

valora

**Jahres-
abschluss
2007**

Agenda

valora

- Begrüssung & Einführung Rolando Benedick
- Jahresrückblick 2007 Peter Wüst
- Finanzergebnis 2007 Markus Voegeli
- Valora Strategie & Ausblick Rolando Benedick
- Fragen und Antworten Rolando Benedick, Peter Wüst,
Markus Voegeli

Einführung

**Rolando Benedick
Präsident des Verwaltungsrates**

Ausgangslage

valora

Einführung

- Positive Eindrücke nach vertieftem Einblick in das Valora Geschäftsportfolio
 - Gute Geschäftsbereiche in der Schweiz wie auch im Ausland, hervorragende Ausgangslage für weitere Erfolge
 - Strategisches Fundament vorhanden - Fokussierung auf die Kerngeschäfte sinnvoll
- Weitere Verbesserung der Strukturen nötig zum Aufbau einer Plattform für profitables Wachstum
- Ziel 2008: Weiterführung des sehr positiven Trends aus 2. HJ 2007, der Ansporn für ein ambitioniertes langfristiges Ziel gibt



Jahresrückblick 2007

Peter Wüst
CEO

Erfreuliches Geschäftsergebnis im zweiten Halbjahr

- Umsatzsteigerung 3%
- Starke Verbesserung der EBIT-Marge im 2. Halbjahr dank Kioskgeschäft
- Solide Bilanz mit tiefer Verschuldung und hoher Eigenkapitalquote von 45%



■ k kiosk Schweiz

- EBIT-Steigerung um CHF 19 Mio. vom H1 zum H2
- Neue Kassensysteme ausgerollt
- Neuausrichtung Category Management
 - Steigerung Food-Anteil um 7%
- Optimierung Verkaufsstellennetz
- Anpassung Verkaufsorganisation
- Ausbildung und Trainings der Mitarbeitenden



■ Convenience Retail

- avec. erfolgreiches Rollout im JV
- Tamoil mit Profitabilitätssteigerung

■ Caffè Spettacolo

- Wachstum nach Plan

■ Valora Retail Deutschland

- Wachstum über 13%
- Ausbau Verkaufstellennetz mit 17 neuen oder umgebaute Verkaufsstellen



- Umsatzsteigerung bei Zeitungen und Zeitschriften
- **Schweiz**
 - Intensivierung Verlagszusammenarbeit
 - Neue IT-Tools zeigen Wirkung
 - Erfolgreiche Verkaufsförderung an 150 Kiosk-Verkaufsstellen
- **Österreich**
 - Neue Verlagskunden Egmont Ehapa und Marquard Media führen zu 10% Umsatzsteigerung ab 2008
- **Luxemburg**
 - Schulbuchvertrieb etabliert



- Ausbau der Position als führender europäischer FMCG-Distributor
- **Schweiz**
 - Erfolgreiche Neuprodukteinführungen von Kelloggs und Listings Ferrero
- **Nordic**
 - 8% Umsatzwachstum dank bestehenden Principals
 - Stärkung Nordic Plattform
- **Zentraleuropa**
 - Wachstum Ricola in Österreich
- **Own Brands**
 - Umsatzwachstum bei allen Brands

Finanzergebnis 2007

Markus Voegeli
CFO

Betriebsergebnis

Jahresabschluss 2007 Konzern

valora

Finanzergebnis 2007

in CHFm	2007	2006
Nettoerlös	2 822	2 749
Bruttogewinn	859	856
Bruttogewinn Marge	30.4%	31.1%
Total Betriebsaufwand	- 817	- 808
Übrige Erlöse, netto	14	19
Betriebsergebnis (EBIT) fortgeführte Geschäftsbereiche	56	67
EBIT Marge fortgeführte Geschäftsbereiche	2.0%	2.4%
Betriebsergebnis Own Brands	10	15
Betriebsergebnis (EBIT) inkl. Own Brands	66	82

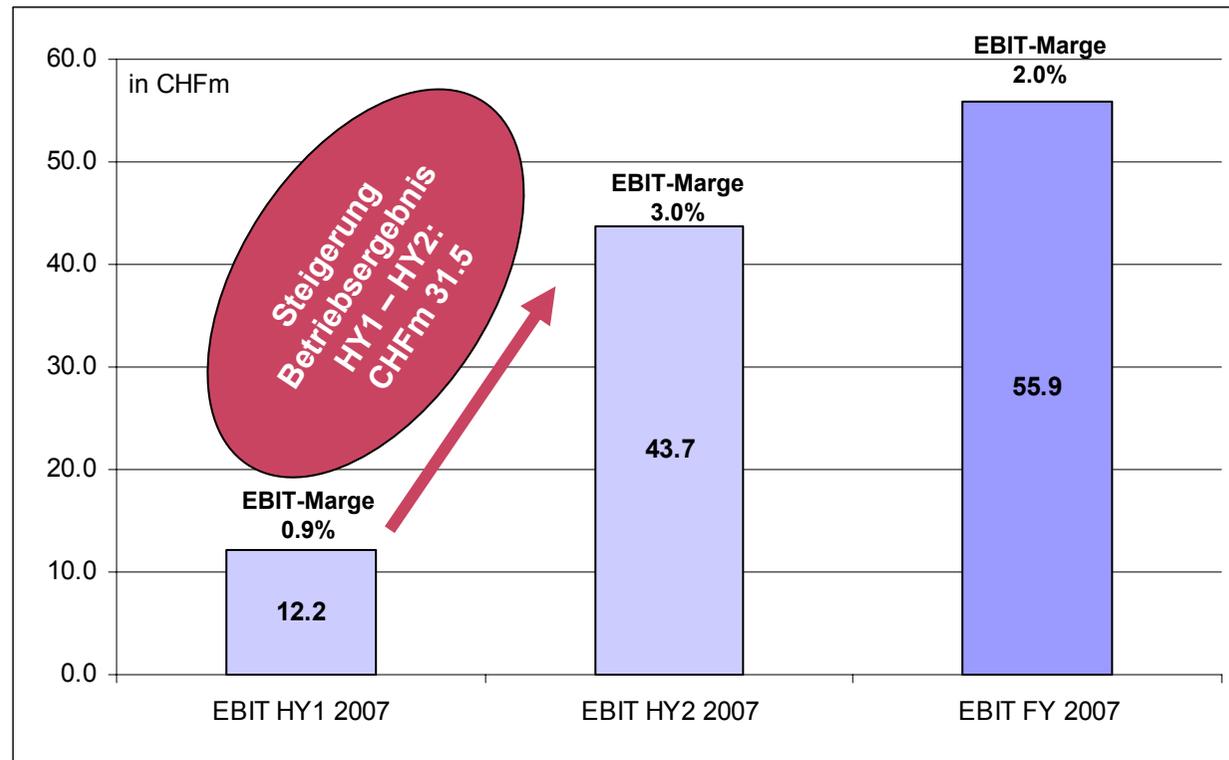
Entwicklung Betriebsergebnis

Jahresabschluss 2007 Konzern

valora

Finanzergebnis 2007

Fortgeführte Geschäftsbereiche



- Steigerung stammt hauptsächlich aus Business Unit Kiosk Schweiz

Reingewinn

Jahresabschluss 2007 Konzern

valora

Finanzergebnis 2007

in CHFm	2007	2006
Betriebsergebnis (EBIT)	56	67
Finanzerfolg, netto	- 2	- 6
Ant. Ergebnis assoziierte Gesellschaften u. JV	2	0
Gewinn vor Ertragssteuern	55	61
Ertragssteuern	- 13	- 7
Steuerquote	22.7%	10.7%
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	43	55
Reingewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	9	11
Reingewinn	52	66
Anteil Reingewinn Valora Holding AG Aktionäre	51	65
Anteil Reingewinn Minderheiten	1	1

- Finanzergebnis erneut signifikant verbessert
- Steuerquote 2006 durch Bildung Taxasset in D signifikant tiefer

Cash Flow

Jahresabschluss 2007 Konzern

valora

Finanzergebnis 2007

Fortgeführte Geschäftsbereiche

in CHFm	2007	2006
Netto-Einnahmen aus operativer Tätigkeit	94	85
Netto-Ausgaben aus Investitionstätigkeit	- 23	- 26
Free Cash Flow	71	58
Netto-Ausgaben aus Finanzierungstätigkeit	- 127	- 83
Netto-Abnahme flüssige Mittel	-56	-25

Kennzahlen

Jahresabschluss 2007 Konzern

valora

Finanzergebnis 2007

Fortgeführte Geschäftsbereiche

in CHFm	2007	2006
Flüssige Mittel	153	222
Eigenkapital	588	561
Eigenkapitalquote	45.0%	42.3%
Return on invested capital	6.5%	7.9%
Nettoverschuldung	46	61
Nettoumlaufvermögen (NWC)	130	124
NWC in % des Nettoerlös	4.6%	4.5%
Gewinn pro Aktie in CHF	13.09	16.89

Segmentsrechnung

Jahresabschluss 2007 Konzern

valora

Finanzergebnis 2007

Fortgeführte Geschäftsbereiche

in CHFm	Valora Retail	Valora Media	Valora Trade	Corporate	Intersegment Elimination	Total Konzern
Nettoerlös 2007						
mit Dritten	1 665	358	784	14		2 822
mit anderen Divisionen		195	7		- 202	
Total Nettoerlös	1 665	553	791	14	- 202	2 822
Betriebsergebnis (EBIT)	17	25	17	-4		56
in % des Nettoerlös	1.0%	4.6%	2.2%			2.0%
Nettoerlös 2006						
mit Dritten	1 633	360	742	15		2 749
mit anderen Divisionen		200	6		- 207	
Total Nettoerlös	1 633	560	748	15	- 207	2 749
Betriebsergebnis (EBIT)	21	28	20	-3		67
in % des Nettoerlös	1.3%	5.0%	2.6%			2.4%

- Konzernaufwendungen für Own Brands bleiben unverteilt im Bereich Corporate

in CHFm	2007	2006
Nettoerlös	1 665	1 633
Bruttogewinn	537	540
Bruttogewinn Marge	32.2%	33.1%
Total Kosten	- 520	- 519
Betriebsergebnis (EBIT)	17	21
EBIT Marge	1.0%	1.3%

- Nettoerlöswachstum dank Steigerungen in D, LUX und Convenience
- Margenrückgang Kiosk CH (1. HJ)

Sortimentsentwicklung k kiosk

valora

Finanzergebnis 2007

	Food	Non-Food	Tabak	Presse & Buch	Services
Mix	~17%	~4%	~ 48%	~ 23%	~ 8%
Marge	> 50%	> 50%	~ 15%	~ 30 %	~ 100 %
Δ Mix	 + 2 ppt	 - 2 ppt	 + 2 ppt	 - 1 ppt	 - 1 ppt
Δ Bruttogewinn	 + 7 MCHF	 - 7 MCHF	 - 4 MCHF	 - 4 MCHF	 - 8 MCHF
Einflussfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> • Mach mal Pause • Getränke 	<ul style="list-style-type: none"> • Wegfall WM-Sammelbilder 	<ul style="list-style-type: none"> • Tabaksteuererhöhung 	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeiner Marktrückgang 	<ul style="list-style-type: none"> • Weniger attraktive Jackpots • Rückgang Telco-Karten & Promotionserlöse

in CHFm	2007	2006
Nettoerlös	553	560
Bruttogewinn	154	154
Bruttogewinn Marge	27.9%	27.5%
Total Kosten	- 129	- 126
Betriebsergebnis (EBIT)	25	28
EBIT Marge	4.6%	5.0%

in CHFm	2007	2006
Nettoerlös	791	748
Bruttogewinn	153	147
Bruttogewinn Marge	19.4%	19.6%
Total Kosten	- 136	- 127
Betriebsergebnis (EBIT)	17	20
EBIT Marge	2.2%	2.6%

- Wachstum v.a. mit Grosskunden (relative Marge tiefer)
- Einmaleffekte 2006 (verschiedene Verkaufserlöse, CHF 3 Mio)
- Aufbaukosten Trade (Nordic Plattform, neue Principals)

- 2. Semester klar über Vorjahr
- Umsatzwachstum Division Retail
- Gesunde Profitabilität Division Media
- Trade auf Wachstumskurs
- Gesunde Bilanzstruktur
- Positiver Free Cash Flow

- ▶ **Ertragspotential noch nicht ausgeschöpft**
- ▶ **Solide finanzielle Basis zur Entwicklung des Geschäftes aus eigener Kraft**

Valora Strategie

Rolando Benedick
Präsident des Verwaltungsrates

**„Strategische Stossrichtung bestätigt –
Fokussieren & Umsetzung beschleunigen“**

Valora – Unsere Vision

valora

Strategie



Valora ist ein wirtschaftlich starkes, europaweit agierendes und unabhängiges Handelsunternehmen.

In ausgewählten Regionen Europas sind wir ...



■ ... der Marktführer im **kleinflächigen Einzelhandel** mit standardisierten Formaten an Hochfrequenzlagen

■ ... der Marktführer im **Vertrieb von Presseerzeugnissen**



■ ... der attraktivste **Distributionspartner für Fast Moving Consumer Goods**

Valora – unsere Mission & strategischen Eckpfeiler

valora

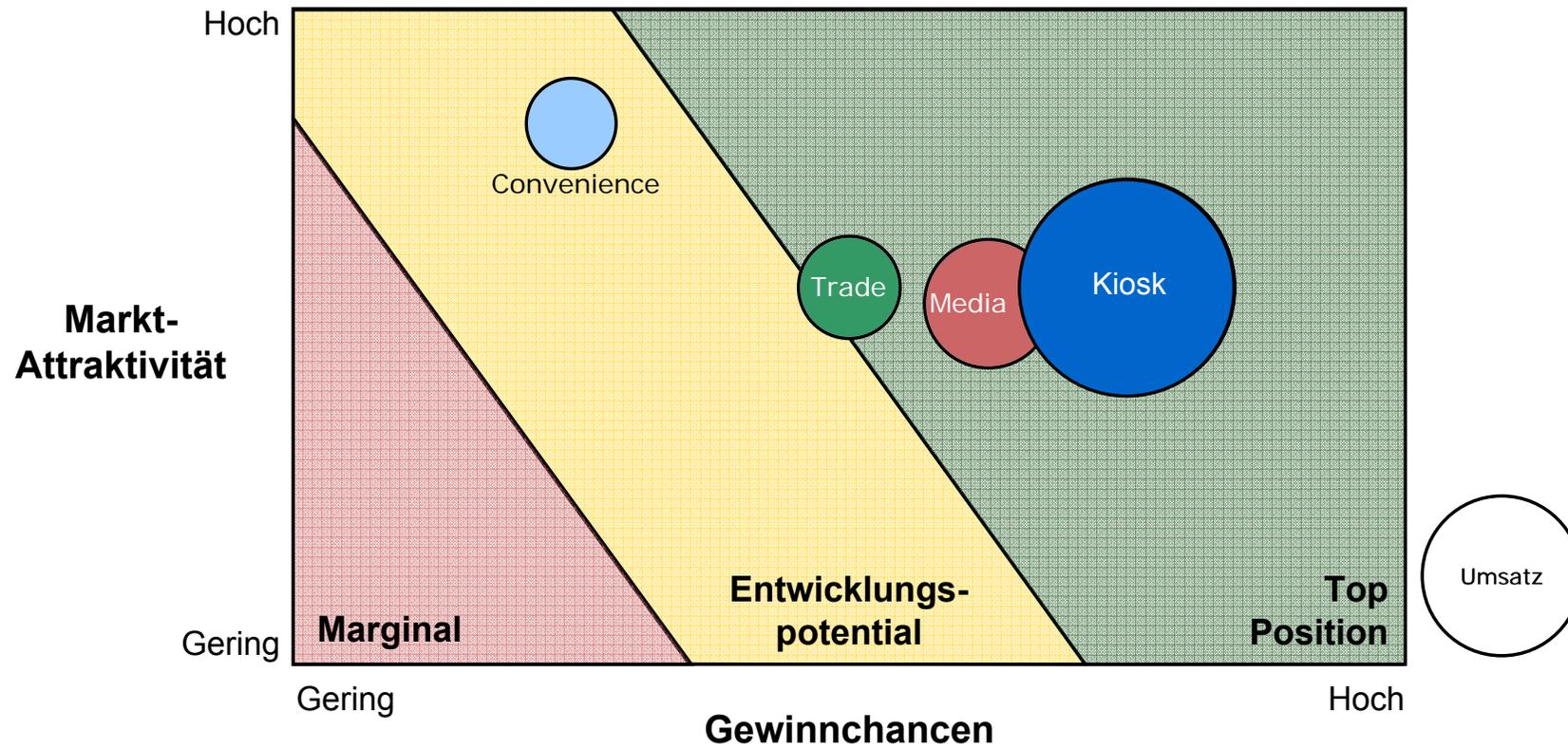
Strategie

*„Strategische Stossrichtung bestätigt –
Fokussieren & Umsetzung beschleunigen“*

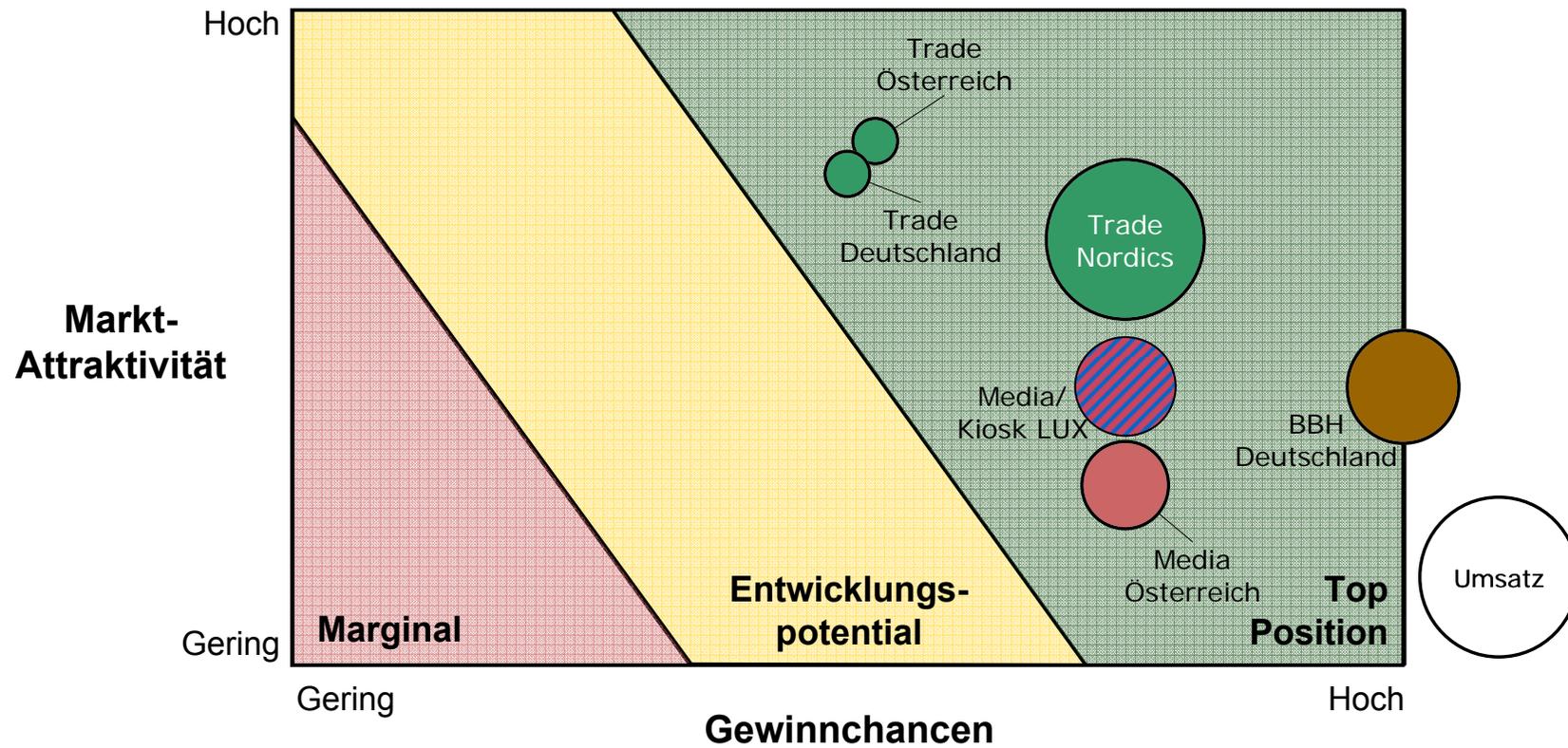
- **Fokussieren –**
Fokus auf die
Kerngeschäfte Retail
Kiosk und Media;
Fortführung der Trade
Strategie

- **Profitabel wachsen –**
Profitables Wachstum
durch Bündelung der
Kräfte und
Vereinfachung der
Strukturen

Kerngeschäfte in Top-Position in der Schweiz ...



... und auch im Ausland



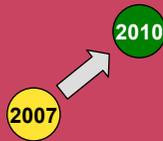
Klarer Fokus auf Kernbereiche

valora

Strategie



Retail



- **Konzentration und Führungsposition im kleinflächigen Detailhandel in der Schweiz und Europa**

- Kioskgeschäft
- Bahnhofbuchhandel
- Convenience Retail

Media



- **Konzentration und Aufbau nationaler Führungspositionen im Presse Grosshandel in verschiedenen europäischen Ländern**

Trade



- **Festigung und Ausbau der pan-europäischen Position in der Distribution von Fast Moving Consumer Goods**

„Retail is Detail“

valora

Strategie



■ Hervorragende Ausgangslage Kioskgeschäft CH

- Unangefochtener Marktführer
- Grosses Netzwerk mit ~1'000 PoS
- Exzellente Standorte
- Schneller und weit reichender Kundenzugang

■ Erfolgsfaktoren

- Kundennahe Sortimentsgestaltung
- Aufspüren und Umsetzen neuer Trends
- Innovative Formatkonzepte
- Rigorose finanzielle Transparenz
- Effiziente Logistik und IT

Valora – unsere Mission & strategischen Eckpfeiler

valora

Strategie

valora

Nettoerlöse 2007

Retail CHF 1'665 Mio

Media CHF 553 Mio

Trade CHF 791 Mio

Nettoerlös 2007

Own Brands CHF 181 Mio



Sørlands
CHIPS

cansi

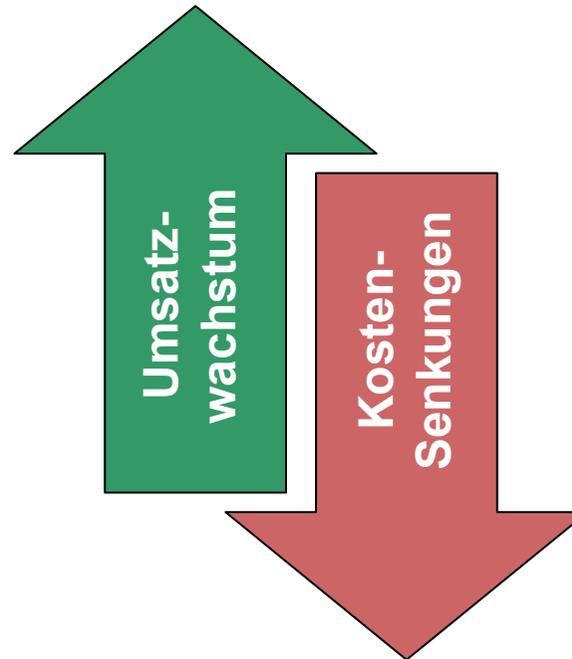


- **Verwaltungsrat bestätigt Devestition** von „Own Brands“
- **Verkaufsprozess** ist im Gang
- VR wird zeitnahe den **Status** kommunizieren

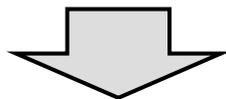
Umsatzwachstum bei gleichzeitiger Steigerung der Effizienz



- Penetration von bestehenden Kernmärkten
- Expansion in neue Märkte
- Erschließung neuer Wachstumstreiber (z.B. Convenience)



- Exzellenz in operativen und administrativen Bereichen
- Outsourcing von nicht-Kernaktivitäten und strukturelle Anpassungen
- Kontinuierliche Verbesserung



Nachhaltiges Wachstum

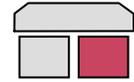


Wettbewerbsfähige
Kostenstrukturen

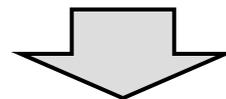
Operative Verbesserung für nachhaltiges EBIT Wachstum

valora

Strategie



- Reduktion der Komplexität in Valoras Geschäftsportfolio
- Aufbau schlanker Strukturen
- Effizienz in zentralen Funktionen
- Zusammenlegung des Hauptsitzes in Muttenz
- Bündelung der Ressourcen auf Kernbereiche

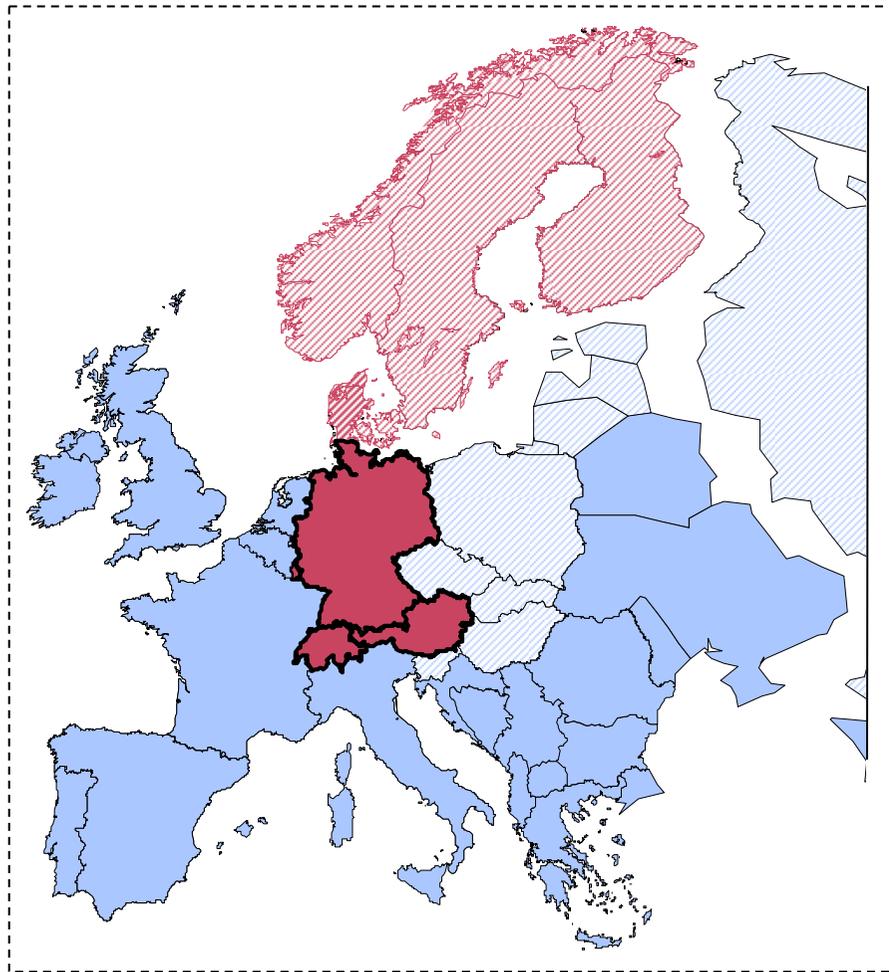


Nachhaltiges Umsatzwachstum von 3-5% p.a. und
EBIT- Wachstum von 10-15% p.a. in den nächsten 3 Jahren

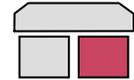
Behauptung in Kernmärkten – weitere Expansion wird geprüft

valora

Strategie



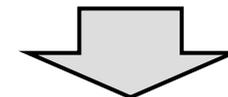
■ Retail & Media



- Verstärktes Wachstum in bestehenden Märkten, Schweiz, Deutschland, Österreich und Luxemburg
- Expansion in weitere europäischen Ländern
- Führungsposition angestrebt

■ Trade

- Bestätigung Strategie Trade Geschäft (Pan-europäisch)
- Organisches, opportunitätsgetriebenes Wachstum



Umsatzwachstum von 3-5% p.a.

- **Strategie Review** des Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung in Zusammenarbeit mit einer renommierten Beratungsfirma
- Valora mit wirtschaftlich **starkem und zukunftsorientiertem Geschäftsportfolio**
- **Grundsätzliche Bestätigung der Strategien** in den Kernbereichen
- Notwendigkeit zur **Fokussierung** und **Beschleunigung** der Umsetzung
- Abbau **Komplexität** und Aufbau **schlanker und schlagkräftiger Struktur** erforderlich
- Verstärktes **Wachstum der Kerngeschäfte** primär in **bestehenden Märkten**, Schweiz, Deutschland, Österreich und Luxemburg und Expansion in weiteren europäischen Ländern
- Weiteres Wachstum in **Convenience**

Veränderung in der Konzernleitung

valora

Strategie

- Peter Wüst gibt nach erfolgreichem Trendwechsel der letzten Monaten seine Funktion als CEO auf eigenen Wunsch ab
- Rolando Benedick wird ab sofort und bis auf weiteres als **Executive Chairman** die Strategie sowie die Organisationsentwicklung aktiv vorantreiben und überwachen
- Suche nach einem neuen CEO und Leiter Retail ist angelaufen
- **Division VMS** wurde **aufgelöst**; IT und Logistik besetzt und dem CEO unterstellt
 - IT: Markus Guggenbühler
 - Logistik: Stefan Gächter

Anträge an die Generalversammlung

valora

Strategie

- **Dividendenausschüttung von CHF 9 pro Aktie**
- Ermächtigung zum **Aktienrückkauf** von max. 500'000 Aktien zwecks Kapitalherabsetzung
- **Reduktion Amtsdauer** der Mitglieder des Verwaltungsrats von drei Jahren auf ein Jahr
- Zur Wahl in den Verwaltungsrat 2008 nominiert:

Person	Expertise
■ Rolando Benedick	Retail
■ Markus Fiechter	IT, Prozesse
■ Franz Julen	Franchise, Retail
■ Conrad Löffel	Finanzen
■ Bernhard Heusler	Legal, M&A

- **Guter Start** in den ersten zwei Monaten legt Grundstein für erfolgreiches Geschäftsjahr 2008
- Fussball-Europameisterschaft 2008 mit deutlich **positivem Impuls** für das Kerngeschäft
- **Business Exzellenz in Retail** wichtigster Erfolgsfaktor:
 - Optimierte und kundennahe Sortimentsgestaltung
 - Aufspüren und Umsetzen neuer Trends
 - PoS Netzoptimierung und innovative Formatkonzepte
 - Finanzielle Transparenz mit geschlossenem Warenwirtschaftssystem
 - „Best-in-class“ Logistik und IT
- Nachhaltiges **Umsatzwachstum** von **3-5% p.a.** und **EBIT- Wachstum** von **10-15% p.a.** in den nächsten 3 Jahren

valora

Q&A

valora