



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

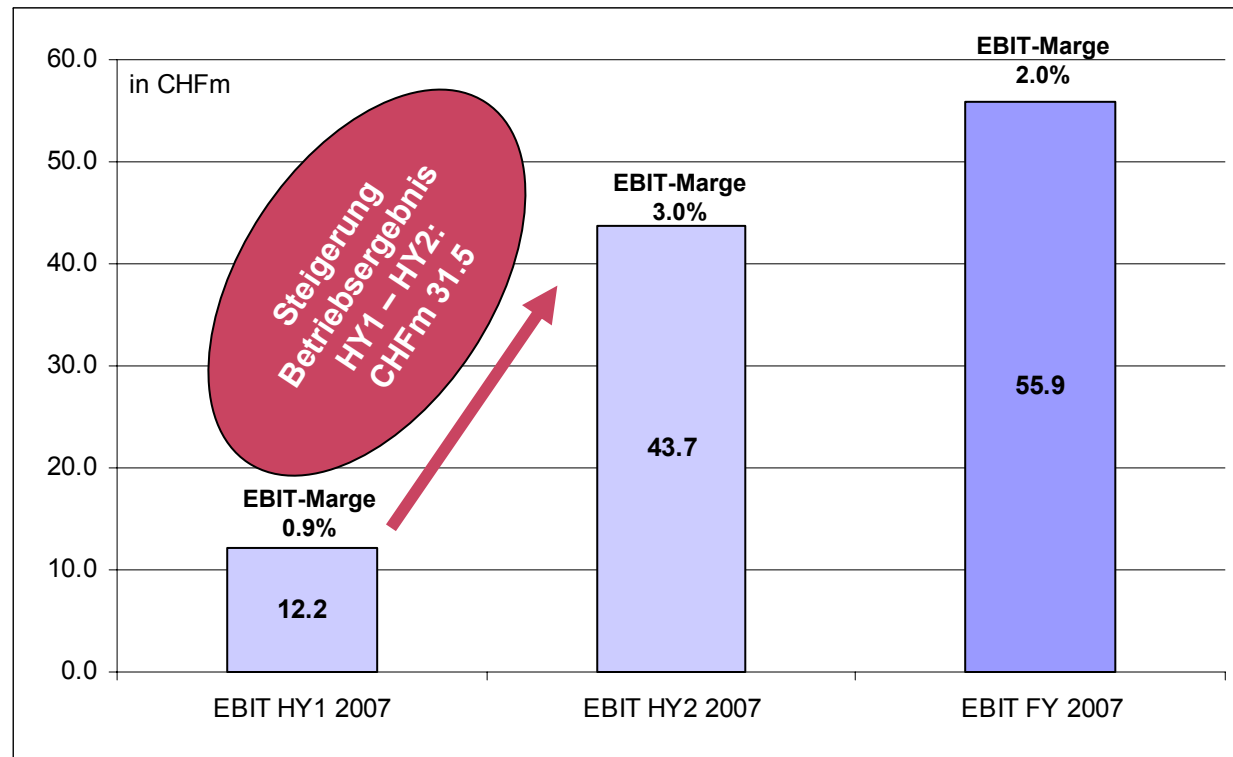
# Entwicklung Betriebsergebnis

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

- 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
<b>Free Cash Flow</b>	<b>71</b>	<b>58</b>
Netto-Ausgaben aus Finanzierungstätigkeit	- 127	- 83
<b>Netto-Abnahme flüssige Mittel</b>	<b>-56</b>	<b>-25</b>

# 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
<b>Nettoerlös 2007</b>						
mit Dritten	1 665	358	784	14		2 822
mit anderen Divisionen		195	7		- 202	
<b>Total Nettoerlös</b>	<b>1 665</b>	<b>553</b>	<b>791</b>	<b>14</b>	<b>- 202</b>	<b>2 822</b>
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>17</b>	<b>25</b>	<b>17</b>	<b>-4</b>		<b>56</b>
<b>in % des Nettoerlös</b>	<b>1.0%</b>	<b>4.6%</b>	<b>2.2%</b>			<b>2.0%</b>
<b>Nettoerlös 2006</b>						
mit Dritten	1 633	360	742	15		2 749
mit anderen Divisionen		200	6		- 207	
<b>Total Nettoerlös</b>	<b>1 633</b>	<b>560</b>	<b>748</b>	<b>15</b>	<b>- 207</b>	<b>2 749</b>
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>21</b>	<b>28</b>	<b>20</b>	<b>-3</b>		<b>67</b>
<b>in % des Nettoerlös</b>	<b>1.3%</b>	<b>5.0%</b>	<b>2.6%</b>			<b>2.4%</b>

- Konzernaufwendungen für Own Brands bleiben unverteilt im Bereich Corporate











in CHFm	2007	2006
<b>Nettoerlös</b>	<b>1 665</b>	<b>1 633</b>
<b>Bruttogewinn</b>	<b>537</b>	<b>540</b>
Bruttogewinn Marge	32.2%	33.1%
<b>Total Kosten</b>	<b>- 520</b>	<b>- 519</b>
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>17</b>	<b>21</b>
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"> <li>• Mach mal Pause</li> <li>• Getränke</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wegfall WM-Sammelbilder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tabaksteuererhöhung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Allgemeiner Marktrückgang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weniger attraktive Jackpots</li> <li>• Rückgang Telco-Karten &amp; Promotionserlöse</li> </ul>

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

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

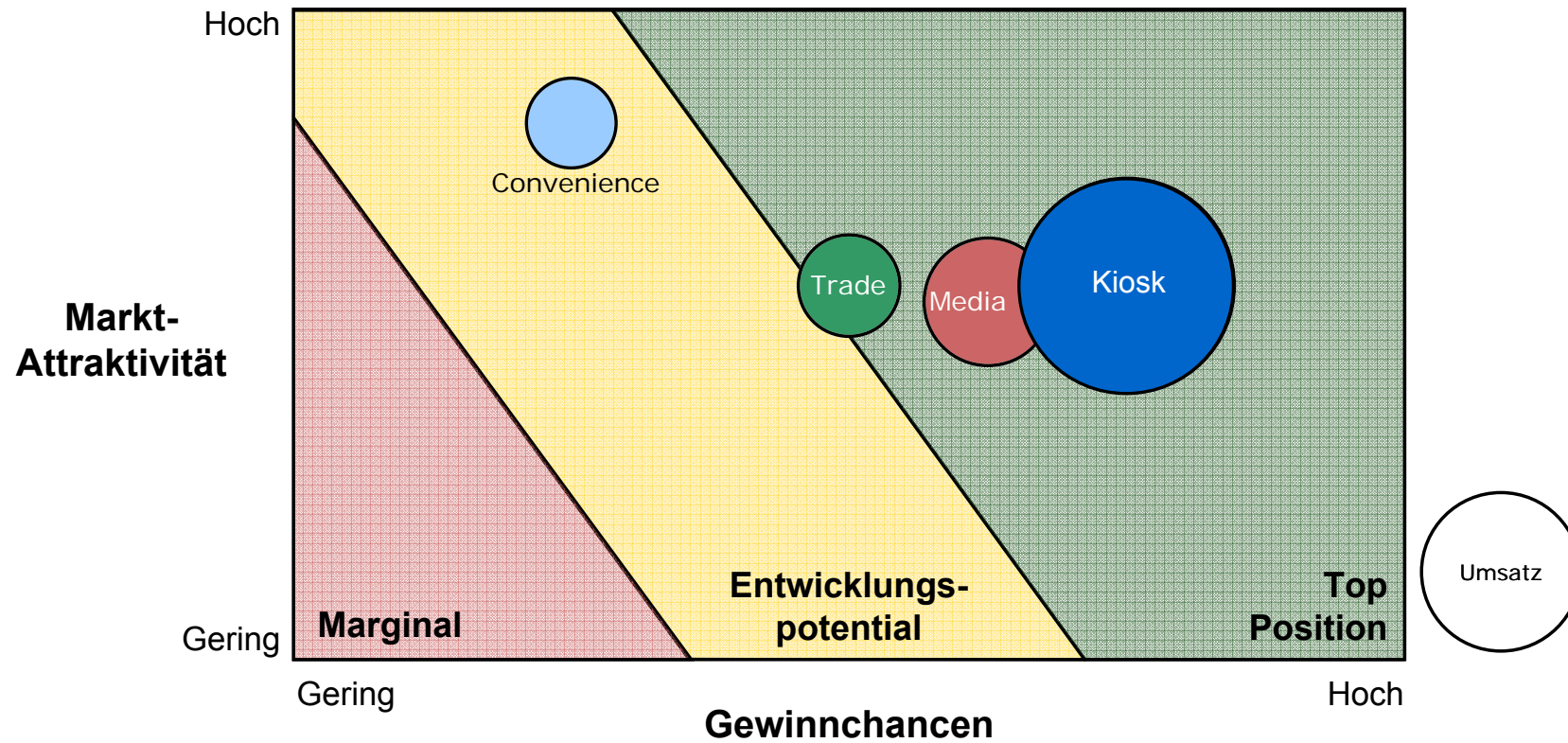
Strategie

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

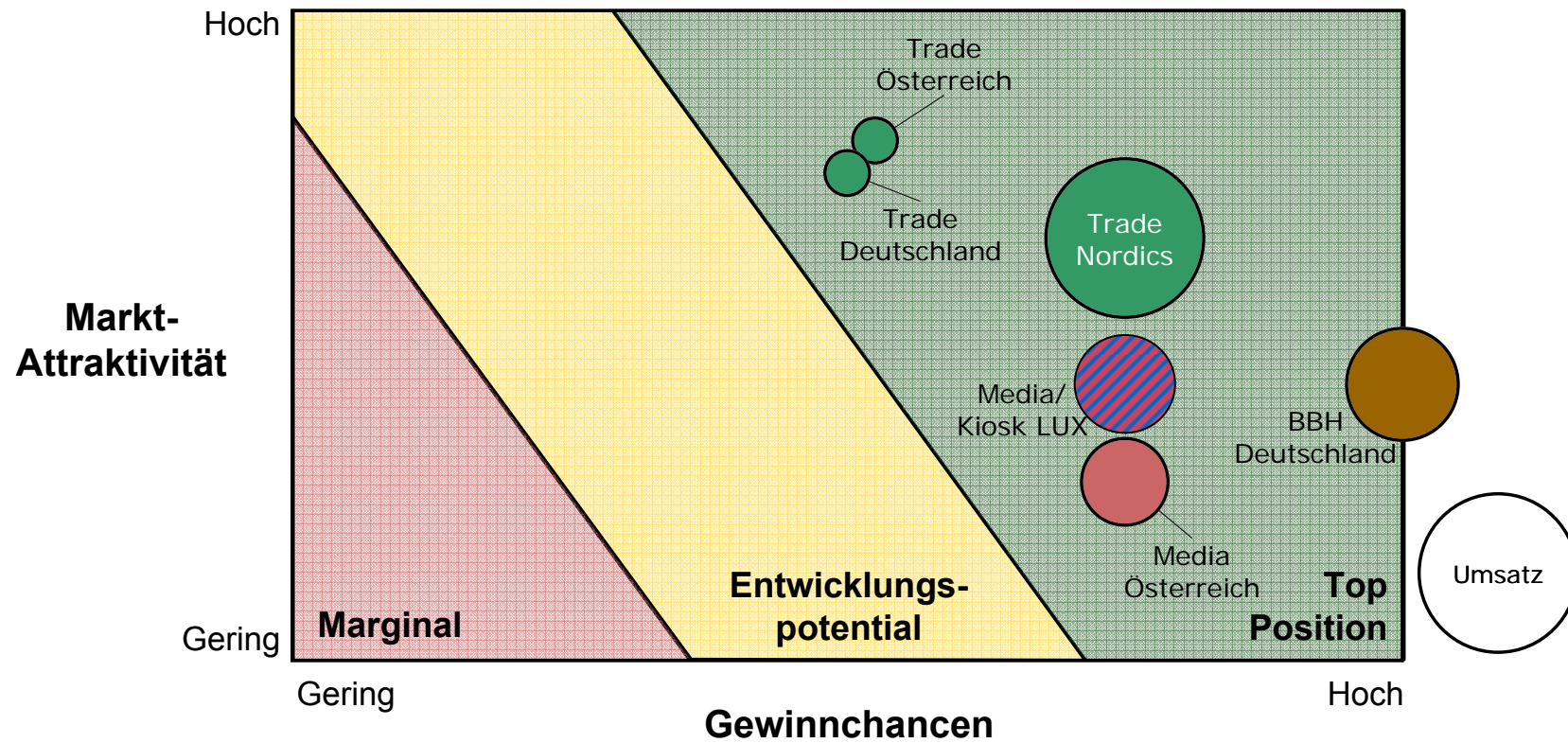
■ **Fokussieren –**  
Fokus auf die  
Kerngeschäfte Retail  
Kiosk und Media;  
Fortführung der Trade  
Strategie

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

# Kerngeschäfte in Top-Position in der Schweiz ...



# ... und auch im Ausland



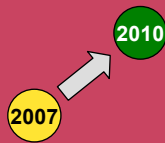
# Klarer Fokus auf Kernbereiche

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



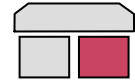
Sørlands  
CHIPS

cansi

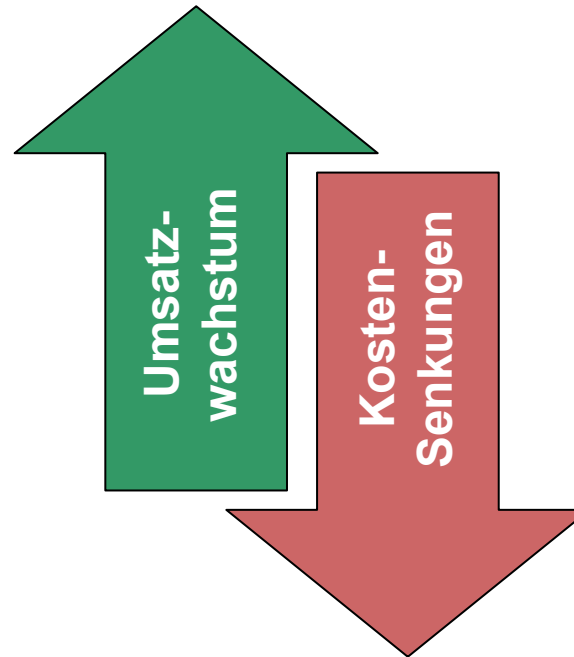


- **Verwaltungsrat bestätigt Devestition** von „Own Brands“
- **Verkaufsprozess** ist im Gang
- VR wird zeitnahe den **Status** kommunizieren

# Umsatzwachstum bei gleichzeitiger Steigerung der Effizienz



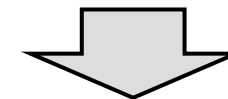
- Penetration von bestehenden Kernmärkten
- Expansion in neue Märkte
- Erschließung neuer Wachstumstreiber (z.B. Convenience)



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



Nachhaltiges Wachstum

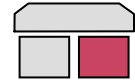


Wettbewerbsfähige  
Kostenstrukturen

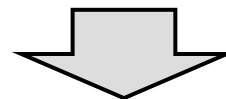
## Operative Verbesserung für nachhaltiges EBIT Wachstum

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



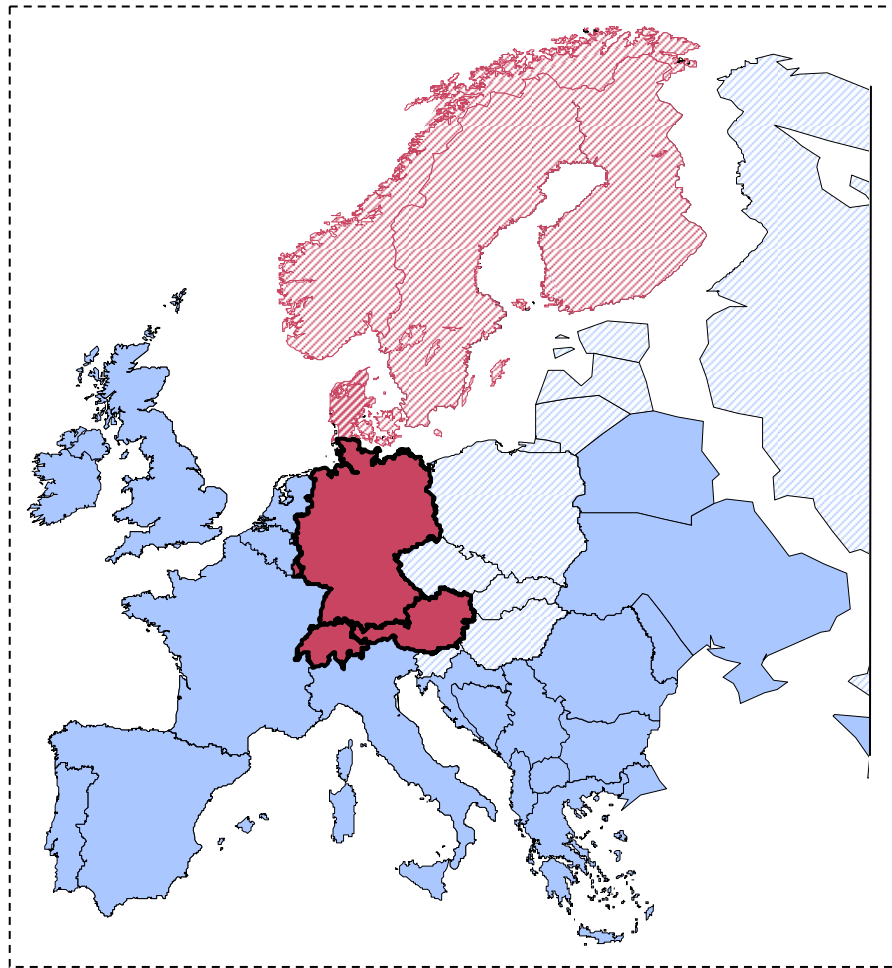
Nachhaltiges Umsatzwachstum von 3-5% p.a. und  
EBIT- Wachstum von 10-15% p.a. in den nächsten 3 Jahren



# Behauptung in Kernmärkten – weitere Expansion wird geprüft

valora

Strategie



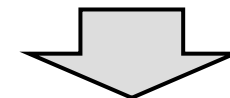
## ■ Retail & Media



- 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, opportunitäts-getriebenes 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:

<b>Person</b>	<b>Expertise</b>
■ 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