

# LALIQUE GROUP

MEDIENMITTEILUNG

Jahresabschluss 2016

## **Lalique Group gibt Jahresergebnis 2016 bekannt**

**Zürich, 29. März 2017 – Das Geschäftsjahr 2016 für die in der Kreation, der Entwicklung, der Vermarktung und dem weltweiten Vertrieb von Luxusgütern tätige Lalique Group SA (BX: LLQ) war von einem herausfordernden Marktumfeld sowie höheren Kosten im Zusammenhang mit dem Ausbau des Geschäfts geprägt. Zudem hat die Gruppe zu Lasten der Jahresrechnung 2016 eine ausserordentliche Wertberichtigung von EUR 1.7 Mio. vorgenommen. Der Betriebserlös ging gegenüber dem Vorjahr um 2% auf EUR 123.6 Mio. zurück. Das Konzernergebnis belief sich auf EUR 1.0 Mio. gegenüber EUR 8.5 Mio. im Vorjahr.**

Wie im Februar 2017 kommuniziert, ist Lalique Group in einem von ihr in Frankreich angestregten Verfahren zur Durchsetzung eines Schadenersatzanspruchs gegen einen vormaligen Rechtsberater vor erster Instanz überraschend unterlegen. Lalique Group hat dieses Urteil zwar an die nächsthöhere Instanz weitergezogen, dennoch hat das Unternehmen aufgrund des Vorsichtsprinzips beschlossen, bezüglich der aktivierten Forderung eine ausserordentliche Wertberichtigung im Umfang von EUR 1.7 Mio. zu Lasten der Jahresrechnung 2016 vorzunehmen.

Für die gesamte Luxusgüterbranche – so auch für Lalique Group – war das Marktumfeld im Jahr 2016 herausfordernd. Der Betriebserlös ging um 2% von EUR 126.5 Mio. auf EUR 123.6 Mio. zurück. Der Personalaufwand erhöhte sich um 9% auf EUR 28.9 Mio., und die übrigen Aufwendungen stiegen um 3% auf EUR 30.9 Mio. Das Betriebsergebnis (EBIT) belief sich auf EUR 3.6 Mio. und war somit um 69% tiefer als im Vorjahr. Das Konzernergebnis belief sich auf EUR 1.0 Mio., gegenüber EUR 8.5 Mio. im Vorjahr.

Das Segment Lalique verzeichnete im Jahr 2016 in den verschiedenen Bereichen unterschiedliche Geschäftsverläufe. Der Bereich Lalique Parfums erzielte im Berichtsjahr ein erfreuliches Ergebnis und konnte in quasi allen wichtigen Märkten ein gutes Wachstum verzeichnen, insbesondere auch im vierten Quartal. Auch im Travel Retail Bereich entwickelte sich der Absatz von Lalique Parfums positiv. Der Hotellerie- und Gastronomiebereich mit dem Luxushotel „Villa René Lalique“ im elsässischen Wingen-sur-Moder kann auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken und hat die Umsatzerwartungen deutlich übertroffen. Das Kristall- und Interior-Design-Geschäft hingegen verzeichnete tiefere Umsätze. So war das Geschäft in den französischen Boutiquen stark vom Touristenrückgang in dem von Terrorismusängsten geprägten Umfeld beeinträchtigt. In China und im Mittleren Osten war der Absatz aufgrund der schwierigen lokalen Bedingungen ebenfalls rückläufig. Zudem mussten im Kristall- und Interior-Design-Geschäft grössere Spezial-Aufträge aus Asien kurzfristig ins Jahr 2017 verschoben werden und ein Co-Branding-Projekt wurde nach einem guten Vorjahr stark gekürzt. Insgesamt fiel der Umsatz des Segments Lalique mit EUR 81.0 Mio. um 6% tiefer aus als im Vorjahr. Demgegenüber stiegen die Kosten um insgesamt 4%. Dies war insbesondere auf die Wertberichtigung im Zusammenhang mit dem oben genannten Rechtsfall sowie investiti-

# LALIQUE GROUP

onsbedingt auf höhere Abschreibungen zurückzuführen. Zum Kostenanstieg trugen aber auch die 2016 erstmalig für das ganze Jahr angefallenen Betriebskosten für das Luxushotel „Villa René Lalique“ bei, was sich insbesondere in den insgesamt um 7% höheren Personalkosten widerspiegelte. Daraus resultierte für das Segment ein negativer EBIT von EUR -2.5 Mio.

Das Segment Ultrasun konnte im vergangenen Jahr in fast allen Märkten in lokalen Währungen bessere Umsätze verzeichnen, erzielte gegenüber dem guten Vorjahr insgesamt aber nur eine leichte Steigerung von 3% auf EUR 10.9 Mio. Dies ist hauptsächlich auf Währungseffekte aufgrund der Abwertung des britischen Pfunds nach dem Brexit-Referendum zurückzuführen. Bei einem Anstieg der Kosten um 8%, der vor allem auf stärkere Marketing-Anstrengungen in lokalen Märkten zurückzuführen war, ging das Betriebsergebnis (EBIT) um 30% auf EUR 1.2 Mio. zurück. Ultrasuns neue Produkteformel „Sensitive Skin“ sowie die neue alpine Sonnenschutzlinie fanden guten Anklang. In Bezug auf die Märkte verlief das Geschäft im Mittleren Osten nach dem kürzlich erfolgten Markteintritt sowie in Europa und im Online-Bereich besonders erfreulich. Mit den für 2017 geplanten Erschliessungen von China, Japan, Tunesien sowie weiteren Märkten wird zusätzliches Wachstum von Ultrasun angestrebt.

In den übrigen Segmenten verzeichnete Jaguar (Umsatz: +18%) sehr gute Resultate in allen wichtigen Märkten, vor allem auch in Europa und im Mittleren Osten. Der Umsatz von Grès ging im Jahr 2016 im Vergleich zum Vorjahr zurück (-11%), was auf den noch bestehenden Lagerbestand in den USA zurückzuführen ist. Die anderen Marken konnten im Berichtsjahr ihre Umsätze insgesamt steigern. Während Bentley dabei eine leichte Umsatzsteigerung verzeichnete (+1%), ging der Umsatz von Samourai, eine der ersten Marken von Lalique Group, zwar geringfügig zurück (-1%), was jedoch durch eine deutliche Margenverbesserung mehr als kompensiert wurde.

Der seit Beginn 2016 nach ISO 22716 zertifizierte Parfüms-Abfüll- und Logistikbetrieb Art & Fragrance Services (AFS) schaut auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Nebst der neuen halbautomatischen Produktionslinie, die seit September 2016 in Betrieb ist, werden sich die Lagerkapazitäten mit einem laufenden Erweiterungsbau des bestehenden Logistikzentrums ab Juli 2017 verdoppeln. Art & Fragrance Distribution (AFD), die noch junge Parfüm-Distributionsgesellschaft für den französischen Markt, befindet sich noch in der Entwicklungsphase, hat aber gute Wachstumsaussichten für 2017.

## Dividende

Für das Geschäftsjahr 2016 wird der Verwaltungsrat der Generalversammlung vom 23. Juni 2017 die Ausschüttung einer unveränderten Dividende von CHF 0.50 je Aktie beantragen. Dabei beabsichtigt Verwaltungsratspräsident und Hauptaktionär Silvio Denz wie im Vorjahr auf seine Dividende zu verzichten, damit die entsprechenden Mittel in der Lalique Group verbleiben und als Wachstumskapital für den Ausbau der Geschäftsaktivitäten verwendet werden können.

# LALIQUE GROUP

## Ausblick

Die Gruppe ist gut ins Geschäftsjahr 2017 gestartet und konnte in den ersten Monaten positive Entwicklungen verzeichnen. Das Geschäftsmodell des Unternehmens beruht auf Diversifikation, sowohl hinsichtlich Produkten als auch Regionen, und Lalique Group wird diese Strategie konsequent weiterverfolgen.

Obwohl das Umfeld für die Luxusgüterbranche weiterhin anspruchsvoll bleiben dürfte, blickt Lalique Group zuversichtlich in die Zukunft. Ein sehr erfreulicher Schritt ist die strategische Partnerschaft mit Singapore Airlines (SIA), welche Anfang 2017 angekündigt wurde. Im Zuge dieser Partnerschaft wird Singapore Airlines voraussichtlich ab Jahresbeginn 2018 ihren Passagieren in den Suites und in der First Class exklusiv ausgewählte Lalique-Produkte anbieten, was die Bekanntheit der Marke Lalique weiter steigern wird. Zudem befindet sich Lalique Group in der Endphase der Verhandlungen für die Verlängerung ihrer Parfümlizenzpartnerschaften mit Bentley Motors und Jaguar Land Rover.

Roger von der Weid, CEO Lalique Group: „Trotz diverser externer Faktoren, welche das Geschäftsjahr 2016 belastet haben, beurteilen wir unsere weiteren Wachstumsaussichten als positiv. Unser diversifiziertes Geschäftsmodell kommt uns zu Gute, und in den vergangenen Monaten konnten wir auch unsere Investorenbasis mit langfristig orientierten, strategischen Aktionären verbreitern. Die dabei erhaltenen Mittel werden vollumfänglich in das Wachstum der Gruppe eingesetzt. Damit sind wir auch langfristig gut aufgestellt, um in neue Märkte zu investieren und die Geschäftsentwicklung weiter vorantreiben zu können.“

## Medienkontakt

Lalique Group SA  
Esther Fuchs  
Communication & PR Manager  
Grubenstrasse 18  
CH-8045 Zürich

Telefon: +41 43 499 45 58  
E-Mail: [esther.fuchs@lalique-group.com](mailto:esther.fuchs@lalique-group.com)

## Lalique Group SA

Lalique Group ist ein Nischenplayer in der Kreation, der Entwicklung, der Vermarktung sowie dem weltweiten Vertrieb von Luxusgütern. Die Geschäftsfelder umfassen Parfüms, Kosmetika, Kristall, Schmuck, hochwertige Möbel und Wohnaccessoires sowie Kunst, Gastronomie und Hotellerie. Das im Jahr 2000 gegründete Unternehmen beschäftigt rund 600 Mitarbeitende und hat seinen Hauptsitz in Zürich. Die Namenaktien von Lalique Group (LLQ) sind an der BX Berne eXchange kotiert.

Zusätzliche Informationen finden Sie unter [www.lalique-group.com](http://www.lalique-group.com).

# LALIQUE GROUP

## Entwicklung Schlüsselzahlen Lalique Group

In Mio. EUR

	2016	2015
<b>Betriebserlös</b>	123.6	126.5
<b>Bruttoergebnis</b>	70.3	74.5
Personalaufwand	-28.9	-26.5
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-30.9	-30.1
<b>EBITDA</b>	10.6	17.9
<b>EBIT</b>	3.6	11.5
EBIT-Marge	2.9%	9.1%
Finanzergebnis	-1.6	-1.9
<b>Konzernergebnis</b>	1.0	8.5

In EUR

<b>Ergebnis pro Aktie</b>	0.39	1.73
---------------------------	------	------

In Mio. EUR

	31.12.2016	31.12.2015
<b>Total Eigenkapital (vor Anteilen ohne beherrschenden Einfluss)</b>	89.3	77.6
Eigenkapitalquote	41.5%	35.1%

Die vollständige Konzernrechnung 2016 steht ab Mitte April 2017 unter **[www.lalique-group.com](http://www.lalique-group.com)** zur Verfügung.