



Medienmitteilung vom 15. April 2010, 07.30 Uhr: Jahresbericht 2009

Erfreuliche Ertragssteigerung / Verstärktes organisches Umsatzwachstum

Für Hügli lag der Akzent im Geschäftsjahr 2009 eindeutig auf Ertragssteigerung. Es galt die starke Umsatzentwicklung des Vorjahres 2008 – plus 16% – nun auch in deutlich steigende Erträge umzusetzen. Wir können feststellen, dass uns dies mit Erhöhungen des Betriebsergebnisses EBIT um 17.0% und des Konzerngewinns um 19.6% recht gut gelungen ist. Dies ist auch deshalb besonders erfreulich, weil die Rahmenbedingungen mit schlechter Wirtschaftslage und immer ungünstiger werdenden Währungsrelationen – starker Schweizer Franken, schwache europäische Währungen – alles andere als einfach waren.

Im ersten Quartal 2010 gelang mit einem organischem Umsatzwachstum von +9.5% ein besonders dynamischer Start in das neue Jahr. Der weiterhin negativ wirkende Währungseinfluss ergab in CHF noch ein Umsatzplus von +8.5%. Für das ganze Jahr 2010 erwarten wir ein organisches Umsatzwachstum von +5% sowie eine überproportionale Steigerung des Betriebsergebnisses.

Der **Konzernumsatz** wird für 2009 mit 390.4 Mio. CHF ausgewiesen, was 2.6% unter Vorjahr liegt. Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass hohe -6.6% auf negative Währungseffekte zurückzuführen sind. In Lokalwährungen konnte trotz allem ein Wachstum von +4.0% erzielt werden, wobei 0.4% auf einen Akquisitionseffekt zurück zu führen sind. Es verbleibt ein organisches Wachstum von +3.6% und die Feststellung, dass alle geographischen Konzernsegmente und sämtliche multinationale Vertriebs-Divisionen im Plus abschliessen. In einer 5-Jahres-Betrachtung beträgt das durchschnittliche organische Umsatzwachstum pro Jahr +6.6%, inklusive Akquisitionen in Schweizer Franken trotz aller Währungsverluste +10.8%. Diese Zahlen belegen die erfolgreiche strategische Positionierung von Hügli und eine dynamische operative Umsetzung.

Bei den **geographischen Segmenten** erzielte **Deutschland** trotz lustloser Konsumstimmung beim Betriebsergebnis EBIT ein Glanzresultat mit einer Steigerung von +15.0% auf 23.5 Mio. CHF, was 11.3% vom Umsatz entspricht. Dies gelang dank sehr effizienter Produktion und strikter Kostenkontrolle, vor allem aber auch dank Konzentration auf ertragreiche Absatzbereiche und Verzicht auf gewisse Umsätze mit zu tiefen Margen. Trotzdem konnte der Umsatz knapp über der letztjährigen Rekordmarke gehalten werden, was der operativen Stärke der Vertriebs-Divisionen in Deutschland ein ausgezeichnetes Zeugnis ausstellt.

Das Segment **Schweiz und übriges Westeuropa** erzielte in Lokalwährungen ein gutes Umsatzwachstum von 5.1%. Unsere im 2007 und 2008 erfolgten Akquisitionen Ali-Big in Italien und Contract Foods in England – in 2009 verschmolzen mit Hügli UK – machten weitere gute Fortschritte, erreichten aber die gesetzten Ertragsziele noch nicht. Der recht wichtige Export nach England ab der Schweiz litt erneut stark unter der Pfund-Schwäche – der Währungsverlust gegenüber dem Schweizer Franken von 15% im Jahresdurchschnitt verschlechterte die Ertragsmargen massiv. Dank einem sehr guten Ergebnis der übrigen Bereiche von Hügli Schweiz konnte das Betriebsergebnis EBIT im gesamten Segment trotzdem leicht gesteigert werden und erreichte mit 8.1% vom Umsatz unsere untere Benchmark.

Dem Ländersegment **Osteuropa** gelang mit Plus 16.8% in Lokalwährungen in Anbetracht der dortigen noch ausgeprägteren Wirtschaftskrise ein guter Umsatzerfolg. Durch



den starken Kursverlust aller Osteuropäischen Währungen gegenüber dem Schweizer Franken resultierte in CHF aber nur noch ein Mehrumsatz von 1.2%. Erschwerend fiel auch ins Gewicht, dass vor allem der Polnische Zloty, aber auch der Ungarische Forint gegenüber der Tschechischen Krone an Wert verloren. Dadurch wurden Umsatz und insbesondere Ertrag unserer Exporte ab Produktionsstandort Tschechien an unsere Tochtergesellschaften in Ungarn und Polen negativ betroffen. Unter diesen Umständen beurteilen wir die erzielte EBIT-Steigerung um 2 Mio. CHF als gute Leistung. Inzwischen scheint sich das osteuropäische Währungsgefüge stabilisiert zu haben, sodass die gute Positionierung und die starken operativen Leistungen dieses Segments sich in Zukunft auch im Konzernergebnis positiv auswirken werden.

Im zweiten Halbjahr beschleunigte sich die schon im ersten Halbjahr gute Geschäftsentwicklung. Die **konsolidierte Erfolgsrechnung** zeigt trotz eines währungsbedingten Umsatzrückgangs von 2.6% - das organische Umsatzwachstum stieg hingegen von 2.7% im ersten auf 4.1% im zweiten Halbjahr – eine sehr deutliche Steigerung zum Vorjahr aller absoluten und prozentualen Kennziffern. Das Betriebsergebnis EBIT stieg um 5.1 Mio. CHF auf 35.3 Mio. CHF (plus 17.0% zu Vorjahr) und erreichte mit 9.0% vom Umsatz unsere interne Benchmark. Der Gewinn schliesslich erreichte trotz einer um 2.2 Mio. CHF höheren Steuerbelastung 23.2 Mio. CHF, 3.8 Mio. CHF über Vorjahr (+19.6%). Beides sind in absoluten Zahlen klare Hügli-Bestresultate. Wir konnten somit die nach unserem Halbjahresabschluss in Aussicht gestellten Mehrerträge von 10% zu Vorjahr übertreffen.

Die Aktivseite unserer **konsolidierten Bilanz** spiegelt im Anlagevermögen die lebhafteste Investitionstätigkeit und im Umlaufvermögen bei den Debitoren die hohen November- und Dezember-Umsätze. Die Bilanzsumme reduzierte sich deshalb – trotz schwacher ausländischer Währungen – nur leicht auf 249.8 Mio. CHF. Bei den Passiven konnte das Fremdkapital um 11.3% reduziert, das Eigenkapital jedoch um 19.0% auf 105.8 Mio. CHF gesteigert werden. Mit seinen 42.3% der Bilanzsumme unterstreicht es die solide Finanzierung des Hügli-Konzerns.

Seit 2004 bilanzierte Hügli gemäss dem IFRS **Rechnungslegungs-Standard**. Dessen Vorschriften wurden – und werden wohl auch in Zukunft – immer umfangreicher und komplexer, da sich IFRS mehr und mehr dem amerikanischen US GAAP-Standard annähert. IFRS wird deshalb wegen des damit verbundenen Arbeits- und Kostenaufwands aber auch wegen des stets zunehmenden Detaillierungsgrades der Berichterstattung als Rechnungslegungs-Standard für ein Unternehmen unserer Grössenordnung unangemessen. Wir haben aus diesem Grund beschlossen und mit entsprechender Medienmitteilung vom 24. Juli 2009 publiziert, in 2009 zum Rechnungslegungsstandard Swiss GAAP FER zu wechseln, was auch mit einem Wechsel zum **Domestic Standard** an der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange verbunden war. Wir wissen uns bei dieser Entscheidung in guter Gesellschaft mit anderen namhaften börsenkotierten Unternehmen. Selbstverständlich wird die Aussagefähigkeit unserer konsolidierten Rechnung dadurch in keiner Weise beeinträchtigt und wir werden auch die bisherige Berichterstattung grundsätzlich beibehalten. Der einzige ins Gewicht fallende Unterschied zwischen IFRS und Swiss GAAP FER in unserer Bilanz ist der Wegfall der Goodwill-Aktivierungen und deren Verrechnung mit dem Eigenkapital. Dieses wird dadurch per Ende 2009 netto um 27.2 Mio. CHF vermindert. Umso bemerkenswerter ist die Tatsache, dass unsere Eigenkapitalquote trotzdem gute 42.3% der Bilanzsumme beträgt; gemäss IFRS wären es allerdings 47.7%.



In Bezug auf **Dividende** bleiben wir bei unserer ertragsabhängigen Ausschüttungspolitik mit einer Auszahlungsrate von 25% bis 30% des Gewinns an die Aktionäre. In Anbetracht des guten Konzernergebnisses wird der Verwaltungsrat der Generalversammlung eine Dividende von 13.50 CHF (Vorjahr: 11.00 CHF) pro Inhaberaktie beantragen, was 28% des Gewinns pro Aktie entspricht.

Für **Verwaltungsrat und Konzernleitung** wurden einige wichtige Veränderungen beschlossen. Dr. Alexander Stoffel, in leitenden Positionen bei Hügli seit 1956, tritt auf den 31.12.2010 als Präsident des Verwaltungsrates zurück, verbleibt jedoch, seine Wiederwahl an der Generalversammlung vom 19. Mai 2010 vorausgesetzt, dessen Mitglied. Der Verwaltungsrat hat auf den 1.1.2011 als seinen neuen Präsidenten Dr. Jean Gérard Villot bestimmt, bei Hügli seit 1990, der – als Nachfolger von Dr. Alexander Stoffel – ab 1.1.2003 sehr erfolgreich als Delegierter des Verwaltungsrates und CEO die Konzernleitung führte. Zum neuen Vorsitzenden der Konzernleitung und somit CEO von Hügli wurde auf den 1.1.2011 Thomas Bodenmann ernannt. Dieser, seit 1995 bei Hügli, ist seit 2001 Mitglied der Konzernleitung, ebenfalls sehr erfolgreich als Leiter der Division Food Service sowie als Landesleiter Schweiz und Österreich. Diese Ernennungen aus den eigenen Reihen bedeuten sowohl Erneuerung wie Kontinuität und schaffen die besten Voraussetzungen für die weitere Hügli-Entwicklung.

Wie beurteilen wir unsere **kurz- und mittelfristigen Geschäftsaussichten**? Wir sind insgesamt zuversichtlich. Die Hügli-Strategie hat sich auch bei rauer See als erfolgreich und widerstandsfähig erwiesen. Wir sind mit unseren vier Divisionen in Kundensegmenten tätig, die mittel- und sogar langfristig gut im Trend liegen – Ausserhaus-Verpflegung (Food Service-Division), Outsourcing der Lebensmittelindustrie (Division Industrial Foods), bio-organische Produkte (Health and Natural Food), Private Labels des Lebensmitteleinzelhandels (Division Private Label). Mit unseren Produktionsstätten in der Schweiz, Deutschland, Italien, England und Tschechien sind wir nahe an den Märkten und in verschiedenen Währungsräumen gut diversifiziert. Vor allem haben wir überall Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, die sich unter schwierigen Bedingungen bewährt haben und die fähig sind, unsere Strategie operativ erfolgreich umzusetzen. Wir können deshalb unsere bisherige Zielsetzung eines organischen Umsatzwachstums von mittelfristig mindestens 5% und eines leicht darüber liegenden Ertragswachstums bestätigen.

Die Rahmenbedingungen für 2010 bleiben schwierig. Die Wirtschaft scheint sich zwar rascher zu erholen als erwartet, doch bleibt die Arbeitslosigkeit hoch und damit die Konsumneigung gedämpft. Sorgen bereitet uns nach wie vor die Entwicklung der für uns relevanten Währungen. Die enorme Staatsverschuldung praktisch überall in Europa und die in dieser Hinsicht bedeutend bessere Position der Schweiz – im Königreich der Blinden ist der Einäugige König – stärkt den Schweizer Franken und schwächt den Euro und das Englische Pfund. Wir erwarten, dass die Schweizerische Nationalbank, gemäss ihrer deklarierten Absicht, eine allzu starke Aufwertung unserer Währung verhindert. Ein Euro-Kurs unter 1.50 CHF schmerzt, ein solcher unter 1.45 CHF schwächt den Produktionsstandort Schweiz, wohl nicht nur bei uns. Auf der positiven Seite sehen wir die tiefe Inflationsrate und die auf erhöhtem Niveau stabileren Rohmaterialpreisen. Hier könnten sich allerdings schon im 2. Halbjahr Erhöhungen ergeben.

Trotz aller Unsicherheiten sind wir aufgrund des Hügli-Potenzials, der Entwicklung im 2. Halbjahr 2009 und erster Ergebnisse im neuen Geschäftsjahr für 2010 recht zuversichtlich. Wir erwarten in 2010 eine organische Umsatzsteigerung von +5% sowie eine überproportionale Zunahme von EBIT und Gewinn.



Finanzkennzahlen <i>in Mio. CHF</i>	2009	2008*	Veränderung
Umsatz	390.4	400.8	-2.6%
EBITDA	46.1	41.1	+12.1%
in % des Umsatzes	11.8%	10.3%	
EBIT	35.3	30.2	+17.0%
in % des Umsatzes	9.0%	7.5%	
Gewinn	23.2	19.4	+19.6%
in % des Umsatzes	5.9%	4.8%	
Geldfluss Betriebstätigkeit	33.9	26.1	+29.9%
Investitionen	15.0	11.0	+36.8%
	31.12.2009	31.12.2008*	
Betriebliches Netto-Vermögen	209.0	207.2	+0.9%
Eigenkapital	105.8	88.9	+19.0%
in % der Bilanzsumme	42.3%	35.4%	
Nettoverschuldung	86.8	95.6	-9.3%
Gearing	0.82	1.08	
Rendite invest. Kapital ROIC	12.6%	10.9%	
Gewinn pro Aktie (in CHF)	48.44	40.55	+19.4%
Brutto-Dividende (in CHF)	13.50	11.00	+22.7%

* 2008 zur Vergleichbarkeit restated gemäss Swiss GAAP FER

Terminkalender

15. April 2010	07.30 Uhr	Medienmitteilung: Jahresbericht 2009, Umsatz Q1 2010
	10.30 Uhr	Medien-/Analystenkonferenz, Widder Hotel, Zürich
19. Mai 2010	16.30 Uhr	Generalversammlung, Seeparksaal, Arbon
21. Mai 2010		ex Dividende Datum
27. Mai 2010		Dividendenzahlung
13. August 2010	07.30 Uhr	Medienmitteilung: Halbjahresbericht 2010

Weitere Auskünfte erteilt:

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

www.huegli.com

Die Hügli Gruppe ist eines der führenden europäischen Unternehmen im Bereich der Entwicklung, der Produktion und des Marketings von Trockenmischprodukten wie Suppen, Saucen, Bouillons, Fertiggerichten, Desserts und funktionalen Nahrungsmitteln. Über 1'400 Mitarbeiter in 9 Ländern verbinden Hügli direkt mit den Kunden und erzielen einen Jahresumsatz von rund CHF 400 Mio. Hügli hat ihren Hauptsitz in Steinach, Schweiz und erwirtschaftet über 85% des Umsatzes im Ausland.