

Muttenz, 27. August 2009

Medienmitteilung - Communiqué de presse - Media release

Valora Gruppe: Solide Ergebnisse und erste Erfolge aus Strategieprogramm

- **Steigerung der Nettoerlöse auf operativer Basis¹**
- **Verbesserung der operativen EBIT Marge durch konsequente Kostendisziplin**
- **Strategie „Valora 4 Success“ im Zeitplan und mit ersten Erfolgen**
 - Positive Trends im Retailgeschäft Schweiz sichtbar
 - Erste Massnahmen gegen Marktkontraktion im Bereich Media stimmen zuversichtlich
 - Logistiktransformation bis Jahresende erfolgreich abgeschlossen
 - Zusätzliches Kostensenkungspotential identifiziert
- **Bestätigung der Ergebniserwartungen für 2012**

Steigerung der Nettoerlöse auf operativer Basis¹

Valora weist im ersten Halbjahr 2009 einen Nettoerlös von CHF 1 414.6 Mio (-3.7%) aus. Unter Berücksichtigung der Akquisitionen in Deutschland (+1.7%), fehlender Umsätze aus Sammelbildern EURO 08 in Österreich und der Schweiz (-3.2%) sowie Fremdwährungseinflüssen im Euro-Raum, insbesondere in Skandinavien (-3.6%), entspricht dies operativ einem Umsatzwachstum von 1.4%. (CHF 1 442.3 Mio.) Dies konnte in einem äusserst schwierigen wirtschaftlichen Umfeld, welches europaweit besonders für rückläufige Presseumsätze sorgte, erwirtschaftet werden.

Die Division **Retail**² verzeichnete mit CHF 778.1 Mio. ein Wachstum des operativen Nettoerlöses von 0.6% gegenüber dem ersten Halbjahr 2008. Dieses im derzeitigen Umfeld erfreuliche Ergebnis ist vor allem auf die gute Performance bei Retail Deutschland zurückzuführen. Bereinigt um die Akquisitionen verzeichnete die Division in Deutschland ein exzellentes Wachstum. Das Kioskgeschäft in der Schweiz lag mit -0.4% operativ fast auf dem Niveau des Vorjahres. Der Umsatz im Bereich Convenience und im Tankstellengeschäft mit Tamoil konnte um 3.5% gegenüber dem Vorjahreszeitraum gesteigert werden.

Valora **Media**² erwirtschaftete im ersten Halbjahr 2009 einen Nettoerlös von CHF 345.1 Mio. Dies bedeutet gegenüber dem Vorjahreszeitraum einen operativen Rückgang von 4.6%. In allen drei Ländern (Luxemburg, Österreich und Schweiz) entwickelten sich die Presseumsätze, analog dem europäischen Gesamtmarkt, um über 5% rückläufig. Erstmals war neben dem strukturell bedingten Rückgang bei den Zeitungen auch das Zeitschriftensegment negativ betroffen.

Valora **Trade** hat im Berichtszeitraum in einem schwierigen Marktumfeld einen Nettoerlös von CHF 381.2 Mio. erzielt. Dies entspricht einem operativen Wachstum

¹ Exkl. Fremdwährungseffekte, Akquisitionen, EURO 08-Effekte

² Verschiebung eines Teilbereichs von Valora Retail zu Valora Media

von 6.5%. Dabei fallen insbesondere die skandinavischen Märkte mit einem währungsbereinigten Wachstum von 11% auf.

Verbesserung der operativen Betriebsergebnis-Marge (EBIT) durch konsequente Kostendisziplin

Valora schliesst das erste Halbjahr 2009 mit einem Betriebsergebnis von CHF 23.0 Mio. (Vorjahr CHF 28.6 Mio.) und einer Betriebsergebnis-Marge von 1.6% (Vorjahr 2.0%) ab. Operativ konnte das Betriebsergebnis um rund 20% gesteigert werden und die Betriebsergebnis-Marge verbesserte sich um 0.2 Prozentpunkte (Vorjahr operativ CHF 19.6 Mio.). Entscheidend für diese positive Entwicklung auf operativer Ebene war die Senkung der Kostenquote um 0.8 Prozentpunkte. Die Verbesserung der Kosteneffizienz liegt damit über dem für das erste Halbjahr 2009 angestrebten Wert und führte zu einer Verbesserung der aktuellen Bruttomarge um 0.1 Prozentpunkte.

Die Division Retail steigerte im Berichtszeitraum das Betriebsergebnis auf CHF 10.1 Mio. (Vorjahr CHF 4.1 Mio.) und die Marge erhöhte sich auf 1.3% (Vorjahr 0.5%). Auch bei Valora Trade verbesserte sich das Betriebsergebnis und stieg auf CHF 7.4 Mio. (Vorjahr CHF 7.1 Mio.) mit einer Marge von 1.9% gegenüber 1.8% im ersten Halbjahr 2008. Einzig Valora Media verzeichnete mit CHF 7.1 Mio. (Vorjahr CHF 20.8 Mio.) ein deutlich tieferes Betriebsergebnis.

Valora erzielte im ersten Halbjahr 2009 einen Reingewinn von CHF 18.1 Mio. Per Bilanzstichtag 30. Juni 2009 weist die Gesellschaft eine solide Bilanzstruktur auf mit einer hohen Eigenkapitalquote von 43.4%. Der leichte Rückgang der Eigenkapitalquote um 1.7 Prozentpunkte gegenüber 31. Dezember 2008 ist auf das per Ende Februar 2009 abgeschlossene Aktienrückkaufsprogramm zurückzuführen, bei welchem anschliessend das Kapital durch Vernichtung von 500 000 eigenen Aktien herabgesetzt wurde. Mit einer Nettoverschuldung von CHF 37.6 Mio. (Nettoliquidität von CHF 6 Mio. per 31.12.2008), begründet durch die Dividendenzahlung, Aktienrückkauf sowie Akquisitionen, weist die Valora Gruppe weiterhin eine komfortable Liquiditätssituation aus. Ziel ist es, die Nettoverschuldung bis Ende 2009 zu reduzieren.

Strategie „Valora 4 Success“ im Zeitplan und mit ersten Erfolgen

Das im Herbst 2008 lancierte Strategieprogramm „Valora 4 Success“ ist in der Umsetzungsphase und entwickelt sich erfreulich. Einzelne Teilprojekte stehen kurz vor der Vollendung. Alle Initiativen sind im Zeit- und Kostenplan. Im ersten Halbjahr 2009 lag der Fokus insbesondere auf vier Kernprojekten: Steigerung der Profitabilität der Kioske, Massnahmen zur Optimierung der Division Media, Ausbau des Convenience-Kanals sowie Verbesserung der Effizienz und Effektivität in den zentralen Prozessen des Logistik Bereichs.

Positive Trends im Retailgeschäft Schweiz

Im Kioskbereich wurden im ersten Halbjahr 2009 alle wesentlichen Anpassungen zur Verbesserung der Profitabilität eingeleitet. Die ersten Erfolge daraus sind bereits

sichtbar. In den Monaten Mai bis Juli war ein spürbares Umsatzwachstum und eine Ergebnisverbesserung zu verzeichnen. Dies hängt direkt mit den eingeleiteten Massnahmen im kiosk Bereich zusammen.

Zu den eingeführten Veränderungen im Bereich Kiosk gehörte die Forcierung der Tests mit neuen Sortimentsmodulen und Dienstleistungen, die erfolgreiche Einführung der günstigen Produktlinie unter der Eigenmarke „ok.“ sowie ein professionelleres Preismanagement. Insbesondere die positive Resonanz der ersten „ok.“ Produkte bei jungen und preisbewussten Kioskkunden verspricht Wachstumschancen für die weitere Zukunft. Gleichzeitig konnte mit den Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) ein neuer langfristiger Mietvertrag für die rund 200 Standorte abgeschlossen werden. Der Vertrag ermöglicht eine Verbesserung im Bereich der Formatnutzung sowie in der Sortimentsgestaltung. Durch Anpassungen der Verkaufsorganisation und die Professionalisierung der Personaleinsatzplanung konnten bedeutende Kosteneinsparungen erzielt werden. Darüber hinaus wird die Nutzung des neu eingeführten geschlossenen Warenwirtschaftssystems den Warenumsatz weiter verbessern und zu effizienteren Prozessen in den Verkaufsstellen beitragen.

Die Ausweitung des Convenience-Netzwerks „avec.“ schreitet zügig voran. Im Frühjahr 2009 wurde an den Standorten Kloten und Richterswil ein neues Layout mit angepasstem Sortiment erfolgreich getestet. Zudem wurden mit der Geschäftspartnerin und Tankstellenbetreiberin Tamoil drei Teststandorte in Betrieb genommen. Ende September 2009 wird die Anzahl der avec.-Shops sowohl durch Umbauten als auch durch Neueröffnungen planmässig über 50 betragen. Unter der Prämisse von verfügbaren Standorten ist es das Ziel, in den nächsten sechs bis neun Monaten ein Verkaufstellennetz von rund 100 avec.-Shops in der Schweiz zu betreiben. Die Wachstumsstrategie im Bereich Convenience wurde mit der Eröffnung des ersten avec.-Shops in Deutschland (Gelsenkirchen) ergänzt. Ein weiterer Standort wird im zweiten Halbjahr 2009 in Essen eröffnet.

Erste Massnahmen gegen Marktkontraktion im Bereich Media stimmen zuversichtlich

Der Bereich Media ist von der Wirtschaftskrise am stärksten betroffenen, weshalb die Initiative „Optimierung des Leistungsangebots“ in Angriff genommen wurde. Ziel des Projektes ist es, der rückläufigen Entwicklung im Pressemarkt entgegenzuwirken, die Attraktivität des Presseangebots zu steigern sowie die erbrachten Dienstleistungen an Drittverkaufskanäle auszuweiten. Entsprechend wurden erste Massnahmen bereits umgesetzt. So wurde seit Ende März 2009 an ausgewählten kiosk Verkaufsstellen den „Top 50“ Presstiteln mehr Platz eingeräumt. Der Test entwickelt sich bisher sehr erfreulich: der Umsatz der „Top 50“ nahm im Juli 2009 gegenüber dem Vorjahr um über 6% zu. Gleichzeitig konnte der Rückgang auf den Gesamtpresseumsatz um fast 6 Prozentpunkte auf +0.3% reduziert werden. Als weitere Massnahme werden die Dienstleistungen für die übrigen Vertriebskanäle erweitert und optimiert. Die ersten Erfahrungen aus diesen Massnahmen stimmen das Management der Valora zuversichtlich, eine Trendwende in den Presseumsätzen herbeiführen zu können.

Logistiktransformation bis Jahresende erfolgreich abgeschlossen

In der Umsetzung des Strategieprogramms „Valora 4 Success“ ist die Transformation der Logistik am weitesten fortgeschritten. Der Umzug der Innenlogistik von Muttenz nach Egerkingen ist grösstenteils vollzogen. Die Einführung des neuen Logistikbetriebssystems WAMAS und die erfolgreich getestete Umstellung auf die Einzelplatzkommissionierung bei der Presse im zweiten Quartal 2009 sind weitere wichtige Schritte zur Verbesserung der Servicequalität und Effizienz in der Logistik. Mit der Dislokation der Logistik und der Modernisierung der Systeme wird die Effizienz und die Effektivität wesentlich erhöht. Es ist realistisch, die für 2010 angepeilten Kosteneinsparungen von CHF 11 Mio. sowie die geplanten Qualitätsverbesserungen erreichen zu können.

Zusätzliches Kostensenkungspotential identifiziert

Insgesamt werden die bereits eingeleiteten Optimierungsmassnahmen wie geplant im 2. Halbjahr 2009 einen positiven Kostensenkungsbeitrag von CHF 10 Mio. erbringen.

Für das Jahr 2010 wurde bei der Lancierung des Strategieprogramms eine Kostensenkung gegenüber 2008 von insgesamt CHF 23 Mio. identifiziert, was rund $\frac{3}{4}$ der geplanten jährlichen Gesamteinsparung von CHF 30 Mio. ab dem Jahr 2012 entspricht. Mit weiteren Anstrengungen und neuen Erkenntnissen konnte zusätzliches Kostensenkungspotenzial identifiziert werden. Besonders im Bereich der Filialkosten und der Einkaufskonditionen besteht Optimierungspotenzial in der Grössenordnung von jährlich mindestens CHF 6 Mio. Die detaillierte Projektierung dieser zusätzlichen Effizienzsteigerungen wird im zweiten Halbjahr 2009 stattfinden und zeitgerecht kommuniziert.

Bestätigung der Ergebniserwartung für 2012

Verwaltungsrat und Konzernleitung der Valora sind überzeugt, mit der Strategie „Valora 4 Success“ den richtigen Weg eingeschlagen zu haben. Mit der zunehmenden Stabilität im Management Team steigt auch die Kapazität, die geplanten Massnahmen rasch und konsequent umzusetzen und dabei eine disziplinierte Kostenkontrolle zu bewahren. Angesichts der herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Lage im 2009 ist die kommunizierte Ergebniserwartung für das Jahr 2009 als ambitiös einzustufen. „Wir halten trotzdem an unserem EBIT-Ziel von CHF 69 – 72 Mio. für das Geschäftsjahr 2009 fest und sind überzeugt, das Jahresergebnis 2009 im Vergleich zum Vorjahr verbessern zu können“, sagt Thomas Vollmoeller, CEO der Valora Gruppe. Verwaltungsrat und Management bestätigen, bis 2012 die angekündigte Betriebsergebnismarge von 3% bis 4% zu erreichen.

Finanzkennzahlen der Valora Gruppe

Erfolgsrechnung	H1 2009	H1 2008
in Mio. CHF		
Nettoerlös operativ*	1'442.3	1'422.1
Nettoerlös	1414.6	1'468.5
Bruttogewinn	428.3	443.5
<i>Bruttogewinn Marge</i>	30.3%	30.2%
Betriebsaufwand	-408.9	-420.2
Betriebsergebnis (EBIT) operativ*	23.6	19.6
<i>EBIT Marge operativ*</i>	1.6%	1.4%
Betriebsergebnis (EBIT)	23.0	28.6
<i>EBIT Marge</i>	1.6%	2.0%
Reingewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	18.1	21.1
Reingewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-	5.5
Reingewinn Konzern	18.1	26.6

* Exkl. Fremdwährungseffekte, Akquisitionen und EURO 08-Effekte

Liquidität, Bilanz	30.06.2009	31.12.2008
in Mio. CHF		
Flüssige Mittel	146.5	158.4
Eigenkapital	479.2	493.9
<i>Eigenkapitalquote</i>	43.4%	45.1%
Nettoverschuldung	37.6	+6.0
Nettoumlaufvermögen (NWC)	132.3	129.7
<i>Nettoumlaufvermögen in % des Nettoerlöses (annualisiert)</i>	4.7%	4.4%

Wichtige Kennzahlen der Valora Divisionen

Kennzahlen	Retail			Media			Trade		
	H1 2009	H1 2008**	Δ	H1 2009	H1 2008**	Δ	H1 2009	H1 2008	Δ
Nettoerlös operativ*	766.6	761.7	+0.6%	352.0	368.7	-4.6%	414.7	389.4	+6.5%
<i>Nettoerlös</i>	778.1	771.7	+0.8%	345.1	401.1	-14.0%	381.2	393.5	-3.1%
Betriebsergebnis (EBIT) operativ*	9.6	0.1	n.a.	7.5	15.8	-52.4%	8.1	7.1	+14.3%
<i>Betriebsergebnis (EBIT)</i>	10.1	4.1	+150.3%	7.1	20.8	-65.7%	7.4	7.1	+4.7%
EBIT Marge operativ*	1.3%	0.0%	+1.3pP	2.1%	4.3%	-2.2pP	2.0%	1.8%	+0.2pP
<i>EBIT Marge</i>	1.3%	0.5%	+0.8pP	2.1%	5.2%	-3.1pP	1.9%	1.8%	+0.1pP

* Exkl. Fremdwährungseffekte, Akquisitionen und EURO 08-Effekte

** Restated: Verschiebung eines Teilbereichs von Valora Retail zu Valora Media per 1.1.2009

Den Halbjahresbericht 2009 sowie die Pressemitteilung und die Präsentation finden Sie unter www.valora.com

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Investor Relations:
Mladen Tomic

Tel: +41 58 789 12 20
+41 79 571 10 56
E-Mail: mladen.tomic@valora.com

Media Relations:
Stefania Misteli

Tel: +41 58 789 12 01
+41 79 467 52 16
E-Mail: stefania.misteli@valora.com

Disclaimer

NOT FOR RELEASE, PUBLICATION OR DISTRIBUTION IN OR INTO THE UNITED STATES
THIS DOCUMENT IS NOT BEING ISSUED IN THE UNITED STATES OF AMERICA AND SHOULD NOT BE DISTRIBUTED TO U.S. PERSONS OR PUBLICATIONS WITH A GENERAL CIRCULATION IN THE UNITED STATES. THIS DOCUMENT DOES NOT CONSTITUTE AN OFFER OR INVITATION TO SUBSCRIBE FOR OR PURCHASE ANY SECURITIES. IN ADDITION, THE SECURITIES OF VALORA HOLDING AG HAVE NOT BEEN REGISTERED UNDER THE UNITED STATES SECURITIES LAWS AND MAY NOT BE OFFERED, SOLD OR DELIVERED WITHIN THE UNITED STATES OR TO U.S. PERSONS ABSENT REGISTRATION UNDER OR AN APPLICABLE EXEMPTION FROM THE REGISTRATION REQUIREMENTS OF THE UNITED STATES SECURITIES LAWS

Dieses Dokument enthält auf die Zukunft bezogene Aussagen über Valora, die mit Unsicherheiten und Risiken behaftet sein können. Der Leser muss sich daher bewusst sein, dass solche Aussagen von den zukünftigen tatsächlichen Ereignissen abweichen können. Bei den zukunftsbezogenen Aussagen handelt es sich um Projektionen möglicher Entwicklungen. Sämtliche auf die Zukunft bezogenen Aussagen beruhen auf Daten, die Valora zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Dokuments vorlagen. Valora übernimmt keinerlei Verpflichtung, zukunftsorientierte Aussagen in diesem Dokument zu einem späteren Zeitpunkt aufgrund neuer Informationen, zukünftigen Ereignissen oder Ähnlichem zu aktualisieren.