

Hügli Holding AG

Bleichestrasse 31
CH-9323 Steinach
Tel. +41 71 447 22 50
Fax. +41 71 447 22 51
andreas.seibold@huegli.com



Medienmitteilung vom 27. Januar 2009, 07.30 Uhr

Anhaltend gutes organisches Umsatzwachstum Steigerung des operativen Ergebnisses

Die Hügli Gruppe hat im Geschäftsjahr 2008 einen Umsatz von CHF 400.8 Mio. erreicht. Dies entspricht einer Wachstumsrate von 16.0%, wobei erfreuliche 11.1% auf organisches Wachstum in lokalen Währungen entfallen, 8.5% auf neu akquirierte Gesellschaften und -3.6% auf negative Währungseffekte. Erneut konnte das Wachstum breit abgestützt in allen Ländersegmenten und Divisionen erzielt werden. Für die Jahresrechnung 2008 wird ein operatives Ergebnis EBIT über Vorjahr und ein Gewinn im Rahmen des Vorjahres erwartet.

Die Umsatzentwicklung nach geographischen Verantwortungsbereichen und nach Kundensegmenten / Divisionen gliedert sich wie folgt:

<u>Umsatz 2008</u>	<u>in Mio. CHF</u>	<u>Wachstum in CHF</u>	<u>Wachstum in Lokalwährungen</u>
Deutschland	214.8	+7.8%	+11.6%
Schweiz / Übriges Westeuropa	133.8	+33.0%	+39.1%
Osteuropa	52.2	+14.6%	+9.4%
Total Gruppe	400.8	+16.0%	+19.6%
Division Food Service	165.8	+11.2%	+13.0%
Division Private Label	87.3	+22.3%	+24.3%
Division Industrial Foods	70.6	+42.2%	+52.8%
Division Health and Natural Food	55.3	+4.7%	+8.2%
Diverse	21.7	-2.9%	+0.5%
Total Gruppe	400.8	+16.0%	+19.6%

Wie erwartet entwickelte sich das zweite Halbjahr 2008 in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld weiterhin solid mit einem organischem Umsatzwachstum von 7.4%, nach einem fulminanten, von zyklischen Umsätzen geprägten ersten Halbjahr mit einer ausserordentlichen Wachstumsrate von 15.3%. Das organische Wachstum 2008 der **Gruppe** von 11.1% bedeutet eine weitere Stärkung der Marktposition von Hügli in allen Segmenten. Dabei betrug das Volumenwachstum 7.0%.

Die einzelnen **geographischen Konzernsegmente** entwickelten sich unterschiedlich. Im Segment *Deutschland* stieg der Umsatz organisch in lokaler Währung um hohe 11.6%, getragen durch alle Divisionen, am massgeblichsten jedoch durch die in Deutschland besonders starke Division Private Label.



Das Segment *Schweiz / Übriges Westeuropa* erwirtschaftete organisch ebenfalls gute 11.1%, wobei insbesondere England und die Schweiz erfreuliche Zuwachsraten aufwiesen. Neu dazugekommen sind die beiden Akquisitionen, Ali-Big in Italien und Contract Foods in England, welche ein akquisitionsbedingtes Wachstum von insgesamt CHF 25.9 Mio. beisteuern.

Das bisher starke Wachstumssegment *Osteuropa* fiel in 2008 auf eine organische Wachstumsrate von 9.4% zurück, bedingt durch eine umfassende Restrukturierung, welche im zweiten Halbjahr schon erste positive Resultate brachte. Wir sind nach wie vor zuversichtlich, dass Osteuropa zu einem wichtigen Pfeiler des Konzerns heranwachsen wird.

In der Gliederung nach länderübergreifenden **Kundensegmenten** erzielte die *Division Food Service* – Verkauf an Hotels, Restaurants, Caterer, Spitäler und andere Institutionen – mit einem organischen Wachstum von 6.8% weiterhin einen soliden Wert. Herausragende Leistungen waren in den Länderorganisationen der Schweiz, Deutschland und Österreich zu verzeichnen. Insgesamt noch nicht zufriedenstellend sind die sich in einem Turnaround befindlichen Länder Polen und Slowakei. Die Firma Ali-Big brachte neben einem akquisitionsbedingten Wachstum von 6.2% in Italien im Besonderen die Einführung der für Hügli neuen italienischen Spezialitäten (Antipasti, Saucen) in allen acht Länderorganisationen, mit einer durchwegs sehr guten Marktresonanz.

Die *Division Private Label* – Verkauf an grosse Einzelhandelsunternehmen unter deren eigenen „Labels“ – gelang für das ganze Jahr ein eigentlicher Umsatzsprung von 24.3%. Der Trend zu Produkten mit einem besseren Preis-/Leistungsverhältnis hat sich sowohl im Preiseinstiegs- als auch Premium-Eigenmarkensegment weiter verstärkt.

Neben den Listungen bei Discountern und anderer Retail-Ketten haben sich auch die Aktions-Verkäufe, schwerpunktmässig im ersten Halbjahr, dynamisch entwickelt.

Die *Division Industrial Foods* – Verkauf von Fertig- und Halbfertigprodukten an die Lebensmittelindustrie – konnte fast unvermindert an das gute Vorjahr anknüpfen und erzielte im Geschäftsjahr ein organisches Wachstum von 13.5%. Während England trotz der momentanen Wirtschaftskrise zulegte und auch die Schweiz überdurchschnittlich wuchs, zeigt sich bei den gewerblichen Kunden in Deutschland bei Bestellungen eine gewisse Zurückhaltung. Die neu akquirierte Firma Contract Foods in England entwickelte sich in den ersten 11 Monaten bei Hügli entsprechend unserer Erwartungen.

Die *Division Health and Natural Food* – Verkauf an den europäischen Bio- und Reformfachhandel – verzeichnete ein Umsatzplus von 8.2%. Im strukturell bedingt rückläufigen Reformmarkt in Deutschland konnte der Vorjahresumsatz gehalten werden. Im Naturkostfachhandel hingegen wurde erneut ein deutlicher, über der allgemeinen Marktentwicklung liegender Umsatzzuwachs erzielt. Ebenfalls sehr positiv entwickelten sich weiterhin die Drogeriemärkte und der Export.

Nach einer durch hohe Rohmaterialpreise deutlich belasteten Ertragslage im ersten Semester konnte sich diese im zweiten Halbjahr wie erwartet verbessern. Wir rechnen für das gesamte Jahr 2008 mit einem **operativen Ergebnis EBIT** über Vorjahr und einem **Gewinn** im Rahmen des durch einen einmaligen Finanzertrag beeinflussten Vorjahreswertes.



Die **mittelfristigen Zielsetzungen** können wir dank unserer erfolgreichen strategischen Positionierung bestätigen. Die vorübergehend auf die Ertragskraft drückenden Integrations- und Reorganisationsprojekte in Italien und England sowie die Restrukturierung in Osteuropa sind auf gutem Weg. Die Situation bei den Rohstoffpreissteigerungen, begleitet von enormen Volatilitäten, hat sich auf höherem Niveau entspannt. Die wirtschaftlich schwierigen Zeiten und insbesondere die stark verschlechterten Währungsrelationen werden jedoch darüber hinaus ein herausforderndes Umfeld darstellen. Es wird weiterhin ein auf alle Divisionen breit diversifiziertes Umsatzwachstum über Marktniveau von mindestens 5% in lokalen Währungen angestrebt, vermehrt jedoch mit Fokus auf Ertrag, sowie eine EBIT-Marge von über 8%.

Detaillierte Informationen zum Geschäftsjahr 2008 sowie ein Ausblick 2009 werden an der Medien- und Analystenkonferenz am 15. April 2009 publiziert.

Terminkalender

15. April 2009	07.30 Uhr	Medienmitteilung: Jahresbericht 2008
	10.30 Uhr	Medien-/Analystenkonferenz, Hotel Widder, Zürich
13. Mai 2009	16.30 Uhr	Generalversammlung, Seeparksaal, Arbon
07. August 2009		Nennwertrückzahlung
14. August 2009	07.30 Uhr	Medienmitteilung: Halbjahresbericht 2009

Weitere Auskünfte erteilt:

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

www.huegeli.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 1'300 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.