

Konsequente Umsetzung der Strategie bringt Reingewinn auf Vorjahresniveau

Die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben den Textilmarkt auch im Jahre 2004 markant beeinflusst. Der erwartete und von uns bereits im Vorjahr erwähnte Verdrängungswettbewerb hat sich in den vergangenen zwölf Monaten weiter verschärft: Sowohl Marktstruktur als auch Wettbewerbsumfeld erfahren einschneidende Veränderungen. In allen Ländern, in denen die Charles Vögele Gruppe aktiv ist, wurden Firmenschliessungen, Fusionen und Marktaustritte namhafter Unternehmen angekündigt und auch realisiert.

Trotz dieser schwierigen Situation ist es gelungen, die Margensituation zu verbessern und den Reingewinn auf dem Vorjahresniveau zu halten. Aufgrund der Marktentwicklung bildete sich der Nettoumsatz im Jahresvergleich nochmals zurück. Die Nettoverschuldung und das Lagervolumen konnten planmässig weiter reduziert werden. Die Eigenkapitalquote verstärkte sich auf solide 50%.

Obwohl die Marktberichtigungen langfristig als Chance zu beurteilen sind, sorgten die Liquidationsmassnahmen der betroffenen Unternehmen im Berichtsjahr für zusätzliche Unruhe im Markt, was den Preisdruck auf die angebotenen Produkte weiter erhöht hat. Während den vergangenen 366 Tagen machte dies weitere korrigierende Eingriffe an der Verkaufstaktik notwendig. Bereits im Frühjahr wurden erste Korrekturmassnahmen in den Bereichen Kollektion und Werbeinstrumente für die Herbst-Winter-Saison 2004 vorbereitet und eingeleitet. Zu diesen Anstrengungen haben alle verantwortlichen Mitarbeiter des Unternehmens einen grossen Beitrag geleistet.

Bis Ende April 2004 entwickelte sich das Geschäftsvolumen entsprechend der Planung. In den Monaten Mai und Juni wurde ein dem Markt entsprechender, in dieser Form aber nicht erwarteter Umsatzeinbruch verzeichnet. Wir haben deshalb am 30. Juni 2004 die Stakeholder über die zu erwartende Ergebnisverschlechterung mittels einer Ad-hoc-Meldung informiert.

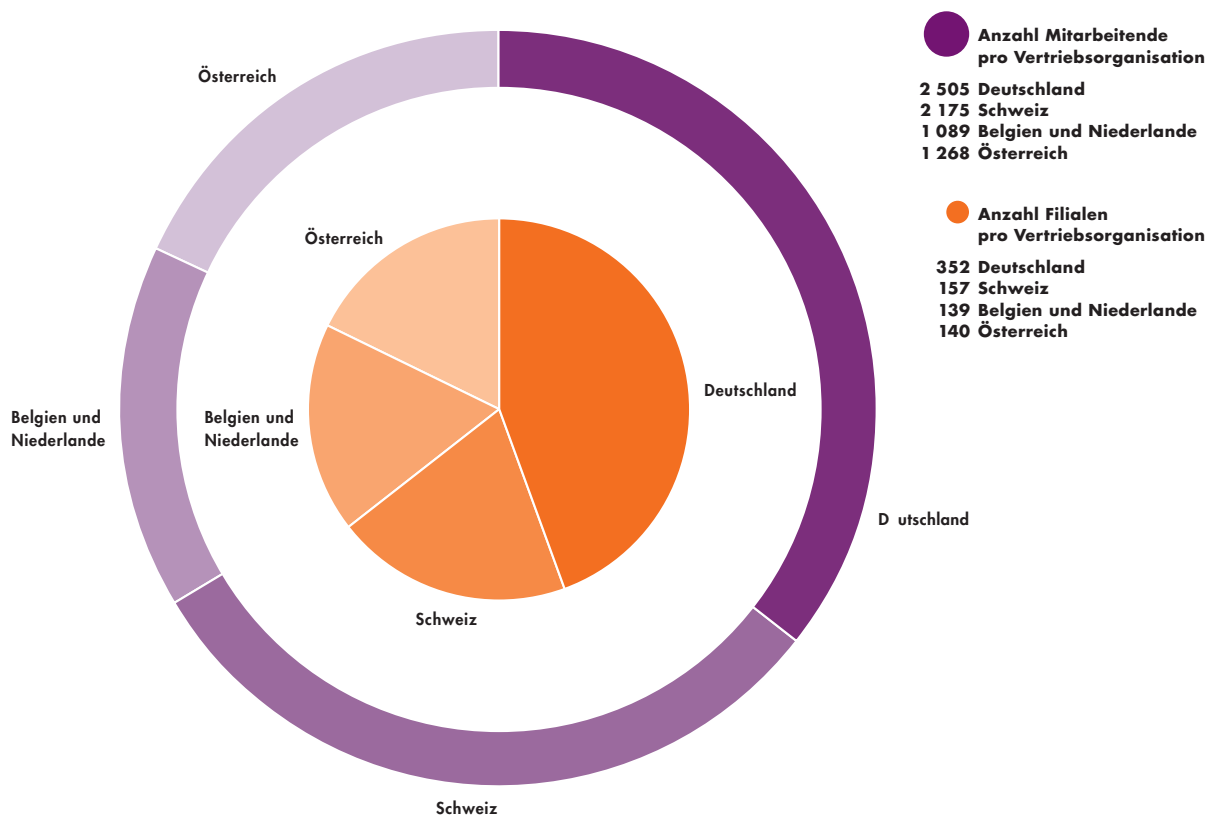
Trotz der hohen Volatilität des Marktes konnten sowohl der Umsatz als auch das Ergebnis in den Monaten Juli bis September gegenüber dem Vorjahr leicht verbessert werden. Der Monat Oktober hat unsere Erwartungen nicht erfüllt. Es ist uns indes gelungen, diesen Rückschlag in den Monaten November und Dezember wieder auszugleichen.

Zusätzlich zu einer gegenüber dem ersten Halbjahr leicht verbesserten Konsumentenstimmung und der damit verbundenen Nachfrage im Markt waren es vier Faktoren, welche während der Herbst-Winter-Saison 2004 zu einem deutlich gesteigerten Verkaufsvolumen verhalfen: die Verbesserungen der Kollektion, die zusätzlich gesteigerte Qualität sowie die marktgerechte Preispositionierung in Verbindung mit einem überzeugenden Ambiente in unseren Filialen.

Die Gruppe konnte dank des höheren Anteils an aktueller Ware und der effizienteren Logistikprozesse auch die Bruttogewinnmarge weiter steigern. Diese erfreuliche Entwicklung beeinflusste unser Ergebnis auf Jahresbasis. Insgesamt führte dies dazu, dass der im ersten Semester 2004 erlittene Gewinnrückgang teilweise kompensiert werden konnte.

Weiter verbesserte Betriebsabläufe

Parallel zur marktbedingten Anpassung der operativen Massnahmen wurden die auf verschiedenen Ebenen laufenden Strategie-Projekte planmässig vorangetrieben. Dies führte innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette zu wesentlichen Fortschritten. Im Rahmen dieser Initiativen wurden sämtliche Schritte vom Kollektionsrahmenplan bis hin zum Verkaufspunkt unter die Lupe genommen. Die Verbesserungen, die das neu eingeführte Supply-Chain-Management-System zur Folge hat, sind teilweise in der operativen Entwicklung des Berichtsjahres erkennbar. Vollumfänglich werden sie sich aber erst ab dem laufenden Geschäftsjahr 2005 in der Rechnung niederschlagen.



Die Schnelligkeit und die Pünktlichkeit der zentralen Wareneingänge sowie die Belieferung der Filialen vor Ort konnten dank der neuen Logistikprozesse stark verbessert werden und tragen wesentlich zur Effizienzsteigerung bei. Die Modekompetenz der Einkaufsteams wurde weiter erhöht, während die Präsentation der Kollektionen am Verkaufspunkt mit Beginn der Frühling-Sommer-Saison 2005 zusätzlich verfeinert wird. Die Voraussetzungen dazu wurden bereits im Berichtsjahr erarbeitet. Emotion und Kundenführung, die sich vor allem durch die Vermittlung von Kollektionsideen sowie der Darstellung von Mode- und Farbthemen für den Kunden bemerkbar machen, wurden ebenfalls konsequent weiterentwickelt. Alle Filialen sind neu mit einer Dokumentation für die Warenpräsentation (dem so genannten Loft-Manual) ausgerüstet, welche dem Filialpersonal die Warenpräsentation erleichtert und eine Systematisierung ermöglicht. Information und IT-Sicherheit wurden durch eine Systemerneuerung und einen Weiterausbau der IT-Plattform verbessert. Im Einzelnen wurde im Berichtsjahr nicht bloss die gesamte Hardware ausgetauscht, sondern gleichzeitig ein zweites, geografisch getrenntes Rechenzentrum in Betrieb genommen, das auch den künftig weiterhin steigenden Informationsansprüchen des Unternehmens Rechnung tragen wird.

Die Fusion der beiden niederländischen Tochterfirmen Charles Vögele (Netherlands) B.V. und Charles Vögele Fashion (Netherlands) B.V. reduzierte die Komplexität und steigerte die Ertragskraft. Die neue Gesellschaft firmiert nun unter dem Namen Charles Vögele (Netherlands) B.V.

Konzernergebnis auf Vorjahresniveau

Umsatz und Ergebnis blieben im ersten Semester 2004 unter den Erwartungen. Die Korrektur in der zweiten Jahreshälfte ermöglichte jedoch ein Resultat im zweiten Semester, das deutlich über Vorjahr lag. Der Nettoumsatz erreichte insgesamt CHF 1 332.6 Mio. (Vorjahr CHF 1 414.6 Mio.) und lag damit 5.8% unter Vorjahr. Der Bruttogewinn von CHF 796.4 Mio. (Vorjahr CHF 825.7 Mio.) lag ebenfalls unter Vorjahr, die Bruttogewinnmarge konnte dagegen abermals gesteigert werden und erreichte 59.8% (Vorjahr 58.4%). Durch das ganzjährig konsequent verfolgte Kostenmanagement und die deutliche Verbesserung der operativen Leistungsfähigkeit im zweiten Halbjahr erreichte das Betriebsergebnis (EBITDA) CHF 150.7 Mio. (Vorjahr CHF 171.9 Mio.). Die positive Entwicklung in der zweiten Jahreshälfte hat dieses Ergebnis ermöglicht. Das Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) erreichte CHF 80.3 Mio. (Vorjahr CHF 99.7 Mio.). Dank der deutlich reduzierten Gesamtverschuldung konnten auch die Finanzierungskosten gesenkt werden. Somit konnte ein mit CHF 37.6 Mio. leicht über Vorjahr (2003: CHF 37.5 Mio.) liegendes Konzernergebnis ausgewiesen werden.

Warenlager planmässig abgebaut

Das Warenlager konnte im Berichtsjahr um CHF 31.5 Mio. von CHF 305.6 Mio. auf CHF 274.1 Mio. abgebaut werden. Ferner hat sich die Altersstruktur des Warenlagers der Gruppe weiter verbessert. Von Bedeutung ist dies vor allem deshalb, weil trotz des im Jahre 2004 verzeichneten Umsatzrückgangs keine Belastung der künftigen Modesaisons durch Vorjahreskollektionen erfolgt ist. Einmal mehr ist es uns somit gelungen, den Anteil neuer Ware in den Verkaufsstellen zu steigern, was die Attraktivität unseres Sortimentes auch im laufenden Geschäftsjahr verbessern wird. Das Lagervolumen hat nun ein für das Vögele-Geschäftsmodell – unter Berücksichtigung der heutigen Anzahl Filialen – und für die Branche normalisiertes Niveau erreicht. Im Jahresendbestand waren Neuwaren für die Frühling-Sommer-Saison 2005 im Wert von CHF 48.6 Mio. (Vorjahr CHF 57.1 Mio.) enthalten. Das Warenlager wurde in den vergangenen drei Jahren um total CHF 174.3 Mio. abgebaut.

Cashflow auf ansprechendem Niveau

Der Geldfluss aus Geschäftstätigkeit erreichte im Berichtsjahr mit CHF 120.3 Mio. (Vorjahr CHF 190.5 Mio.) ein ansprechendes Niveau, obschon die Mindereinnahmen des ersten Halbjahres in der zweiten Jahreshälfte nur teilweise kompensiert werden konnten. Im Berichtsjahr wurden in den bestehenden Märkten total 26 Filialen eröffnet. Der Geldfluss aus Investitionstätigkeit erreichte CHF 40.3 Mio. (Vorjahr CHF 18.5 Mio.), woraus ein freier Cashflow von CHF 80.0 Mio. (Vorjahr CHF 172.0 Mio.) resultierte. Der Rückgang ist teilweise auf den geringeren Umsatz, mehrheitlich aber auf die gegenüber den beiden vergangenen Jahren kleiner werdenden Lagerabbauvolumen zurückzuführen.

Nettoverschuldung weiter reduziert

Die im Halbjahresergebnis angekündigte Reduktion der Nettoverschuldung konnte planmässig realisiert werden. Die Nettoverschuldung belief sich zum Jahresende auf CHF 221.8 Mio. und lag damit um 21.3% unter dem Vorjahreswert von CHF 282.0 Mio. Die Eigenkapitalquote verbesserte sich von 41% im Vorjahr auf 50%.

Finanzierung bis Juli 2009 gesichert

Im Sommer konnte die Charles Vögele Gruppe den ursprünglich bis August 2005 laufenden Kreditrahmenvertrag über CHF 400.0 Mio. (ehemals CHF 577.5 Mio.) auf eigenen Wunsch frühzeitig erneuern. Die neue Kreditfazilität in der Höhe von CHF 325.0 Mio. umfasst zwei Tranchen à je CHF 162.5 Mio. mit einer Laufzeit von drei bzw. fünf Jahren. Damit ist die Finanzierung der Charles Vögele Gruppe zu verbesserten Konditionen bis Juli 2009 gesichert.

Antrag auf Dividende

Trotz der im ersten Halbjahr erfahrenen Zäsur der Unternehmensentwicklung hat der Verwaltungsrat unter Berücksichtigung der gesunden Finanzlage des Unternehmens beschlossen, der Generalversammlung der Aktionäre vom 13. April 2005 die Ausschüttung einer Dividende von CHF 1.00 pro Aktie zu beantragen.

2005: 50 Jahre Charles Vögele Gruppe

Das Geschäftsjahr 2005 ist für die Charles Vögele Gruppe ein weiterer wichtiger Meilenstein in der Unternehmensgeschichte, die am 5. März 1955 mit der Eröffnung des ersten Modegeschäftes in Zürich begann. Die Charles Vögele Gruppe hat sich in den vergangenen fünf Jahrzehnten zu einem bedeutenden Schweizer Textileinzelhändler mit internationalem Tätigkeitsfeld entwickelt. In Zukunft soll die Nähe zum Kunden mit der Optimierung und Erweiterung der regionalen Präsenz in den bestehenden sowie der Expansion in neue Märkte verstärkt werden. So ist auch die aus Anlass des Jubiläums erfolgte Überarbeitung des Unternehmensauftrittes mit dem neuen Logo «Charles Vögele Switzerland» als Brückenschlag zwischen der erfolgreichen Vergangenheit und der Zukunft zu verstehen. Während die Integration von «Charles» und «Switzerland» für die Tradition, die Internationalität und das Qualitätsbewusstsein des Unternehmens und seines Modeangebotes steht, symbolisiert der frische Unternehmensauftritt die gemachten Fortschritte bezüglich Kollektion, Dynamik und Emotion.

Damit das Jubiläumsjahr 2005 bei den Aktionären, Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitenden als besonderes Ereignis in Erinnerung bleibt, werden während des ganzen Jahres zahlreiche Aktivitäten und Aktionen unter dem Motto «Wir feiern – Sie profitieren» durchgeführt. Das 50-Jahr-Jubiläum unserer Gruppe soll damit für alle Anspruchsgruppen zu einem bleibenden Erlebnis werden. Die Charles Vögele Gruppe möchte damit einmal mehr ihre traditionell hohe Wertschätzung gegenüber allen Partnern zum Ausdruck bringen.

Operativer Ausblick

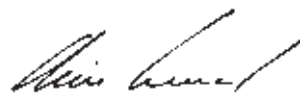
Charles Vögele wird sich auch im Jahre 2005 auf die Umsetzung und Fertigstellung der begonnenen Projekte im Bereich des Supply Chain Managements konzentrieren und eine mögliche Expansion nach Ost- und Südosteuropa vorbereiten. Mit besonderer Intensität wird an der weiteren Optimierung der Kollektion und deren Ausrichtung auf die definierten Zielgruppen gearbeitet. Im Vordergrund stehen die Steigerung der Produkt- und Servicequalität und die damit verbundene Gewährleistung eines erstklassigen Preis-Leistungs-Verhältnisses. Mit der bereits angelaufenen Umsetzung des neuen Warenpräsentationskonzeptes in allen Filialen werden das Einkaufserlebnis für den Kunden verstärkt und die Grundlagen für den Ausbau der Stammkundschaft geschaffen.

Die kontinuierlich verbesserte Prozesskette und die weiter intensivierte, aggressive Marktbearbeitung sollen trotz der in den bestehenden Märkten kaum zu erwartenden Belebung der Konsumentenstimmung zu einer weiteren Festigung der Unternehmensergebnisse führen.

Die konsequente Umsetzung der beschlossenen Unternehmensstrategie und die damit verbundenen Prozessoptimierungen, die gesunde Finanzlage des Unternehmens sowie die anhaltend hohe Motivation ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ermöglichen es der Charles Vögele Gruppe, die anstehenden Herausforderungen mit grosser Zuversicht in Angriff zu nehmen.



Carlo Vögele
Präsident des Verwaltungsrats



Daniel Reinhard
Chief Executive Officer