

Lalique Group gibt Jahresergebnis 2022 bekannt

Zürich, 19. April 2023 – Die in der Kreation, der Entwicklung, der Vermarktung und dem weltweiten Vertrieb von Luxusgütern tätige Lalique Group SA (SIX: LLQ) erzielte 2022 einen Betriebserlös von EUR 170.0 Mio., der damit um 20% höher war als im Vorjahr. Der EBIT erhöhte sich auf EUR 13.2 Mio., bzw. EUR 11.5 Mio. unter Ausklammerung eines im ersten Halbjahr angefallenen Sonderertrags, bei einer EBIT-Marge von 7.7% bzw. 6.8%. Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung 2023 eine auf CHF 0.50 je Aktie erhöhte Dividende. Für 2023 erwartet Lalique Group weiteres Umsatzwachstum im tiefen Zehnprozentbereich, während die Profitabilität aufgrund höherer Kosten, insbesondere für Energie, geringfügig tiefer sein dürfte als im Jahr 2022.

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

Wie am 14. März 2023 vorab kommuniziert, verzeichnete Lalique Group im Geschäftsjahr 2022 erwartungsgemäss einen kräftigen, breit abgestützten Umsatzanstieg, zu welchem alle Geschäftssegmente mit zweistelligen Wachstumsraten beitrugen. Als besonders kräftiger Wachstumstreiber erwies sich wie im Vorjahr das Parfümgeschäft. Insgesamt stieg der Betriebserlös von Lalique Group gegenüber 2021 um 20% auf EUR 170.0 Mio. Wie bereits mitgeteilt, ist darin ein im ersten Halbjahr 2022 angefallener Sonderertrag von EUR 1.7 Mio. im Zusammenhang mit einem abgeschlossenen Rechtsverfahren enthalten.

Die Entwicklung auf der Aufwandseite reflektiert höhere Geschäftsvolumen, den Ausbau des Geschäfts und wieder intensiviertere Marketing- und Vertriebsaktivitäten gegenüber der im Vorjahr reduzierten Kostenbasis aufgrund von Lockdownbedingten Betriebsschliessungen. Zudem stärkte die Gruppe 2022 ihre Produktionskapazitäten für künftiges weiteres Wachstum, unter anderem durch Investitionen in einen effizienteren und leistungsstärkeren Schmelzofen und in die Erhöhung der Ressourcen in der Kaltglasfertigung in der Kristallmanufaktur sowie in einen neuen Maischbottich in der Whisky-Destillerie. Der Personalaufwand lag mit EUR 42.0 Mio. um 22% über dem Vorjahr. Die übrigen betrieblichen Aufwendungen beliefen sich auf EUR 27.8 Mio., entsprechend einem Anstieg von 28%. Die Abschreibungen und Wertberichtigungen waren mit EUR 15.7 Mio. um 10% höher als im Vorjahr.

Das Betriebsergebnis (EBIT) erhöhte sich im Jahr 2022 auf EUR 13.2 Mio. gegenüber EUR 9.6 Mio. im Vorjahr. Die EBIT-Marge stieg auf 7.7% nach 6.8% im Vorjahr. Unter Ausklammerung des erwähnten Sonderertrags von EUR 1.7 Mio. erhöhte Lalique Group den EBIT im Berichtsjahr um 19% auf EUR 11.5 Mio. bei einer EBIT-Marge von 6.8%. Das Konzernergebnis stieg im Berichtsjahr auf EUR 9.6 Mio., im Vergleich zu EUR 6.8 Mio. im Vorjahr.

Lalique Group verfügt weiterhin über eine solide Liquiditäts- und Kapitalposition mit einer Eigenkapitalquote von 50.0% per Ende 2022 (2021: 50.9%).

LALIQUE GROUP

Ergebnisse der Segmente

Das Segment Lalique erzielte 2022 einen Umsatz von EUR 95.7 Mio., was einem Plus von 12% gegenüber einem starken Vorjahr entsprach. Die beiden Hauptpfeiler des Segments, das Parfüm- und das Kristallgeschäft, steigerten ihre Umsätze nochmals um 13% bzw. 11% und erzielten ein geografisch breit abgestütztes Wachstum. Auch der Gastronomie- und Hotelleriebereich verzeichnete eine gute Nachfrage. Sowohl die beiden Hotels/Restaurants Villa René Lalique und Château Hochberg als auch das im Juli 2021 übernommene Hotel-Restaurant Château Lafaurie-Peyraguey Lalique trugen zum Wachstum bei. Der Personalaufwand stieg um 20%, und die übrigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich um 32%. Der Kostenanstieg widerspiegelt die gegenüber der Pandemiephase wieder intensiveren Geschäftsaktivitäten, die erwähnten Investitionen in die Produktionskapazitäten der Kristallmanufaktur und den erstmals ganzjährig angefallenen Betrieb des Hotel-Restaurant Château Lafaurie-Peyraguey Lalique. Der EBIT belief sich auf EUR 4.3 Mio. (EUR 2.6 Mio. ohne den erwähnten Sonderertrag), gegenüber EUR 5.8 Mio. im Vorjahr.

Ultrasun erzielte im Jahr 2022 einen Umsatz von EUR 14.8 Mio. Dies entspricht einer Steigerung von 13% gegenüber dem Vorjahr, in welchem die Nachfrage nach Sonnenschutzprodukten von eingeschränkten Ferien- und Reisemöglichkeiten aufgrund der Pandemie beeinträchtigt war. Obwohl Ultrasun auf den Wachstumspfad zurückkehrte, blieb der Segmentumsatz noch unter dem Vor-Pandemie-Niveau (2019: EUR 21.8 Mio.). Im Online-Handel konnte Ultrasun weiter stark zulegen. Die Bruttomarge erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr, das durch den Abverkauf und die Ausscheidung von älteren Produkten belastet worden war. Bei einem Kostenanstieg von insgesamt 9% belief sich die Profitabilität auf Stufe EBIT auf EUR 0.5 Mio. (2021: EUR -1.1 Mio.)

Das Segment Jaguar Fragrances konnte 2022 das starke Wachstum des Vorjahres fortsetzen und erzielte einen Umsatz von EUR 26.4 Mio. (+28%). Dazu trugen eine breite Nachfrage in Europa und erfreuliche Ergebnisse in Indien bei. Der EBIT erhöhte sich auf EUR 4.3 Mio. (2021: EUR 3.5 Mio.).

Das Segment The Glenturret erzielte 2022 einen Umsatzzanstieg von 54% auf EUR 7.6 Mio. Dies widerspiegelt eine weitere Steigerung der Whiskyverkäufe, wobei die Lancierung eines neuen Whiskysortiments im zweiten Halbjahr 2022 erst später als ursprünglich geplant erfolgte. Das Besucherzentrum und der Shop der Destillerie, welche im Vorjahr im Lalique-Stil renoviert worden waren, und das im Juli 2021 eröffnete The Glenturret Lalique Restaurant trugen ebenfalls zum Umsatzzanstieg bei. Mit dem Ausbau des Angebotes war ein erwartungsgemässer Kostenanstieg verbunden. Der EBIT belief sich im Berichtsjahr auf EUR -0.9 Mio. (2021: EUR -1.8 Mio.).

Unter den anderen Marken stieg der Umsatz bei Bentley Fragrances dank einer starken internationalen Markenpräsenz mit einem Plus von 59% erneut kräftig an. Parfums Samourai konnte mit 14% im japanischen Markt wieder zulegen, und Parfums Grès mit den Schlüsselmärkten in Lateinamerika wuchs um 4%; beide Marken näherten sich damit dem Vor-Pandemie-Niveau wieder an. Brioni Parfums steigerte den Umsatz 2022 deutlich, wozu auch die Lancierung des dritten Duftes bei-

LALIQUE GROUP

getragen hat. Der Parfüms-Abfüll- und Logistikbetrieb Lalique Beauty Services erhöhte seinen Umsatz gegenüber Vorjahr um 19%. Der EBIT des Segments belief sich auf EUR 5.4 Mio. (2021: EUR 3.2 Mio.).

Dividendenantrag

Aufgrund des Ergebnisses für das Geschäftsjahr 2022 beantragt der Verwaltungsrat der Generalversammlung vom 31. Mai 2023 die Ausschüttung einer Dividende von CHF 0.50 je Aktie (Geschäftsjahr 2021: CHF 0.40 je Aktie). Die Ausschüttung ist je hälftig als ordentliche Dividende und als Zahlung aus der Kapitaleinlagerserve (ohne Abzug der Verrechnungssteuer) geplant.

Ausblick

Das weltwirtschaftliche Umfeld und die geopolitische Situation bleiben 2023 und auf absehbare Zeit mit Unsicherheiten verbunden. Lalique Group wird ihre Diversifikationsstrategie weiter konsequent umsetzen. Insbesondere die vergangenen Jahre haben gezeigt, dass die Breite ihres Geschäfts unter wirtschaftlich herausfordernden und mit Unsicherheit behafteten Bedingungen eine Stärke ist.

Lalique Group wird auch im laufenden Jahr ausgewählte Produkteinführungen und Projekte vorantreiben. Hierzu gehören im Parfümbereich die Lancierung neuer Düfte von Lalique, Jaguar, Bentley und Brioni. Zudem werden Lalique und The Glenturret eine weitere Kollaboration mit dem Künstler James Turrell präsentieren.

Im laufenden Jahr wird auch die im Frühling 2024 geplante Lancierung der ersten Düfte unter der Parfüm-Lizenzvereinbarung mit dem globalen Fashion-Brand Superdry vorbereitet. Zudem will die Gruppe weiter Chancen nutzen, um die Bekanntheit der Marke Lalique durch die Erlebniswelt des Gastronomie- und Hotelleriebereichs zu fördern. Wie im Juli 2022 bekanntgegeben, wird Lalique Group künftig das Zürcher Traditionshotel «Villa Florhof» betreiben, dessen Wiedereröffnung im Herbst 2024 geplant ist. Im laufenden Jahr vorbereitet wird auch der ebenfalls 2024 geplante Re-Launch des Seidenlabels Fabric Frontline, dessen Übernahme im September 2022 bekannt gegeben wurde. Zudem wird in Zürich in Kürze der neue Flagship-Store von Lalique an der St. Peterstrasse 16 eröffnet und der Umzug vom bisherigen Standort an der Talstrasse abgeschlossen.

Unvorhersehbare Ereignisse vorbehalten, erwartet Lalique Group für das Gesamtjahr 2023 ein Umsatzwachstum im tiefen Zehnprozentbereich, während die Profitabilität aufgrund höherer Kosten, insbesondere für Energie, geringfügig tiefer sein dürfte als im Jahr 2022.

Roger von der Weid, CEO von Lalique Group: «Lalique Group hat im Jahr 2022 gute Ergebnisse erzielt, die uns darin bestärken, unsere Diversifikationsstrategie konsequent weiter umzusetzen. Unser Portfolio vereint ein attraktives Angebot im Luxusgüterbereich, das insbesondere dank der Strahlkraft der Marke Lalique eine breite Kundschaft zu erreichen vermag.»

LALIQUE GROUP

Unterlagen zu den Jahresergebnissen 2022

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

Medienmitteilung www.lalique-group.com/news

Folienpräsentation www.lalique-group.com/presentations#publication-list-2

Jahresbericht www.lalique-group.com/financial-reports#publication-list-2

Telefonkonferenz für Investoren, Analysten und Medien

Datum: Mittwoch, 19. April 2023

Zeit: 10:00 Uhr MESZ

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

Einwahlnummern per Telefon:

Schweiz / Europa: +41 (0) 58 310 50 00

Frankreich: +33 (0) 1 7091 87 06

Vereinigtes Königreich: +44 (0) 207 107 06 13

Vereinigte Staaten: +1 (1) 631 570 56 13

Klicken Sie auf den folgenden Link, um die synchronisierte Präsentation zu verfolgen (ohne Ton): <https://media.choruscall.eu/mediaframe/webcast.html?webcastid=XVvzP6Ez>

Medienkontakt

Lalique Group SA

Sheniz Anar

Communication & PR Coordinator

Grubenstrasse 18

CH-8045 Zürich

Telefon: +41 43 499 45 35

E-Mail: sheniz.anar@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 770 Mitarbeitende (Vollzeit-äquivalent) 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

LALIQUE GROUP

Entwicklung Schlüsselzahlen Lalique Group

In Mio. EUR

	2022	2021
Betriebserlös	170.0 ¹⁾	142.0
Bruttoergebnis	98.7	80.2
Personalaufwand	-42.0	-34.6
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-27.8	-21.8
EBITDA	28.9	23.8
Abschreibungen/Impairment	-15.7	-14.2
EBIT	13.2	9.6
EBIT-Marge	7.7%	6.8%
Finanzergebnis	-2.0	-1.1
Einkommenssteuer	-1.5	-1.7
Konzernergebnis	9.6	6.8

¹⁾ Enthält einen Sonderertrag von EUR 1.7 Mio. im Zusammenhang mit einem Rechtsverfahren

In EUR

Ergebnis pro Aktie	1.35	1.14
---------------------------	------	------

In Mio. EUR

	31.12.2022	31.12.2021
Total Eigenkapital (vor Anteilen ohne beherrschenden Einfluss)	178.8	168.9
Eigenkapitalquote	50.0%	50.9%

Die vollständige Konzernrechnung steht unter www.lalique-group.com/financial-reports#publication-list-2 zur Verfügung.