

valora

GESCHÄFTSJAHR

2010

Zürich, 25. März 2011



Agenda



1	Begrüssung und Einführung	R. Benedick
2	Entwicklung 2010	Th. Vollmoeller
3	Erfolgsrechnung und Bilanz	L. Trezzini
4	„Valora 4 Growth“ – Ausblick Wachstumsstrategie 2011 ff	Th. Vollmoeller
5	Zusammenfassung 2010 Anträge an GV	R. Benedick

Rückblick Valora 2010



Bereit für Wachstum!

Rückblick

- Gesetzte Ziele 2010 wurden weitgehend erreicht
- Gutes Ergebnis basiert auf konsequenter Umsetzung der Basis-Strategie
- Bedeutende Effizienzgewinne und Kosteneinsparungen realisiert
- Deutliche Profitabilitätssteigerung in der Division Retail
- Division Services wieder innerhalb der Ziel-Marge
- Valora Trade mit herausforderndem Geschäftsjahr
- Deutlicher Anstieg des Reingewinns
- Solide Finanzlage des Konzerns
- Initiierung neuer Wachstumsstrategie mit anspruchsvollen Zielen
- Erste strategische Akquisitionen in Deutschland (Retail) und Norwegen (Trade) erfolgt

FAZIT

- **Valora hat in 2010 die Hausaufgaben gemacht und sich die Basis für weiteres europäisches Wachstum erarbeitet!**

Agenda



1	Begrüssung und Einführung	R. Benedick
2	Entwicklung 2010	Th. Vollmoeller
3	Erfolgsrechnung und Bilanz	L. Trezzini
4	„Valora 4 Growth“ – Ausblick Wachstumsstrategie 2011 ff	Th. Vollmoeller
5	Zusammenfassung 2010 Anträge an GV	R. Benedick

Übersicht Geschäftsjahr 2010



Konsolidierung der Kräfte abgeschlossen – Blick hin zu Wachstum

1 Profitabilität deutlich verbessert

- Steigerung des Betriebsergebnisses (EBIT) 2010 um knapp 20 Prozent
- Gute Leistung der Divisionen Retail und Services

2 Turnaround fast komplett

- Basisstrategie „Valora 4 Success“ zu 80 Prozent erfüllt
- Ziel-Profitabilität von 3 – 4 Prozent in Reichweite

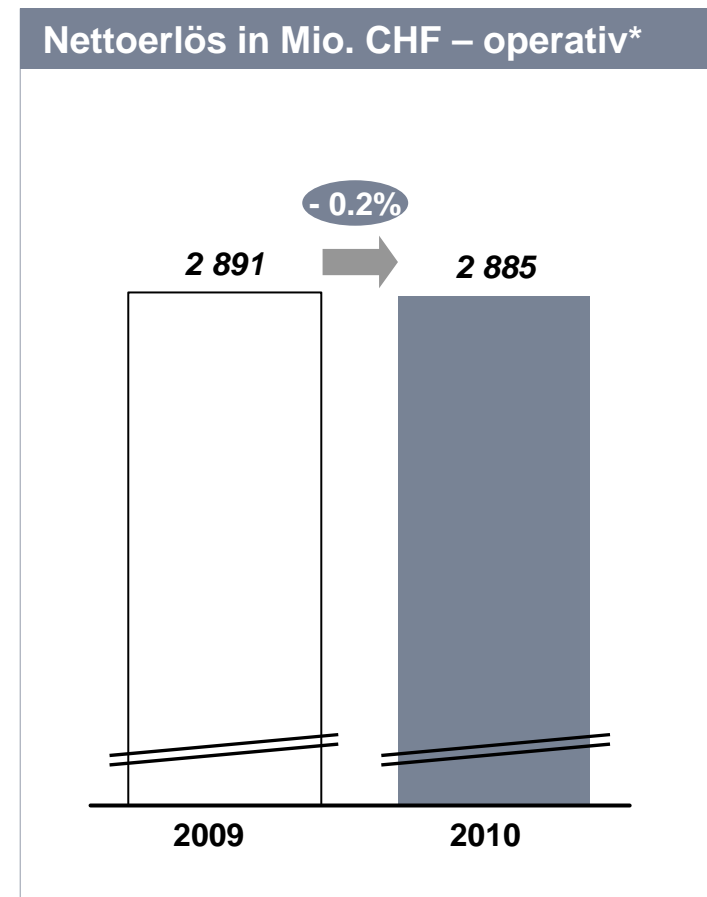
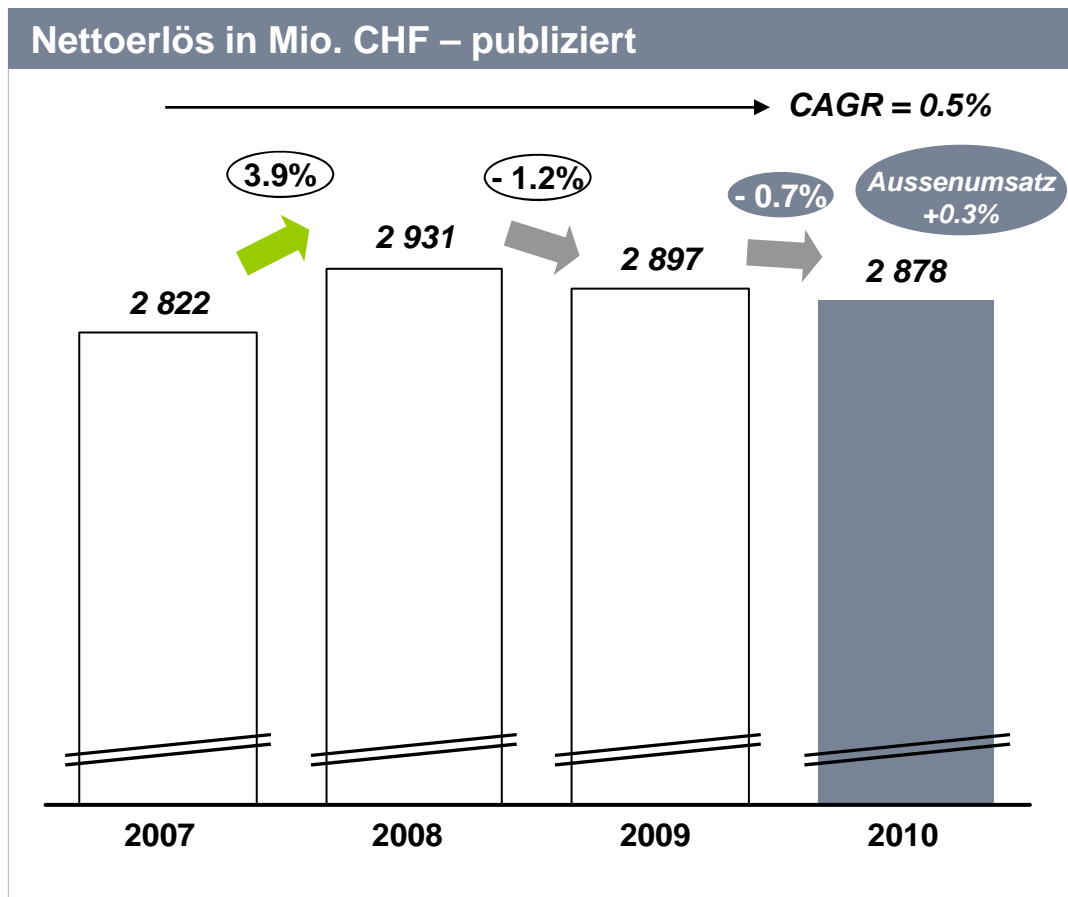
3 „Valora 4 Growth“ bietet neue Perspektiven

- Verdoppelung Betriebsergebnis bis 2015
- Erste wichtige Akquisitionen (EMH, tabacon) erfolgreich

Entwicklung Nettoerlös 2007 – 2010



Flache Entwicklung des Nettoerlöses im umkämpften Retailmarkt

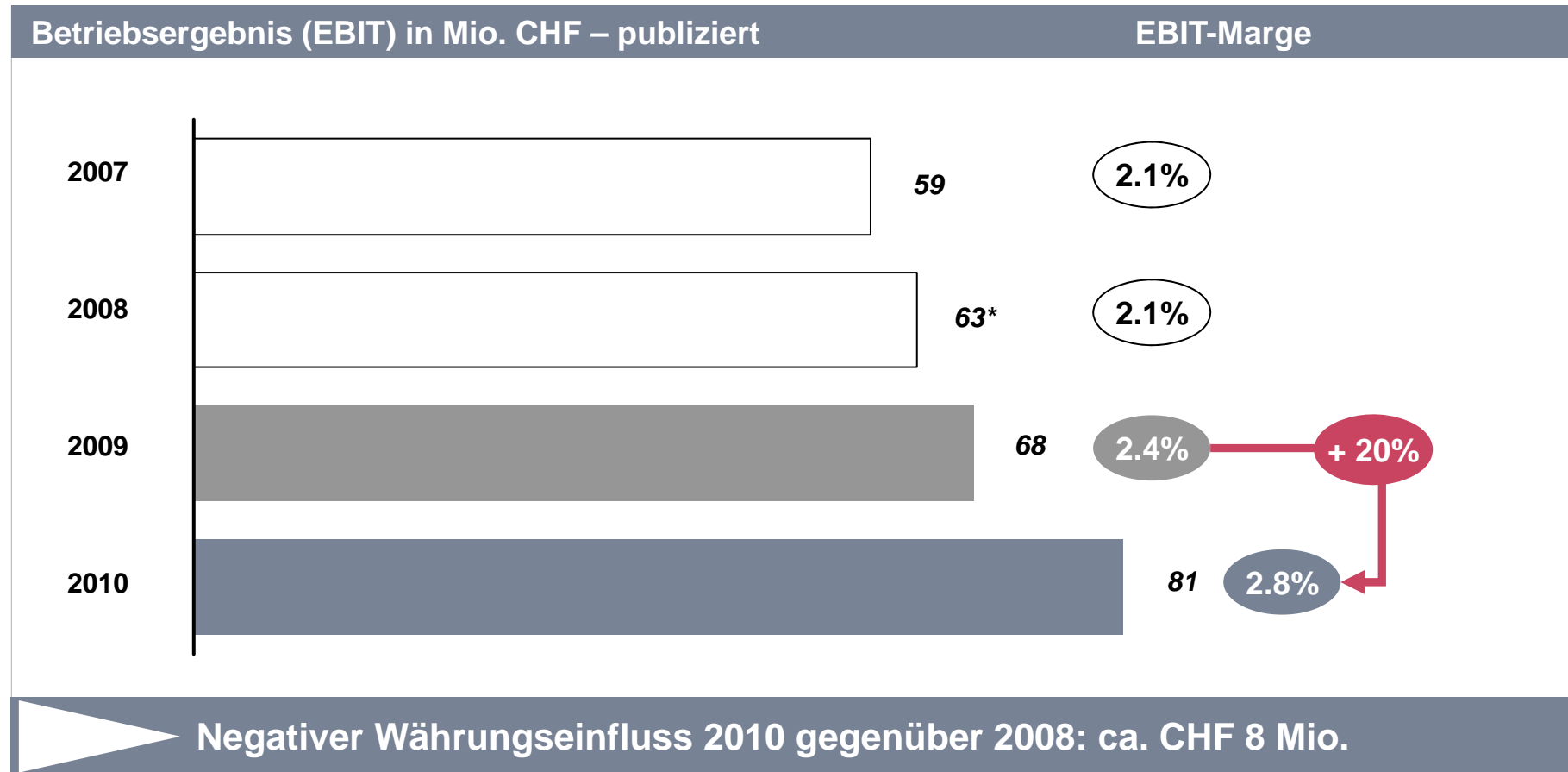


* bereinigt um Sammelbilder, Akquisitionen und Währungseinfluss

Entwicklung Betriebsergebnis 2007 – 2010



Profitabilitätssteigerung von knapp 20% durch „Valora 4 Success“ in 2010



* vor Restrukturierungskosten

Wichtigste Kennzahlen Geschäftsjahr 2010



Betriebsergebnismarge von 3 Prozent in Reichweite

in Mio. CHF

△ ggü. 2009

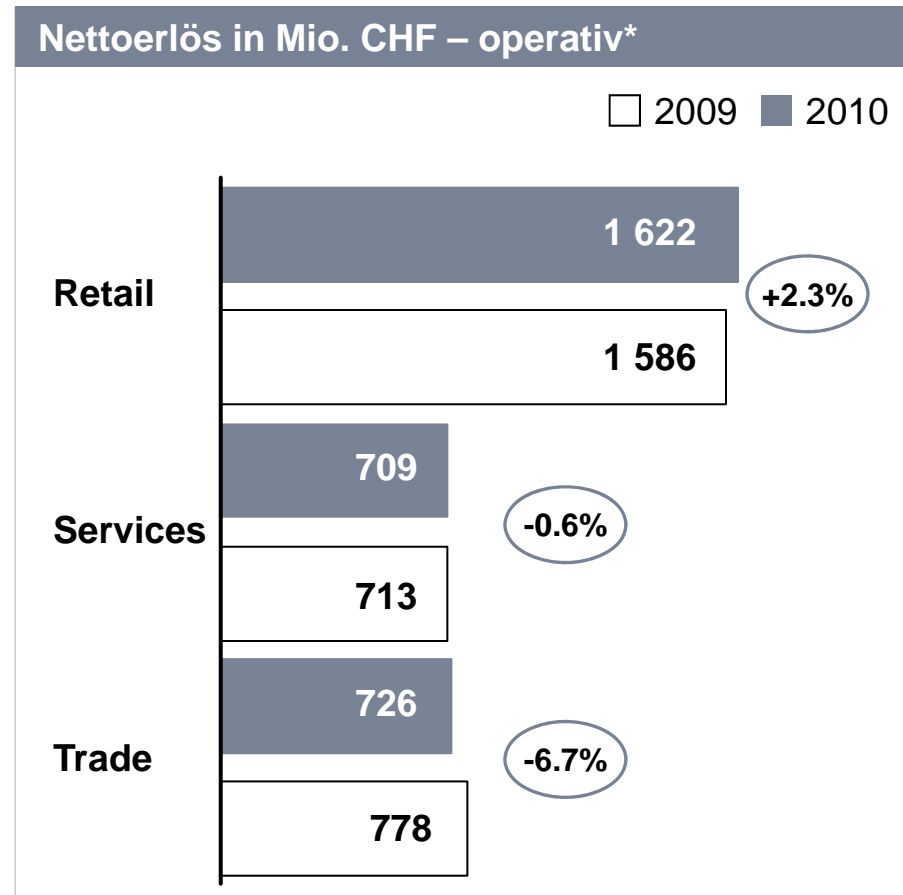
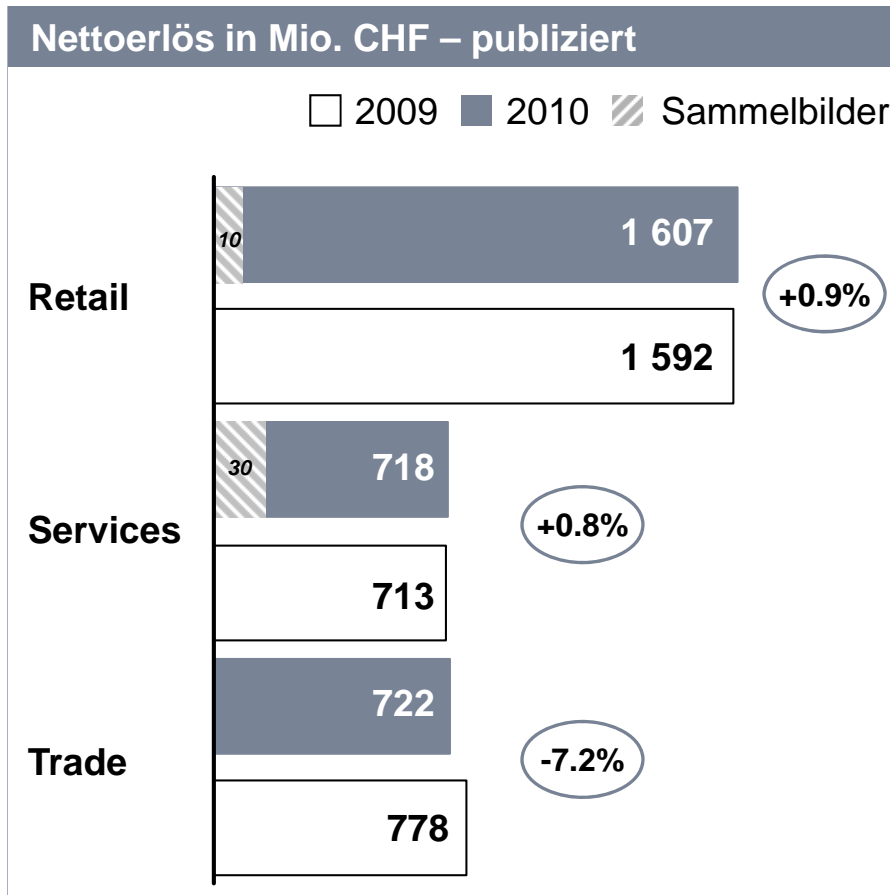
Aussenumsatz (inkl. Franchiseumsätze)	2 946.5		+ 0.3%
Nettoerlös	2 877.7		- 0.7%
<i>Nettoerlös operativ*</i>	2 884.7		- 0.2%
EBIT	81.3		+ 19.3%
<i>EBIT operativ*</i>	77.4		+ 12.9%
EBIT Marge	2.8%		+ 0.4pP
Reingewinn	63.6		+ 15.9%

* bereinigt um Sammelbilder, Akquisitionen und Währungseinfluss

Nettoerlös – Entwicklung nach Divisionen 2009 und 2010



Entwicklung Retail und Services gut | Trade mit anspruchsvollen Märkten in 2010

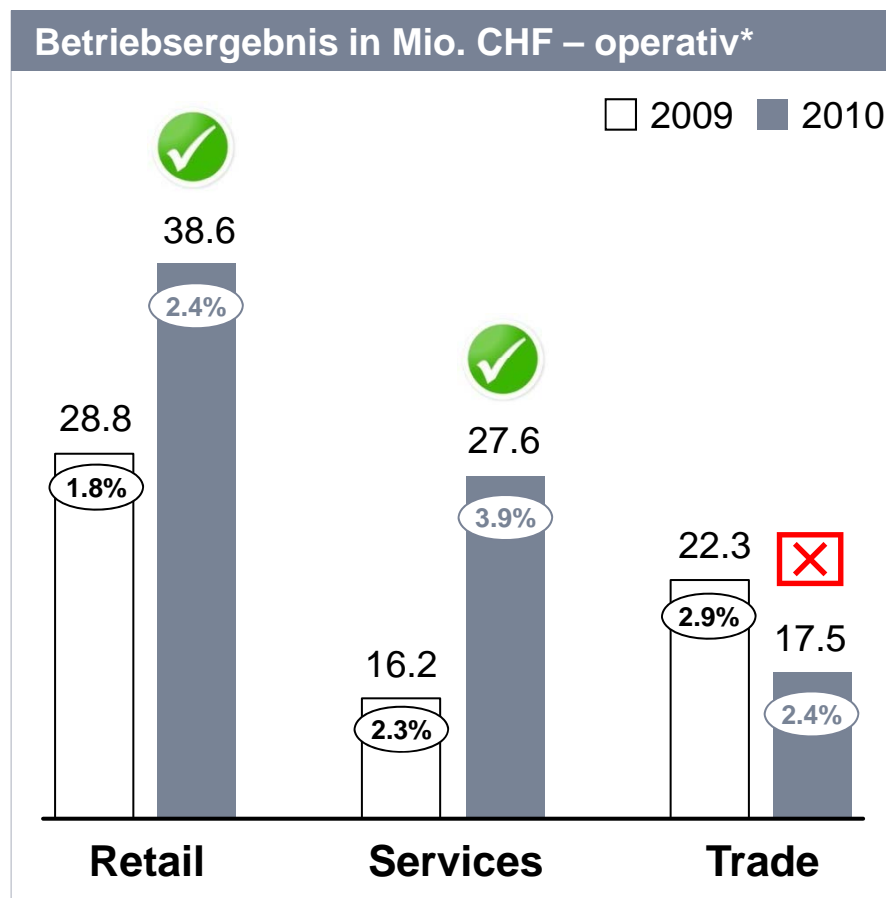
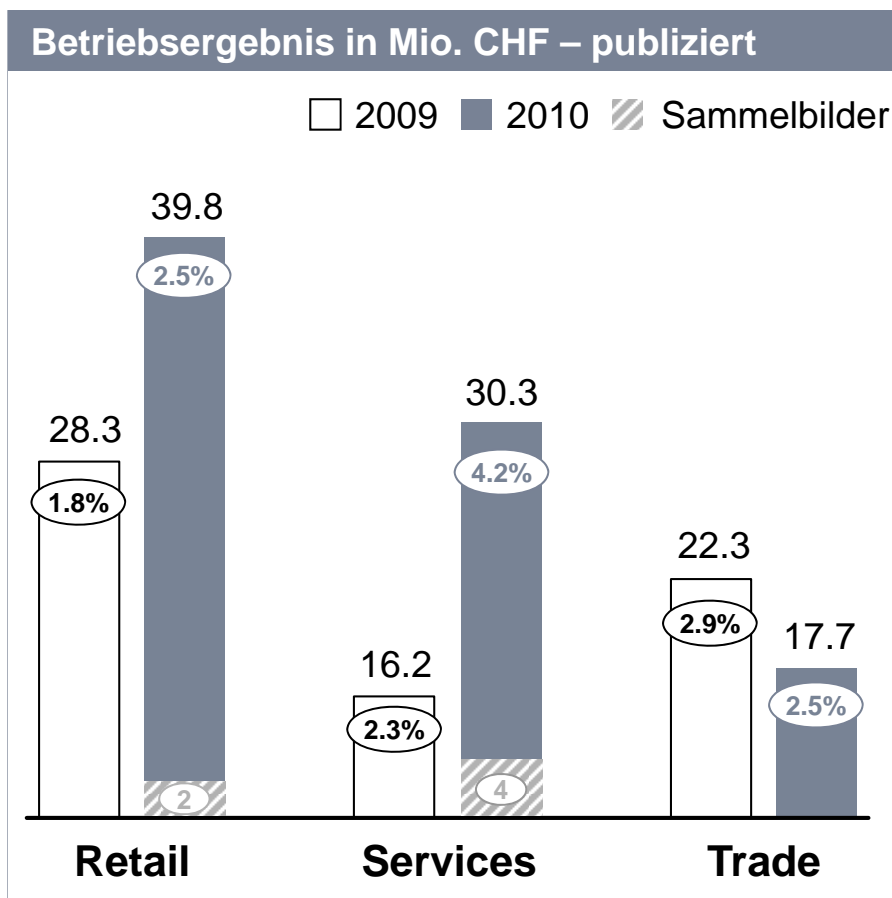


* bereinigt um Sammelbilder, Akquisitionen und Währungseinfluss

EBIT – Vergleich nach Divisionen 2009 zu 2010



Gute Ergebnisse bei Retail und Services | Trade mit Potenzial

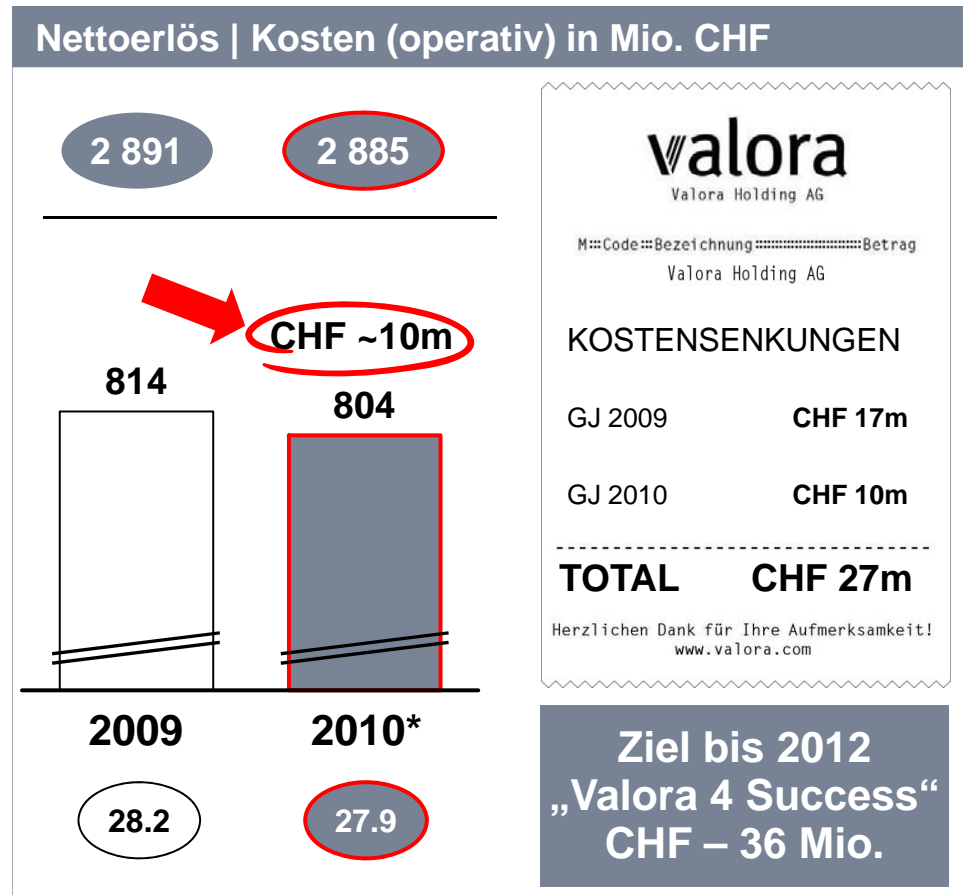
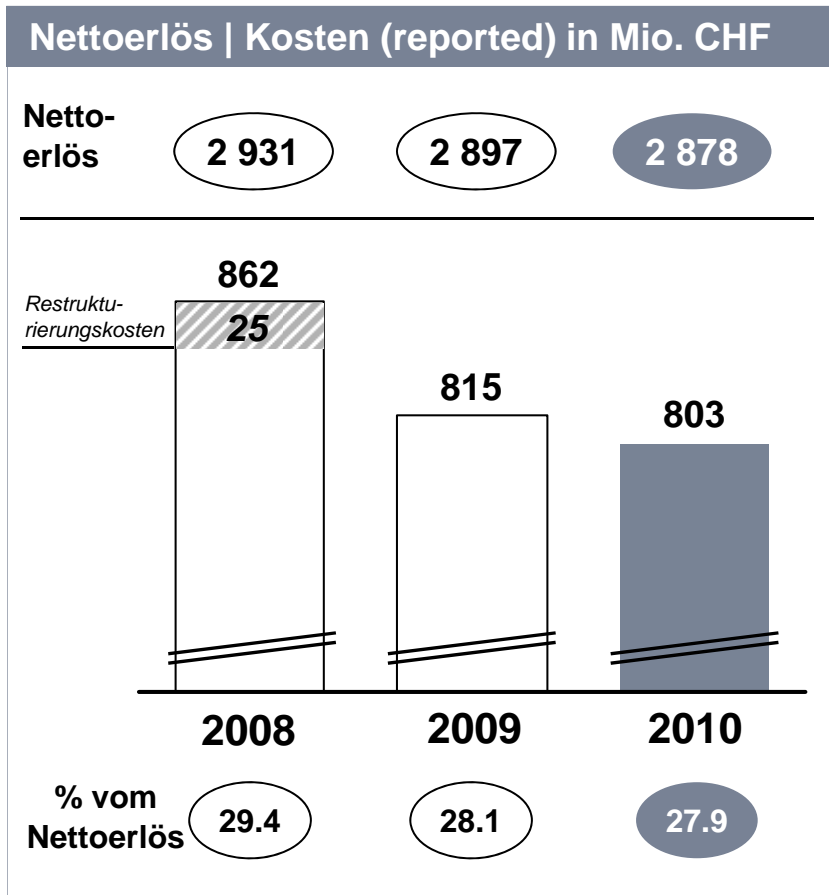


* bereinigt um Sammelbilder, Akquisitionen und Währungseinfluss

Entwicklung der Kosten



Kostensenkung von CHF 27 Millionen seit 2008 erreicht



* 2010: Bereinigt um Sammelbilder, Währungseinfluss und Akquisitionen

Agenda



1	Begrüssung und Einführung	R. Benedick
2	Entwicklung 2010	Th. Vollmoeller
3	Erfolgsrechnung und Bilanz	L. Trezzini
4	„Valora 4 Growth“ – Ausblick Wachstumsstrategie 2011 ff	Th. Vollmoeller
5	Zusammenfassung 2010 Anträge an GV	R. Benedick

Valora Konzern 2010



EBIT-Marge in Reichweite von 3%

in Mio. CHF	2010	2009	Delta
Aussenumsatz	2 946.5	2 937.9	+0.3%
Nettoerlös	2 877.7	2 897.0	-0.7%
<i>Nettoerlös operativ*</i>	<i>2 884.7</i>	<i>2 891.0</i>	<i>-0.2%</i>
Bruttogewinn	875.2	867.6	+0.9%
<i>Bruttogewinn-Marge</i>	<i>30.4%</i>	<i>29.9%</i>	<i>+0.5pP</i>
Betriebskosten	-802.6	-815.5	-1.6%
<i>Betriebskosten in % Nettoerlös</i>	<i>27.9%</i>	<i>28.1%</i>	<i>-0.2pP</i>
Sonstige Erträge	8.7	16.0	-45.4%
EBIT	81.3	68.1	+19.3%
<i>EBIT operativ*</i>	<i>77.4</i>	<i>68.6</i>	<i>+12.9%</i>
EBIT-Marge	2.8%	2.4%	+0.4pP
<i>EBIT-Marge operativ*</i>	<i>2.7%</i>	<i>2.4%</i>	<i>+0.3pP</i>

Kernaussagen

- Wachstum im Aussenumsatz auf gestiegenen Umsatz mit Franchisenehmer zurückzuführen
- Stabiler operativer Nettoerlös gegenüber Vorjahr
- Erhöhung des Bruttogewinns bedingt durch Wachstum in der margenstarken Warengruppe Food
- Senkung der Betriebskosten dank hoher Kostendisziplin und Effizienzsteigerungen in der Logistik
- Erwartete Abnahme der sonstigen Erlöse aufgrund tieferen Liegenschaftserträgen
- Verbesserung des Betriebsergebnisses um knapp 20%
- EBIT – Marge mit 2.8% auf Zielkurs

* 2010: Bereinigt um Sammelbilder, Währungseinfluss und Akquisitionen

Valora Retail 2010



Robuste Verbesserung der EBIT-Marge auf 2.5 Prozent

in Mio. CHF	2010	2009	Delta
Nettoerlös	1 606.5	1 592.1	+0.9%
<i>Nettoerlös operativ*</i>	<i>1 622.2</i>	<i>1 586.1</i>	<i>+2.3%</i>
Bruttogewinn	562.4	554.7	+1.4%
<i>Bruttogewinn-Marge</i>	<i>35.0%</i>	<i>34.8%</i>	<i>+0.2pP</i>
Betriebskosten, netto	-522.6	-526.4	-0.7%
EBIT	39.8	28.3	+40.3%
<i>EBIT operativ*</i>	<i>38.6</i>	<i>28.8</i>	<i>+34.2%</i>
EBIT-Marge	2.5%	1.8%	+0.7pP
<i>EBIT-Marge operativ*</i>	<i>2.4%</i>	<i>1.8%</i>	<i>+0.6pP</i>

Kernaussagen

- Positive Umsatzentwicklung trotz negativen Währungseffekten
- Deutliches Wachstum in den Warengruppen Food (+7.2%) und Tabak (+4.3%)
- Alle Ländergesellschaften und Formate (bis auf „Caffè Spettacolo“) konnten die operativen Nettoerlöse und Bruttogewinne steigern
- Tiefere Betriebskosten dank optimierten Logistikkosten und Personaleinsatzplänen
- Bedeutende Steigerung des Betriebsergebnisses auf rund CHF 40 Mio.
- EBIT – Marge um 0.7Pp auf 2.5% verbessert

* 2010: Bereinigt um Sammelbilder, Währungseinfluss und Akquisitionen

Valora Services 2010



Zielmarge wieder erreicht

in Mio. CHF	2010	2009	Delta
Nettoerlös	718.4	712.9	+0.8%
<i>Nettoerlös operativ*</i>	<i>708.5</i>	<i>712.9</i>	<i>-0.6%</i>
Bruttogewinn	148.2	146.8	+1.0%
<i>Bruttogewinn-Marge</i>	<i>20.6%</i>	<i>20.6%</i>	<i>0.0pP</i>
Betriebskosten, netto	-117.9	-130.6	-9.7%
EBIT	30.3	16.2	+86.4%
<i>EBIT operativ*</i>	<i>27.6</i>	<i>16.2</i>	<i>+69.7%</i>
EBIT-Marge	4.2%	2.3%	+1.9pP
<i>EBIT-Marge operativ*</i>	<i>3.9%</i>	<i>2.3%</i>	<i>+1.6pP</i>

Kernaussagen

- **Stabile Nettoerlöse trotz Kontraktion im Gesamtmarkt Presse**
- **Starker Anstieg im Tabakhandel um über 8%**
- **Verbesserung des Bruttogewinns bedingt durch höhere Erlöse aus Dienstleistungen**
- **Senkung der Kosten dank deutlichen Effizienzsteigerungen in der Innen- und Aussenlogistik (Schweiz und Österreich)**
- **Kostenquote um 1.9pP auf 16.4% optimiert**
- **Starke Verbesserung des publizierten und operativen Betriebsergebnisses**
- **EBIT – Marge von 4.2% wieder im Zielkorridor**

* 2010: Bereinigt um Sammelbilder, Währungseinfluss und Akquisitionen

Valora Trade 2010



Herausfordernde Märkte, negative Währungseffekte und Einfluss aus Own Brands belasten

in Mio. CHF	2010	2009	Delta
Nettoerlös	721.8	777.6	-7.2%
<i>Nettoerlös operativ*</i>	<i>725.8</i>	<i>777.6</i>	<i>-6.7%</i>
Bruttogewinn	154.7	155.4	-0.4%
<i>Bruttogewinn Marge</i>	<i>21.5%</i>	<i>20.0%</i>	<i>+1.5pP</i>
Betriebskosten, netto	-137.0	-133.1	+2.9%
EBIT	17.7	22.3	-20.5%
<i>EBIT operativ*</i>	<i>17.5</i>	<i>22.3</i>	<i>-21.5%</i>
EBIT Marge	2.5%	2.9%	-0.4pP
<i>EBIT Marge operativ*</i>	<i>2.4%</i>	<i>2.9%</i>	<i>-0.5pP</i>

Kernaussagen

- Reduktion der Nettoerlöse bedingt durch abgelaufene Distributionsverträge (ehemalige Own Brands) und Währungseffekte
- Trotz herausfordernden Märkten moderater Rückgang im Bruttogewinn (CHF -0.7 Mio.)
- Verbesserung der Bruttogewinn-Marge um 1.5pP
- Investitionen in länderübergreifende IT-Plattform erhöhen die Betriebskosten
- Umsatzbedingter Rückgang im EBIT von CHF 4.6 Mio.

* 2010: Bereinigt um Währungseinfluss und Akquisitionen

Reingewinn Geschäftsjahr 2010



Steigerung des Reingewinns um rund 16 Prozent

in Mio. CHF	2010	2009	Delta
EBIT	81.3	68.1	+19.3%
<i>EBIT operativ*</i>	77.4	68.6	+12.9%
Finanzerfolg, netto	-7.9	-5.3	-48.4%
Ant. Ergebnis assoz. Ges. und JV	0.7	0.6	+21.3%
Gewinn vor Ertragssteuern	74.2	63.4	+16.9%
Ertragssteuern	-12.5	-10.4	-19.9%
Reingewinn aus fortgef. Bereichen	61.7	53.0	+16.3%
Reingewinn aus aufgegl. Bereichen	1.9	1.9	+3.3%
Reingewinn Konzern	63.6	54.9	+15.9%
Steuerquote	16.8%	16.4%	+0.4pP

Kernaussagen

- Volatile Devisenmärkte und starke Abwertung des Euro belasteten den Devisenerfolg mit CHF -2.6 Mio.
- Zinserfolg leicht schwächer als im Vorjahr in Folge historisch tiefer Zinsen
- Steuerquote mit 16.8% unter der langfristig erwarteten Konzernsteuerquote von 18%
- Bedeutende Reingewinnsteigerung des Konzerns von rund 16%

* 2010: Bereinigt um Sammelbilder, Währungseinfluss und Akquisitionen

Kennzahlen Bilanz



Solide Finanzierung und gesunde Kapitalstruktur

in Mio. CHF	2010	2009	Delta
Flüssige Mittel	130.5	161.6	-19.3%
Eigenkapital	478.1	453.7	+5.4%
<i>Eigenkapitalquote</i>	<i>43.6%</i>	<i>41.3%</i>	<i>+2.3pP</i>
Nettoverschuldung	14.1	-15.8	n.a.
Net Working Capital (NWC)	125.4	109.3	+14.7%
<i>NWC in % des Nettoerlös</i>	<i>4.4%</i>	<i>3.8%</i>	<i>+0.6pP</i>

Kernaussagen

- Reduzierung der flüssigen Mittel aufgrund stichtagsbezogener Investitionen ins Nettoumlaufvermögen
- Investitionen in Anlagevermögen sind auf die Akquisitionen von tabacon und EMH zurückzuführen
- Verbesserung der Eigenkapitalquote auf 43.6% und damit sehr solide Kapitalbasis
- Nettoverschuldung weiterhin auf tiefem Niveau

Agenda



1	Begrüssung und Einführung	R. Benedick
2	Entwicklung 2010	Th. Vollmoeller
3	Erfolgsrechnung und Bilanz	L. Trezzini
4	„Valora 4 Growth“ – Ausblick Wachstumsstrategie 2011 ff	Th. Vollmoeller
5	Zusammenfassung 2010 Anträge an GV	R. Benedick

Valora 4 Success - Status














Gute Resultate – Insgesamt hoher Erreichungsgrad von 80 Prozent

Initiativen	Erreichte Ziele 2008 – 2010	Erreichungsgrad
 V1 Kerngeschäft	<ul style="list-style-type: none"> ■ Anpassung und Ausbau der Sortimente (ok.-, Dienstleistungen) ■ Aufbau und Expansion P&B in der Schweiz ■ Optimierung Ladenbau und Layout Presse ■ Partnerschaft mit MoneyGram, Zurich, Kuoni ■ Test und Einführung Agenturmodell für k kiosk 	
 V2 Wachstum	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aufbau neues avec.-Konzept (inkl. Ausschluss Migros-Produkte) ■ Anpassung und Professionalisierung Franchisemodell bei Convenience ■ Ausbau Verkaufsstellennetz avec. auf ~100 Standorte ■ 4 Akquisitionen (Wittwer, MCB, EMH, tabacon) 	
 V3 Effizienz	<ul style="list-style-type: none"> ■ Optimierung der Logistikprozesse ■ Umzug Logistik nach Egerkingen ■ Verschlinkung Administration ■ Erneuerung IT-Systeme 	
 V4 People	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verbesserung Kommunikation durch Zusammenlegung HQ-Standorte ■ Gesamtarbeitsvertrag abgeschlossen ■ Erarbeitung Code of Conduct Führungsgrundsätze ■ Verstärkung Kundenfokus (Kundenumfragen) 	

Wachstumsstrategie „Valora 4 Growth“

Ambitiöse Wachstumsziele bis 2015




Wachstumsinitiativen und Ziele bis 2015	Erreicht in 2010
 <p>Organisches Margenwachstum <i>Verbesserung um 0.2 Prozentpunkte pro Jahr</i></p>	 <p>+ 0.4%-Punkte </p>
 <p>Organisches (Aussen-) Umsatzwachstum <i>2 Prozent pro Jahr durch Ausbau der heutigen Aktivitäten</i></p>	 <p>+/- 0%</p>
 <p>Anorganisches Wachstum Retail/Services <i>Expansion als europäischer Micro-Retailer mit insgesamt fünf bis sechs Formaten</i></p>	 <p>+ CHF 130 Mio.  <i>(Aussenumsatz p.a.)</i></p>
 <p>Anorganisches Wachstum Trade <i>Ausbau des grössten paneuropäischen Distributors</i></p>	 <p>+ CHF 75 Mio.  <i>(p.a.)</i></p>

Wachstum G1 – Organisches Margenwachstum



Wichtige Treiber bereits initiiert – volle Entfaltung in 2011 erwartet

Initiative	G1	Erreicht 2008 – 2010, Beispiele	Effekt Marge
 <p>Organisches Margenwachstum Verbesserung um 0.2 Prozentpunkte pro Jahr</p>		<ul style="list-style-type: none">■ Umzug und Umstellung der Logistik■ Optimierung Personaleinsatzplanung■ Zusammenlegung der Headquarters	+ 0.2pP p.a.
		Zu erreichen in 2011 ff, Beispiele	<ul style="list-style-type: none">■ Umsetzung Agenturmodell■ Optimierung Einkauf/Promotionen■ Nearshoring/Outsourcing Zentralfunktionen

Wachstum G1 – Beispiel Agentursystem (1/2)

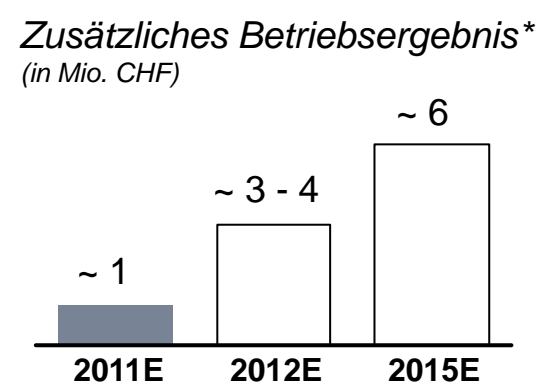
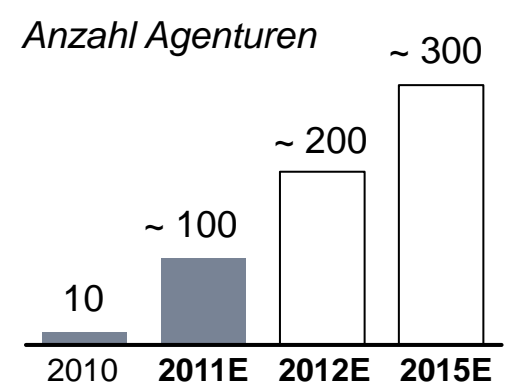


Vielversprechendes Modell für Agenturbetreiber und Valora



Massnahmen	Ergebnis
■ Förderung Motivation und unternehmerisches Denken	➔ + 5% Umsatz
■ Flexibilisierung Personaleinsatzplanung	➔ - 5% Personalkosten
■ Optimierung Profitabilität der Agentur (Win-Win-Situation)	➔ + 2.5pP EBIT/Kiosk (Valora) ~ + 10% Gehalt (Agenturleiter)

Erwartetes Wachstum Agenturen und finanzielle Implikationen



* Berechnungsbeispiel 2011: Ø 55 Agenturen * TCHF 25 Zusatz-EBIT pro Kiosk (Ø Umsatz CHF 1 Mio. | + 2.5% EBIT pro Kiosk)

Wachstum G1 – Beispiel Agentursystem (2/2)



Nutzung vorhandener interner Ressourcen zur Förderung des Unternehmertums

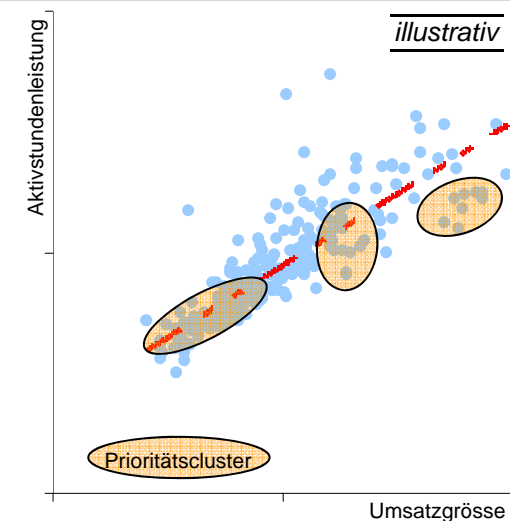


Svetla Videnova 1. Agenturleiterin kiosk Schweiz

Kriterien

- Standort Kiosk
- Umsatzgrösse
- Anzahl Mitarbeitende
- Eignung Führungsspanne
- Möglichkeit für Multi-Agenturen
- ➔ **Potenzial für Optimierung Aktivstunden und Umsatz**

Potenzialmatrix



Resultat der Analyse

- **Priorität 1:** ca. 100 PoS mit derzeitigen Regionalgruppenleitern und aktuellen Geschäftsführern (2011)
- **Priorität 2:** ca. 200 weitere PoS mit aktuellen Geschäftsführern oder externen Agenturleitern (ab 2012)

Wachstum G2 – Organisches Umsatzwachstum



Dienstleistungen und Erweiterung des Principal Portfolio Trade als wichtigste Treiber


Initiative G2	Erreicht 2008 – 2010, Beispiele	Effekt Umsatz
 <div data-bbox="241 1093 474 1342" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>Organisches Umsatzwachstum 2 Prozent pro Jahr durch Ausbau der heutigen Aktivitäten</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Einführung Eigenmarke „ok.“ ■ Verbesserung Sortimente Food ■ Erweiterung des Dienstleistungsangebots (@ k kiosk) 	<p>~ CHF 30 Mio.</p> <p>~ CHF 10 Mio.</p> <p>~ CHF 15 Mio.*</p>
	Zu erreichen in 2011 ff, Beispiele	erw. Effekt Umsatz
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Einführung weiterer Dienstleistungen bei k kiosk ■ Gastromodul bei avec. ■ Zusätzliche Principals Trade ■ Neue Dienstleistungen bei Services (z. B. Frühlogistik) 	<p style="text-align: center;">} ~ CHF 60 Mio. p.a.</p>

* Kassenumsatz Valora | Kommissionserträge als Nettoerlös

Wachstum G3 – Anorganisches Wachstum Retail/Services



Erste Marktdurchleuchtung zeigt gutes Potenzial für Akquisitionen

Initiative G3	Erreicht 2008 – 2010, Beispiele	Effekt Aussenumsatz
 <p>Anorganisches Wachstum Retail/Services Expansion als europäischer Micro-Retailer mit insgesamt fünf bis sechs Formaten</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Akquisition tabacon (DE) – 2010 	<p>~ CHF 130 Mio. p.a.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Akquisition Mediacenter Berlin (DE) – 2009 	<p>~ CHF 10 Mio. p.a.</p>
	Zu erreichen in 2011 ff, Beispiele	erw. Effekt Aussenumsatz
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 800 Kioske in Deutschland ■ 1 – 2 neue Travel Retail Formate (Backwaren, Modeschmuck, Papeterie, etc...) 	<p>+ CHF 150 – 200 Mio. p.a.</p>

Wachstum G3 – Beispiel tabacon



Starker Nukleus mit sehr professionellem Franchisekonzept



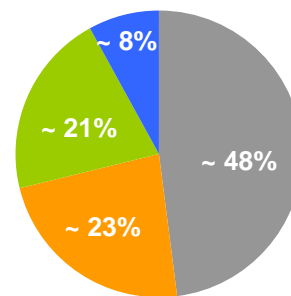
Rationale

- Nationale Abdeckung
- Starke Präsenz in Vorkassen-zonen
- Professionelles Franchisemodell
- Einfache Integration in Retail-Organisation DE (abgeschlossen)
- Potenzial für Sortiments-optimierung

Eckwerte

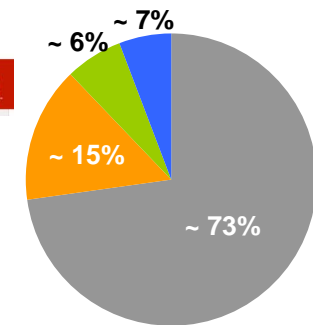
- 184 Verkaufspunkte
- CHF 130 Mio. Aussenumsatz p.a.
- CHF > 2 Mio. Betriebsergebnis (EBIT) p.a.
- Rebranding von ~ 50 PoS in 2011 zu k kiosk

Sortimentsvergleich k kiosk und tabacon



- Tabak
- Presse

- Food/Non-food
- Services/Lotto



Wachstum G4 – Anorganisches Wachstum Trade



Gelungener Start der Wachstumsstrategie mit dem Zukauf von EMH

Initiative G4	Erreicht 2008 – 2010, Beispiele	Effekt Umsatz
 <p data-bbox="533 1139 792 1356">Anorganisches Wachstum Trade Ausbau des grössten paneuropäischen Distributors</p>	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="857 683 1323 719">■ Akquisition EMH (2010)	~ CHF 75 Mio. p.a.
	Zu erreichen in 2011 ff, Beispiele	erw. Effekt Umsatz
<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="857 1054 1485 1134">■ Neue Kategorien in bestehenden Märkten<li data-bbox="857 1214 1464 1294">■ Kauf führender Distributoren in neuen Märkten	} + CHF 100 – 150 Mio. p.a.	

Wachstum G4 – Beispiel Salty Snacks



Optimierung der Portfoliostrategie durch Erweiterung der salzigen Produktkategorie



Rationale

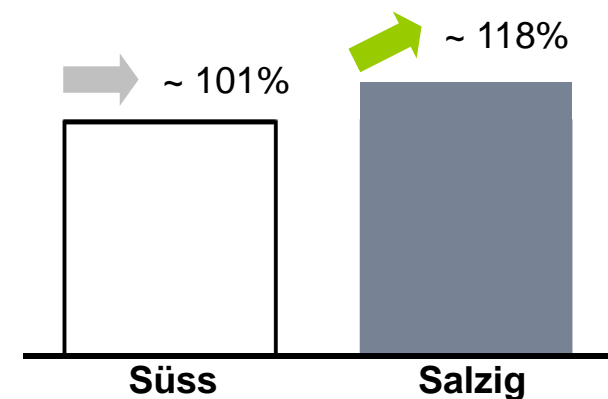
- Familienunternehmen
- Ausrichtung auf Salzgebäck
- Nischenplayer DE – Markt
- Stark wachsender Markt
- Synergien mit der Trade Organisation in Deutschland

Eckwerte

- Umsatz CHF ~ 12 Mio.
- Überdurchschnittliche EBIT – Marge

Umsatzindex Markt süsse und salzige Snacks 2007 – 2010

- Starker Trend in Richtung salziger Snacks
- Süßwaren regional z. T. unter regulatorischem Druck



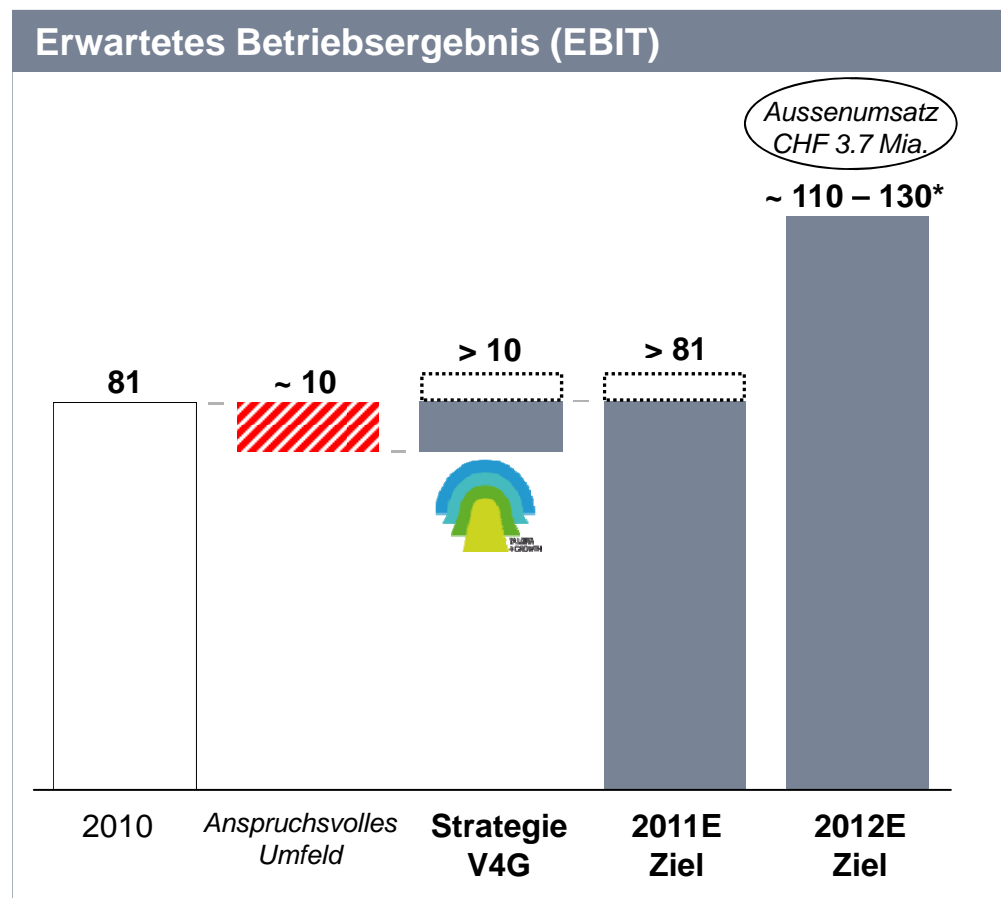
Ausblick 2011



Trotz schwierigem Umfeld Steigerung gegenüber 2010 erwartet

Erwartungen/Rahmenbedingungen 2011

- 1 **Anspruchsvolles Umfeld, v.a.**
 - Schwächerer Pressemarkt
 - Schwache EUR/CHF Relation
 - Politische Spannungen
 - Keine WM/EM (EBIT CHF - 6 Mio.)
- 2 **Weitere operative Verbesserungen in Retail und Rebound Trade**
- 3 **Erhaltung Profitabilität in Services**
- 4 **1 – 2 Akquisitionen**

Agenda



1	Begrüssung und Einführung	R. Benedick
2	Entwicklung 2010	Th. Vollmoeller
3	Erfolgsrechnung und Bilanz	L. Trezzini
4	„Valora 4 Growth“ – Ausblick Wachstumsstrategie 2011 ff	Th. Vollmoeller
5	Zusammenfassung 2010 Anträge an GV	R. Benedick

Zusammenfassung

- 1 Valora hat Ziele 2010 weitgehend erreicht | EBIT – Marge von 3 – 4 Prozent in Reichweite**
- 2 Erfolgreiche Umsetzung der Basisstrategie „Valora 4 Success“ ermöglichte Fokuswechsel auf Wachstum und „Valora 4 Growth“**
- 3 Erste wichtige Meilensteine der Wachstumsstrategie mit den Akquisitionen von tabacon und EMH erreicht**
- 4 Weiteres Wachstum wird mit der nötigen Sorgfalt und nur unter der Bedingung, Mehrwert für unsere Aktionäre zu schaffen, vorangetrieben**

Anträge Generalversammlung 2011

- 1 Dividendensteigerung um 15% auf CHF 11.50 pro Aktie beantragt**
- 2 Ermächtigung des Verwaltungsrates zur Durchführung eines Aktienrückkaufprogramms im Umfang von bis zu 280'000 Aktien (10% des Aktienkapitals – Durchführung nur bei Bestehen von operativ nicht benötigten flüssigen Mitteln)**
- 3 Ermächtigung des Verwaltungsrates zur Durchführung einer genehmigten Kapitalerhöhung um maximal 840'000 Aktien (30% des Aktienkapitals) zur Erhaltung der finanziellen Flexibilität**

DISCLAIMER



NOT FOR RELEASE, PUBLICATION OR DISTRIBUTION IN OR INTO THE UNITED STATES

THIS DOCUMENT IS NOT BEING ISSUED IN THE UNITED STATES OF AMERICA AND SHOULD NOT BE DISTRIBUTED TO U.S. PERSONS OR PUBLICATIONS WITH A GENERAL CIRCULATION IN THE UNITED STATES. THIS DOCUMENT DOES NOT CONSTITUTE AN OFFER OR INVITATION TO SUBSCRIBE FOR OR PURCHASE ANY SECURITIES. IN ADDITION, THE SECURITIES OF VALORA HOLDING AG HAVE NOT BEEN REGISTERED UNDER THE UNITED STATES SECURITIES LAWS AND MAY NOT BE OFFERED, SOLD OR DELIVERED WITHIN THE UNITED STATES OR TO U.S. PERSONS ABSENT REGISTRATION UNDER OR AN APPLICABLE EXEMPTION FROM THE REGISTRATION REQUIREMENTS OF THE UNITED STATES SECURITIES LAWS

This document contains specific forward-looking statements, e.g. statements including terms like “believe”, “expect” or similar expressions. Such forward-looking statements are subject to known and unknown risks, uncertainties and other factors which may result in a substantial divergence between the actual results, financial situation, development or performance of Valora and those explicitly presumed in these statements. Against the background of these uncertainties readers should not rely on forward-looking statements. Valora assumes no responsibility to update forward-looking statements or adapt them to future events or developments

.....

Contact details

Unternehmenskalender

.....



Contact details

Mladen Tomic
Head of Corporate Investor Relations

Tel. +41 61 467 36 50
E-mail: mladen.tomic@valora.com

Stefania Misteli
Head of Corporate Communications

Tel. +41 61 467 36 31
E-mail: stefania.misteli@valora.com

Unternehmenskalender

Generalversammlung 2011

15. April 2011

Halbjahresabschluss 2011

25. August 2011

Please visit our website for more information regarding **VALORA**
www.valora.com

valora