne Wertschöpfung dadurch deutlich steigern.

### **Strategie 2025 ausgearbeitet und Unternehmensstruktur angepasst**

Für den per 30. Juni 2020 neu zusammengesetzten Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung standen die Stabilisierung und Zukunftsgestaltung des Unternehmens im Fokus. Die Strategie und das Organisationsmodell wurden Anfang Dezember 2020 vom Verwaltungsrat genehmigt.

CEO Peter Pfeilschifter erklärt zur neuen Strategie: «Für die weltweit steigende Nachfrage nach qualitativ und technologisch anspruchsvollen Spezial-Nahrungsmitteln, sogenannten «Smart Nutrition»-Produkten, für Menschen jeden Alters ist HOCHDORF gut gerüstet. Wir erkennen darin interessante Wachstumsmöglichkeiten mit überdurchschnittlicher Wertschöpfung».

Mit dem internen Projekt «ONE HOCHDORF» stärkt HOCHDORF zudem ihre Kunden-, Markt- und Markensicht. Diesem Ziel und der Strategie entsprechend wurde per Anfang 2021 eine neue Unternehmensstruktur umgesetzt. «Kurz gesagt wollen wir mit der neuen Struktur noch agiler, innovativer und serviceorientierter werden, damit wir unsere Kunden und Mitarbeitenden noch stärker von HOCHDORF begeistern können», erklärt Peter Pfeilschifter.

### **Generalversammlung ohne Anwesenheit der Aktionäre**

Der Verwaltungsrat hat entschieden, die Generalversammlung am 09. Juni 2021 durchzuführen und damit das Geschäftsjahr 2020 ordentlich abzuschliessen. Die Versammlung findet aufgrund der Covid-19 Pandemie in Abwesenheit von Aktionärinnen und Aktionären statt.

### **Ausblick 2021**

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

Die Wettbewerbsintensität ist weiterhin hoch und die Auswirkungen der Covid-19 Pandemie nehmen Einfluss auf den unternehmenseigenen Produkte-Absatz sowie jenen der Kunden. Der Geschäftsbereich Baby Care ist zudem von den sehr strikten regulatorischen Anforderungen sowie den seit einigen Jahren sinkenden Geburtenraten in China, verbunden mit im Markt vorhandenen Überkapazitäten, stark beeinflusst. Mit der neuen Strategie 2025 will HOCHDORF diesen Herausforderungen entgegentreten.

Im Bereich Baby Care lassen sich neue Kundenprojekte wegen der Covid-19 Pandemie deutlich langsamer als erhofft entwickeln. HOCHDORF ist jedoch zuversichtlich, in 2021 mit ihren Kunden im Marken- und Private Label-Bereich weiter zu wachsen. Zudem sollen mehrere Neukunden in den Regionen Lateinamerika, Europa, im Mittleren Osten, in Nordafrika und Asien entwickelt werden.

Im Bereich Food Solutions rechnet HOCHDORF in 2021 mit Absatzvolumen bei den Premium-Schokoladenkunden unter dem Vor-Covid-19 Niveau. Demgegenüber erwartet das Unternehmen im Bereich der hoch-proteinhaltigen Pulverprodukte auf Milch- und Molkenbasis, bei den nicht-milchbasierten bzw. pflanzenbasierten Pulvern sowie im schweizerischen Rahmabsatz ein Wachstum.

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.

#### Kennzahlen 2020 der HOCHDORF-Gruppe

	2020	2019 <sup>1)</sup> (angepasst)	Veränderung
<b>TCHF</b>			
Netto-Verkaufserlös	306'199	456'797	-33.0 %
Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA)	13'869	-74'709	n.a.
<i>in % des Produktionserlöses</i>	4.5	-17.0	
Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)	-67'872	-265'309	n.a.
<i>in % des Produktionserlöses</i>	-22.3	-60.3	
Reingewinn	-70'274	-271'378	n.a.
<i>in % des Produktionserlöses</i>	-23.0	-61.7	
Erarbeitete Mittel	11'097	-34'821	n.a.
Mitarbeiterbestand per 31.12.	391	618	-36.7 %
Verarbeitete Flüssigmenge (Milch, Rahm, Molke etc.) in Tonnen	376'009 <sup>2)</sup>	677'845	-44.5 %
Produzierte Menge (inkl. Rahm) in Tonnen	69'091	161'831	-57.3 %
Verkaufte Menge in Tonnen	80'732	162'093	-50.9 %
	<b>31.12.2020</b>	<b>31.12.2019</b>	
Bilanzsumme	323'838	455'572	-28.9 %
davon Eigenkapital	180'461	257'816	-30.0 %
<i>in % der Bilanzsumme</i>	55.8	56.6	

<b>Angaben zur Aktie</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>	
Gewinn/Verlust (–) je Aktie (in CHF)	–34.60	–164.56	n.a.
Ausschüttung (in CHF)	0.00*	0.00	
Schlusskurs per 31.12. (in CHF)	63.20	83.20	–24.0 %
Börsenkapitalisierung (in Mio. CHF)	136.0	146.3	–7.0 %
Kurs/Gewinn-Verhältnis P/E per 31.12.	n.a.	n.a.	

<sup>1)</sup> Vorjahreswerte angepasst aufgrund der Änderung der Bewertungsgrundsätze für die Hybrid-Anleihe.

<sup>2)</sup> Inkl. Flüssigmengen der Uckermärker Milch GmbH (40'216 Tonnen).

\* Vorbehältlich der Genehmigung an der Generalversammlung vom 09. Juni 2021.

Den ausführlichen Geschäftsbericht finden Sie unter: <http://report.hochdorf.com>.

Kontakt: Dr. Christoph Hug, VP Brand & Communication HOCHDORF-Gruppe,  
 Tel: +41 (0)41 914 65 62 / +41 (0)79 859 19 23, [christoph.hug@hochdorf.com](mailto:christoph.hug@hochdorf.com).