

A woman with long, wavy brown hair is smiling and looking towards the left. She is wearing a white, long-sleeved cardigan with a thick white fur collar and a white blouse underneath. She is also wearing a dark, high-waisted skirt with a braided belt. To her left, the profile of another woman with long blonde hair is visible, looking towards the first woman. The background is a white brick wall.

2015
HALBJAHRESBERICHT

Charles
Vögele
S w i t z e r l a n d

UNSERE MISSION

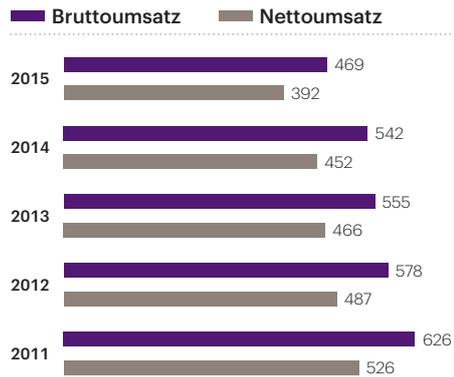
Wir sind das führende Schweizer Modeunternehmen und bieten beste Qualität im mittleren Preissegment. Ein aktuelles, verlässliches Sortiment für die ganze Familie und ein sympathischer Service zeichnen uns aus.

INHALT

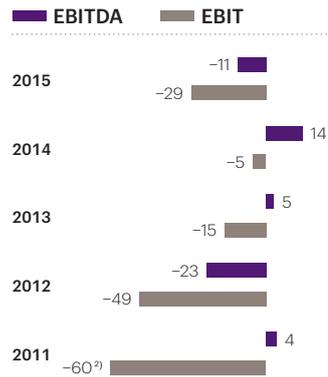
02	Mehrjahresübersicht
03	Konzernkennzahlen
04	Key Financials
06	Aktionärsbrief
18	Erfolgsrechnung Konzern
19	Bilanz Konzern
20	Geldflussrechnung Konzern
21	Veränderung des Eigenkapitals Konzern
22	Anhang zum konsolidierten Zwischenabschluss
26	Aktieninformationen
28	Finanzkalender

MEHRJAHRESÜBERSICHT

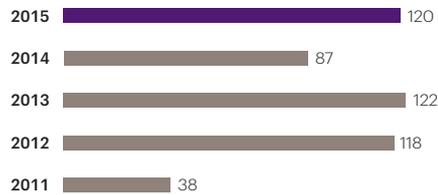
Brutto- und Nettoumsatz in CHF Mio.
1. Halbjahr



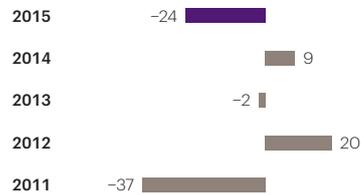
EBITDA¹⁾ und EBIT¹⁾ in CHF Mio.
1. Halbjahr



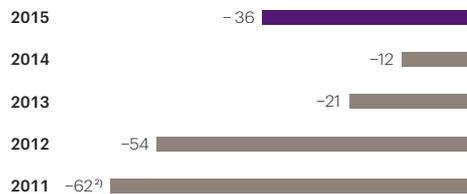
Nettoverschuldung in CHF Mio.
per 30. Juni



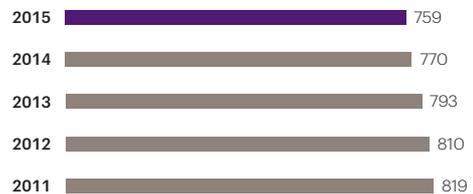
Geldfluss aus Geschäftstätigkeit in CHF Mio.
1. Halbjahr



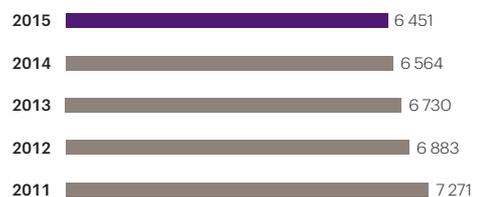
Konzernergebnis¹⁾ in CHF Mio.
1. Halbjahr



Anzahl Filialen
per 30. Juni



Anzahl Mitarbeitende (ohne Lehrlinge)
per 30. Juni



¹⁾ Die Vorjahreszahlen ab 2013 wurden an Swiss GAAP FER angepasst. Die Ergebnisse bis 2012 wurden nicht angepasst.

²⁾ Inkl. Goodwill-Impairment von CHF 36 Mio. nach IFRS.

KONZERNKENNZAHLEN

CHF Mio.	1. Halbjahr 2015	1. Halbjahr 2014	Veränderung
Bruttoumsatz	469	542	(13 %)
Veränderung währungsbereinigt	(5 %)	(2 %)	
Veränderung expansions- und währungsbereinigt	(4 %)	1 %	
Nettoumsatz	392	452	(13 %)
Bruttogewinn	251	300	(16 %)
Bruttogewinnmarge	64 %	66 %	
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen (EBITDA)	(11)	14	
EBITDA-Marge	(3 %)	3 %	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	(29)	(5)	
Konzernergebnis	(36)	(12)	
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	(24)	9	
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	(19)	(7)	
Free Cashflow	(43)	2	
Anzahl Verkaufsstandorte per 30. Juni	759	770	(1 %)
Verkaufsfläche per 30. Juni in m ²	578 717	593 022	(2 %)
Anzahl Mitarbeitende per 30. Juni ¹⁾	6 451	6 564	(2 %)
Durchschnittliche Anzahl Vollzeitstellen auf Halbjahresbasis ¹⁾	4 186	4 283	(2 %)
CHF Mio.	30.06.2015	31.12.2014	
Nettoverschuldung	120	77	
Eigenkapital	114	155	
Bilanzsumme	405	473	
Eigenkapital in % der Bilanzsumme	28 %	33 %	

¹⁾ Ohne Lehrlinge.

KEY FINANCIALS

Charles Vögele hat in den letzten drei Jahren wichtige Fortschritte im Turnaround verzeichnet. Signifikante Währungseffekte und verschärfte Rahmenbedingungen aufgrund der Aufgabe des Euro-Mindestkurses stellen das Unternehmen vor neue Herausforderungen. Der Nettoumsatz des Unternehmens reduzierte sich um **-13.3%** auf CHF 392 Mio. (Vorjahr: CHF 452 Mio.). Währungs- und flächenbereinigt (like-for-like) betrug die Abnahme **-4.1%**. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen (EBITDA) sank auf CHF **-11 Mio.** (Vorjahr: CHF 14 Mio.). Der Konzernverlust erreichte CHF **-36 Mio.** (Vorjahr: CHF **-12 Mio.**).

CHF -40 Mio.

Umsatzeinbussen aufgrund der Euroschwäche

Die Euroschwäche wirkte sich auf die Umsätze der Gruppe aus. Der direkte Währungseffekt beim Nettoumsatzverlust beträgt CHF **-40 Mio.**

CHF 262 Mio.

Betriebskosten weiter reduziert

Die Betriebskosten sanken um CHF **-24 Mio.** auf CHF 262 Mio. Davon entfielen CHF 21 Mio. auf den Währungseffekt.

CHF -11 Mio.

Negatives EBITDA

Das Betriebsergebnis auf Stufe EBITDA sank auf CHF **-11 Mio.** (Vorjahr: CHF 14 Mio.). Für das Gesamtjahr 2015 strebt die Unternehmensführung ein positives Ergebnis auf Stufe EBITDA an.

CHF -36 Mio.

Negatives Konzernergebnis

Der Konzernverlust für das erste Halbjahr erreichte CHF **-36 Mio.** (Vorjahr: CHF **-12 Mio.**).



v.l.n.r. Markus
Voegeli, CEO/CFO,
und Max E. Katz,
Präsident des
Verwaltungsrats

AKTIONÄRSBRIEF

TRANSFORMATION AUF KURS – EURO BELASTET ERGEBNIS

Im ersten Halbjahr 2015 belasten verschärfte Rahmenbedingungen die Ergebnisse von Charles Vögele. Die Aufgabe des Euro-Mindestkurses durch die Schweizerische Nationalbank Mitte Januar 2015 stellte das Unternehmen vor neue Herausforderungen. Der Entscheid bewirkte einen signifikant ansteigenden Preisdruck im Heimmarkt Schweiz und führte zu massiven, negativen Umrechnungseffekte auf dem Umsatz aus den übrigen Verkaufsregionen. Die erreichten Fortschritte auf qualitativer Ebene hingegen zeigen, dass das Unternehmen mit den eingeleiteten Massnahmen auf Kurs ist.

In einem anspruchsvollen wirtschaftlichen Umfeld verringerten sich die Nettoumsätze der Charles Vögele Gruppe im ersten Halbjahr 2015 um -13.3% auf CHF 392 Mio. (Vorjahr: CHF 452 Mio.). Ausschlaggebend für den Umsatzrückgang waren primär negative Währungseinflüsse. Währungs- und flächenbereinigt (like-for-like) betrug der Rückgang des Nettoumsatzes noch -4.1%. Dieser ist hauptsächlich auf die negative Entwicklung in der Schweiz zurückzuführen. Der Heimmarkt ist nach der Aufgabe des Euro-Mindestkurses mit einer Vielzahl von neuen Herausforderungen konfrontiert. Trotz des Umsatzrückgangs konnte das Unternehmen zu Saisonende die Bestandsstruktur weiter verbessern und verfügt über historisch tiefe Altwarenbestände.

Auf der Kostenseite half der im Vergleich zur Vorjahresperiode schwächere Euro. Die Betriebskosten sanken um CHF -24 Mio. auf CHF 262 Mio. Davon entfielen CHF 21 Mio. auf den Währungseffekt. Zusätzliche Einsparungen konnten die durch die Euroschwäche verursachten Umsatzverluste nicht kompensieren. Das Betriebsergebnis auf Stufe EBITDA sank auf CHF -11 Mio. (Vorjahr: CHF 14 Mio.) und auf Stufe EBIT auf CHF -29 Mio. (Vorjahr: CHF -5 Mio.). Der Konzernverlust erreichte CHF -36 Mio. (Vorjahr: CHF -12 Mio.).

«Wir erzielten wichtige Fortschritte bei der Sortimentsausrichtung, Warensteuerung und Filial-Formatstrategie.»

Markus Voegeli, CEO/CFO

Schweiz von Einkaufstourismus hart getroffen

Der währungs- und flächenbereinigte Umsatzrückgang resultierte in erster Linie aus dem Heimmarkt Schweiz, wo sich der Nettoumsatz um -8.6% und flächenbereinigt um -7.5% rückläufig entwickelte. Die Aufgabe des Euro-Mindestkurses verschärfte den Preisdruck in der Schweiz markant und führte darüber hinaus zu einer deutlichen Zunahme des Einkaufstourismus. Bereits wenige Tage nach dem SNB-Entscheid reagierte der Schweizer Detailhandel mit teilweise drastischen Rabatten von 20 und mehr Pro-

zent. Zusätzlich gehört die Digitalisierung zu den grössten Herausforderungen der Detailhändler. Noch nie kauften Schweizer so viel online im Ausland. Die Flut an Importpaketen stieg seit der Aufgabe des Euro-Mindestkurses erneut um rund 10% an.

Rückläufiger Modeeinzelhandel in Deutschland

Einen Rückschlag musste Charles Vögele auch in der wichtigen Verkaufsregion Deutschland verkraften. Der Nettoumsatz reduzierte sich währungs- und flächenbereinigt um -4%. In der Berichtsperiode hielt die Krise im deutschen stationären Modeeinzelhandel an und führte im Vergleich zum Vorjahr zu einem Volumenrückgang von -2.5%. Die negative Gesamtmarktentwicklung intensivierte den Druck, mehr Ware zu reduzierten Preisen zu verkaufen.

«Der modernisierte Auftritt wirkt sich in Zukunft positiv auf die Marke Charles Vögele aus.»

Max E. Katz, Präsident des Verwaltungsrats

Benelux und CEE halten Kurs

In der Verkaufsregion Benelux (Niederlande und Belgien) legte der Nettoumsatz währungs- und flächenbereinigt um 0.7%. In der Verkaufsregion CEE (Central Eastern Europe: Österreich, Slowenien, Ungarn) betrug der Umsatzrückgang währungs- und flächenbereinigt -0.8%.

Fokus auf Filial-Formatstrategie und Sortimentsausrichtung

Das Unternehmen konnte im ersten Halbjahr wichtige Fortschritte in der Transformation verzeichnen. Die Teams arbeiteten mit Hochdruck am Roll-out der neuen Filial-Formatstrategie. In den letzten acht Monaten wurden rund 160 Filialen nach der neuen Formatstrategie umgestellt. In der Schweiz sind rund die Hälfte der insgesamt 167 Filialen, in den weiteren Verkaufsorganisation knapp 100 Filialen umgestellt. Bis Ende 2015 soll die Umgestaltung in der Schweiz weitgehend abgeschlossen sein. Die Filialen in den weiteren Verkaufsorganisationen folgen bis Ende 2017. Parallel setzte Charles Vögele mit der Frühlings-/Sommerkollektion 2015 die neue, geschärfte Sortimentsausrichtung auf klassische und moderne Sortimente erstmals vollständig auf der Fläche um. Die neue Ausrichtung opti-

miert die klare Kundenführung und die intuitive Ansprache der Kundinnen und Kunden und zeigt erste Erfolge. Weiter lancierte Charles Vögele unter dem Namen «Create yourself» eine neue Produktlinie mit monatlich wechselnden Programmen, um möglichst zeitnah auf Markttrends zu reagieren.

Neuer eShop und Dachkampagne

Im zweiten Halbjahr liegt der Fokus auf der Umsetzung der Filial-Formatstrategie. Zudem ging Mitte August der neukonzipierte Charles Vögele-Onlineshop live. Mit dem Redesign stärkt die Gruppe ihre Omni-Channel-Strategie, um das Potenzial des eCommerce-Geschäfts deutlich besser zu nutzen. Weiter lanciert Charles Vögele im Herbst eine neue Dachkampagne, die einerseits die Verbesserung des Images von Charles Vögele sowie die Modernisierung der Marke zum Ziel hat und andererseits die Abverkäufe der Herbst-/Winterkollektion unterstützt.

Auch die zweite Jahreshälfte wird anspruchsvoll bleiben. Die erschwerten Rahmenbedingungen sind Ansporn, die eingeleiteten Turnaround-Massnahmen mit Hochdruck voranzutreiben. Mit einer modernisierten Kollektion, dem neuen Einkaufserlebnis dank der Filial-Formatstrategie, dem neuen Online Shop und einer neuen Kommunikationskampagne ist Charles

Vögele gut aufgestellt, um die Herausforderungen im zweiten Halbjahr anzugehen. Nach dem Währungsschock im Januar hat sich die Umsatzentwicklung zunehmend erholt und das Unternehmen verzeichnete einen guten Juli. Es bleibt das Ziel der Unternehmensführung, den Umsatzrückgang (like-for-like) gegenüber dem Vorjahr zu stoppen und für das Gesamtjahr 2015 ein positives Betriebsergebnis (EBITDA) zu erwirtschaften.

Der Verwaltungsrat und die Konzernleitung danken allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren grossen Einsatz für die Charles Vögele Gruppe. Unseren Geschäftspartnern und Aktionären danken wir für die Zusammenarbeit und Unterstützung.

Freundlich grüssen



Max E. Katz
Präsident
des Verwaltungsrats



Markus Voegeli
CEO/CFO

WIR MACHEN UNS FÜR
UNSERE KUNDINNEN UND KUNDEN

SCHÖN

FILIAL-FORMATSTRATEGIE

Im Fokus unserer Formatstrategie steht das Einkaufserlebnis der Kundinnen und Kunden. Sie können sich dank des neuen Konzepts in den Filialen intuitiv orientieren und werden von einer attraktiven Warenpräsentation inspiriert.

Die Filial-Formatstrategie stellt die Mode in den Mittelpunkt und bringt das Sortiment noch besser zur Geltung. Wir nutzen Rückwände als Gestaltungselemente, stellen auf Stufentischen modische Highlights vor und steigern so die Attraktivität der Warenpräsentation.

Dank der Platzierung von mobilen Raumtrennern und der klaren Strukturierung in Abteilungen finden sich die verschiedenen Kundengruppen einfach zurecht. Die Präsentation von Tragebeispielen unterstreicht

den Outfit-Gedanken des Sortiments und vereinfacht es den Kunden, eine individuelle Wahl zu treffen.

Schlüsselement unseres Konzepts ist auch die Reduktion der Ware um einen Fünftel, sodass ausgewählte Artikel hervorgehoben werden. Nach erfolgreicher Testphase waren bis Mitte des Jahres 161 der 759 Filialen umgestellt. Die Filial-Formatstrategie ist eines der zentralen Instrumente, um den Turnaround von Charles Vögele voranzutreiben.

FILIAL-FORMATSTRATEGIE IM ÜBERBLICK

NEUE RÜCKWANDGESTALTUNG



KLARE KUNDENFÜHRUNG



50% DER SCHWEIZER FILIALEN

Unser Ziel bis Ende 2015: Die Umstellung fast aller Filialen im Heimmarkt Schweiz sowie der Roll-out in den anderen Regionen.

Der Roll-out geht voran

Die rasche und gezielte Umsetzung der Filial-Formatstrategie hat im aktuellen Geschäftsjahr Priorität. Eine positives Zwischenfazit kann bereits gezogen werden: Rund 50% der Schweizer Filialen sind neu gestaltet.

«Die Filiale ist die Bühne für unser Sortiment, und das Produkt steht bei uns im Mittelpunkt.»



KLARE KUNDENFÜHRUNG

Mit einer klaren Gliederung der Filiale in spezifische Abteilungen und einem entsprechenden Farbkonzept finden sich die unterschiedlichen Kundengruppen schneller zurecht.



BLOCK-BILDUNG



Mobile Raumtrenner verdeutlichen die Unterteilung der Filiale in verschiedene Bereiche. Sie schaffen eine klare Struktur und machen die Fläche übersichtlicher. Der Outfit-Gedanke der neuen Sortimentsstrategie wird unterstrichen, indem kombinierbare Waren in einem Blockbereich aufliegen.



FLÄCHENGERECHTE BESTÜCKUNG

«20% weniger Ware.»

Eine Reduktion der Ware auf der Verkaufsfläche verstärkt die attraktive Präsentation von saisonalen Neuheiten sowie häufig nachgefragten Artikeln. Die Mode steht im Mittelpunkt.



EMOTIONALISIERUNG

«Mit visuellen Highlights.»

Visual-Merchandising Elemente dienen als Fokuspunkte und bringen das neue Sortiment noch besser zur Geltung. Tragebeispiele an den Büsten inspirieren die Kundinnen zu Outfits, die zu ihrem individuellen Lebensstil passen.

NEUE RÜCKWANDGESTALTUNG



Rückwände nutzen wir als grossflächiges Gestaltungselement. Auf einen Blick zeigen sie Kunden, wo bestimmte Styles zu finden sind.



BIS 2017 ALLES IM NEUEN LOOK

KONSEQUENTE UMSETZUNG
VORANTREIBEN

Priorität hat die Umgestaltung aller Filialen im Heimmarkt Schweiz bis Ende des Jahres. Im Euroraum haben wir den Roll-out ebenfalls lanciert. Ziel ist es, in zwei Jahren die umfassende Modernisierung abgeschlossen zu haben.

Die Modernisierung unserer Filialen schreitet voran: Rasch und gezielt finden die Arbeiten in den einzelnen Filialen statt. Die Umbauten führen wir so durch, dass die Kunden währenddessen weiterhin bei uns einkaufen können. Nur in seltenen Fällen kommt es zu einer kurzen Schliessung der Filiale.

Die Wiedereröffnungen nutzen wir für vielfältige Kundenevents und -aktivitäten sowie um unsere neuen Kollektionen vorzustellen. Die Eröffnungsanlässe sind aktuell ein wichtiges Element unserer Marketingkommunikation.

Zum jetzigen Zeitpunkt können wir ein positives Zwischenfazit ziehen. Bereits rund 50% der Filialen in der Schweiz sind neu gestaltet und bis Ende des Jahres sollen die weiteren Schweizer Standorte folgen. Parallel startet der Roll-out in unseren europäischen Ländergesellschaften: Mit bereits 161 umgebauten Filialen über alle Vertriebsorganisationen hinweg ist hier ein erster wichtiger Schritt erfolgt. Ziel ist es, bis Ende 2017 alle Charles Vögele Filialen umgestaltet zu haben.



1. Januar bis 30. Juni

ERFOLGSRECHNUNG KONZERN

CHF 1000	Anmerkung	1. Halbjahr 2015		1. Halbjahr 2014	
			in %		in %
Nettoumsatz		392 128	100.0%	452 218	100.0%
Warenaufwand	7	(140 985)	(36.0%)	(152 133)	(33.6%)
Bruttogewinn		251 143	64.0%	300 085	66.4%
Personalaufwand		(112 562)	(28.7%)	(119 579)	(26.4%)
Raumaufwand		(81 798)	(20.9%)	(90 720)	(20.1%)
Werbeaufwand		(28 170)	(7.2%)	(32 287)	(7.1%)
Allgemeiner Betriebs- und Verwaltungsaufwand		(43 094)	(11.0%)	(46 463)	(10.3%)
Andere betriebliche Erträge		3 749	1.0%	3 305	0.7%
Andere betriebliche Aufwendungen		(118)	(0.0%)	(440)	(0.1%)
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen (EBITDA)		(10 850)	(2.8%)	13 901	3.1%
Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen		(16 538)		(17 600)	
Abschreibungen und Wertminderungen auf immaterielle Anlagen		(1 146)		(1 125)	
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		(28 534)	(7.3%)	(4 824)	(1.1%)
Finanzergebnis, netto	4	(5 372)		(5 573)	
Ordentliches Ergebnis vor Ertragssteuern		(33 906)	(8.6%)	(10 397)	(2.3%)
Ertragssteuern	5	(1 990)		(1 775)	
Konzernergebnis		(35 896)	(9.2%)	(12 172)	(2.7%)
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	6	(4.24)		(1.44)	
Verwässertes Ergebnis je Aktie	6	(4.24)		(1.44)	

Der Anhang auf den Seiten 22 bis 25 ist integrierender Bestandteil des vorliegenden Zwischenabschlusses.

per 30. Juni
BILANZ KONZERN

CHF 1000	Anmerkung	30.06.2015	31.12.2014
Aktiven			
Umlaufvermögen			
Flüssige Mittel		50 690	97 310
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		3 805	4 469
Sonstige kurzfristige Forderungen		12 623	8 019
Aktive Rechnungsabgrenzungen		3 664	3 257
Warenvorräte	7	122 061	140 335
Total Umlaufvermögen		192 843	253 390
Anlagevermögen			
Sachanlagen	9	207 462	214 994
Finanzanlagen		115	115
Immaterielle Anlagen	9	4 921	4 797
Total Anlagevermögen		212 498	219 906
Total Aktiven		405 341	473 296
Passiven			
Kurzfristiges Fremdkapital			
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	8	164 636	1 564
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		28 945	49 549
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten		27 439	30 309
Passive Rechnungsabgrenzungen		35 924	34 075
Kurzfristige Rückstellungen		1 530	2 105
Total kurzfristiges Fremdkapital		258 474	117 602
Langfristiges Fremdkapital			
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	8	6 057	172 540
Langfristige Rückstellungen		27 188	28 004
Total langfristiges Fremdkapital		33 245	200 544
Eigenkapital			
Aktienkapital		26 400	26 400
Eigene Aktien		(7 299)	(7 609)
Kapitalreserven		148 983	148 983
Gewinnreserven		(54 462)	(12 624)
Total Eigenkapital	10, 11	113 622	155 150
Total Passiven		405 341	473 296

Der Anhang auf den Seiten 22 bis 25 ist integrierender Bestandteil des vorliegenden Zwischenabschlusses.

1. Januar bis 30. Juni

GELDFLUSSRECHNUNG KONZERN

CHF 1000	Anmerkung	1. Halbjahr 2015	1. Halbjahr 2014
Konzernergebnis		(35 896)	(12 172)
Berichtigungen für:			
- Ertragssteuern		1 990	1 775
- Nettofinanzaufwand		5 372	5 573
- Abschreibungen des Anlagevermögens		17 669	18 695
- Verluste aus Wertbeeinträchtigungen (Impairment)		15	31
- Sonstige fondsunwirksame Aufwendungen		41	158
Veränderung von Rückstellungen		(313)	(1 836)
Veränderung von Warenvorräten		9 331	14 048
Veränderung von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		225	(5 221)
Veränderung von sonstigen Forderungen und aktiven Rechnungsabgrenzungen		(5 402)	2 200
Veränderung von Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		(14 751)	(4 398)
Veränderung von sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten und passiven Rechnungsabgrenzungen		4 429	(222)
Liquiditätswirksamer Finanzerfolg		(5 143)	(4 928)
Bezahlte Steuern		(1 909)	(4 862)
Geldfluss aus Betriebstätigkeit		(24 342)	8 841
Auszahlungen für Investitionen (Kauf) von Sachanlagen		(17 607)	(6 021)
Auszahlungen für Investitionen (Kauf) von immateriellen Anlagen		(1 270)	(755)
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	9	(18 877)	(6 776)
Free Cash Flow		(43 219)	2 065
Aufnahme von Darlehen		45 000	55 000
Aufnahme von sonstigen kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten		127	38
Rückzahlung von Darlehen		(45 000)	(65 000)
Rückzahlung von sonstigen langfristigen Finanzverbindlichkeiten		(837)	(822)
Verkauf von eigenen Aktien, netto		310	363
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit		(400)	(10 421)
Abnahme flüssige Mittel		(43 619)	(8 356)
Flüssige Mittel zu Beginn der Berichtsperiode		97 310	70 220
Währungseinflüsse		(3 001)	(339)
Abnahme flüssige Mittel, netto		(43 619)	(8 356)
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode		50 690	61 525

Der Anhang auf den Seiten 22 bis 25 ist integrierender Bestandteil des vorliegenden Zwischenabschlusses.

1. Januar bis 30. Juni

VERÄNDERUNG DES EIGENKAPITALS KONZERN

CHF 1000	Anm.	Aktien- kapital	Eigene Aktien	Kapital- reserve	ein- behaltene Gewinne	Währungs- einflüsse	Bewertung Finanz- instru- mente	Bewertung Pensions- verpflich- tungen	Bewertung Aktien- options- plan	Total Gewinn reserven	Total
Stand 01.01.2014		26 400	(10 787)	151 341	(2 620)	(1 590)	-	-	3 253	(957)	165 997
Konzernergebnis		-	-	-	(12 172)	-	-	-	-	(12 172)	(12 172)
Währungseinflüsse		-	-	-	-	(278)	-	-	-	(278)	(278)
Wert ausgegebene Optionen		-	-	-	-	-	-	-	158	158	158
Wert ausgeübte/ verfallene Optionen		-	-	-	12	-	-	-	(12)	-	-
Verkauf eigene Aktien	10	-	381	(18)	-	-	-	-	-	-	363
Kauf eigene Aktien	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Stand 30.06.2014		26 400	(10 406)	151 323	(14 780)	(1 868)	-	-	3 399	(13 249)	154 068
Stand 01.01.2015		26 400	(7 609)	148 983	(12 128)	(2 623)	-	-	2 127	(12 624)	155 150
Konzernergebnis		-	-	-	(35 896)	-	-	-	-	(35 896)	(35 896)
Währungseinflüsse		-	-	-	-	(5 983)	-	-	-	(5 983)	(5 983)
Wert ausgegebene Optionen		-	-	-	-	-	-	-	41	41	41
Wert ausgeübte/ verfallene Optionen		-	-	-	1	-	-	-	(1)	-	-
Verkauf eigene Aktien	10	-	310	-	-	-	-	-	-	-	310
Kauf eigene Aktien	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Stand 30.06.2015		26 400	(7 299)	148 983	(48 023)	(8 606)	-	-	2 167	(54 462)	113 622

Der Anhang auf den Seiten 22 bis 25 ist integrierender Bestandteil des vorliegenden Zwischenabschlusses.

ANHANG ZUM KONSOLIDIERTEN ZWISCHENABSCHLUSS

1 Grundlegende Informationen

Die Charles Vögele Holding AG bildet zusammen mit ihren Tochtergesellschaften die Charles Vögele Gruppe, einen eigenständigen europäischen Mode-Einzelhandelskonzern mit Verkaufsniederlassungen in der Schweiz, in Liechtenstein, Deutschland, den Niederlanden, in Belgien, Österreich, Slowenien und Ungarn.

Die Schliessung der Filialen in Tschechien und Polen wurde bis zum Juli 2014 abgeschlossen. Die beiden Konzerngesellschaften wurden 2014 respektive im 1. Halbjahr 2015 liquidiert.

Bei der Charles Vögele Holding AG handelt es sich um eine Aktiengesellschaft mit Sitz in Pfäffikon SZ in der Schweiz, die an der SIX Swiss Exchange kotiert ist. Am 27. Juni 2014 erfolgte der Wechsel vom Main Standard zum Domestic Standard.

2 Zusammenfassung wesentlicher Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

2.1 Grundlagen der Abschlusserstellung

Der Halbjahresabschluss der Charles Vögele Gruppe ist in Übereinstimmung mit den im Finanzbericht für das Jahr 2014 veröffentlichten Rechnungslegungsgrundsätzen sowie gemäss Swiss GAAP FER 31 erstellt worden. Er umfasst nicht alle Angaben, die in der konsolidierten Jahresrechnung enthalten sind, und sollte daher im Zusammenhang mit dem Jahresabschluss 2014 gelesen und interpretiert werden.

2.2 Fremdwährungsumrechnung

Für die wichtigsten Währungen des Konzerns werden folgende CHF-Kurse angewendet:

	ISO-Code	Einheit	Bilanz 30.06.2015	Bilanz 31.12.2014	Erfolgs- rechnung 1. Halbjahr 2015	Erfolgs- rechnung 1. Halbjahr 2014
Euro	EUR	1	1.04	1.20	1.06	1.22
Hongkong	HKD	1	0.12	0.13	0.12	0.11
China	CNY	1	0.15	0.16	0.15	0.14
USA	USD	1	0.93	0.99	0.95	0.89
Ungarn	HUF	100	0.33	0.38	0.34	0.40
Polen	PLN	100	24.75	28.21	25.46	29.24
Tschechien	CZK	100	3.83	4.33	3.84	4.45

3 Segmentinformationen

CHF 1000	Schweiz		Deutschland		Benelux	
	1. Halbjahr 2015	1. Halbjahr 2014	1. Halbjahr 2015	1. Halbjahr 2014	1. Halbjahr 2015	1. Halbjahr 2014
Bruttoumsatz	160 790	175 574	148 458	177 971	61 277	70 644
Nettoumsatz	143 539	157 018	120 912	144 537	49 159	56 770
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen (EBITDA)	15 429	26 064	5 144	10 110	(2 710)	(2 587)
in % vom Nettoumsatz	10.7%	16.6%	4.3%	7.0%	(5.5%)	(4.6%)
Betriebsergebnis (EBIT)	7 304	18 075	1 150	5 320	(3 381)	(3 196)
in % vom Nettoumsatz	5.1%	11.5%	1.0%	3.7%	(6.9%)	(5.6%)

CHF 1000	CEE ¹⁾		Konzernzentrale und Konsolidierung		Konzern	
	1. Halbjahr 2015	1. Halbjahr 2014	1. Halbjahr 2015	1. Halbjahr 2014	1. Halbjahr 2015	1. Halbjahr 2014
Bruttoumsatz	98 211	117 322	–	–	468 736	541 511
Nettoumsatz	78 518	93 893	–	–	392 128	452 218
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen (EBITDA)	633	2 577	(29 346)	(22 263)	(10 850)	13 901
in % vom Nettoumsatz	0.8%	2.7%	–	–	(2.8%)	3.1%
Betriebsergebnis (EBIT)	(1 437)	109	(32 170)	(25 132)	(28 534)	(4 824)
in % vom Nettoumsatz	(1.8%)	0.1%	–	–	(7.3%)	(1.1%)

¹⁾ CEE: Österreich, Slowenien, Ungarn (Polen, Tschechien nur im 1. Halbjahr 2014).

4 Finanzergebnis

CHF 1000	1. Halbjahr 2015	1. Halbjahr 2014
Finanzertrag	108	196
Finanzaufwand	(3 962)	(4 865)
Fremdwährungsdifferenzen	(1 518)	(904)
Total Finanzergebnis, netto	(5 372)	(5 573)

5 Ertragssteuern

Wie schon im Vorjahr resultiert der ausgewiesene Steueraufwand im ersten Halbjahr 2015 im Wesentlichen von Konzerngesellschaften, die steuerbare Gewinne erzielen.

6 Ergebnis je Aktie

		1. Halbjahr 2015	1. Halbjahr 2014
Konzernergebnis	CHF 1000	(35 896)	(12 172)
Gewichteter Durchschnitt Anzahl Aktien	Stück	8 475 442	8 429 456
Anpassung für potenziell verwässernde Aktienoptionen	Stück	-	-
Gewichteter Durchschnitt Anzahl Aktien für das verwässerte Ergebnis	Stück	8 475 442	8 429 456
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	CHF	(4.24)	(1.44)
Verwässertes Ergebnis je Aktie	CHF	(4.24)	(1.44)

7 Warenvorräte

CHF 1000	30.06.2015	31.12.2014
Aktuelle Ware, brutto	103 737	103 190
Wertberichtigungen	(17 568)	(19 422)
Aktuelle Ware (laufende und vergangene Saisons), netto	86 169	83 768
Kommende Saison	35 527	56 195
Heizölvorräte	365	372
Total	122 061	140 335

7.1 Entwicklung Wertberichtigung Warenvorräte

CHF 1000	1. Halbjahr 2015	1. Halbjahr 2014
Stand per 1. Januar	(19 422)	(22 032)
(Bildung)/Auflösung Wertberichtigung	7	(1 409)
Währungseinflüsse	1 847	134
Stand per 30. Juni	(17 568)	(23 307)

Die Wertberichtigung basiert auf einer Bewertungssystematik, die aus der Altersstruktur abgeleitet wird.

8 Finanzverbindlichkeiten

Der im April 2015 frühzeitig verlängerte syndizierte Kreditvertrag verfügt über eine Kreditlinie von CHF 250 Mio. und läuft bis Ende April 2016. Eine weitere Verlängerung des Kreditvertrags bzw. eine vollständige Refinanzierung wird im Verlaufe des 2. Halbjahres 2015 angegangen.

Die per 30. Juni 2015 gezogene Kreditlinie von total CHF 165 Mio. (abzgl. Finanzierungskosten von CHF 1.8 Mio. ergibt CHF 163.2 Mio.) wird als kurzfristiges Fremdkapital ausgewiesen. Die per 31. Dezember 2014 gezogene Kreditlinie von total CHF 165 Mio. (abzgl. Finanzierungskosten von CHF 0.3 Mio. ergibt CHF 164.7 Mio.) wurde im langfristigen Fremdkapital bilanziert.

9 Geldfluss aus Investitionstätigkeit

Während des 1. Halbjahres 2015 wurden netto CHF 18.9 Mio. (Vorjahr netto CHF 6.8 Mio.) in Sachanlagen und in immaterielle Anlagen investiert. Aufgrund des Rollouts der Formatstrategie und der damit einhergehenden Umgestaltung einzelner Filialen vor allem im Heimmarkt Schweiz fielen höhere Investitionen an.

10 Eigene Aktien

Für die Beteiligung des Managements befanden sich per 30. Juni 2015 286'458 (30. Juni 2014: 336'522) eigene Aktien im Eigentum der Charles Vögele Gruppe.

11 Ausschüttung an Aktionäre

Am 29. April 2015 hat die Generalversammlung der Aktionäre für das Geschäftsjahr 2014 wie bereits im Vorjahr beschlossen, auf eine Ausschüttung zu verzichten.

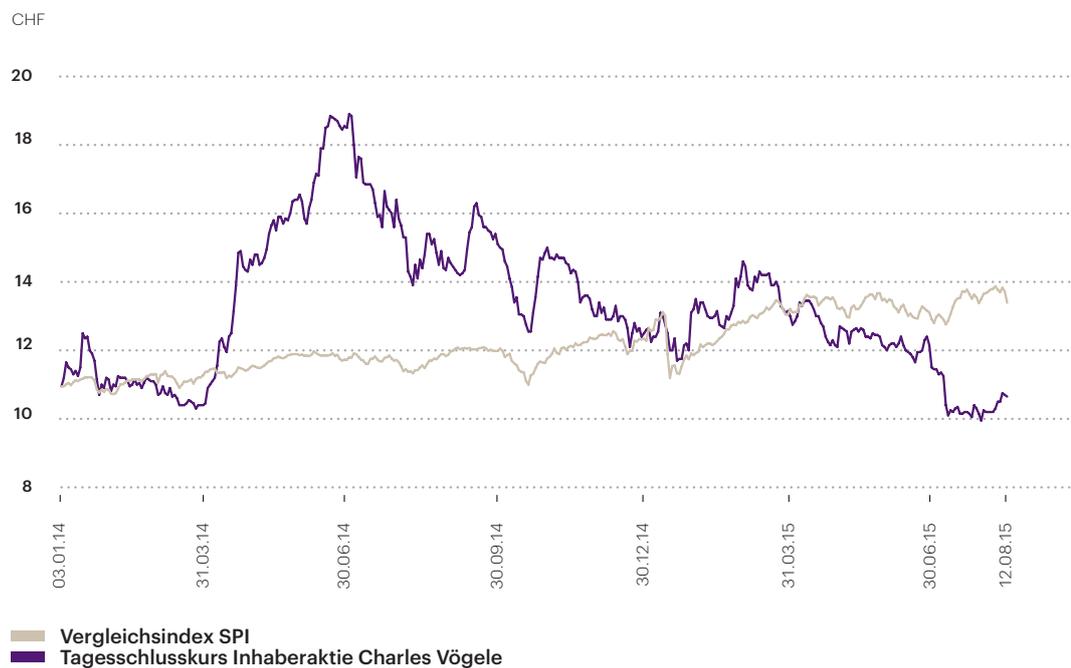
12 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Im vorliegenden Zwischenabschluss wurden Ereignisse nach dem Bilanzstichtag bis zum 21. August 2015 berücksichtigt. Es haben keine wesentlichen Ereignisse nach dem Bilanzstichtag stattgefunden. Der Zwischenabschluss wurde vom Verwaltungsrat der Charles Vögele Holding AG am 21. August 2015 genehmigt.

AKTIENINFORMATIONEN

Entwicklung Aktienkurs

Kursverlauf der Aktie Charles Vögele Holding AG an der SIX Swiss Exchange vom 1. Januar 2014 bis 12. August 2015:



Kotierung: SIX Swiss Exchange, Zürich

Valor: 693777

ISIN-Code: CH 000693777

Kurzbezeichnung: VCH

Bloomberg: VCH SW

Reuters: VCHZ.S

Kennzahlen

		30.06.2015	31.12.2014
Inhaberaktien	Anzahl	8 800 000	8 800 000
Nominalwert	CHF	3.00	3.00
Börsenkurs per Stichtag	CHF	11.45	12.60
Börsenkurs:			
- Jahreshöchst	CHF	15.10	18.90
- Jahrestiefst	CHF	11.30	10.25
Durchschnittliches Tagesvolumen	Anzahl	31 972	42 816
Free Float ¹⁾	%	85	80
Börsenkapitalisierung	CHF Mio.	101	111
Buchwert je Aktie	CHF	13	18

¹⁾ Entsprechend Free-Float-Deklaration SIX.

FINANZKALENDER

26. April 2016

**Medien- und Analystenkonferenz
Jahresabschluss 2015**

18. Mai 2016

**Generalversammlung der Aktionäre
Jahresabschluss 2015**

Der Halbjahresbericht der Charles Vögele Gruppe erscheint in Deutsch und Englisch.
Die Originalsprache ist Deutsch.

Alle Aussagen dieses Berichts, 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.

IMPRESSUM

Herausgeberin

Charles Vögele Holding AG
8808 Pfäffikon SZ
Schweiz

Konzeption/Gestaltung

YJOO Communications AG, Zürich

Fotografie

Dan Cermak, Zürich
Klaus Andorfer, Zürich
Michael Munique, München

Satz und Druck

Neidhart + Schön AG, Zürich

Kontakt

Charles Vögele Holding AG
Investor Relations
Postfach 58
Gwattstrasse 15
8808 Pfäffikon SZ
Schweiz

T + 41 55 416 71 00

F + 41 55 410 12 82

investor-relations@charles-voegele.com
www.charles-voegele.com



MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C016003

ClimatePartner^o
klimaneutral

Druck | ID 53232-1508-1015



Charles
Vögele
S w i t z e r l a n d