

Medienmitteilung

## Hero Group verzeichnet starkes organisches Wachstum

- **Nettoumsatz steigt organisch um 3,5% auf CHF 1,28 Milliarden**
- **Starker operativer Cashflow reduziert die Nettoverschuldung**
- **US-Steuerreform beeinflusst den Reingewinn**

**Lenzburg, 23. März 2018** – Die Hero Gruppe – deren Mission es ist, für die Konsumenten das Gute der Natur zu bewahren – verzeichnete im Jahr 2017 ein organisches Wachstum von 3,5 % und damit eine deutliche Steigerung gegenüber den Vorjahren.

In ihrem heute veröffentlichten Geschäftsbericht sagte die Gruppe, dass ihre Kernkategorien gegenüber 2016 eine beeindruckende Steigerung von 7% aufweisen.

Laut dem CEO Rob Versloot, sind die positiven Resultate auf die strategischen Entscheidungen der Gruppe zurückzuführen: «Wir verfolgen eine Strategie, bei der wir uns auf das Wachstum unserer Kernkategorien konzentrieren, wo wir glauben, dass wir gewinnen können. Gerade im 2017 konnten wir sehen, dass sich dieser Fokus auf rentables Wachstum auszahlt.»

Der Nettoumsatz der Gruppe stieg im Jahr 2017 auf CHF 1,28 Milliarden, während das EBIT des Jahres bei CHF 105,3 Millionen lag.

«Unser EBIT blieb auf einem soliden Niveau und lag für das gesamte Jahr auf Zielkurs. Im Vergleich zu 2016 ist es aufgrund von Einmaleffekten und Währungseinflüssen leicht rückläufig», meint Finanzvorstand Karsten Boyens. «Insgesamt sind wir mit den dahinterliegenden Entwicklungen zufrieden, die eine Verbesserung der Bruttomarge, höhere Investitionen in Marketing und Verkaufsförderung sowie ein schnelleres organisches Wachstum zeigen. Dies steht voll und ganz im Einklang mit unserer profitablen Wachstumsstrategie.»

Von grossem Interesse war der starke operative Cashflow im Jahr 2017, der ein Niveau von CHF 135 Millionen (gegenüber CHF 118 Millionen im Jahr 2016) erreichte, was auf die gute Geschäftsentwicklung sowie bedeutende Verbesserungen des Nettoumlaufvermögens zurückzuführen ist, sagte Dr. Boyens. Folglich konnte die Nettoverschuldung im Jahr 2017 deutlich reduziert werden, und zwar von CHF 329 Millionen im Vorjahr auf CHF 253 Millionen.

Wie bei vielen anderen in den USA tätigen Unternehmen, wurde der Steueraufwand durch die US-Steuerreform stark belastet. Daraus resultierte ein ausserordentlicher buchhalterischer Effekt im Steueraufwand von CHF 50,1 Millionen. Trotz dieser Einflüsse konnte die Gruppe dennoch einen Jahresgewinn von CHF 20,9 Millionen ausweisen.

Versloot folgert: «Wir haben die Grundlagen des Geschäfts gestärkt und erwarten weitere Verbesserungen in den kommenden Jahren, wenn wir unsere Transformation zu einem stärker integrierten und fokussierten Unternehmen mit einer überzeugenden Mission fortsetzen».

Den Geschäftsbericht 2017 der Hero Gruppe finden Sie hier: [hero-group.ch/annual-reports](http://hero-group.ch/annual-reports)

## Über Hero

Hero ist ein international tätiger Nahrungsmittelkonzern, welcher sich auf hochqualitative Nahrungsmittelprodukte spezialisiert hat. Das Unternehmen wurde 1886 in Lenzburg, Schweiz, gegründet, wo sich noch heute der Firmensitz befindet. Heros Kernproduktkategorien sind Baby- und Kleinkindnahrung und -milch, Marmelade, gesunde Snacks, Dekorartikel sowie glutenfreie Produkte. Die Gruppe, welche die Mission verfolgt, den Konsumenten das Gute der Natur zu bewahren, verfügt über eine globale Präsenz. Das Portfolio beinhaltet zahlreiche sehr bekannte internationale und lokale Marken. Im Jahre 2015 erzielte der Konzern einen Umsatz von 1,28 Milliarden CHF.

## Medienkontakt

Stephen Chetcuti

Corporate Communications Manager

M: +41 (0)79 616 1467

[stephen.chetcuti@hero.ch](mailto:stephen.chetcuti@hero.ch)