

FINANZKOMMENTAR

Im Geschäftsjahr 2012 ist der Valora Gruppe mit der Übernahme von Convenience Concept anfangs April und Ditsch/Brezelkönig im Oktober der frühzeitige Abschluss der Strategie «Valora 4 Growth» gelungen: Mit Convenience Concept, der mit über 1200 Standorten grössten zusammenhängenden Kioskkette im deutschsprachigen Raum, und Ditsch/Brezelkönig, einem hochprofitablen Familienunternehmen mit bestens integrierter Wertschöpfungskette, konnte Valora ihre Retailkompetenz weiter ausbauen und eine führende Position als Micro-Retailer in Europa einnehmen mit einem Netz von nun mehr als 3000 Verkaufsstellen in vier Ländern.

Mit den getätigten Akquisitionen hat die Valora Gruppe die Basis für zukünftig weiteres organisches Wachstum in Retail geschaffen. Die Ende 2012 eingeleitete Strategie fokussiert nun auf die Stärkung der Kernkompetenzen und die nachhaltige Steigerung der Profitabilität.

Per Oktober 2012 wurde das Pressegeschäft in Österreich gewinnbringend veräussert. Dadurch konnte die Abhängigkeit vom Pressemarkt für den Konzern reduziert werden. Der Verkauf des Handelshauses Muttenz im Oktober 2012 hat finanzielle Mittel für die Umsetzung der Akquisitionsstrategie freigesetzt und ermöglicht es Valora, sich auf ihre hauptsächlichen Geschäftsaktivitäten zu konzentrieren.

Trotz eines herausfordernden Geschäftsjahrs 2012 erwirtschaftete die Valora Gruppe eine Steigerung im Aussenumsatz von +12.1% und in lokaler Währung von +13.0% zum Vorjahr. Die publizierten Nettoerlöse von CHF 2847.9 Mio. verzeichnen gegenüber Vorjahr ein Wachstum um +1.1%: Sowohl die Division Retail als auch die Division Trade steigerten den Umsatz um CHF +50.2 Mio. beziehungsweise CHF +48.0 Mio., zudem leistete Ditsch/Brezelkönig erstmalig einen Umsatzbeitrag von CHF +50.1 Mio. Diese Zuwächse konnten der anhaltend rückläufigen Entwicklung des Pressemarktes, welche die Presseumsätze in der Schweiz zu Vorjahr um -9.9% zurückgehen liess, entgegenwirken.

In 2012 erwirtschaftete die Valora Gruppe ein publiziertes Betriebsergebnis von CHF 65.8 Mio. gegenüber CHF 70.5 Mio. im Vorjahr. Aus Vertrieb und Verkauf von EM-Sammelbildern, inklusive den Erlösen der nun veräusserten Gesellschaft Valora Services Austria, wurden dazu CHF +2.4 Mio. beigetragen, die negativen Währungseffekte belasteten das Ergebnis hingegen mit CHF -0.5 Mio.

Der Reingewinn des Konzerns liegt im Geschäftsjahr 2012 bei CHF 45.7 Mio. und damit um CHF -11.6 Mio. tiefer als in 2011. Der zusätzliche Finanzbedarf zur Umsetzung der «Valora 4 Growth» Strategie und den damit verbundenen Grossakquisitionen Convenience Concept und Ditsch/Brezelkönig konnte durch einen neuen Syndikatskredit in Höhe von CHF 400 Mio., welcher den Syndikatskredit in Höhe von CHF 300 Mio. ablöst, sowie durch die im Februar 2012 neu emittierte Obligationenanleihe in Höhe von CHF 200 Mio., welche die Anleihe in Höhe von CHF 140 Mio. ablöst, sichergestellt werden. Die Nettoverschuldung erhöht sich hierdurch auf CHF 362 Mio. Im Rahmen des Abschlusses der Akquisition Ditsch/Brezelkönig führte die Valora Holding AG zudem durch die Ausgabe von 635 599 Aktien an Ernst Peter Ditsch als Teilzahlung des Gesamtkaufpreises eine Kapitalerhöhung durch. Die Eigenkapitalquote liegt mit 35.9% unter dem Jahresende 2011, gegenüber dem Halbjahr 2012 (34.5%) konnte sie jedoch verbessert werden.

A VALORA GRUPPE

	2012	2012 Anteil	2011	2011 Anteil	Veränderung
in Mio. CHF					
Aussenumsatz					
Total Gruppe	3 320.2		2 961.9		12.1 %
Nettoerlös					
Valora Retail	1 663.4	58.4 %	1 613.2	57.3 %	3.1 %
Ditsch/Brezelkönig	50.1	1.8 %	0.0	0.0 %	n.a.
Valora Services	465.0	16.3 %	599.7	21.3 %	- 22.5 %
Valora Trade	792.5	27.8 %	744.5	26.4 %	6.4 %
Übrige	13.6	0.5 %	10.8	0.4 %	25.7 %
Elimination Intersegment-Erlöse	- 136.7	- 4.8 %	- 150.3	- 5.4 %	
Total Gruppe	2 847.9	100.0 %	2 817.9	100.0 %	1.1 %
Schweiz	1 646.1	57.8 %	1 731.8	61.5 %	- 5.0 %
Ausland	1 201.8	42.2 %	1 086.1	38.5 %	10.7 %

Als Aussenumsatz werden die Nettoerlöse der Valora zuzüglich der Umsätze der vertraglich gebundenen Verkaufsstellen verstanden. Im Aussenumsatz nicht berücksichtigt werden hingegen die Lieferungen an diese Verkaufsstellen und die Erträge aus den Bindungsverträgen. Mit dieser Kennzahl kann eine Vergleichbarkeit der Umsätze trotz wechselnder Vertriebsmodelle im Retailbereich sichergestellt werden.

Gegenüber Vorjahr erhöhte sich dieser Aussenumsatz um + 12.1 % und in lokaler Währung um + 13.0 %. Diese deutliche Verbesserung ist insbesondere auf die Convenience Concept GmbH zurückzuführen, welche mit über 1200 Verkaufsstellen (davon rund 850 als Franchise- oder Vertragsnehmer im Aussenumsatz berücksichtigt) in 2012 erstmalig in das Konzernergebnis konsolidiert wurde. Die Division Valora Retail steigerte, verstärkt durch diesen Wachstumstreiber, den Aussenumsatz um + 21.5 %.

Das Wachstum des publizierten Nettoerlöses, welcher auf Gruppenebene gegenüber Vorjahr um CHF + 30.0 Mio. gesteigert werden konnte, basiert auf einer positiven Umsatzentwicklung in den Divisionen Retail und Trade. Diese realisierten eine Umsatzzunahme von CHF + 50.2 Mio. beziehungsweise CHF + 48.0 Mio., zudem leistete Ditsch/Brezelkönig erstmalig einen Umsatzbeitrag von CHF + 50.1 Mio. Auch die Logistik in der Schweiz, die seit März 2012 unter der eigenen Marke «nilo» am Markt auftritt, erhöhte den Nettoerlös um + 26.7 %. Bei Valora Services schmälerte der anhaltende Rückgang im Pressemarkt den publizierten Nettoerlös um CHF - 37.2 Mio., darin ausgeschlossen ist der Umsatzentfall bei Services Austria durch den Verkauf ab Oktober 2012, und die Verringerung der tiefmargigen Grosshandelsaktivitäten um CHF - 79.9 Mio.

Die Division Valora Retail steigerte den Umsatz um + 3.1 %, im Wesentlichen durch die Produktkategorie Tabak, welche in nahezu allen Formaten und Ländern ein Wachstum im Nettoerlös verzeichnet. Der Umsatzanstieg in der Division Valora Trade um + 6.4 % wird massgeblich getrieben durch den im August 2011 akquirierten schwedischen Kosmetikdistributor Scandinavian Cosmetics. Weiter kann vor allem die Ländergesellschaft Finnland durch die Akquise neuer Principals um + 14.6 % wachsen. Bereinigt um die EM-Sammelbilder und Währungseinflüsse liegt der Umsatz für die Valora Gruppe + 1.5 % über dem Vorjahreswert.

Die Schweiz ist mit einem Anteil von 57.8 % am Gesamtumsatz weiterhin der grösste Absatzmarkt der Valora Gruppe. Durch die getätigten Akquisitionen konnte dieses Verhältnis um - 3.7 Prozentpunkte ausgeglichen und der Anteil von Deutschland (auf 14.5 %, + 3.0 Prozentpunkte) und Schweden

(auf 6.7%, +1.0 Prozentpunkte) gesteigert werden. In der Schweiz konnte durch die Akquise von Brezelkönig der Anteil diversifiziert und damit auf mehrere Geschäftsbereiche verteilt werden.

in Mio. CHF	2012	2012 Anteil	2011	2011 Anteil
Nettoerlös	2 847.9	100.0%	2 817.9	100.0%
Bruttogewinn	940.3	33.0%	876.4	31.1%
– Übrige Betriebskosten, netto	– 874.5	– 30.7%	– 805.9	– 28.6%
Betriebsergebnis (EBIT)	65.8	2.3%	70.5	2.5%

Die Bruttogewinnmarge liegt bei 33.0%. Dies entspricht einem Anstieg um +1.9 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Die Erhöhung der Marge ist zum einen auf den Ausbau des Franchising-geschäfts, insbesondere nach der Akquisition der Convenience Concept GmbH, zurückzuführen, zum anderen tragen die hochprofitablen Zukäufe Ditsch/Brezelkönig und Scandinavian Cosmetics zu der Verbesserung bei. Die Reduktion der Grosshandelsaktivitäten mit Drittkunden bei Services Schweiz führte ebenfalls zu einer Verbesserung der Marge. Zusätzlich konnten mittels Optimierung der Einkaufs- und Verkaufspreise, primär im Bereich Food bei Retail, die Margen verbessert werden. Der publizierte Bruttogewinn wurde dadurch gegenüber Vorjahr um CHF +63.9 Mio. gesteigert und liegt bei CHF 940.3 Mio.

Die publizierten Betriebskosten, netto, erhöhten sich überwiegend durch die im Rahmen der Akquisitionsprojekte angefallenen Aufwendungen sowie durch die laufenden Kosten der erworbenen Gesellschaften um CHF –68.6 Mio. auf CHF –874.5 Mio. In den Betriebskosten, netto, ist der Verlust aus dem Verkauf des Handelshauses Muttenz enthalten, der durch den realisierten Buchgewinn aus dem Verkauf des Pressegeschäftes Österreich auf Stufe Konzern überkompensiert wird. In der Division Retail konnten durch die weitere Umsetzung des Agenturmodells positive Effekte generiert werden. Bei Ditsch/Brezelkönig resultieren durch die erstmalige Konsolidierung Kosten in Höhe von CHF –31.3 Mio. Neben den durch den Verkauf ab Oktober 2012 entfallenden Kosten von Valora Services Austria konnte die Division Services Einsparungen durch die in 2011 ausgelagerten Back Office Funktionen und konsequentes Debitorenmanagement erzielen. Valora Trade weist, im Wesentlichen bedingt durch die Akquisition Scandinavian Cosmetics, einen Kostenanstieg aus. Der Bereich Corporate liegt in den Betriebskosten, netto, unter dem Vorjahr, massgeblich bedingt durch den Buchgewinn aus dem Verkauf des Pressegeschäftes in Österreich. Operativ tragen positive Effekte in den Personalkosten nach weiterer Automatisierung in der Logistik und nach dem Übergang von Mitarbeitenden aus dem Bereich IT zum Outsourcing-Partner zu dem Kostenrückgang bei, während die Transitionsphase des IT-Outsourcings und umsatzgetrieben höhere Logistikkosten sich negativ auswirken.

Die Valora Gruppe weist gesamthaft ein publiziertes Betriebsergebnis von CHF 65.8 Mio. aus im Vergleich zu CHF 70.5 Mio. im Vorjahr. Ein positiver Beitrag resultiert aus dem Vertrieb und Verkauf von EM-Sammelbildern (CHF +2.4 Mio.) bei einem gegenläufig negativen Währungseinfluss (CHF –0.5 Mio.). Die publizierte Betriebsergebnismarge liegt bei 2.3%.

B VALORA RETAIL

	2012	2012 Anteil	2011	2011 Anteil
in Mio. CHF				
Aussenumsatz	2 139.5		1 760.8	
Nettoerlös	1 663.4	100.0%	1 613.2	100.0%
Bruttogewinn	606.0	36.4%	570.5	35.4%
– Betriebskosten, netto	– 580.7	– 34.9%	– 528.7	– 32.8%
Betriebsergebnis (EBIT)	25.3¹⁾	1.5%	41.8	2.6%

¹⁾ Das Betriebsergebnis 2012 beinhaltet den Verlust aus dem Verkauf der Liegenschaft in Muttenz von CHF 14.2 Mio.

Mit der strategischen Grossakquisition der Convenience Concept GmbH, der grössten zusammenhängenden Kioskkette im deutschsprachigen Raum mit einem Netz von über 1200 Verkaufsstellen in ganz Deutschland, und dem Markteintritt in Österreich konnte die Division die Marktführerschaft als Micro-Retailer im DACH-Raum übernehmen und die Weichen für weiteres profitables Wachstum stellen.

In 2012 steigerte Valora Retail den Aussenumsatz gegenüber dem Vorjahr um +21.5% auf CHF 2139.5 Mio. Die publizierten Nettoerlöse erhöhten sich in 2012 um CHF +50.2 Mio. beziehungsweise +3.1% auf CHF 1663.4 Mio. Der Verkauf der EM Sammelbilder steuerte CHF +3.7 Mio. zum Umsatz bei, während die Entwicklung der Wechselkurse die Divisionserlöse um CHF –10.6 Mio. schmälerte.

Das höchste Wachstum weist dabei expansionsgetrieben die Ländergesellschaft Deutschland aus, mit einer Steigerung um CHF +50.4 Mio. beziehungsweise +17.5%. Retail Österreich wurde in 2012 erstmalig konsolidiert und erwirtschaftete mit dem Format P&B einen Nettoerlös von CHF 16.5 Mio. Innerhalb der Division verzeichnet P&B in der Schweiz mit einer deutlichen Umsatzsteigerung von +9.2%, teilweise zurückzuführen auf die Expansion des Formates, einen wichtigen Wachstumsbeitrag. Die Business Unit Convenience Schweiz, bestehend aus den Formaten avec. und den Tamoil-Tankstellenshops erzielte gegenüber 2011 einen Umsatzanstieg um +2.0%, trotz einer Portfolioberreinigung bei Tamoil. Demgegenüber verzeichnete das Schweizer Kioskgeschäft einen Rückgang der Nettoerlöse von –2.9%. Hier wirkt sich vor allem die rückläufige Entwicklung im Verkauf von Presseerzeugnissen mit CHF –17.8 Mio. aus, sowie eine geringere Anzahl Verkaufsstellen zugunsten der Umwandlung einzelner Standorte in andere Formate. Wesentliche Fortschritte erzielte die Division mit dem Ausbau des Agenturnetzwerkes in der Schweiz, bereits mehr als 300 Verkaufsstellen werden als Agentur betrieben. Die Agenturen generieren dabei im Durchschnitt einen um 2 bis 5% höheren Umsatz als Eigenstellen. Caffè Spettacolo weist zum Jahresende 2012 einen Umsatzrückgang (–7.2%) aus, vor allem aufgrund der geringeren Anzahl Verkaufsstellen nach Schliessung unrentabler Standorte. Die Ländergesellschaft Luxemburg entwickelt sich sehr erfreulich und wächst in lokaler Währung um +5.2%.

Auf Stufe der Produktkategorien erzielte Valora Retail, entgegen dem Markttrend, ein deutliches Umsatzplus mit Tabakwaren (+3.7%) und Büchern (+9.3%), die Einführung des Formats P&B in Österreich und das erfreuliche Wachstum in den bestehenden Märkten unterstützen diese positive Entwicklung. Die Warenkategorie Presse liegt in der Schweiz CHF –19.1 Mio. hinter den Umsätzen des Vorjahres, was aus der rückläufigen Entwicklung des Pressemarktes resultiert. Die Eigenmarke ok. hat sich zu einem starken Brand etabliert und wird kontinuierlich mit neuen Produkten im Bereich Food und Non Food ergänzt. Neu wurden in 2012 Teile des ok.-Sortiments auch in Deutschland und Österreich eingeführt.

Die Bruttogewinnmarge konnte gegenüber Vorjahr um +1.1 Prozentpunkte auf 36.4% gesteigert werden. Dieser Effekt ist teilweise auf die Strukturveränderung durch den höheren Anteil an Franchisenehmer zurückzuführen. Zusätzlich konnten aber insbesondere in der Warengruppe Food die Einkaufskonditionen verbessert werden.

Die Betriebskosten, netto, stiegen insbesondere infolge der akquisitorischen Aktivitäten um CHF –52.0 Mio. auf CHF –580.7 Mio. an. Zudem wirkt sich in der Division der Buchverlust von CHF –14.2 Mio. aus dem Verkauf des Handelshauses MuttENZ (HHM) anfangs Oktober 2012 negativ aus. Unter Ausschluss dieser Effekte konnte Valora Retail Kosteneinsparungen erzielen. Im Verhältnis zum erzielten Nettoerlös reduzierte die Division insbesondere die Personalaufwände deutlich um +2.5 Prozentpunkte.

Die Division weist im Berichtsjahr ein publiziertes Betriebsergebnis von CHF 25.3 Mio. bei einer EBIT Marge von 1.5% aus. Im Vorjahr lag der Ergebnisbeitrag der Division bei CHF 41.8 Mio. Das Ergebnis wird belastet durch den Buchverlust aus dem Verkauf HHM, zudem wirkt sich im Vergleich zum Vorjahr eine Anpassung der Rückstellungen für Rechtsfälle in 2011 mit einem negativen Effekt von rund CHF 3 Mio. aus. Der Vertrieb und Verkauf von EM-Panini-Sammelbildern trägt CHF +0.5 Mio. zum Resultat bei, während die negativen FX Effekte dieses um CHF –0.5 Mio. minderten.

C DITSCH/BREZELKÖNIG

in Mio. CHF	2012	2012 Anteil	2011	2011 Anteil
Nettoerlös	50.1	100.0%	n.a.	n.a.
Bruttogewinn	38.4	76.6%	n.a.	n.a.
– Übrige Betriebskosten, netto	– 31.3	– 62.4%	n.a.	n.a.
Betriebsergebnis (EBIT)	7.1	14.2%	n.a.	n.a.

Mit der Übernahme des Familienunternehmens Ditsch/Brezelkönig im Oktober 2012 konnte ein hochprofitables Format mit einem vorzüglichem Produktangebot erworben werden. Die Brezelbäckerei Ditsch GmbH und Brezelkönig GmbH & Co. KG sind der europäische Marktführer für Laugenprodukte und verfügen über eine bestens integrierte Wertschöpfungskette von der Produktion bis hin zum Verkauf sowie über ein Netz von 230 Verkaufsstellen im kleinflächigen Retailformat in Deutschland und der Schweiz. Eine Vielzahl der Standorte befindet sich an öffentlichen Verkehrsknotenpunkten an umsatzstarken Lagen. Zudem konnte das langfristige Engagement des bisherigen Inhabers Peter Ditsch als wichtiger Ankeraktionär gesichert werden.

Valora und Ditsch/Brezelkönig ergänzen sich ideal und wollen in Zukunft gemeinsam profitabel und nachhaltig wachsen und die sich bietenden Wachstumspotenziale ausschöpfen. Einerseits geht es dabei um die Erhöhung der Anzahl Verkaufsstellen, zum anderen um das Wachstum mit Produkten und deren Vertrieb an Handelspartner sowie Formate der Valora Gruppe. In den nächsten Jahren will Valora mit Ditsch/Brezelkönig im Umsatz um jeweils rund 8% wachsen.

Die Akquisition erzielte im vierten Quartal 2012 einen Nettoerlös von CHF 50.1 Mio. bei einer Bruttogewinnmarge von 76.6%. Der erwirtschaftete Bruttogewinn beläuft sich damit auf CHF 38.4 Mio. Der Ergebnisbeitrag von Ditsch/Brezelkönig auf Stufe EBIT liegt bei CHF 7.1 Mio., dies entspricht einer EBIT-Marge von 14.2%.

D VALORA SERVICES

in Mio. CHF	2012	2012 Anteil	2011	2011 Anteil
Nettoerlös	465.0	100.0 %	599.7	100.0 %
Bruttogewinn	103.5	22.2 %	122.7	20.4 %
– Betriebskosten, netto	– 91.5	– 19.6 %	– 102.7	– 17.1 %
Betriebsergebnis (EBIT)	12.0	2.6 %	20.0	3.3 %

Die Division Valora Services befindet sich in einer Phase der Repositionierung: Per Oktober 2012 wurde das Pressegeschäft in Österreich erfolgreich veräussert, womit die Presselastigkeit im Konzern reduziert werden konnte. Der erzielte Buchgewinn ist im Corporate Ergebnis enthalten. Im laufenden Jahr 2013 wurde der Verkauf des Warengrosshandels Schweiz vollzogen, um den Fokus auf profitablere Geschäftsbereiche legen zu können.

Im Geschäftsjahr 2012 erzielte Valora Services einen publizierten Nettoerlös von CHF 465.0 Mio. gegenüber CHF 599.7 Mio. im Vorjahr. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen zurückzuführen auf die weitere Reduzierung der Aktivitäten im tiefmargigen Warengrosshandel Schweiz um CHF – 79.9 Mio. Hinzu kommt, dass ab Oktober 2012 die Umsätze der veräusserten Gesellschaft Services Austria fehlen, die zu Vorjahr CHF – 27.5 Mio. betragen. Der anhaltende Rückgang des Pressemarktes wirkt sich in der Division mit einem Effekt von CHF – 37.2 Mio. aus. Aufgrund dieser Effekte liegt der Rückgang der Division auf Stufe Nettoerlös damit bei CHF – 134.7 Mio.

Die Bruttogewinnmarge der Division konnte im Geschäftsjahr 2012 um + 1.8 Prozentpunkte auf 22.2% gesteigert werden, dies resultiert vor allem aus der Verschiebung des Absatz-Mixes nach Aufgabe der geringmargigen Grosshandelsaktivitäten. Der publizierte Bruttogewinn liegt bei CHF 103.5 Mio., dies entspricht einem markt- und devestitionsgetriebenen Rückgang von CHF – 19.2 Mio.

Die Betriebskosten, netto, wurden gegenüber Vorjahr um + 11.0% reduziert, positiv beeinflusst durch die nach der Veräusserung von Services Austria nicht mehr anfallenden Kosten ab Oktober 2012, wie auch durch Reduktion der Personalaufwände nach erfolgreicher Auslagerung von Back Office Funktionen und weiteren Effizienzoptimierungen in Luxemburg, wo die Kostenquote um + 0.4 Prozentpunkte verbessert werden konnte.

Das publizierte Betriebsergebnis der Division Valora Services beträgt in 2012 CHF 12.0 Mio., darin enthalten ist der Ergebnisbeitrag der Schweizer Logistikdienstleistungen, die seit März unter dem eigenen Marktauftritt «nilo» angeboten werden. Durch den Vertrieb und Verkauf von EM-Sammelbildern konnte, inklusive der Erlöse der nun veräusserten Gesellschaft Services Austria, ein Ertrag von CHF 1.9 Mio. erwirtschaftet werden. Die Betriebsergebnismarge reduziert sich um – 0.7 Prozentpunkte auf 2.6%. Als Folge des marktbedingten Rückgangs im Pressegeschäft und dem Verkauf der österreichischen Ländergesellschaft liegt die Division CHF – 8.0 Mio. unter Vorjahr.

Angesichts der anhaltend angespannten Lage im Pressemarkt werden im Rahmen der Neuausrichtung der Division für die Schweiz und Luxemburg sämtliche Optionen für eine nachhaltige Lösung geprüft. Durch den Verkauf des Warengrosshandelsgeschäfts in der Schweiz im ersten Halbjahr 2013 wird die Grundlage für die Verbesserung der Marge geschaffen.

E VALORA TRADE

in Mio. CHF	2012	2012 Anteil	2011	2011 Anteil
Nettoerlös	792.5	100.0 %	744.5	100.0 %
Bruttogewinn	178.8	22.6 %	172.2	23.1 %
– Betriebskosten, netto	– 170.7	– 21.6 %	– 155.9	– 20.9 %
Betriebsergebnis (EBIT)	8.1	1.0 %	16.3	2.2 %

In einem konjunkturell äusserst anspruchsvollen, von zahlreichen Veränderungen (Konzentration auf Hersteller- sowie Handelsebene) geprägten und wettbewerbsintensiven Umfeld erzielte Valora Trade, durch die Kategorien Food, Food Service, Confectioneries, Non Food, Beverages sowie Cosmetics, eine Steigerung der Nettoerlöse um +6.4% auf CHF 792.5 Mio. In lokaler Währung gerechnet beträgt die Zunahme +6.9%, welche aus allen Ländern resultiert.

Die höchste Wachstumsrate in lokaler Währung erzielte Trade Finland (+17.4%), vor allem durch den Ausbau der Kategorien Food und Food Service über die Gewinnung neuer Principals. Eine positive Entwicklung verzeichnen auch die Gesellschaften in Schweden (+17.3%), expansionsgetrieben durch den im August 2011 akquirierten und im Geschäftsjahr 2012 erfolgreich integrierten Kosmetikdistributor Scandinavian Cosmetics AB, sowie in Norwegen (+4.0%), mit der Kategorie Cosmetics als wichtigem Wachstumstreiber. Trade Denmark (+1.2%) sowie die drei zentraleuropäischen Ländergesellschaften in Deutschland (+6.1%), Österreich (+14.8%) und der Schweiz (+4.8%) konnten den Nettoerlös im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls steigern.

Infolge des Mehrvolumens wurde der Bruttogewinn um CHF +6.5 Mio. auf CHF 178.8 Mio. verbessert. Die Bruttogewinnmarge liegt mit 22.6% unter Vorjahresniveau. Die Hochpreisinseln Schweiz und Dänemark, aber auch Schweden, als Folge der erstarkten Schwedischen Krone, stehen insbesondere in den Kategorien Food, Confectioneries sowie Non Food unter Margendruck. Anhaltende Parallelimporte, Einkaufstourismus sowie die aggressive Positionierung von Eigenmarken führten zu einem erhöhten Druck auf das Preisniveau. Dank der attraktiven Kategorie Cosmetics, die eine positive Entwicklung verzeichnet, konnte dem Rückgang der Handelsspanne in den klassischen Trade Kategorien entgegengewirkt werden.

Der Anstieg in den Betriebskosten, netto, von CHF –14.8 Mio. ist im Wesentlichen geprägt durch die Akquisition der Scandinavian Cosmetics in Schweden (erst ab August 2011 im Reporting enthalten) sowie durch die zunehmend kostenintensivere Bewirtschaftung grosser internationaler Principals. Demgegenüber konnte Trade Switzerland, trotz bedeutendem organischem Wachstum, die Kostenbasis weiter optimieren. In Summe resultiert über alle Länder betrachtet ein Anstieg in der Kostenquote um –0.7 Prozentpunkte im Vergleich zur Berichtsperiode 2011.

Die Division schliesst das Geschäftsjahr 2012 in einem wettbewerbsintensiven, unter Margendruck stehenden Marktumfeld mit einem publizierten Betriebsergebnis von CHF 8.1 Mio. ab, im Vergleich zu CHF 16.3 Mio. im Vorjahr. Die Betriebsergebnismarge beträgt 1.0%.

Die Bewirtschaftung von Principal-Accounts ist naturgemäss einer hohen Volatilität ausgesetzt mit entsprechender Auswirkung auf die Ertragslage. Darüber hinaus befindet sich Valora Trade in einer Veränderungsphase. Gegenwärtig sind grosse internationale Principals im Portfolio stark gewichtet. Die Zusammenarbeit mit führenden Herstellern wird in gesättigten Märkten zunehmend anspruchsvoller und kostenintensiver. Hinzu kommt, dass Eigentümerwechsel und Übernahmen auf Herstellerseite zu substantiellen Principal-Abgängen geführt haben (z.B. Wrigley, Cadbury, Sanex).

Valora Trade arbeitet intensiv und seit längerer Zeit insbesondere in den Kategorien Food, Food Service und Confectioneries an einer Neuausrichtung des Principal-Portfolios. Die Division wird sich zulasten ausgewählter grosser Marken verstärkt auf kleinere und mittlere Principals konzentrieren, die teilweise in margenstärkeren Nischen-Bereichen tätig sind.

F CORPORATE

Im Bereich Corporate sind die Logistikorganisation der Schweiz, die Corporate Information Services sowie die Konzernsupportfunktionen Finance, Human Resources, Business Development, Legal Services und Communications angesiedelt. Im Geschäftsjahr 2012 konnte Valora Corporate durch den erfolgreichen Ausbau der Logistikdienstleistungen mit Drittkunden die Nettoerlöse um +26.7% steigern. Diese umfassen Angebote im Bereich Tag- und Nachtlogistik sowie Versandhandelsretouren. Dabei werden auch Synergien in der Belieferung der Valora Verkaufsstellen genutzt. In 2012 konnte eine Vielzahl an Neukunden akquiriert werden, darunter als Exklusiv-Partner die Quickmail AG, die erste private Briefdienstleisterin in der Schweiz.

In den direkten Kosten wirken sich nachhaltig positive Effekte im Bereich Personal durch weitere Automatisierung in der Logistik und durch den Übergang von Mitarbeitenden aus dem Bereich IT zum Outsourcing-Partner aus. Durch die damit verbundene Transitionsphase liegen die Kosten für Communication & IT im Geschäftsjahr 2012 höher. Die variablen Logistikkosten sind, einhergehend mit den höheren Nettoerlösen, angestiegen. Die Betriebskosten, netto, werden zudem durch den Buchgewinn aus dem Verkauf des Pressegeschäftes in Österreich im Oktober 2012 positiv beeinflusst.

Die Betriebskosten der Corporate Funktionen werden grundsätzlich abzüglich der generierten Logistikkumsätze mit Drittkunden verursachergerecht weiterverrechnet. Erträge und Aufwendungen ohne jeglichen Bezug zu den Marktdivisionen verbleiben im Segment Übrige.

G FINANZERGEBNIS UND STEUERN

Im Geschäftsjahr 2012 weist Valora ein Finanzergebnis von CHF – 12.6 Mio. aus im Vergleich zu CHF – 3.7 Mio. im Vorjahr. Diese Entwicklung ist hauptsächlich auf den höheren Zinsaufwand zurückzuführen. Dabei resultieren CHF – 3.6 Mio. aus höheren Finanzaufwendungen, bedingt durch die Emission einer Anleihe über CHF 200 Mio. im Februar 2012 zur Refinanzierung der im Juli 2012 ausgelaufenen Anleihe in Höhe von CHF 140 Mio. Weitere CHF – 4.5 Mio. ergeben sich aus Finanzaufwendungen im Zusammenhang mit dem im September 2012 abgeschlossenen Syndikatskredit über CHF 400 Mio. für die Finanzierung der Akquisition der Ditsch/Brezelkönig Gruppe und der gleichzeitigen Ablösung des CHF 300 Mio. Syndikatskredites. Der Devisenerfolg schliesst vor allem durch die stabile Entwicklung des EUR/CHF-Wechselkurses und der zu einem guten Teil natürlich abgesicherten internen Finanzierungsstruktur mit einem nahezu neutralen Effekt von CHF – 0.1 Mio.

Die Ertragsteuerquote wurde in 2012 um +0.2 Prozentpunkte auf – 14.7% reduziert und liegt damit deutlich unter der langfristig erwarteten Konzernsteuerquote von 17%. Der Steueraufwand von CHF – 7.9 Mio. setzt sich zusammen aus laufenden Ertragsteuern in Höhe von CHF – 9.9 Mio. und latenten Ertragsteuern in der Höhe von CHF 2.0 Mio.

H LIQUIDITÄT, CASHFLOW UND BILANZKENNZAHLEN

<i>Kennzahlen</i>	2012	2011
in Mio. CHF		
EBITDA	121.2	117.0
Flüssige Mittel ¹⁾	147.2	109.6
Free Cashflow ¹⁾	42.2	51.6
Eigenkapital	575.3	462.3
Eigenkapitalquote	35.9%	41.9%
Reingewinn Konzern	45.7	57.4
Nettoverschuldung ¹⁾	361.6	31.9
Net Working Capital ¹⁾	136.3	117.3
Net Working Capital in % des Nettoerlöses ¹⁾	4.8%	4.2%
Gewinn je Aktie ¹⁾	15.60	20.24

¹⁾ aus fortgeführten Geschäftsbereichen

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) konnte im Vergleich zum Vorjahr um CHF +4.2 Mio gesteigert werden und beträgt im Geschäftsjahr CHF 121.2 Mio. Der Free Cashflow des Konzerns liegt im Wesentlichen durch einen Rückgang in den übrigen Verbindlichkeiten im Geschäftsjahr 2012 bei CHF 42.2 Mio. im Vergleich zu CHF 51.6 Mio im Vorjahr. Im Geschäftsjahr 2012 hat Valora mit der Übernahme der Ditsch/Brezelkönig Gruppe, der Convenience Concept GmbH sowie der K.Schmelzer- J. Bettenhausen GmbH & Co KG eine wichtige und solide Ausgangsbasis für weiteres profitables und nachhaltiges Wachstum gelegt und konnte die Strategie «Valora 4 Growth» frühzeitig abschliessen. Dies führte zu einer erhöhten Akquisitionstätigkeit im Berichtsjahr, welche CHF –247.9 Mio. über dem Vorjahr liegt und durch die neue Anleihe in Höhe von CHF 200 Mio. und den Syndikatskredit mit einem Rahmen von CHF 400 Mio. finanziert wurde. Die Flüssigen Mittel stiegen damit zum Jahresende um CHF +38 Mio. auf CHF 147 Mio. an. Die Nettoverschuldung erhöhte sich hierdurch auf CHF 364 Mio.

Die Eigenkapitalquote der Valora beträgt 35.9% und liegt –6.0 Prozentpunkte unter Vorjahr. Die Gründe für den Rückgang sind einerseits die Bilanzverlängerung durch die getätigten Akquisitionen, andererseits der Anstieg des langfristigen Fremdkapitals durch die Erhöhung aus der im Februar 2012 emittierten Anleihe über CHF 200 Mio. gegenüber der im Juli 2012 abgelösten Anleihe in Höhe von CHF 140 Mio. sowie über die höhere Ziehung aus dem neuen CHF 400 Mio. Syndikatskredit. Durch die Ausgabe von 635 599 Aktien an Ernst Peter Ditsch als Teilzahlung des Gesamtkaufpreises im Rahmen des Abschlusses der Akquisition Ditsch/Brezelkönig konnte eine Eigenkapitalerhöhung von CHF +108.8 Mio. durchgeführt werden.

I VALORA VALUE ADDED

<i>Valora Value Added</i>	2012	2011
in Mio. CHF		
Betriebsergebnis (EBIT)	65.8	70.5
Durchschnittlich investiertes Kapital	817.0	658.3
WACC	8.0%	8.0%
Kapitalkosten	65.4	52.7
Valora Value Added	0.4	17.8

Um die nachhaltige, über den Kapitalkosten liegende Rendite zu messen, führte die Valora Gruppe im Jahr 2008 den Valora Value Added (VVA) ein, der sich an die klassische Definition des Economic Value Added anlehnt. Um eine Vergleichbarkeit der betriebswirtschaftlichen Leistung zu erreichen, ermittelt sich der Valora Value Added aus dem Betriebsergebnis abzüglich der mit durchschnittlich 8 % verzinsten Kapitalkosten. Die 8 % entsprechen dabei dem WACC vor Steuern, dem gewichteten Eigen- und Fremdkapitalkostensatz, ermittelt aus Branchenvergleichen und Marktzinserwartungen. Valora prüft die zu Grunde liegenden WACC Berechnungen regelmässig und passt den VVA relevanten Kapitalkostensatz an, falls er eine definierte Bandbreite verlässt. Der Fokus des Managements liegt in der nachhaltigen Steigerung des VVA und damit in einer nachhaltigen Wertsteigerung des Unternehmens.

Im Berichtsjahr 2012 erwirtschaftete die Valora Gruppe einen VVA von CHF 0.4 Mio. Die Abweichung zum Vorjahr von CHF – 17 Mio. resultiert aus einem tieferen Betriebsergebnis und dem höheren durchschnittlich investierten Kapital, welches im Berichtsjahr aufgrund mehrerer Akquisitionen stark angestiegen ist. Das operative Ergebnis (EBIT) widerspiegelt jedoch aufgrund der pro-rata Konsolidierung noch nicht den vollen Effekt aus den getätigten Akquisitionen.

J AUSSICHTEN

Durch die Akquisition von Convenience Concept und der Ditsch/Brezelkönig Gruppe in 2012 konnte eine hervorragende Basis für weiteres Wachstum im Kerngeschäft geschaffen werden. Die Ende 2012 lancierte Strategie hat zum Ziel, die Kernkompetenzen im Retailbereich weiter zu stärken und die Profitabilität der Division nachhaltig zu steigern. Es gilt, die getätigten Akquisitionen im Konzern zu integrieren, damit das ausgezeichnete Potenzial innerhalb der Valora Gruppe optimal eingesetzt wird und Synergien mit bestehenden Formaten entstehen.

Bei Retail wurde in 2012 das Konzept Kiosk 3.0 – eine Anpassung des Warensortiments und dessen Mix sowie eine Optimierung des Shoplayouts – entwickelt. Erste Testergebnisse ergaben einen deutlichen Mehrumsatz. In 2013 wird dieses Modell nun auf mehr als 100 Verkaufsstellen ausgerollt. Die Integration der Akquisition Convenience Concept schreitet weiter nach Plan voran, mit dem Ziel, weitere Synergiepotenziale auszuschöpfen und die Vereinheitlichung der Formate zur Steigerung des Wiedererkennungswertes und Bekanntheitsgrades zu fördern.

Durch die Akquisition von Ditsch/Brezelkönig ergeben sich zusätzliche vielversprechende Aussichten. In den nächsten Jahren wird ein Umsatzwachstum von ca. +8% p.a. erwartet. Diese Steigerung ergibt sich zum einen aus der Eröffnung neuer Verkaufsstellen, zum anderen aus Wachstum durch Synergien: Es ist geplant, die hochwertigen Produkte von Ditsch/Brezelkönig auch anderen Formaten der Valora Gruppe anzubieten. Auf diese Weise kann das Sortiment der Retailformate wertvoll ergänzt und von der bestens integrierten, kosteneffizienten Wertschöpfungskette der Ditsch/Brezelkönig Gruppe profitiert werden.

Die Division Valora Services steht in einer Phase der Repositionierung. Nach dem Verkauf des Pressegeschäftes in Österreich per Oktober 2012 und der damit verbundenen Reduzierung der Presseabhängigkeit, wurde im laufenden ersten Halbjahr 2013 auch der Warengrosshandel Sales & Services Schweiz veräussert. Valora geht davon aus, dass der Rückgang im Pressemarkt weiterhin anhält. Aufgrund der angespannten Lage werden für die Schweiz und Luxemburg strategische Partnerschaften konkret geprüft. Positive Aussichten sind hinsichtlich des gut aufgestellten Logistiknetzes in der Schweiz gegeben, das in 2012 ein starkes Wachstum verzeichnen konnte. Die Erlöse dieses Geschäftszweigs betragen momentan noch weniger als 10% des Umsatzes der Division und bieten noch weiteres Potenzial.

Durch den Umschichtungsprozess des Principal-Portfolios und insbesondere den Distributionsaufbau von kleineren und mittelgrossen Marken in margenstarken Nischen-Bereichen setzt Valora Trade die bereits initiierten Aktivitäten fort. Um dem Margendruck in den klassischen Kategorien entgegenzuwirken sind eine Vielzahl von Massnahmen, wie zum Beispiel die Zusammenfassung von Aussendienst-Services, Diversifikation von Handelskanälen, die Neuverhandlung bestehender Principalverträge, die weitere Zentralisierung von Supply Chain Services und Effizienzsteigerungen durch verbesserte IT-Strukturen, eingeleitet, deren erste positiven Auswirkungen bereits im ersten Halbjahr 2013 erwartet werden.

Der Verwaltungsrat und die Konzernleitung sind überzeugt, dass Valora im letzten Jahr eine solide Basis für rentables organisches Wachstum in der Zukunft geschaffen hat und ihre Retailkompetenz weiter ausbauen kann. Die angestossenen Initiativen sollen dabei die nachhaltige Sicherung der Profitabilität des Konzerns unterstützen.