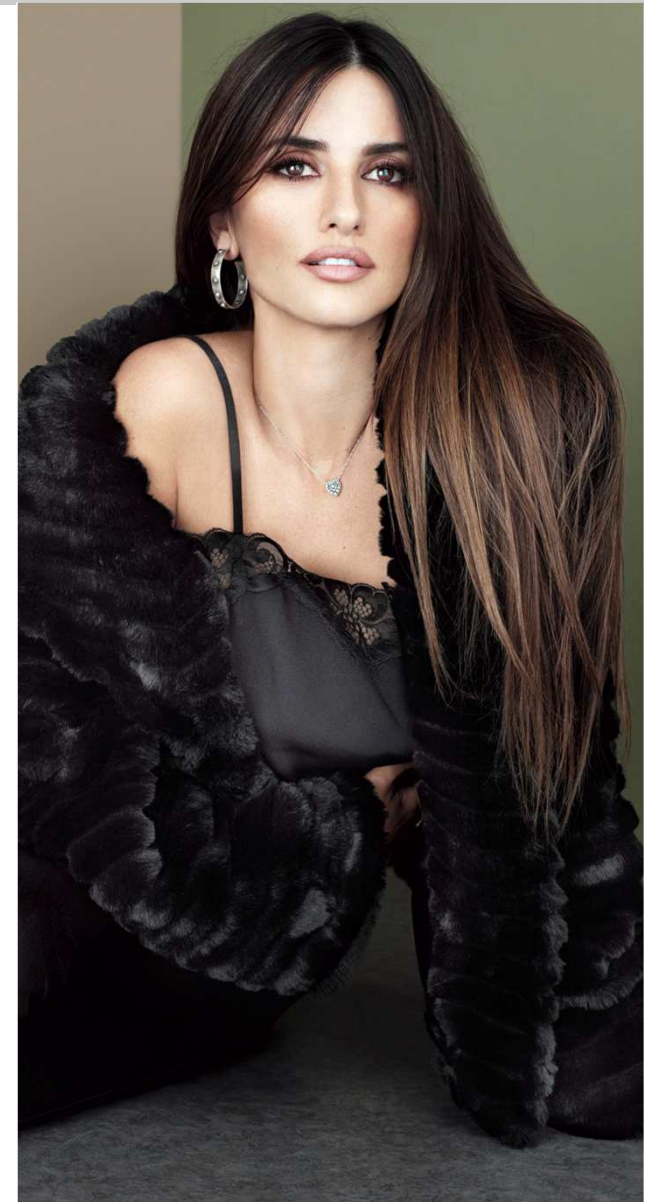


HALBJAHRESABSCHLUSS 2011



INHALTSVERZEICHNIS

- OPERATIVER RÜCKBLICK 1. HALBJAHR 2011
- AUSBLICK
- HALBJAHRESABSCHLUSS 2011



OPERATIVER RÜCKBLICK 1. HALBJAHR 2011



KEY FIGURES



NEGATIVES KONZERNERGEBNIS AUFGRUND SCHWIERIGER RAHMENBEDINGUNGEN

- Bruttoumsatz auf CHF 626 Mio. reduziert (- 9% zu Vorjahr)
- Umsatz konnte währungs- und flächenbereinigt gehalten werden
- Betriebsaufwand weiter auf tiefem Niveau von CHF 330 Mio.
- Negatives Konzernergebnis von CHF 62 Mio.
 - davon CHF 36 Mio. Goodwill-Impairment Deutschland und Österreich
 - davon CHF 19 Mio. durch Euro-Schwäche
- Solide Bilanzstruktur mit tiefer Nettoverschuldung (CHF 38 Mio.) und hoher Eigenkapitalquote von 61%



KEY FACTS



HALBJAHRESERGEBNIS NICHT ZUFRIEDENSTELLEND

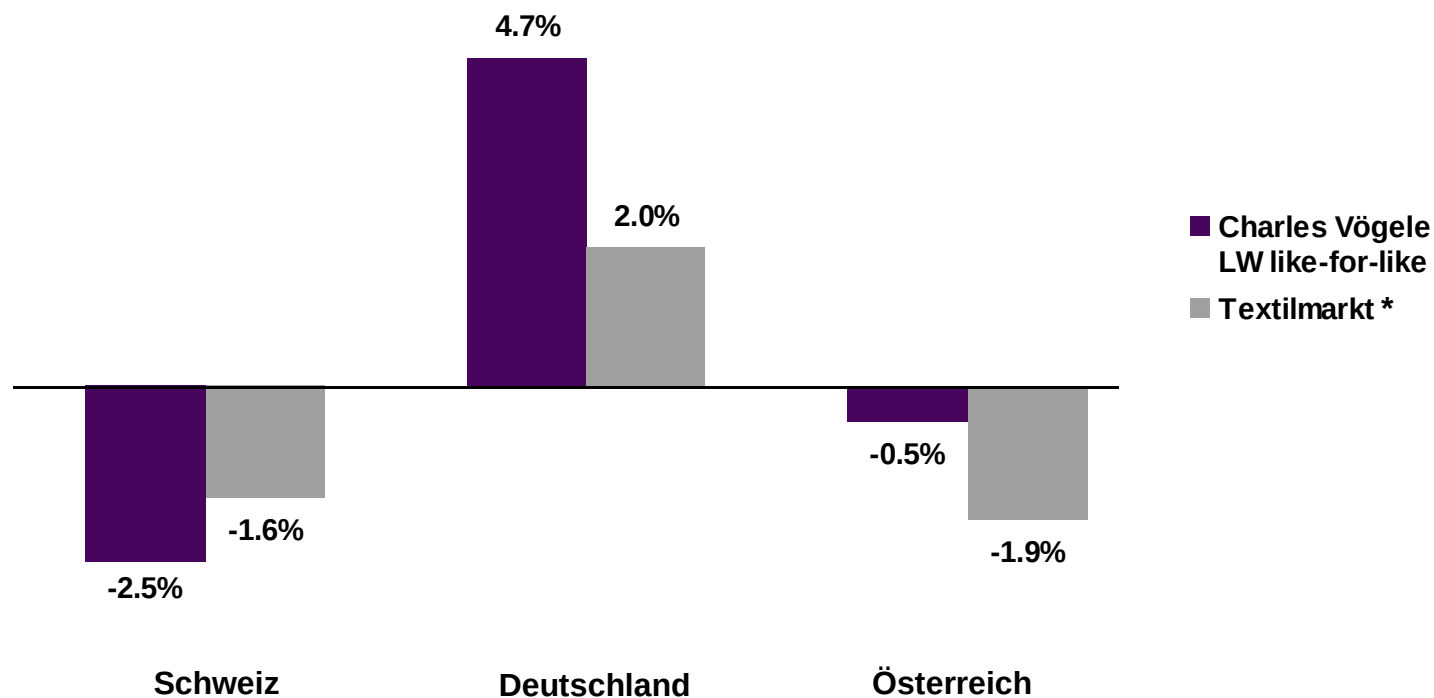
- Die Effekte aus der Umsetzung der 3-Säulen-Strategie (Faszination, Wachstum, Prozesse) verzögern ihre Wirkung
 - Die Neuausrichtung hat noch zu wenig neue Kunden angesprochen
- Anspruchsvolle wirtschaftliche Lage mit anhaltend starkem Schweizer Franken
- Erhöhungen der Rohstoff- und Arbeitskosten in den Beschaffungsmärkten





CHARLES VÖGELE IM TEXTILMARKT-VERGLEICH

VOLATILE UMSATZENTWICKLUNG IN DEN HAUPTABSATZMÄRKTEN IM 1. HALBJAHR 2011



*Quelle:
Schweiz: Swiss Fashion Stores
Deutschland: Textilwirtschaft
Österreich: KMU Forschung Austria

3-SÄULEN-STRATEGIE



RÜCKBLICK 1. HALBJAHR 2011



FASZINATION

- Neuer Markenbotschafter Til Schweiger ergänzt die bestehende Dachmarkenkampagne
- Einführung der neuen Modemagazine
- Erhöhte Modekompetenz durch neuen Marktauftritt
- Einführung des neuen CRM*-Konzepts in Benelux
 - In 3 Monaten 300.000 neue CRM-Kunden
- Neues Ladenbaukonzept weiter ausgerollt
 - Visual Merchandisingkonzept zeigt Wirkung
 - Per 1. Halbjahr 2011 über 120 Filialen im neuen Look

⇒ Neue Kunden konnten noch nicht ausreichend gewonnen werden



WERBEKAMPAGNE MIT MARKENBOTSCHAFTERN

Charles
Vögele
S w i t z e r l a n d

The advertisement is split into two panels. The left panel features two women standing side-by-side against a grey background. The woman on the left is wearing a leopard-print coat, and the woman on the right is wearing a beige double-breasted coat. The right panel features a man standing against a grey background, wearing a dark navy blue parka over a grey sweater and tan trousers.

JACKE
BIAGGINI
129.–

MANTEL
BIAGGINI
169.–

JACKE
BIAGGINI
139.–

Til Schweiger

Charles
Vögele
S w i t z e r l a n d

www.charles-voegele.ch

EINFÜHRUNG NEUE MODEMAGAZINE

Charles
Vögele
S w i t z e r l a n d



RÜCKBLICK 1. HALBJAHR 2011



WACHSTUM

- Lancierung der ersten Damen Biaggini Violet Collection
- Einführung des Online-Shops
- Starker Ausbau des Accessoires- und Lingerie-Angebots
- Schuhe seit März in über 300 Filialen erhältlich
- Filialportfolio weiter bereinigt

⇒ Stammkollektion weist Optimierungspotenzial auf



LANCIERUNG DAMEN BIAGGINI VIOLETT KOLLEKTION

A fashion advertisement for Charles Vögele. The left side features actor Til Schweiger in a dark grey overcoat, with the text 'Til Schweiger' and 'MANTEL BIAGGINI VIOLETT 249.-'. The right side features models Penélope and Mónica Cruz in black outfits, with the text 'BLAZER BIAGGINI VIOLETT 129.-' and 'KLEID BIAGGINI VIOLETT 129.-'. The Charles Vögele Switzerland logo and website are at the bottom right.

Til Schweiger

MANTEL
BIAGGINI
VIOLETT
249.-

BLAZER
BIAGGINI
VIOLETT
129.-

Penélope &
Mónica Cruz

KLEID
BIAGGINI
VIOLETT
129.-

Charles
Vögele
S w i t z e r l a n d

www.charles-voegele.ch

EINFÜHRUNG ONLINE-SHOP

Charles
Vögele
S w i t z e r l a n d

Corporate Site | Newsletter Anmeldung | Service-Center | Grössenberater | Kontakt | Sprache: Deutsch ▾

SUCHE

MEIN KONTO
anmelden >

WARENKORB Artikel 0 | 0.00 CHF
zur Kasse >

DAMEN HERREN MINIS KIDS

Charles Vögele
S w i t z e r l a n d

AKTUELL
Neu eingetroffen

KATEGORIEN

- Jacken
- Shirts
- Tops
- Blusen
- Pullover
- Strickjacken
- Hosen
- Jeans
- Kleider
- Röcke
- Accessoires
- Wäsche
- Nachtwäsche

CASA BLANCA

BIAGGINI

BIAGGINI VIOLETT

Kingfield
Charles Vögele



STRICKJACKE
CHF **69.95***

Bitte Grösse wählen:

☐ sofort lieferbar ☐ wenige verfügbar
☐ ausverkauft – mit 1 Klick vormerken

1 ▾ **IN DEN WARENKORB** >

 **Zum Einzelprodukt** >

Produktdetails ▾

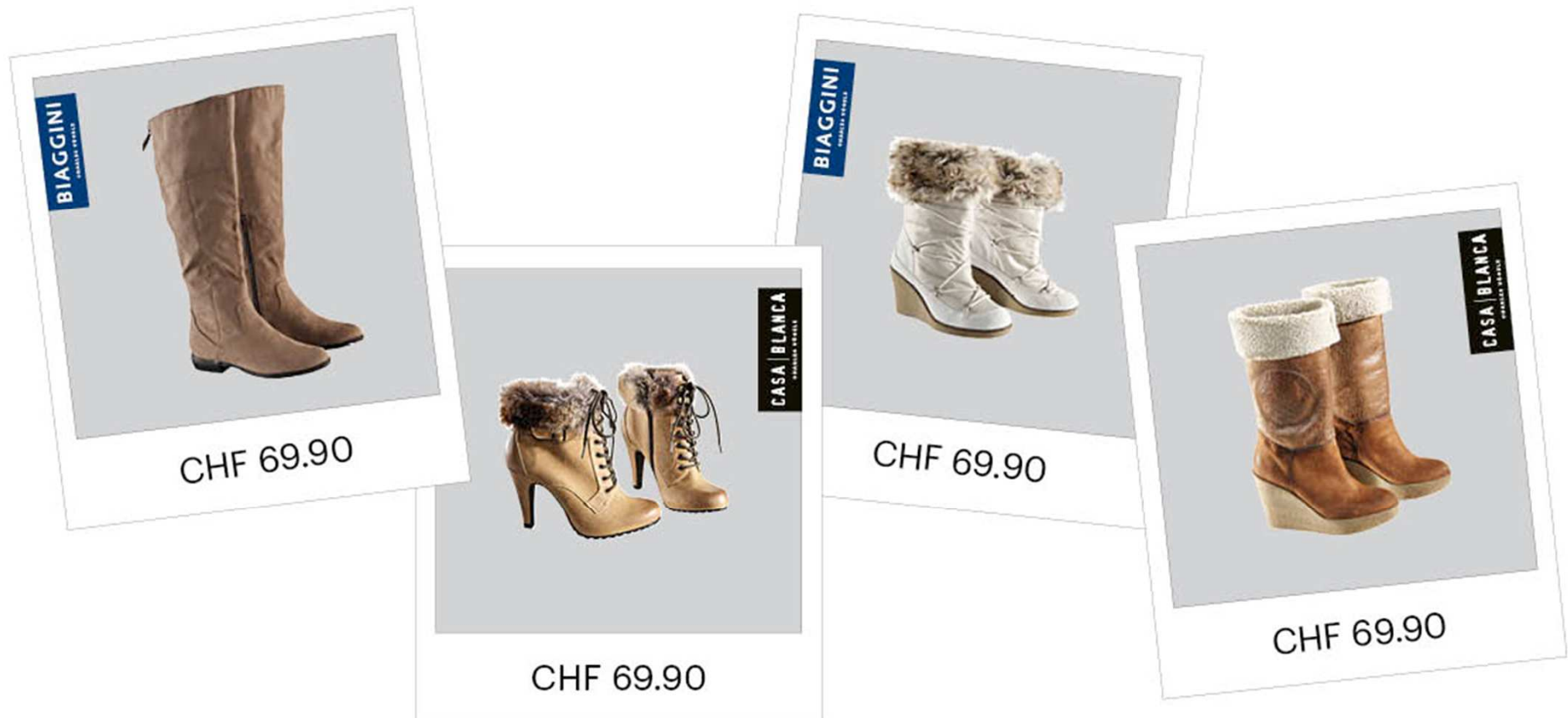
BLUSE
CHF **39.95***

Bitte Grösse wählen:

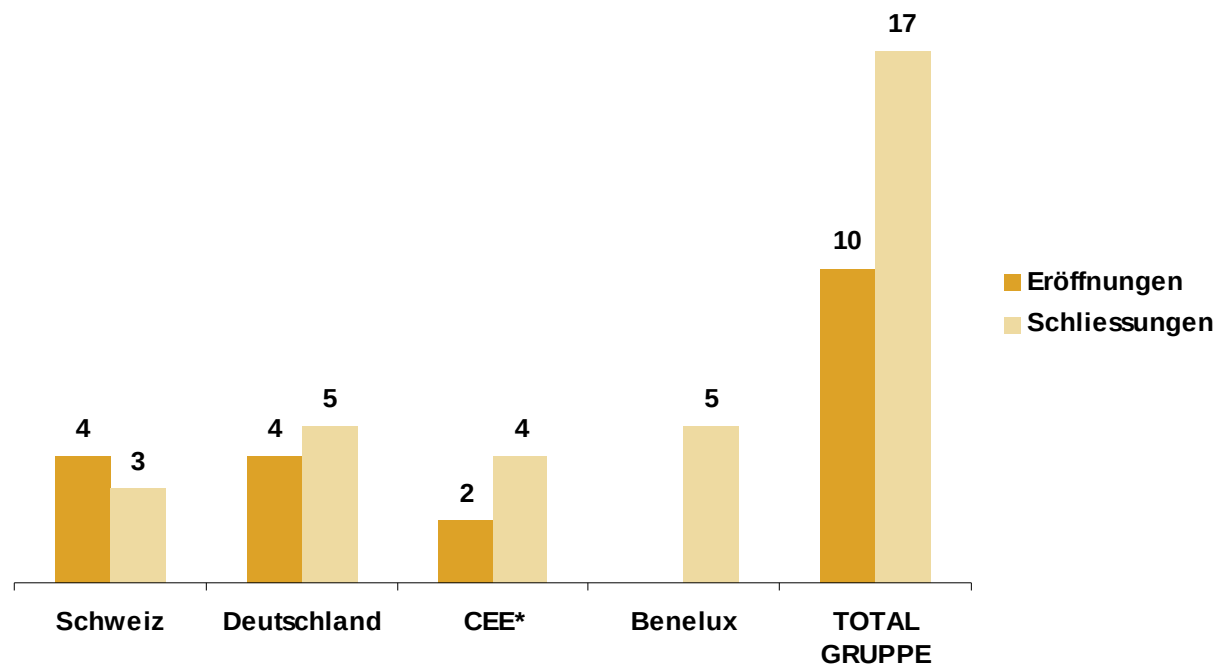
☐ sofort lieferbar ☐ wenige verfügbar
☐ ausverkauft – mit 1 Klick vormerken

1 ▾ **IN DEN WARENKORB** >

SCHUHE IN ÜBER 300 FILIALEN ERHÄLTLICH



FILIALPORTFOLIO WEITER BEREINIGT



	01.01.2011	Eröffnungen	Schliessungen	30.06.2011
Schweiz	168	4	3	169
Deutschland	294	4	5	293
CEE*	203	2	4	201
Benelux	161		5	156
TOTAL GRUPPE	826	10	17	819

Fokus auf Eröffnung
zukunftsträchtiger Filialen

RÜCKBLICK 1. HALBJAHR 2011



PROZESSE

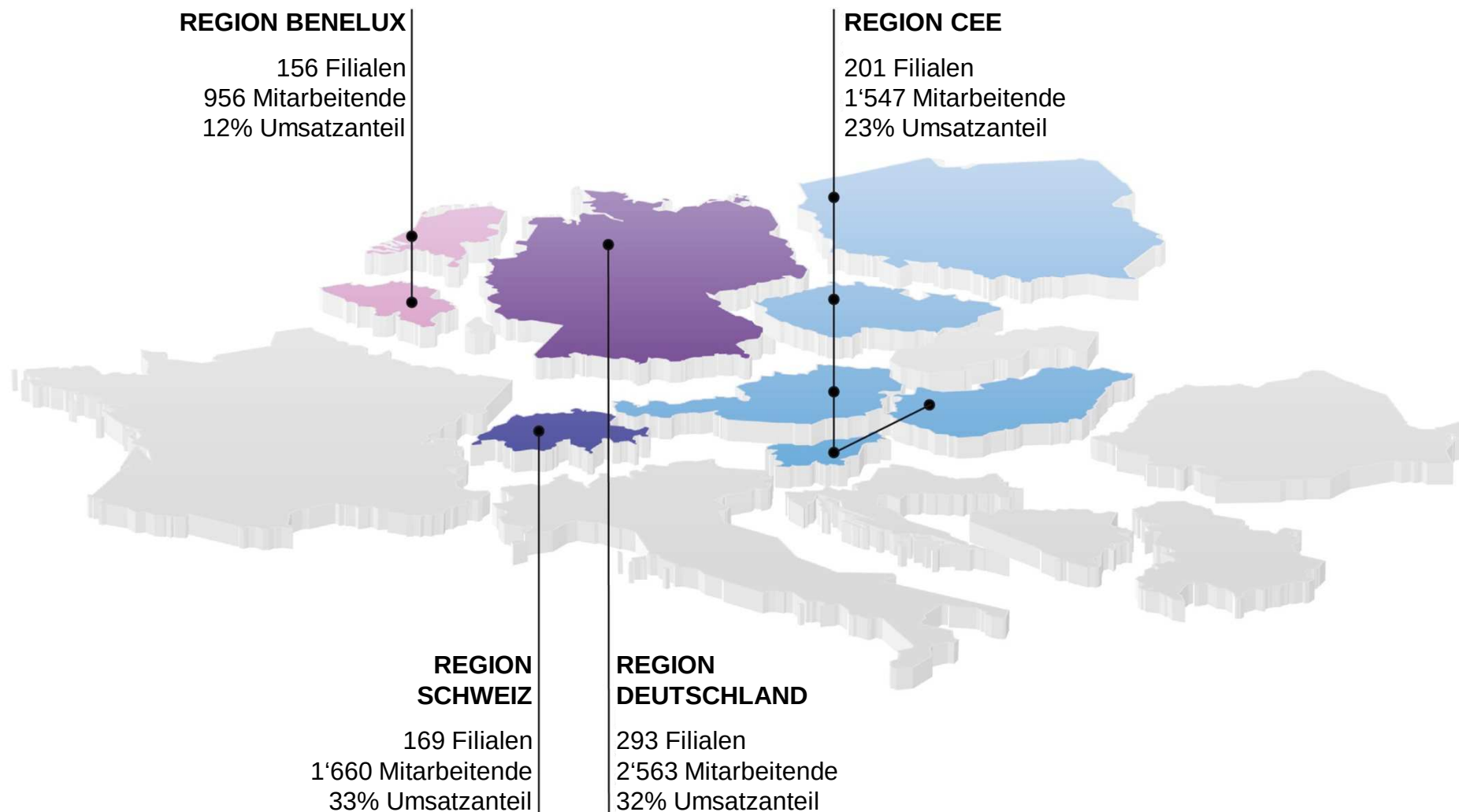
- Im Euro-Raum Auslagerung der Logistik in zwei Regional Distribution Centers (RDC Nord und Süd) durchgeführt
 - Interne Organisation auf die Vertikalisierung und Zentralisierung der Prozesse umgebaut
 - Schaffung zentraler Einkauf für Nichthandelswaren
 - Sales Organisation in vier Regionen etabliert
-
- ⇒ Geplante Kapazität in der Logistik noch nicht vollständig erreicht
 - ⇒ Reorganisation im Einkauf noch nicht abgeschlossen



IM EURO-RAUM AUSLAGERUNG DER RDCs NORD UND SÜD



SALES ORGANISATION IN 4 REGIONEN ETABLIERT



AUSBLICK

Charles
Vögele
S w i t z e r l a n d



AUSBLICK 2. HALBJAHR 2011



EINGELEITETE MASSNAHMEN

- Damen-Kollektion wird überarbeitet
- Werbeauftritt mit aggressiveren Preisen
- Kostensenkungsmassnahmen
- Renovierungstempo wird erhöht
- Durchlaufzeiten in der Logistik werden verkürzt



NEXT STEPS IN DER 3-SÄULEN-STRATEGIE



WEITERFÜHRUNG DER MODERNISIERUNGSSTRATEGIE

- Stärkung der Sortimentstiefe
- Schärfung der regionalen Kundenansprache in der Werbung
- Mittelfristig mehr Filial-Eröffnungen als -Schliessungen
- Roll-Out des neuen CRM-Konzepts in allen Märkten
- Ende 2012 alle Filialen in neuem Visual Merchandising Look
- Online-Shop ab Herbst 2011 mit gesamter Kollektion in der Schweiz, Deutschland, Österreich und Benelux



HALBJAHRESABSCHLUSS 2011



ERFOLGSRECHNUNG

UMSATZRÜCKGANG, GERINGERERE BRUTTOGEWINNMARGE UND GOODWILL-IMPAIRMENT BELASTEN KONZERNERGEBNIS

(CHF Mio.)	1.HJ 2011	1. HJ 2010	△	△ in %	
Bruttoumsatz	626	690	(64)	(9%)	◀◀
Nettoumsatz	526	584	(58)	(10%)	
Bruttogewinn	334	381	(47)	(12%)	
In % vom Nettoumsatz	63.5%	65.3%			
Total Betriebsaufwand	(330)	(346)	+16	+5%	
In % vom Nettoumsatz	62.7%	59.2%			
EBITDA	4	35	(31)	(89%)	
In % vom Nettoumsatz	0.8%	6.0%			
EBIT	(60)	4	(64)		
In % vom Nettoumsatz	-11.4%	0.7%			
Konzernergebnis	(62)	(7)	(55)		

KURSENTWICKLUNG EUR/CHF

EUR/CHF RUND 12% UNTER VORJAHR

EUR/CHF 2010/2011

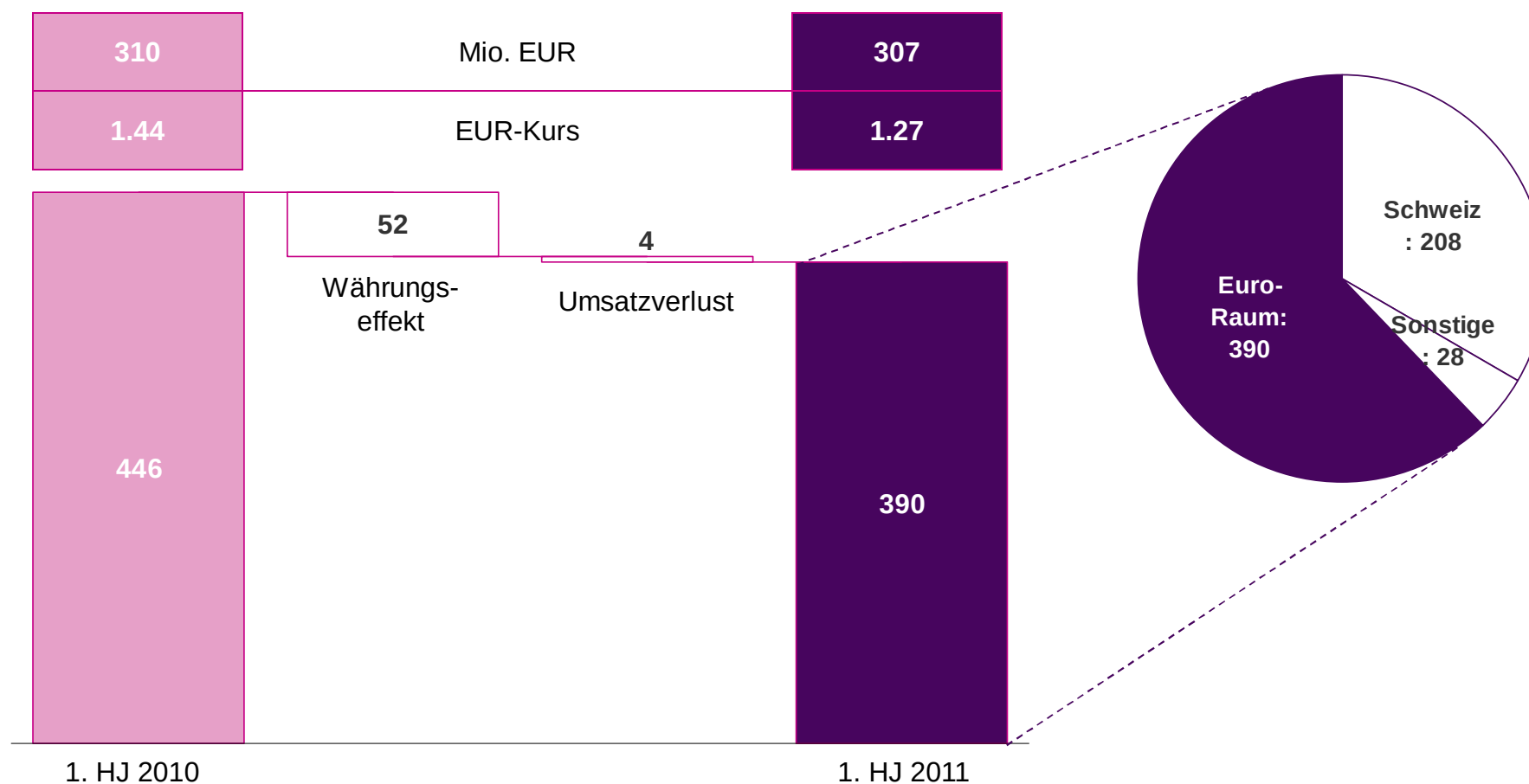
Tägliche Durchschnittskurse per 11.08.11



Quelle: Oanda.com

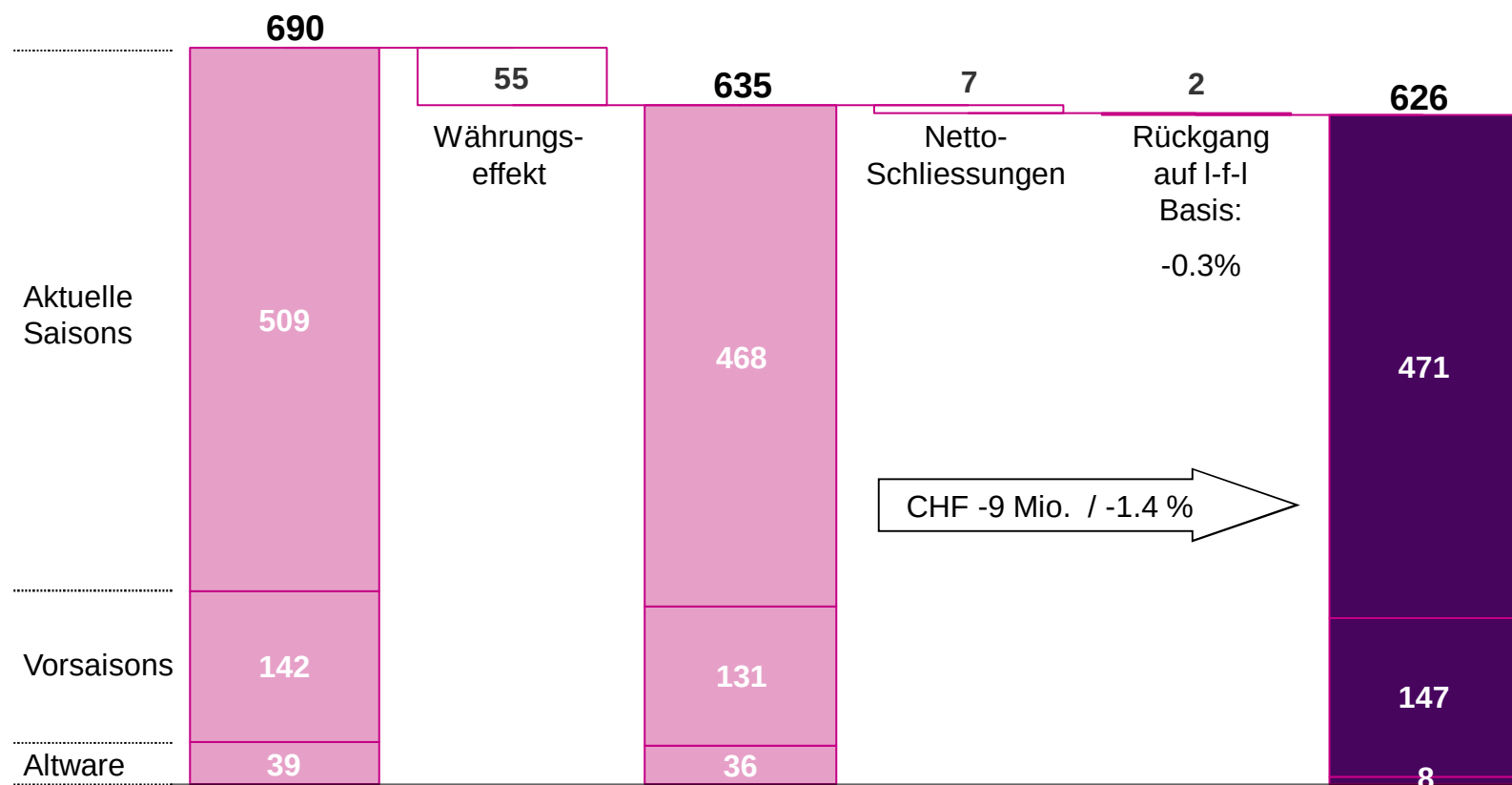
FREMDWÄHRUNGSEFFEKT BRUTTOUMSATZ (in CHF Mio.)

GUT 60% VOM KONZERNUMSATZ VON EURO-ENTWICKLUNG BETROFFEN



ENTWICKLUNG BRUTTOUMSATZ KONZERN (in CHF Mio.)

WÄHRUNGS- UND FLÄCHENBEREINIGT AUF VORJAHRESNIVEAU

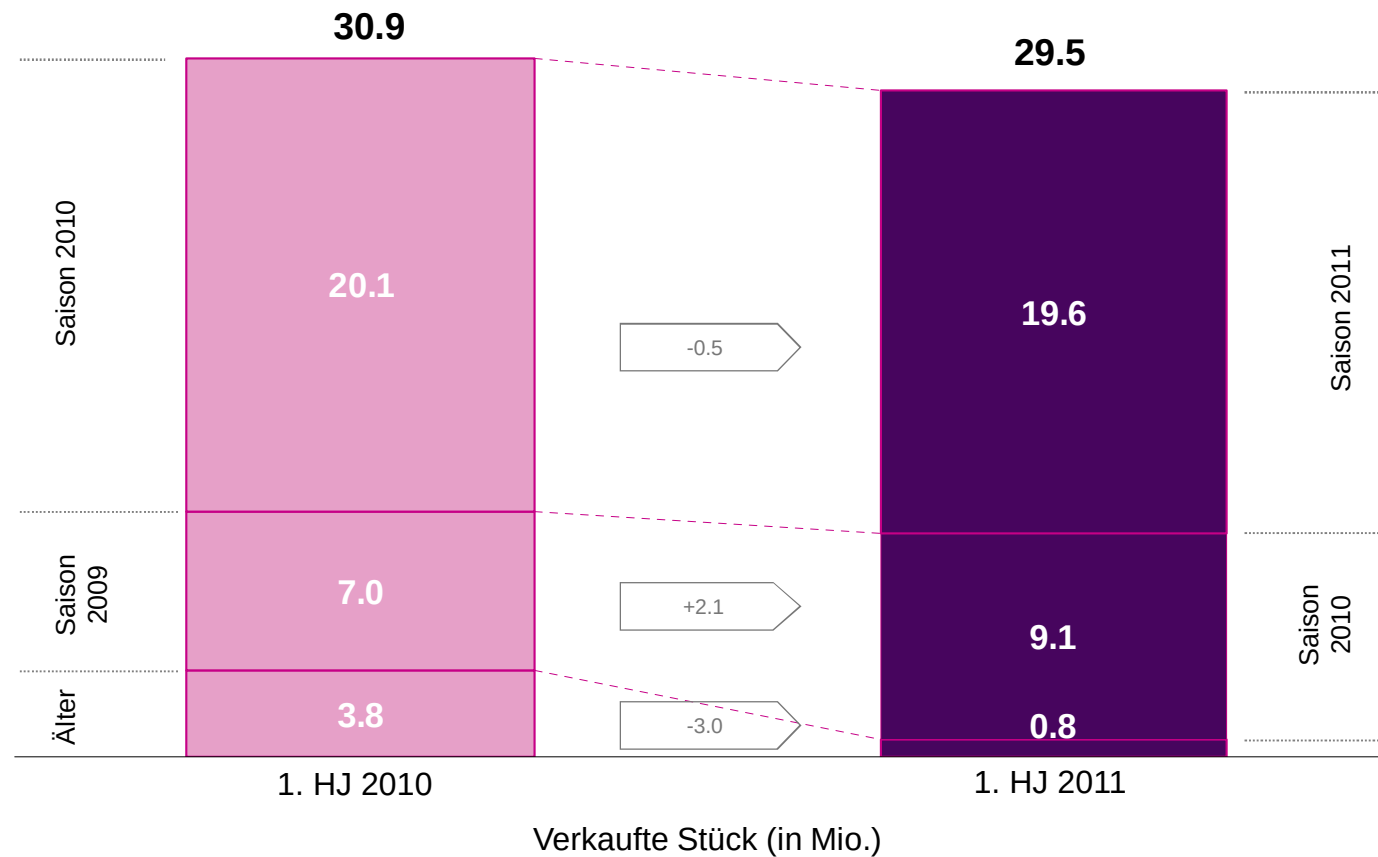


ERFOLGSRECHNUNG

(CHF Mio.)	1.HJ 2011	1. HJ 2010	△	△ in %	
Bruttoumsatz	626	690	(64)	(9%)	
Nettoumsatz	526	584	(58)	(10%)	
Bruttogewinn	334	381	(47)	(12%)	◀◀
In % vom Nettoumsatz	63.5%	65.3%			
Total Betriebsaufwand	(330)	(346)	+16	+5%	
In % vom Nettoumsatz	62.7%	59.2%			
EBITDA	4	35	(31)	(89%)	
In % vom Nettoumsatz	0.8%	6.0%			
EBIT	(60)	4	(64)		
In % vom Nettoumsatz	-11.4%	0.7%			
Konzernergebnis	(62)	(7)	(55)		

ENTWICKLUNG VERKAUFTE STÜCK

UMSCHICHTUNG VON ALT- AUF NEUWARE NOCH NICHT VOLLSTÄNDIG KOMPENSIERT

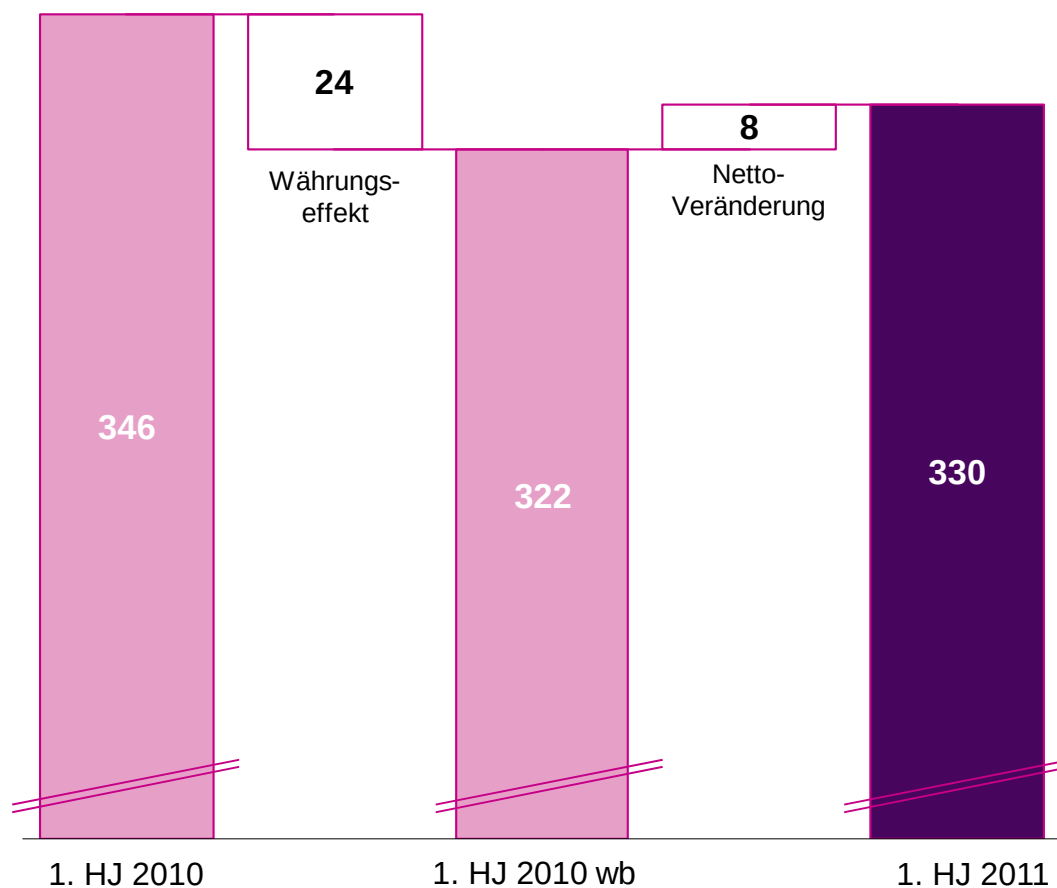


ERFOLGSRECHNUNG

(CHF Mio.)	1.HJ 2011	1. HJ 2010	△	△ in %	
Bruttoumsatz	626	690	(64)	(9%)	
Nettoumsatz	526	584	(58)	(10%)	
Bruttogewinn	334	381	(47)	(12%)	
In % vom Nettoumsatz	63.5%	65.3%			
Total Betriebsaufwand	(330)	(346)	+16	+5%	
In % vom Nettoumsatz	62.7%	59.2%			
EBITDA	4	35	(31)	(89%)	◀◀
In % vom Nettoumsatz	0.8%	6.0%			
EBIT	(60)	4	(64)		
In % vom Nettoumsatz	-11.4%	0.7%			
Konzernergebnis	(62)	(7)	(55)		

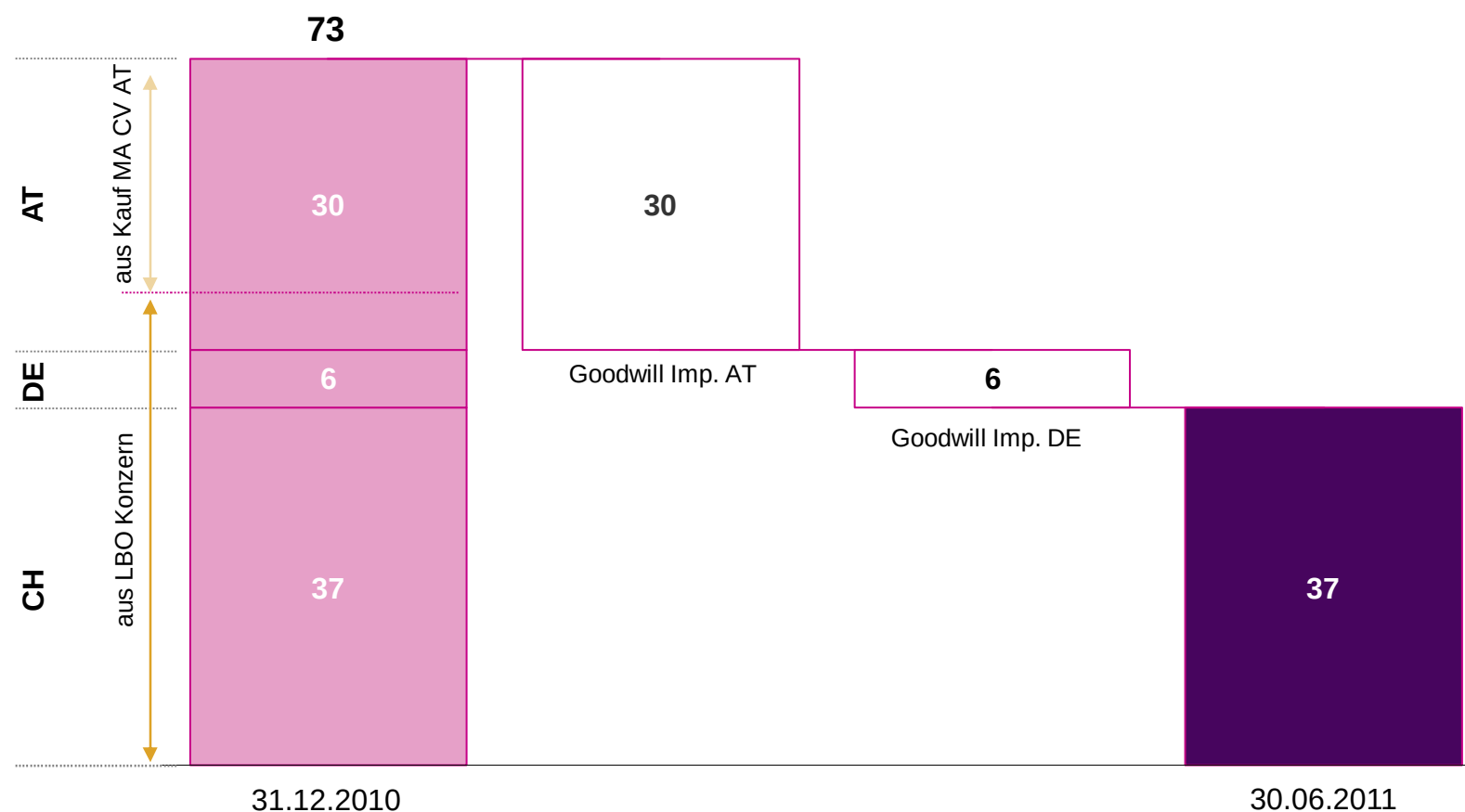
ENTWICKLUNG BETRIEBSAUFWAND (in CHF Mio.)

BETRIEBSAUFWAND WÄHRUNGSBEREINIGT AUF TIEFEM NIVEAU GEHALTEN



GOODWILL-IMPAIRMENT DE & AT (in CHF Mio.)

RESULTATS- UND EURO-ENTWICKLUNG FÜHREN ZU GOODWILL-IMPAIRMENT

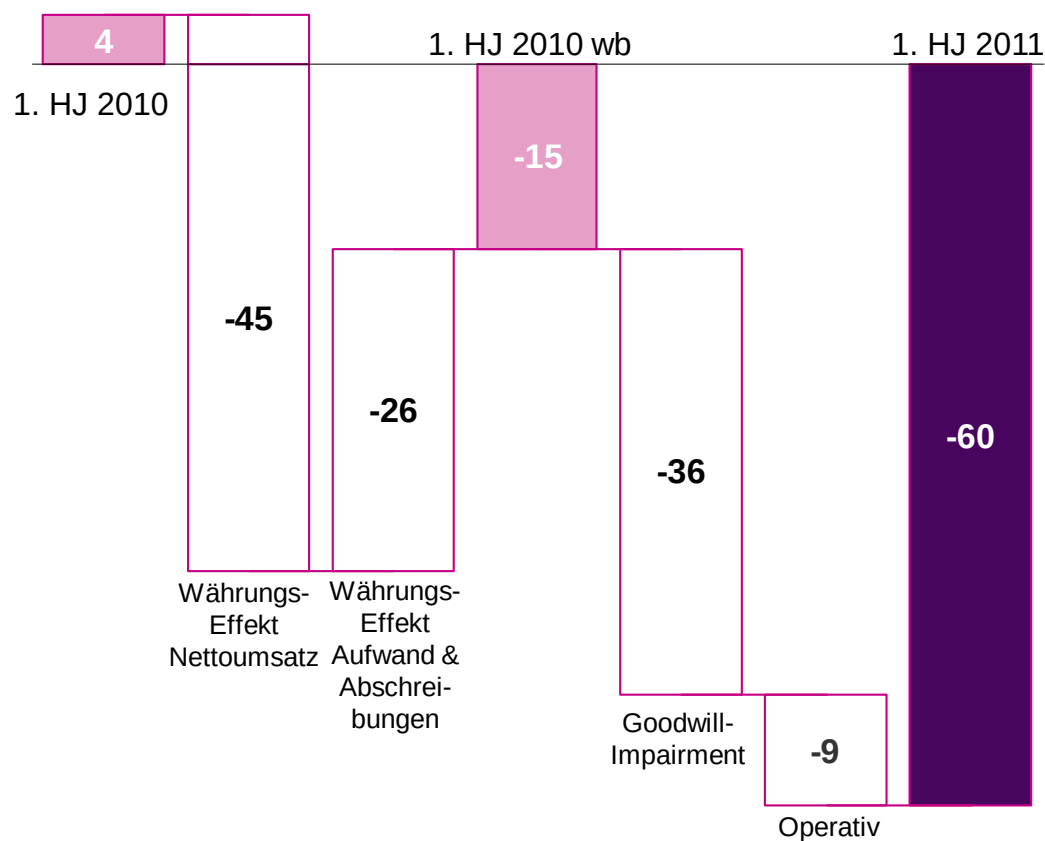


ERFOLGSRECHNUNG

(CHF Mio.)	1.HJ 2011	1. HJ 2010	△	△ in %	
Bruttoumsatz	626	690	(64)	(9%)	
Nettoumsatz	526	584	(58)	(10%)	
Bruttogewinn	334	381	(47)	(12%)	
In % vom Nettoumsatz	63.5%	65.3%			
Total Betriebsaufwand	(330)	(346)	+16	+5%	
In % vom Nettoumsatz	62.7%	59.2%			
EBITDA	4	35	(31)	(89%)	
In % vom Nettoumsatz	0.8%	6.0%			
EBIT	(60)	4	(64)		◀◀
In % vom Nettoumsatz	-11.4%	0.7%			
Konzernergebnis	(62)	(7)	(55)		

ÜBERLEITUNG EBIT 1. HALBJAHR 2011 ZU VORJAHR

EURO- UND SONDEREFFEKTE HABEN EINEN MASSGEBLICHEN EINFLUSS AUF DIE EBIT-ENTWICKLUNG





ÜBERSICHT EBIT BIS KONZERNERGEBNIS

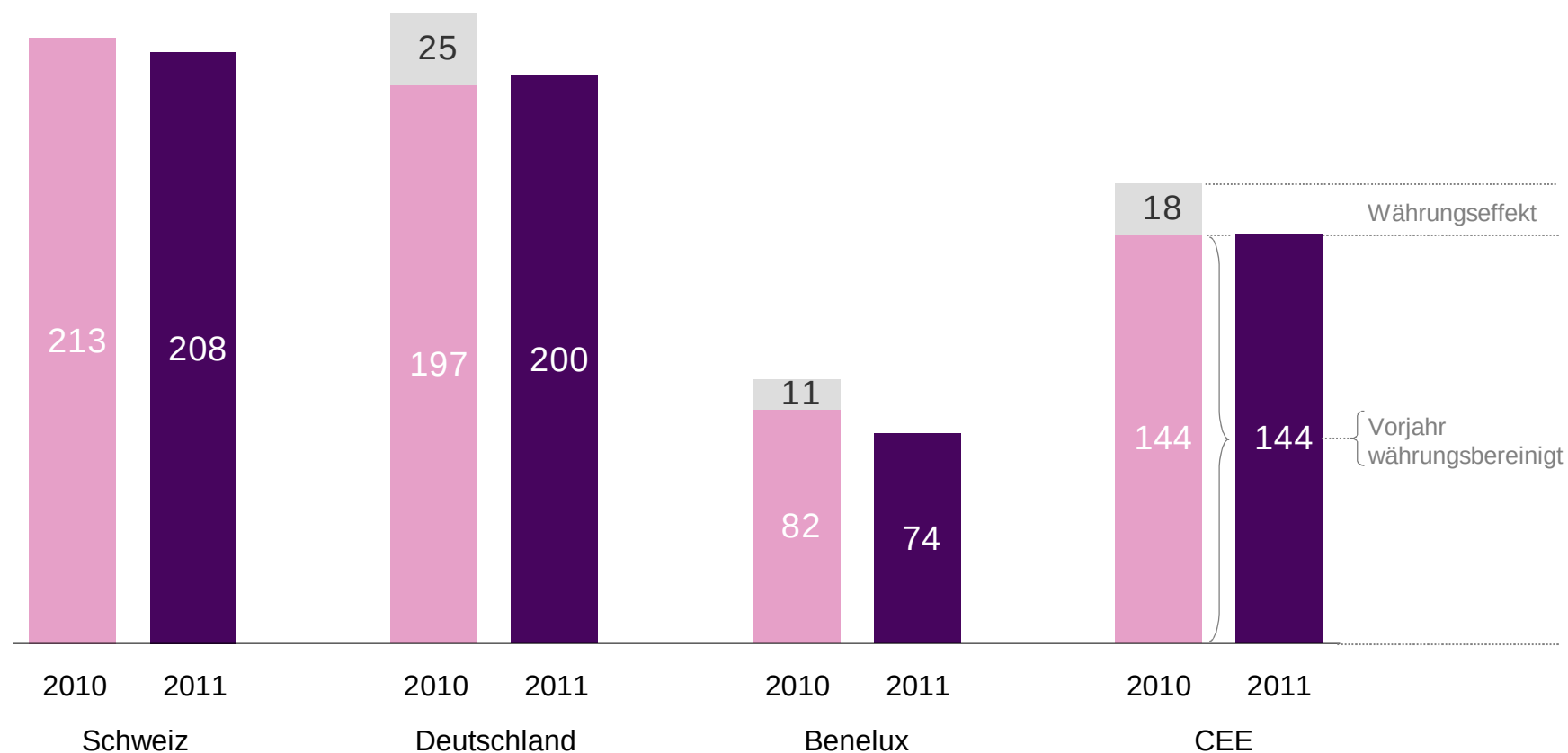
VERMINDERTER FINANZ- UND STEUERAUFWAND

(CHF Mio.)	1. HJ 2011	1. HJ 2010	△	Kommentar
EBIT	(60)	4	(64)	
In % vom Nettoumsatz	-11.4%	0.7%		
Finanzaufwand	(2)	(2)	+0	- Schuldenlast auf tiefem Niveau
Fremdwährungsdiff.	0	(4)	+4	- Im VJ Abwertungen auf Fremdwährungspos.
Steuern	0	(5)	+5	- Steuergutschriften aus Vorjahren und der für das erste HJ 2011 angefallene latente Steuerertrag einer Gesellschaft egalisieren den Steueraufwand der Ges. mit steuerb. Ertrag
Konzernergebnis	(62)	(7)	(55)	
In % vom Nettoumsatz	-11.8%	-1.2%		

ENTWICKLUNG BRUTTOUMSATZ DER REGIONEN (in CHF Mio.)



DEUTSCHLAND ÜBER UND CEE AUF VORJAHRESNIVEAU – SCHWEIZ UND BENELUX RÜCKLÄUFIG



ENTWICKLUNG DER REGIONEN

RÜCKGANG BETRIEBSERGEBNIS (EBIT) ZUR HÄLFTE AUS DER REGION SCHWEIZ

Region Schweiz (in CHF Mio.)	1. HJ	
	2011	2010
Nettoumsatz	187	192
EBIT	8	23
Filial-Bestand 1. Januar	168	169
<i>Eröffnungen</i>	4	0
<i>Schliessungen</i>	(3)	(1)
Filial-Bestand 30.Juni	169	168

Region Deutschland (in CHF Mio.)	1. HJ	
	2011	2010
Nettoumsatz	163	183
EBIT*	(12)	(8)
Filial-Bestand 1. Januar	294	314
<i>Eröffnungen</i>	4	5
<i>Schliessungen</i>	(5)	(8)
Filial-Bestand 30.Juni	293	311

Region Benelux (in CHF Mio.)	1. HJ	
	2011	2010
Nettoumsatz	61	77
EBIT	(11)	(7)
Filial-Bestand 1. Januar	161	166
<i>Eröffnungen</i>	0	1
<i>Schliessungen</i>	(5)	(7)
Filial-Bestand 30.Juni	156	160

Region CEE (in CHF Mio.)	1. HJ	
	2011	2010
Nettoumsatz	115	132
EBIT*	(9)	(4)
Filial-Bestand 1. Januar	203	208
<i>Eröffnungen</i>	2	6
<i>Schliessungen</i>	(4)	(5)
Filial-Bestand 30.Juni	201	209

*ohne Goodwill-Impairment



INVESTITIONEN

INVESTITIONSVOLUMEN LEICHT UNTER VORJAHR

(CHF Mio.)	1. HJ 2011	1. HJ 2010	△	Kommentar
Filialeröffnungen	4	7	(3)	- Selektive Neueröffnungen
Umbauten/ Renovationen	9	14	(5)	- Umsetzung des neuen Ladenbaukonzepts
Übriges	3	2	+1	- VM-Konzept, Klimaanlage, etc.
Total Regionen	16	23	(7)	
Konzerninfrastruktur	7	4	+3	- Neue Kassen, IT-Systeme (Hard- & Software)
Total Konzern	23	27	(4)	
Desinvestitionen	0	(9)	+9	- Im Vorjahr: Verkauf einer nicht mehr benötigten Liegenschaft
Total Konzern, netto	23	18	+5	

FREE CASHFLOW

NEGATIVER FREE CASHFLOW AUS FLÜSSIGEN MITTELN GEDECKT

(CHF Mio.)	1. HJ 2011	1. HJ 2010	△
Geldfluss aus Geschäftstätigkeit	(37)	16	(53)
Geldfluss aus Investitionstätigkeit, netto	(23)	(18)	(5)
Free Cashflow	(60)	(2)	(58)
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	(6)	(24)	+18
Veränderung fl. Mittel	(66)	(26)	(40)
Flüssige Mittel per 30.06.	63	98	(35)



BILANZ – KENNZAHLEN

LIQUIDITÄTS- UND EIGENKAPITALSTARKE UNTERNEHMENSSUBSTANZ

(CHF Mio.)	30.06.2011	31.12.2010	△
Flüssige Mittel	63	130	(67)
Warenlager	171	150	+21
Sachanlagen	344	353	(9)
Nettoliquidität/ (Nettoverschuldung)	(38)	26	(64)
Bilanzsumme	657	756	(99)
Eigenkapital	400	473	(73)
Eigenkapitalquote	61%	62%	(1%)

BERICHTERSTATTUNG IN 2012



- MEDIEN- UND ANALYSTENKONFERENZ JAHRESABSCHLUSS 2011 6. MÄRZ 2012
- GENERALVERSAMMLUNG GESCHÄFTSJAHR 2011 4. APRIL 2012
- MEDIEN- UND ANALYSTENKONFERENZ 1. HALBJAHR 2012 21. AUGUST 2012

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.

VIELEN DANK

Charles
Vögele
S w i t z e r l a n d

