

MEDIENMITTEILUNG

Halbjahresresultate 2010

Positives Betriebsergebnis trotz schwieriger Rahmenbedingungen

- Bruttoumsatz währungsbereinigt 4% unter Vorjahr
- Umsatz der aktuellen Kollektionen erhöhte sich währungsbereinigt um 4%
- Betriebsaufwand weiter reduziert auf CHF 346 Mio.
- Positives Betriebsergebnis (EBIT) von CHF 4 Mio. trotz Umsatzrückgangs
- Negative Währungseffekte belasten Konzernergebnis mit CHF 4 Mio.
- Solide Bilanzstruktur

Das Ergebnis des ersten Semesters 2010 wurde durch den Abverkauf der restlichen Altware und durch negative Währungseffekte beeinträchtigt. Der Betriebsaufwand konnte weiter reduziert werden. Das Betriebsergebnis (EBIT) kam auf CHF 4 Mio. zu liegen. Für das Gesamtjahr wird ein positives Konzernergebnis erwartet.

Pfäffikon SZ, 23. August 2010 – Die Charles Vögele Gruppe, eines der führenden vertikalen Modeunternehmen Europas, verzeichnete im ersten Semester 2010 währungsbereinigt einen Umsatzrückgang von 4%. Dank verbesserter Bruttogewinn-Marge, Fremdwährungsabsicherungen und konsequentem Kostenmanagement, konnte die EBITDA-Marge von 6.0% gehalten werden. Nach Abzug der Abschreibungen resultierte ein positives Betriebsergebnis (EBIT) von CHF 4 Mio. Das Konzernergebnis lag bei CHF – 7 Mio.

Umsatz von Altwarenabbau und negativen Währungseffekten beeinträchtigt

Der Bruttoumsatz reduzierte sich von CHF 743 Mio. auf CHF 690 Mio. Erwartungsgemäss gestaltete sich der Abverkauf der restlichen Altware schwierig. Mit zusätzlichen Preisnachlässen gelang es, die Restbestände grösstenteils zu verkaufen. Diese blockierten Verkaufsfläche und Ressourcen. Erfreulicherweise konnte der Umsatz mit aktueller Ware währungsbereinigt um 4% gesteigert werden. Zudem wurde im Berichtshalbjahr das Filialportfolio bereinigt: 12 Neueröffnungen standen 25 Schliessungen gegenüber. Es umfasste per Ende Juni 844 Filialen. Die Absatzmärkte der Charles Vögele Gruppe liegen zu rund zwei Dritteln im Euro-Raum. Vor allem die anhaltende Euroschwäche belastete

te den Umsatz mit CHF 22 Mio. bzw. 3%. Währungsbereinigt reduzierte sich der Bruttoumsatz um 4%.

Betriebsaufwand weiter reduziert

Die eingeleiteten Massnahmen wirkten sich insbesondere in der Distributionslogistik aus. Im Zusammenhang mit dem Abbau von Altwarenlagern konnten rund CHF 10 Mio. eingespart werden. Der im vergangenen Jahr aufgrund des Abbaus der Altware vorübergehend reduzierte Werbeaufwand wurde infolge der Emotionalisierung des Marketings im ersten Halbjahr um CHF 7 Mio. erhöht. Damit lag er wieder auf dem Niveau der Vorjahre. Der Währungseffekt trug CHF 9 Mio. bei. Insgesamt konnte der Betriebsaufwand um CHF 11 Mio. auf CHF 346 Mio. weiter reduziert werden.

Höherer Finanzaufwand drückt auf das Ergebnis

Dank verbesserter Bruttogewinn-Marge, Fremdwährungsabsicherungen und konsequentem Kostenmanagement, konnte die EBITDA-Marge von 6.0% gehalten werden. Nach Abzug der Abschreibungen resultierte ein positives Betriebsergebnis (EBIT) von CHF 4 Mio., CHF 2.5 Mio. unter dem Vorjahreswert. Der Nettofinanzaufwand erhöhte sich trotz tieferer Nettoverschuldung aufgrund von negativen Währungseffekten im Betrag von CHF 4 Mio. Das Konzernergebnis lag mit CHF – 7 Mio. leicht unter dem Vorjahreswert. Dies begründet sich mit der substanziellen Altwarenbereinigung, den ungünstigen Währungskursen und der laufenden Restrukturierung.

Weiterhin solide Bilanzstruktur

Die Eigenkapitalquote hat sich von 59% auf 63% verbessert. Die Nettoverschuldung lag mit CHF 18 Mio. praktisch unverändert gegenüber Ende 2009. Die Warenvorräte konnten vor allem durch den weiteren Abbau von Altware auf den historisch tiefen Wert von CHF 143 Mio. reduziert werden. Damit ist nicht nur die finanzielle Flexibilität der Gruppe gewährleistet, sondern auch der Weg für die Umsetzung der neuen Strategie frei.

3-Säulen-Strategie

Die von Verwaltungsrat und Konzernleitung durchgeführte Strategic Review zeigte Handlungsbedarf in den drei Bereichen Image, Vertikalisierung und Expansion. Basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen wurde eine 3-Säulen-Strategie erarbeitet:

1. **Image verbessern:** Altwaren abbauen, Marketing emotionalisieren, Ladendesign modernisieren, Profil der Marken schärfen sowie Modekompetenz steigern.

2. **Vertikalisierung aufbauen:** Organisationsstruktur neu ausrichten, Prozesse zentralisieren und vereinfachen sowie den Kollektionsrhythmus verdoppeln.
3. **Expansion optimieren:** Potenzial in den Hauptmärkten ausschöpfen, Standorte und Flächenproduktivität verbessern sowie unprofitable Standorte schliessen.

1. Massnahmen zur Imageverbesserung

Im Berichtshalbjahr wurden verschiedene Massnahmen zur Emotionalisierung des Marketings ergriffen: Die eigene Lingerie- und Wäschekollektion steht kurz vor der Lancierung, das neue Ladendesign wurde erfolgreich eingeführt, mit Penélope und Mónica Cruz konnten zwei weltbekannte Markenbotschafterinnen für die Dachmarke gewonnen werden. Zudem engagiert sich das Unternehmen als Titelsponsor der Charles Vögele Fashion Days Zurich.

2. Massnahmen im Bereich Vertikalisierung

Die Merchandise Organisation wurde nach Kernkompetenzen in die drei Bereiche Brand Management, Merchandise Management und Sourcing unterteilt und mit internationalen Spezialisten verstärkt. Mit schnelleren und effizienteren Abläufen kann ab Herbst der Kollektionsrhythmus von 4 auf 8 verdoppelt werden. Um eine effiziente Distribution sicherzustellen, wird die Logistik schrittweise bis Ende 2012 zentralisiert. Die Absatzmärkte wurden in vier Regionen zusammengefasst: Schweiz, Deutschland, CEE (Österreich, Slowenien, Ungarn, Tschechien und Polen) sowie Benelux.

3. Massnahmen im Bereich Expansion

Im Berichtshalbjahr wurde in erster Linie das Filialportfolio bereinigt. Bis Ende Jahr werden weitere Standorte optimiert, um die Flächenproduktivität zu steigern. Ab 2011 werden die Expansionsaktivitäten in den Hauptmärkten Schweiz, im Süden und Westen Deutschlands und in Österreich vorangetrieben.

Mutationen auf 1. und 2. Führungsebene

Der Verwaltungsrat hat Frank Beeck zum neuen Chief Sales Officer ernannt. In seiner Funktion als Mitglied der Konzernleitung hat er seit Juli 2010 die Führung sämtlicher Vertriebskanäle übernommen. Ferner wurde die 2. Führungsebene in den Bereichen E-Commerce, Visual Merchandising, Sourcing und Marketing mit profunden Branchenkennern verstärkt.

Ausblick

Die Änderungen in der Aufbau- und Ablauforganisation sind in vollem Gange und werden noch bis 2012 andauern. In der Übergangsphase werden sich die eingeleiteten Massnahmen in erster Linie positiv auf der Kostenseite auswirken. Die Verbesserung der Ertragssituation wird sich aufgrund der aktuellen Portfoliobereinigung und der Imagekorrektur mittelfristig einstellen. Erste Anzeichen der Erholung auf den Absatzmärkten sind vorhanden. Dennoch bleibt das Marktumfeld schwierig. Verschärft wird die Situation durch ungünstige Währungskurse speziell im Euro-Raum. Auch ist die Situation auf den Beschaffungsmärkten im asiatischen Raum instabil. Für das Gesamtjahr wird ein positives Konzernergebnis und mittelfristig eine EBITDA-Marge von 10% erwartet.

Die Charles Vögele Gruppe ist eines der führenden, vertikalen Modeunternehmen 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 spannendes und genussvolles Einkaufserlebnis. Charles Vögele hat Verkaufsniederlassungen in neun Ländern: Schweiz, Deutschland, Österreich, Slowenien, Niederlande, Belgien, Ungarn, Tschechien und Polen. Die Gruppe erwirtschaftete 2009 mit rund 7'800 Mitarbeitenden einen Bruttoumsatz von über CHF 1.5 Mrd. Die Aktien der Charles Vögele Holding AG sind an der SIX Swiss Exchange kotiert (Valoren-Nr. 693 777).

Der Halbjahresbericht 2010 ist unter www.charles-voegele.com/group-information/investor-relations/publikationen zum Download verfügbar. Im Anschluss an die Medien- und Analystenkonferenz vom 24. August 2010 wird die Präsentation unter dem oben aufgeführten Link aufgeschaltet.

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.

Finanzkalender	Datum
Medien- und Analystenkonferenz Halbjahresabschluss 2010	24. August 2010
Medien- und Analystenkonferenz Jahresabschluss 2010	8. März 2011
Generalversammlung Jahresabschluss 2010	13. April 2011
Medien- und Analystenkonferenz Halbjahresabschluss 2011	23. August 2011

Medienkontakt

Daniel Bärlocher
Vice President Group Communications
Gwattstrasse 15
8808 Pfäffikon SZ
Tel.: +41 55 416 71 11
Fax: +41 55 410 12 82
Email: daniel.baerlocher@charles-voegele.com
www.charles-voegele.com