



Bleichstrasse 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 11. August 2006, 07.30 Uhr

### **Dynamische Umsatzentwicklung – Zwischenjahr bei den Erträgen**

**Der Hügli-Konzern hat im 1. Halbjahr 2006 den Umsatz um 17.3% auf 152.4 Mio. CHF gesteigert. Hohe Markt- und Strukturinvestitionen senken EBIT und Gewinn. Die weiteren Aussichten sind gut.**

Der *konsolidierte Konzernumsatz* entwickelte sich mit +17.3% (+16.0% in Lokalwährungen) dynamisch, wobei 6.3% auf organisches und 11.0% auf akquisitionsbedingtes Wachstum entfallen.

Bei den drei *geographischen Segmenten* wurde ein recht ausgeglichenes Wachstum von je ca. 17% erreicht. Im Segment Schweiz/übriges Westeuropa entfallen dabei gute +7.0% auf organisches Wachstum, in Deutschland +3.8%, während in Osteuropa die etwas verlangsamte Entwicklung organisch erfolgte.

Bei den nach *Kundensegmenten* aufgestellten Vertriebsdivisionen erzielte vor allem *Food Service* – Verkauf an alle Betriebe der Ausserhausverpflegung – mit +18.0%, davon 11.3% organisch, ein starkes Ergebnis. *Industrial Foods* – Verkauf von Halbfertigprodukten an die Lebensmittelindustrie – weist ein Umsatzminus von 2.4% aus, welches jedoch auf den Wegfall der letztjährigen Verkäufe an die inzwischen akquirierte Firma Inter-Planing zurückzuführen ist. Bereinigt beträgt hier das organische Wachstum +7.6%. *Private Label* – Verkauf an grosse Einzelhandelsorganisationen unter deren Marken – wuchs mit +5.6% etwas schwächer als in den Vorjahren, doch wurden hier durch den Aufbau neuer Verkaufsstrukturen die Voraussetzungen für künftiges Wachstum geschaffen. Nach dem Umsatzsprung des Vorjahres konsolidierte sich *Health and Natural Food* mit +3.3%. Unter dem Titel „*Übrige*“ sind vor allem die Umsätze der im letzten Jahr akquirierten Firma Inter-Planing – Direktverkauf an Privathaushalte – enthalten.

In den letzten Jahren ist der Hügli-Konzern bei moderater Kostenentwicklung stark gewachsen. Der Umsatz stieg zwischen 2002 und 2005 um 36%, der EBIT um 150%. Auch für 2006 und die Folgejahre ist ein weiteres dynamisches Wachstum geplant. Es war deshalb nötig, die Strukturen dem neuen Geschäftsumfang anzupassen und zugleich in den weiteren Ausbau der Verkaufsorganisationen zu investieren. Dies führte wie geplant zu einem starken Kostenanstieg im 1. Halbjahr 2006 und zu einem Rückgang des Betriebsergebnisses (*EBIT*) um 7.4% auf 11.5 Mio. CHF und – auch wegen höherer Steuerbelastungen – des *Konzerngewinns* um 20.8% auf 7.6 Mio. CHF.

Bei den *geographischen Segmenten* erzielte Schweiz/übriges Westeuropa trotz der auch hier notwendigen Strukturanpassung mit einer EBIT-Steigerung von 14.1% ein gutes Ergebnis. In Deutschland, dem für den Konzernerntrag wichtigsten Segment, wirkten sich die oben beschriebenen Faktoren besonders stark aus. Hier wurden insbesondere die Qualitätssicherung sowie die Produkteentwicklung stark ausgebaut, aber auch die Verkaufsorganisationen von Food Service und Private Label personell erweitert. Dies führte zu einem Rückgang des



EBIT um 11.7%. In Osteuropa schliesslich verlangte die ausserordentliche Geschäftsentwicklung der letzten Jahre eine Konsolidierung der Strukturen, und zusätzlich wurde eine flächendeckende Verkaufsorganisation für Food Service in Polen aufgebaut. Der EBIT verminderte sich deshalb auf 2.6 Umsatzprozente.

Die Kennzahlen der konsolidierten Bilanz zeigen ein nach wie vor erfreuliches und solides Bild. Die Nettoverschuldung konnte um knapp 5 Mio. CHF abgebaut werden. Das Eigenkapital erhöhte sich um 3.2 Mio. CHF auf 86.0 Mio. CHF (nach Belastung der Kapitalrückzahlung von 5.0 Mio. CHF) und erreicht 42.5% der Bilanzsumme gegenüber 41.9% Ende 2005.

Die dynamische Umsatzentwicklung bestätigt die gute strategische Ausrichtung von Hügli. Durch den Ausbau unserer Strukturen schaffen wir die sichere Grundlage für weiteres Wachstum von Umsatz und Ertrag. Wir sind deshalb für die nähere und weitere Zukunft sehr zuversichtlich. Wir erwarten für das zweite Halbjahr 2006 anhaltend gute Umsätze mit einem Plus für das Gesamtjahr von ca. 13%, davon 7% organisch. Der Ertrag wird sich im zweiten Halbjahr auch im Vergleich zum Vorjahr verbessern und für das Gesamtjahr 2006 beim Betriebsergebnis (EBIT) leicht über, beim Konzerngewinn jedoch unter Vorjahr liegen.

**Finanzkennzahlen**

<i>in Mio. CHF</i>	<b>1H06</b>	<b>1H05</b>	<b>Veränderung</b>
Umsatz	152.4	129.9	+17.3%
EBITDA	15.8	15.9	-0.9%
in % des Umsatzes	10.3%	12.3%	
EBIT	11.5	12.4	-7.4%
in % des Umsatzes	7.5%	9.5%	
Konzerngewinn	7.6	9.6	-20.8%
in % des Umsatzes	5.0%	7.4%	
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	13.3	8.5	+57.3%
Investitionen	7.5	3.2	+133.3%
	<b>30.06.2006</b>	<b>31.12.2005</b>	
Betriebliches Netto-Vermögen	163.0	165.2	-1.4%
Eigenkapital	86.0	82.8	+3.8%
in % der Bilanzsumme	42.5%	41.9%	
Nettoverschuldung	62.3	67.1	-7.1%
Gearing	0.7	0.8	

Weitere Auskünfte erteilt:

Andreas Seibold, CFO, Tel. +41 71 447 22 50, andreas.seibold@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 1'000 Mitarbeiter in 9 Ländern verbinden Hügli direkt mit den Kunden und erzielen einen Jahresumsatz von rund 300 Mio. CHF.*