



A white rectangular graphic with a dark blue border. In the top left corner is the "HOCHDORF BEST PARTNER" logo. Below it, the word "Geschichte" is written in a small font, followed by the title "Liberale Gesinnung und..." in a larger, bold, italicized font. The right side of the graphic features a pattern of dark blue diagonal lines that fade into the background.

Geschichte
Liberale Gesinnung und...

1895 Gründung als Centralschweizerische Natur-Milch-Exportgesellschaft durch 21 Genossenschafter.

1906 Start der Produktion von Walzenvollmilchpulver für die Schokoladeindustrie.

1908 Start der Produktion von Säuglingsnahrung.

Ab 1930 Kontinuierlicher Geschäftsaufbau mit z.B. HELIOMALT®, Säuglingsnahrung, div. Milchpulvern und Backmitteln.

1953 Einführung von HUMANA, der ersten volladaptierten Säuglingsmilch.

2003 Akquisition des Milchpulverwerks in Sulgen → HOCHDORF wird zum Milchregulierer in der Schweiz mit entsprechenden Kapazitäten.
Vollständige Übernahme der Multiforsa AG.

HOCHDORF
BEST PARTNER

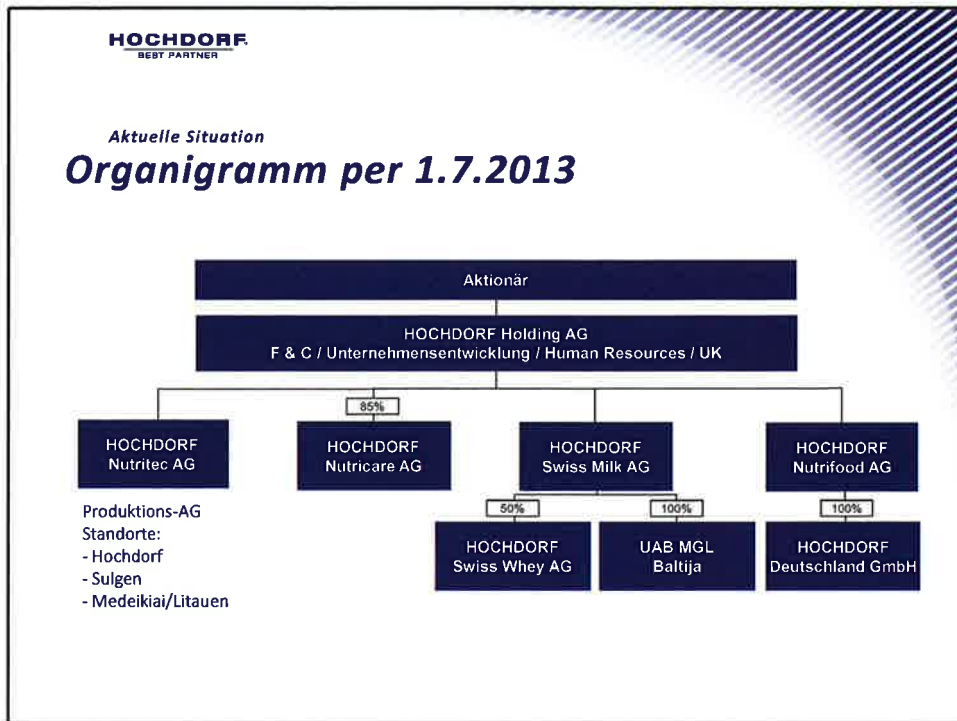
Geschichte

...internationale Expansion

- 2006 Start der internationalen Expansion im Bereich Babynahrung.
- 2010 Produktionsstart von Babynahrung auf der neuen Sprühturmlinie in Sulgen.
Konzentration der Standorte: Steinhausen wird aufgelöst.
Erste Teilübernahme des Milchwerkes in Medeikiai (Litauen).
- 2013 Das Milchwerk in Medeikiai (Litauen) wird zu 100% übernommen.
CEO Wechsel zu Dr. Thomas Eisenring.

HOCHDORF
BEST PARTNER

HOCHDORF IN ZAHLEN



HOCHDORF
BEST PARTNER

HOCHDORF in Zahlen
Werke der HOCHDORF-Gruppe



Werk Hochdorf

- Produktion: Milchderivate, Baby Care, Cereals & Ingredients.



Werk Sulgen

- Produktion: Milchderivate, Baby Care.



Werk Medeikiai

- Produktion: Milchderivate.

HOCHDORF in Zahlen

Kennzahlen der Erfolgsrechnung (1)

In CHF 1'000	2012	2011
Brutto-Verkaufserlös	346'614	346'574
Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA)	14'318	14'538
In % des Produktionserlöses	4.2%	4.1%
Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)	2'759	1'898
In % des Produktionserlöses	0.8%	0.5%
Unternehmensergebnis (Reingewinn/-verlust)	-35'326	12'381
In % des Produktionserlöses	-10.4%	3.5%
Erarbeitete Mittel (Cashflow)	13'507	12'919
In % des Netto-Verkaufserlöses	3.9%	3.8%

HOCHDORF in Zahlen

Kennzahlen der Erfolgsrechnung (2)

In CHF 1'000	2013 1.1.-30.6.
Brutto-Verkaufserlös	182'516
Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA)	8'389
In % des Produktionserlöses	4.4%
Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)	4'437
In % des Produktionserlöses	2.3%
Unternehmensergebnis Konzern	1'810
In % des Produktionserlöses	1.0%
Erarbeitete Mittel (Cashflow)	7'919
In % des Netto-Verkaufserlöses	4.4%

HOCHDORF in Zahlen

Bilanz per 31.12.

AKTIVEN

In CHF 1'000	31.12.2012		31.12.2011	
Umlaufvermögen	118'312	49.3%	117'535	41.6%
Anlagevermögen	121'539	50.7%	164'952	58.4%
Total Aktiven	239'851	100.0%	282'487	100.0%

PASSIVEN

	31.12.2012		31.12.2011	
Kurzfristiges FK	81'777	34.1%	35'829	12.7%
Langfristiges FK	58'310	24.3%	109'320	38.7%
Total FK	140'087	58.4%	145'149	51.4%
Eigenkapital	99'764	41.6%	137'338	48.6%
Total Passiven	239'851	100.0%	282'487	100.0%

HOCHDORF in Zahlen

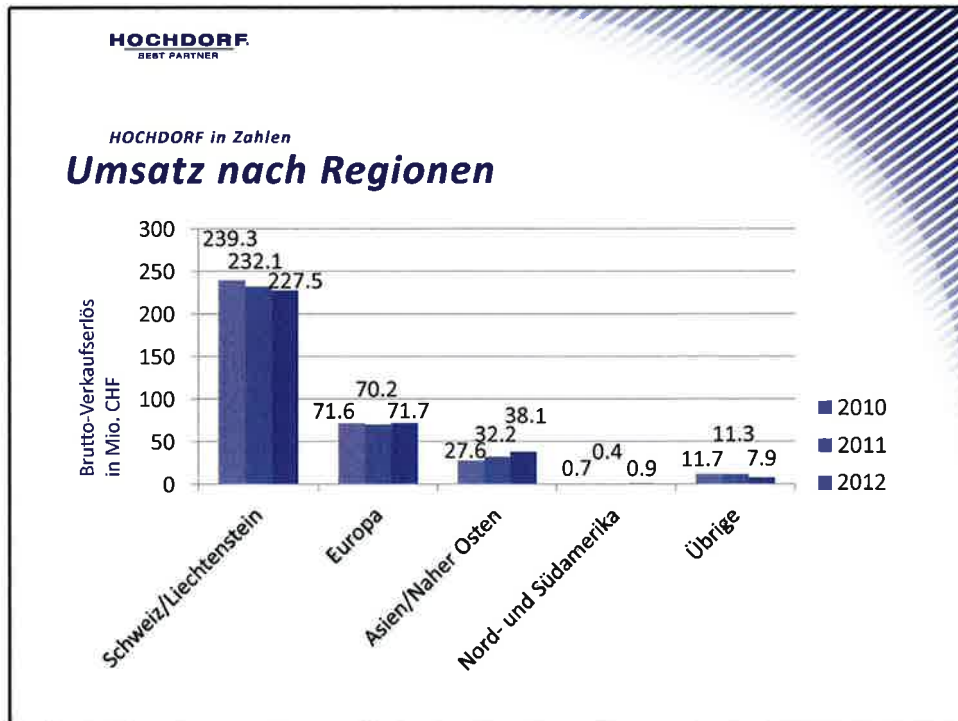
Bilanz per 30.06.

AKTIVEN

In CHF 1'000	30.06.2013		30.06.2012	
Umlaufvermögen	112'365	48.3%	121'975	43.0%
Anlagevermögen	120'296	51.7%	161'874	57.0%
Total Aktiven	232'661	100.0%	283'849	100.0%

PASSIVEN

	30.06.2013		30.06.2012	
Kurzfristiges FK	35'886	15.4%	39'763	14.0%
Langfristiges FK	99'205	42.6%	109'206	38.5%
Total FK	135'091	58.0%	148'969	52.5%
Eigenkapital	97'570	42.0%	134'880	47.5%
Total Passiven	232'661	100.0%	283'849	100.0%




A white rectangular graphic with a dark blue grid pattern on the right side. In the top left corner, the text "HOCHDORF" is written in dark blue, with "BEST PARTNER" in smaller dark blue letters below it. Below this, the text "Wichtige Märkte" is written in a smaller, italicized font. The main title "Walzen-Vollmilchpulver für Schokolade" is written in a large, bold, italicized font. Below the title is a bulleted list of four points. In the bottom right corner, there is a 3D illustration of a yellow Toblerone chocolate bar wrapper with the word "TOBLERONE" in red and black letters.

HOCHDORF
BEST PARTNER

Wichtige Märkte
Walzen-Vollmilchpulver für Schokolade

- Schweizer Marktführer für Walzen-Vollmilchpulver für die Schokoladeindustrie. (Wir liefern rund 12'000 t von geschätzten 15'000 t Jahresbedarf in der Schweiz).
- Stabile bis leicht wachsende Nachfrage in der Schweiz.
- Schweizer Schokoladehersteller wachsen im Ausland.
- Expansion in lukrative EU-Märkte.

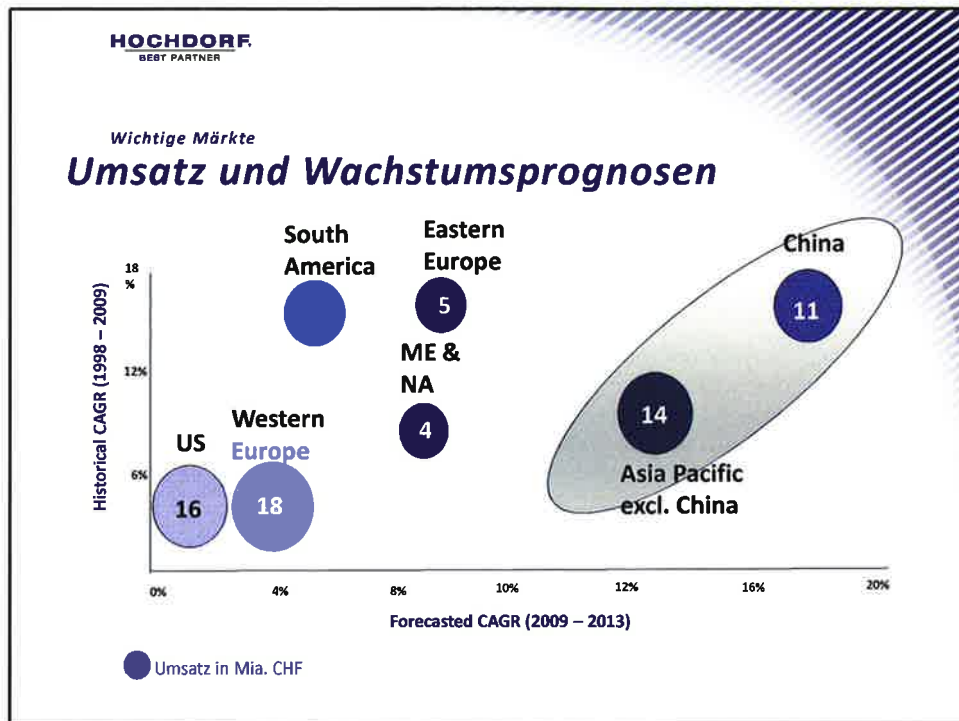




HOCHDORF
BEST PARTNER

Wichtige Märkte
Baby- und Kleinkindernahrung

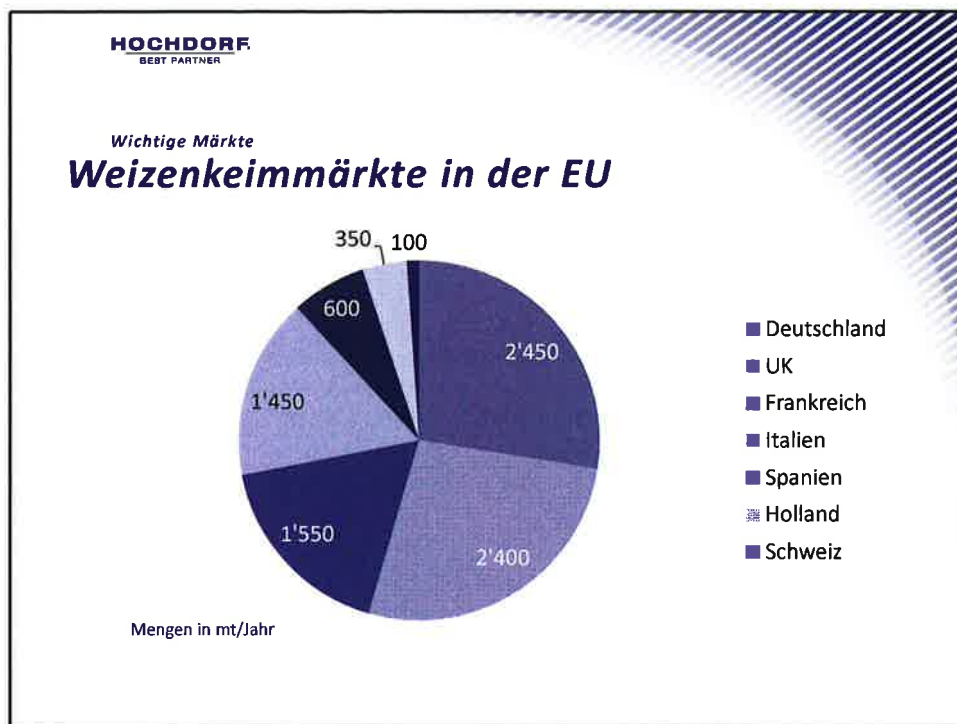
- Anbieter eines kompletten Sortiments an milchbasierter Swiss-Made Baby- und Kleinkindernahrung mit Fokus auf den internationalen Markt.
- Aktuell: Ausrichtung auf starkes internationales Wachstum (Wachstumsziel 2013: 20-30%).
- Kundenspezifische Dienstleistungen im Bereich Markteintritt, Verkaufsschulungen sowie bei der Registrierung.
- Eigene, leistungsfähige Entwicklungsabteilung.



HOCHDORF
BEST PARTNER

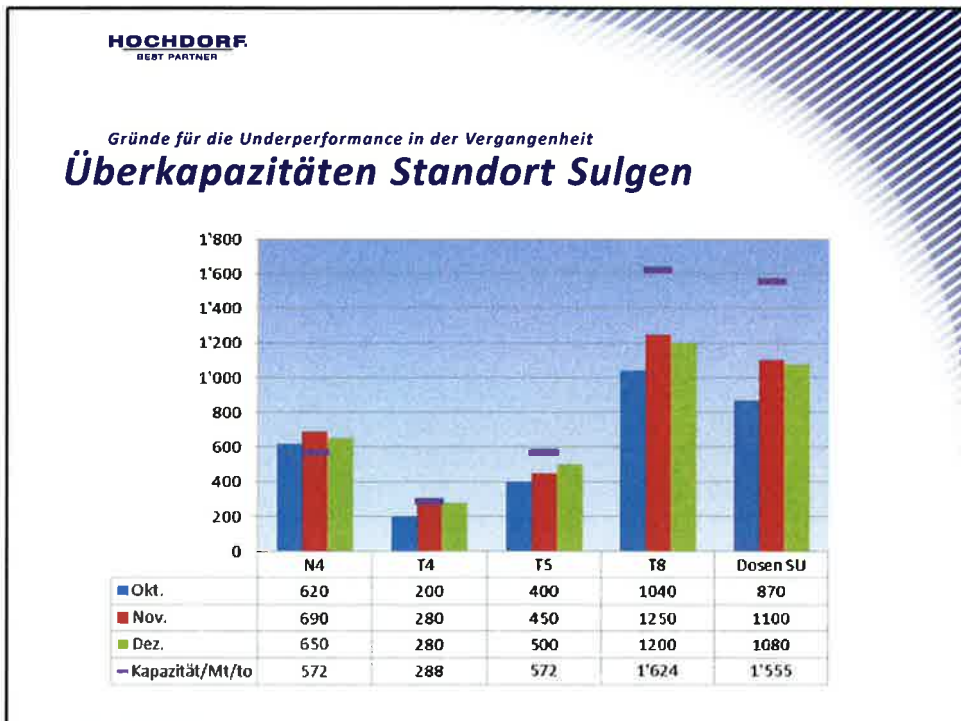
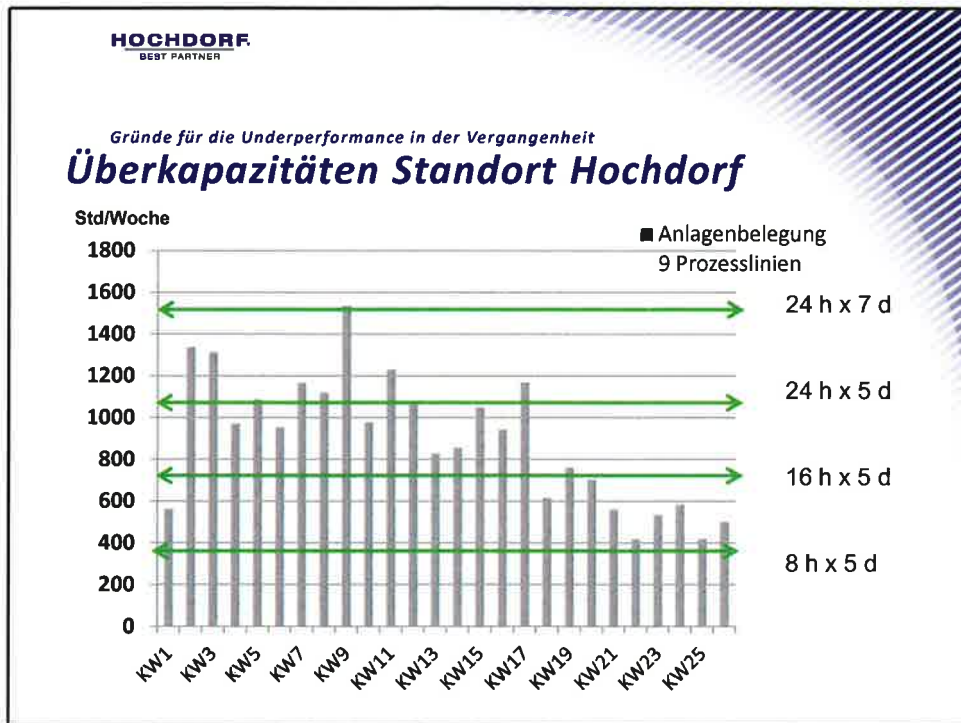
Wichtige Märkte
Cereals & Ingredients

- Sortiment: Hochwertige Weizenkeimprodukte (VIOGERM®), Instant-Dessertprodukte und Wellnessprodukte → wertschöpfungsstarke Spezialitäten.
- Verarbeitet rund 2'500 t Weizenkeime pro Jahr
- Entwicklung innovativer Produktkonzepte für Drittmarken.
- Stabile Nachfrage in der Schweiz.
- Wachstum im Export (v.a. EU-Raum).



HOCHDORF
BEST PARTNER

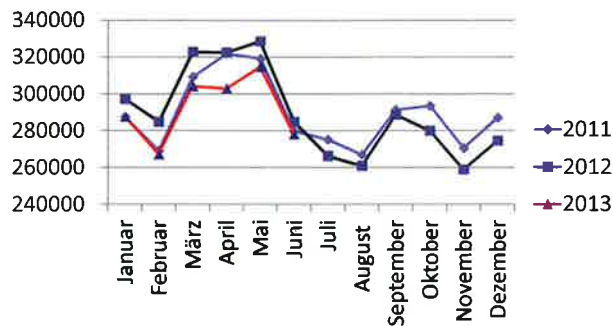
***GRÜNDE FÜR DIE
UNDERPERFORMANCE
IN DER VERGANGENHEIT***



Gründe für die Underperformance in der Vergangenheit

Wie weiter mit Überkapazitäten?

- Die HOCHDORF-Gruppe war auch als Regulierer aktiv – mit entsprechenden Verarbeitungskapazitäten.
- Wir gehen von gleichbleibenden Milchmengen aus → Anpassung der Kapazitäten in den Bereichen Milchverarbeitung (nicht Babynahrung!).



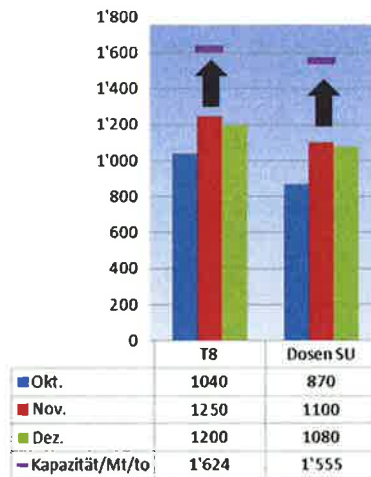
Gründe für die Underperformance in der Vergangenheit

Riskante Diversifikation

2001: Kauf des Bäckerei- und Gastrogeschäfts der Nutriswiss. 2004: Kauf des Bäckereigeschäfts der Valora AG.	* Im Jahre 2008 erfolgt der Rückzug aus dem Gastrogeschäft und im Jahre 2011 jener aus dem Bäckereigeschäft.
2001: Kauf der Multiforsa AG und damit Einstieg in das Weizenkeim-Geschäft.	* 2006: Konzentration auf Nahrungsmittel für Menschen → Verkauf des Bereichs Tiergesundheit der Multiforsa AG (2007). ✓
2003: Kauf der Schweizerischen Milch-Gesellschaft AG Sulgen	✓ Kontinuierlicher Ausbau des Werkes. Wichtiges Milchwerk der Gruppe.
2004: Bau und Inbetriebnahme der Fabrik zur Herstellung von Gläschenkost.	* 2009 wird die Produktionslinie verkauft.
2006: Gründung der HOCHDORF Nutricare AG.	✓ Rasante Entwicklung des internationalen Verkaufs von Baby- und Kindernahrung.
2010: Erste Teilübernahme des Milchwerks in Medeikiiai (Litauen).	✓ 2013 vorzeitige, vollständige Übernahme des internationalen Milchwerks.
2011: Gründung der HOCHDORF Nutrimerical AG.	* 2013: Ausstieg aus der Sparte medizinische Ernährung.

Gründe für die Underperformance in der Vergangenheit

Investition in Sprühturmlinie 8



- Auslegung der Investition T8 auf EU-Produktionskosten-Niveau.
- Zukunftsorientiert: Modernes Werk in europäischer Durchschnittsgrösse.
- Modulare Investitionsgestaltung aus technologischen Gründen nicht möglich.

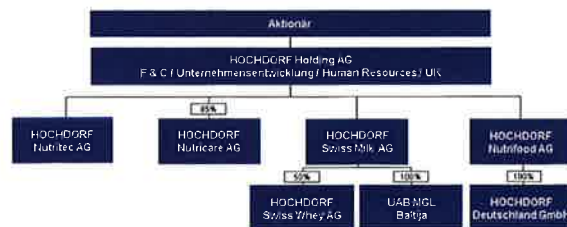


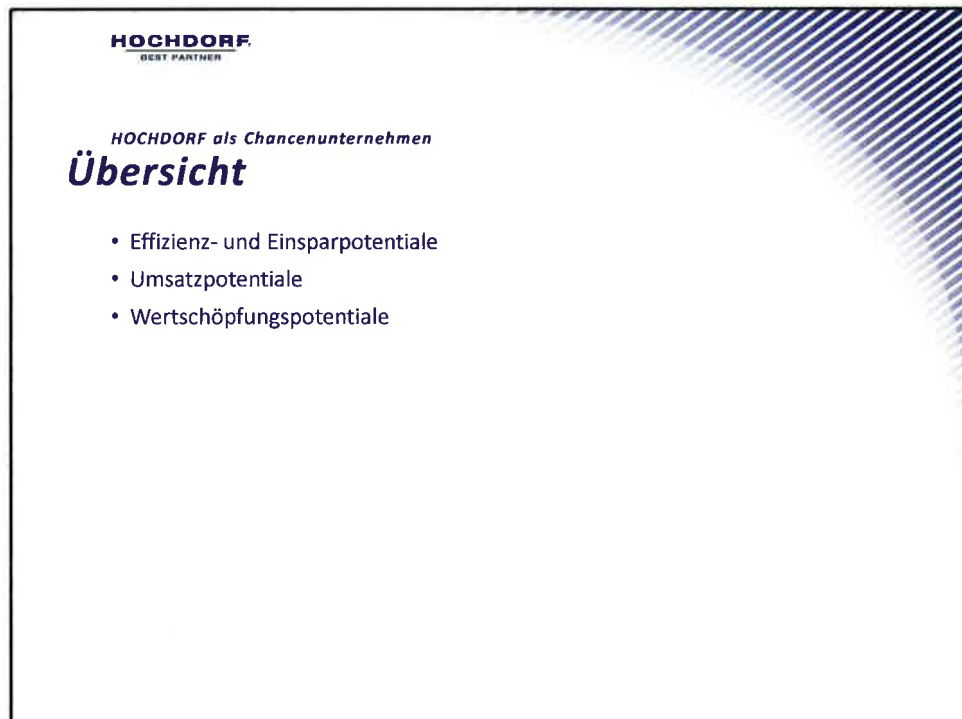
- Sehr hohe Anlaufkosten.
- Zwang zu einer Volumenstrategie in den ersten Jahren.
- Volllauslastung ist auf das Jahr 2014 geplant.

Gründe für die Underperformance in der Vergangenheit

Komplizierte Struktur

- Direkte Gesamtführung nur schwer möglich.
- Hohe Zentrifugalkräfte, ungenügende Nutzung von Synergien.
- Zahlreiche Doppelspurigkeiten.
- Intransparente Kostenstrukturen (Gemeinkosten, Intercompany Verrechnungspreise).





HOCHDORF
BEST PARTNER

HOCHDORF als Chancenunternehmen

Effizienz- und Einsparpotentiale

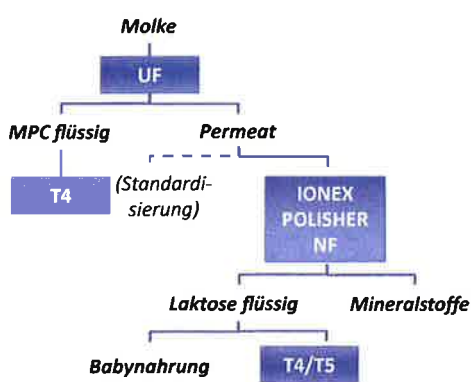
Produkt- / Produktions-Mix	Umstrukturierungspotential	Logistik
<ul style="list-style-type: none"> Situationsbezogene Sortiments- und Kapazitätsbereinigung. Produkttransfer zwischen den Werken. 	 <ul style="list-style-type: none"> Strukturen vereinfachen. Abläufe straffen. 	<ul style="list-style-type: none"> Zentralisieren der Logistik. Direktverlad von 1'000 bis 1'500 Containern pro Jahr ab Rampe Sulgen.

Geschätztes Effizienz- und Einsparpotential: CHF 2 bis 4 Mio.

HOCHDORF
BEST PARTNER

HOCHDORF als Chancenunternehmen

Wertsteigerungspotential Molke



```

graph TD
    Molke --> UF
    UF --> MPC[MPC flüssig]
    UF --> Permeat
    MPC --> T4[T4 (Standardisierung)]
    Permeat --> IONEX[IONEX POLISHER NF]
    IONEX --> Laktose[Laktose flüssig]
    IONEX --> Mineralstoffe[Mineralstoffe]
    Laktose --> Babynahrung[Babynahrung]
    Mineralstoffe --> T4T5[T4/T5]
    
```

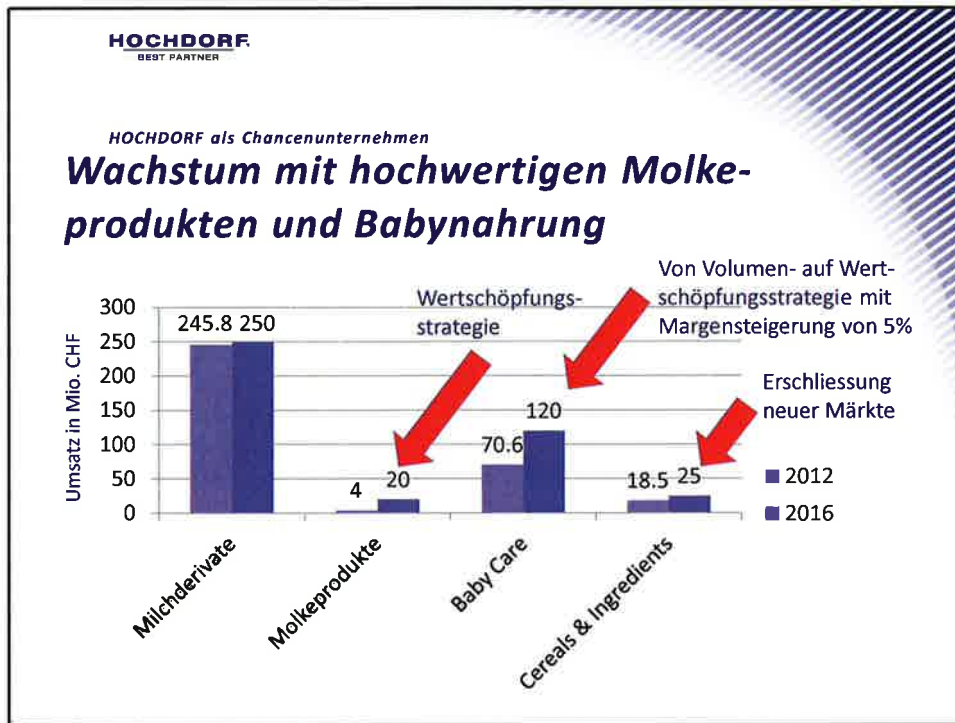
Sulgen kann aktuell 163.000 t 5,5% Molke verarbeiten.

↓

Zusätzliche Produkte:
1'400 t Molkeprotein 80
5'100 t Laktose >95%

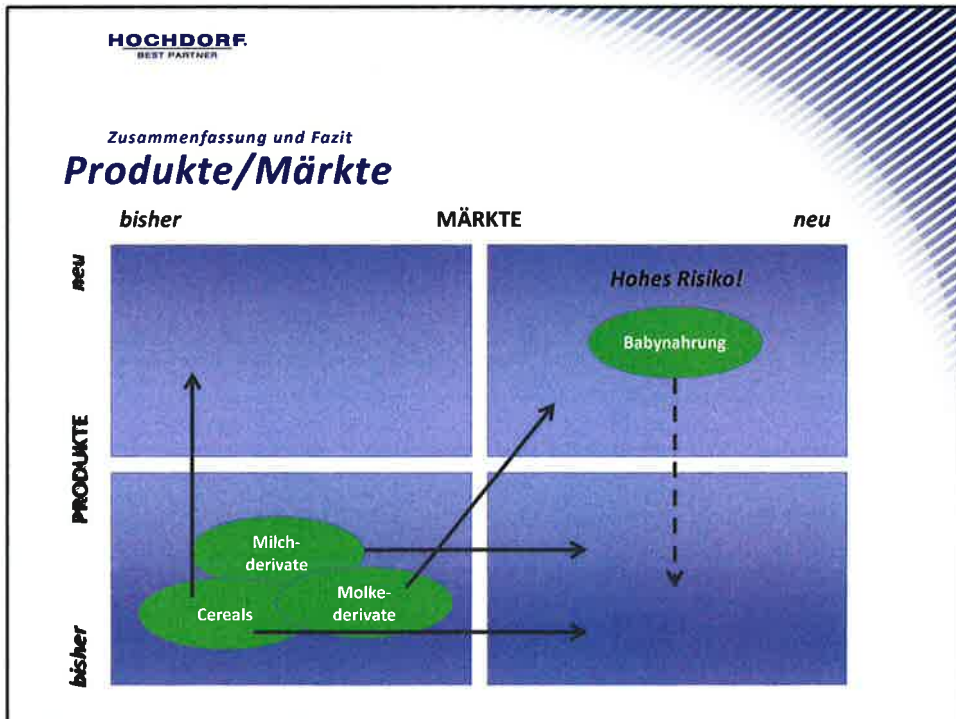
↓

Zusätzlicher Ertrag: ca. CHF 2 Mio.



HOCHDORF
BEST PARTNER

ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT



HOCHDORF
BEST PARTNER

Zusammenfassung und Fazit

Weshalb in HOCHDORF investieren?

- Traditionsreiches Unternehmen mit ausgeglichenem Produktportfolio.
- In interessanten, zukunftssträchtigen Märkten tätig.
- Erhebliches Wachstumspotential in diversen Segmenten.
- Kurz- und mittelfristig erhebliche Wertschöpfungspotentiale.
- Sehr fähiges Management Team.