

HALBJAHRESABSCHLUSS 2015

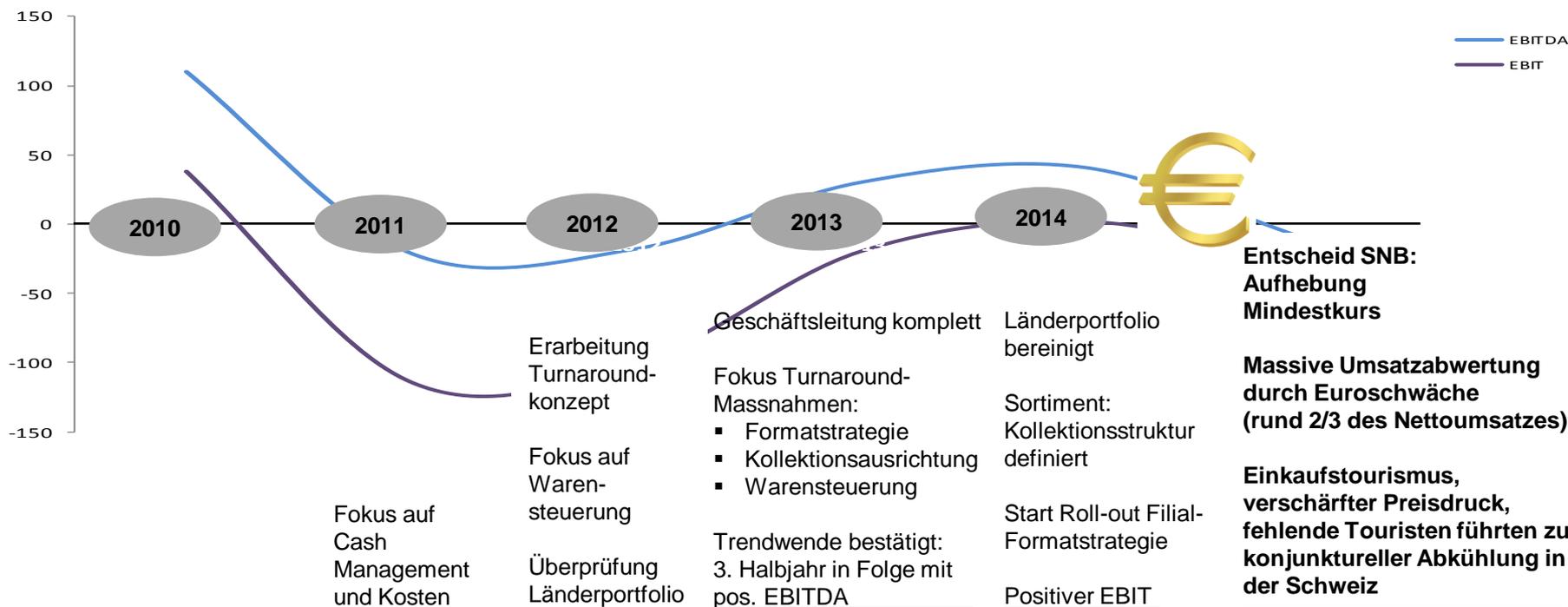


TRANSFORMATION AUF KURS

Status	
<input checked="" type="checkbox"/>	Roll-out Filial-Formatstrategie auf Kurs
<input checked="" type="checkbox"/>	Geschärfte Sortimentsausrichtung erstmals vollständig umgesetzt
<input checked="" type="checkbox"/>	Seit April aktuelle Damenkollektion deutlich über Vorjahr
<input checked="" type="checkbox"/>	Historisch tiefe Altwarenbestände
<input checked="" type="checkbox"/>	72h Reassort
<input type="checkbox"/>	Fast-Track Kollektion «Create yourself»
<input type="checkbox"/>	Digitalisierung/OmniChannel
<input type="checkbox"/>	Kommunikation/Marketing-Kampagne

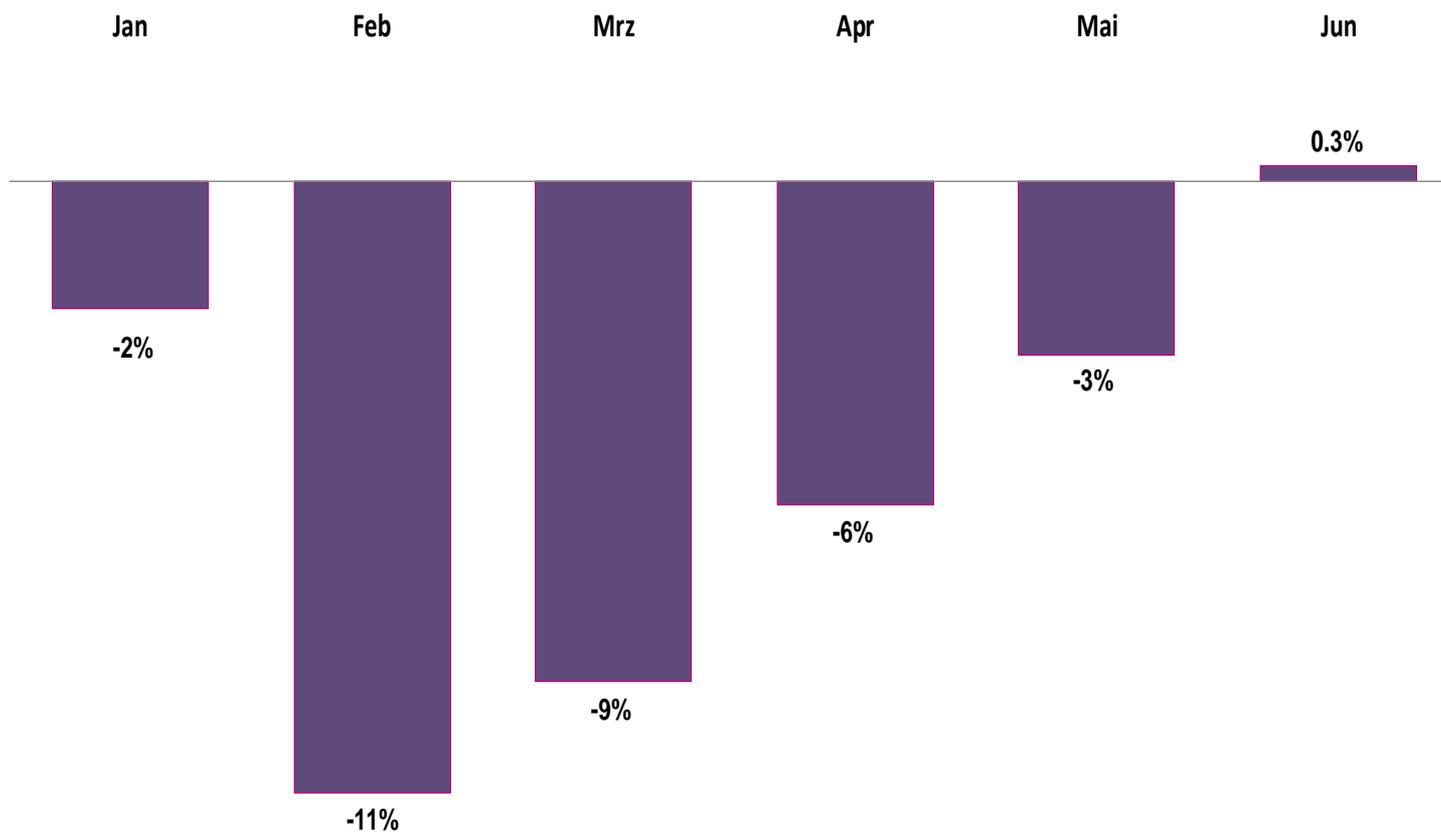
ABWERTUNG EURO FÜHRT ZU ERGEBNISRÜCKSCHLAG

Übersicht Entwicklung EBITDA/EBIT



ENTWICKLUNG BRUTTOUMSATZ (Delta Vorjahr, währungsbereinigt)

Zunehmende Erholung nach Währungsschock im Januar



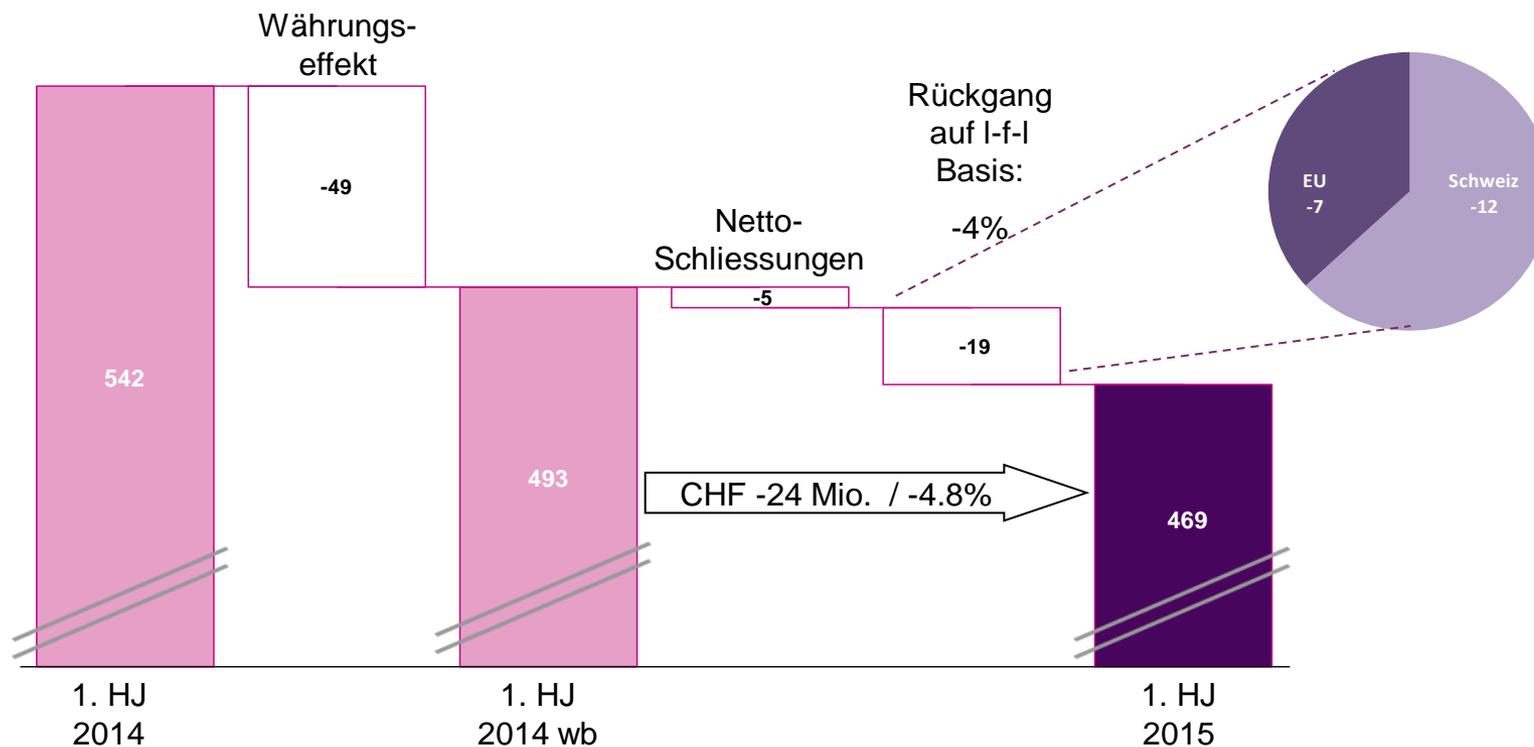
ERFOLGSRECHNUNG

(CHF Mio.)	1. HJ 2015	1. HJ 2014	△	△ in %
Bruttoumsatz	469	542	(73)	(13%)
Nettoumsatz	392	452	(60)	(13%)
Bruttogewinn	251	300	(49)	(16%)
In % vom Nettoumsatz	64.0%	66.4%		
Total Betriebsaufwand	(262)	(286)	+24	+8%
In % vom Nettoumsatz	66.8%	63.3%		
EBITDA	(11)	14	(25)	
In % vom Nettoumsatz	-2.8%	3.1%		
EBIT	(29)	(5)	(24)	
In % vom Nettoumsatz	-7.4%	-1.1%		
Konzernergebnis	(36)	(12)	(24)	



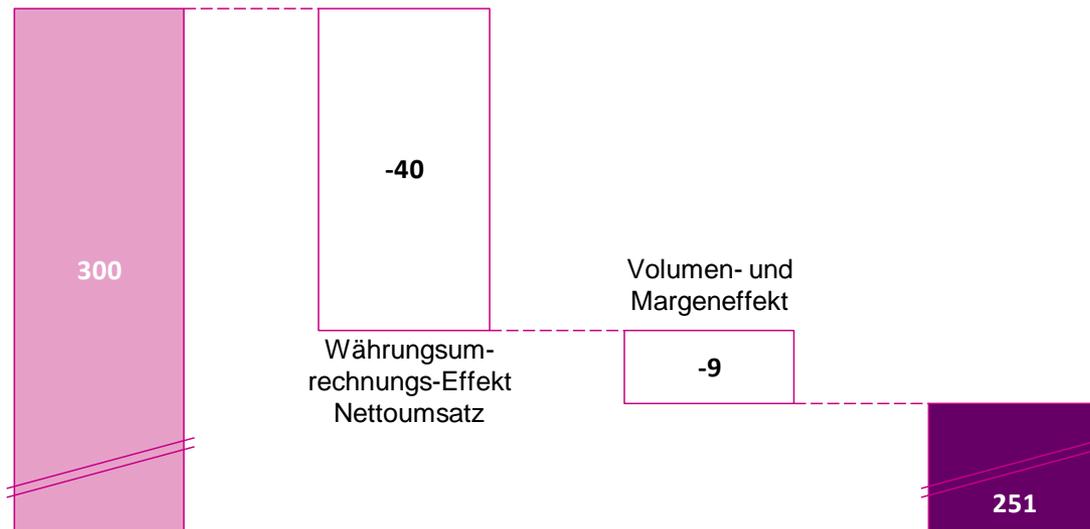
ENTWICKLUNG BRUTTOUMSATZ KONZERN (in CHF Mio.)

Bruttoumsatzverlust getrieben durch Euroschwäche und Umsatzverluste in der Schweiz



ENTWICKLUNG BRUTTOGEWINN

Bruttogewinn massgeblich durch Währung beeinflusst



Wesentliche Einflussfaktoren:

- FX bedingter Umsatzrückgang
- Preisdruck erhöht Rabattquote
- Volumenrückgang
- + Reduktion Warenwertberichtigung



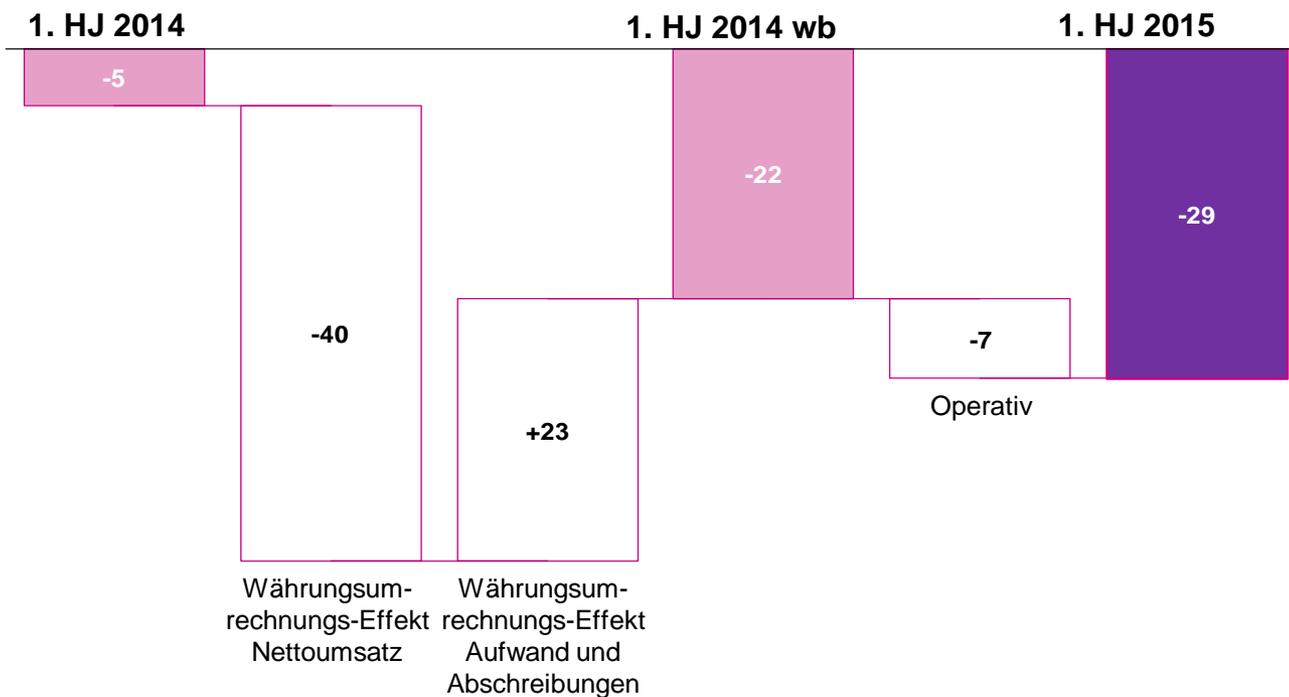
ENTWICKLUNG BETRIEBSAUFWAND (in CHF Mio.)

Einsparungen nach Währungseinflüssen von CHF 3 Mio.

	1. HJ 2015	Δ	1. HJ 2014 wb	Δ	1. HJ 2014
Personal	(113)	(1)	(112)	+8	(120)
Raum	(82)	+1	(83)	+8	(91)
Werbung	(28)	+2	(30)	+2	(32)
übriger Betr. Aufwand	(39)	+1	(40)	+3	(43)
Betriebsaufwand	(262)	+3	(265)	+21	(286)

ÜBERLEITUNG EBIT (in CHF Mio.)

Operativer EBIT Rückgang um CHF 7 Mio.



ENTWICKLUNG DER REGIONEN

Benelux (Niederlande/Belgien) und CEE halten Kurs

(in Mio.)	Region Schweiz		Region Deutschland				Region Benelux			
	1. HJ 2015		1. HJ 2015		1. HJ 2014		1. HJ 2015		1. HJ 2014	
	CHF	CHF	EUR	CHF	EUR	CHF	EUR	CHF	EUR	CHF
Bruttoumsatz	161	176	141	149	146	178	58	61	58	71
Nettoumsatz	144	157	114	121	118	144	46	49	47	57
EBITDA	15.4	26.1	4.8	5.1	8.3	10.1	(2.6)	(2.7)	(2.1)	(2.6)
EBIT	7.3	18.1	1.1	1.2	4.3	5.3	(3.2)	(3.4)	(2.6)	(3.2)
Filial-Bestand 1. Januar	167	168	282		281		139		141	
Veränderung netto	0	0	(3)		3		(2)		(3)	
Filial-Bestand 30 Juni	167	168	279		284		137		138	

(in CHF Mio.)	Region CEE				Konzernzentrale und Konsolidierung		Konzern	
	1. HJ 2015		1. HJ 2014		1. HJ 2015	1. HJ 2014	1. HJ 2015	1. HJ 2014
	EUR	CHF	EUR	CHF	CHF	CHF	CHF	CHF
Bruttoumsatz	93	98	96	117	0	0	469	542
Nettoumsatz	74	78	77	94	0	0	392	452
EBITDA	0.6	0.6	2.1	2.6	(29.3)	(22.3)	(10.9)	13.9
EBIT	(1.3)	(1.4)	0.1	0.1	(32.2)	(25.1)	(28.5)	(4.8)
Filial-Bestand 1. Januar	175		191				763	781
Veränderung Netto	1		(11)				(4)	(11)
Filial-Bestand 30 Juni	176		180				759	770

ÜBERSICHT EBIT BIS KONZERNERGEBNIS

Verschlechterung Konzernergebnis um CHF -24 Mio.

(CHF Mio.)	1. HJ 2015	1. HJ 2014	△
EBIT	(29)	(5)	(24)
In % vom Nettoumsatz	-7.3%	-1.1%	
Finanzaufwand	(4)	(5)	1
Fremdwährungsdiff.	(2)	(1)	(1)
Steuern	(2)	(2)	(0)
Konzernergebnis	(36)	(12)	(24)
In % vom Nettoumsatz	-9.2%	-2.7%	



FREE CASH FLOW

Ergebnis und Investitionen beeinflussen Free Cash Flow massgeblich

(CHF Mio.)	1. HJ 2015	1. HJ 2014	△
EBITDA	(11)	14	(25)
Veränderung Nettoumlaufvermögen	(6)	5	(11)
Finanzierungskosten & Steuern	(7)	(10)	+3
Geldfluss aus Geschäftstätigkeit (Cash Flow)	(24)	9	(33)
Geldfluss aus Investitionstätigkeit (netto)	(19)	(7)	(12)
Free Cash Flow	(43)	2	(45)
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit (netto)	(1)	(10)	+9
Veränderung flüssige Mittel	(44)	(8)	(36)

INVESTITIONEN

Investitionen in Filial-Formatstrategie erhöht

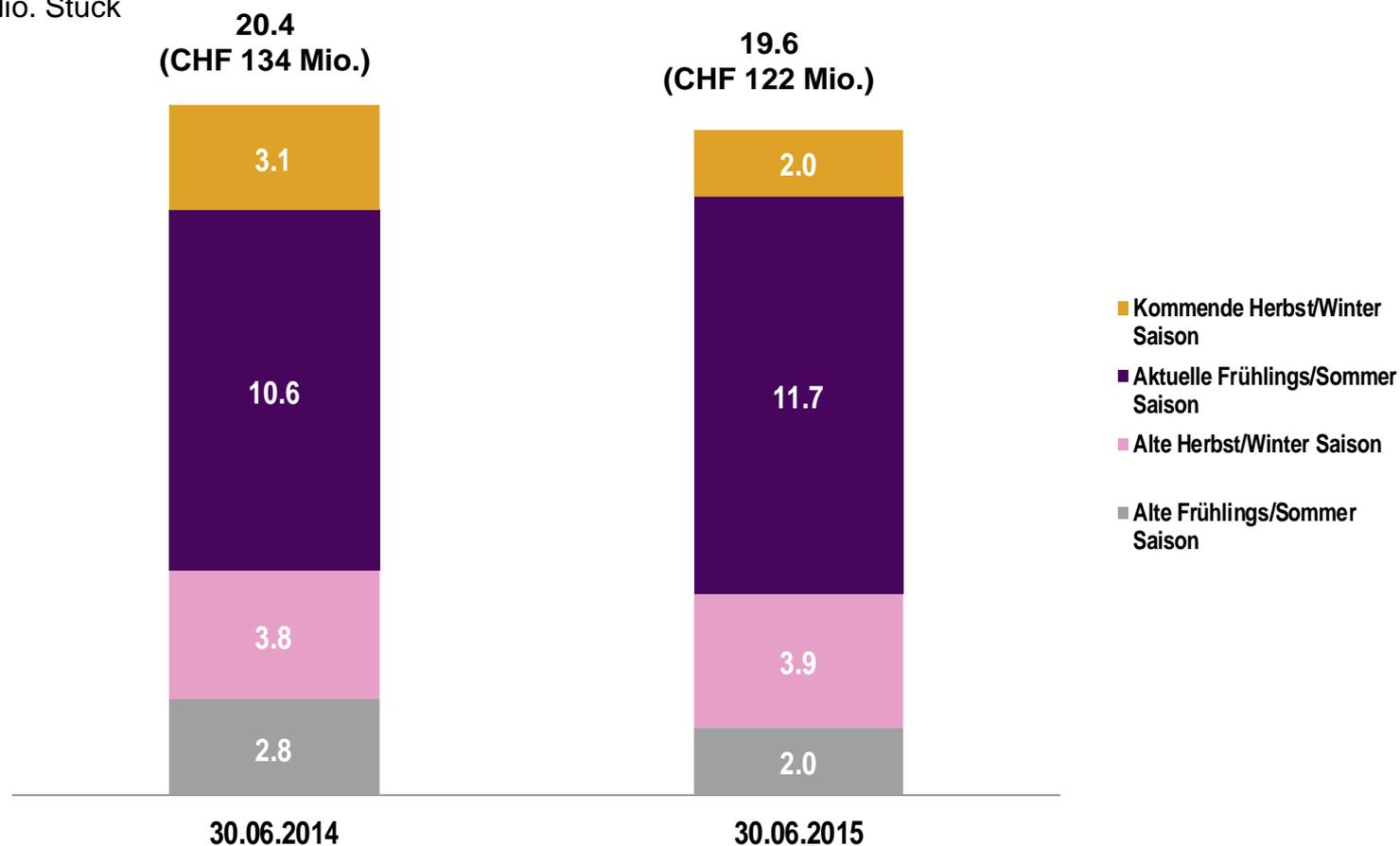
(CHF Mio.)	1. HJ 2015	1. HJ 2014	△
Filialeröffnungen	2	2	+0
Umbauten/ Renovationen	14	4	+10
Total Regionen	16	6	+10
Konzerninfrastruktur	3	1	+2
Total Konzern, netto	19	7	+12



ENTWICKLUNG LAGERBESTAND

Historisch tiefe Altwarenbestände

Bestand Mio. Stück



BILANZ - KENNZAHLEN

Euro - Auswirkung auf Eigenkapital dank tiefem Warenlager gedämpft

(CHF Mio.)	30.06.2015	31.12.2014	△	30.06.2014	△
Flüssige Mittel	51	97	(46)	62	(11)
Warenlager	122	140	(18)	134	(12)
Sachanlagen	207	215	(8)	223	(16)
Nettoverschuldung	120	77	+43	87	+33
Bilanzsumme	405	473	(68)	450	(45)
Eigenkapital	114	155	(41)	154	(40)
Eigenkapitalquote	28%	33%	(5%)	34%	(6%)

AUSBLICK 2015



Einfach gut aussehen!

IM ZWEITEN HALBJAHR DANK

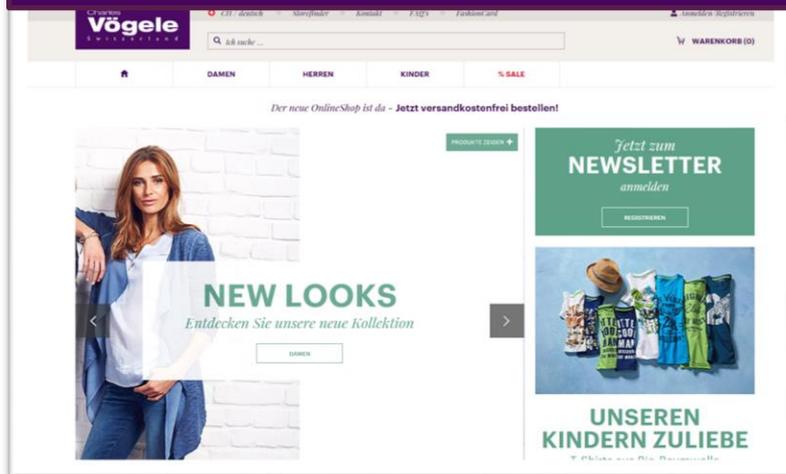
KOLLEKTION



FILIALE



DIGITAL/OMNICHANNEL



KOMMUNIKATION



KOLLEKTION

POSITIVE ENTWICKLUNG DAMENKOLLEKTION

- Gesunde Warenbestände
- Kollektionen erstmals vollständig auf Fläche geplant
- Performance Damenkollektion Frühling/Sommer seit April über VJ
- Fast-Track Kollektion „Create yourself“ lanciert



KOLLEKTION

NEUE PRODUKTLINIE: CREATE YOURSELF

- In-the-season Management:
kurzfristiger Nachkauf, um auf
Kundenbedürfnisse einzugehen
- Entwicklung Fast Track-Kollektion
für Damenkollektion
als modische Speerspitze
 - 10 Kollektionen pro Jahr
 - Monatlich neu
 - Fokus: Modern Casual,
Größen 36-48



FILIAL-FORMATSTRATEGIE IM ÜBERBLICK

NEUE RÜCKWANDGESTALTUNG

EMOTIONALISIERUNG

BLOCKBILDUNG

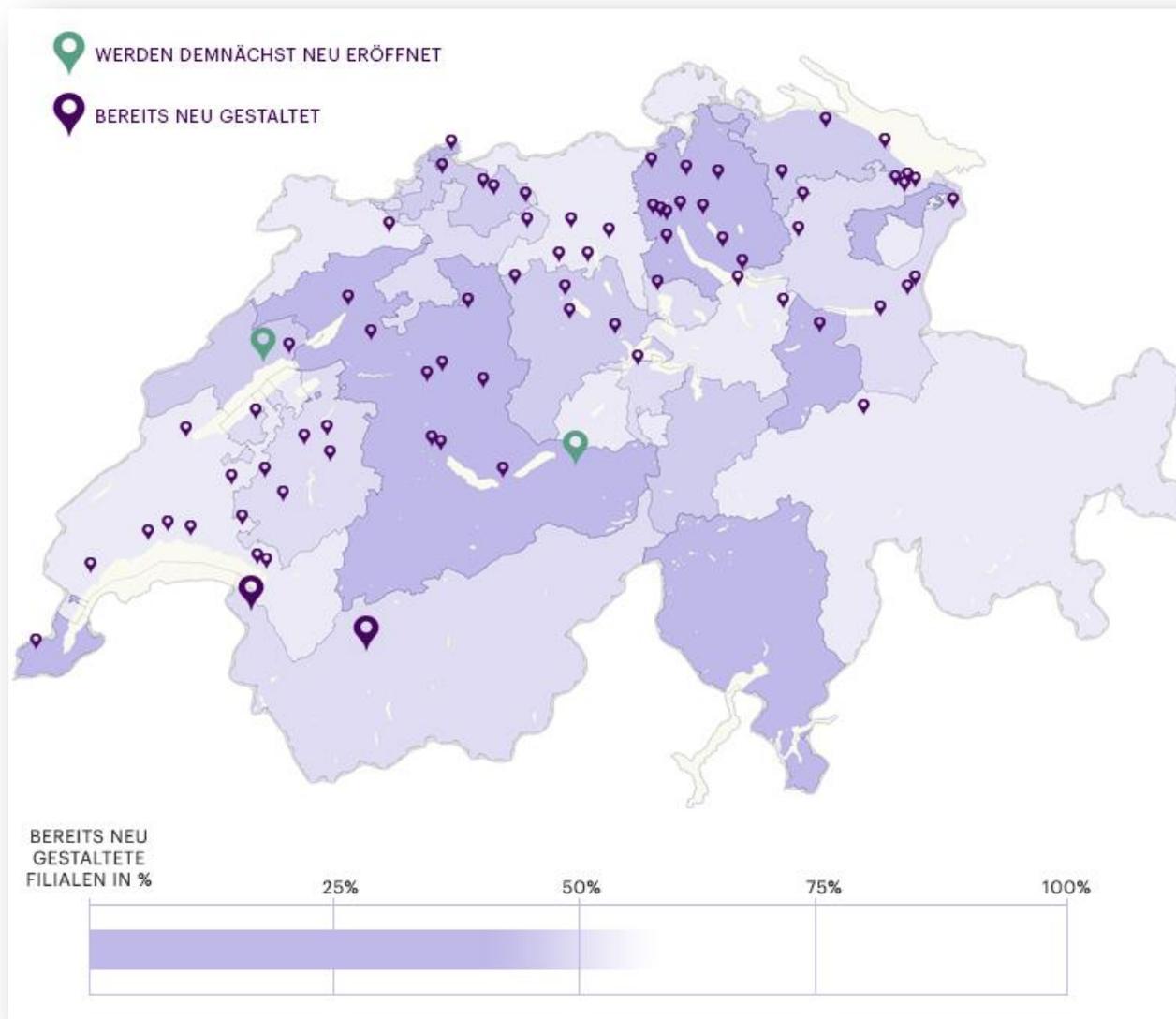
INSPIRATION

FLÄCHENGERECHTE BESTÜCKUNG

KLARE KUNDENFÜHRUNG



FILIAL-FORMATSTRATEGIE UMSETZUNG AUF PLAN





FILIAL-FORMATSTRATEGIE KOMMUNIKATION

PUBLIREPORTAGE

Shopping DAY

Neue Farb-filiale Die Kinderabteilung strahlt in freudlichem Hellgrün.

Gestaltete Wände inspirieren.

Klare Strukturen erlebnisorientierte Sortimente überdeckt.

MASSCHNEITUNG UND FRISCHES WEISSER KÄSE sind die Zutaten für ein gelungenes Shopping-Event.

NEUES LADENKONZEPT BEI CHARLES VÖGELE

Shops in neuem Style

Charles Vögele macht sich schön für die Kundinnen und Kunden und lädt zum **SHOPPING DAY** in die neue Modewelt ein.

Modern, unbeschwert und frisch. So soll das Modegefühl im Alltag sein. Charles Vögele hat es eingelangt mit einem neuen Ladenkonzept, das den Kundinnen und Kunden mehr Struktur, eine bessere Übersicht und mehr Inspiration und Emotion beim Einkaufen bietet. Ein ansprechendes Filialkonzept unterscheidet die spezifischen Abteilungen deutlicher von einander und sorgt für eine bessere Kundenführung. Mobile Raumtrenner und attraktiv gestaltete Wände ordnen Farbwelten und verschiedene Styles. Und Büsten mit Tragetopps inspirieren zu neuen Styling-Trends. So wird die Charles Vögele-Filiale zur Bühne für das Sortiment und sorgt für ein individuelles, inspirierendes Mode-Erlebnis. Überzeugen Sie sich selbst! Am Shopping Day lädt Charles Vögele in die neue Welt der Mode ein – und es gibt dabei viele tolle Aktionen und Überraschungen!

Kompetente Beratung? Neue Styling-Ideen? Charles Vögele lädt die Kundinnen und Kunden zum Shopping Day ein. Wer will und etwas Glück hat, darf am 12. oder am 19. September an einem exklusiven Vorher-Nachher-Styling mit Fotoshooting mitmachen. So geht's: **Melden Sie sich jetzt unter www.charlesvoegele.ch/charleshessels für Ihr Styling in der gewünschten Charles Vögele-Filiale an. Unter allen Anmeldungen werden 40 Umstyling-Verlosungen.**

CHARLES VÖGELE

September 2015

MAGAZIN

50% AUF DIE 2. JEANS

Für Sie schön gemacht
Erleben Sie die neue Modewelt von Charles Vögele

Shopping DAY

EMMENBRÜCKE, EMMENCENTER
SAMSTAG 12.09.2015
AB 10.00 UHR

Charles Vögele Switzerland

Shopping DAY

Shopping DAY

Für Sie schön gemacht

ERLEBEN SIE DIE NEUE MODEWELT VON CHARLES VÖGELE

SAMSTAG 12.09.2015
• St. Gallen, Marktgasse 15-17
• Emmenbrücke, Emmencenter
• Aarau, Bahnhofstrasse 23

SAMSTAG 19.09.2015
• Winterthur, Untertor 24/26
• Solothurn, Hauptgasse 21
• Thun, Balliz 67
• Chur, Süd Rheinfelsstrasse

AB 10.00 UHR

IHR PERSÖNLICHER SHOPPING DAY GUTSCHEIN

20.- GESCHENK

gültig bis 30.09.2015 bei einem Einkauf ab CHF 100.- in Ihrer Charles Vögele-Filiale Schweiz und im Online-Shop unter www.charlesvoegele.ch. Ein Gutschein pro Person pro Einkauf. Keine Barauszahlung. Nur gegen Vorlage dieses Gutscheins. Nicht kumulierbar mit anderen Aktionen. Ausgenommen sind Geschenkkarten.

Charles Vögele Switzerland
www.charles-voegele.ch

DIGITALISIERUNG/OMNICHANNEL

NEUER ONLINESHOP



[+ CH / deutsch](#)
[Storefinder](#)
[Kontakt](#)
[FAQ's](#)
[FashionCard](#)

[Anmelden/Registrieren](#)

[WARENKORB \(0\)](#)



DAMEN

HERREN

KINDER

% SALE

Der neue OnlineShop ist da - **Jetzt versandkostenfrei bestellen!**



NEW LOOKS

Entdecken Sie unsere neue Kollektion

DAMEN

PRODUKTE ZEIGEN +

Jetzt zum
NEWSLETTER
anmelden

REGISTRIEREN



UNSEREN KINDERN ZULIEBE

T-Shirts aus Bio-Baumwolle

KOMMUNIKATION NEUE KAMPAGNE



AUSBLICK 2015

Unveränderte Zielsetzung:

- Fokus auf Rollout & Kommunikation Filial-Formatstrategie
- Stoppen des Umsatzrückganges (like-for-like) gegenüber VJ
- Positives Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA)



- Medien- und Analystenkonferenz Jahresabschluss 2015 26. April 2016
- Generalversammlung der Aktionäre Jahresabschluss 2015 18. Mai 2016

VIELEN DANK

Charles
Vögele
Switzerland



DISCLAIMER

Alle Aussagen in dieser Präsentation, 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.