

Halbjahr 2011: Positive Entwicklung bei der CALIDA-Gruppe

Im ersten Halbjahr 2011 hat sich die positive Entwicklung der an der SIX Swiss Exchange notierten CALIDA-Gruppe fortgesetzt. Die Gruppe mit den Marken CALIDA und AUBADE verzeichnete währungsbereinigt ein solides Umsatzwachstum von 5.9 Prozent gegenüber Vorjahr. Umgerechnet auf Schweizerfranken ergab sich eine Reduktion um 2.7 Prozent auf CHF 94.6 Millionen. Das operative Betriebsergebnis EBIT konnte um 22.7 Prozent auf CHF 9.2 Millionen gesteigert werden. Der Nettogewinn fiel mit CHF 8.7 Millionen gar um 85.1 Prozent höher aus.

"Auch in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres hat sich die positive Entwicklung der CALIDA-Gruppe unvermindert fortgesetzt", so Felix Sulzberger, CEO der CALIDA-Gruppe.

Währungsbereinigt ist die CALIDA-Gruppe im ersten Halbjahr 2011 im Vergleich zur entsprechenden Vorjahresperiode um 5.9 Prozent oder CHF 5.7 Millionen gewachsen. Die Marke CALIDA vermochte ihren währungsbereinigten Halbjahresumsatz um 4.1 Prozent oder CHF 2.6 Millionen zu steigern, während AUBADE gar um 8.9 Prozent oder 2.1 Millionen Euro zulegen konnte. Da 64 Prozent des Gruppenumsatzes im europäischen Ausland erzielt werden, verminderte sich dieser im Vorjahresvergleich währungsbedingt um 2.7 Prozent von CHF 97.2 Millionen auf CHF 94.6 Millionen. Wie schon im Vorjahr wurde das Umsatzwachstum bei beiden Marken vornehmlich mit den eigenen Stores erzielt.

Auf die Ertragssituation der Gruppe hatte die Währungsentwicklung keine negativen Auswirkungen. Ein Grossteil der Material- und Produktionskosten fällt in US-Dollar und Euro oder in eng an den Euro gekoppelten Währungen an. Die in Schweizer Franken tieferen Umsätze werden dadurch ertragsseitig weitgehend neutralisiert.

Im Vergleich zu den ersten sechs Monaten des Vorjahres stieg die Bruttomarge der Gruppe von 56.8 Prozent im Vorjahr auf 58.4 Prozent. Das operative Betriebsergebnis EBIT erreichte im ersten Halbjahr 2011 CHF 9.2 Millionen oder 10.3 Prozent des Nettoumsatzes (Vorjahr: CHF 7.5 Millionen bzw. 8.2 Prozent). Dies entspricht im Vorjahresvergleich einer Steigerung von 22.7 Prozent. Der Nettogewinn konnte um 85.1 Prozent von CHF 4.7 Millionen auf CHF 8.7 Millionen gesteigert werden.

Die CALIDA-Gruppe ist mit einer Eigenkapitalquote von 72.4 Prozent sehr gut kapitalisiert. Die Nettoliquidität erhöhte sich im Halbjahresvergleich um CHF 0.8 Millionen auf CHF 25.0 Millionen.

Im Rahmen der Internationalisierungsstrategie beider Marken wurden im Berichtszeitraum neue Standorte für AUBADE in London, Kopenhagen, Brüssel, Monaco und Nürnberg erschlossen. Neue CALIDA Stores in Brüssel und Amsterdam stehen kurz vor der Eröffnung. Weitere internationale Standorte für beide Marken sind in Verhandlung. Die Store-Expansion in den Kernmärkten Schweiz und Deutschland für CALIDA und Frankreich für AUBADE geht somit planmässig voran.

Per 1. August 2011 wird Daniel Gemperle zum Chief Information and Operations Officer der CALIDA-Gruppe ernannt und damit Mitglied der Geschäftsleitung der Gruppe. Daniel Gemperle verantwortet seit 1999 den Bereich Beschaffung, Produktion und Logistik bei der Marke CALIDA.

Der Ausblick für das Gesamtjahr 2011 bleibt aufgrund des leicht über Vorjahr liegenden Orderbuchs positiv, dies trotz der unsicheren Konjunkturentwicklung und der Turbulenzen auf den Devisenmärkten.

Der Halbjahresbericht ist ab dem 29. Juli 2011, 7.00 Uhr unter dem Link <http://www.calida.com/nc/calida-group/investor-relations/geschaeftsberichte.html> ersichtlich

Sursee (Schweiz), 29. Juli 2011

Weitere Auskünfte:
CALIDA Holding AG
Felix Sulzberger, CEO
Tel.: +41 41 925 44 49
www.calidagroup.com

Die CALIDA-Gruppe besteht aus den Marken CALIDA und AUBADE und beschäftigt rund 1'400 Mitarbeiter. Der Gruppen-Umsatz lag 2010 bei CHF 213.4 Millionen. Die CALIDA-Gruppe ist an der SIX Swiss Exchange kotiert. Die Marke CALIDA, mit Hauptsitz in Sursee, Schweiz, gehört zu den führenden grossen Wäschemarken in Europa mit den Hauptmärkten Schweiz und Deutschland. Die hochwertige Tag- und Nachtwäsche für Damen, Herren und Kinder überzeugt seit 1941 durch hervorragende Qualität, Komfort und natürliche Materialien. Die Marke AUBADE, mit Hauptsitz in Paris, ist eine führende Luxus-Lingerie Marke, die sich durch innovatives Styling, Verführung, Kreativität und Glamour auszeichnet. Die Kampagne „Leçons de seduction“ geniesst in Frankreich Kultstatus und machte die Marke weltweit bekannt.