

Hügli Holding AG

Bleichestrasse 31
CH-9323 Steinach

Tel. +41 71 447 22 50
Fax. +41 71 447 22 51
www.huegli.com



Medienmitteilung vom 11. April 2008, 07.30 Uhr

Nachhaltiges organisches Umsatzwachstum, Erhöhung des Ertrags trotz steigender Rohmaterialkosten, Akquisitionen eröffnen weitere Wachstumsperspektiven

Der Konzernumsatz entwickelte sich im Jahr 2007 mit +13.2% (+8.6% in Lokalwährungen) auf CHF 345.4 Mio. weiterhin dynamisch, wobei 6.0% auf organisches und 2.6% auf akquisitionsbedingtes Wachstum entfallen. Das Betriebsergebnis (EBIT) stieg um 19.1% auf CHF 26.8 Mio., der Gewinn um 18.0% auf 18.8 Mio. Zwei im Juni 2007 und Januar 2008 abgeschlossene Akquisitionen in Italien und England eröffnen weitere interessante Zukunftsperspektiven. Die Aussichten für 2008 und die Folgejahre werden als gut und chancenreich beurteilt. Im ersten Quartal 2008 konnte ein solides organisches Umsatzwachstum von +13.1% erzielt werden, inklusive Akquisitionen ein solches von +20.1% auf CHF 102.3 Mio.

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung vom 14. Mai 2008 eine von CHF 10.50 auf CHF 11.00 erhöhte Nennwertrückzahlung.

Wir haben in unseren Jahresberichten 2005 und 2006 das Geschäftsjahr 2006 als „Zwischenjahr“ bezeichnet, in welchem bedeutende Investitionen in unsere personelle Infrastruktur sowie in den Aufbau neuer und den Ausbau bestehender Märkte zu einer Ertragsdelle führten. Gleichzeitig haben wir für 2007 wieder „eine deutliche Steigerung von EBIT und Gewinn“ in Aussicht gestellt. Wir können heute mit Befriedigung feststellen, dass diese Entwicklung trotz schwierigerem Marktumfeld so eingetreten ist.

Die anhaltend recht dynamische Entwicklung des Konzernumsatzes mit +13.2% auf CHF 345.4 Mio., hiervon 6.0% organisches Wachstum (+5.5% Volumen), beweist erneut die Richtigkeit unserer **Marktstrategie** und die Verkaufsstärke unserer vier die verschiedenen Kundensegmente bearbeitenden länderübergreifenden Divisionen. Wir sind überzeugt, auf Grund unserer spezifischen Stärken unseren Kunden in diesen Marktsegmenten einen Mehrwert bieten zu können und werden unsere Strategie deshalb mit aller Energie und Innovationskraft weiterführen.

Alle **geographischen Segmente** konnten erfreuliche Zuwachsraten zwischen 10% (Deutschland) und 25% (Osteuropa) erzielen. Den grössten Beitrag zur Steigerung unseres Betriebsergebnisses (EBIT) lieferte Deutschland, in erster Linie dank einer dort besonders starken und erfolgreichen Division Health and Natural Food. Im Segment Schweiz und übriges Westeuropa wurde die an sich positive Entwicklung – Umsatz +15% – beim Betriebsergebnis vor allem durch höhere Rohmaterialkosten, deren Weitergabe nur mit einer gewissen Verzögerung erfolgen konnte, gebremst. Zudem fielen durch die Akquisition in Italien einige Integrationskosten an. Osteuropa erfüllte trotz eines Umsatzanstiegs von 25% insbesondere beim Betriebsergebnis unsere Erwartungen nicht. Wir haben deshalb das dortige Management auf den wichtigsten Positionen neu besetzt. Wir erwarten auf Grund des gros-



sen Potentials dieser Märkte und wegen unserer auch dort grundsätzlich richtigen strategischen Positionierung schon im 2008 und insbesondere in den Folgejahren deutliche Ertragssteigerungen.

Die **konsolidierte Erfolgsrechnung** zeigt mit einer Erhöhung des Umsatzes um 13.2%, einer überproportionalen Steigerung des EBIT um 19.1% und des Konzerngewinns um 18.0% ein erfreuliches Bild. Dieses Resultat kam unter recht schwierigen Umständen zustande. Die notwendige Reorganisation Osteuropa wurde oben erwähnt. Eine grosse Herausforderung stellten im 2007 die in diesem Ausmass noch nie dagewesenen Preissteigerungen verschiedener für uns sehr wichtiger Rohmaterialien, wie Milchprodukte, Getreide, Soja, vegetabile Fette und Teigwaren dar. Der grösste Einflussfaktor für diese massiven Preiserhöhungen ist bestimmt die rasch wachsende Nachfrage dank höherer Kaufkraft in den bevölkerungsreichen Ländern Ostasiens, vor allem in China und Indien. Verstärkt wird diese Entwicklung leider durch die Verwendung grosser landwirtschaftlicher Nutzflächen für die Herstellung von Bio-Ethanol als Erdölersatz. Wir haben die notwendigen Preiserhöhungen früh eingeleitet, doch liessen sich diese in einigen Marktsegmenten – vor allem im Bereich Private Label – nur recht schwierig und vor allem zeitverzögert durchsetzen.

Die **konsolidierte Bilanz** zeigt trotz Investitionen und einer Akquisition von zusammen CHF 24.8 Mio. nach wie vor ein solides Bild. Das Gearing – Verhältnis von Eigenkapital zu Nettoverschuldung – bleibt mit 0.9 nur wenig verändert, und das Eigenkapital erhöhte sich um 16.1% auf CHF 113.2 Mio., entsprechend 41.8% der Bilanzsumme. Auffällig ist die starke Zunahme des Umlaufvermögens, wobei Lagererhöhungen infolge der Rohmaterial-Situation – u.a. auch Knappheit von Bio-Rohmaterialien – besonders ins Gewicht fallen.

Die solide Bilanz und die gute Ertragslage haben es uns erlaubt, durch gezielte **strategische Akquisitionen** unsere beiden Wachstumsdivisionen Food Service und Industrial Foods zu stärken, in geografisch neue Märkte vorzudringen und zusätzliches Produktions-Know-how zu erwerben. Im Juni 2007 wurde der Kauf des italienischen Familienunternehmens Ali-Big in Brivio / Oberitalien abgeschlossen. Ali-Big verschafft Hügli den Zugang zum italienischen Markt der Ausserhausverpflegung, der Domäne unserer Food Service-Division. Wir erwarben dabei auch Know-how für die Produktion italienischer Antipasti sowie von Flüssig-Saucen und -Suppen, welche in allen von Hügli bearbeiteten Ländern und Kundensegmenten angeboten werden können. Hügli, bisher spezialisiert auf Trockenprodukte, wird damit zum Gesamtanbieter für Suppen, Saucen und Bouillons.

Es war auch ein strategisches Ziel von Hügli, unsere Präsenz auf dem grossen und sehr interessanten englischen Markt, vor allem im Bereich Industrial Foods zu verstärken. Die im Januar 2008 akquirierte Firma Contract Foods beliefert als Outsourcing-Spezialist die englische Lebensmittelindustrie mit Fertig- und Halbfertigprodukten und besitzt ein ausgezeichnetes Know-how im Bereich Functional Foods, d.h. Lebensmittel mit einem ernährungsphysiologischen und gesundheitlichen Zusatznutzen, ein Trend beim heutigen Konsumenten. Contract Foods arbeitet mit der Hügli wohl vertrauten Trockentechnologie. Mit diesen beiden und den in den letzten Jahren getätigten Akquisitionen besitzen nun alle Hügli-Divisionen zusätzliche bedeutende Wachstumschancen, die es in den nächsten Jahren zu nutzen gilt. Weitere Akquisitionen sind in 2008 nicht geplant.

Hügli verfolgt eine ertragsabhängige **Ausschüttungspolitik** mit einer Auszahlungsrate von 25% - 30% des Gewinns. Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung vom 14. Mai



2008 die Auszahlung einer von CHF 10.50 auf CHF 11.00 pro Inhaberaktie erhöhten Dividende beantragen, was 28% des Gewinns entspricht. Die Ausschüttung soll wie in den Vorjahren durch eine Nennwertreduktion der Inhaberaktien von CHF 20.50 auf CHF 9.50 erfolgen. Eine entsprechende Statutenänderung wird der Generalversammlung beantragt.

Der **Start ins 2008** verlief ausgesprochen gut. Das organische Umsatzwachstum im 1. Quartal 2008 belief sich auf +13.1% (davon 9.2% Volumenwachstum). Insgesamt konnte ein Umsatz von CHF 102.3 Mio. erzielt werden, was einer Steigerung von +20.1% zum Vorjahr entspricht (davon +7.5% akquisitionsbedingt). Insbesondere konnte die volatile Division Private Label nach einem leicht rückläufigen ersten Quartal des Vorjahres in 2008 eine bedeutende Umsatzsteigerung von +32.9% erreichen. Die Divisionen Industrial Foods und Health and Natural Food konnten an die gute Wachstumsdynamik des Vorjahres anknüpfen und realisierten organische Umsatzsteigerungen von +18.4% resp. +12.7%. Die grösste Division Food Service erzielte im schwierigeren Markt der Ausserhausverpflegung eine organische Umsatzerhöhung von +5.8%.

Die weiteren **Aussichten** – für 2008 und die Folgejahre – beurteilen wir nach wie vor als gut und chancenreich. Unsere Strategie und unsere fähigen Mitarbeiter/innen auf allen Stufen ermöglichen ein gesundes organisches Wachstum, und durch unsere Akquisitionen haben wir zusätzliches Potential geschaffen. Wir erwarten deshalb für 2008 bei einem guten Umsatzwachstum von +10% bis +12% (davon +7% akquisitionsbedingt sowie -3% währungsbedingt) auf über CHF 380 Mio. eine weitere Steigerung von EBIT und Gewinn, wenn auch die deutliche Verschlechterung der wirtschaftlichen Gesamtlage sowie die anhaltend hohen Rohstoffpreise zusätzliche Herausforderungen bringen werden.



Finanzkennzahlen <i>in Mio. CHF</i>	2007	2006	Veränderung
Umsatz	345.4	305.0	+13.2%
EBITDA	37.5	31.6	+18.7%
in % des Umsatzes	10.9%	10.4%	
EBIT	26.8	22.5	+19.1%
in % des Umsatzes	7.8%	7.4%	
Gewinn	18.8	15.9	+18.0%
in % des Umsatzes	5.4%	5.2%	
Geldfluss Betriebstätigkeit	11.3	23.0	-51.0%
Investitionen	10.9	16.3	-33.5%
Geldfluss Akquisitionen	13.9	0.0	n.a.
	31.12.2007	31.12.2006	
Betriebliches Netto-Vermögen	231.8	180.7	+28.3%
Eigenkapital	113.2	97.5	+16.1%
in % der Bilanzsumme	41.8%	45.2%	
Nettoverschuldung	102.1	68.7	+48.6 %
Gearing	0.9	0.7	
Rendite invest. Kapital ROIC	10.3%	10.9%	
Eigenkapitalrendite ROE	18.2%	18.2%	
Gewinn pro Aktie (in CHF)	39.39	33.45	+17.8%
Nennwertrückzahlung (in CHF)	11.00	10.50	+4.8%

Weitere Auskünfte erteilt:

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

Terminkalender

11. April 2008	10.30 Uhr	Medien-/Analystenkonferenz, Hotel Widder, Zürich
14. Mai 2008	16.30 Uhr	Generalversammlung, Seeparksaal, Arbon
08. August 2008		Nennwertrückzahlung (Ex-Datum / Erster Handelstag an der SWX mit neuem reduzierten Nennwert)
15. August 2008	07.30 Uhr	Medienmitteilung: Halbjahresbericht 2008

www.huegli.com

Die Hügli Gruppe ist eine der führenden europäischen Unternehmen im Bereich der Entwicklung, der Produktion und des Marketings von Trockenmischprodukten wie Suppen, Saucen, Bouillons, Fertiggerichten und Desserts. Über 1'200 Mitarbeiter in 9 Ländern verbinden Hügli direkt mit den Kunden und erzielen einen Jahresumsatz von über CHF 380 Mio.