

Medienmitteilung

CALIDA-Gruppe mit sehr solidem Geschäftsjahr 2009

Bestes Ergebnis bei Marke CALIDA – abgeschlossene Restrukturierung bei AUBADE

Die CALIDA-Gruppe erreichte im Geschäftsjahr 2009 das beste operative Ergebnis vor Einmalkosten. Mit einem leichten währungsbereinigten Umsatzrückgang von 3.5 Prozent auf CHF 213 Millionen konnte ein operativer Gewinn (EBIT) von CHF 20.9 Millionen und ein operativer Cashflow von CHF 32.9 Millionen erzielt werden. Trotz der Mitte Jahr angekündigten Sonderbelastung bei AUBADE von CHF 60.4 Millionen und dem daraus resultierenden Nettoverlust von CHF 39 Millionen ist die Gruppe in einer sehr soliden finanziellen Verfassung. Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung der CALIDA Holding AG eine Ausschüttung in Form einer Nennwertreduktion in unveränderter Höhe von CHF 8 pro Namenaktie.

Die CALIDA-Gruppe hat sich 2009 trotz dem rezessiven Konsummarkt und den schwierigen Marktbedingungen positiv entwickelt. „Wir freuen uns, dass wir trotz den schwierigen Umständen das beste operative Ergebnis vorweisen können. Das belegt die Stärke unserer Marken und unterstreicht, dass unser Geschäftsmodell und die Vertriebsstrategie richtig sind.“ so Felix Sulzberger, CEO der CALIDA-Gruppe. Insgesamt erzielte die Gruppe 2009 einen Umsatz von CHF 213 Millionen, CHF 16.6 Millionen oder 7.2 Prozent weniger als im Vorjahr. Dieser Umsatzrückgang ist in beträchtlichem Ausmasse auf den im Verhältnis zu den wichtigen Exportwährungen stärkeren Schweizerfranken zurückzuführen. Währungsbereinigt betrug der Umsatzverlust lediglich 3.5 Prozent.

Sämtliche operativen Kennzahlen haben sich positiv entwickelt und spiegeln die gute Ertragskraft und die ausgezeichnete Finanzlage der Gruppe wieder. Der operative Gewinn (EBIT) konnte im Berichtsjahr um 31.4 Prozent von CHF 15.9 Millionen auf CHF 20.9 Millionen gesteigert werden. Positiv entwickelte sich auch der operative Cashflow der Gruppe. Dieser stieg um 48.2 Prozent von CHF 22.2 Millionen im Vorjahr auf CHF 32.9 Millionen. Ebenso erfreulich stieg die Nettoliquidität von CHF 4.7 Millionen auf CHF 27.8 Millionen zum Jahresende 2009. Die Eigenkapitalquote sank nur geringfügig von 68.4 Prozent auf 65.4 Prozent.

Die im vergangenen Juni angekündigte Sonderbelastung bei der Marke AUBADE, die sich aus Wertberichtigungen und Restrukturierungskosten zusammensetzt, beträgt CHF 60.4 Millionen. Dies führt nach Verrechnung mit dem operativen Gewinn zu einem Nettoverlust von CHF 39 Millionen. Die Restrukturierungsmaßnahmen konnten bis Ende Berichtsjahr mehrheitlich abgeschlossen werden. Mit diesem letzten Restrukturierungsschritt ist die Integration von AUBADE in die CALIDA-Gruppe vollzogen.

Marke CALIDA

Die Marke CALIDA war im Berichtsjahr vollumfänglich für das solide Ergebnis der Gruppe verantwortlich. Produkte aus natürlichen Materialien von hervorragender Qualität und mit hohem Komfort, die überdies ein sehr gutes Preis / Leistungsverhältnis aufweisen, sind gerade in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten besonders attraktiv. In einem rückläufigen Konsumumfeld verzeichnete die Marke CALIDA daher nur einen leichten realen Umsatzrückgang von 1.7 Prozent auf CHF 150.4 Millionen. Mit einem EBIT von 16.2 Prozent im Berichtsjahr resultiert gar das historisch höchste operative Ergebnis.

Die CALIDA Stores erzielten währungs- und flächenbereinigt ein Umsatzwachstum von 4 Prozent. Sie sind von hoher strategischer Bedeutung, um das strukturell schwache und tendenziell eher rückläufige Grosshandelsgeschäft auszugleichen. Deshalb soll die Retail-Strategie im laufenden Jahr weiter intensiv vorangetrieben werden.

Marke AUBADE

In einem stark bedrängten Luxusmarkt hielt sich die Marke AUBADE mit einem währungsbereinigten Umsatzrückgang von 7.5 Prozent besser als der Markt. Die in den letzten Jahren durchgeführten strukturellen Anpassungen führten zu einer tieferen Kostenstruktur. Zusammen mit den Investitionen in 27 eigene Stores und der Einführung von neuen Produktsegmenten sind damit alle Voraussetzungen für eine positive Entwicklung von AUBADE gegeben.

Der im letzten Jahr ernannte General Manager von AUBADE, Philippe Bernaud, wird ab 1. März 2010 auch in der CALIDA Gruppenleitung Einsitz nehmen.

Ausblick 2010

In Anbetracht der unsicheren wirtschaftlichen Aussichten hat sich die CALIDA-Gruppe auf eine flache Marktentwicklung eingestellt. Aufgrund der ausgezeichneten finanziellen Verfassung der Gruppe mit zwei starken Marken, erstklassigen Produkten und einer Reputation als verlässlicher Partner besteht jedoch der Anspruch, in einem stabilen Marktumfeld weitere Marktanteile zu gewinnen. Die Gruppe will in diesem Jahr vermehrt in die Retail-Strategie und in neue Produktsegmente investieren. Am flexiblen Geschäftsmodell wird weiter festgehalten, um auf Veränderungen in der Nachfrage nach Produkten schnell und effizient reagieren zu können.

Sursee (Schweiz), 26. Februar 2010

Weitere Auskünfte:

CALIDA Holding AG
Felix Sulzberger, CEO
Tel.: +41 41 925 42 48
www.calidagroup.com

Die CALIDA-Gruppe besteht aus den Marken CALIDA und AUBADE und beschäftigt 1340 Mitarbeiter. Der Gruppen-Umsatz lag 2009 bei CHF 213 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.