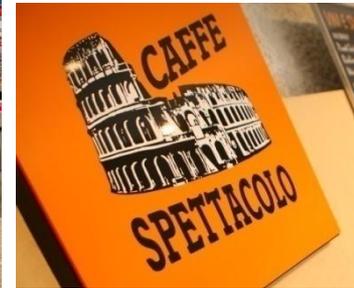


valora



Akquisition

CC CONVENIENCE
CONCEPT



CIGO ServiceStore **DB**
Cigarettes and more

TABAK-BÖRSE

STORE

kio

30. Januar 2012

1	Strategischer Nutzen und Kernelemente der Transaktion
2	Retailmarkt Deutschland Europa
3	Convenience Concept: Übersicht und weitere Entwicklung
4	Valora Retail 2012/2013

Akquisition Convenience Concept durch Valora

Erwerb des grössten Kiosk-Netzwerks in Deutschland mit 1 300 Verkaufsstellen

Strategischer Nutzen der Transaktion

- Einmalige Gelegenheit zur Expansion und Erlangung einer bedeutenden Marktposition in Deutschland
- Äusserst starke Konformität mit „Valora 4 Growth“ Strategie
- Valora wird zum bevorzugten Partner der grossen Systemvermieter
- Deutliches Potential für nachhaltige Wertschöpfung vorhanden
- Neu erlangtes Verkaufsstellen-Portfolio unterstützt die weitere Wachstumsstrategie
- Bedeutendes Synergiepotential
- Nutzung und Ausbau vorhandenes Know-How im Bereich Franchising mittels zusätzlichen ~1 300 POS



Wachstumsstrategie „Valora 4 Growth“

G3: Gesetzte Ziele in Deutschland erreicht

„Valora 4 Growth“ Wachstumsziele bis 2015



Organisches Margenwachstum
Verbesserung um 0.2 Prozentpunkte pro Jahr



Organisches Umsatzwachstum
2 Prozent pro Jahr durch Ausbau der heutigen Aktivitäten



Anorganisches Wachstum Retail/Services
Expansion als europäischer Micro-Retailer mit insgesamt fünf bis sechs Formaten



Anorganisches Wachstum Trade
Ausbau des grössten paneuropäischen Distributors

G3 Anorganisches Wachstum Retail/Services

G3 a)

Ausbau Kiosknetzwerk in Deutschland



Ziele 2015

- ~ 1 000 PoS in Deutschland
- ~ CHF 700 Mio. (Aussen-) Umsatz

G3 b)

Akquisition/Roll-out neuer (Travel-) Formate



Ziele 2015

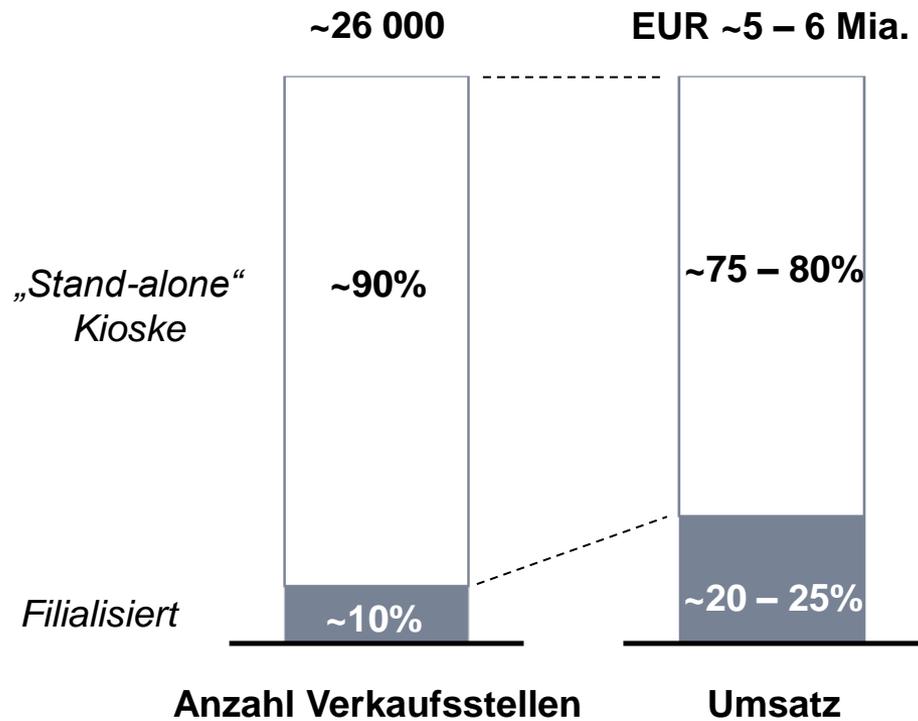
- ~ 200 PoS
- ~ CHF 200 Mio. (Aussen-) Umsatz

1	Strategischer Nutzen und Kernelemente der Transaktion
2	Retailmarkt Deutschland Europa
3	Convenience Concept: Übersicht und weitere Entwicklung
4	Valora Retail 2012/2013

Ausbau des Kiosknetzwerks in Deutschland

Valora erwirbt innerhalb von 18 Monaten die #1 und #4 des deutschen Kioskmarktes

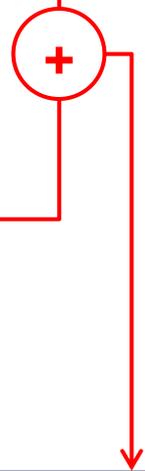
Übersicht Kioskmarkt Deutschland*



Top 5 Marktplayer 2010*

Rang Name # POS

1	CONVENIENCE CONCEPT	~1 300
2	DTV TABAK	~220
3	Eckert.	~200
4	tabacon	~180
5	WOLSDORFF	~150



▶ Grösster Marktplayer in Deutschland mit ~1 500 Kiosk-Verkaufsstellen und rund 10% Marktanteil

* Quelle: Nielsen | EBS Business School | Geschäftsberichte

Übersicht Retailmarkt Europa

Valora neu #2 im europäischen Kleinflächenretailmarkt mit 2 900 Verkaufsstellen

Europäische Kleinflächenretailer	Rang	Name	Umsatz*	#POS	Heimmarkt
	1		3.4	3 350	S-/SW-Europa
	2		2.2** 1.6	2 900 1 600	DACH & LUX
	3		1.9	1 200	England
	4		1.8	1 500	NO, SW, DEN
	5		1.4	6 100	Polen
	6		0.5	1 100	Finnland

▶ Valora wird gemessen am Umsatz die klare #2 im europäischen Kleinflächenretailmarkt

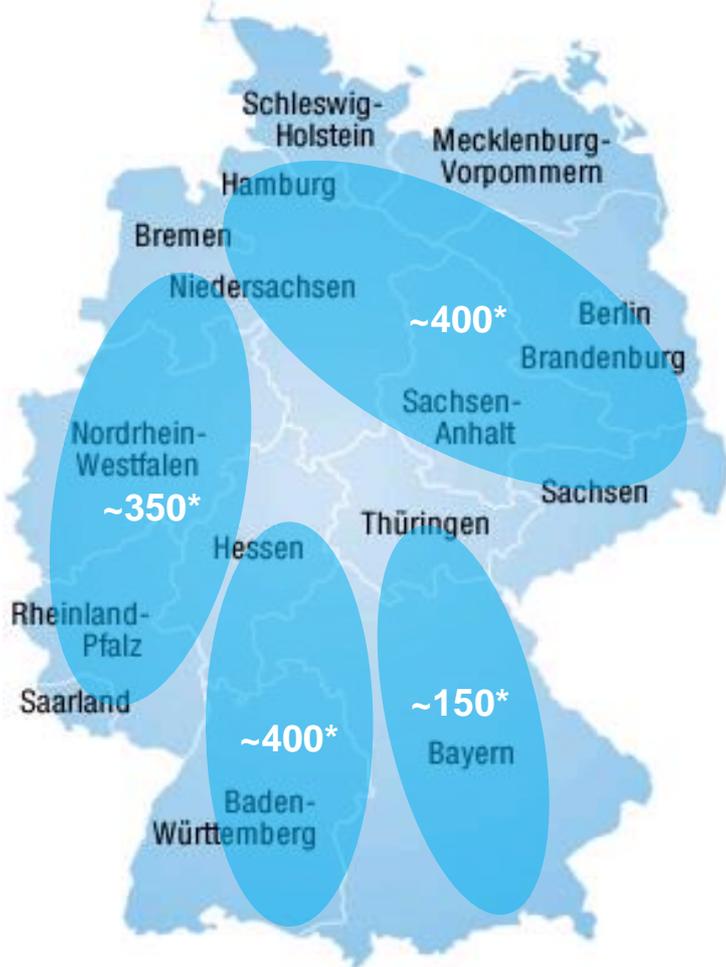
* Größenordnung Bereich Retail in CHF Mia.

** Aussenumsatz

1	Strategischer Nutzen und Kernelemente der Transaktion
2	Retailmarkt Deutschland Europa
3	Convenience Concept: Übersicht und weitere Entwicklung
4	Valora Retail 2012/2013

Factsheet Akquisition Convenience Concept

Bundesweites grösstes Netzwerk mit rund 1 300 Verkaufspunkten



* Anzahl Verkaufspunkte

Wichtigste Kennzahlen

- Rund 1 300 Verkaufsstellen
- ~500 Franchisenehmer
~800 selbständige Partner
- ~170 POS an ÖVK | ~430 POS in EKZ
- EUR ~335 Mio. Grosshandelsumsatz
(EUR ~450 Mio. Aussenumsatz)
- EUR ~12 Mio. EBITDA in 2011

Hauptformate

POS



Cigarettes and more

TABAK-BÖRSE

ServiceStore

375

260

150

Übersicht der wichtigsten Formate bei Convenience Concept

Strategisch optimaler „fit“ mit bestehendem Geschäft in Deutschland

Cigo



- Verkaufsfläche: Ø ~40m²
- Standorte: EKZ
- Aussenumsatz/POS: Ø ~450 – 500 TEUR

Tabak Börse **TABAK-BÖRSE**



- Verkaufsfläche: Ø ~35m²
- Standorte: EKZ und City
- Aussenumsatz/POS: Ø ~350 – 400 TEUR

ServiceStore DB



- Verkaufsfläche: Ø ~40m²
- Standorte: fast nur ÖVK (Deutsche Bahn)
- Aussenumsatz/POS: Ø ~300 TEUR

Steigerung der Profitabilität

Mittels fünf Hebeln bedeutendes Wachstum angestrebt



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

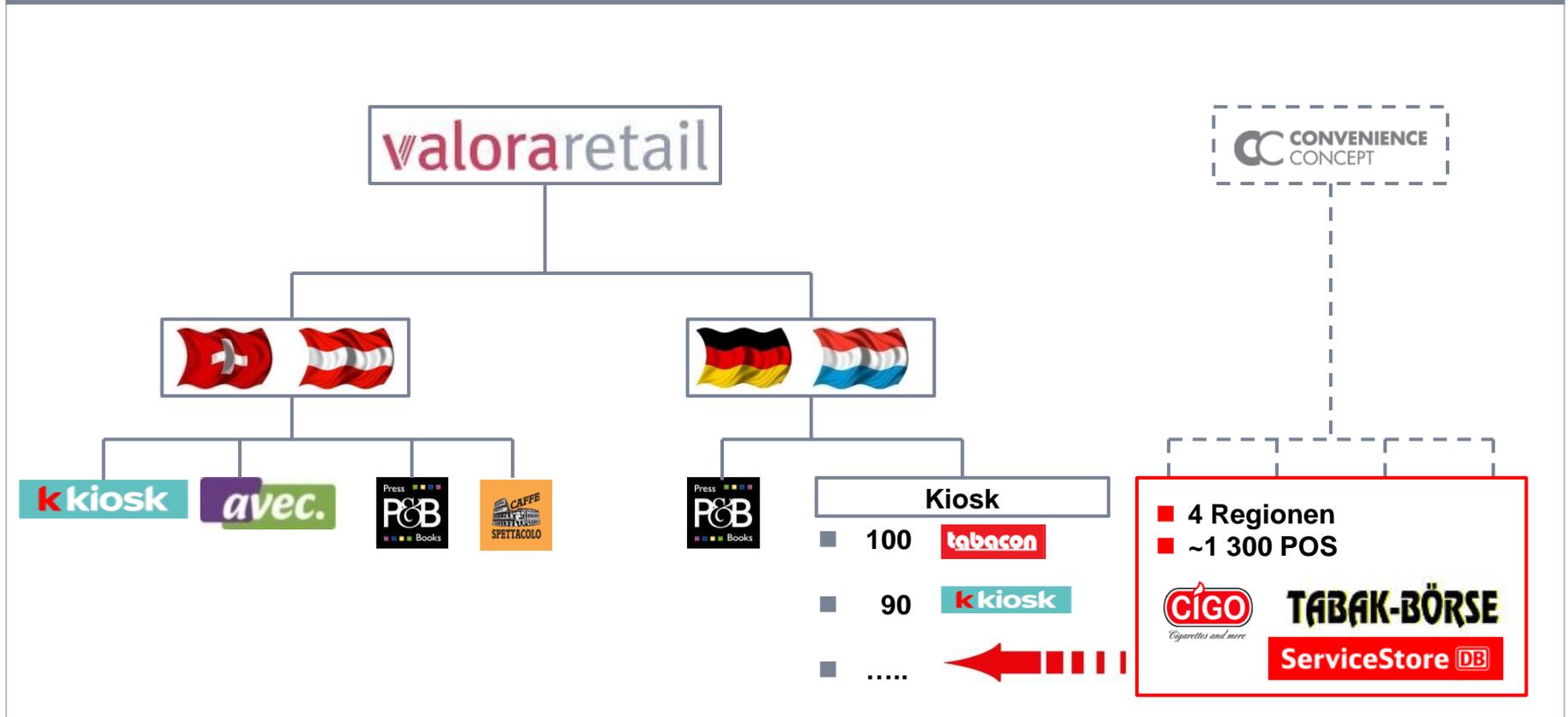
Ergebnishebel I

Zusammenführung der Organisationen



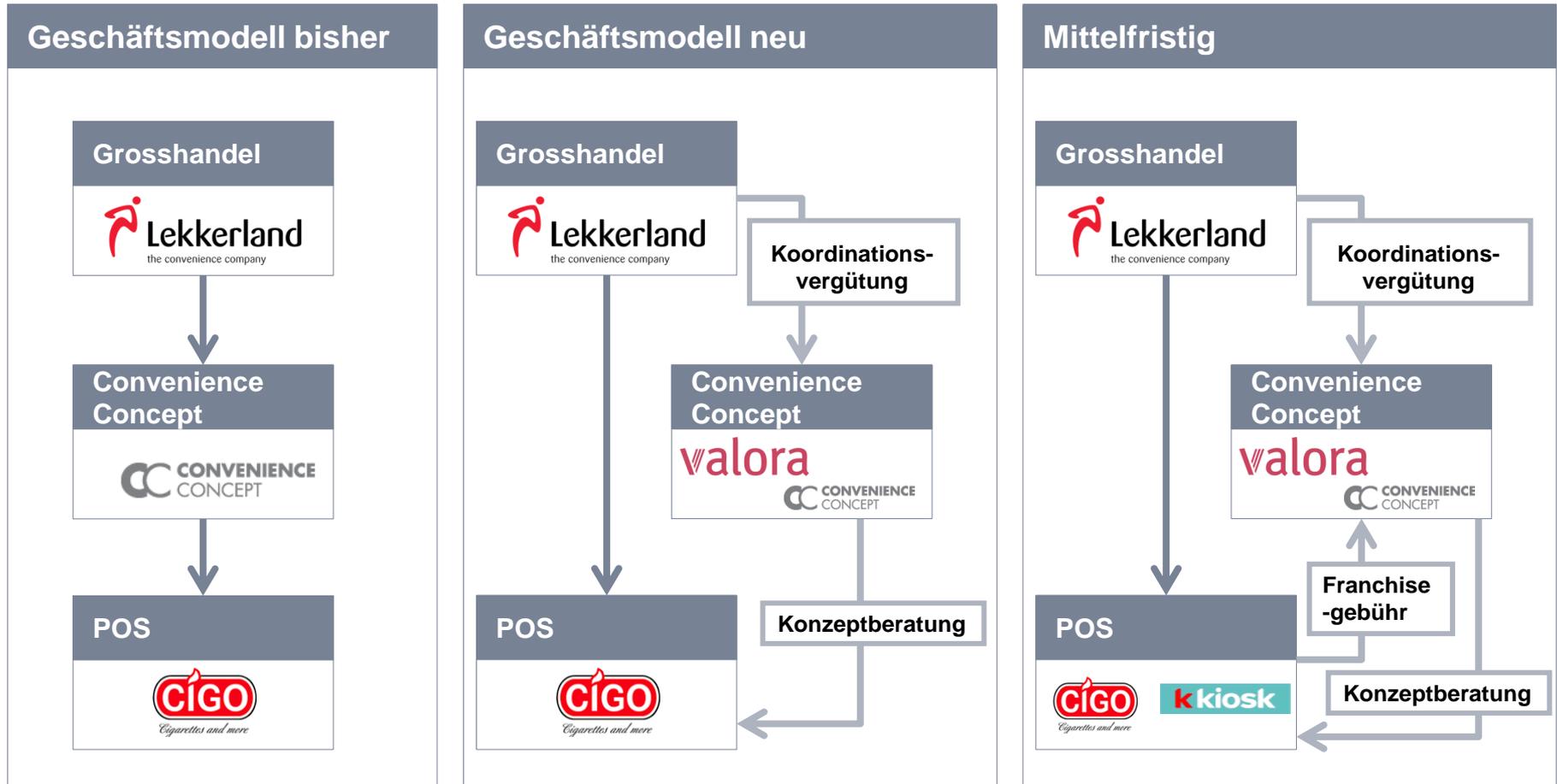
valora

Zukünftige Organisation



Ergebnishebel II

Umstellung Geschäftsmodell auf Franchising



Ergebnishebel III

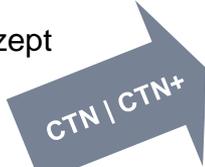
Umsetzung CTN-Plus* Konzept



Valora Konzepte und künftige Entwicklung



- Historisches Kiosk-Konzept
- Hoher Anteil Tabak
- Geringe Standardisierung

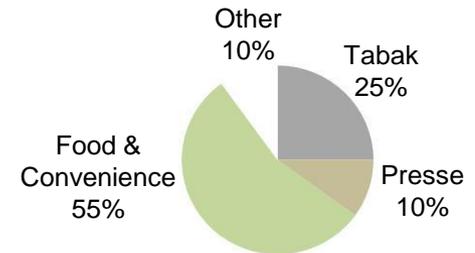
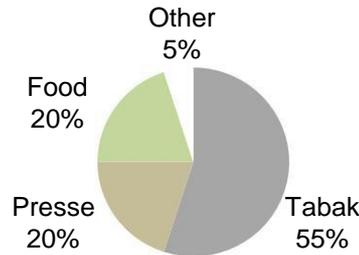
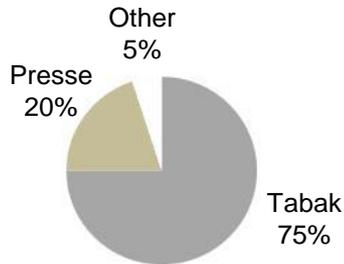


- Standardisiertes Konzept
- Höherer Food-Anteil
- Breites Angebot an Services



- Noch Höherer Food-Anteil (Fast-Food Convenience)

Anteile Aussenumsatz



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

Beispiel: Entwicklung tabacon zu k kiosk

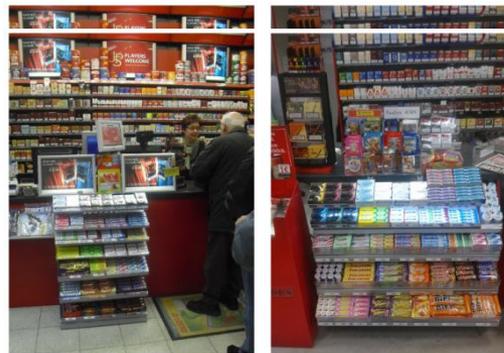
Anpassung des Konzepts führt zu deutlichem Umsatzanstieg



Ab sofort firmiert diese Filiale unter der Marke k kiosk.
Die Ihnen vertrauten Verkäuferinnen und Verkäufer bedienen Sie weiterhin. Auch das bekannte Sortiment bleibt selbstverständlich bestehen.
Wenden Sie sich bei Fragen gerne an uns, wir helfen Ihnen weiter und freuen uns auf Ihren Besuch!

Anpassungen

- ➔ Erweiterung Sortimente Food
- ➔ Erneuerung Warenträger und Promotionen bei Presse
- ➔ Optimierung Einkaufsprozess und Volumen
- ➔ Weiterentwicklung Ladenbau



Umsatzsteigerung*



Food + 58%



Presse + 11%



Tabak + 17%

**Total +14%
Umsatzsteigerung über
das gesamtes Sortiment**

* ggü. vor dem Formatwechsel

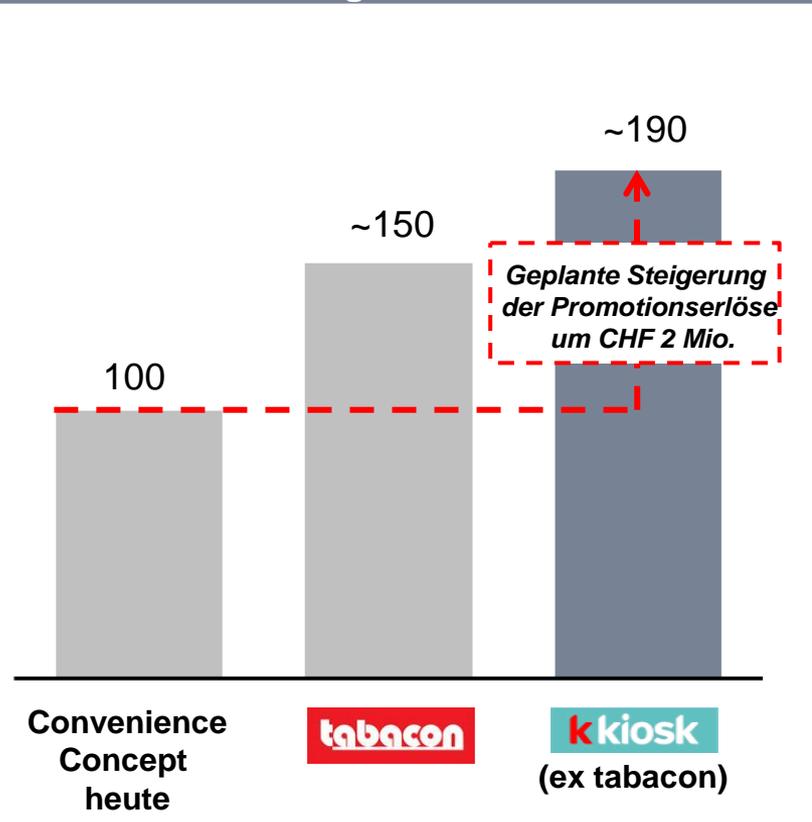
Ergebnishebel IV

Steigerung Erträge durch Promotionen und Marketingaktivitäten



valora

Indexierte Promotionserlöse heute und zukünftig



Optimierung der Marketingaktivitäten

- ➔ Erhöhung Anzahl Promotionsgefäße
- ➔ Zweitplatzierungen Presse und Convenience-Produkte
- ➔ Erhöhung Anteil Preis-promotionen (Bsp. „3 for 2“)
- ➔ Forcierung Aussenplakatierung
- ➔ Unterstützung der Industrie bei Produkttests
- ➔ Durchführung exklusiver, nationaler Produktlaunches



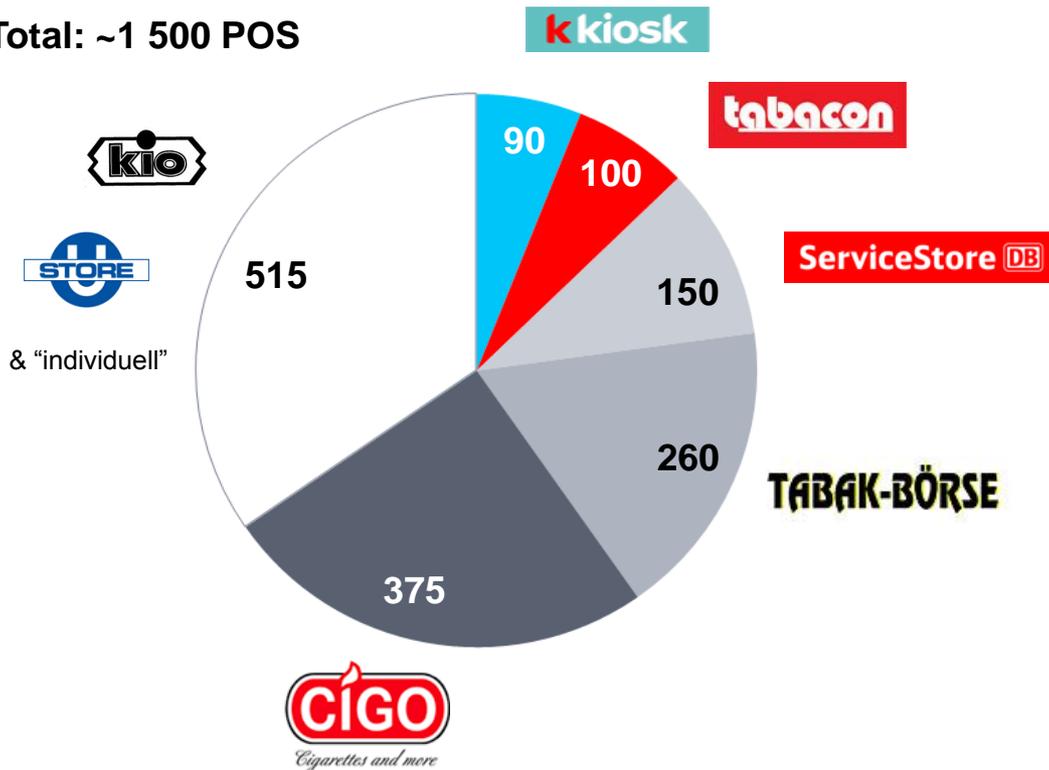
Ergebnishebel V

Bereinigung/Expansion POS Portfolio



Übersicht Formate Deutschland im Bereich Kiosk 2012

Total: ~1 500 POS



Ziele 2015

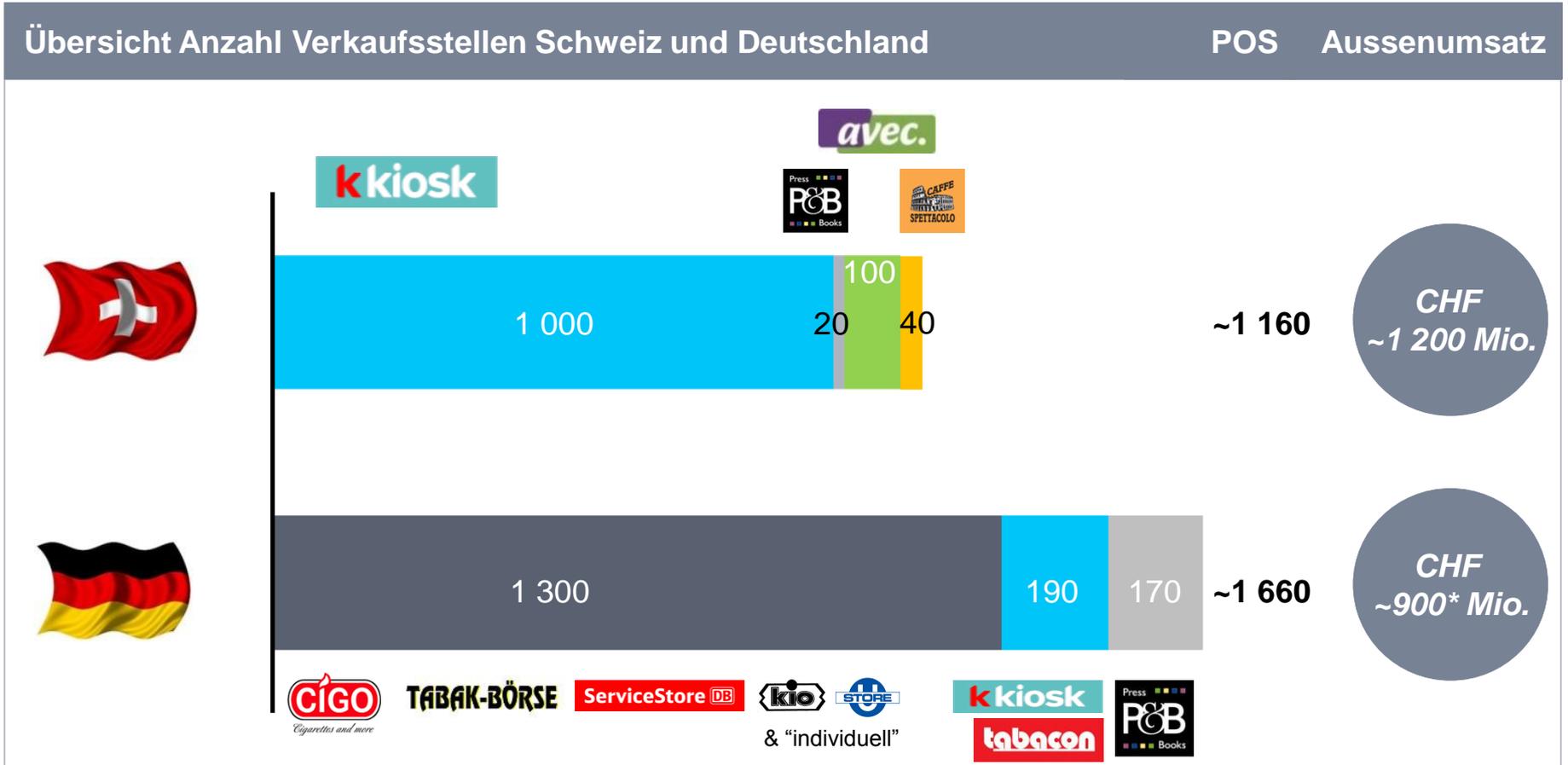
- Fokus und Nutzung der Hauptformate/Konzepte
 - ⇒ k kiosk
 - ⇒ ServiceStore DB
 - ⇒ Cigo
- Anreicherung der Hauptformate mittels optimierter Sortimente (CTN/CTN+)
- 100% Franchise
- Optimierte Netzwerkgröße bei rund 1 300 POS
- Cigo als Basis-Format für POS ohne Foodanteil

1	Strategischer Nutzen und Kernelemente der Transaktion
2	Retailmarkt Deutschland Europa
3	Convenience Concept: Übersicht und weitere Entwicklung
4	Valora Retail 2012/2013

Valora Retail



Ab 2012/2013 hälftige Verteilung der Aussenumsätze auf Schweiz und Deutschland



* volles Geschäftsjahr

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

Kontakt Unternehmenskalender



Kontakt

Mladen Tomic

Head of Corporate Investor Relations

Phone. +41 61 467 36 50

E-mail: mladen.tomic@valora.com

Stefania Misteli

Head of Corporate Communications

Phone. +41 61 467 36 31

E-mail: stefania.misteli@valora.com

Unternehmenskalender

Publikation Resultate Geschäftsjahr 2011

28. März 2012

Generalversammlung 2012

19. April 2012

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

valora