



Medienmitteilung vom 15. April 2014, 07.30 Uhr

Hügli mit Gewinnsprung in 2013, Ausblick positiv

- **Umsatz wächst in 2013 um +13.1% auf CHF 367.3 Mio.**
- **EBIT-Marge erhöht sich auf 8.0%**
- **Gewinn 2013 steigt um +38.8% auf CHF 20.8 Mio.**
- **Erhöhte Dividende von CHF 14.00 pro Aktie beantragt**
- **Ausblick 2014: Weiteres organisches Umsatzwachstum, Steigerung der EBIT-Marge**

Im europäischen Lebensmittelmarkt gut behauptet

Der Hügli Gruppenumsatz erhöhte sich um +13.1% auf CHF 367.3 Mio. Dabei beträgt der Akquisitionseffekt +9.6%, während +1.1% auf die positive Währungsentwicklung entfallen. Die organische Umsatzentwicklung hat nach einem schwachen ersten Halbjahr (-0.2%) im zweiten Halbjahr – bei tiefer Vergleichsbasis – mit +5.0% auf kumuliert 2.4% in 2013 deutlich an Dynamik dazu gewonnen. Mit diesem Wachstum haben wir uns im Vergleich mit der stagnierenden bis leicht rückläufigen Nachfrageentwicklung im Lebensmittelmarkt in Europa gut behauptet. Besonders erfreulich mit +4.9% organischem Umsatzwachstum entwickelte sich unser grösstes Segment Deutschland in einem ausgesprochen kompetitiven Markt. Zusammen mit dem übernommenen Vogeley-Umsatz lag der Umsatzzuwachs gar bei +25.1%. Im Segment Schweiz/Übriges Westeuropa lag das organische Umsatzplus bei +1.4%, im Wesentlichen getragen durch eine gute Entwicklung in UK. Die übrigen Länder – Schweiz, Österreich und Italien – bewegten sich in anspruchsvollen Märkten knapp im Rahmen des Vorjahres. Im Segment Osteuropa gab Tschechien die negative Richtung vor, welche die positiven Entwicklungen in Polen und Ungarn nicht kompensieren konnten. Insgesamt verzeichnete das Segment einen Rückgang von -6.8% in Lokalwährungen.

Unterschiedliche Entwicklungen in den Vertriebsdivisionen

Unter den Vertriebsdivisionen entwickelten sich Brand Solutions (Herstellung von Produkten für Markenunternehmen) mit organischen +17.8% wie auch die Division Consumer Brands (Produktion und Vertrieb eigener Markenprodukte) mit organischen +5.0% überaus positiv. In beiden Divisionen erfreuten sich Produkte aus biologischer Landwirtschaft überdurchschnittlich guter Nachfrage. Die Division Food Industry litt merklich unter dem Abnahmerückgang von Grosskunden im Bereich Konsumentenpackungen. Andererseits entwickelte sich das Geschäft mit geschmacksgebenden Halbfabrikaten gut, konnte aber nur einen Teil kompensieren, womit insgesamt ein organischer Umsatzrückgang von -4.4% resultierte. Die Division Private Label (organisch -1.4%) wurde durch den teils temporären Wegfall von Produktionsaufträgen von grossen Retailern belastet. Die grösste Division Food Service konnte trotz der nach wie vor verhaltenen Konsumneigung in der Gastronomie ein kleines organisches Wachstum von +0.3% erzielen. Gut abgeschnitten haben insbesondere Deutschland und Ungarn. Besonders erfreulich zeigte sich der Turnaround in Polen, wo mit einer neu aufgestellten Vertriebsorganisation hohe Zuwachsraten erzielt wurden. Deutlich unter Erwartung präsentierte sich die Umsatzentwicklung in Tschechien. Durch die erfolgreich verlaufene Integration der Vertriebsaktivitäten der übernommenen Vogeley am Standort in Deutschland ist Food Service insgesamt um +22.8% zum Vorjahr gewachsen und nimmt mit einem Umsatzanteil von 45%, verteilt auf 40'000 Kunden, in der Hügli Gruppe eine zentrale Stellung ein.



Bruttomarge stabilisiert, Ertragskraft deutlich gesteigert

Die Preise für Rohstoffe und Verpackungen haben sich Mitte 2013 auf erhöhtem Niveau stabilisiert, so dass sich im zweiten Halbjahr 2013 – erstmals seit drei Jahren – die Bruttomarge wieder leicht erholen konnte. Der Personalbestand erhöhte sich akquisitionsbedingt um 69 auf insgesamt 1'321 Vollzeitstellen per Bilanzstichtag. Der betriebliche Aufwand, welcher in den vergangenen zwei Jahren dank einem guten Kostenmanagement jeweils gesenkt werden konnte, erhöhte sich im Geschäftsjahr ebenfalls lediglich aufgrund der neu übernommenen Umsätze in Deutschland. Nach einem schwierigen Vorjahr konnte eine EBIT-Steigerung von +36.1% auf CHF 29.3 Mio. im Geschäftsjahr erzielt werden. Die EBIT-Marge des Konzerns verbesserte sich von 6.6% im Vorjahr auf 8.0% in 2013. Damit liegt diese wieder in einem Normalbereich, einerseits auf dem Mittelwert der vorangegangenen zehn Jahre, andererseits noch an der unteren Schwelle des strategischen Zielkorridors von 8%-9%. Der Hügli Konzerngewinn verbesserte sich trotz höheren Steuern deutlich um +38.8% auf CHF 20.8 Mio. Daraus resultierte im Geschäftsjahr 2013 eine Gewinnmarge von 5.7%.

Bilanzstruktur solid, Starker Cashflow

Die per Ende 2012 aufgrund der Akquisition leicht verschlechterten Finanzkennzahlen haben sich in 2013 aufgrund des starken Geldflusses aus Betriebstätigkeit von CHF 40.2 Mio. wieder massgeblich verbessert. Die Nettoverschuldung konnte von CHF 86.8 Mio. im Vorjahr auf CHF 65.4 Mio. und damit auf den tiefsten Wert seit neun Jahren reduziert werden. Das Eigenkapital erhöhte sich gleichzeitig um CHF 11.4 Mio. auf CHF 136.9 Mio., was einer Eigenkapitalquote der Bilanzsumme von 53.4% entspricht. Wie erwartet entspannte sich auch der Verschuldungsfaktor (Nettoverschuldung/EBITDA) signifikant von 2.6x im Vorjahr auf 1.5x per Ende 2013. Die Rendite des betrieblichen Nettovermögens (ROIC) konnte zudem mit 9.8% wieder deutlich gesteigert und ein entsprechender Added Value erzielt werden.

Höhere Dividende

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung vom 21. Mai 2014 die Ausschüttung einer erhöhten Dividende von CHF 14.00 pro Aktie (Vorjahr: CHF 12.00), was einer Ausschüttungsquote von 32% entspricht. Diese erneut über dem langfristigen Zielwert von 25% bis 30% liegende Ausschüttungsquote zeigt die Zuversicht, die Ertragskraft in den kommenden Jahren weiter stärken zu können.

Ausblick 2014 –

Moderates organisches Umsatzwachstum sowie Steigerung der EBIT-Marge

Das erste Quartal 2014 zeigt mit +0.3% eine im Rahmen der Erwartung liegende Umsatzentwicklung, wobei erneut die Division Brand Solutions mit +14.4% klarer Wachstumstreiber war. Aufgrund negativer Währungseinfüsse reduzierte sich der Umsatz in Schweizer Franken leicht von CHF 97.6 Mio. auf CHF 97.3 Mio.

Hügli ist gut positioniert, um alle sich bietenden Chancen zu ergreifen und ein profitables Wachstum zu erwirtschaften. Dies, obwohl die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nach wie vor sehr anspruchsvoll sind. Für das gesamte Jahr 2014 erwarten wir ein moderates organisches Umsatzwachstum im Rahmen des Vorjahres sowie eine weitere Steigerung der EBIT-Marge.



Finanzkennzahlen	in Mio. CHF	2013	2012	Veränderung
Umsatz		367.3	324.8	+13.1%
EBITDA		42.8	33.6	+27.7%
in % des Umsatzes		11.7%	10.3%	
EBIT		29.3	21.5	+36.1%
in % des Umsatzes		8.0%	6.6%	
Gewinn		20.8	15.0	+38.8%
in % des Umsatzes		5.7%	4.6%	
Geldfluss Betriebstätigkeit		40.2	23.8	+68.6%
Geldfluss Investitionstätigkeit		-11.5	-30.3	-62.0%
		31.12.2013	31.12.2012	
Betriebliches Netto-Vermögen		220.7	230.9	-4.4%
Eigenkapital		136.9	125.5	+9.0%
in % der Bilanzsumme		53.4%	48.0%	
Nettoverschuldung		65.4	86.8	-24.6%
Gearing		0.48	0.69	
Rendite invest. Kapital ROIC		9.8%	7.8%	
Gewinn pro Aktie (in CHF)		43.41	31.18	+39.2%
Brutto-Dividende (in CHF)		14.00	12.00	+16.7%

Termine

15. April 2014	07.30 Uhr	Medienmitteilung: Jahresbericht 2013, Umsatz Q1 2014
	10.30 Uhr	Medien-/Analystenkonferenz, Widder Hotel, Zürich
21. Mai 2014	16.30 Uhr	Generalversammlung, Seeparksaal, Arbon
23. Mai 2014		Börsenhandel ex Dividende
28. Mai 2014		Dividendenzahlung (Coupon Nr. 19)
20. August 2014	07.30 Uhr	Medienmitteilung: Halbjahresbericht 2014

Für weitere Auskünfte:

Andreas Seibold, CFO, Tel. +41 71 447 22 50, andreas.seibold@huegli.com
Hügli Holding AG, Bleichstrasse 31, CH-9323 Steinach

Hügli hat den Geschäftsbericht 2013 heute um 07.30 Uhr online veröffentlicht auf:

<http://ir.huegli.com/InvestorRelations/BerichteundPräsentationen/tabid/327/language/de-DE/Default.aspx>

Weitere Finanzinformationen, Informationen zur Corporate Governance und Angaben zur der an der Schweizer Börse kotierten Aktie (SIX Swiss Exchange: HUE / Valorenummer 464795) befinden sich auf unserer Investor Relation Website: <http://ir.huegli.com>

Hügli – one group, many teams, one goal

Hügli wurde 1935 in der Schweiz gegründet und ist heute eines der führenden europäischen Lebensmittelunternehmen im Bereich der Entwicklung, der Produktion und des Marketings von Trockenmischprodukten im Convenience-Segment wie Suppen, Saucen, Bouillons, Fertiggerichten, Desserts, funktionalen Nahrungsmitteln sowie italienischen Spezialitäten. Hügli beliefert die Küchen der professionellen Ausserhausverpflegung (Food Service), stellt Produkte für Markenunternehmen (Brand Solutions) und den Lebensmitteleinzelhandel her (Private Label), ist mit geschmacksgebenden Halbfabrikaten Geschäftspartner von Lebensmittelproduzenten (Food Industry) und vertreibt eigene Marken, vorwiegend in Bio-Qualität, an Konsumenten (Consumer Brands). Über 1'300 Mitarbeitende in 9 Ländern verbinden Hügli direkt mit seinen Kunden und erzielen einen Jahresumsatz von über CHF 360 Mio. www.huegli.com