

# valora



Zürich, 28. März 2012

<b>1</b>	<b>Begrüssung und Einführung</b>	<b>R. Benedick</b>
2	Entwicklung 2011	Th. Vollmoeller
3	Erfolgsrechnung und Bilanz	L. Trezzini
4	„Valora 4 Growth“ – Status Wachstumsstrategie	Th. Vollmoeller
5	Ausblick 2012	Th. Vollmoeller
6	Zusammenfassung 2011   Anträge an GV	R. Benedick

# Rückblick Valora 2011

*Wichtige Meilensteine erreicht!*



## Rückblick

- Zufriedenstellendes Ergebnis in sehr herausfordernden Märkten erreicht
- Division Retail erhöht wiederum die Profitabilität
- Schwere Pressemarktcontraktion (Services) konnte nicht kompensiert werden
- Valora Trade integriert erfolgreich neue Kategorie „Cosmetics“
- Weiterhin solide Finanzlage des Konzerns
- Konsequente Umsetzung der Strategie „Valora 4 Growth“
- Neue Zielformulierung aufgrund Wirtschaftslage erforderlich

## FAZIT

- **Valora hat sich 2011 – in einem äusserst schwierigen wirtschaftlichen Umfeld – gut behauptet und neue Akzente für künftiges Wachstum gesetzt!**

1	Begrüssung und Einführung	R. Benedick
2	Entwicklung 2011	Th. Vollmoeller
3	Erfolgsrechnung und Bilanz	L. Trezzini
4	„Valora 4 Growth“ – Status Wachstumsstrategie	Th. Vollmoeller
5	Ausblick 2012	Th. Vollmoeller
6	Zusammenfassung 2011   Anträge an GV	R. Benedick

# Übersicht Geschäftsjahr 2011



*Stabilität im Basisgeschäft | Wichtige Meilensteine für künftiges Wachstum erreicht*

1

## Aussenumsatz wächst | Bereinigtes EBIT stabil

- Aussenumsatz bereinigt\* um mehr als 6 Prozent gesteigert
- Betriebsgewinn (EBIT) ohne Sondereffekte\* auf Vorjahresniveau

2

## Wichtige Akquisitionen 2011 | 2012

- Mit Salty Snacks und ScanCo zwei hochprofitable Akquisitionen getätigt
- Schmelzer-Bettenhausen und Convenience Concept sichern künftiges Wachstum

3

## „Valora 4 Growth“ mit angepassten Zielen für 2015

- G2 – Organisches Umsatzwachstum: stabile Entwicklung erwartet
- G4 – Geographisches Wachstum Trade: wird (nur) opportunistisch weiterverfolgt
- Neue Ziele 2015: Aussenumsatz CHF ~ 3.9 Milliarden, EBIT CHF ~ 110 – 130 Mio.

\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder und Währungseinfluss

# Entwicklung Nettoerlös und Aussenumsatz

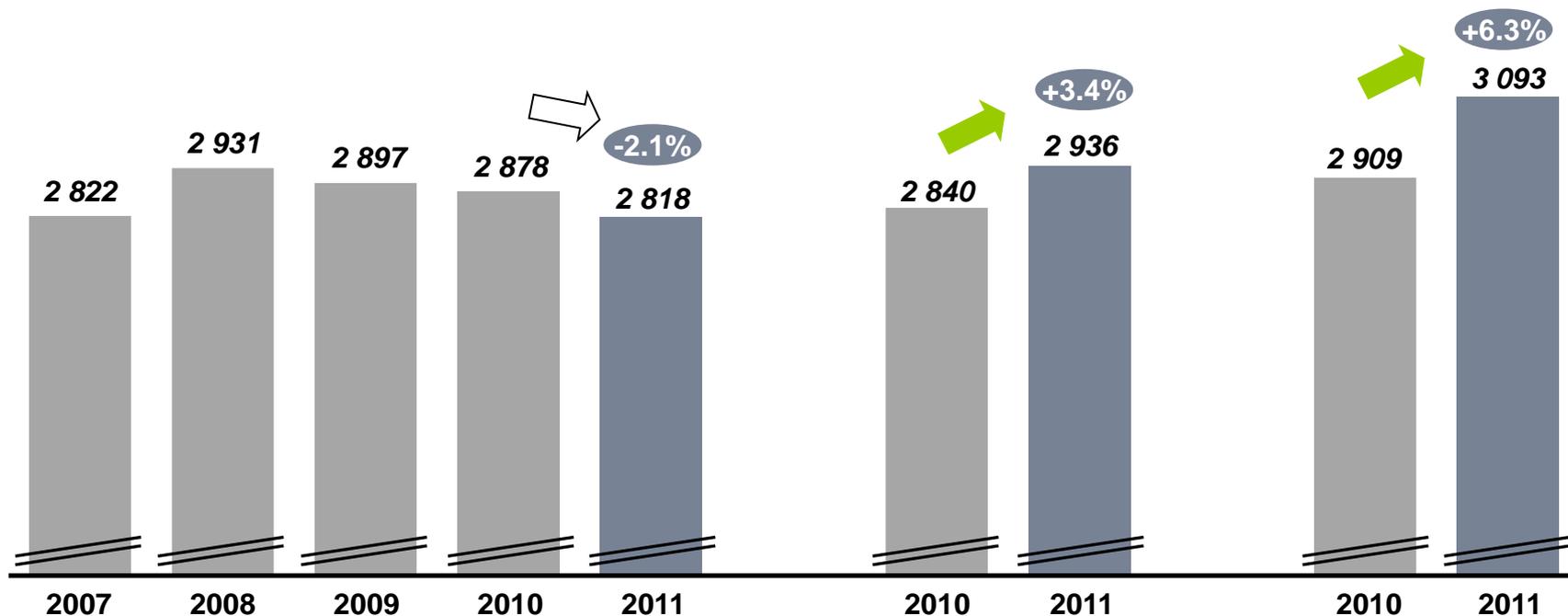
Bereinigter Aussenumsatz steigt um über 6 Prozent in 2011

## Nettoerlös und Aussenumsatz Valora Gruppe in Mio. CHF

Nettoerlös (publiziert)

Nettoerlös (bereinigt\*)

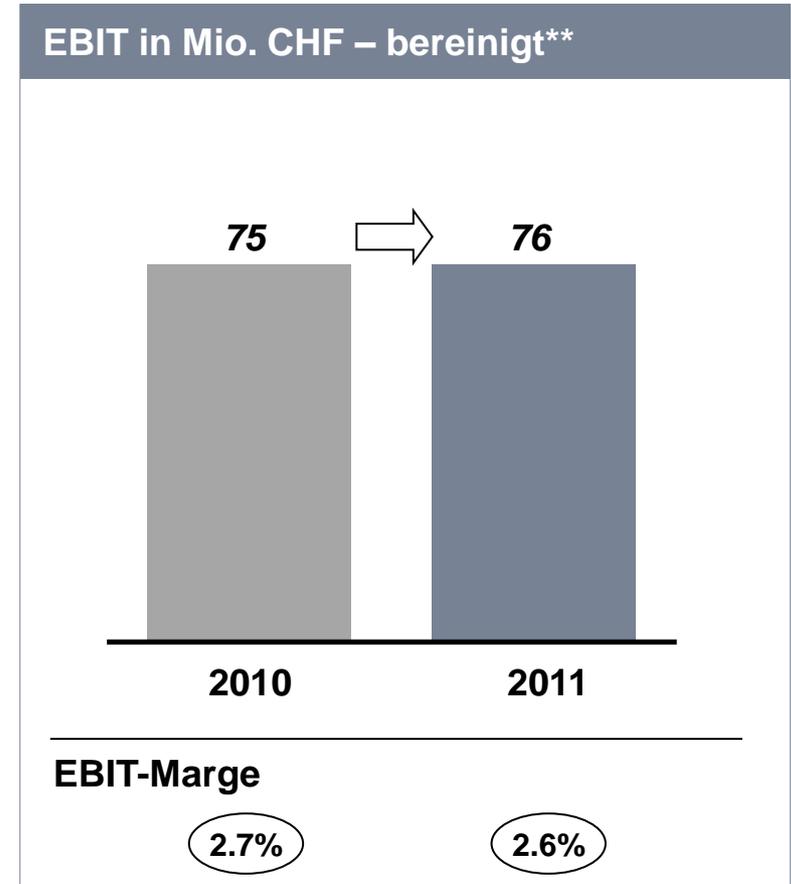
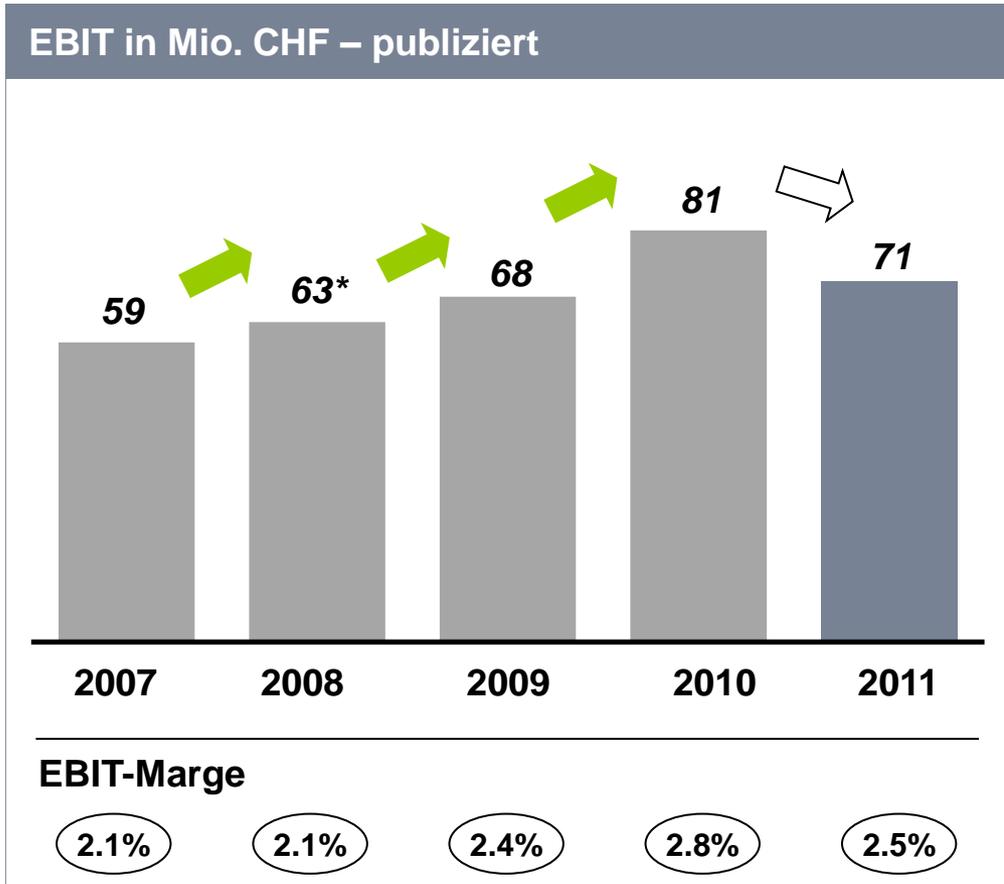
Aussenumsatz (bereinigt\*)



\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder und Währungseinfluss

# Entwicklung Betriebsergebnis

Trotz herausfordernden Märkten EBIT 2011 bereinigt auf Niveau des Vorjahres



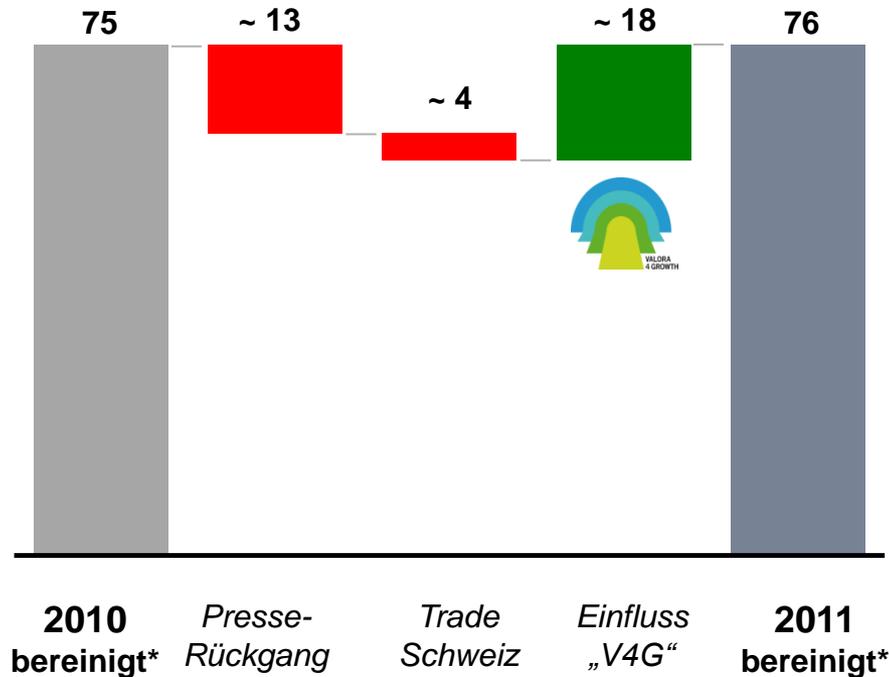
\* ausgenommen Restrukturierungskosten CHF 25 Mio. | \*\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder und Währungseinfluss

# Betriebsergebnis 2011

Erfolgreiche Kompensation der Gegenlaufeffekte durch Wachstumsstrategie

## Herleitung EBIT-Stabilität

in Mio. CHF



## Kommentare

- **Bereinigtes Betriebsergebnis 2011 betrug rund CHF 76 Mio.**
- **Äusserst starker Presserückgang belastete das Jahresergebnis 2011 mit gegen CHF ~ 13 Mio. auf Konzernebene (Retail und Services)**
- **Einkaufstourismus und Parallelimporte der Detailhändler in der Schweiz beeinträchtigten das Volumen der Division Trade stark (negativer Einfluss CHF ~ 4 Mio.)**
- **Positive Effekte (Akquisitionen, Margenverbesserung etc.) der Wachstumsstrategie kompensierten Gegenlaufeffekte komplett (CHF ~ 18 Mio.)**
- **Bereinigtes Betriebsergebnis 2011 entwickelte sich stabil gegenüber Vorjahr**

\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder und Währungseinfluss

# Wichtigste Kennzahlen Geschäftsjahr 2011

Stabile bis wachsende Entwicklung auf bereinigter Stufe

valora

in Mio. CHF

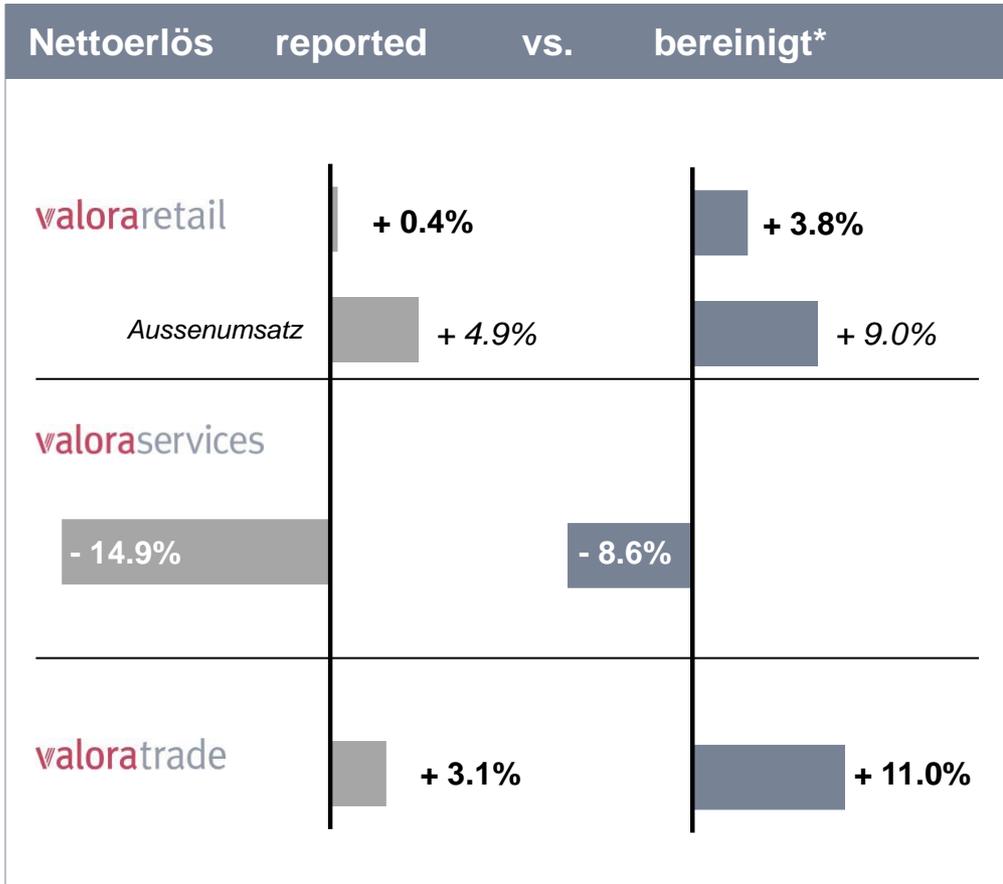
△ ggü. 2010

<b>Aussenumsatz</b> (inkl. Franchiseumsätze)	2 961.9		+ 0.5%
<i>Aussenumsatz bereinigt*</i>	3 093.4		+ 6.3%
<b>Nettoerlös</b>	2 817.9		- 2.1%
<i>Nettoerlös bereinigt*</i>	2 936.4		+ 3.4%
<b>EBIT</b>	70.5		- 13.3%
<i>EBIT bereinigt*</i>	75.8		+ 0.6%
<b>EBIT Marge</b>	2.5%		- 0.3pP
<i>EBIT Marge bereinigt*</i>	2.6%		- 0.1pP
<b>Reingewinn</b>	57.4		- 9.9%

\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder und Währungseinfluss

# Nettoerlös – Entwicklung nach Divisionen 2010 und 2011

Retail und Trade mit guter Entwicklung | Services unter Druck des Pressemarktes



## Kommentare

- Erfreuliches Wachstum der Division Retail trotz angespannter Wirtschaftssituation
  - Deutschland als stärkster Wachstumsmarkt
  - Sehr gute Entwicklung der Bereiche Convenience und Kiosk
- 
- Services mit negativen Sondereffekten aufgrund von fehlenden Umsätzen aus Fussball-Sammelbildern (CHF 28 Mio.) und Währungsumrechnung (CHF 19 Mio.)
  - Aussergewöhnliche Marktcontraktion des Pressemarktes um rund 6% (Schweiz -7%)
- 
- Valora Trade mit zufriedenstellenden Umsätzen in sehr herausforderndem Marktumfeld
  - Sehr gute Entwicklung der Akquisitionen (EMH, Salty Snacks und ScanCo)

\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder und Währungseinfluss (Trade nur Währungseinfluss)

# Nettoerlös – Division Retail: Entwicklung Länder/Formate

Wachstum in ausgewählten und strategisch wichtigen Retailformaten

## Division Retail: Nettoerlöse Land/Format (bereinigt\*)



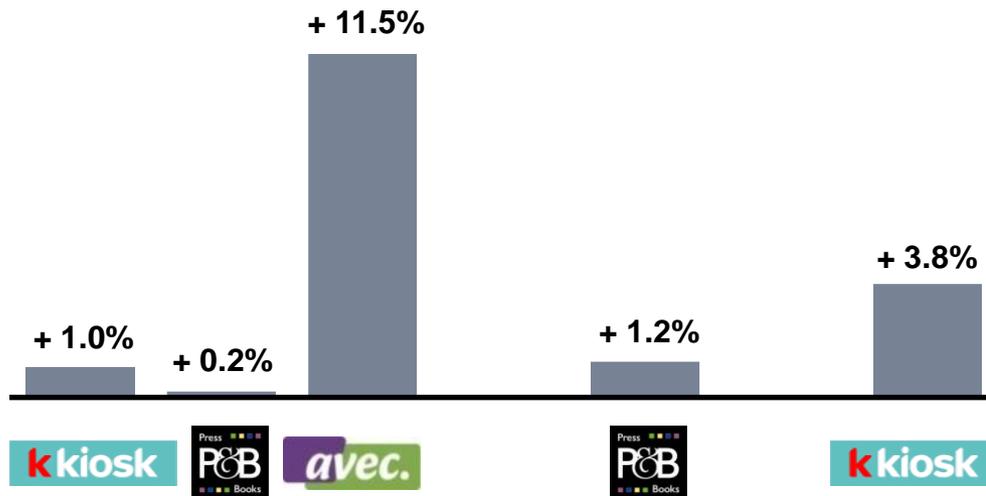
Schweiz



Deutschland



Luxemburg



## Kommentare

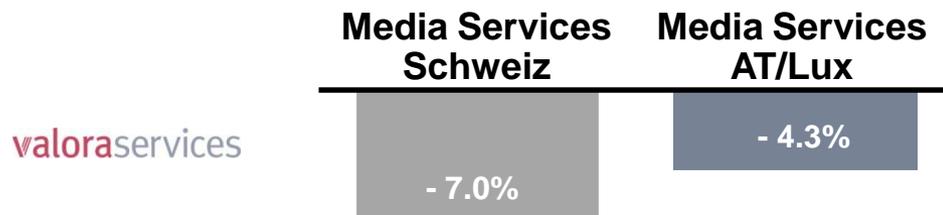
- Alle Formate profitierten von der positiven Entwicklung des öffentlichen Verkehrs (Ausnahme Spettacolo – Schliessungen)
- Kiosk Schweiz mit positiven Effekten aus Umstellungen auf Agentursystem
- Starke Entwicklung des Convenience-Formats avec. basiert auf optimiertem Layout und Sortimenten aus dem Bereich Frische, Food und Gastronomie
- Format P&B (DE) mit erfreulichem Wachstum und modernisierter Marke
- Gute Entwicklung im Luxemburger Kiosk-Business nach Restrukturierung

\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder und Währungseinfluss

# Nettoerlös – Services/Trade

Schweiz als Wachstumshemmer – Entwicklung bei Presse und Trade

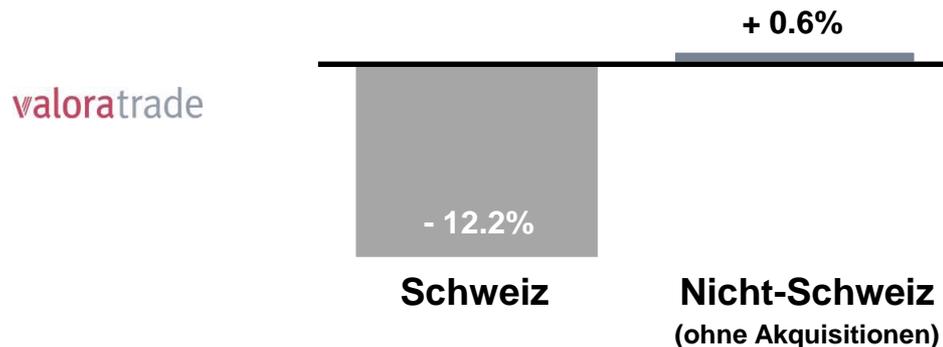
## Division Services: Nettoerlös (bereinigt\*)



## Kommentare Services

- Starker Presseeinbruch fand in ganz Europa statt
- Insbesondere negativ betroffen war die Schweiz mit -7 Prozent
- Verstärkung des allgemein negativen Trends im Bereich Presse

## Division Trade: Nettoerlös (bereinigt\*)



## Kommentare Trade

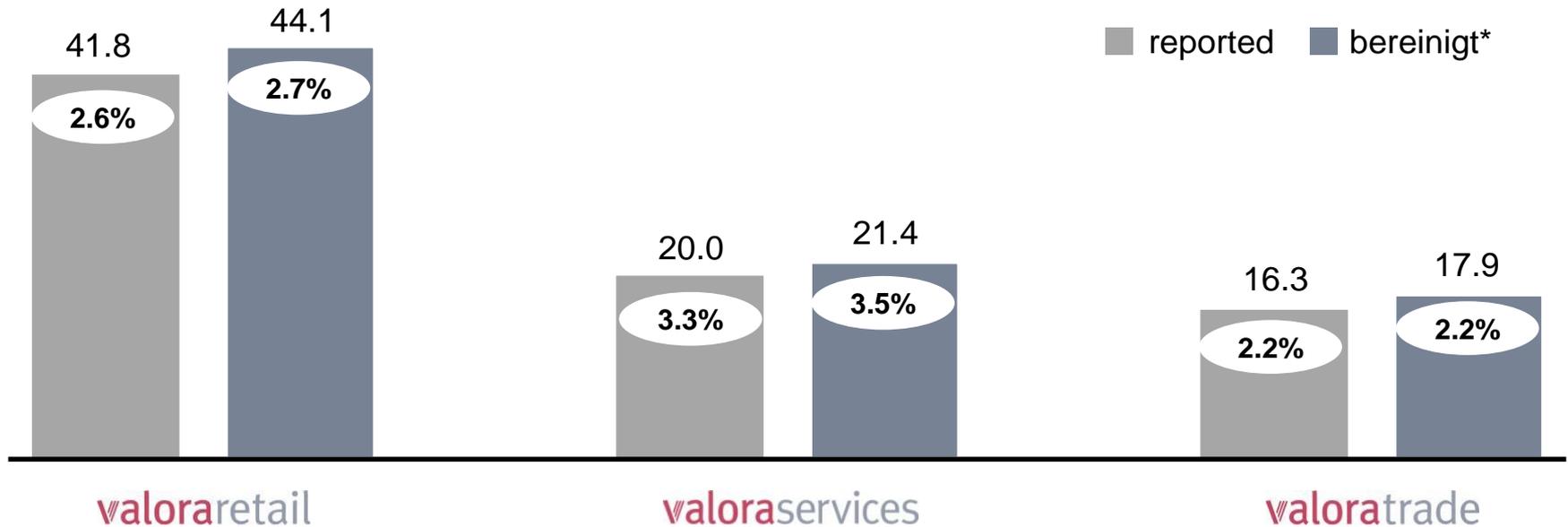
- Schwacher Euro verstärkt auf breiter Front den Schweizer Einkaufstourismus
- „Delistings“ von einzelnen Produkten bei grossen Detailhändlern
- Sprunghafte Zunahme von Parallelimporten durch den Schweizer Einzelhandel

\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder und Währungseinfluss (Trade nur Währungseinfluss)

# EBIT – Vergleich nach Divisionen

Division Retail mit deutlicher Verbesserung gegenüber Vorjahr

## Betriebsergebnis nach Division (in Mio. CHF)



## Veränderung gegenüber Vorjahr in Mio. CHF



\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder und Währungseinfluss

---

# Agenda

---

1	Begrüssung und Einführung	R. Benedick
2	Entwicklung 2011	Th. Vollmoeller
<b>3</b>	<b>Erfolgsrechnung und Bilanz</b>	<b>L. Trezzini</b>
4	„Valora 4 Growth“ – Status Wachstumsstrategie	Th. Vollmoeller
5	Ausblick 2012	Th. Vollmoeller
6	Zusammenfassung 2011   Anträge an GV	R. Benedick

# Valora Konzern 2011



Teilweise deutliche Steigerung der Umsätze trotz herausfordernden Märkten

in Mio. CHF	2011	2010	Delta
<b>Aussenumsatz</b>	<b>2 961.9</b>	<b>2 946.5</b>	<b>+0.5%</b>
<i>Aussenumsatz bereinigt*</i>	<i>3 093.4</i>	<i>2 909.2</i>	<i>+6.3%</i>
<b>Nettoerlös</b>	<b>2 817.9</b>	<b>2 877.7</b>	<b>-2.1%</b>
<i>Nettoerlös bereinigt*</i>	<i>2 936.4</i>	<i>2 840.4</i>	<i>+3.4%</i>
<b>Bruttogewinn</b>	<b>876.4</b>	<b>875.2</b>	<b>+0.1%</b>
<i>Bruttogewinn-Marge</i>	<i>31.1%</i>	<i>30.4%</i>	<i>+0.7pP</i>
<b>Betriebskosten</b>	<b>-813.9</b>	<b>-802.6</b>	<b>+1.4%</b>
<i>Betriebskosten in % Nettoerlös</i>	<i>28.9%</i>	<i>27.9%</i>	<i>+1.0pP</i>
Sonstige Erträge	8.0	8.7	-7.8%
<b>EBIT</b>	<b>70.5</b>	<b>81.3</b>	<b>-13.3%</b>
<i>EBIT bereinigt*</i>	<i>75.8</i>	<i>75.4</i>	<i>+0.6%</i>
<b>EBIT-Marge</b>	<b>2.5%</b>	<b>2.8%</b>	<b>-0.3pP</b>
<i>EBIT-Marge bereinigt*</i>	<i>2.6%</i>	<i>2.7%</i>	<i>-0.1pP</i>

## Kommentare

- Erfolgreiche Steigerung des Aussenumsatzes dank Wachstum im Basisgeschäft Retail (u.a. avec.) und Integration tabacon & ScanCo
- Erfreulicher Nettoerlös, jedoch durch starken Währungseffekt im Umfang von rund CHF -120 Mio. beeinträchtigt
- Bedeutende Steigerung der Bruttogewinnmarge basiert auf Optimierung Sortimente, Ausbau Franchising und Akquisitionen
- Deutlich höhere Effizienz im Bereich Personalkosten, Zusatzkosten aus Erweiterung des Konsolidierungskreises
- Stabiles Betriebsergebnis von CHF 75.8 Mio. nach Ausklammerung der Sondereffekte Währungseinfluss (CHF -5.3 Mio.) und Fussball-Sammelbilder (CHF -5.9 Mio.)

\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder und Währungseinfluss

# Valora Retail 2011

Erfreuliches Wachstum auf allen Ebenen



in Mio. CHF	2011	2010	Delta
<b>Aussenumsatz</b>	<b>1 760.8</b>	<b>1 678.8</b>	<b>+4.9%</b>
<i>Aussenumsatz bereinigt*</i>	<i>1 819.0</i>	<i>1 669.1</i>	<i>+9.0%</i>
<b>Nettoerlös</b>	<b>1 613.2</b>	<b>1 606.5</b>	<b>+0.4%</b>
<i>Nettoerlös bereinigt*</i>	<i>1 658.3</i>	<i>1 596.9</i>	<i>+3.8%</i>
<b>Bruttogewinn</b>	<b>570.5</b>	<b>566.1</b>	<b>+0.8%</b>
<i>Bruttogewinn-Marge</i>	<i>35.4%</i>	<i>35.2%</i>	<i>+0.2pP</i>
<b>Betriebskosten, netto</b>	<b>-528.7</b>	<b>-524.4</b>	<b>+0.8%</b>
<b>EBIT</b>	<b>41.8</b>	<b>41.7</b>	<b>+0.2%</b>
<i>EBIT bereinigt*</i>	<i>44.1</i>	<i>39.7</i>	<i>+11.1%</i>
<b>EBIT-Marge</b>	<b>2.6%</b>	<b>2.6%</b>	<b>+0.0pP</b>
<i>EBIT-Marge bereinigt*</i>	<i>2.7%</i>	<i>2.5%</i>	<i>+0.2pP</i>

\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder und Währungseinfluss

## Kommentare

- Sehr gute Umsatzentwicklung in einem für den Detailhandel sehr schwierigen Jahr
- Steigerung der bereinigten Nettoerlöse insbesondere im Bereich Convenience (+11.5%), Retail Deutschland (CHF +31 Mio.) sowie Kiosk Luxemburg (+3.8%)
- Kiosk Schweiz mit verbessertem Nettoerlös (+1%) aufgrund Ausbau Agenturnetzwerk (160 Agenturen) und trotz starkem Negativtrend bei Presse
- Leicht erhöhte Betriebskosten basieren auf Umsatzzanstieg und Akquisitionen
- Verbessertes Betriebsergebnis von CHF 44.1 Mio. nach Bereinigung der beiden Sonderfaktoren FX-Effekt (CHF -2.3 Mio.) und WM-Effekt (CHF -2.0 Mio.)
- Positive Entwicklung der bereinigten Betriebsergebnismarge

# Valora Services 2011



Starke Kostenkontrolle und neue Dienstleistungen gegen schwachen Markt

in Mio. CHF	2011	2010	Delta
<b>Nettoerlös</b>	<b>599.7</b>	<b>705.1</b>	<b>-14.9%</b>
<i>Nettoerlös bereinigt*</i>	<i>618.9</i>	<i>677.5</i>	<i>-8.6%</i>
<b>Bruttogewinn</b>	<b>122.7</b>	<b>144.6</b>	<b>-15.2%</b>
<i>Bruttogewinn-Marge</i>	<i>20.4%</i>	<i>20.5%</i>	<i>-0.1pP</i>
<b>Betriebskosten, netto</b>	<b>-102.7</b>	<b>-116.3</b>	<b>-11.7%</b>
<b>EBIT</b>	<b>20.0</b>	<b>28.3</b>	<b>-29.6%</b>
<i>EBIT bereinigt*</i>	<i>21.4</i>	<i>24.5</i>	<i>-12.4%</i>
<b>EBIT-Marge</b>	<b>3.3%</b>	<b>4.0%</b>	<b>-0.7pP</b>
<i>EBIT-Marge bereinigt*</i>	<i>3.5%</i>	<i>3.6%</i>	<i>-0.1pP</i>

## Kommentare

- Anhaltende Verschlechterung des Pressemarktes in allen Ländergesellschaften
- Rückgang der Nettoerlöse um -8.6% nach Bereinigung Währungseffekt (CHF -19 Mio.) und WM Effekt (CHF -28 Mio.)
- Besonders starker Einbruch im Pressegeschäft Schweiz (-7%)
- Tiefmargiger Grosshandel Schweiz mit um CHF 31 Mio. reduziertem bereinigtem Umsatz (Wegfall Grosskunde)
- Starke Kostenkontrolle im Personal- und Logistikbereich
- Neue Logistikdienstleistungen erfolgreich gestartet und selbständiger Marktauftritt als „nilo – Night Logistics“ seit März 2012

\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder und Währungseinfluss

# Valora Trade 2011

Starker Umsatzschub aufgrund erfolgreicher Akquisitionen



in Mio. CHF	2011	2010	Delta
<b>Nettoerlös</b>	<b>744.5</b>	<b>721.8</b>	<b>+3.1%</b>
<i>Nettoerlös bereinigt*</i>	<i>801.2</i>	<i>721.8</i>	<i>+11.0%</i>
<b>Bruttogewinn</b>	<b>172.2</b>	<b>154.7</b>	<b>+11.3%</b>
<i>Bruttogewinn Marge</i>	<i>23.1%</i>	<i>21.5%</i>	<i>+1.6pP</i>
<b>Betriebskosten, netto</b>	<b>-155.9</b>	<b>-137.0</b>	<b>+13.8%</b>
<b>EBIT</b>	<b>16.3</b>	<b>17.7</b>	<b>-7.9%</b>
<i>EBIT bereinigt*</i>	<i>17.9</i>	<i>17.7</i>	<i>+1.1%</i>
<b>EBIT Marge</b>	<b>2.2%</b>	<b>2.5%</b>	<b>-0.3pP</b>
<i>EBIT Marge bereinigt*</i>	<i>2.2%</i>	<i>2.5%</i>	<i>-0.3pP</i>

## Kommentare

- **Norwegen, Deutschland und Schweden mit grösstem bereinigtem Umsatzzuwachs**
- **Schweizer Ländergesellschaft mit Umsatzeinbusse von 12.2% getrieben durch hohe Parallelimporte, Einkaufstourismus und Konsumzurückhaltung**
- **Deutliche Steigerung der Bruttogewinnmarge um 1.6 Prozentpunkte aus Erweiterung des Sortiments um die Kategorie „Cosmetics“**
- **Kostenniveau erhöhte sich akquisitionsbedingt**
- **EBIT-Marge mit 2.2% innerhalb des strategischen Profitabilitätslevels von 2 bis 3 Prozent**

\* bereinigt um Währungseinfluss

# Reingewinn Geschäftsjahr 2011

Zufriedenstellender Reingewinn in einem schwierigen Geschäftsjahr

in Mio. CHF	2011	2010	Delta
<b>EBIT</b>	<b>70.5</b>	<b>81.3</b>	<b>-13.3%</b>
<i>EBIT bereinigt*</i>	75.8	75.4	+0.6%
Finanzerfolg, netto	-3.7	-7.9	+52.6%
Ant. Ergebnis assoz. Ges. und JV	0.3	0.7	-64.9%
<b>Gewinn vor Ertragssteuern</b>	<b>67.0</b>	<b>74.2</b>	<b>-9.6%</b>
Ertragssteuern	-10.0	-12.5	+19.7%
<b>Reingewinn aus fortgef. Bereichen</b>	<b>57.0</b>	<b>61.7</b>	<b>-7.5%</b>
Reingewinn aus aufgeg. Bereichen	0.3	1.9	-83.6%
<b>Reingewinn Konzern</b>	<b>57.4</b>	<b>63.6</b>	<b>-9.9%</b>
Steuerquote	14.9%	16.8%	-1.9pP

## Kommentare

- Erfreuliche Entwicklung des Finanzerfolgs (netto) dank frühzeitiger Absicherung von Fremdwährungsrisiken
- Hohe Bonität des Konzerns ermöglichte die Erneuerung des Syndikatskredits zu günstigen Bedingungen
- Steuerquote liegt 2 Prozentpunkte tiefer als im Vorjahr und damit am unteren Ende der mittel- bis langfristigen Erwartung

\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder und Währungseinfluss

# Kennzahlen Bilanz

Hohe Eigenkapitalquote und optimiertes Nettoumlaufvermögen



in Mio. CHF	2011	2010	Delta	Kommentare
<b>Flüssige Mittel</b>	<b>109.6</b>	<b>130.5</b>	<b>-16.0%</b>	■ Verbessertes „Cash-Pooling“ führt zu einer Reduzierung der Flüssigen Mittel
<b>Eigenkapital</b>	<b>462.3</b>	<b>478.1</b>	<b>-3.3%</b>	■ Eigenkapitalquote mit 41.9% auf hohem Niveau
<i>Eigenkapitalquote</i>	<i>41.9%</i>	<i>43.6%</i>	<i>-1.7pP</i>	■ Höhere Nettoverschuldung bedingt durch Akquisitionen
<b>Nettoverschuldung</b>	<b>41.0</b>	<b>14.1</b>	<b>+26.9</b>	■ Steigerung des FCF vor Akquisitionen um CHF 12.5 Mio. auf CHF 51.7 Mio.
<b>Net Working Capital (NWC)</b>	<b>117.3</b>	<b>125.4</b>	<b>-6.4%</b>	■ Erfolgreiche Senkung des NWC auf 4.2% der Nettoerlöse
<i>NWC in % des Nettoerlös</i>	<i>4.2%</i>	<i>4.4%</i>	<i>-0.2pP</i>	

# Agenda

1	Begrüssung und Einführung	R. Benedick
2	Entwicklung 2011	Th. Vollmoeller
3	Erfolgsrechnung und Bilanz	L. Trezzini
4	<b>„Valora 4 Growth“ – Status Wachstumsstrategie</b>	<b>Th. Vollmoeller</b>
5	Ausblick 2012	Th. Vollmoeller
6	Zusammenfassung 2011   Anträge an GV	R. Benedick

# Wachstumsstrategie „Valora 4 Growth“

Vielversprechende initiierte Massnahmen in 2011



Initiative	Zielwerte 2011 – 2015	Initiativen in 2011
	<b>Organisches Margenwachstum</b> + 0.2 Prozentpunkte p.a.	<ol style="list-style-type: none"><li>1 Ausbau Agentursystem beim Format kiosk in der Schweiz</li></ol>
	<b>Organisches Umsatzwachstum</b> + 2% pro Jahr	<ol style="list-style-type: none"><li>2 Optimierung Wareneinkauf Handels- und Nicht-Handelsware</li></ol>
	<b>Anorganisches Wachstum Retail/Services</b> CHF Ø 150 – 200 Mio. p.a.	<ol style="list-style-type: none"><li>3 Aufbau Kiosk der Zukunft (Kiosk 3.0)</li><li>4 Erweiterung Logistikdienstleistungen</li></ol>
	<b>Anorganisches Wachstum Trade</b> CHF Ø 100 – 150 Mio. p.a.	<ol style="list-style-type: none"><li>5 Zukauf Convenience Concept in Deutschland</li><li>6 Erweiterung Retail-Kompetenz mit Akquisition Schmelzer-Bettenhausen (AT)</li><li>7 Ausbau „Cosmetics“ mittels Zukauf von ScanCo</li><li>8 Vergrößerung Produktpalette mit Salty Snacks</li></ol>

# Valora 4 Growth – G1 Organisches Margenwachstum

Beispiel Agentursystem und zentralisierter Einkauf



- Ziele**
- Stärkung Unternehmertum
  - Steigerung Umsatzwachstum
  - Erhöhung Profitabilität des kiosk

- Ziele**
- Erhöhung Professionalisierungsgrad
  - Erneuerung Konditionen- und Vertragsmanagement
  - Aufbau Transparenz und Reporting

- Status**
- Per März 2012 180 Agenturen
  - Umsatz + 3% | Kosten - 6%
  - Per Ende 2012 Ziel 300 Agenturen

- Status**
- Potenzialanalyse erstellt
  - Gespräche mit Top 25 Lieferanten geführt
  - Erste Quick-Wins in 2011 realisiert

# Valora 4 Growth – G2 Organisches Umsatzwachstum

Beispiel Kiosk 3.0 und Logistikdienstleistungen

valora



## Kiosk 3.0



## Ziele

- Steigerung der Profitabilität
- Verdoppelung Food- und Getränkesortimente
- Straffung Pressesortiment

## Status

- Teststore in Therwil erfolgreich angelaufen
- Umsatz Food um ~ 15% gesteigert
- Start Roll-out Kiosk 3.0 in H1 2012

## Logistik Schweiz



## Ziele

- Auslastung vorhandene Infrastruktur
- Nutzung kompetitive Vorteile
- Teilweise Kompensation Presse-Rückgang

## Status

- „Optics“ seit Mitte 2011 implementiert
- 11 Versandhändler unter Vertrag
- „nilo“ seit März 2012 am Markt

# Valora 4 Growth – G3 Anorg. Wachstum Retail/Services

Beispiel Convenience Concept und Schmelzer-Bettenhausen



Convenience Concept (DE)



Schmelzer (AT)



## Ziele

- Konsolidierung Kioskmarkt Deutschland
- Etablierung Franchisekonzept
- Internationalisierung kiosk

## Ziele

- Eintritt in neue und verwandte Märkte
- Erweiterung Travel-Location Netzwerk
- Retail-Abdeckung komplette D-A-CH Region (sowie Lux)

## Status

- Akquisition Convenience Concept (CC) mit 1 300 Stores (Franchiser/Partner – davon ca. 150 Convenience Stores)
- Marktführerschaft in Deutschland
- Integrationsarbeiten CC gestartet

## Status

- Übernahme von Schmelzer (grösster Bahnhof-Buchhändler in Österreich)
- Exzellente Standorte an wichtigsten Bahnhöfen und Flughafen Wien
- 1. P&B in Salzburg im April 2012

# Fokus: Convenience Concept

Geplante Steigerung des EBITDA um über 60 Prozent bis 2015

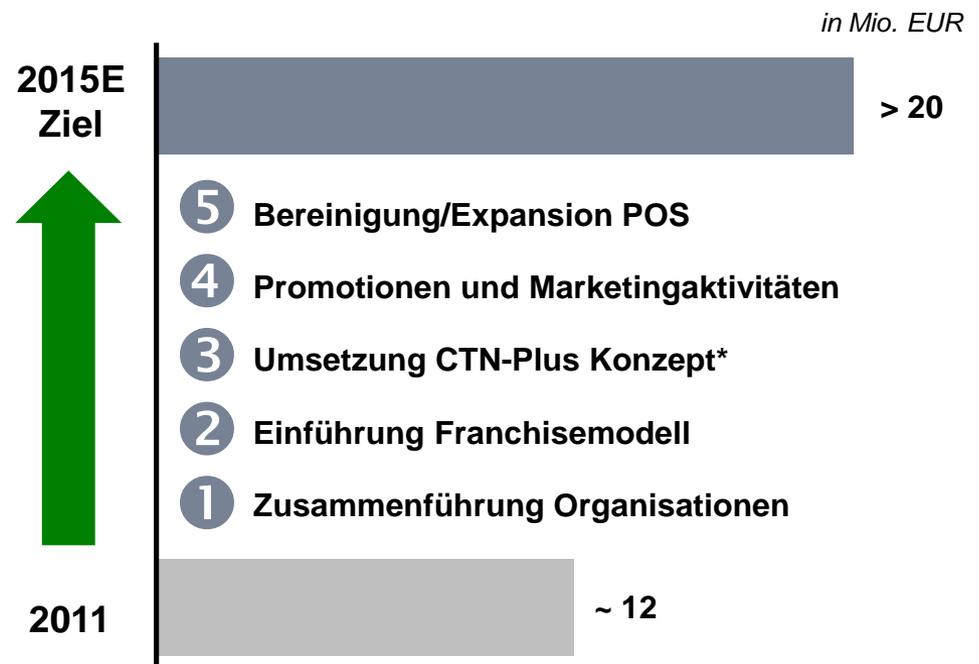
valora



## Status

- Bestätigung vom Bundeskartellamt Ende Februar 2012 erhalten
- Closing auf 2. April 2012 terminiert
- Erste Umsetzungsschritte werden ab April 2012 in Angriff genommen
- Aufgrund von Integrationskosten wird für 2012 mit einem geringen Ergebnisbeitrag (EBIT) gerechnet

## Herleitung Ergebnisverbesserung bis 2015 (EBITDA)



\* CTN-Plus – Confectionery, tobacco, newspaper + food

# Valora 4 Growth – G4 Anorganisches Wachstum Trade

Beispiel ScanCo und Salty Snacks

valora



## Scandinavian Cosmetics



## Ziele

- Erlangung einer starken Position in neuer Kategorie mit hohem Wachstum
- Senkung Anteil Food-Kategorie
- Erhöhung der Profitabilität mittels hochmargigen Kategorien

## Status

- Übernahme Kosmetikdistributor ScanCo (23% Marktanteil in Schweden)
- Umsatz p.a. CHF ~75m / EBIT  $\geq$  4%
- Integration vollzogen

## Salty Snacks



## Ziele

- Opportunistischer Ausbau der Distribution in Nischenmärkten
- Wiedererlangung der kritischen Grösse in Deutschland nach Abgang Principal aufgrund Verkauf „Own Brands“

## Status

- Akquisition des Nischendistributors Salty Snacks in Deutschland
- Umsatz p.a. CHF ~ 12m / EBIT  $\geq$  4%
- Erweiterung der Produktpalette mittels profitabler Kategorie „Salzgebäck“

# Beurteilung ursprüngliche Ziele „Valora 4 Growth 2010“

Herausforderungen im Bereich G2 und G4 im Geschäftsjahr 2012

Initiative	Hauptmassnahmen (Division)	Ziele	Erreichbarkeit 2015
 <b>Organisches Margenwachstum</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Weiterer Ausbau Agentursystem k kiosk (Retail)</li> <li>■ Optimierung Einkauf/Promotionen (Retail)</li> <li>■ Zentralisierung admin. Funktionen (Services)</li> <li>■ Operative Effizienzmassnahmen (Trade)</li> </ul>	+ 0.2%P p.a.	
 <b>Organisches Umsatzwachstum</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Roll-out avec./P&amp;B Schweiz (Retail)</li> <li>■ Neue Dienstleistungen/Sortimente bei k kiosk (Retail)</li> <li>■ Zusätzliche Logistikdienstleistungen (Services)</li> <li>■ Wachstum mit bestehenden/neuen Principals (Trade)</li> </ul>	+ 2% p.a.	
 <b>Anorganisches Wachstum Retail/Services</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Expansion Kiosk Deutschland</li> <li>■ Akquisition/Roll-out neuer (Travel Retail) Formate</li> </ul>	Ø CHF 150-200 Mio. p.a.	
 <b>Anorganisches Wachstum Trade</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Neue Kategorien in bestehenden Märkten</li> <li>■ Kauf führender Distributoren in neuen Märkten</li> </ul>	Ø CHF 100-150 Mio. p.a.	 

# Anpassung I: Organisches Umsatzwachstum

Im „traditionellen“ Geschäft angepeiltes organisches Wachstum in 2012 nicht erreichbar

Initiative	Division	Ziele V4G	
		ursprünglich (2010)	NEU
 <p><b>G2</b></p> <p><b>Organisches Umsatzwachstum</b> 2 Prozent pro Jahr durch Ausbau der heutigen Aktivitäten</p>	valoraretail	~ + 2%	~ + 2%
	valoraservices	~ -1%	~ -5 bis -10%
	valoratrade	~ + 3%	~ + 2 - 3%
	valora	~ + 2%	max. 0%

# Anpassung II: Anorganisches Wachstum Trade

Im Bereich Nischendistribution Ziele erreicht |  
 Repositionierung „klassisches Trade-Business“ nötig

## Initiative



**Anorganisches Wachstum Trade**  
 Anorganisches Wachstum  
 Trade  
 CHF Ø 100 – 150 Mio. p.a.

## Akquisitionen

G4 a)  
Nischendistribution

G4 b)  
Regionale Expansion  
„klassisches“ Trade Business

~ 200



~ 400



„Lücke“

Salty Snacks

Scandinavian  
Cosmetics



~ 45

~ 10

~ 75

~ 70

~ 250 –  
350

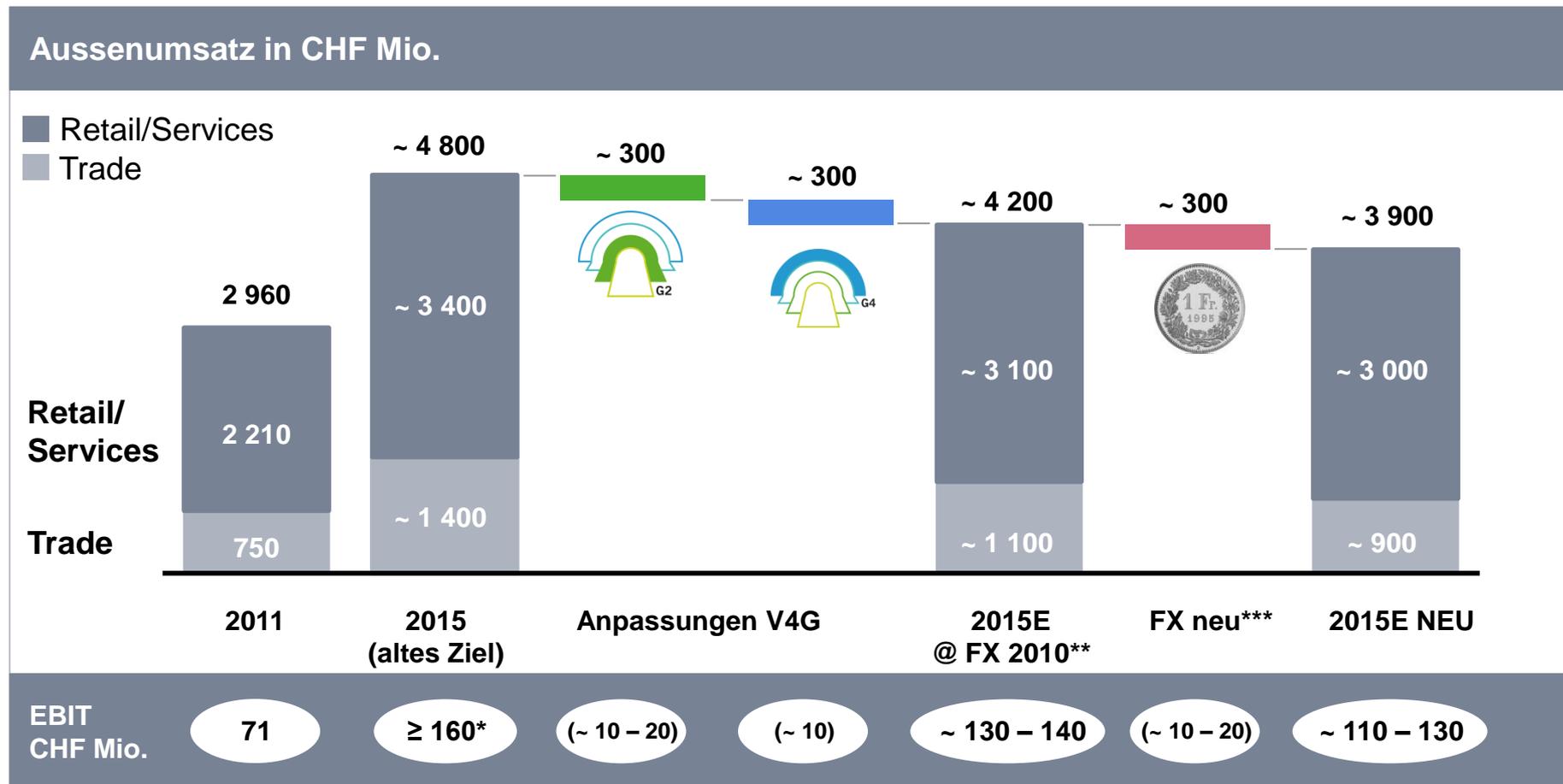
~ 50 –  
150

Neues  
Ziel

Überprüfung  
Ziele aufgrund  
Marktentwicklung  
Schweiz

# Valora 2015: Übersicht neue Ziele

Aussenumsatz von ca. CHF 3.9 Mia. und EBIT-Marge von rund 3 Prozent



\* „Verdoppelung EBIT 2010“ (CHF 81 Mio.) | \*\* Ø Kurs 2010 CHF/EUR 1.38 | \*\*\* Kurs CHF/EUR 1.23

---

# Agenda

---

1	Begrüssung und Einführung	R. Benedick
2	Entwicklung 2011	Th. Vollmoeller
3	Erfolgsrechnung und Bilanz	L. Trezzini
4	„Valora 4 Growth“ – Status Wachstumsstrategie	Th. Vollmoeller
<b>5</b>	<b>Ausblick 2012</b>	<b>Th. Vollmoeller</b>
6	Zusammenfassung 2011   Anträge an GV	R. Benedick

# Chancen und Herausforderungen | Exogene Effekte 2012

Ergebnisverbesserung gegenüber 2011 erwartet

## Pressemarkt CH

Aktuell Schweiz  
ca. - 9 Prozent zu  
Vorjahr



Weitere Verschlechterung

## Fussball-Sammelbilder



EBIT CHF ~ 3 – 4 Mio.

Erwartung 2012:  
Ergebnis-  
verbesserung  
gegenüber 2011

## Retailmarkt Schweiz



Konsumentenstimmung

## Währungseffekte



FX CHF/EUR 1.23 vs. 1.20

## Verbesserung Marge



Einkauf, Agenturen, nilo...

## Akquisitionen



...und weitere Add-on  
Akquisitionen

HERAUSFORDERUNGEN

CHANCEN

# Agenda

1	Begrüssung und Einführung	R. Benedick
2	Entwicklung 2011	Th. Vollmoeller
3	Erfolgsrechnung und Bilanz	L. Trezzini
4	„Valora 4 Growth“ – Status Wachstumsstrategie	Th. Vollmoeller
5	Ausblick 2012	Th. Vollmoeller
<b>6</b>	<b>Zusammenfassung 2011   Anträge an GV</b>	<b>R. Benedick</b>

# Zusammenfassung 2011 und Anträge an Generalversammlung 2012

## Zusammenfassung

- 1** Zufriedenstellendes Resultat unter schwierigen Marktbedingungen in 2011 erreicht
- 2** Operative Anpassungen zeigen gute Erfolge (Agenturen, Convenience, Sortimente)
- 3** Umsetzung Strategie schreitet voran | Hohe Qualität der getätigten Akquisitionen bestätigt
- 4** Mit Convenience Concept vielversprechender Zukauf in 2012 getätigt

## Anträge Generalversammlung 2012

- 1** Gleichbleibende Dividende von CHF 11.50 pro Aktie beantragt
- 2** Wiederwahl aller Mitglieder des Verwaltungsrats vorgeschlagen
- 3** Konsultative Abstimmung Entschädigungsbericht 2011

.....

## **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 2012

19. April 2012

Halbjahresabschluss 2012

23. August 2012

Please visit our website for more information regarding **VALORA**  
[www.valora.com](http://www.valora.com)

valora