

Medienmitteilung der HOCHDORF-Gruppe: Jahresergebnis 2018

Strategieumsetzung schreitet voran – Ertragserwartungen noch nicht erfüllt

Hochdorf, 19. März 2019 – HOCHDORF erwirtschaftete 2018 einen Netto-Verkaufserlös von CHF 561.0 Mio. (–6.6% ggü. Vorjahr (VJ)). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) beläuft sich auf CHF 18.6 Mio. (–56.2% ggü. VJ) und der Reingewinn auf CHF 8.7 Mio. Die Umsatz- und Ertragszahlen liegen deutlich hinter den Rekordwerten des Vorjahres, jedoch im Bereich der im Dezember 2018 veröffentlichten Prognose. Hauptverantwortlich für das Nichterfüllen der Erwartungen sind das deutlich tiefer ausgefallene Ergebnis der Pharmalys Laboratories SA, der fehlende China-Umsatz, Verspätungen bei der neuen Sprühturmlinie und eine Verschärfung der Probleme im Geschäftsbereich Dairy Ingredients sowie der Einmaleffekt aus dem Verkauf der HOCHDORF Baltic Milk UAB.

Die HOCHDORF-Gruppe verarbeitete 2018 661'017 Tonnen Milch, Rahm, Molke und Milchpermeat (VJ 650'017 Tonnen; +1.7%) und verkaufte Produkte im Umfang von 154'609 Tonnen (–18.8% ggü. VJ). Sie erzielte damit einen Netto-Verkaufserlös von CHF 561.0 Mio. (VJ CHF 600.5 Mio.; –6.6%) und einen Unternehmensgewinn in der Höhe von CHF 8.7 Mio. (VJ CHF 40.8 Mio.). Der Netto-Verkaufserlös liegt damit innerhalb des im Dezember 2018 kommunizierten Bereichs von CHF 540 – 570 Mio. Der EBIT in % des Produktionserlöses liegt mit 3.3% leicht unter dem prognostizierten Bereich von 3.5 – 4.0%.

Erwartungen nicht erfüllt

Historisch betrachtet, ist ein EBIT in der erzielten Grössenordnung für die HOCHDORF-Gruppe ein einigermassen gutes Ergebnis, zumal dieser zusätzlich durch den Einmaleffekt des Verkaufs der HOCHDORF Baltic Milk im Umfang von CHF 2.9 Mio. belastet wird. Auf Stufe Reingewinn beläuft sich die Belastung aus dem Verkauf auf total rund CHF 5.9 Mio. Zudem stieg der Betriebsaufwand sprunghaft auf CHF 135.9 Mio. an (VJ CHF 116.4 Mio.; +16.8%).

Hauptverantwortlich für das Nichterfüllen der Erwartungen sind das deutlich tiefer ausgefallene Ergebnis der Pharmalys Laboratories SA, der fehlende China-Umsatz, Verspätungen bei der neuen Sprühturmlinie und eine Verschärfung der Probleme im Geschäftsbereich Dairy Ingredients.

Letztes Jahr mit hoher Investitionssumme

Die erarbeiteten Mittel haben sich von CHF 56.0 Mio. auf CHF 30.4 Mio. reduziert. Die wesentlich tieferen operativen Ergebnisse wirken sich hier deutlich aus. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Geldfluss aus Betriebstätigkeit von CHF 6.0 Mio. auf CHF -81.3 Mio. gesunken. Hauptgrund dafür ist die restliche Kaufpreiszahlung für Pharmalys. Aufgrund der Ausweitung der Geschäftstätigkeit hat insbesondere die Position «Vorräte» deutlich zugenommen. Längere Zahlungsfristen im MEA-Raum (Middle East Africa) stellen eine Herausforderung dar. Gleichwohl konnte die Position «Forderungen» insgesamt reduziert werden.

Im Bereich Investitionen wurden Ausgaben über CHF 35.5 Mio. getätigt für Anlagen, Gebäude und Immaterielle Werte. Unter Auslassung der Beträge für den Ausbau des Werkes Sulgen konnten die ordentli-

chen Investitionen aus dem laufenden Cashflow finanziert werden. Die Arbeiten am Neubau T9/Dosenlinie 2 sind im 2018 weitestgehend abgeschlossen worden. Für 2019 planen wir mehrheitlich nur mit Ersatzinvestitionen.

Der Free Cashflow war im 2018 aufgrund des Neubaus T9 und der Kaufpreiszahlungen Pharmalys und Bimbosan wie erwartet negativ. Für 2019 erwarten wir einen leicht positiven Free Cashflow. Die Nettoverschuldung ist gegenüber Dezember 2017 von CHF 0 Mio. auf CHF 141.3 Mio. gestiegen. Die Hybridanleihe und die Pflichtwandelanleihe gelten als Eigenkapital und belasten die Nettoverschuldung nicht.

Der Eigenfinanzierungsgrad hat sich gegenüber Ende 2017 (53.1%) auf 48.8% reduziert. Grund dafür sind die höhere Verschuldung aus den vorerwähnten Ausführungen. Mit dem Abschluss 2018 wurde der finale Kaufpreis für Pharmalys nochmals leicht nach unten angepasst, durch entsprechende Verrechnung mit dem Eigenkapital. Gesamthaft bildet die Finanzierung der HOCHDORF-Gruppe weiterhin eine gute Basis für das weitere Unternehmenswachstum.

Geschäftsbereich Dairy Ingredients

Der Geschäftsbereich Dairy Ingredients erzielte 2018 einen Netto-Verkaufserlös von CHF 354.4 Mio. (VJ CHF 405.1 Mio.; –12.5%) und durchlebte ein anspruchsvolles Jahr mit einer nach wie vor grossen jedoch tendenziell abnehmenden Spreizung zwischen der Milchfett- und Milchproteinbewertung in den internationalen Märkten. Die Aktivitäten in der Schweiz waren vor allem durch die Umsetzung zur Nachfolgelösung des «Schoggigesetzes» geprägt.

In der Schweiz verarbeitete die *HOCHDORF Swiss Nutrition AG* praktisch dieselbe Flüssigmenge (v.a. Milch und Molke) wie im Vorjahr (408'857 Tonnen vs. 409'009 Tonnen 2017). Insgesamt wurde jedoch 26.2% mehr Molke, dafür 8.5% weniger Milch verarbeitet. Produktseitig wurde das Portfolio von Verlustbringern bereinigt und an Neu- und Weiterentwicklungen von Produkten mit höherer Wertschöpfung gearbeitet. Weiter stand die Umsetzung der Nachfolgelösung des «Schoggigesetzes» mit einer Vielzahl anspruchsvoller Kunden- und Lieferantenverhandlungen im Fokus der Aktivitäten. HOCHDORF ist mit ihrem überproportional hohen Schoggigesetz-Milchanteil stark von den Veränderungen betroffen.

Die *Uckermärker Milch GmbH* verarbeitete mit 234'324 Tonnen (+20.9%) eine deutlich höhere Flüssigmenge als im Vorjahr (193'844 Tonnen). Vor allem die verarbeitete Milchmenge stieg um knapp +30%. Marktseitig konzentrierte sich die Uckermärker Milch auf die Entwicklung und Vermarktung von Spezialmilchpulvern mit höherem Margenpotenzial. Dabei konnte für super-koshere Milchpulver bereits im ersten Jahr eine sehr gute Marktposition erreicht werden. Die ganzjährig tiefen Milchproteinpreise sowie die zusätzlich fallenden Fettpreise im zweiten Halbjahr belasteten das Ergebnis stark. Daher wurde auf der Kostenseite gegengesteuert und auf Jahresende mehrere Stellen abgebaut.

Geschäftsbereich Baby Care

Der Geschäftsbereich Baby Care erreichte 2018 einen Netto-Verkaufserlös von CHF 176.0 Mio. (VJ 168.8 Mio.; +4.3%). Das Umsatzwachstum begründet sich mit der Akquisition Bimbosan sowie mit dem organischen Wachstum bestehender Kunden. Das im Halbjahresbericht prognostizierte Umsatzziel von CHF 200 – 215 Mio. konnte aber nicht erreicht werden.

Die *HOCHDORF Swiss Nutrition AG* startete im August die ersten kommerziellen Produktionen auf der neuen Produktionslinie in Sulgen. Nun gilt es, die Auslastung der neuen Anlagen mit Neukunden und dem Wachstum bestehender Kunden kontinuierlich zu erhöhen. Die bestehenden Anlagen zur Produktion

von Babynahrung waren 2018 sehr gut ausgelastet. HOCHDORF hat sich zudem strategisch entschieden, Babynahrung für China nur noch in Sulgen herzustellen.

Die *Pharmalys Laboratories SA* verzeichnete zwei unterschiedliche Halbjahre: Auf das schwache erste folgte ein relativ starkes zweites Halbjahr. Insgesamt konnte das grosse Wachstum des Jahres 2017 nicht wiederholt werden. Zur Stärkung der Marken Primalac und Swisslac wurden 2018 unter anderem die Marketingausgaben angehoben. Auch die höheren Kosten für die bisher erfolgreichen Markteintritte in verschiedene Länder Afrikas und des Mittleren Ostens belasteten das Ergebnis. Zudem konnte auch die Marktdurchdringung in einigen bestehenden Ländern gehalten oder gar ausgebaut werden.

Seit Anfang Mai 2018 ist die *Bimbosan AG* Teil der HOCHDORF-Gruppe. Die Schweizer Traditionsfirma erzielte den erwarteten Umsatz und Ertrag. Die bereits vor der Übernahme verstärkten Kommunikationsanstrengungen in der Schweiz wurden wie geplant weitergeführt. Die starke Marktstellung im Heimmarkt unterstützt die Internationalisierung der Marke, mit welcher wir in Vietnam starteten. Die Unterlagen zur Registrierung der Marke Bimbosan in China wurden ebenfalls eingereicht.

Geschäftsbereich Cereals & Ingredients

Im Jahr 2018 erreichte der Geschäftsbereich Cereals & Ingredients einen Netto-Verkaufserlös in der Höhe von CHF 30.7 Mio. (VJ 26.6 Mio.; +15.0%). Das Jahr war geprägt von der Integration der Zifru Trockenprodukte GmbH und der Snapz Foods AG sowie dem Wachstum der HOCHDORF South Africa Ltd wie auch der Marbacher Ölmühle GmbH. Über den gesamten Bereich gesehen, konnten einige neue Produkte entwickelt und international vermarktet werden.

Die *HOCHDORF Swiss Nutrition AG* lancierte in der Kategorie Private Labels verschiedene neue Kids Food Produkte, wie etwa gesunde Crisps für Kinder ab sechs Monaten, ein Porridge mit Schweizer Vollmilch sowie getrocknete Früchte und Gemüse für Kinder ab drei Jahren.

Die *Marbacher Ölmühle GmbH* wie auch die *Zifru Trockenprodukte GmbH* sind beide gut auf Kurs. Sie konnten über das ganze Jahr hinweg neue Kunden hinzugewinnen. Die Marbacher Ölmühle steigerte ihren Netto-Verkaufserlös von CHF 9.9 Mio. auf CHF 12.1 Mio. (+22.8%). *HOCHDORF South Africa Ltd* konnte ihre Verkäufe der Afrikoa Schokolade ein weiteres Jahr in Folge mehr als verdoppeln.

Weiterarbeit an der Strategie

HOCHDORF verfolgt das Ziel, sich bis 2020 zu einem global tätigen, profitablen Nischen-Unternehmen mit Premium-Produkten zu wandeln. Die Vorwärtsintegration bzw. der Schritt näher zum Endkonsumenten, ist ein wichtiger Bestandteil dieser Strategie – neben der Entwicklung von Produkten mit höherer Wertschöpfung. An dieser Strategie arbeitete HOCHDORF im vergangenen Geschäftsjahr intensiv.

Mit den getätigten Investitionen im Werk Sulgen, der Mehrheitsbeteiligung an der Pharmalys-Gruppe und der Akquisition der Bimbosan AG, ist der Geschäftsbereich *Baby Care* auf sehr gutem Weg, die gesetzten strategischen Ziele bis 2020 zu erreichen. Hier gilt es, die vorhandenen Kapazitäten auszulasten und parallel dazu das Geschäft mit Eigenmarken weiter zu stärken.

Der Geschäftsbereich *Cereals & Ingredients* ist mit einem breiten Sortiment an Premium-Produkten in Nischenmärkten ebenfalls gut aufgestellt. Damit die gesetzten strategischen Ziele erreicht werden können, ist ein weiteres Umsatz- und Ertragswachstum der Schlüsselprodukte notwendig. Das bedeutet, dass der Aufbau des Kids Food-Geschäfts u.a. mit Snapz (Markenprodukte) und Zifru (Private Label) sowie der Afrikoa-Schokolade weiter vorangetrieben werden.

Am anspruchsvollsten gestaltet sich die Umsetzung der Strategie im angestammten Kerngeschäft Dairy Ingredients. Die grosse Konkurrenz, die Preissensitivität und der Einfluss politischer Entscheide sind die Hauptgründe dafür. In diesem Bereich konnte HOCHDORF 2018 zum Beispiel mit dem Verkauf der Baltic Milk einen deutlichen Risikoabbau vornehmen. Marktseitig konnten einige Spezialmilchpulver erfolgreich entwickelt und vermarktet werden. Die verschärfte Marktsituation machte diese Erfolge jedoch wieder zunichte. Es gilt deshalb, die Milchpreise dem Markt anzupassen und entsprechend flexibel zu gestalten, interne Optimierungen vorzunehmen und weitere Produktinnovationen mit Mehrwert zu entwickeln.

Ausblick 2019

Es gilt noch immer: HOCHDORF ist im Umbruch begriffen – mit entsprechenden Herausforderungen in allen drei Geschäftsbereichen. Im Geschäftsbereich *Dairy Ingredients* wurden sowohl in der Schweiz als auch in Deutschland Kostensenkungsprogramme gestartet, damit zukünftig wieder positive Resultate erzielt werden können. Die Nachfolgelösung für das «Schoggigesetz» in der Schweiz führt dazu, dass HOCHDORF nur noch knapp kompetitive Milchpreise bezahlen kann, was zu einem deutlich tieferen Milcheingang führen wird. Deshalb werden Massnahmen zur Erhaltung der Lieferfähigkeit bei Schlüsselprodukten umgesetzt. Zudem lässt die aktuelle Situation bezüglich Milchpreisen und -mengen, sowohl in der Schweiz als auch in der EU, eine erhöhte Volatilität und allerhöchstens knapp positive Ergebnisse im Bereich DI erwarten.

Im Geschäftsbereich *Baby Care* erhofft sich HOCHDORF die Registrierung der eingereichten Marken für den Markt China. Gemäss einer neueren Regelung muss nun jedoch vorgängig das Produktionswerk nochmals von den zuständigen Behörden auditiert werden. Falls dieses Audit im ersten Halbjahr 2019 stattfindet, hofft HOCHDORF, ab spätestens 2020 wieder Babynahrung nach China liefern zu können. Zur Auslastung der neuen Anlagen strebt HOCHDORF neben dem Wachstum mit bestehenden und neuen Kunden auch ein kontrolliertes Wachstum der Eigenmarken im In- und Ausland an.

Der Expansionskurs des Geschäftsbereichs *Cereals & Ingredients* soll dieses Jahr weiter verstärkt werden. Das Augenmerk richtet sich auf den Bereich Private Label sowie auf die Marken Snapz und Afrikoa. Erste grössere Aufträge aus den USA und aus China für Snapz-Produkte liegen vor. Der Geschäftsbereich wird an verschiedenen Messen präsent sein sowie die Online- und Social-Media Aktivitäten erhöhen. Zudem wird das Produktportfolio des Geschäftsbereichs einer vertieften Analyse unterzogen.

Aufgrund der grossen Unsicherheiten im Bereich Dairy Ingredients verzichtet die HOCHDORF-Gruppe derzeit auf die Abgabe einer Umsatz- und Ertragsprognose.

Dividende auf Vorjahresniveau beantragt

Die HOCHDORF Holding AG verfolgt trotz der derzeit widrigen Marktverhältnisse im Bereich Dairy Ingredients eine auf Kontinuität ausgerichtete Dividendenstrategie. Entgegen des Geschäftsverlaufs 2018 schlägt der Verwaltungsrat die Dividende auf der Vorjahreshöhe von CHF 4.00 beizubehalten. Der Verwaltungsrat bekräftigt damit sein Vertrauen in die festgelegte Strategie und deren erfolgreiche Umsetzung.

Kennzahlen 2018 der HOCHDORF-Gruppe

TCHF	2018	2017	Veränderung
Netto-Verkaufserlös	561'031	600'527	-6.6%
Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA)	35'886	55'719	-35.6%
<i>in % des Produktionserlöses</i>	<i>6.3</i>	<i>9.2</i>	
Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT)	18'649	42'616	-56.2%
<i>in % des Produktionserlöses</i>	<i>3.3</i>	<i>7.1</i>	
Reingewinn	8'656	40'846	-78.8%
<i>in % des Produktionserlöses</i>	<i>1.5</i>	<i>6.8</i>	
Mitarbeiterbestand per 31.12.	694	695	-0.1%
Erarbeitete Mittel	30'425	56'035	-45.7%
Verarbeitete Flüssigmenge (Milch, Rahm, Molke etc.) in Tonnen	661'017	650'017	+1.7%
Produzierte Menge (inkl. Rahm) in Tonnen	141'380	186'845	-24.3%
Verkaufte Menge in Tonnen	154'609	190'499	-18.8%
	31.12.2018	31.12.2017	
Bilanzsumme	575'231	582'270	-1.2%
davon Eigenkapital	280'847	309'282	-9.2%
<i>in % der Bilanzsumme</i>	<i>48.8</i>	<i>53.1</i>	

Angaben zur Aktie	2018	2017	
Gewinn je Aktie (in CHF)	2.02	18.43	-89.0%
Ausschüttung (in CHF)	4.00*	4.00	
Schlusskurs per 31.12. (in CHF)	102.00	286.25	-64.4%
Börsenkapitalisierung (in Mio. CHF)	146.3	410.7	-64.4%
Kurs/Gewinn-Verhältnis P/E per 31.12.	50.4	15.5	

* Vorbehältlich der Genehmigung an der Generalversammlung vom 12. April 2019.

Den ausführlichen Geschäftsbericht finden Sie unter: <http://report.hochdorf.com>.

Kontakt: Dr. Christoph Hug, Head of Corporate Communications HOCHDORF-Gruppe,
Tel: +41 (0)41 914 65 62 / +41 (0)79 859 19 23, christoph.hug@hochdorf.com.