

MEDIENMITTEILUNG

Jahresabschluss 2010

Charles Vögele Gruppe: Rückkehr in die Gewinnzone – 3-Säulen-Strategie greift

- **Positives Konzernergebnis von CHF 18 Mio trotz rückläufigem Nettoumsatz**
- **EBITDA klar über „100 Mio.“-Marke**
- **Abschluss der Altwarenbereinigung**
- **Anstieg des Umsatzes mit aktueller Saisonware um über 7%**
- **Neuausrichtung der Merchandise-Organisation und Verdoppelung des Kollektionsrhythmus von vier auf acht pro Jahr**

Die Charles Vögele Gruppe schloss das Geschäftsjahr 2010 mit einem Konzernergebnis von CHF 18 Mio. ab. Dieses positive Resultat ergibt sich primär aus den ersten Erfolgen der 2009 eingeleiteten strategischen Massnahmen zur umfassenden Modernisierung des Unternehmens. Angesichts der erfreulichen Nettoliquidität von CHF 26 Mio. und der soliden Eigenkapitalquote von 62% schlägt der Verwaltungsrat der Generalversammlung eine Nennwertrückzahlung von CHF 0.50 pro Aktie vor.

Pfäffikon SZ, 8. März 2011 – Das Geschäftsjahr 2010 war geprägt von einem anspruchsvollen und wettbewerbsintensiven Marktumfeld. Die Konjunkturlage in den Absatzmärkten blieb angespannt. Ein unsicherer Ausblick und die Angst vor einer erneuten Rezession drückten auf die Konsumentenstimmung.

Währungs- und flächenbereinigt (like for like): Nettoumsatz unter Vorjahresniveau

Der Nettoumsatz reduzierte sich im Geschäftsjahr 2010 um 8.6% auf CHF 1 198 Mio. (Vorjahr CHF 1 310 Mio.). Rund CHF 74 Mio. der Veränderung sind auf die zum Schweizer Franken stark abgewerteten Fremdwährungen (hauptsächlich Euro) zurückzuführen. Die Charles Vögele Gruppe erzielt 62% des Nettoumsatzes in Euro. Währungs- und flächenbereinigt (like for like) betrug der Umsatzrückgang noch – 2.7% oder CHF 31 Mio. Das zweite Halbjahr war die erste altwarenbefreite Verkaufssaison. Charles Vögele steigerte 2010 den Umsatzanteil mit aktueller Saisonware auf 84% (Vorjahr 75%). Zudem gelang es, den negativen Währungseinfluss auf den Bruttogewinn dank frühzeitigen Absicherungsgeschäften in den Hauptwährungen Euro und US Dollar weitgehend zu entschärfen. Daraus resultierte eine zum Vorjahr verbesserte Bruttogewinnmarge von 66.9% (Vorjahr 61.2%).

Der Betriebsaufwand reduzierte sich währungsbedingt gegenüber dem Vorjahr um CHF 40 Mio. auf CHF 691 Mio. Zum ersten Mal profitierte die Gruppe für ein volles Jahr von der neuen Kostenstruktur ohne Altwarenlager. Mit CHF 110 Mio. erzielte Charles Vögele wieder ein Betriebsergebnis auf Stufe EBITDA, das klar über der „100 Mio.“-Marke lag und mit 9.2% des Nettoumsatzes einen wichtigen Meilenstein auf dem Weg zur mittelfristigen Zielsetzung von 10% erreichte. Die Strukturbereinigung im Filialportfolio und die Konsolidierung der Logistikstandorte führten im Wesentlichen zu einer einmaligen Erhöhung der Abschreibungen um CHF 5 Mio. Das Betriebsergebnis auf Stufe EBIT betrug CHF 38 Mio., eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr von über CHF 30 Mio.

Geplante Nennwertrückzahlung auf Basis der soliden Eigenkapitalausstattung

Aus dem betrieblichen Cashflow von CHF 88 Mio. tätigte die Gruppe Nettoinvestitionen von CHF 46 Mio. und baute Schulden in der Höhe von CHF 36 Mio. ab. Der freie Cashflow erreichte CHF 42 Mio. In Anbetracht der erfreulichen Liquiditätssituation und der hohen Eigenkapitalquote von 62% schlägt der Verwaltungsrat in Übereinstimmung mit der bisherigen Ausschüttungspolitik der Generalversammlung eine Nennwertrückzahlung von CHF 0.50 pro Aktie vor.

Wandel zum vertikal organisierten Lifestyle-Anbieter

Im Rahmen der konsequenten Umsetzung der Strategie schloss die Charles Vögele Gruppe in der Berichtsperiode den Abverkauf der Altware ab. Seit Mitte 2010 ist sämtliche Ware jünger als 18 Monate. Darauf aufbauend trieb die Konzernleitung den unternehmensweiten Massnahmenplan entlang der gesamten Wertschöpfungskette zur umfassenden Modernisierung der Gruppe weiter voran. Drei herausragende Meilensteine – je einer aus den Strategiesäulen „Faszination“, „Wachstum“ und „Prozesse“ – waren die Verpflichtung von Penélope und Mónica Cruz sowie Til Schweiger als Markenbotschafter, die Lancierung einer eigenen Lingeriekollektion sowie die Neuausrichtung und Zentralisierung der Merchandise-Organisation.

Die Reorganisation des Unternehmens richtet sich konsequent an den Kernkompetenzen Kollektionsentwicklung, Warenplanung und Beschaffung aus. Die Vereinfachung und Straffung der Abläufe erlaubte ab Herbst 2010 die Verdoppelung des Kollektionsrhythmus von vier auf acht pro Jahr.

Weitere wichtige Fortschritte erreichte Charles Vögele bei der Optimierung des Filialnetzes und der Einführung des neuen Ladendesigns. Per Ende 2010 präsentierten sich gruppenweit bereits über siebenzig Filialen in neuem Look, darunter die im März und Oktober 2010 wiedereröffneten Flagship Stores in Zürich und Bern. Neben der im Herbst 2010 erstmals präsentierten Lingeriekollektion ist die Einführung weiterer Produktgruppen insbesondere in den Bereichen Accessoires und Schuhe in Umsetzung. Schliesslich engagierte sich Charles Vögele als Titelsponsor der Fashion Days Zürich 2010 bis 2012 und demonstrierte einem breiten Publikum seine hohe Modekompetenz. Anlässlich der Opening Night 2010 stellte Charles Vögele die neue, von Penélope und Mónica Cruz entwickelte Kollektion Biaggini Violet vor.

Stärkung des Managements

Der Verwaltungsrat ernannte im Juli 2010 Frank Beeck zum neuen Chief Sales Officer und Mitglied der Konzernleitung. Er übernahm die Führung sämtlicher Vertriebskanäle inklusive dem Aufbau des im Februar 2011 neu eröffneten Online-Shops. In der Berichtsperiode verstärkte Charles Vögele zudem die zweite Führungsebene in den Bereichen E-Commerce, Visual Merchandising, Marketing und Sales mit profunden Branchenkenntnissen.

Ausblick

2011 gilt es, die ersten Erfolge der neuen Strategie zu konsolidieren und die definierten Massnahmen konsequent umzusetzen. Die Gruppe strebt vorab internes Wachstum an und will dabei ihre Position in den Hauptmärkten stärken und sowohl Sortimente wie Filialportfolio weiter optimieren. 2011 erwarten der Verwaltungsrat und die Konzernleitung die Trendwende in der Umsatzentwicklung und damit die nachhaltige Rückkehr auf den Wachstumspfad. Gleichzeitig hält das Management am mittelfristigen Ziel einer EBITDA-Marge von 10% fest.

Die Charles Vögele Gruppe ist einer der führenden, vertikalen Fashion-Retailer Europas. Sie bietet für Menschen, die mitten im Leben stehen, aktuelle und preiswerte Mode zum Wohlfühlen. Eine attraktive Präsentation der Ware sowie eine sympathische und kompetente Beratung schaffen ein entspanntes und genussvolles Einkaufserlebnis. Charles Vögele hat 826 Verkaufsniederlassungen in neun Ländern: Schweiz, Deutschland, Niederlande, Belgien, Österreich, Slowenien, Polen, Ungarn und Tschechien. Die Gruppe erwirtschaftete 2010 mit rund 8'000 Mitarbeitenden einen Bruttoumsatz von über CHF 1.4 Mrd. Die Aktien der Charles Vögele Holding AG sind an der SIX Swiss Exchange kotiert (Valoren-Nr. 693 777).

Der Geschäftsbericht und die Präsentation der Medien- und Analystenkonferenz können unter <http://www.charles-voegele.com/investor-relations/publikationen/> heruntergeladen werden.

Disclaimer

Alle Aussagen dieser Medienmitteilung, die sich nicht auf historische Fakten beziehen, sind Zukunftsaussagen, die keinerlei Garantie bezüglich der zukünftigen Leistung gewähren; sie beinhalten Risiken und Unsicherheiten einschliesslich, aber nicht beschränkt auf zukünftige globale Wirtschaftsbedingungen, Devisenkurse, gesetzliche Vorschriften, Marktbedingungen, Aktivitäten der Mitbewerber sowie andere Faktoren, die ausserhalb der Kontrolle des Unternehmens liegen.

Medienkontakt

Rudolf Peter Scheben
Vice President Group Marketing and Communications
Gwattstrasse 15
8808 Pfäffikon SZ
Tel.: +41 55 416 71 11
Fax: +41 55 410 12 82
Email: rudolf.scheben@charles-voegele.com