Charles Vögele
Switzerland

# Halbjahresabschluss 2010

# 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.

# Inhaltsverzeichnis




- Operativer Rückblick 1. Halbjahr 2010
- Halbjahresabschluss 2010
- Ausblick

# Operativer Rückblick 1. Halbjahr 2010

# Key Information



## Positives Betriebsergebnis trotz schwieriger Rahmenbedingungen

- Bruttoumsatz währungsbereinigt 4% unter Vorjahr
- Umsatz der aktuellen Kollektionen erhöhte sich währungsbereinigt um 4%
- Betriebsaufwand weiter reduziert auf CHF 346 Mio.
- Positives Betriebsergebnis (EBIT) von CHF 4 Mio. trotz Umsatzrückgangs
- Negative Währungseffekte von CHF 4 Mio. belasten Konzernergebnis (CHF – 7 Mio.)
- Solide Bilanzstruktur mit tiefer Nettoverschuldung (CHF 18 Mio.) und hoher Eigenkapitalquote von 63%

# Frank Beeck (CSO)



## Spielt in der Champions League der Vertikalen

Frank Beeck (43), Master of Finance & Diplom-Kaufmann
seit 1. Juli 2010 Chief Sales Officer

2006 – 2010: Country Manager bei Mango für 7 Länder in Europa
2004 – 2006: General Manager Europe bei Koton
1993 – 2003: verschiedene Funktionen bei Windsor, Eduard Kettner sowie Peek & Cloppenburg

# Konzernleitung



## Charles Vögele komplettiert Konzernleitung

**André Maeder**
Chief Executive Officer (CEO)

**Markus Voegeli**
Chief Financial Officer (CFO)

**Werner Lange**
Chief Purchasing Officer (CPO)

**Frank Beeck**
Chief Sales Officer (CSO)

# 2. Führungsebene



## Verstärkung der 2. Führungsebene

### Andreas Hink
VP Group E-Commerce (seit 1. Februar 2010)

### Michael Fenzl
VP Group Visual Merchandising (seit 1. April 2010)

### Matthias Freise
VP Group Sourcing (seit 1. April 2010)

### Rudolf Scheben
VP Group Marketing (seit 1. Juli 2010)

# Merchandise Organisation



## Internationale Spezialisten verstärken die Merchandise Organisation

- Gesteigerte Kompetenz durch international renommierte Branchenkenner von René Lezard, Hugo Boss, Dolce & Gabbana, Tom Tailor, Esprit, French Connection, Tally Weijl, Gap und Allsaints
- Kompetenzteams für Design, Kollektion, Sourcing und Warensteuerng

>> Aufbau von Kompetenzen und Steigerung der Effizienz

# Strategie



## Image verbessern

- Altwaren abbauen
- Marketing emotionalisieren
- Ladendesign modernisieren
- Profil der Marken schärfen
- Modekompetenz steigern

## Vertikalisierung aufbauen

- Organisationsstruktur neu ausrichten
- Prozesse zentralisieren und vereinfachen
- Kollektionsrhythmus verdoppeln

## Expansion optimieren

- Potenzial in den Hauptmärkten ausschöpfen
- Standorte und Flächenproduktivität verbessern
- Unprofitable Standorte schliessen

# Massnahmen



| Image | Vertikalisierung | Expansion |
|---|---|---|
| • Testimonials Penélope und Mónica Cruz<br>• Titelsponsor der Charles Vögele Fashion Days Zurich 2010<br>• Neues Ladenbaukonzept<br>• Neues Visual Merchandising<br>• Ausbau Zusatzsortimente | • Ausbau des Beschaffungsnetzwerks in Asien<br>• Restrukturierung Merchandise Organisation<br>• Zentralisierung Merchandise Management<br>• Zentralisierung Logistik<br>• Verdoppelung Kollektionsrhythmus<br>• Erhöhung Design-Kompetenz | • Portfoliobereinigung<br>• Standort- und Flächenoptimierungen<br>• Expansion in den Hauptmärkten Schweiz, Deutschland und Österreich<br>• E-Commerce<br>• Neue Ladenformate |

# Kommunizierte Ziele



## Umgesetzte Massnahmen

- ☑ Frischer, innovativer Werbeauftritt seit Herbst 2009
- ☑ Zielgruppengerechter state-of-the-art Ladenbau seit Frühjahr 2010
- ☑ Kollektionserstellung für Verdoppelung auf 8 Kollektionen pro Jahr gestartet
- ☑ Verdoppelung des NOS-Anteils auf 15%
- ☑ Konsequenter Aufbau der Bereiche Accessoires und Lingerie
- ☑ Zielabverkaufsquote von 85% erreicht

## Laufende Massnahmen

- ☐ Zeitraum von Kollektionserstellung bis auf Verkaufsfläche wird 4 Wochen verkürzt
- ☐ Einstieg in E-Commerce ab Herbst 2010, „go live“ ab Frühjahr 2011
- ☐ Wachstumschancen mit kleineren Formaten
- ☐ Expansionspotenziale ausschöpfen
- ☐ Konsequente Weiterführung der Vertikalisierung

# Altware



## Altwaren abgebaut

- Warenvorräte durch Abbau von Altware auf historisch tiefem Wert
- Alle Altwarenlager geschlossen
- Massnahmen zur Vermeidung erneuter Altware:
  - Zentralisierung Merchandising
  - Dynamische Abschriftensteuerung
  - Prozessoptimierung

**>> Zielabverkaufsquote von 85% sichergestellt**

# Ladenbaukonzept



## Neues Ladenbaukonzept erfolgreich gestartet

- Alle Neueröffnungen mit neuem Konzept (25 Filialen)
- Flagship Store Zürich eröffnet
- Flagship Store Bern im Umbau
- Neues Visual Merchandising, neue Dekoration

>> Filialen im neuen Look mit besserer Performance

Vogele
Switzerland

fransa
STRICK
SHIRTS

Kingfield
Kingfield
Kingfield

CASA|BLANCA
CASA|BLANCA

128 – 176

TIK&TAK
GIRLS 92 – 122

# Marketing



## Marketing emotionalisiert

- Neue, dynamische Website
- Imagekampagne
- TV-Spots im Frühjahr 2010 on air
- Penélope und Mónica Cruz, neue Markenbotschafterinnen von Charles Vögele
- Titelsponsor der Charles Vögele Fashion Days Zurich 2010

**>> Charles Vögele mit aufgefrischtem Look**

# Restrukturierung der Märkte



4 Regionen, geführt von 4 General Managern

- Neue Region Benelux
  - Zusammenlegung der Vertriebsorganisationen Niederlande und Belgien im März 2010
- Neue Region CEE (Central and Eastern Europe)
  - Zusammenlegung der Vertriebsorganisationen Österreich/Slowenien und CEE (Ungarn, Tschechien und Polen) im Juni 2010
- Region Schweiz und Deutschland wie bisher

>> Flexiblere Strukturen und Nutzung von Synergien

# Expansion



## Bereinigung des Filialportfolios

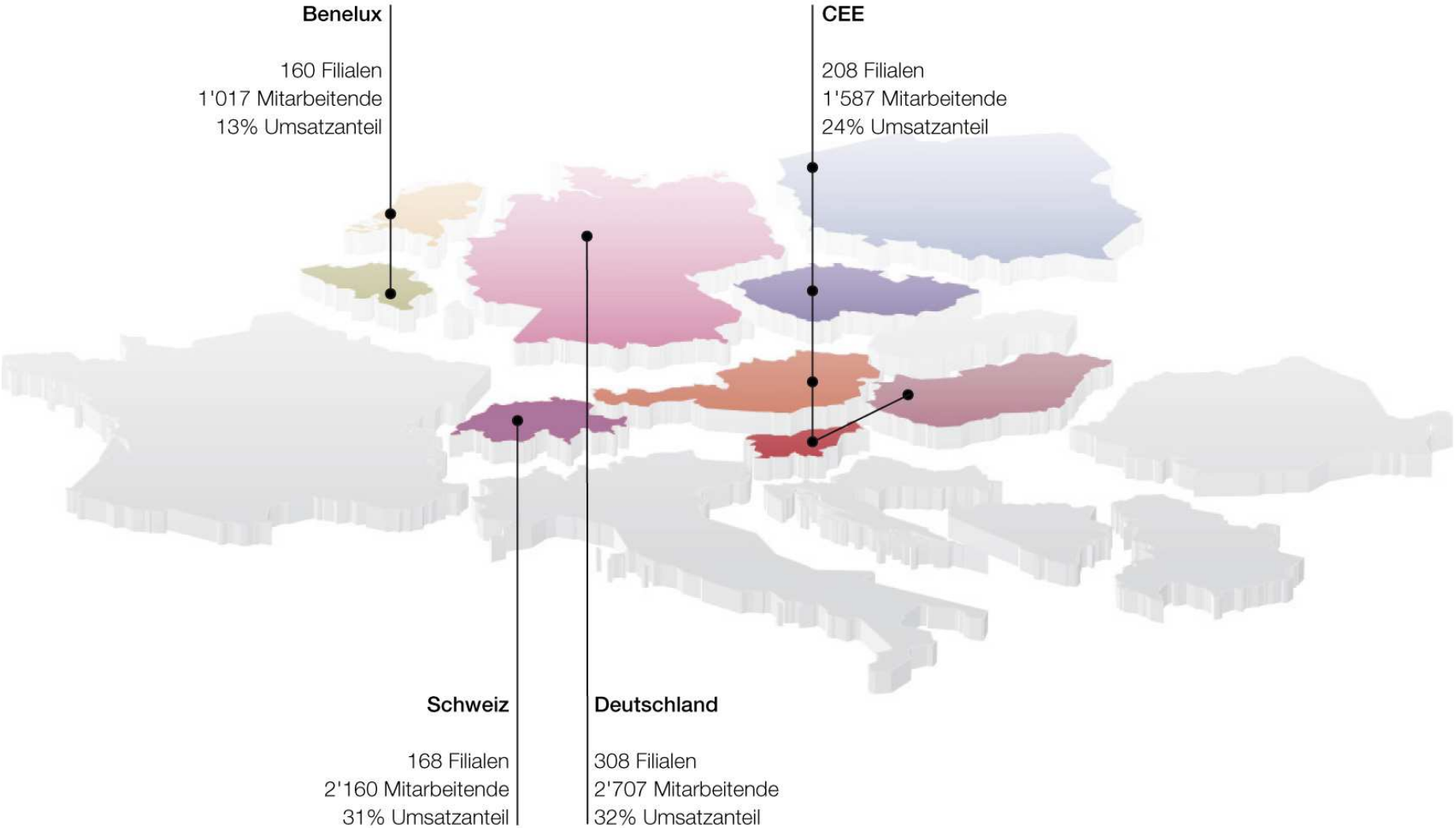
| | 1.1.2010 | – | + | 30.6.2010 |
|---|---|---|---|---|
| Schweiz | 169 | 1 | 0 | 168 |
| Deutschland | 314 | 11 | 5 | 308 |
| CEE* | 208 | 6 | 6 | 208 |
| Benelux | 166 | 7 | 1 | 160 |
| Total Gruppe | 857 | 25 | 12 | 844 |

*Region CEE beinhaltet neu Österreich, Slowenien, Polen, Tschechien und Ungarn.

>> Fokus auf Schliessung von Cash Burnern und Erhöhung Flächenproduktivität

# Märkte (30. Juni 2010)





CASA BLANCA
Das bin ich.
FASHION DAYS
3.11. – 6.11.2010
Charles Vögele
Switzerland
www.charles-voegele.com

Charles Vögele Switzerland

# Erfolgsrechnung

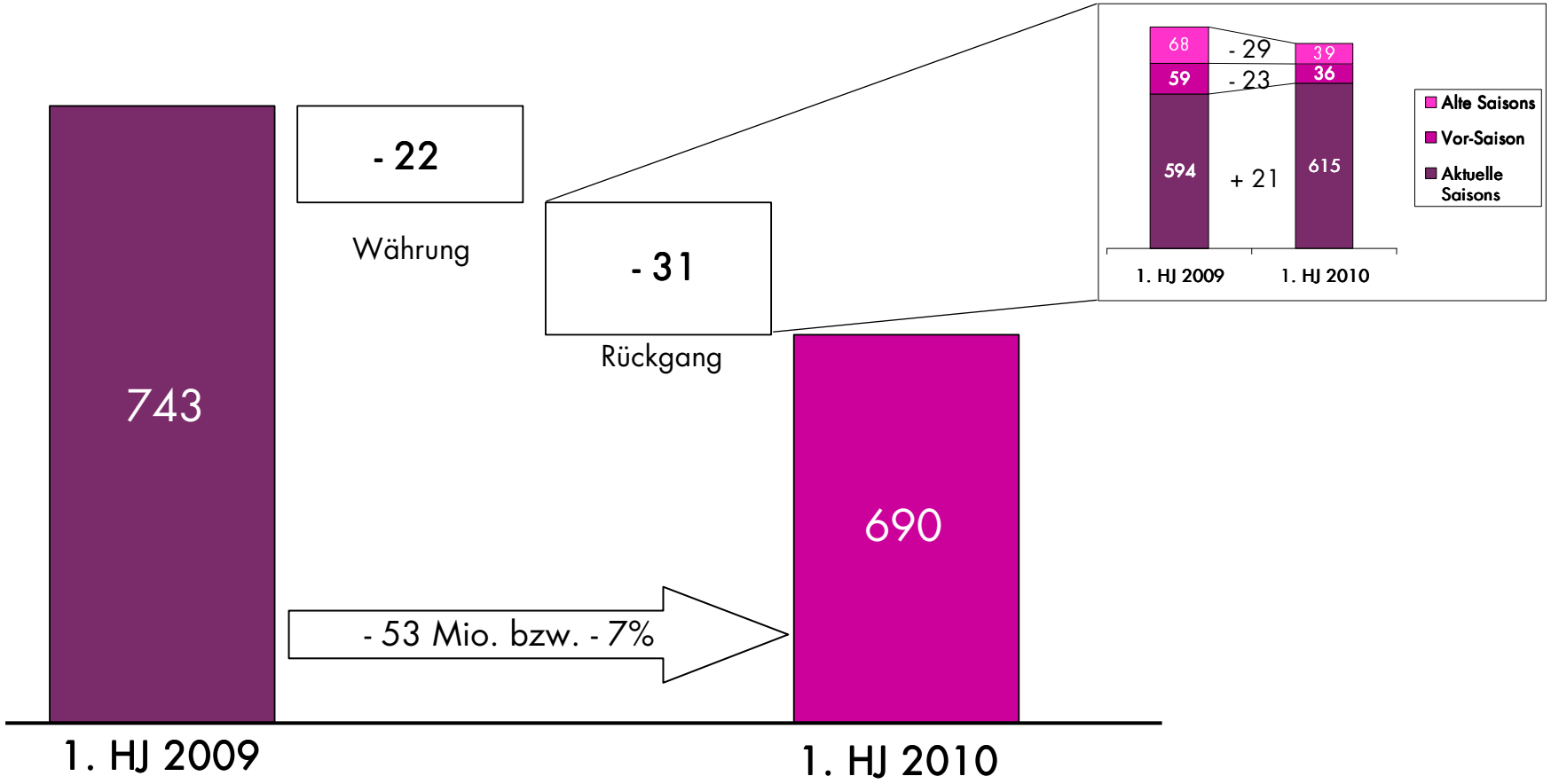


| In CHF Mio. | 1. HJ 2010 | 1. HJ 2009 | Δ | Δ% |
|---|---|---|---|---|
| Bruttoumsatz | 690 | 743 | - 53 | - 7% |
| Nettoumsatz | 584 | 631 | - 47 | - 7% |
| Bruttogewinn | 381 | 395 | - 14 | - 4% |
| Bruttogewinn-Marge | 65.3% | 62.7% | | |
| Betriebsaufwand | - 346 | - 357 | - 11 | - 3% |
| EBITDA | 35 | 38 | - 3 | - 8% |
| EBITDA-Marge | 6.0% | 6.0% | | |
| EBIT | 4 | 7 | - 3 | - 43% |
| EBIT-Marge | 0.7% | 1.0% | | |
| Finanzaufwand | - 6 | - 3 | - 3 | |
| Konzernergebnis | - 7 | - 2 | - 5 | |

# Entwicklung Bruttoumsatz Gruppe (in CHF Mio.)



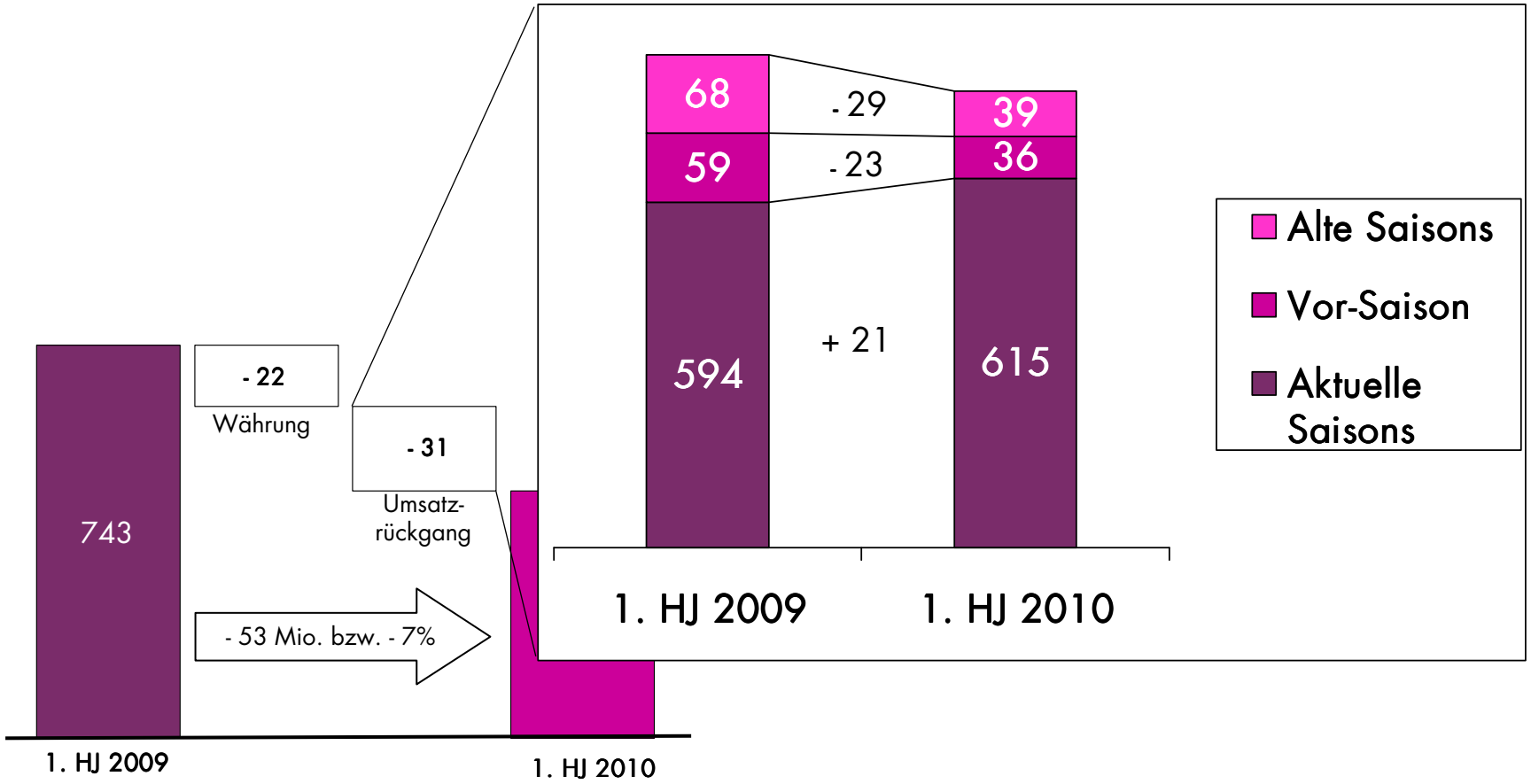
## Währungseinflüsse und weniger attraktive Altware reduzieren den Bruttoumsatz



# Entwicklung Bruttoumsatz Gruppe (in CHF Mio.)



## Aktuelle Saisons können Rückgang Altwarenumsatz nur zum Teil kompensieren

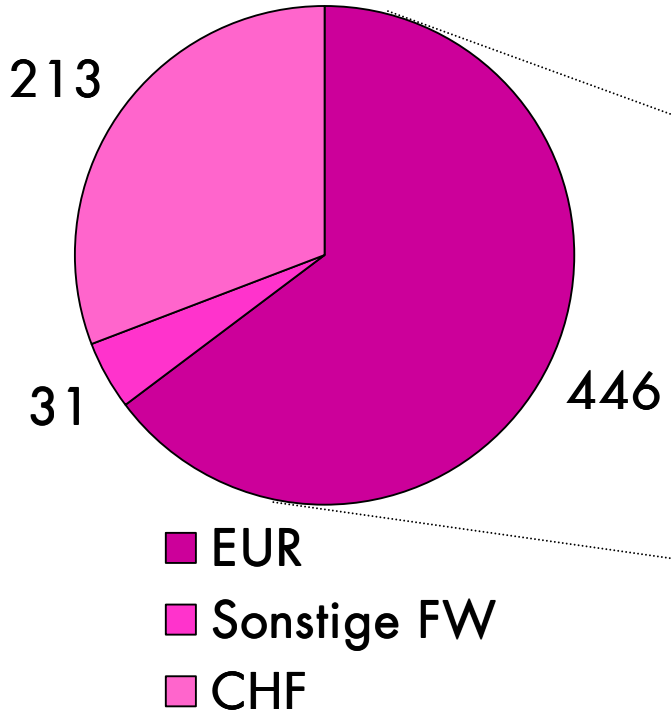


# Fremdwährungs-Effekt auf dem Bruttoumsatz

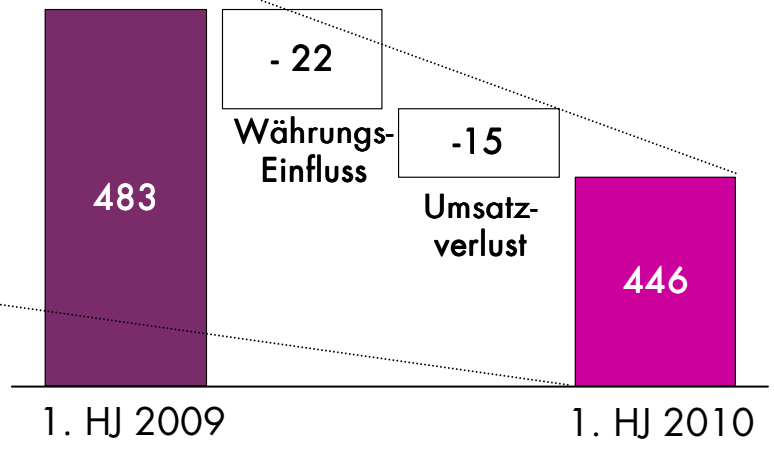


Rund 2/3 des Bruttoumsatzes leidet unter der anhaltenden Euroschwäche

Total Konzern:
CHF 690 Mio.




| | | |
|---|---|---|
| Mio. EUR | 320 | 310 |
| EUR-Kurs | 1.51 | 1.44 |

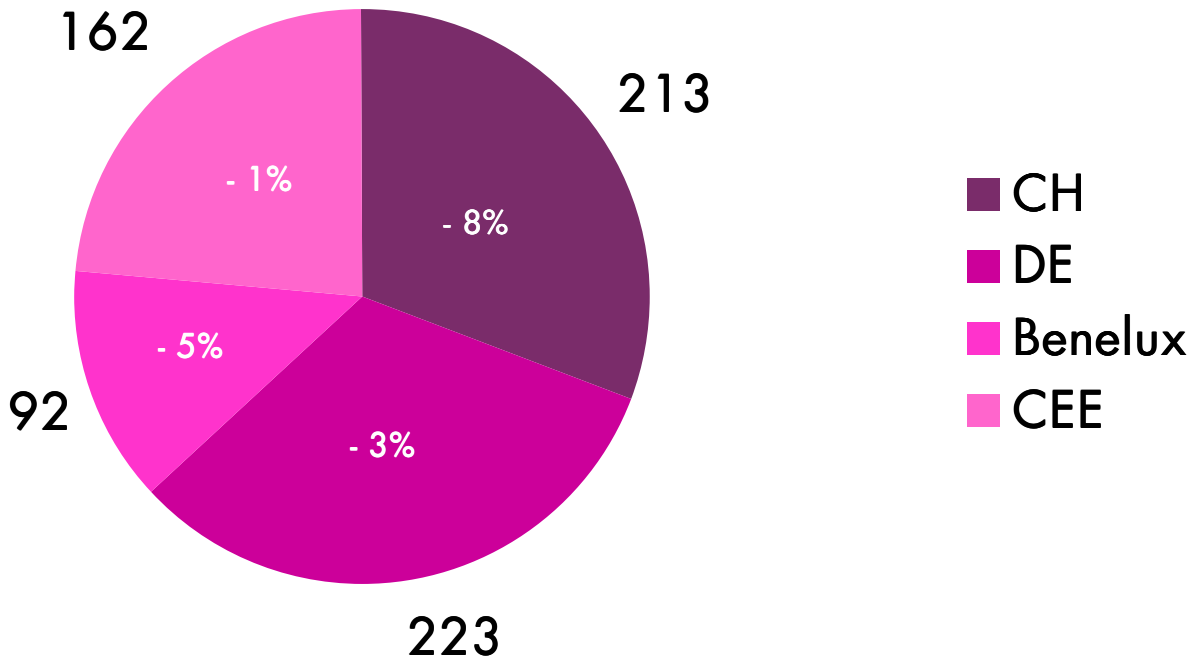


# Bruttoumsatz nach Regionen (in CHF Mio.)



## CEE und Deutschland knapp, Schweiz und Benelux klar unter Vorjahr

Total Konzern:
CHF 690 Mio.




Prozentangaben: Währungsbereinigte Veränderung zum Vorjahr

# Entwicklung Bruttoumsatz Regionen (in CHF Mio.)



## Altware belastet die Organisation letztmalig im 1. Halbjahr 2010

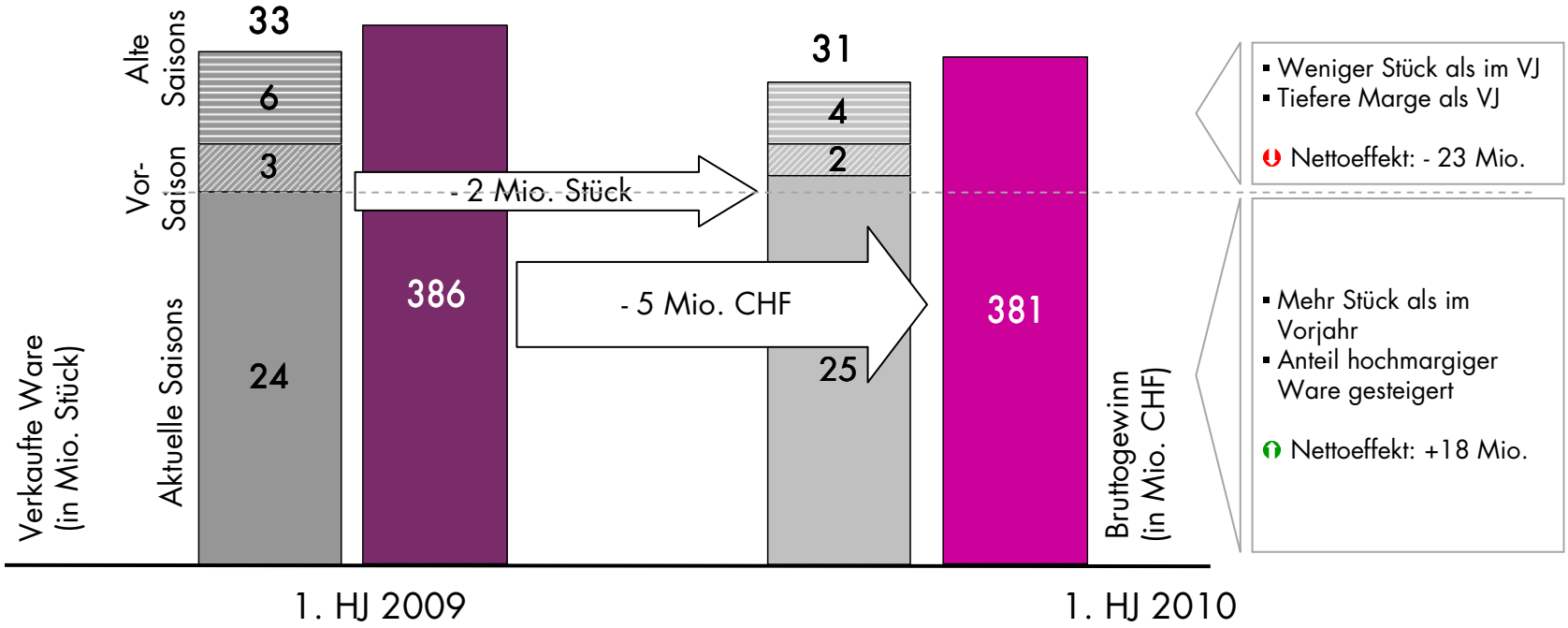
| In CHF Mio. | 1. HJ 2010 | 1. HJ 2009 | Delta Total | Delta Bestandteile | Kommentar |
|---|---|---|---|---|---|
| Schweiz | 213 | 231 | - 18 | ▪ FX: 0<br>▪ Like-for-like: - 19<br>▪ Exp. (netto): +1 | ▪ Fehlende Ausverkaufsumsätze Januar<br>▪ Temporäre Filialschliessungen (Umbauten)<br>▪ Verstärkte Imagemassnahmen wirken mittelfristig |
| Deutschland | 223 | 241 | - 18 | ▪ FX: - 11<br>▪ Like-for-like: - 5<br>▪ Exp. (netto): - 2 | ▪ Laufenden Konsolidierung des Filialportfolios |
| Benelux | 92 | 102 | - 10 | ▪ FX: - 5<br>▪ Like-for-like: - 5<br>▪ Exp. (netto): +/- 0 | ▪ Politische Unsicherheit belastet Konsumentenvertrauen in NL |
| CEE | 162 | 169 | - 7 | ▪ FX: - 6<br>▪ Like-for-like: - 4<br>▪ Exp. (netto): +3 | ▪ Wirtschaftskrise Ungarn<br>▪ Expansion in Ungarn und Polen |
| Total Konzern | 690 | 743 | - 53 | ▪ FX: - 22<br>▪ Like-for-like: - 33<br>▪ Exp. (netto): +2 | ▪ Schwacher Euro belastet Umsatzentwicklung in Europäischen Märkten |

# Entwicklung Bruttogewinn (währungsbereinigt)



## Leichter Rückgang trotz Margenverbesserung

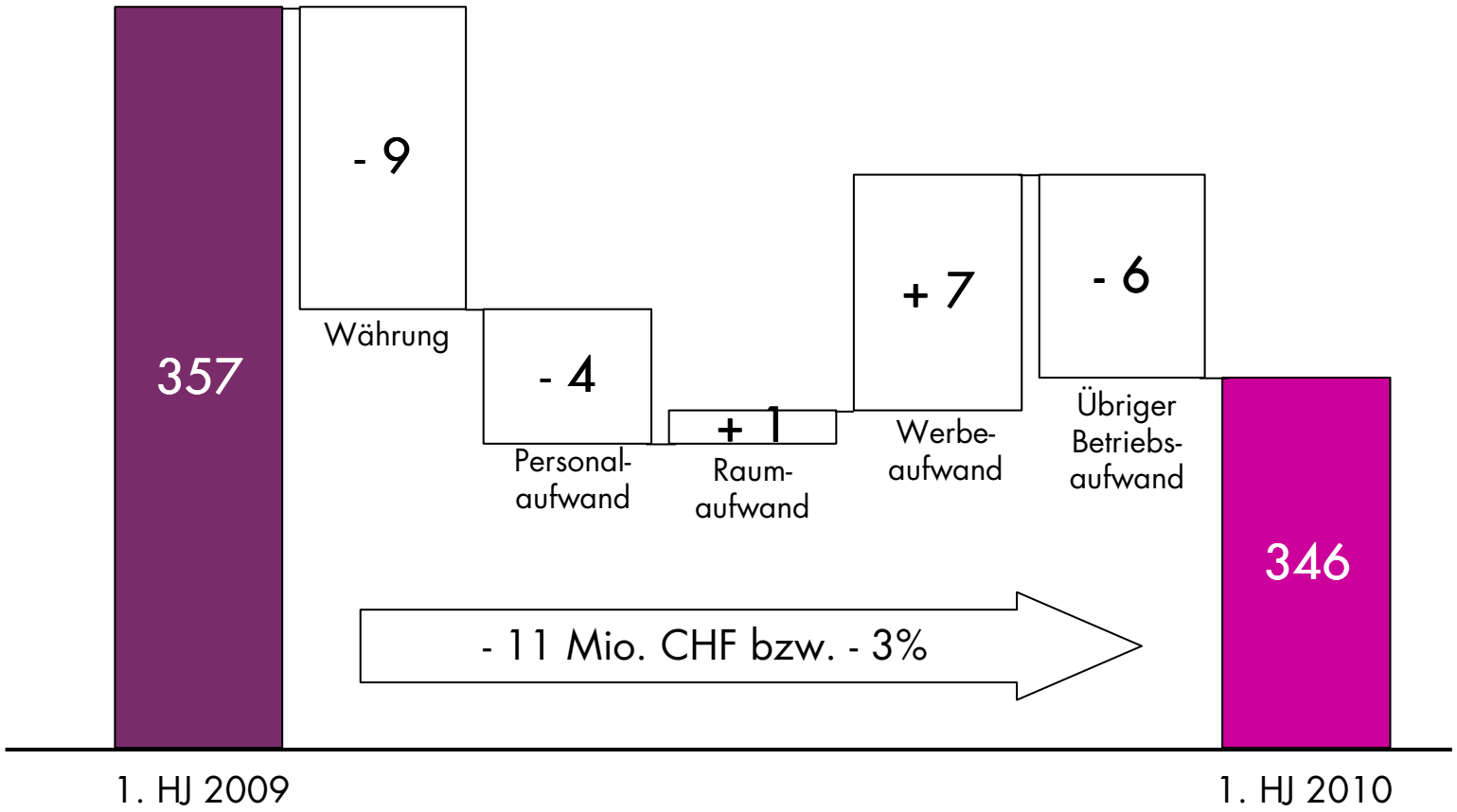
| | 1. HJ 2009 | 1. HJ 2010 |
|---|---|---|
| Ø Nettoumsatz pro Stk. (CHF) | 18.5 | 18.9 |
| BG-Marge | 62.7% | 65.3% |



# Betriebsaufwand (in CHF Mio.)



## Schwacher Euro hilft bei der Kostenentwicklung



# Währungsmanagement



| In CHF Mio. | 1. HJ 2010 | | Währungseinfluss |
|---|---|---|---|
| Bruttoumsatz<br>Nettoumsatz | 690<br>584 | ↓ | • Währungschwankungen wirken sich unmittelbar auf den Umsatz aus |
| Bruttogewinn<br>Bruttogewinn-Marge | 381<br>65.3% | ↑ | • USD- und EUR-Hedging auf Warengeschäft |
| Betriebsaufwand | - 346 | ↑ | • Natural Hedging (~80%) |
| EBITDA<br>EBITDA-Marge | 35<br>6.0% | | |
| EBIT<br>EBIT-Marge | 4<br>0.7% | | |
| Finanzaufwand | - 6 | ↓ | • Übrige Währungseinflüsse auf Bilanzpositionen, die nicht Ware betreffen |
| Konzernergebnis | - 7 | | |

# Übersicht Regionen (in CHF Mio.)



## EBITDA-Marge auf Vorjahresniveau

| In CHF Mio. | | 1. HJ 2010 | 1. HJ 2009 |
|---|---|---|---|
| Schweiz | Bruttoumsatz | 213 | 231 |
| | EBITDA | 33 | 35 |
| Deutschland | Bruttoumsatz | 223 | 241 |
| | EBITDA | 2 | 4 |
| Benelux | Bruttoumsatz | 92 | 102 |
| | EBITDA | - 2 | 0 |
| CEE | Bruttoumsatz | 162 | 169 |
| | EBITDA | 2 | - 1 |
| Total Konzern | Bruttoumsatz | 690 | 743 |
| | EBITDA | 35 | 38 |

**Kommentar**

- Dank tieferen Kosten und verbesserter Warenalters-struktur EBITDA-Marge gehalten
- Bereinigung der Filialstruktur in Deutschland und Österreich
- Schweiz bleibt wichtigster Erfolgspfeiler

# Übersicht EBIT bis Konzernergebnis (in CHF Mio.)



## Negative Währungseinflüsse belasten das Finanzergebnis

| In CHF Mio. | 1. HJ 2010 | 1. HJ 2009 | Δ | Kommentar |
|---|---|---|---|---|
| EBIT<br>In % vom Nettoumsatz | 4<br>0.7% | 7<br>1.0% | - 3 | ▪ Abschreibungen auf Vorjahresniveau |
| Finanzaufwand | - 2 | - 4 | + 2 | ▪ Finanzaufwand dank reduzierter Nettoverschuldung verringert |
| Fremdwährungsdiff. | - 4 | +1 | - 5 | ▪ FX-Verluste in nicht gehedgten Währungen (HUF, PLN, CZK) CHF 2 Mio.<br>▪ FX-Verluste Finanzpositionen in Euro Raum CHF 2 Mio. |
| Steuern | - 5 | - 6 | + 1 | ▪ Hohe Ergebnisdiff. (EBT) zwischen den Ländergesellschaften |
| Konzernergebnis<br>In % vom Nettoumsatz | - 7<br>- 1.2% | - 2<br>- 0.4% | - 5 | |

# Kennzahlen Bilanz



## Reduzierte Kapitalbindung unterstützt EK-Quote

| In CHF Mio. | 30.06.10 | 31.12.09 | Δ |
|---|---|---|---|
| Warenlager | 144 | 173 | - 29 |
| Sachanlagen | 374 | 400 | - 26 |
| Nettoverschuldung | 18 | 15 | + 3 |
| Bilanzsumme | 752 | 818 | - 66 |
| Eigenkapital-Quote | 63% | 59% | |

# Investitionen (in CHF Mio.)



## Fokus auf Ladenbau & Flagship Zürich

| In CHF Mio. | 1. HJ 2010 | 1. HJ 2009 | Δ | Δ% | Kommentar |
|---|---|---|---|---|---|
| Filialeröffnungen | 7 | 10 | - 3 | - 30% | ▪ Weniger Eröffnungen |
| Renovationen | 14 | 7 | +7 | +100% | ▪ Schwergewicht Schweiz (Flagship ZH, Pilotstores) |
| Infrastruktur/Projekte | 6 | 11 | - 5 | - 45% | ▪ Informationssysteme<br>▪ Diverses |
| Total Investitionen | 27 | 28 | - 1 | - 4% | |

# Free Cashflow



## Free Cashflow praktisch break-even

| In CHF Mio. | 1. HJ 2010 | 1. HJ. 2009 | Δ |
|---|---|---|---|
| Geldfluss aus Geschäftstätigkeit, netto | 16 | 65 | - 49 |
| -> davon aus Veränderung NUV | *5* | 32 | - 27 |
| Geldfluss aus Investitionstätigkeit, netto | - 18* | - 27 | + 9 |
| Free Cashflow | - 2 | 38 | - 40 |

* Darin enthalten sind CHF +9 Mio. Desinvestitionen (nicht mehr benötigte Liegenschaft in CH)

# Ausblick

FASHION DAYS
CASA BLANCA
Das bin ich.
Charles Vögele Switzerland
www.charles-voegele.com

# Restrukturierung Merchandise Organisation



## Fokussierung der Kompetenzen

**Merchandise Organisation**

- **Brand Management**
  Design und Kollektionserstellung
- **Merchandise Management**
  Zentrale Planung und Warensteuerung in alle Filialen
- **Sourcing**
  Auswahl von Lieferanten und Beschaffung der Ware

>> Umstellung bis Ende 2010 abgeschlossen

# Merchandise Management



## Zentralisierung Merchandise Management auf Kurs

- Internationales Merchandise Management Team ab November 2010
- Neue Struktur bei Casa Blanca und Lingerie seit Mai 2010
- Abstimmung der Warensteuerung auf Themen und Flächenproduktivität

>> Reorganisation Ende 2010 abgeschlossen

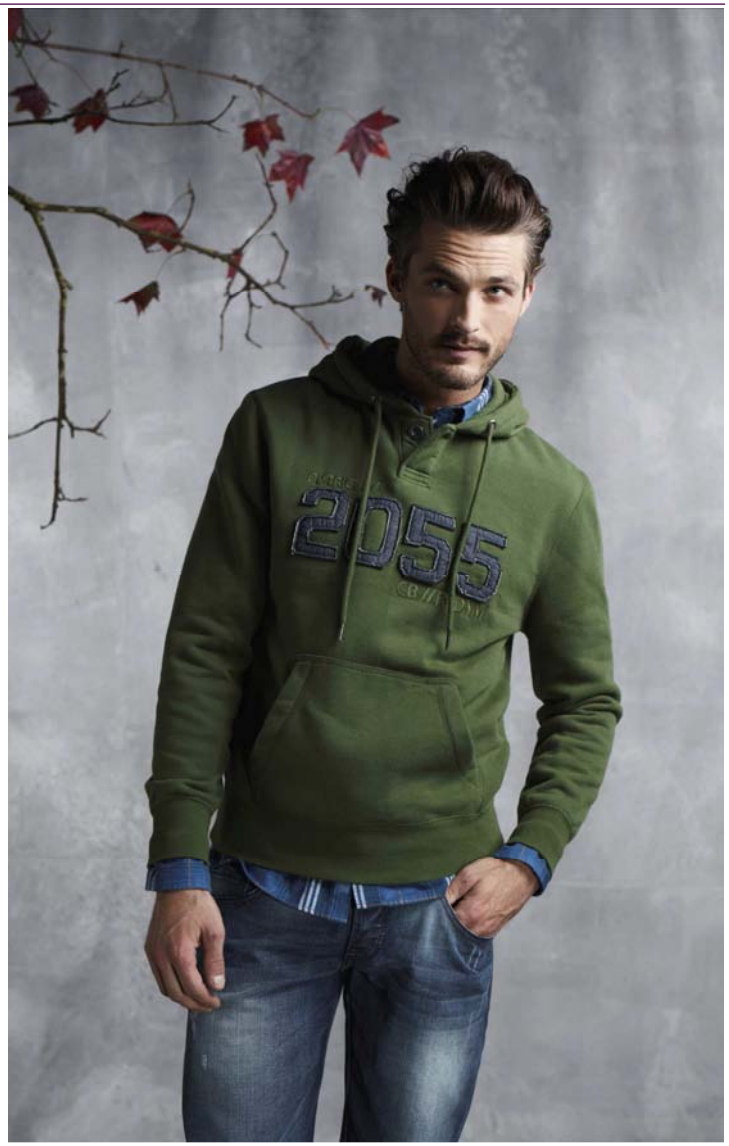
# Supply Chain Management



## Effiziente Distribution der Ware

- Zusammenführung der Lager in drei regionale Distributionszentren (RDC)
- Verkaufsfertige Aufbereitung der Ware in den RDC
- Verteilung über Distributions-Hubs

>> Schrittweise Umsetzung bis Ende 2012



# Zusatzsortiment Lingerie und Wäsche



## Erstmals eigene Lingerie- und Wäschekollektion

- Verspielte, modische Kollektionen von Biaggini und Casa Blanca
- Sexy Looks für Damen und Herren
- Nachtwäsche zum Wohlfühlen und Träumen

>> Ab Mitte September 2010 in 500 Filialen

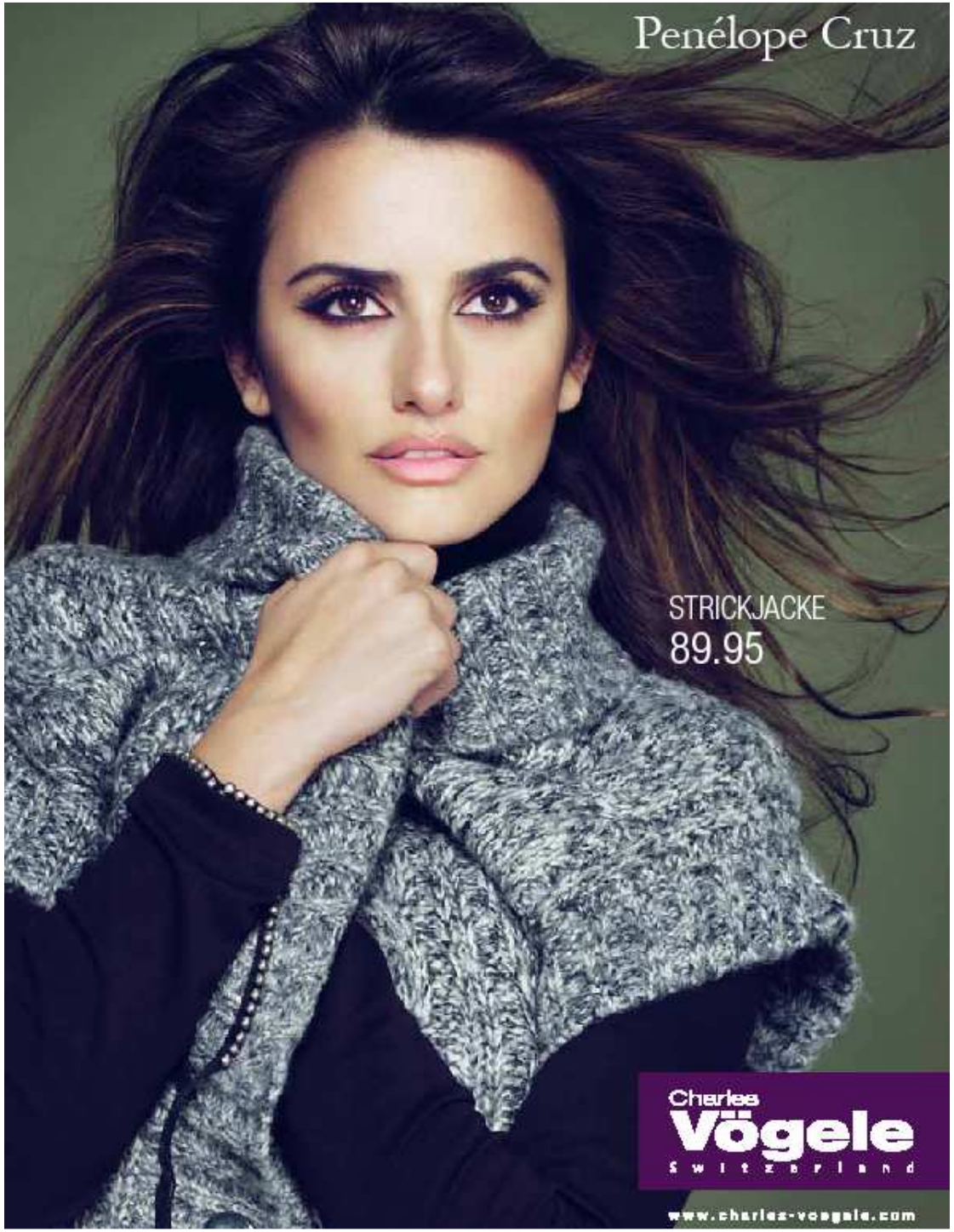
# Testimonials



## Perfekter Fit für Charles Vögele

- Ankündigung von Penélope und Mónica Cruz als Testimonials findet grossen Anklang:
  - Europäerinnen, die international sehr bekannt sind
  - Bei Frauen und Männern gleichermassen beliebt, wirken natürlich
  - Hohe Fashion Kompetenz
  - Verfügen über Know-how in der Entwicklung eigener Kollektionen
  - Zielgruppe hat grosse Affinität zu Film und Fernsehen

**>> Dachmarken-Kampagne mit den Cruz-Schwestern ab September 2010**


Penélope Cruz
STRICKJACKE
89.95
Charles
Vögele
Switzerland
www.charles-voegele.com

Penélope Cruz
JACKE
129.–
Charles
Vögele
Switzerland
www.charles-voegele.com

Penélope &
Mónica Cruz
BLUSE
69.95
KLEID
69.95
Charles
Vögele
Switzerland
www.charles-voegele.com

Penélope Cruz
JACKE
99.95
Charles
Vögele
Switzerland
www.charles-voegele.com

Penélope Cruz
JACKE
99.95
Charles
Vögele
Switzerland
www.charles-voegele.com

Penélope Cruz
JACKE
129.–
Charles
Vögele
Switzerland
www.charles-voegele.com

# Kollektion „Biaggini Violett“



## Kollektion mit grosser Spannung erwartet

- Penélope und Mónica Cruz entwickeln in Zusammenarbeit mit dem Brand Management von Charles Vögele eine eigene Kollektion unter dem Brand „Biaggini Violett“
- Gesamte Kollektion wird im Frühjahr 2011 lanciert
- 40 Kollektionsteile
- Preislage ca. 20% über Biaggini

>> Party- und Cocktailkollektion ab November 2010 in 100 Filialen

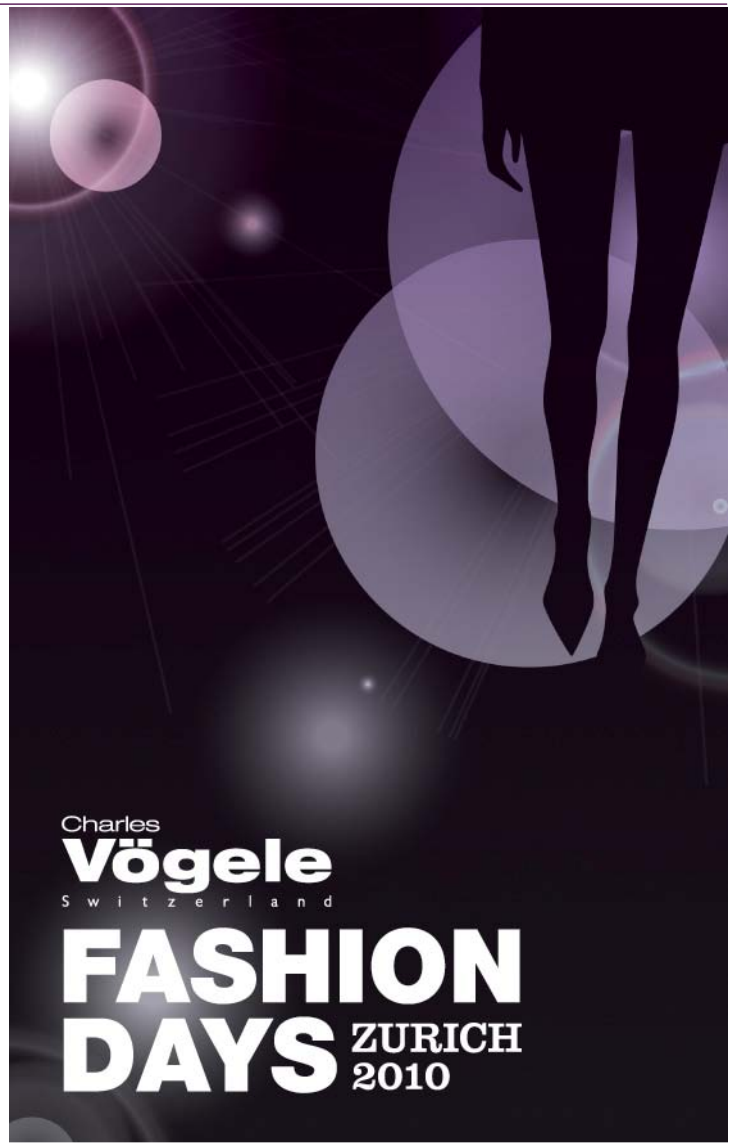
# Charles Vögele Fashion Days Zurich



## Fashion Show – auch für das breite Publikum

- Zusagen von internationalen Top Designern
- Start Doku-Soap „Fashion Days Model Challenge“ Mitte September 2010 auf Pro7 Schweiz
- Opening Night am 3. November 2010 mit Fashion Shows von Casa Blanca, Biaggini Violett und der neuen Lingerie-Kollektion

>> Charles Vögele Fashion Days Zurich finden vom 3. bis 6. November 2010 statt



# E – Commerce



## 24/7 Charles Vögele

- Online-Shop für die Schweiz, Deutschland und Österreich; Start mit Casa Blanca und Lingerie
- Key Functions Merchandising & Marketing inhouse
- Alle weiteren Funktionen wie Logistik, Call Center und Kundenbetreuung extern

>> „Go live“ im Frühjahr 2011

# Expansion



## Portfoliobereinigung im Vordergrund

- Standort- und Flächenoptimierungen
- Schliessung von Cash Burnern
- Expansionsfokus auf Filialen von 700 – 800 $m^2$
- Evaluation von kleineren Formaten

>> Ab 2011: Ausbau des Portfolios in den Hauptmärkten

# Ausblick



- Schwieriges Marktumfeld
- Instabile Beschaffungsmärkte
- Ungünstige Wechselkurse
- Positives Konzernergebnis per Ende Jahr erwartet

**>> Mittelfristiges Ziel: EBITDA-Marge von 10%**

# Berichterstattung 2010/2011



| | |
|---|---|
| Medien- und Analystenkonferenz Jahresabschluss 2010 | 8. März 2011 |
| Generalversammlung Geschäftsjahr 2010 | 13. April 2011 |
| Medien- und Analystenkonferenz 1. Halbjahr 2011 | 23. August 2011 |

Charles
Vögele
Switzerland