

Hügli Holding AG

Bleichestrasse 31
CH-9323 Steinach
Telefon +41 71 447 22 50
Telefax +41 71 447 22 51
E-Mail andreas.seibold@huegli.com
www.huegli.com



Medienmitteilung vom 21. April 2006, 07.30 Uhr

Hügli weiterhin auf Erfolgskurs Erneut Bestresultate in allen wichtigen Bereichen

Im Geschäftsjahr 2005 konnte der Konzernumsatz breit abgestützt um 16.5% (währungsbereinigt 15.4%) auf CHF 271.7 Mio. gesteigert werden, wobei 8.3% auf organisches und 8.2% auf akquisitionsbedingtes Wachstum entfallen. Der EBIT stieg rund doppelt so stark um 32% auf CHF 25.0 Mio., was einer EBIT-Marge von 9.2% entspricht. Der Konzerngewinn erhöhte sich um 24% und erreichte ein neues Bestresultat von CHF 19.3 Mio.

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung vom 18. Mai 2006 anstelle einer Dividende eine Nennwertrückzahlung von CHF 10.50 (Vorjahr: CHF 8.50).

Unterstützende Mega-Trends

Die Hügli Markt-Strategie stützt sich langfristig auf 4 Mega-Trends:

- den Trend zu organischen, biologischen Lebensmitteln; die Division Health and Natural Food, als führender europäischer Bio-Anbieter in unseren Produktgruppen, konnte im Geschäftsjahr ein Umsatzwachstum von 24.8% erzielen.
- den Trend zu Nicht-Markenartikeln in Markenartikel-Qualität, welche zunehmend als Eigenmarken des Handels sich einen Namen machen und durch das gute Preis-/Leistungsverhältnis Marktanteile dazu gewinnen konnten. Unsere Division Private Label wuchs erneut zweistellig mit 11.3%.
- den Trend zum Outsourcing gewisser Produktionsstufen bei der Lebensmittelherstellung, von welchem die Division Industrial Foods mit einem Plus von 11.0% profitierte.
- den Trend zu verstärkter Ausserhausverpflegung, die Domäne der Food Service-Division mit einem Wachstum von 10.5%.

Alle geographischen Segmente mit Wachstum

Die beiden in gesättigten Märkten operierenden Segmente Deutschland sowie Schweiz/Übriges Westeuropa erreichten erfreuliche Umsatz-Wachstumsraten von 16.0% resp. 10.5%. Diese positiven Entwicklungen wurden im Geschäftsjahr 2005 durch zwei Akquisitionen unterstützt, wofür insgesamt CHF 25.6 Mio. aufgewendet wurden. Der EBIT konnte ebenfalls erneut erhöht werden und erreicht nun in beiden Segmenten knapp 10% des Umsatzes. Das prozentuale Wachstum des Segments Osteuropa reduzierte sich im Vergleich zu den Vorjahren leicht auf +38.2%, wobei die steigenden osteuropäischen Währungen einen positiven Beitrag leisteten (+28.5% in Lokalwährungen). Das absolute Wachstum hat jedoch dazu geführt, dass Osteuropa – trotz weiteren Aufbaukosten – erstmals einen positiven EBIT ausweist resp. eine EBIT-Marge von 4.5%.



Margen- aber auch Kostensteigerungen

Die Bruttomarge konnte erneut um rund 1%-Punkt erhöht werden, vorwiegend aufgrund der Tatsache, dass die Umsatzsteigerungen hauptsächlich mit Eigenfabrikaten erzielt wurden. Das aktive Beschaffungsmarketing konnte zudem die mehrheitlich steigenden Rohmaterial-Indices kompensieren. Die Personal- und Betriebsaufwendungen wurden neben den Akquisitionen geprägt durch den Auf- und Ausbau der Vertriebsorganisationen sowie den Struktur- anpassungen in Produktion und Management Services, was zu einer Kostensteigerung gegenüber Vorjahr von rund 19% führte.

Der EBIT konnte dennoch deutlich erhöht werden mit plus 32%; die EBIT-Marge stieg von 8.1% im Vorjahr auf 9.2%. Dabei war der Effekt der neuen IFRS-Regelung, dass der Goodwill nicht mehr systematisch amortisiert werden darf, unwesentlich (CHF 0.1 Mio. für das Jahr 2005) und verändert die ausgewiesene EBIT-Marge nicht. Der Konzerngewinn – durch einen im Vergleich zum Vorjahr verdoppelten Steueraufwand belastet – stieg um 24% und erreichte ein Bestresultat von CHF 19.3 Mio.

Weiterhin solide Bilanzstruktur

Obwohl die erwähnten Akquisitionen die Bilanzsumme und die Verschuldung erhöhten, blieb die solide Bilanzstruktur erhalten. Die Erhöhung der Nettoverschuldung um CHF 19.8 Mio. auf CHF 67.1 Mio. konnte durch die Erhöhung des Eigenkapitals um CHF 18.7 Mio. auf CHF 82.8 Mio. weitgehend kompensiert werden, so dass sich das Finanzierungsverhältnis (Gearring) nur unwesentlich von 0.7 im Vorjahr auf 0.8 im 2005 erhöhte.

Die Eigenkapitalquote im Verhältnis zur Bilanzsumme konnte auf 41.9% (Vorjahr: 41.2%) gesteigert werden.

Positiver Ausblick 2006

Das neue Geschäftsjahr entwickelte sich im 1. Quartal 2006 weiterhin positiv mit einem Umsatzzuwachs von 19.2% (währungsbereinigt 18.2%), wovon 7.8% auf organisches und 11.4% auf akquisitionsbedingtes Wachstum entfallen.

Die Division Food Service wuchs akquisitionsbedingt und aufgrund von saisonalen Effekten ausserordentlich um 21.2%, Health and Natural Food konnte erneut 9.7% zulegen und der Bereich Private Label erhöhte den Umsatz um 1.8%. Die Division Industrial Foods verzeichnete eine Umsatzreduktion von -2.0%, wobei zu beachten ist, dass im Vorjahr noch der Umsatzanteil mit der inzwischen akquirierten Firma Inter-Planing enthalten war. Bereinigt um diese inter-divisionale Umgliederung erzielte Industrial Foods ebenfalls ein erfreuliches positives Wachstum.

Die weiteren Aussichten beurteilen wir als gut und chancenreich. Wir erwarten für das Geschäftsjahr 2006 ein Umsatzwachstum von ca. 11%, davon 6% akquisitionsbedingt. Allerdings sind bedeutende Struktur- und Marktinvestitionen als Grundlage für das weitere Wachstum geplant. Auch die Steuerquote wird sich erneut erhöhen. Wir erwarten entsprechend einen steigenden EBIT und in Bezug auf den Gewinn ein Zwischenjahr auf hohem Niveau.

Finanzkennzahlen

| <i>in Mio. CHF</i> | 2005 | 2004 | Veränderung |
|--------------------------------|-------------|-------------|--------------------|
| Umsatz | 271.7 | 233.2 | +16.5% |
| EBITDA | 32.6 | 25.6 | +27.5% |
| in % des Umsatzes | 12.0% | 11.0% | |
| EBIT | 25.0 | 18.9 | +32.3% |
| in % des Umsatzes | 9.2% | 8.1% | |
| Gewinn | 19.3 | 15.5 | +24.2% |
| in % des Umsatzes | 7.1% | 6.7% | |
| Geldfluss Betriebstätigkeit | 21.5 | 24.8 | -13.4% |
| in % des Umsatzes | 7.9% | 10.6% | |
| Investitionen | 12.3 | 15.2 | -19.1% |
| Geldfluss Akquisitionen, netto | 25.6 | 0 | n.a. |
| | | | |
| Betriebliches Netto-Vermögen | 165.2 | 124.6 | +32.6% |
| Eigenkapital | 82.8 | 64.1 | +29.3% |
| in % der Bilanzsumme | 41.9% | 41.2% | |
| Nettoverschuldung | 67.1 | 47.3 | +41.7% |
| Gearing | 0.8 | 0.7 | |
| | | | |
| Rendite invest. Kapital ROIC | 14.8% | 13.7% | |
| Eigenkapitalrendite ROE | 26.9% | 27.7% | |
| | | | |
| Gewinn pro Aktie (in CHF) | 40.69 | 33.62 | +21.0% |
| Nennwertrückzahlung (in CHF) | 10.50 | 8.50 | +23.5% |

Weitere Auskünfte erteilt:

Andreas Seibold, CFO, Tel. +41 71 447 22 50, andreas.seibold@huegli.com

Die Hügli Gruppe steht für ideenreiche Entwicklung, rationelle Fertigung und modernes Marketing und ist erfolgreich in einem Umfeld globalisierter Märkte und gewandelter Esskultur. Trockenprodukte wie Suppen, Saucen, Bouillons, Fertiggerichte und Desserts vereinfachen und verkürzen die Zubereitungszeiten, erhöhen die Wirtschaftlichkeit der Verarbeitungsverfahren und verbessern die Qualität der Endprodukte. Hügli beschäftigt rund 1'000 Mitarbeiter.