

## 112. Geschäftsbericht 2007

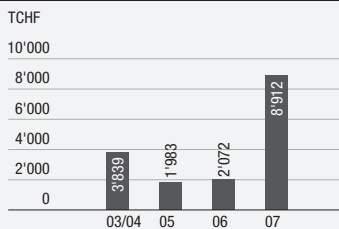


# 2007: Geschäftsjahr mit Rekorden (2006er Zahlen inklusive Multiforsa AG)

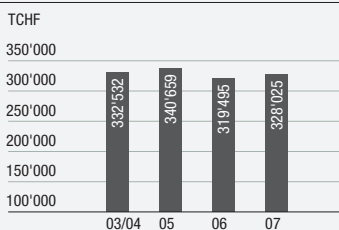
## Die HOCHDORF-Gruppe

Die HOCHDORF-Gruppe mit Hauptsitz im luzernischen Hochdorf unterhält drei Produktionsstandorte in der Schweiz und erzielte 2007 mit 435 Mitarbeitenden einen konsolidierten Brutto-Umsatz von CHF 328.0 Mio. Sie ist eines der führenden Nahrungsmittel-Unternehmen der Schweiz. Aus natürlichen Rohstoffen wie Milch und Weizenkeimen gewonnen, leisten die HOCHDORF-Produkte seit 1895 einen Beitrag zu Gesundheit und Wohlbefinden von Babys bis hin zu Senioren. Zu den Kunden zählen die Lebensmittelindustrie, der Detailhandel, Bäckereien und die Gastronomie. Die Produkte werden in über 40 Ländern verkauft.

### Reingewinn



### Umsatz (Bruttoverkaufserlös)



## Unser strategisches Ziel:

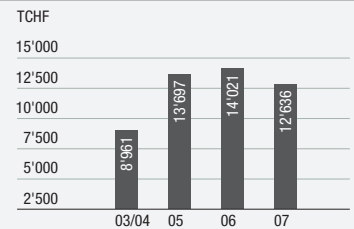
«BEST PARTNER» sein, als Nahrungsmittel-Hersteller mit einer breiten Palette von Produkten und Spezialitäten den besten Kundennutzen generieren, in definierten Marktsegmenten Marktführer werden und bis im Jahr 2015 einen Gesamtumsatz von CHF 750 Mio. mit einer Cash-flow-Rate von  $\geq 7.5\%$  erzielen.

## Die Toplines im Vorjahresvergleich:

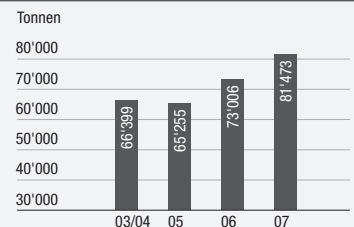
### Die HOCHDORF-Gruppe

- erhöht den Reingewinn um 330 % auf CHF 8.9 Mio. (inklusive Gewinn aus Verkauf Multiforsa AG);
- erhöht den EBIT um 139.4 % auf CHF 6.6 Mio.;
- erhöht den EBITDA um 32.8 % auf CHF 16.2 Mio.;
- erhöht den Umsatz um 2.7 % auf CHF 328.0 Mio. (2006 waren noch CHF 27.3 Mio. der per 1.1.07 verkauften Multiforsa AG enthalten; dies berücksichtigend Erhöhung des Umsatzes um 12.3 %);
- steigert die verarbeitete Milchmenge um 16.6 % auf 295 Mio. kg
- erzielt mit der Aktie eine Kurssteigerung von 64.6 %;
- erhöht die Börsenkapitalisierung von CHF 71.1 Mio. auf CHF 117.0 Mio.;
- verdoppelt die beantragte Dividende von 24 % auf 48 %;
- erhöht den Eigenfinanzierungsgrad von 53.7 % auf 56.3 %.

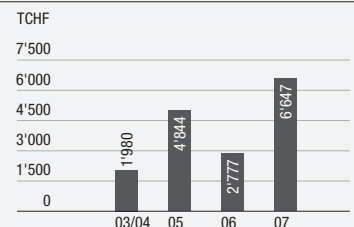
### Erarbeitete Mittel (Cashflow)



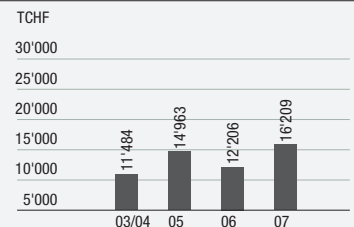
### Gesamtvolumen



### EBIT

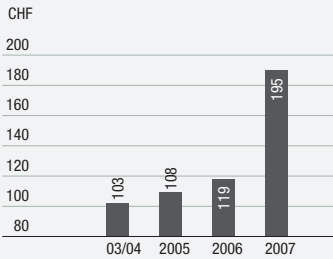


### EBITDA

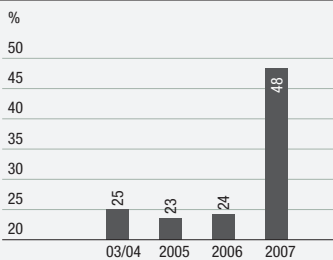


# HOCHDORF-Aktie

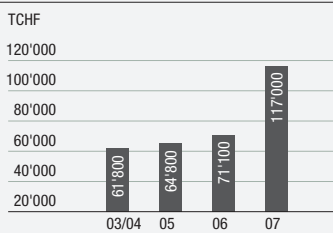
**HOCHDORF-Aktienkursentwicklung per 31.12**



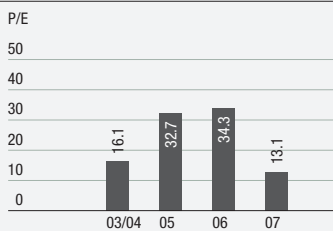
**HOCHDORF-Dividendenentwicklung per 31.12**



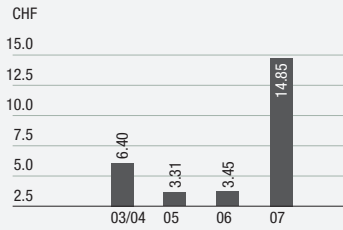
**Börsenkapitalisierung**



**Kurs-Gewinn-Verhältnis**



**Gewinn pro Aktie**



**Segmentierung des Aktionariats**

VR und Management	1.9%
Banken	3.9%
HOCHDORF Pensionskasse	8.5%
Institutionelle	30.8%
Natürliche Personen	54.9%

**Aktionäre nach Kategorien per 31.12.07**

Bezeichnung	Eingetragene Aktionäre
Natürliche Person	801
Juristische Person	57
Pensionskassen (PK)	15
Versicherungen (VS)	1
Fonds	1
Übrige Stiftungen	11
Banken (BK)	10
<b>Total</b>	<b>896</b>

**Aktionäre nach Streuung per 31.12.07**

Anzahl Aktien	Eingetragene Aktionäre
1-10	46
11-100	329
101-1'000	458
1'001-10'000	54
10'001 und mehr	9
<b>Total</b>	<b>896</b>

# 2008: Ausblick

Den Fokus legen wir 2008 auf ertrageiches Wachstum bei optimaler Kosteneffizienz. Die Zukunftsaussichten und die Chancen für die HOCHDORF-Gruppe erachten wir als intakt:

- Infolge steigender Weltbevölkerung und höherer Kaufkraft besteht ein sehr grosses Potenzial auf Exportmärkten für in der Schweiz hergestellte Produkte.
- Die politischen Rahmenbedingungen für die Milchproduktion im Grasland Schweiz werden zusehends besser.
- Organisches und zugekauftes Wachstum sowie Erweiterungsinvestitionen sichern die zukünftige Marktstellung.
- Die angestrebte Wachstumsstrategie und substanzielle Kosteneffizienzprogramme lassen erneut auf ein gutes Geschäftsjahr 2008 schliessen.
- Die Kontinuität bei den Führungskadern ist sichergestellt.

# Das HOCHDORF-Leitbild

## Unsere Vision

### Best Partner

«Best Partner» ist der Ausdruck unserer festen Überzeugung, dass eine positive Zukunftsgestaltung auf ethischen Werten basieren muss. Der Beste zu sein, kann nur gelingen, wenn wir dies auf partnerschaftlicher Ebene anstreben. Und Partner sind wir alle – Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, vom Lehrling bis zum Geschäftsführer. Und selbstverständlich auch unsere Kunden, Lieferanten, Aktionäre und Behörden, alle, die mit uns in Kontakt stehen.

## Unsere Mission

### Durch das Veredeln und Haltbarmachen von Nahrungsmittelrohstoffen leisten wir einen Beitrag zur Ernährung von Menschen.

Der Kunde und Konsument steht im Mittelpunkt unseres Wirkens. Neue Produkte zu entwickeln, ist unser tägliches Engagement. Wir wollen führend in Qualität und Qualitätssicherung sein. Das Trocknen und Mischen bleibt unser Kerngeschäft. Die Technologien dazu werden laufend optimiert.

*„Wahre Ethik fängt an, wo der Gebrauch der Worte aufhört.“*

(Albert Schweitzer)

## Unsere Werte

**Auf unserem Weg durch ein Jahrhundert haben sich die nachfolgenden Werte herausgebildet und bewährt. Durch das Leben dieser Werte erreichen wir von Menschlichkeit geprägte Partnerschaften.**

## Vertrauen

Kern unseres Verhaltens ist gegenseitiges Vertrauen. Es äussert sich durch gegenseitige Loyalität und Verlässlichkeit sowie den festen Glauben an gemeinsame Ziele.

## Aufrichtigkeit

Unser Zusammenwirken ist geprägt von Aufrichtigkeit. Darunter verstehen wir ein offenes und ehrliches Aufeinanderzugehen. Dies verlangt eine hohe Bereitschaft zu Selbstkritik und sachbezogener Auseinandersetzung.

## Respekt

Wir achten unsere Mitmenschen und ihre Leistungen. Wir betrachten eine intakte Umwelt als Notwendigkeit für eine erfolgreiche Zukunft – entsprechend verhalten wir uns.

## Verantwortung

Unsere Verantwortung äussert sich in unserem täglichen Denken, Tun und Lassen. Sie beginnt mit dem konstanten Streben nach Qualität, die der Kunde verlangt. Erkannte Probleme lösen wir eigenverantwortlich und selbstständig. Wir lassen unseren Produkten und Ressourcen die grösste Sorgfalt zukommen. Wir fordern uns gegenseitig und fördern dadurch die persönliche Entwicklung.

## Freude

Unser Engagement soll begleitet sein von der Freude an der Leistung und am Erfolg, der Akzeptanz eigener Unvollkommenheit und von Humor.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Das Wichtigste im Überblick</b>	2–3
<b>HOCHDORF-Leitbild</b>	4
<b>Editorial</b>	6–9
<b>Meilensteine 2007</b>	12–13
<b>Finanzbericht und Kennzahlen</b>	14–15
<b>Die Firmen der HOCHDORF-Gruppe</b>	
HOCHDORF Swiss Milk AG	17
HOCHDORF Nutribake AG	18
HOCHDORF Nutrifood AG	21
HOCHDORF Nutrition AG	22
HOCHDORF Nutricare AG	25
HOCHDORF Nutritec AG	26–27
<b>Corporate Governance</b>	30–37
<b>Adressen und Impressum</b>	38
<b>Jahresrechnung (separater Bund)</b>	

## Editorial

### Das Geschäftsjahr im Überblick: Für HOCHDORF ein Rekordjahr!

#### Das vergangene Geschäftsjahr 2007 stand im Zeichen von Rekorden. Die gesteckten Ziele wurden grösstenteils erreicht.

Bereinigt um die Zahlen der Multiforsa AG, die per 1.1.07 verkauft wurde, erzielte die HOCHDORF-Gruppe Rekorde bei der Milchverarbeitung, beim Umsatz, bei den Ertragsresultaten EBITDA, EBIT und Unternehmensgewinn, beim Cashflow und Free Cashflow, beim Eigenkapital (CHF 104.5 Mio.; VJ: CHF 97.7 Mio.) und nicht zuletzt auch beim Aktienkurs, der um fast 65% stieg. Zusätzlich wurden 29 neue Arbeitsplätze geschaffen. Einschneidend und prägend waren die stark gestiegenen Kosten, insbesondere die Rohstoffkosten, die erst mit starker Verzögerung an den Markt weitergegeben werden konnten und die Erfolgsrechnung 2007 damit überproportional belasteten.

### Wie hat sich die HOCHDORF- Gruppe strategisch entwickelt?

Es ist noch gar nicht lange her, nämlich 1999, da erzielte die damalige Schweizerische Milch-Gesellschaft AG an ihrem einzigen Standort Hochdorf einen Umsatz von CHF 115 Mio. mit rund 179 Mitarbeitenden und einem Exportanteil von 4.1%, verarbeitete 102.3 Mio. kg Milch, und wies ein Eigenkapital von CHF 25.2 Mio. aus. Der damalige Aktienkurs lag bei umgerechnet CHF 62. 1999 waren auch die dringend notwendigen Veränderungen in der schweizerischen Agrarpolitik absehbar. Damit wurde der entscheidende Reformbedarf unseres Unternehmens offensichtlich. Der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung entschieden sich zu einer fokussierten Wachstumsstrategie mit organischem und akquisitorischem Wachstum. 2001 kauften wir die Multiforsa AG und übernahmen das Bäckerei- und Gastrogeschäft der Nutriswiss AG, 2003

folgte das Werk in Sulgen, und 2004 akquirierten wir das Bäckereigeschäft der Valora AG. Zwischen 1999 und 2002 versuchten wir, mit der HOCHDORF Constance GmbH ein EU-Standbein aufzubauen, was wir 2003 beendeten. Heute, bezogen auf das letzte Geschäftsjahr 2007, produziert die HOCHDORF-Gruppe mit ihrer neuen Struktur seit 1.1.06 mit 435 Mitarbeitenden an drei Standorten, verarbeitet 295 Mio. kg Milch, erzeugt einen Bruttoumsatz von CHF 328.0 Mio. und exportiert in über 40 Länder, was einem Anteil von über 22% ihres Umsatzes gleichkommt. Sie verfügt mit 56.4% über eine grundsolide Eigenkapitalbasis und ist seit dem 1. Juli 2006 auch an der Berner Börse kotiert.



Hans-Rudolf Schurter  
Präsident des Verwaltungsrates



Damian Henzi  
CEO der HOCHDORF-Gruppe

### **Was bedeutet Corporate Governance in der HOCHDORF-Gruppe?**

Viel, sehr viel wurde in den letzten Monaten über Corporate Governance und Risikomanagement, insbesondere im bis anhin hochgelobten Finanzsektor, geschrieben. Doch was verbirgt sich hinter «Good Governance» und «Best Practice»? Nichts anderes als eine Unternehmensführung, die nach bestem Wissen und Gewissen erfolgt. Eine Unternehmensführung, die sich an den Zielen aller Anspruchsgruppen orientiert und die dafür sorgt, dass das Unternehmen langfristig und vor allen Dingen nachhaltig und rentabel wächst. Verwaltungsrat, Geschäftsleitung und alle Mitarbeitenden der HOCHDORF-Gruppe tragen mit viel Herzblut dazu bei, dass diesen Zielen nachgelebt wird. Die Resultate sind überzeugend und strategiekonform.

### **Welches waren die wichtigsten Einflüsse des Geschäftsjahres 2007?**

Kostensteigerungen in allen Bereichen, insbesondere bei den Rohstoffen, jedoch auch bei den Transport- und Energiekosten und den spezifischen Projektkosten, stellten die grösste Herausforderung dar. Zudem behinderten Kapazitätsengpässe auf den Hauptprozesslinien ein zusätzliches beschleunigtes Wachstum. Das explodierende Ausmass dieses Kostenschubs hatte in diesem Umfang auch niemand erwartet. Verschiedene makroökonomische Faktoren führten zu dieser Hausse. Diese Kosten werden auch in den nächsten Jahren auf hohem Niveau bleiben oder sogar noch ansteigen; dies aus folgenden Gründen:

- Anstieg der Weltbevölkerung und höherer Pro-Kopf-Konsum;
- allgemein gute Konjunktur und verstärkte Nachfrage aus den grossen Schwellenländern wie China, Indien, Brasilien;
- beschränkte natürliche Ressourcen/Anbauflächen und dazu verstärkte Konkurrenz mit nachwachsenden Rohstoffen für die Produktion von Bio-Treibstoffen;
- Dürren in den wichtigen Produktionsländern, was zu weltweit tiefen Lagern für Milchpulver, Getreide, Butter führte.

### **Welches sind die strategischen Herausforderungen, und wie gehen wir mit ihnen um?**

Das Monitoring-Instrument der für die HOCHDORF-Gruppe relevanten landwirtschaftlichen und wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen wird laufend nachgeführt; daher waren wir auch im vergangenen Jahr immer bereit, auf Veränderungen und neue Herausforderungen sofort reagieren zu können. Es geht dabei nicht nur um die wirtschaftspolitische Entwicklung. Das Lebensmittelrecht, die Lebensmittelsicherheit, die entsprechenden Gesetze und die Innovationen im Allgemeinen waren ebenso relevant. Ein professionelles, detailliertes Risikomanagement dient uns zusätzlich als Früh-Radar.

Die strategischen Herausforderungen der HOCHDORF-Gruppe liegen vor allem in der Bewältigung der Ausbauinvestitionen, in der laufenden Evaluierung und Befriedigung von Kundenbedürfnissen, des Milchmarktes (Volumen/Preis) und in der zunehmenden Öffnung des Marktes für Agrarprodukte. Unser Ziel war und ist es, die Milchmenge und «Milchmarge» auszudehnen und Partnerschaften in allen Bereichen zu suchen und vorzubereiten. Die Volatilität der Milchpreise im vergangenen Geschäftsjahr hat uns gezeigt, dass wir damit auf dem richtigen Weg sind.

Im Geschäftsbericht des Jahres 2006 haben wir den Fokus auf drei strategische Ausrichtungen gelegt:

- Ausbau des Exportgeschäftes;
- Konzentration auf die Produktion und den Vertrieb von Nahrungsmitteln für den Menschen;
- Reduktion der Milchabhängigkeit.

Bei allen drei Punkten konnten wir uns 2007 behaupten:

Die Gesamt-Exportquote liegt nun bei 22.2 % (VJ: 21.2 %), das Exportgeschäft der Firma HOCHDORF Nutricare liegt bei 100%; durch eine eindeutige Konzentration auf Nahrungsmittel (Verkauf der Multiforsa AG) sind wir gegen aussen klar positioniert. Auch die Reduktion der Milchabhängigkeit durch den zügigen Ausbau der «milchunabhängigen» Geschäfte brachte uns auf gute Wege.

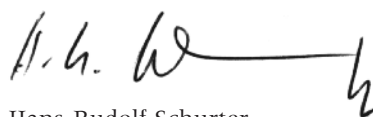


### **Was waren 2007 die wichtigsten operativen Ereignisse?**

Klar bestimmend waren dieses Jahr der Ausbau der Qualitätssicherung in der Produktion, der Beginn der Erarbeitung einer Supply-Chain-Strategie, die Erarbeitung eines Risikomanagementsystems mit dem entsprechenden Katalog und der Bewertung von Risiken, die Konsolidierung des neuen, voll integrierten ERP-/IT-Systems, der Aufbau neuer Märkte und Kundenbeziehungen und selbstverständlich die Pflege des bestehenden Portfolios. Beschäftigt hat uns vor allem auch, wie erwähnt, die Rohstoffpreishaussage, die sehr viele, wenn nicht fast alle unserer Produkte betraf und die wir teilweise, wie alle anderen Nahrungsmittelproduzenten auch, mit Preiserhöhungen unseren Kunden weitergeben mussten. Das permanente Produzieren am Rande der Kapazitätslimiten war sehr anforderungsreich, bescherte uns jedoch klare Skalengewinne. Die geplanten Ausbauinvestitionen sollen uns den nächsten Wachstumsschritt ermöglichen. Durchgeführte Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheitsumfragen bezeugten uns zudem gute bis sehr gute Ergebnisse und klare Fortschritte.

### **Wie beurteilen wir den Ausblick und die Chancen für die HOCHDORF-Gruppe?**

Die Zukunftsaussichten für die HOCHDORF-Gruppe und für alle ihre Firmen sind intakt. Das Marktpotenzial für qualitativ hochstehende Nahrungsmittel «made in Switzerland» ist aufgrund der steigenden Weltbevölkerung und der höheren Kaufkraft enorm – und wir sind dafür sehr gut positioniert. Wir wollen weiterhin organisch wachsen; dazu investieren wir in die Erweiterung der Produktionsanlagen sowie in neue, ergänzende Technologien. Zugekauft Wachstum durch Akquisitionen zur strategischen Ergänzung unseres Portfolios gehen wir aktiv an. Konstanz und Kontinuität bei den verantwortlichen Führungskadern – auf allen Stufen – bürgen weiterhin für nachhaltigen Erfolg. Der Fokus unserer Tätigkeiten liegt weiterhin auf ertrageichem Wachstum bei optimaler Kosteneffizienz.

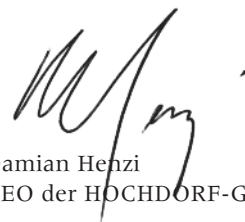


Hans-Rudolf Schurter  
Präsident des Verwaltungsrates

Um unser geplantes Wachstum bei immer noch solider Eigenkapitalquote effizient finanzieren zu können, werden wir unseren Aktionären an der Generalversammlung vom 16. Mai 2008 eine Kapitalerhöhung beantragen.

Allen unseren Anspruchsgruppen oder Stakeholdern gebührt ein grosses Dankeschön. Speziell jedoch möchten wir an dieser Stelle allen Aktionärinnen und Aktionären für das Vertrauen und die Loyalität als Kapitalgeber danken und natürlich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der HOCHDORF-Gruppe für den unermüdlichen BEST PARTNER Einsatz – sie haben diesen Erfolg auch ermöglicht. Wir alle haben in den vergangenen Jahren bewiesen, dass wir auch schwierige Marktsituationen erfolgreich meistern können.

Wir freuen uns auf ein weiteres erfolgreiches und bewegendes Jahr.



Damian Henzi  
CEO der HOCHDORF-Gruppe









Die Schweizer Schokoladenindustrie ist weltweit bekannt für ihre feinen, zartschmelzenden Produkte. Gewisse Chocolatier-Kreationen sind so einzigartig und berühmt wie das Matterhorn. Dabei ist gut zu wissen: Wo immer Sie auf dieser Welt die Schokolade mit den Ecken geniessen – es steckt immer Milchpulver von HOCHDORF drin.

## Meilensteine 2007

### Januar

Verkauf des Geschäftsbereichs Tiergesundheit (Multiforsa AG). Konzentration auf das Kerngeschäft: Entwicklung, Produktion sowie nationale und internationale Vermarktung von hochwertigen Lebensmitteln für Menschen.

Markteinführung des neuen Sortiments Sélection Grand Moulin mit den Premium-Brotsorten Feigen, Nuss, Oliven.

### Februar

Beginn einer weiteren intensiven Zusammenarbeit mit Hochschulen, um in der Hygieneausrichtung der Babyfoodproduktion an vorderster Front mit dabei zu sein.

Aktiver Klimaschutz: Durch die Installation einer Erdgasfeuerung am Hauptsitz in Hochdorf werden eine Reduktion des CO<sub>2</sub>-Ausstosses um über 36% und eine Energieeinsparung von 10% erzielt. Erdgas, welches gegenüber Erdöl ökologisch vorteilhafter ist, kommt fortan an allen drei Standorten zum Einsatz.

### März

Markteinführung von Lutein-Kapseln auf pflanzlicher Basis mit Weizenkeimöl. Lutein ist Bestandteil des Pigments der Makula im Auge und schützt vor der schädigenden Wirkung freier Radikale (das sind Moleküle, die das Gewebe angreifen können).

### April

Aufnahme des Babyfood-Geschäfts mit China unter der HOCHDORF-Marke BABINA. Der Geschäftspartner ermöglicht HOCHDORF den Zugang zu über 5000 Detailhandelsläden.

Historischer Milchrekord: Im Monat April verarbeitet die HOCHDORF-Gruppe 35.1 Mio. kg Milch. Ein Spitzenwert in der 112-jährigen Geschichte des Unternehmens.

### Mai

Markteinführung eines kompletten Sportnahrungssortiments unter der HOCHDORF-Marke GETFIT. Es umfasst die vier Bereiche Sport, Power, Fitness und Wellness und beinhaltet eigene HOCHDORF-Innovationen (z.B. Regenerationsdrink für die Nacht, Nordic Walking GO und Nordic Walking Relax).

Das Babyfood-Geschäft in Russland startet mit einem grossen Erfolg: Die in Hochdorf hergestellte Ergänzungsnahrung für schwangere Frauen erhält am FCN-Forum über funktionale Ernährung und Kindernährmittel in Moskau die Silbermedaille.

Der historische Milchrekord vom April wird nochmals übertroffen: Im Mai verarbeitet HOCHDORF 36.36 Mio. kg Milch. Diesen Spitzenwerten folgt eine rasch einsetzende Milchknappheit, bedingt durch eine erhöhte Nachfrage weltweit. HOCHDORF stellt Gesuch für aktiven Veredelungsverkehr (d.h. Import von Milch zwecks Veredelung), um die Anlagen auch im Sommer besser auszulasten. Die Saisonalität stellt die Gruppe immer wieder vor grosse Herausforderungen.

Dank der ausserordentlich hohen Nachfrage am Weltmarkt nach Milchpulver und dank den Möglichkeiten der neuen Agrarpolitik – die Milchkontingentierung wird aufgehoben, ab 2006 mit und ab Mai 2009 ohne Einschränkungen – sollte es möglich werden, die Werke auf einem höheren und auch konstanteren Niveau auszulasten.

### **Juni**

HOCHDORF geht eine Kooperation mit dem global tätigen Unternehmen Liptis Pharmaceuticals (Ägypten) ein, was den Zugang zu 12 Ländern des Mittleren Ostens öffnet.

Markteinführung von Pain du Midi, einer Brot-Sommerspezialität im Premium-Sortiment mit südländischem Charakter.

Die Implementierung des neuen gruppenweiten ERP-Systems wird nach zwei intensiven und anforderungsreichen Jahren als Projekt erfolgreich abgeschlossen.

Die gute Marktlage beim Milchpulverexport ermöglicht es HOCHDORF, mit den Milchproduzenten partnerschaftlich eine Erfolgsbeteiligung zu vereinbaren, die vom Exporterlös abhängig ist.

### **Juli**

Die Athleten des Schweizer Ruderachters setzen nach einer Testphase auf das HOCHDORF-Sportnahrungssortiment GETFIT.

### **September**

Erste Lieferungen eines vollständigen Sortiments von Säuglingsmilchen unter der Marke LACTANA in den Iran.

Markteinführung von gewürzten Weizenkeimen mit italienischen Kräutern bei Coop.

Es beginnen harte Preisverhandlungen infolge der gestiegenen Rohstoffpreise; HOCHDORF muss die Preise zum Teil massiv anheben.

Die jährlich durchgeführte, unabhängige Cash-Award-Mitarbeiterzufriedenheits-Studie erbringt nach den intensiven Jahren der Neustrukturierung (Holding-Organisation) und der Einführung eines neuen ERP stark verbesserte Resultate.

### **Oktober**

Markante Milchpreissteigerung aufgrund der guten Marktlage. Milchpreise müssen an die verarbeitende Industrie weitergegeben werden. Absurd: zeitweise sind die Preise für Milchpulver in der Schweiz tiefer als in der EU. Das wird in der Folge zu Problemen beim Schoggigesetz führen, wenn sich die Verhältnisse wieder wenden werden.

HOCHDORF unterschreibt einen Kontrakt mit Ebro Puleva für die Einführung eines Säuglingsmilchsortiments im spanischen Markt.

### **November**

Markteinführung von LUPIDOR, einem Sortiment von Ingredients auf der Basis von Lupinen, an der internationalen Food-Ingredients-Messe in London; die hervorragenden Eigenschaften von LUPIDOR stossen auf grosses Interesse; in der Folge Gespräche mit potenziellen Distributionspartnern in allen wichtigen europäischen Ländern.

Die systematisch durchgeführte Kundenzufriedenheits-Umfrage führt zu guten und repräsentativen Ergebnissen – es werden konkrete Massnahmen zur weiteren Optimierung ergriffen.

### **Dezember**

Für die Marketingmassnahme «VIOGERM Kochbuch» können Fredy Hiestand und das Hiltl Kochatelier gewonnen werden.

Das Jahr 2007 endet fulminant: In der letzten Woche verarbeitet HOCHDORF 8.36 Mio. kg Milch – das ist ein weiterer historischer Rekord.

# Finanzbericht

## Allgemein

Im Vergleich mit dem Vorjahr ist zu berücksichtigen, dass in den Vorjahreszahlen die Werte der Multiforsa AG (Bruttoumsatz 2006: CHF 27.3 Mio.) enthalten sind, welche 2007 rückwirkend per 1.1.2007 verkauft wurde.

## Umsatz/Bruttogewinn

Der Gruppenumsatz erhöhte sich 2007 aufgrund der wesentlich höheren Milcheingänge um 2.7 Prozent auf CHF 328.0 Mio. (CHF 319.5 Mio.). Der Bruttogewinn beläuft sich auf CHF 88.0 Mio. (CHF 86.9 Mio.) wobei sich die Bruttogewinnmarge auf 26.6 Prozent (27.1 Prozent) reduziert hat. Wesentlicher Grund dafür sind die gestiegenen Rohstoffkosten, welche nicht sofort auf die Produkte überwältzt werden konnten.

## EBIT/Cashflow

Der Betriebsaufwand der Gruppe reduzierte sich um 3.8 Prozent von CHF 74.7 Mio. auf CHF 71.8 Mio. Kostentreiber waren 2007 die Energiepreiserhöhungen und besonders auch externe Beratungskosten für verschiedene Projekte. Ferner resultierte ein Anstieg der Personalkosten, bedingt durch Projekte und durch Erhöhung der Produktionskapazitäten. Die EBITDA-Marge konnte gleichwohl auf 4.9% (3.8%) gesteigert werden. Der EBIT erfuhr ebenfalls eine Steigerung und beträgt CHF 6.6 Mio. oder 2.0 Prozent (CHF 2.8 Mio. oder 0.9 Prozent) des Produktionserlöses. Bei den erarbeiteten Mitteln verzeichneten wir dagegen eine Reduktion von 4.47% auf 3.86% des Nettoverkaufserlöses. Durch die gesteigerte Produktion resultierte per Ende 2007 eine Zunahme der Forderungen und Vorräte, was zu einem tieferen

operativen Cashflow von 2.84% (4.72%) geführt hat. Der Gewinn vor Steuern konnte deutlich auf CHF 11.2 Mio. (CHF 2.3 Mio.) gesteigert werden, wozu das Ergebnis aus dem Verkauf der Multiforsa AG wesentlich beigetragen hat. Der Reingewinn selber erhöhte sich auf CHF 8.9 Mio. (CHF 2.1 Mio.).

## Eigenfinanzierungsgrad

Der Eigenfinanzierungsgrad der Gruppe hat sich im Berichtsjahr um 2.6 Prozentpunkte erhöht und beträgt gesamthaft solide 56.3 Prozent (53.7 Prozent).

## Ausblick

Im Hauptgeschäft Milch erwarten wir 2008 eine weitere Steigerung. Ferner werden in diesem Bereich neue Tätigkeiten aufgenommen werden. Bei der Nutribake erwarten wir einen weiteren Ausbau im Bereich der Semiindustrie und für Nutrifood eine weitere Steigerung der Bereiche Babyfood, Ingredients sowie Frühstück/Sport. Für Nutrition gilt es, die positive Entwicklung von 2007 zu nutzen und die neuen Geschäftsbeziehungen auszubauen. Für Nutricare sehen die Planzahlen eine weitere deutliche Ausweitung des Kindernahrungs-

geschäftes vor. Für Nutritec stehen zusätzliche Optimierungsschritte im Rahmen des Projektes «Marathon» an sowie Investitionen in den Ausbau der Kapazitäten. Gesamthaft erwarten wir eine deutliche Steigerung auf den Stufen EBITDA und EBIT.

## Aktie

Die Aktie der HOCHDORF Holding AG hat im 2007 einen regen Handel verzeichnet und wird vom Markt gut aufgenommen. An der Berner Börse war sie der «Überflieger». Von einem anfänglichen Kurs von CHF 118.50 hat sie sich bis Ende 2007 auf CHF 195.00 (+64.6%) entwickelt. Unter Berücksichtigung der vorgeschlagenen Dividende beträgt die Dividendenrendite dadurch 2.46 Prozent (2.03 Prozent) und die Pay-out-Ratio 32.32 Prozent (69.48 Prozent). Das Kurs-Gewinn-Verhältnis beläuft sich auf 13.1 (34.3).



Marcel Gavillet  
Leiter Finanzen

## Kennzahlen der HOCHDORF-Gruppe

in TCHF	2007	2006 <sup>1)</sup>	2005	2003/04 12 Monate	2003/04 14 Monate
Umsatz (Bruttoverkaufserlös)	328'025	319'495	340'659	332'532	388'282
Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA)	16'209	12'206	14'963	11'484	14'226
in % des Produktionserlöses	4.9%	3.9%	4.6%	3.5%	3.7%
Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)	6'647	2'777	4'844	1'980	3'143
in % des Produktionserlöses	2.0%	0.9%	1.5%	0.6%	0.8%
Personalaufwand	38'640	42'781	42'806	43'015	49'657
in % des Produktionserlöses	11.7%	13.6%	13.1%	13.3%	13.1%
Abschreibungen auf Sachanlagen	8'739	8'864	9'845	9'505	10'901
in % des durchschnittlichen Nettobestandes	9.3%	9.4%	10.4%	12.9%	11.4%
Investitionen in Sachanlagen	10'184	12'092	9'966	9'356	9'998
in % des Produktionserlöses	3.1%	3.8%	3.0%	2.9%	2.6%
Erarbeitete Mittel	12'636	14'021	13'697	8'961	11'345
in % des Nettoverkaufserlöses	3.9%	4.5%	4.1%	2.8%	3.0%
Geldfluss aus Betriebstätigkeit (Cashflow)	9'281	14'790	9'897	20'908	19'657
in % des Nettoverkaufserlöses	2.8%	4.7%	3.0%	6.5%	5.2%
Free Cashflow (Loss)	4'503	-38	-64	n.a.	7'617
Gewinn vor Steuern	11'250	2'315	3'775	914	1'506
in % des Produktionserlöses	3.4%	0.7%	1.2%	0.3%	0.4%
Reingewinn	8'912	2'072	1'983	3'839	4'362
in % des Produktionserlöses	2.7%	0.7%	0.6%	1.2%	1.1%
Eigenfinanzierungsgrad	56.3%	53.7%	53.3%	51.3%	52.2%
Interest Cover (EBIT/Zinsaufwand netto)	5.5	2.0	3.7	n.a.	1.7
Anzahl Aktien ausstehend in Stk.	600'000	600'000	600'000	600'000	600'000
Gewinn pro Aktie in CHF	14.85	3.45	3.31	6.40	7.27
Cashflow (erarbeitete Mittel) pro Aktie in CHF	21.06	23.37	22.83	14.94	18.91
Dividende	48%	24%	23%	23%+2%	23%+2%
Pay-out-ratio	32.32%	69.48%	69.59%	39.07%	34.39%
Aktienkurs per 31.12. in CHF	195	119	108	103	103
Dividendenrendite	2.46%	2.03%	2.13%	2.43%	2.43%
Kurs-Gewinn-Verhältnis P/E	13.1	34.3	32.7	16.1	14.2
Börsenkapitalisierung	117'000	71'100	64'800	61'800	61'800
Mitarbeiterbestand per 31.12.	435	473	442	449	449

1) inklusive Multiforsa AG





Schonende Konzentrierung und Trocknung des hochwertigen und natürlichen Rohstoffs Milch gehören zu den Kernkompetenzen der HOCHDORF-Gruppe. Die über 112-jährige Erfahrung spiegelt sich im breiten Sortiment – die Kondensmilch und die verschiedenen Milchpulver werden mit Vorliebe auch in Süßwaren eingesetzt.



## HOCHDORF Swiss Milk AG

Das Jahr 2007 läutete eine weltweite Trendwende bei Agrar-Rohstoffen ein. Die Rohstoffpreise erhöhten sich zum Teil drastisch, und die Märkte waren sehr volatil. Bedingt durch die höheren Preise sowie durch das zwar schwankende, aber volumenmässig höhere Milchaufkommen konnte die HOCHDORF Swiss Milk AG ihren Bruttoverkaufserlös gegenüber dem Vorjahr um 8.3% erhöhen.

Unser Inlandgeschäft entwickelte sich sehr gut. Wir konnten in der Lebensmittel- und der Schokoladenindustrie sowie beim Rahmverkauf zulegen; am stärksten war der Zuwachs allerdings bei den Futtermitteln, was teilweise daran lag, dass die Lieferungen an die Anfang 2007 verkaufte Multiforsa AG neu als Umsatz der Swiss Milk AG ausgewiesen werden. Zudem wurden durch den Verkauf der Futtermittelsparte neue Kooperationen mit Marktpartnern möglich, die uns früher eher als Mitbewerber wahrgenommen hatten.

Der «Regulierexport» via BSM, die Branchenorganisation Schweizer Milchpulver, verringerte sich deutlich. Das ist darauf zurückzuführen, dass Schweizer Lebensmittel wegen der weltweit gestiegenen Rohstoffpreise konkurrenzfähiger wurden; die erhöhte Nachfrage auf den internationalen Märkten wiederum kurbelte die Inlandproduktion an. Es wurde mehr Milch in weiterverarbeiteter Form – z.B. als Biscuits oder als Schokolade – exportiert und weniger in Form von Milchpulver. Obschon wir die Ausfuhr von hochwertigem Milchproteinkonzentrat in die EU und nach Kanada sowie von kakaohaltigem Milchpulver nach Israel markant steigern konnten, sank

der gesamte Exportanteil wegen des obgenannten Export-Rückgangs via BSM von 21 auf 17 Prozent. Die Lancierung von Milchpulver in Bio-Qualität nach britischem (Soil) und nach amerikanischem Standard (NOP) konnte 2007 erstmals und erfolgreich vollzogen werden.

Auch 2008 wird das Marktumfeld dynamisch sein. Fortschreitende Liberalisierung, Ausstieg aus der Milchkontingentierung, Veredelungsverkehr und Rohstoffpreisniveau auf den Weltmärkten sind wichtige Herausforderungen, die es geschickt anzugehen gilt. Wir werden voraussichtlich – auch bei wieder sinkenden Weltmarktpreisen – noch mehr Milch verarbeiten können. Erfolgreich wird sein, wer sich schnell anpassen kann und wer in denjenigen Märkten aktiv ist, welche die beste Wertschöpfung bieten.



Werner Schweizer  
Geschäftsführer HOCHDORF Swiss Milk AG

	2007	2006	2005
Bruttoumsatz in TCHF	227'900	210'456	249'504
Export in %	16.5%	20.8%	30.1%
Tonnen	54'567	49'109	42'317

**Sortiment:** Rahm, Milchkonzentrate, Magermilchpulver, Vollmilchpulver, Rahmpulver, Fettpulver

# HOCHDORF Nutribake AG

Die Entwicklung des Buttoverkaufserlöses 2007 war für die HOCHDORF Nutribake AG im gewerblichen Bäckereimarkt nicht befriedigend. Trotz gutem zweistelligem Wachstums im Semi-industriebereich haben wir das Vorjahresniveau gesamthaft nur knapp erreicht. Der Exportanteil erhöhte sich leicht auf 1.4 Prozent. Um ihn zu steigern, haben wir Agenten in Österreich und Italien akquiriert – diese Verstärkung wird 2008 umsatzwirksam werden.

Mit neuen Produkten und Konzepten wurden 3 Prozent des Gesamtumsatzes getätigt. Herausragend war die Lancierung einer Premium-Brotlinie «Sélection Grand Moulin» anlässlich der Fachmesse FBK 2007 mit ausgewählten Zutaten wie z.B. Walnüssen aus Frankreich, Feigen aus der Türkei oder Oliven aus mediterranem Anbau. Das Sortiment wurde in der zweiten Jahreshälfte mit dem «Pain du Midi», einer Sommer-Brotspezialität mit südländischem Charakter, und einem zusätzlichen Anwendungskonzept zur Herstellung von Apérosticks ergänzt. Bei einem Grossverteiler haben wir eine Bio-Spezialität lanciert, die aufgrund der guten Akzeptanz ins Standardsortiment aufgenommen wurde.

Schliesslich konnten noch fünf neue Produkte im Tiefkühlwarenbereich eingeführt werden, und das Gastronomie-Sortiment wurde erweitert, um Nischen mit höherer Wertschöpfung und Differenzierungspotenzial zu besetzen.

Wie schon 2004 wurde auch 2007 eine Kundenzufriedenheitsstudie durchgeführt, die erneut erfreuliche Resultate zeigte. Aufgrund der daraus gewonne-

nen Erkenntnisse werden wir den Verkauf und die Serviceleistungen zukünftig kommunikativ noch stärker begleiten, so auch im Internet.

Für 2008 wird HOCHDORF in eine neue Fermentationstechnologie investieren. Dazu haben wir eine Zusammenarbeitsvereinbarung mit einem in dieser Branche führenden internationalen Partner in der EU vereinbart. Dies wird unsere Position im nach

wie vor schrumpfenden Bäckereigewerbe festigen. Die Erweiterung der Ressourcen in Beratung und Service wird vorangetrieben, weitere Länderpartner werden analog dem Vorgehen in Österreich und Italien akquiriert. Eine Herausforderung wird auch 2008 die volatile Rohstoffsituation darstellen. Der Vertiefung der Kooperationen mit Partnern in Produktion und Vertrieb werden wir ein Hauptaugenmerk widmen.



Benno Eigenmann  
Geschäftsführer HOCHDORF Nutribake AG

	2007	2006	2005
Bruttoumsatz in TCHF	34'057	34'450	32'660
Export in %	1.4 %	1.1 %	1.2 %
Tonnen	6'468	6'647	6'189

**Sortiment:** Brotbackmittel, Milchbackmittel, Spezialbackmittel, Backvormischungen, Spezialbrotmischungen, Halbfabrikate, Fette, Margarinen





HOCHDORF-Bäckereiprodukte bestehen aus wertvollen Rohstoffen und eignen sich für alle Mehlsorten. Gleich, welche Brote oder Kleingebäcke Sie auf den Tisch bringen – mit unseren Produkten gelangen sie immer optimal. Denn sie sind einfach zu verarbeiten, sorgen für mehr Frische und bieten ein feines Aroma.





Für HOCHDORF stehen bei der Herstellung moderner Lebensmittel Gesundheit, Funktionalität und Genuss im Vordergrund. So entstehen Produkte, die auf spezifische Lebenssituationen zugeschnitten sind – wie etwa das nach neusten wissenschaftlichen Erkenntnissen entwickelte GETFIT-Sportsortiment.

# HOCHDORF Nutrifood AG

Gegenüber dem Vorjahr konnte die HOCHDORF Nutrifood AG den Bruttoverkaufserlös um 2.8% steigern. Einen kräftigen Wachstumsschub erzielten wir im Bereich Babyfood und Desserts, wo wir bei unseren bestehenden Key Accounts in der Schweiz, in der Türkei, in Deutschland, Italien und Schweden ein Plus von 8 Prozent ausweisen können.

Die neue strategische Ausrichtung weg von Lohnproduktionen hin zur Vermarktung eigener Produkte und Konzepte mit Alleinstellungspotenzial führte im Berichtsjahr zu erheblichen Umstrukturierungen, was sich beim Umsatz auswirkte. Unter diesem Gesichtspunkt ist das Jahr 2007 für die HOCHDORF Nutrifood AG als zufriedenstellend einzustufen. Dank gutem Wachstum in den eingangs erwähnten Bereichen ist es uns gelungen, die strategisch notwendige Sortimentsbereinigung über alles gesehen ohne Umsatzverlust durchzuführen; dies bei einer gleichzeitigen Steigerung des Exportanteils von 39 auf knapp 50 Prozent.

Die Innovationsrate 2007, also derjenige Umsatzanteil aus Produkten, die in den letzten 24 Monaten entwickelt wurden, betrug stolze 24.4 Prozent und konnte somit um weitere 5 Prozentpunkte gesteigert werden. Die wichtigste Innovation war LUPIDOR, ein Sortiment von Ingredients auf der Basis von Lupinen. Damit können wir Zutaten tierischen Ursprungs in manchen Applikationen vollständig ersetzen und zugleich hervorragende sensorische und funktionelle Eigenschaften sicherstellen. Die zweite wichtige Neueinführung war GETFIT, ein komplettes Sortiment an

Wellness- und Sportnahrung für den Fach- und Detailhandel. Schliesslich entwickelten wir 21 neue Babyfood-Gläschen für den deutschen und Schweizer Markt in Bio- und Demeter-Qualität sowie neun neue Säuglingsmilchen für den Schweizer Markt.

Vorausblickend sind wir zuversichtlich, dass die Etablierung unserer neuen Produkte und Kon-

zepte am Markt ein Erfolg wird. Entscheidend wird auch sein, die Kostentrends im Rohstoffmarkt frühzeitig zu erkennen und die notwendigen Anpassungen rasch und richtig vorzunehmen. Die langfristige Positionierung als BEST PARTNER für gesunde Ernährung in jedem Lebensabschnitt werden wir Schritt für Schritt umsetzen.



Vincent Lebet  
Geschäftsführer HOCHDORF Nutrifood AG

	2007	2006	2005
Bruttoumsatz in TCHF	29'131	28'332	33'267
Export in %	49.9%	38.7%	21.2%
Tonnen	5'923	6'415	7'085

**Sortiment:** Kindernährmittel (Säuglingsmilchen, Cerealien-schoppen und -breie, Gläschenkost), Desserts (Mousse, Glace, Soft Ice, Cremes), Frühstücksgetränke (HELIOMALT, Malzgetränke), Sport- und Diätprodukte (Sportlerernährung, isotonische und regenerative Getränke, Mahlzeiten), Food Ingredients (Aromen, Pflanzenextrakte, Vitamine, Fruchtpulver usw.)



## HOCHDORF Nutrition AG

Das Wachstum der vor zwei Jahren neu organisierten HOCHDORF Nutrition AG konnte 2007 erfolgreich weitergeführt werden. Gegenüber dem Vorjahr wurde eine Zuwachsrate von 6 Prozent erreicht, was seit 2005 ein Plus von 26 Prozent ergibt!

Damit sind wir 2007 unserer Vision, dass die Bevölkerung in Europa täglich Weizenkeime zu sich nimmt, einen weiteren Schritt nähergekommen. Die Nachfrage nach ausgewählten Produkten mit Premium-VIOGERM-Weizenkeimen stieg in Europa überdurchschnittlich – hier verzeichneten wir den Löwenanteil unseres Umsatzwachstums. Wir belieferten Kunden in 23 Ländern und verfügten über einen Exportanteil von rund 65 Prozent.

Im Berichtsjahr betrug die Innovationsrate über 13 Prozent. Dieser Umstand hat mitgeholfen, den ausfallenden Umsatz von zwei Grosskunden mehr als wettzumachen. Die Basis dazu bildeten erfolgreiche Neueinführungen wie unsere VIOGERM-Weizenkeime mit mediterraner Kräutermischung sowie Lutein-Kapseln im Detailhandel. Weiter lancierten wir eine VIOGERM-Kinderlinie für unsere Industrie- und Retail-Kunden, VIOGERM-Salatsauce für die Gastronomie sowie spezielle Crisps für die Schokoladenindustrie.

2007 hat sich der Preis für Weizen nahezu verdoppelt. Ernteausfälle und die hohe Nachfrage aus Asien trieben den Preis nach oben. Dies hat auch den Preis der Weizenkeime stark beeinflusst, wodurch wir gezwungen waren, für das Jahr 2008 die Preise im

Schnitt zwischen 5 und 10% anzuheben. Doch es zeigte sich deutlich, dass die Kunden dank der Premium-Qualität und ausgezeichneten Dienstleistung bereit sind, den Mehrwert für unsere Produkte zu bezahlen. Die hohe Zufriedenheit unserer bestehenden Kunden ist die beste Referenz für akquirierte Neukunden.

Auch 2008 wird der Trend zur natürlichen, wohlschmeckenden und gesunden Ernährung massge-

bend für das weitere Wachstum unserer Premium-Weizenkeimspezialitäten bleiben. Unser wichtigstes Ziel ist die Steigerung des Bekanntheitsgrades von VIOGERM-Weizenkeimen und -Weizenkeimöl in der Schweiz und in Europa: Dazu ist eine spezielle Marketingmassnahme, die Kreation eines VIOGERM-Kochbuchs, geplant. Dieses wird mit diversen Prominenten aus Sport, Wirtschaft, Unterhaltung und Gastronomie im Hiltl Kochatelier umgesetzt.



Thorid Klantschitsch  
Geschäftsführerin HOCHDORF Nutrition AG

	2007	2006	2005
Bruttoumsatz in TCHF	20'498	19'303	16'604
Export in %	64.7 %	60.4 %	62.4 %
Tonnen	3'526	3'216	2'573

**Sortiment:** VIOGERM-Pulver (aktive Substanzen aus kaltgepressten Weizenkeimen), VIOGERM-Öl (kaltgepresstes Weizenkeimöl), Crisp & Co. (gesunde Knusperprodukte), Consumer Goods (Fertigprodukte nach Kundenwunsch)



Was gibt es Besseres, als einen knackigen Sommersalat mit dem feinen Geschmack von kaltgepresstem VIOGERM-Weizenkeimöl zu veredeln? VIOGERM ist ein goldgelbes, vakuumfiltriertes Öl und die reichste natürliche Quelle an Vitamin E – diese hat eine wesentlich höhere Bioaktivität als synthetisch hergestelltes Vitamin E.





In aufstrebenden Auslandsmärkten besteht eine stark wachsende Nachfrage nach Kindernährmitteln «made in Switzerland». HOCHDORF konnte als erstes Unternehmen weltweit ein komplettes Baby-nahrungssortiment anbieten, das der neuen EU-Richtlinie entspricht.



## HOCHDORF Nutricare AG

Die grosse Dynamik, welche die HOCHDORF Nutricare AG bereits im ersten Jahr ihrer Existenz an den Tag legte, setzte sich 2007 sogar noch verstärkt fort. Vollumfänglich auf den Export von Kindernährmitteln ausgerichtet, ist es gelungen, gegenüber dem Vorjahr um 523 Prozent zuzulegen. Das entspricht unserem ambitionierten Plan, den wir als reines Startup-Unternehmen entwickelt haben. Wir liegen also richtig mit unseren Marktanalysen und der Positionierung der HOCHDORF-Babynahrung.

Die Nachfrage in neuen Märkten wie Russland, China, Taiwan, Rumänien nach den in der Schweiz hergestellten Premium-Produkten wächst stark. Entstanden sind in solchen Ländern neue, wohlhabende Gesellschaftsschichten, die für sich gerne Exklusivität und Schweizer Spitzenqualität in Anspruch nehmen und dafür einen höheren Preis zu bezahlen bereit sind. In den beiden bereits etablierten Märkten Türkei und Israel konnten wir das Wachstum fortsetzen.

Die Schnelligkeit und Flexibilität von HOCHDORF erwies sich als grosse Stärke bei der Gewinnung neuer Auslandskunden. So waren wir Anfang 2007 das erste Unternehmen weltweit, das ein komplettes Kindernährmittelsortiment in Übereinstimmung mit der Ende 2006 ratifizierten EU Richtlinie anbieten konnte. Auch dem im Juli 2007 revidierten «Kodex Alimentarius» passten wir uns umgehend an. Nicht zu vergessen, dass wir die Audits für die beiden wichtigen Lebensmittel-industrie-Zertifikate BRC und ISO mit Bravour bestanden.

Für das Jahr 2008 sehen wir ein weiteres starkes Wachstum voraus. Wir haben einen Kontrakt mit der internationalen Lebensmittelgruppe Ebro Puleva für die Lieferung von Säuglingsmilchen nach Spanien abgeschlossen, und im Rahmen der Partnerschaft mit Liptis Pharmaceuticals, Ägypten, wird HOCHDORF erstmals nach Nordafrika und in den Nahen Osten liefern. Weiteres Potenzial für Marktdurchdringung besteht in den Regionen Südamerika und Indien sowie in Neuseeland, wo die Verhandlungen im Gange sind.



Michiel de Ruiter  
Geschäftsführer HOCHDORF Nutricare AG

	2007	2006	2005
Bruttoumsatz in TCHF	9'491	1'524	0'000
Export in %	100.0%	100.0%	0.0%
Tonnen	2'343	134	0'000

**Sortiment:** Vollständiges, in der Schweiz hergestelltes Kindernährmittelsortiment: Säuglingsmilchen, Cerealien (Schoppen und Breie), Gläschenkost (Früchte-, Gemüse- und Fleischzubereitungen)

## HOCHDORF Nutritec AG

Die HOCHDORF Nutritec AG, die Produktions-AG für alle fünf HOCHDORF-Verkaufsgesellschaften, realisierte 2007 ein Rekordjahr. Aufgrund der gestiegenen Nachfrage herrschte in unseren Werken weitgehend Vollausslastung; wir waren insbesondere auf der Milchlinie, aber auch bei den Spezialitäten mit Kapazitätsengpässen konfrontiert. Daneben setzten wir die Umstrukturierung in den Kompetenzzentren Hochdorf, Steinhausen und Sulgen fort: Wir beseitigten Doppelspurigkeiten und konzentrierten weiter die Kräfte.

Die Optimierung der Materialwirtschaft war eines der vordringlichen Anliegen im Berichtsjahr. Wir starteten ein Projekt zur Kostenreduktion sowie zur Sortimentsbereinigung bei Rohwaren, Halbfabrikaten und Fertigwaren. Wir werden den Bestand an Rohwaren und Fertigwaren reduzieren. Das Einsparpotenzial durch diese Reduktion beträgt CHF 6 Mio., und von der Optimierung der Supply Chain erwarten wir weitere CHF 7 Mio. Einsparungen jährlich.

Um das rasche Wachstum der Gruppe auch seitens der Technik bestmöglich zu unterstützen, standen die Planung und Realisierung der Wachstumsstrategie an den Standorten Hochdorf und Sulgen sowie die Sicherstellung des betrieblichen Wachstums am Standort Steinhausen im Mittelpunkt unserer Anstrengungen.

### **Klimaschutz verwirklicht**

Als Mitglied der EnAW, der Energieagentur für Wirtschaft hat die HOCHDORF-Gruppe eine Zielvereinbarung bis 2012 abgeschlossen. Auf dem Weg zu diesem Ziel wurden 2007 grosse Schritte unternommen. So konnten wir durch die Umstellung von Erdöl- auf Erdgasfeuerung im Werk in Hochdorf den CO<sub>2</sub>-Ausstoss um 36 Prozent oder 3'800 Tonnen pro Jahr reduzieren. Hinzu kommen der bessere Wirkungsgrad des Dampfkessels sowie die Verwertung des Biogases aus der eigenen Abwasserreinigungsanlage in Hochdorf. Die Energieeffizienz am Standort Sulgen wird durch die Installation eines neuen Eindampfers mit Wärmerückgewinnung stark erhöht. Betreffend CO<sub>2</sub>-Emissionen ist HOCHDORF nun an allen drei Standorten mit Erdgasfeuerung ausgerüstet und somit auf sehr gutem Niveau.

### **Qualitätssicherung ausgebaut**

2007 nahmen die Aktivitäten am Markt für Kleinkindernahrung stark zu. Diese erfordern kompromisslose Entscheide auf allen Stufen der Qualitätssicherung, denn die Versorgung von Kleinkindern mit volladaptierter Nahrung ist ein Geschäft mit Null-Fehler-Toleranz. So erarbeiteten wir systematisch die strategischen Erfolgspotenziale im Bereich der Qualitätssicherung und starteten deren Umsetzung. An allen drei Standorten bildeten wir Kompetenzzentren in der Analytik und Koordination der jeweiligen Laborbetriebe. Es ist die Qualitätssicherung, die Kundenbindung durch Vertrauen und Sicherheit schafft. Hier will die HOCHDORF Nutritec AG an vorderster Front dabei sein und mit innovativen Technologien und Prozessen das Wachstum der Verkaufsgesellschaften unterstützen und fördern.

### **Investitionsprogramm lanciert**

Um das weitere Wachstum der HOCHDORF-Gruppe bewältigen zu können, lancieren wir für die nächsten zwei Jahre ein Investitionsprogramm von rund CHF 60 Mio. Dabei werden wir die Ausstosskapazität bezüglich Geschwindigkeit und Volumen stark erhöhen. Im Fokus stehen zusätzliche Trocknungskapazitäten in Sulgen, zwei zusätzliche Verpackungslinien in Hochdorf sowie eine neue biotechnologische Produktionslinie in Zusammenarbeit mit einem internationalen Partner.



Karl W. Gschwend  
Geschäftsführer HOCHDORF Nutritec AG









Im heutigen Berufsleben sind kleine Zwischenmahlzeiten sehr willkommen. Idealerweise sollen sie leicht und bekömmlich sein und möglichst wenig Fett oder Zucker enthalten. Die hochwertigen Naturrohstoffe von HOCHDORF heben den Nährwert vieler bekannter Lebensmittel und machen sie schmackhafter.

# CORPORATE GOVERNANCE

**Die HOCHDORF-Gruppe betreibt eine offene, transparente und kontinuierliche Informationspolitik. Wir bekennen uns zu einer verantwortungsvollen Corporate Governance mit den Zielen eines ausgewogenen Verhältnisses von Führung und Kontrolle sowie der Wahrung von Aktionärsinteressen. Der «Swiss Code of Best Practice für Corporate Governance» ist unser Masstab.**

## Gruppen-Überblick

Die HOCHDORF-Gruppe mit Hauptsitz in Hochdorf erzielte 2007 mit 435 Mitarbeitenden (per 31.12.) an drei Standorten (Hochdorf LU; Steinhausen ZG; Sulgen TG) einen konsolidierten Brutto-Umsatz von CHF 328.0 Mio. (VJ 319.5 Mio.). Aus natürlichen Rohstoffen wie Milch und Weizenkeimen gewonnen, leisten die HOCHDORF-Produkte einen Beitrag zu Gesundheit und Wohlbefinden.

Zu den Kunden zählen die Lebensmittelindustrie, der Detailhandel, die Gastronomie, Bäckereien sowie die Landwirtschaft. Die Produkte werden in über 40 Ländern verkauft.

## Rechtliche Struktur

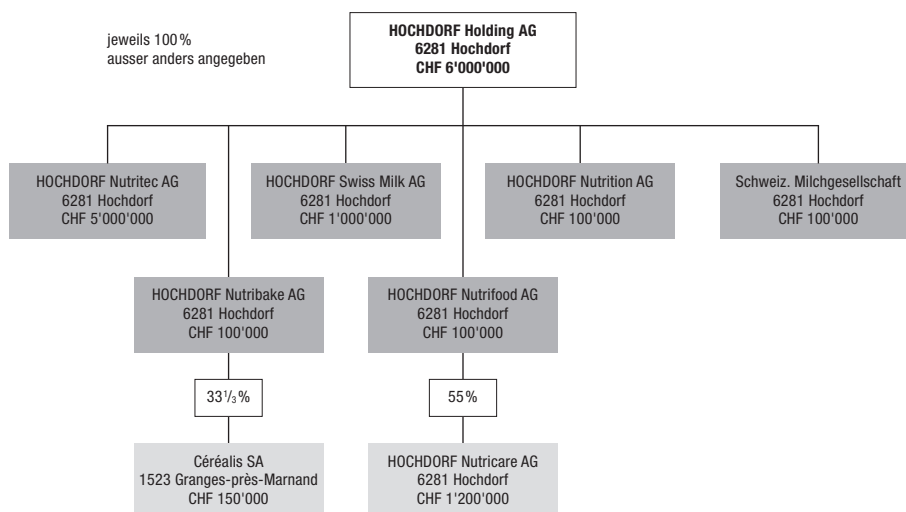
Die in Hochdorf, Schweiz, registrierte HOCHDORF Holding AG ist die Muttergesellschaft der HOCHDORF-Gruppe. Die Aktien werden an der Berner Börse Bernex gehandelt.

Die HOCHDORF-Gruppe ist ausschliesslich in der Schweiz domiziliert. Sie verfügt über Produktionsstandorte in Hochdorf LU, Sulgen TG und Steinhausen ZG. Der internationale Vertrieb erfolgt ausschliesslich aus der Schweiz bzw. zum Teil mit in den jeweiligen Ländern vertretenen Agenten.

Die HOCHDORF Holding AG hält direkt oder indirekt die Kapital- sowie die Stimmrechtsmehrheit aller zur Gruppe gehörenden Unternehmen. Wie im Organisationsreglement festgehalten, sind der CEO und der CFO generell Präsident und Mitglied des Verwaltungsrates aller HOCHDORF-Tochtergesellschaften und vertreten die Muttergesellschaft als Hauptaktionär.

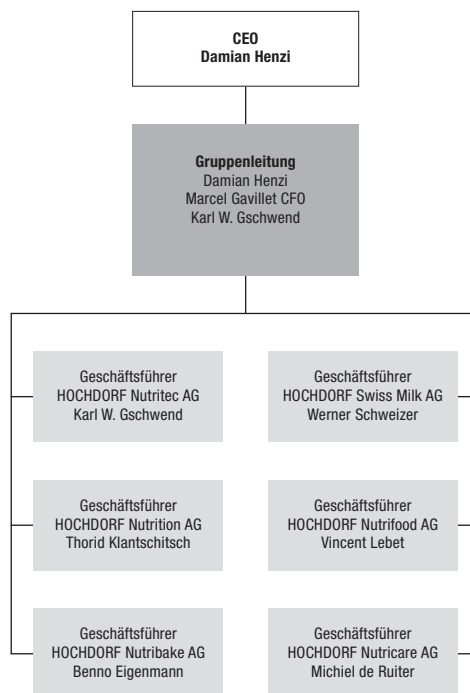
## Rechtliche Gruppenstruktur

2007 wurde die Multiforsa AG rückwirkend per 1.1.2007 an die Vital GmbH in Oberentfelden verkauft.



## Operative Organisation

2007 ergaben sich in der operativen Organisation keine personellen Veränderungen.



### Kotierte Konzerngesellschaft

Name	HOCHDORF Holding AG
Sitz	Hochdorf, Schweiz
Aktienkapital	CHF 6'000'000
Nominalwert	CHF 10
Börsenwert	CHF 117'000'000
Börsenkotierung	Berne Exchange
Valor	2 466 652
ISIN	CH0024666528

### Aktionariat

Per 31. Dezember 2007 waren 896 (VJ 684) Aktionäre im Aktienregister eingetragen. Der Aktienbesitz verteilt sich wie folgt:

Anzahl Aktien	Eingetragene Aktionäre	
	31.12.2007	31.12.2006
1–10	46	21
11–100	329	244
101–1'000	458	352
1'001–10'000	54	56
10'001 und mehr	9	11

Bezeichnung	Eingetragene Aktionäre	
	31.12.2007	31.12.2006
Natürliche Personen	801	617
Juristische Personen	57	41
Pensionskassen	15	14
Versicherungen	1	1
Fonds	1	0
Übrige Stiftungen	11	7
Banken	10	4
Total	896	684

### Bedeutende Aktionäre

Am 31. Dezember 2007 waren die folgenden bedeutenden Aktionäre im Sinne von Art. 663c OR mit einem Anteil von 3% oder mehr des Aktienkapitals im Aktienregister eingetragen:

	2007	2006
Pensionskasse der HOCHDORF-Gruppe	8.33%	8.33%
nebag, Zürich	5.00%	5.00%
Emmi AG, Luzern	4.16%	4.16%
Rudolf Schrepfer, Hergiswil	3.41%	3.41%
Lola Lustenberger, Luzern	3.02%	3.02%

### Kreuzbeteiligungen

Die HOCHDORF-Gruppe ist keine kapital- oder stimmenmässigen Kreuzbeteiligungen mit anderen Gesellschaften eingegangen.

### Kapitalstruktur

In CHF 1'000	31.12.2007
Eigenkapital	104'487
Aktienkapital	6'000
Reserven	89'040
Minderheitsanteile	535
Bilanzgewinn	8'912
Anzahl Namenaktien	600'000
Nominalwert pro Aktie	CHF 10
Vinkulierungsbestimmungen	5 % des Kapitals
Stimmrechtsbeschränkungen	Keine, mit Ausnahme der DispoBestände bei Banken
Opting-out- bzw. Opting-up-Klausel	Keine

### Ordentliches Kapital

Das Aktienkapital besteht aus 600'000 Namenaktien mit einem Nominalwert von je CHF 10. Das Aktienkapital ist vollständig liberriert. Jede Aktie entspricht einer Stimme. Die HOCHDORF Holding AG verfügte per 31. Dezember 2007 nicht über ein genehmigtes oder bedingtes Aktienkapital und hat weder Partizipationsscheine noch Genussscheine ausgegeben.



### Beschränkungen der Übertragbarkeit

- Die Aktien der HOCHDORF Holding AG sind in ihrer Übertragbarkeit grundsätzlich nicht beschränkt.
- Im Verhältnis zur Gesellschaft gilt als Aktionär, wer im Aktienbuch eingetragen ist.
- Für Namenaktien wird ein Aktienbuch geführt, in das die Eigentümer eingetragen werden. Änderungen sind der Gesellschaft mitzuteilen.
- Der Eintrag in das Aktienbuch setzt den Ausweis über den Eigentümerswerb der Aktie voraus.
- Erwerber von Namenaktien werden auf Gesuch als Aktionäre mit Stimmrecht im Aktienbuch eingetragen, wenn sie ausdrücklich erklären, die Namenaktien in eigenem Namen und für eigene Rechnung erworben zu haben. Ist der Erwerber nicht bereit, eine solche Erklärung abzugeben, kann der Verwaltungsrat die Eintragung mit Stimmrecht verweigern.
- Die Eintragungsgrenze beträgt 5% des Aktienkapitals und der Stimmrechte.
- Aus historischen Gründen verfügt die Pensionskasse der HOCHDORF-Gruppe über einen Anteil >5%. Die Einführung der Stimmrechtsbeschränkung erfolgte zu einem späteren Zeitpunkt.

### Mitarbeiteraktien

Es bestehen keine speziellen Mitarbeiterprogramme zum Erwerb von Aktien der Gesellschaft.

### Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat der HOCHDORF Holding AG setzte sich 2007 aus sechs bzw. fünf nicht exekutiven Mitgliedern zusammen. Sie werden durch die Generalversammlung für eine Amtsdauer von drei Jahren gewählt. Eine Wiederwahl ist möglich. 2007 ist das langjährige Mitglied Hans-Peter Graf verstorben.

Name	Geb.	Nat.	Mitglied seit	Gewählt im Jahr	Gewählt bis
Schurter Hans-Rudolf, Präsident	1949	CH	1996	2005	2008
Graf Hans-Peter sel., Vizepräsident	1946	CH	1999	2005	2008
Leu Josef	1950	CH	2002	2005	2008
Leumann Gerry	1944	CH	1990	2005	2008
Schweiger Rolf	1945	CH	2002	2005	2008
Von Weissenfluh Anton	1956	CH	2005	2005	2008

### Arbeitsweise des Verwaltungsrates

Der Verwaltungsrat tagt mindestens viermal jährlich und so oft es die Geschäfte erfordern. Im Jahr 2007 traf sich der Verwaltungsrat zu fünf halbtägigen Sitzungen sowie zu einem ganztägigen Strategietag zusammen mit der Gruppenleitung. Zusätzlich trifft sich der Verwaltungsratspräsident mit dem CEO im Dreiwochen-Rhythmus zu einer Arbeitssitzung. An den Sitzungen des Verwaltungsrats nehmen der CEO (bei allen Traktanden) und der CFO (teilweise) mit beratender Stimme teil. Bei Bedarf zieht der Verwaltungsrat bei der Behandlung spezifischer Themen externe Spezialisten hinzu. Die Aufgaben des Verwaltungsrats bestehen in der strategischen Führung des Unternehmens, der Aufsicht über die Gruppenleitung und der finanziellen Kontrolle. Der Verwaltungsrat prüft die Unternehmensziele und identifiziert Chancen und Risiken. Ausserdem ernennt er die Mitglieder der

Gruppenleitung. Der Verwaltungsrat ist beschlussfähig, wenn die Mehrheit der Mitglieder anwesend ist. Ein gültiger Beschluss erfordert die Mehrheit der abgegebenen Stimmen. Bei Stimmengleichheit entscheidet der Verwaltungsratspräsident durch Stichentscheid.

### **Ausschüsse des Verwaltungsrates**

Der Verwaltungsrat hat zwei ständige Ausschüsse: das Audit Committee und das Compensation Committee. Im Sinne einer effizienten und effektiven Organisation seiner Aufgaben stützt sich der Verwaltungsrat auf Empfehlungen dieser Ausschüsse.

Jedem Ausschuss gehören zwei nicht exekutive Verwaltungsratsmitglieder an. Das Audit Committee tagte im Geschäftsjahr 2007 dreimal, das Compensation Committee einmal.

#### **Audit Committee**

Mitglieder: Hans-Peter Graf sel., Josef Leu (Vorsitz), Anton von Weissenfluh. Die Hauptaufgaben dieses Ausschusses sind:

- Prüfung der Wirksamkeit der externen Revision und der internen Kontrolle;
- Beurteilung der Anordnungen für das Management bezüglich der finanziellen Risiken und deren Einhaltung;
- Besprechung der Abschlüsse mit dem CFO und dem Leiter der externen Revision;
- Beurteilung der Leistung und Honorierung der Revisionsstelle und deren Unabhängigkeit;
- Beurteilung der Risikomanagementverfahren.

#### **Compensation Committee**

Mitglieder: Hans-Rudolf Schurter (Vorsitz), Gerry Leumann. Die Hauptaufgaben dieses Ausschusses sind:

- Empfehlungen für die Entschädigungen der Verwaltungsratsmitglieder und der Unternehmensführung (Gruppenleitung und Geschäftsführer);

- Erarbeitung der Grundsätze für eine markt- und leistungsge-rechte Gesamtentschädigung für alle Mitarbeitenden;
- Erarbeitung der Arbeitsverträge der Mitglieder der Unternehmensführung.

### **Geschäftsführung und Kompetenzenregelung**

Der Verwaltungsrat hat die Geschäftsführung der Gruppe an den CEO Damian Henzi und die Gruppenleitung delegiert. Zusammen mit der Gruppenleitung ist er für die Geschäftsführung der HOCHDORF-Gruppe verantwortlich. Die Aufgaben und Kompetenzen sind im Organisationsreglement festgehalten.

### **Informations- und Kontrollinstrumente gegenüber der Unternehmensführung**

Das Management-Informationssystem (MIS) der HOCHDORF-Gruppe besteht aus einem Managementreporting sowie dem Geschäfts- und Finanzreporting. Es steht der Unternehmensführung auf monatlicher Basis zur Verfügung. Der Verwaltungsrat erhält monatlich das Geschäfts- und Finanzreporting. Weitere Führungsinstrumente zur Steuerung des Unternehmens sind die Unternehmenspolitik, die Drei-Jahres-Unternehmensstrategie und deren Ableitung in den jährlichen operativen Geschäftsplan.

### Entschädigung des Verwaltungsrats und der Gruppenleitung

Im Jahr 2007 wurden an die Verwaltungsräte folgende fixen Honorare und Pauschalspesen ausbezahlt:

Name	Honorar und Spesen	Anzahl Aktien ohne Nahestehende
Schurter Hans-Rudolf, Präsident	CHF 88'000	2'500
Graf Hans-Peter sel., Vizepräsident	CHF 18'335	100
Leu Josef	CHF 50'000	100
Leumann Gerry	CHF 42'000	900
Schweiger Rolf	CHF 40'000	100
Von Weissenfluh Anton	CHF 44'000	10
Total	CHF 282'335	

Im Jahr 2007 wurden an die Gruppenleitung folgende Entschädigungen ausgerichtet:

Bezeichnung	CEO	GRL total
Lohn fix	CHF 292'331	CHF 684'216
Lohn variabel	CHF 15'509	CHF 35'915
Total	CHF 307'840	CHF 720'131

Der variable Anteil kann sich nach dem geltenden Erfolgsbeteiligungsmodell auf max. 15% des berechtigten Bruttolohnes belaufen. In der HOCHDORF-Gruppe bestehen keine Aktienoptionsprogramme.

### Mitwirkungsrechte der Aktionäre

Alle Aktionäre, die im Aktienregister mit Stimmrecht eingetragen sind, sind zur Generalversammlung zugelassen und stimmberechtigt. Die Stimmrechtsbeschränkung beträgt 5% des Aktienkapitals. Jeder Aktionär kann sich an der Generalversammlung durch eine schriftlich bevollmächtigte Person oder durch den unabhängigen Stimmrechtsvertreter vertreten lassen. Es besteht kein gesetzliches Quorum.

Die Einladung zur Generalversammlung erfolgt persönlich in schriftlicher Form und mindestens 20 Tage vor der Versammlung. Aus organisatorischen Gründen werden 20 Tage vor der Generalversammlung keine Eintragungen ins Aktienregister mehr vorgenommen. Aktionäre, die ihre Aktien vor der Generalversammlung veräussern, sind nicht mehr stimmberechtigt.

Die Einladung zur Einreichung von Traktandierungsvorschlägen erfolgt mit der Einladung zur Generalversammlung.

### Kontrollwechsel und Abwehrmassnahmen

Die Statuten der HOCHDORF Holding AG enthalten keine Opting-out- oder Opting-up-Klauseln. Es bestehen keine

Kontrollwechselklauseln mit Mitgliedern des Verwaltungsrates, der Gruppenleitung oder der Unternehmensführung.

### Revisionsstelle

Die Generalversammlung wählt die Revisionsstelle jeweils für ein Jahr. Für 2007 wurde die BDO Visura AG (BDO), Luzern, als Konzernrechnungsprüferin und Revisionsstelle der HOCHDORF Holding AG gewählt. Leitender Revisor ist Bruno Purtschert, eidg. dipl. Wirtschaftsprüfer. Für die ordentliche Revision und für Beratungen im Zusammenhang mit der Abschlusserstellung hat die Gruppe im Jahr 2007 an die BDO Honorare über insgesamt TCHF 113 bezahlt. An die BDO wurden keine weiteren Honorare für andere Dienstleistungen bezahlt.

### Informationspolitik

Die HOCHDORF-Gruppe verpflichtet sich dem Grundsatz einer offenen, transparenten und kontinuierlichen Informationspolitik. Im Rahmen der Vorschriften zur Schweizer Aktienbörse (Berne Exchange) veröffentlicht die HOCHDORF-Gruppe den Geschäfts- und den Halbjahresbericht. Bei Bedarf informiert die Gruppe darüber hinaus über wichtige und wesentliche Ereignisse. Für die Kommunikation mit Investoren sind der CEO, der CFO und der Leiter Unternehmenskommunikation verantwortlich. Das Publikationsorgan der HOCHDORF Holding AG ist das Schweizerische Handelsamtsblatt. Weitere Informationen über die Gruppe stehen im Internet unter [www.hochdorf.com](http://www.hochdorf.com) zur Verfügung.

## Verwaltungsrat

Die Angaben zu den einzelnen Mitgliedern basieren auf folgendem Raster:

- Ausbildung, beruflicher Werdegang;
- Verwaltungsratsmandate;
- Tätigkeit in Aufsichts- oder Führungsgremien wichtiger Organisationen.

### Hans-Rudolf Schurter

geb. 1949 in Luzern  
lic. jur.

Seit 2005 Verwaltungsratspräsident der HOCHDORF Holding AG. Anwaltspatent 1977. 1978 bis 1987 Rechtskonsulent des Schweizerischen Bankvereins (heute UBS) in Luzern, Basel und New York; ab 1987 leitende Tätigkeiten in der Schurter-Gruppe, Luzern; seit 1992 Verwaltungsratspräsident und CEO der Schurter-Gruppe; Präsident und Delegierter des Verwaltungsrates der Schurter Holding AG, Luzern; tätig in verschiedenen Verwaltungsräten. Präsident des Schweizerischen Ruderverbandes SRV; Präsident Kadervorsorgestiftung der HOCHDORF-Gruppe.

### Hans-Peter Graf sel.

1946–2007

Seit 1999 Verwaltungsrat der HOCHDORF Holding AG. Handelsmatura in St. Gallen; Weiterbildungen in Ökonomie. Seit 30 Jahren im Gross- und Detailhandel tätig. Insgesamt 7 Verwaltungsratsmandate, wovon 5 als Verwaltungsratspräsident – alle innerhalb der Hofer-Gruppe, Luzern.

### Josef Leu

geb. 1950 in Hohenrain LU  
Ing. HTL

Seit 2002 Verwaltungsrat der HOCHDORF Holding AG. Maturität und Berufsausbildung mit Abschluss an der Schweizerischen Hochschule für Landwirtschaft SHL. Inhaber eines Landwirtschaftsbetriebs; seit 2006 Chef Schadenzentrum VBS, Bern; Mitglied der Verwaltung und des Audit-Ausschusses des Migros-Genossenschaftsbundes, MGB. Von 1991 bis 2006 Nationalrat.

### Gerry Leumann

geb. 1944 in Meggen LU

Seit 1990 Verwaltungsrat der HOCHDORF Holding AG. 1973 bis 1978 Marketing-Manager bei Collano (damals Ebnöther), danach Verwaltungsratspräsident und Delegierter von Collano, Sempach-Station LU; Verwaltungsratspräsident der Truvag Treuhand AG, Sursee LU; 1991 bis 1995 Präsident der Zentralschweizerischen Handelskammer; 1997 bis 1999 Mitglied des Rates für nachhaltige Entwicklung der Schweizerischen Eidgenossenschaft.



v.l. Josef Leu, Rolf Schweiger, Hans-Rudolf Schurter, Anton von Weissenfluh, Gerry Leumann.

**Rolf Schweiger**

geb. 1945 in Baar ZG

lic. jur.

Seit 2002 Verwaltungsrat der HOCHDORF Holding AG. Lizentiat der Rechte an der Universität Zürich, Anwaltspatent im Kanton Zug. Heute Senior-Partner der Schweiger Advokatur und Notariat in Zug; seit 1999 Ständerat des Kantons Zug; tätig in verschiedenen Verwaltungsräten. Seit 2005 Präsident der FIAL, Föderation der schweizerischen Nahrungsmittelindustrien.

**Anton von Weissenfluh**

geb. 1956 in Luzern

Ing. ETH

Dr. sc. techn.

Seit 2005 Verwaltungsrat der HOCHDORF Holding AG. Matura Typus B; Studium Lebensmittelwissenschaften an der ETH Zürich, Spezialrichtung Milchwissenschaft. Danach 5 Jahre leitende Tätigkeiten in der Milchwirtschaft; 1991 bis 2006 bei Kambly SA, Trubschachen, ab 2001 als CEO; seit 2006 bei Chocolats Halba, Wallisellen, als CEO.

**Gruppenleitung****Damian Henzi**

geb. 1959

Fachhochschule FH; SKU (Schweiz. Kurse für Unternehmensführung). NDS (Nachdiplomstudium Philosophie und Management). 1985 bis 1994 Effems AG, Zug; 1995 Kaufmännischer Leiter Schweiz. Milchgesellschaft, Hochdorf; ab August 1997 Geschäftsführer Hochdorf Nutritec AG, Hochdorf; Mai 2001 bis Februar 2003 Geschäftsführer und Delegierter des Verwaltungsrates der Multiforsa AG; ab Februar 2003 Geschäftsführer HOCHDORF-Gruppe; tätig in den Vorständen von BOM, Branchenorganisation Molkereimilch, LIV (Luzerner Industrievereinigung), FIAL, Föderation der schweizerischen Nahrungsmittelindustrien; Präsident VHK, Verband der Hersteller von Bäckerei- und Halbfabrikaten; Verwaltungsratspräsident aller HOCHDORF-Tochtergesellschaften; Präsident Pensionskasse der HOCHDORF-Gruppe; Verwaltungsratspräsident Cerealis; Verwaltungsratspräsident Bataillard AG; Stiftungsrat Kadervorsorgestiftung der HOCHDORF-Gruppe.

**Marcel Gavillet**

geb. 1962

Fachhochschule FH; Nachdiplomstudium Corporate Finance. 1996 bis 1999 Leiter Finanz- und Rechnungswesen Nutriswiss AG, Lyss, danach von 1999 bis 2002 Geschäftsführer; ab 2003 CFO der HOCHDORF-Gruppe und Mitglied der Gruppenleitung; tätig als Verwaltungsrat aller HOCHDORF-Tochtergesellschaften; Geschäftsführer Pensionskasse und Kadervorsorgestiftung der HOCHDORF-Gruppe.

**Karl W. Gschwend**

geb. 1953

Studium der Naturwissenschaften an der ETH Zürich, 1982 Doktorat am Institut für Biotechnologie; SKU (Schweiz. Kurse für Unternehmensführung). 1986 bis 1997 Geschäftsleitung Obipektin AG, Bischofszell; 2003 bis 2005 Geschäftsführer Schweiz. Milchgesellschaft AG, Sulgen, und Leiter Unternehmensbereich Produktion/Technik HOCHDORF-Gruppe, ab 2006 Geschäftsführer HOCHDORF Nutritec AG, Hochdorf, und seit 1998 Mitglied der Gruppenleitung. Präsident der Schweiz. Gesellschaft für Lebensmittel-Wissenschaft und -Technologie SGLWT; Mitglied des Fachvorstandes Lebensmitteltechnologie der Fachhochschule Wädenswil; wissenschaftlicher Beirat der Zeitschrift «Lebensmittel-Technologie»; Vorstandsausschuss Swiss Food Net; Stiftungsrat «Fond agro-alimentaire», ETHZ; Vorstand der Gesellschaft für Milchwissenschaft; Mitglied des Hauptausschusses Ernährung der Deutschen Landw. Gesellschaft DLG; tätig in weiteren Fachvorständen und Gremien zur Ausbildung und Förderung der Lebensmitteltechnologie an den Schweiz. Fachhochschulen; Stiftungsrat Pensionskasse der HOCHDORF-Gruppe.

## Adressen und Impressum

### **HOCHDORF Holding AG**

Siedereistrasse 9  
Postfach 691  
CH-6281 Hochdorf  
Tel. +41 41 914 65 65  
Fax +41 41 914 66 66  
holding@hochdorf.com  
www.hochdorf.com

### **HOCHDORF Swiss Milk AG**

Siedereistrasse 9  
Postfach 691  
CH-6281 Hochdorf  
Tel. +41 41 914 65 65  
Fax +41 41 914 67 00  
swissmilk@hochdorf.com  
www.hochdorf.com

### **HOCHDORF Nutricare AG**

Siedereistrasse 9  
Postfach 691  
CH-6281 Hochdorf  
Tel. +41 41 914 65 65  
Fax +41 41 914 65 64  
nutricare@hochdorf.com  
www.hochdorf.com

### **HOCHDORF Nutrifood AG**

Siedereistrasse 9  
Postfach 691  
CH-6281 Hochdorf  
Tel. +41 41 914 65 65  
Fax +41 41 914 65 64  
nutrifood@hochdorf.com  
www.hochdorf.com

### **HOCHDORF Nutribake AG**

Siedereistrasse 9  
Postfach 691  
CH-6281 Hochdorf  
Tel. +41 41 914 65 65  
Fax +41 41 914 67 47  
nutribake@hochdorf.com  
www.hochdorf.com

### **HOCHDORF Nutrition AG**

Siedereistrasse 9  
Postfach 691  
CH-6281 Hochdorf  
Tel. +41 41 914 65 65  
Fax +41 41 914 66 66  
nutrition@hochdorf.com  
www.hochdorf.com

### **HOCHDORF Nutritec AG**

Siedereistrasse 9  
Postfach 691  
CH-6281 Hochdorf  
Tel. +41 41 914 65 65  
Fax +41 41 914 66 37  
nutritec@hochdorf.com  
www.hochdorf.com

Werk Steinhausen:  
Hinterbergstrasse 58  
CH-6312 Steinhausen

Werk Sulgen:  
Industriestrasse 26  
CH-8583 Sulgen

### **Herausgeberin**

HOCHDORF Holding AG  
Siedereistrasse 9  
Postfach 691  
CH-6281 Hochdorf  
Tel. +41 41 914 65 65  
Fax +41 41 914 66 66  
holding@hochdorf.com  
www.hochdorf.com

### **Konzept und Redaktion**

HOCHDORF-Unternehmens-  
kommunikation  
CH-6281 Hochdorf

### **Layout und Gestaltung**

Monto Werbeagentur AG  
CH-6341 Baar

### **Fotografie**

Urs Bigler  
CH-6024 Hildisrieden

### **Druck**

Wallimann Druck und Verlag AG  
CH-6215 Beromünster

### **Nutzungsrechte**

Sämtliche Nutzungsrechte der  
in diesem Geschäftsbericht  
enthaltenen Werke liegen bei  
der HOCHDORF Holding AG.  
Auszüge oder Publikationen  
sind mit dem Einverständnis  
der Herausgeberin möglich.

