

## **Lalique Group gibt Jahresergebnis 2021 bekannt**

**Zürich, 21. April 2022 – Die in der Kreation, der Entwicklung, der Vermarktung und dem weltweiten Vertrieb von Luxusgütern tätige Lalique Group SA (SIX: LLQ) erzielte 2021 einen Betriebserlös von EUR 142.0 Mio., der um 28% höher als im Jahr 2020 und praktisch wieder auf dem Vor-Pandemie-Niveau lag. Mit dem höheren Geschäftsvolumen stieg der EBIT auf EUR 9.6 Mio. bei einer EBIT-Marge von 6.8%, und das Konzernergebnis belief sich auf EUR 6.8 Mio. Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung 2022 eine Dividende von CHF 0.40 je Aktie beantragen. Für 2022 erwartet Lalique Group ein Umsatzwachstum im hohen einstelligen Prozentbereich.**

**Heute um 10:00 Uhr MESZ findet eine Telefonkonferenz für Investoren, Analysten und Medien statt.**

Wie am 14. März 2022 vorab kommuniziert, erreichte der Umsatz von Lalique Group im Jahr 2021 praktisch wieder das Vor-Pandemie-Niveau von 2019. Einen besonders starken Wachstumsimpuls lieferte das Segment Lalique, das einen höheren Umsatz als in der Zeit vor der Pandemie erzielte. Dabei entwickelte sich insbesondere Lalique Parfums sehr erfreulich, ebenso wie die meisten weiteren Parfums-Marken der Gruppe. Ein starkes Umsatzplus verzeichnete auch das Whisky-Geschäft von The Glenturret, während der Umsatz mit Sonnenschutzprodukten von Ultrasun noch unter dem Vorjahresergebnis blieb. Insgesamt stieg der Betriebserlös der Gruppe gegenüber 2020 um 28% auf EUR 142.0 Mio. (2020: EUR 110.7 Mio.; 2019: EUR 143.5 Mio.).

Die Aufwandseite reflektiert ein fortgesetzt diszipliniertes Kostenmanagement sowie das erhöhte Geschäftsvolumen. Der Personalaufwand lag 2021 mit EUR 34.6 Mio. um 21% über dem Vorjahr. Die übrigen betrieblichen Aufwendungen beliefen sich auf EUR 21.8 Mio., entsprechend einem Anstieg von 6% ohne Berücksichtigung der im Vorjahr verbuchten Rückstellung von EUR 2.4 Mio. für ein Rechtsverfahren in Frankreich. Die Abschreibungen und Wertberichtigungen betrugen EUR 14.2 Mio. und lagen damit um 10% unter Vorjahr, wenn man die damals verbuchte nicht-liquiditätswirksame Wertminderung von EUR 4.3 Mio. vor Steuern auf dem Markenwert von Lalique nicht berücksichtigt.

Das Betriebsergebnis (EBIT) belief sich im Jahr 2021 auf EUR 9.6 Mio. gegenüber EUR -5.9 Mio. im Vorjahr, ohne Berücksichtigung der damals erfolgten Rückstellung für das Rechtsverfahren und des Marken-Impairments. Die EBIT-Marge lag 2021 bei 6.8% und damit deutlich über dem Vor-Pandemie-Niveau (2019: 1.0% bzw. 1.8% ohne damals angefallene einmalige Kosten im Zusammenhang mit der Glenturret-Akquisition). Das Konzernergebnis belief sich im Berichtsjahr auf EUR 6.8 Mio. (2020: EUR -15.0 Mio., einschliesslich der beiden ausserordentlichen Faktoren).

Lalique Group verfügt weiterhin über eine solide Liquiditäts- und Kapitalposition mit einer Eigenkapitalquote von 50.9% per Ende 2021 (2020: 46.2%).

# LALIQUE GROUP

## Ergebnisse der Segmente

Das Segment Lalique erzielte 2021 einen Umsatz von EUR 85.2 Mio., was einem Plus von 29% gegenüber dem Jahr 2020 entspricht und auch das Vor-Pandemie-Niveau um 5% übertraf. Das Parfümgeschäft verzeichnete einen starken Umsatzanstieg von 70%, wozu auch die Neuausrichtung der Vertriebsaktivitäten im Mittleren Osten beitrug. Das Kristallgeschäft, das 2021 in einzelnen Märkten nach wie vor von pandemiebedingten Einbußen bei Ladenverkäufen beeinträchtigt war, legte um 14% zu, blieb aber noch knapp unter dem Niveau von 2019. Der Gastronomie- und Hotelleriebereich konnte 2021 ebenfalls wieder wachsen, auch wenn das Vor-Pandemie-Niveau infolge der Schliessungen im Zusammenhang mit Lockdown-Massnahmen im ersten Semester nicht erreicht wurde. Zur Umsatzsteigerung in der Gastronomie trug auch das im Juli 2021 akquirierte Hotel-Restaurant Lalique von Château Lafaurie-Peyraguey bei, das im März 2022 mit einem zweiten Michelin-Stern ausgezeichnet worden ist. Aufgrund der wieder intensiveren Geschäftsaktivitäten stiegen die Personalkosten des Segments gegenüber 2020 um 13%. Insgesamt blieben die Segmentkosten jedoch weitgehend stabil im Vergleich zum Vorjahr (ohne Berücksichtigung der damals erfolgten Rückstellung für das Rechtsverfahren und des Marken-Impairments) und lagen deutlich tiefer als im Jahr 2019. Der EBIT betrug EUR 5.8 Mio. gegenüber EUR -6.6 Mio. im Vorjahr (ohne die beiden ausserordentlichen Faktoren).

Ultrasun erzielte im Jahr 2021 einen Umsatz von EUR 13.2 Mio. und lag damit um 11% tiefer als im Vorjahr. Dieser Rückgang ist einerseits auf weiterhin eingeschränkte Ferien- und Reisemöglichkeiten aufgrund der Pandemie zurückzuführen, andererseits fiel die Nachfrage in fernöstlichen Märkten geringer aus. Auch die Bruttomarge reduzierte sich deutlich, dies hauptsächlich aufgrund höherer Produktionskosten und der Ausscheidung älterer Produkte, die nicht mehr verkauft werden konnten. Im Online-Handel konnte Ultrasun im Berichtsjahr den Vertrieb über alle Märkte hinweg weiter erhöhen. Bei leicht tieferen Personalkosten und weitgehend unveränderten Gesamtkosten belief sich die Profitabilität auf Stufe EBIT auf EUR -1.1 Mio. (2020: EUR 0.9 Mio.).

Das Segment Jaguar Fragrances erzielte 2021 einen Umsatzanstieg von 30% auf EUR 20.7 Mio. Dazu trugen insbesondere europäische Märkte und der Mittlere Osten bei. Während der Segmentumsatz insgesamt noch tiefer ausfiel als vor der Pandemie (2019: EUR 23.3 Mio.), erreichte die Profitabilität auf Stufe EBIT mit EUR 3.5 Mio. praktisch wieder das Vor-Pandemie-Niveau (2020: EUR 2.0 Mio.; 2019: EUR 3.6 Mio.).

Das Segment The Glenturret erhöhte seinen Umsatz im Jahr 2021 deutlich um 271% auf EUR 4.9 Mio., was eine deutliche Steigerung der Whiskyverkäufe reflektiert. Einen guten Beitrag leisteten auch das Besucherzentrum sowie der Shop der Destillerie, die nach längeren pandemiebedingten Schliessungen seit Ende April 2021 im renovierten Lalique-Stil wieder für touristische Führungen geöffnet sind. Die Erträge aus dem Tourismusgeschäft waren aber auch im vergangenen Jahr noch durch die pandemiebedingte Zurückhaltung im internationalen Reiseverkehr beeinträchtigt. Die Eröffnung des neuen The Glenturret Lalique Restaurant im Juli 2021, das seither einen erfreulichen Zuspruch erhalten hat und nur sieben Monate nach Eröffnung mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet worden ist, führte zu einem Anstieg der Betriebskosten. Der EBIT belief sich im Berichtsjahr auf EUR -1.8 Mio. (2020: EUR -2.5 Mio.).

# LALIQUE GROUP

Unter den anderen Marken stieg der Umsatz bei Bentley Fragrances mit einem Plus von 87% kräftig an und übertraf auch das Vor-Pandemie-Niveau deutlich, was den erfolgreichen Ausbau der Markenpräsenz in internationalen Märkten widerspiegelt. Parfums Samouraï dagegen blieb angesichts anhaltender Marktbeschränkungen aufgrund der Covid-19-Schutzmassnahmen in Japan knapp unter Vorjahr (-1.5%). Parfums Grès erhöhte den Umsatz leicht um 3% gegenüber Vorjahr, blieb aber unter dem Vor-Pandemie-Niveau, weil für die Marke wichtige Märkte wie Lateinamerika noch deutlich von den Auswirkungen der Pandemie beeinträchtigt waren. Die ersten beiden Brioni Parfüms, die im Frühjahr bzw. Herbst 2021 präsentiert wurden, sind vom Markt gut aufgenommen worden, und ein dritter Duft wird derzeit lanciert. Der Parfüms-Abfüll- und Logistikbetrieb Lalique Beauty Services erhöhte seinen Umsatz gegenüber Vorjahr um 18%. Aufgrund der insgesamt wieder höheren Umsätze stieg der EBIT des Segments auf EUR 3.2 Mio. (2020: EUR 1.5 Mio.).

## **Dividende und Generalversammlung**

Nach dem letztjährigen Dividendenverzicht wird der Verwaltungsrat der Generalversammlung vom 2. Juni 2022 für das Geschäftsjahr 2021 die Ausschüttung einer Dividende von CHF 0.40 je Aktie beantragen. Die Ausschüttung ist je hälftig als ordentliche Dividende und als Zahlung aus der Kapitaleinlagereserve (ohne Abzug der Verrechnungssteuer) geplant.

Marcel Roesti, Mitglied des Verwaltungsrats von Lalique Group seit 2008, wird sich an der kommenden Generalversammlung nicht mehr zur Wiederwahl stellen. Als neues Verwaltungsratsmitglied wird Philippe Vidal vorgeschlagen. Philippe Vidal ist französischer Staatsbürger und hat eine lange Karriere in Führungspositionen bei der französischen Bankengruppe Crédit Industriel et Commercial durchlaufen, wo er Mitglied der Geschäftsleitung und zuletzt bis 2021 Deputy CEO war. Alle übrigen Verwaltungsräte und Silvio Denz als Präsident stellen sich für eine weitere Amtsdauer von einem Jahr zur Wiederwahl.

## **Ausblick**

Das weltwirtschaftliche Umfeld ist auch im laufenden Jahr von Unsicherheiten geprägt, insbesondere angesichts aktueller geopolitischer Spannungen aufgrund der russischen Invasion in der Ukraine und damit verbundener Wirtschaftssanktionen. Lalique Group wird ihre Diversifikationsstrategie weiter konsequent umsetzen und ist überzeugt, dass die Breite ihres Geschäfts unter wirtschaftlich herausfordernden Bedingungen eine Stärke ist.

Lalique Group wird auch im laufenden Jahr ausgewählte Produkteinführungen und Projekte vorantreiben, um ihr Portfolio weiter zu stärken. Hierzu gehört die am 12. April 2022 bekannt gegebene neue Parfüm-Lizenzvereinbarung mit dem global etablierten Fashion-Brand Superdry, wobei die Lancierung des ersten Dufts im Frühling 2024 geplant ist. Zudem will die Gruppe auch weiter Chancen nutzen, um die Bekanntheit der Marke Lalique durch die Erlebniswelt des Gastronomie- und Hotelleriebereichs zu fördern, der im vergangenen Jahr mit dem Hotel-Restaurant Lalique von Château Lafaurie-Peyraguey und dem The Glenturret Lalique Restaurant auf vier exklusive Betriebe erweitert wurde.

Unvorhersehbare Ereignisse vorbehalten, erwartet Lalique Group für das Gesamtjahr 2022 ein Umsatzwachstum im hohen einstelligen Prozentbereich. Bezüglich

# LALIQUE GROUP

ihrer Mittelfristziele geht die Gruppe wie bereits früher mitgeteilt davon aus, dass die Covid-19-Situation die Erreichung der im Jahr 2019 gesetzten Profitabilitätsziele (schrittweise Steigerung der EBIT-Marge auf 9% bis 11%) um rund zwei Jahre verzögert.

Roger von der Weid, CEO von Lalique Group: «Lalique Group hat im vergangenen Jahr ein erfreuliches Ergebnis erzielt, das die Stärke unseres breit abgestützten Marken-Portfolios unterstreicht. Wir werden unseren Weg konsequent weiterverfolgen und konzentrieren uns darauf, mit unseren Brands und Produkten ein hochattraktives Angebot für unsere Kundinnen und Kunden zu formen.»

# LALIQUE GROUP

## **Unterlagen zu den Jahresergebnissen 2021**

Die folgenden Unterlagen sind auf der Website von Lalique Group wie folgt verfügbar:

Medienmitteilung [www.lalique-group.com/media](http://www.lalique-group.com/media)

Ergebnispräsentation [www.lalique-group.com/financial?section=presentations](http://www.lalique-group.com/financial?section=presentations)

Geschäftsbericht [www.lalique-group.com/financial?section=reporting](http://www.lalique-group.com/financial?section=reporting)

## **Telefonkonferenz für Investoren, Analysten und Medien**

Datum: Donnerstag, 21. April 2022

Zeit: 10:00 Uhr MESZ

Referenten: Roger von der Weid, CEO; Alexis Rubinstein, CFO

Einwahlnummern per Telefon:

Schweiz +41 (0) 58 310 50 00

Frankreich +33 (0) 1 7091 87 06

UK +44 (0) 207 107 06 13

USA +1 (1) 631 570 56 13

Klicken Sie auf den folgenden Link, um die synchronisierte Präsentation zu verfolgen (ohne Ton):

<https://services.choruscall.com/mediaframe/webcast.html?webcastid=aArLDZeX>

## **Medienkontakt**

Lalique Group SA

Esther Fuchs

Head of Communication & PR

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**

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 sowie Single Malt Whisky. Das im Jahr 2000 gegründete Unternehmen beschäftigt rund 700 Mitarbeitende und hat seinen Hauptsitz in Zürich. Die Marke Lalique, die den Namen der Gruppe prägt, wurde 1888 in Paris von René Lalique, Meister der Glas- und Schmuckkunst, ins Leben gerufen. Die Namenaktien von Lalique Group (LLQ) sind an der SIX Swiss 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

	2021	2020
<b>Betriebserlös</b>	142.0	110.7
<b>Bruttoergebnis</b>	80.2	59.1
Personalaufwand	-34.6	-28.7
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-21.8	-22.9 <sup>1)</sup>
<b>EBITDA</b>	23.8	7.6
Abschreibungen/Impairment	-14.2	-20.2 <sup>2)</sup>
<b>EBIT</b>	9.6	-12.6
EBIT-Marge	6.8%	-11.3%
Finanzergebnis	-1.1	-2.5
<b>Konzernergebnis</b>	6.8	-15.0

1) Enthält eine Rückstellung für ein Rechtsverfahren in Höhe von EUR 2.4 Mio.

2) Enthält eine nicht-liquiditätswirksame Wertminderung auf der Marke Lalique in Höhe von EUR 4.3 Mio.

In EUR

<b>Ergebnis pro Aktie</b>	1.14	-1.76
---------------------------	------	-------

In Mio. EUR

	31.12.2021	31.12.2020
<b>Total Eigenkapital (vor Anteilen ohne beherrschenden Einfluss)</b>	168.9	156.6
Eigenkapitalquote	50.9	46.2

Die vollständige Konzernrechnung steht unter [www.lalique-group.com/financial](http://www.lalique-group.com/financial) zur Verfügung.