

## **Lalique Group gibt Jahresergebnis 2023 bekannt**

**Zürich, 17. April 2024 – Die in der Kreation, der Entwicklung, der Vermarktung und dem weltweiten Vertrieb von Luxusgütern tätige Lalique Group SA (SIX: LLQ) steigerte 2023 den Betriebserlös um 5% auf EUR 179.2 Mio. Bei höheren Kosten insbesondere für Energie und in der Produktion belief sich der EBIT auf EUR 7.0 Mio. (EBIT-Marge von 3.9%), und das Konzernergebnis betrug EUR 2.4 Mio. Der Verwaltungsrat beantragt an der anstehenden Generalversammlung, auf eine Dividende für das Geschäftsjahr 2023 zu verzichten. Für das Jahr 2024 erwartet Lalique Group ein Umsatzwachstum im hohen einstelligen Prozentbereich und eine gegenüber 2023 wieder höhere EBIT-Marge.**

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

Wie am 20. März 2024 vorab kommuniziert, verzeichnete Lalique Group im Geschäftsjahr 2023 einen soliden Umsatzanstieg, zu welchem alle Geschäftssegmente beitrugen. Nach insbesondere im ersten Halbjahr herausfordernden Markt- und Produktionsbedingungen verbesserte sich der Geschäftsverlauf in der saisonal stärkeren zweiten Jahreshälfte, wobei der Planrückstand aus dem ersten Semester nicht ganz wettgemacht werden konnte. Das Parfümgeschäft entwickelte sich insgesamt solid nach dem starken Wachstum im Vorjahr, wurde aber zeitweise durch Lieferengpässe bei Produktionskomponenten beeinträchtigt. Das Kristallgeschäft schloss das Jahr nach einem schwierigen Start mit einer guten Dynamik ab. Die Sonnenschutzmarke Ultrasun erzielte weitere erfreuliche Fortschritte, und die Whisky-Destillerie The Glenturret setzte ihren Wachstumspfad fort. Auch das Angebot im Gastronomie- und Hotelleriebereich entwickelte sich positiv.

Der Betriebserlös von Lalique Group stieg insgesamt auf EUR 179.2 Mio. und lag damit um 5% höher als im Jahr 2022, welches noch im Zeichen des Aufschwungs nach der Pandemie gestanden war. Unter Ausklammerung des kommunizierten Sonderertrags von EUR 1.7 Mio. im Jahr 2022 stieg der Betriebserlös im Jahr 2023 um 6%.

Die Entwicklung der betrieblichen Aufwendungen war im Jahr 2023 insbesondere von der allgemeinen Teuerung und höheren Energiekosten geprägt; diese Effekte konnten teilweise und mit einer gewissen Verzögerung durch Preiserhöhungen kompensiert werden. Zudem investierte Lalique Group weiter gezielt in Personalausbau sowie Marketing- und Verkaufsaktivitäten. Der Personalaufwand lag mit EUR 46.9 Mio. um 12% über dem Vorjahr. Die übrigen betrieblichen Aufwendungen stiegen um 13% auf EUR 31.5 Mio. Die Abschreibungen und Wertberichtigungen waren mit EUR 14.4 Mio. um 9% tiefer als im Vorjahr, was die Wertaufholung eines Vermögenswertes im Umfang von EUR 1.5 Mio. widerspiegelt.

Das Betriebsergebnis (EBIT) betrug EUR 7.0 Mio. gegenüber EUR 13.2 Mio. im Vorjahr. In Einklang mit der Guidance belief sich die EBIT-Marge auf 3.9%, nach 7.7%

# LALIQUE GROUP

im Jahr 2022 bzw. 6.8% unter Ausklammerung des damals angefallenen Sonderertrags. Lalique Group verzeichnete im Berichtsjahr ein Konzernergebnis von EUR 2.4 Mio., im Vergleich zu EUR 9.6 Mio. im Vorjahr.

Die Gruppe verfügt weiterhin über eine solide Kapitalbasis mit einer Eigenkapitalquote von 47.3% per Ende 2023 (2022: 50.0%). Die Netto-Cash-Position lag per Ende 2023 tiefer als ein Jahr zuvor, hauptsächlich aufgrund einer im Jahresverlauf erhöhten Lagerhaltung von Produktionskomponenten angesichts längerer Lieferzeiten, um die Fertigung von Produkten zu gewährleisten.

Aufgrund des Ergebnisses für das Geschäftsjahr 2023 beantragt der Verwaltungsrat der Generalversammlung vom 29. Mai 2024, auf die Ausschüttung einer Dividende zu verzichten (Geschäftsjahr 2022: CHF 0.50 je Aktie).

Roger von der Weid, exekutiver Vizepräsident von Lalique Group: «Wir haben im Jahr 2023 ein solides Wachstum erzielt. Die Markt- und Produktionsbedingungen waren jedoch insbesondere im ersten Halbjahr schwierig und beeinträchtigten zeitweise die Leistungskraft unseres Geschäfts. Zudem wurde die Profitabilität durch Inflation und hohe Energiekosten beeinträchtigt. Aus diesem Grund, und angesichts weiterer geplanter Investitionen in unsere Produktionskapazitäten sowie neuer Projekte, beantragt der Verwaltungsrat für 2023 auf eine Dividende zu verzichten. Mit unseren starken Marken sind wir gut gerüstet, um die sich bietenden Chancen im Luxusgütermarkt zu nutzen.»

## **Ergebnisse der Segmente**

Das Segment Lalique erzielte 2023 einen soliden Umsatz, der mit EUR 98.4 Mio. um 3% über dem Geschäftsjahr 2022 lag. Diese Entwicklung widerspiegelt einen Umsatzzuwachs im Kristallgeschäft (+5%), während das Parfümgeschäft (-5%) tiefer als im starken Vorjahr abschloss; dazu beigetragen haben die Restrukturierung des Vertriebs in gewissen Märkten sowie der Umstand, dass Lalique Parfums aufgrund zwischenzeitlich fehlender Lagerbestände zusätzliche Umsatzmöglichkeiten nicht wahrnehmen konnte. Im Bereich Hotellerie- und Gastronomie verzeichneten die drei Etablissements – die Villa René Lalique und das Château Hochberg im Elsass sowie das Hotel-Restaurant Château Lafaurie-Peyraguey Lalique in der Region Bordeaux – eine gute Nachfrage. Auf der Aufwandseite erhöhten sich der Personalaufwand um 6% und die übrigen betrieblichen Aufwendungen um 9%. Die Profitabilität verbesserte sich im zweiten Halbjahr deutlich im Vergleich zur ersten Jahreshälfte, in welcher nicht nur höhere Kosten insbesondere für Energie und Saläre angefallen waren, sondern die Produktion im Kristallgeschäft durch einen technischen Defekt der Elektroden des neuen Schmelzofens beeinträchtigt worden war. Nach einem negativen EBIT von EUR -1.7 Mio. im ersten Halbjahr schloss das Segment Lalique das Gesamtjahr 2023 mit einem positiven EBIT von EUR 1.2 Mio. ab (2022: EUR 4.3 Mio. bzw. EUR 2.6 Mio. ohne den damals angefallenen Sonderertrag).

Ultrasun erzielte im Jahr 2023 ein Umsatzwachstum von 10% auf EUR 16.4 Mio. Damit setzte das Segment die Erholung nach der Pandemie fort, in der die Nachfrage nach Sonnenschutzprodukten zurückgegangen war. Zu den Wachstumstreibern im Berichtsjahr gehörten der britische Markt, in dem alle Verkaufskanäle zulegen und der Anteil des Online-Geschäfts auf rund ein Drittel anstieg, und die

# LALIQUE GROUP

Schweiz, wo Ultrasun mit dem Fokus auf Apotheken und Drogerien als Verkaufspunkte einen rekordhohen Umsatz erzielte. Hinzu kam ein sehr starkes Umsatzwachstum in Deutschland, sowohl stationär wie auch online. Während die Produktionskosten vor dem Hintergrund der allgemeinen Teuerung stiegen, gingen die betrieblichen Aufwendungen leicht zurück, wobei höheren Personalaufwendungen tiefere übrige betriebliche Aufwendungen gegenüberstanden. Der EBIT belief sich auf EUR 0.6 Mio. (2022: EUR 0.5 Mio.).

Das Segment Jaguar Fragrances, die umsatzstärkste Parfümmarke der Gruppe, verzeichnete 2023 ein weiteres Wachstum von 7% auf EUR 28.2 Mio. Über das Geschäftsjahr hinweg entwickelte sich insbesondere der Absatz in Europa erfreulich. Die Profitabilität wurde jedoch durch höhere Produktions-, Personal- und Betriebskosten beeinträchtigt, und der EBIT fiel mit EUR 2.0 Mio. tiefer aus als im Vorjahr (2022: EUR 4.3 Mio.).

Das Segment Wine & Spirits, welches die schottische Whisky-Destillerie The Glenturret und seit 27. November 2023 das Weingut Château Lafaurie-Peyraguey enthält, erzielte einen Umsatz von EUR 9.7 Mio. The Glenturret verzeichnete dabei ein Wachstum von 21%. Dazu trugen neben den gesteigerten Whiskyverkäufen auch das touristische Angebot der Destillerie vor Ort bei, wie auch der Vertrieb hochwertiger Kristallprodukte für The Glenturret, beispielsweise die exklusiven Lalique Whisky-Karaffen. Die Kosten des Segments stiegen erwartungsgemäss und widerspiegeln Salärerhöhungen und den Geschäftsausbau. Während The Glenturret 2023 den Breakeven auf Stufe EBIT knapp verfehlte, erzielte das Segment insgesamt einen positiven EBIT von EUR 0.8 Mio. (2022: EUR -0.9 Mio.).

Im Segment der anderen Marken stieg der Umsatz 2023 insgesamt um 16% auf EUR 44.4 Mio. Dabei verzeichnete Bentley einen weitgehend durch die erwähnten Lieferengpässe bei Produktionskomponenten begründeten Umsatzrückgang von 25%, nachdem die beiden vorangegangenen Jahre durch ein aussergewöhnlich starkes Wachstum geprägt gewesen waren. Parfums Samourai (+11%) erzielte weiteres Wachstum vor dem Hintergrund der Markterholung in Japan, und Parfums Grès (+42%) legte insbesondere dank sehr guter Nachfrage in Südeuropa und in lateinamerikanischen Schlüsselmärkten kräftig zu. Weiterhin positiv entwickelte sich auch die 2021 eingeführte Marke Brioni Fragrances (+17%). Der Parfüms-Abfüll- und Logistikbetrieb Lalique Beauty Services erzielte dank einer im Jahresverlauf zunehmenden Auslastung ein Umsatzwachstum von 26%. Infolge der auch in diesem Segment höheren Produktions- und betrieblichen Kosten ging der EBIT auf EUR 3.0 Mio. zurück (2022: EUR 5.4 Mio.).

## **Ausblick**

Lalique Group ist mit ihrem diversifizierten Geschäft im Luxusgütermarkt gut positioniert und verfügt über ein attraktives Angebot. Das weltwirtschaftliche Umfeld und die geopolitische Situation bleiben indes auf absehbare Zeit mit Unsicherheiten verbunden, wobei Lalique Group davon ausgeht, dass sich im laufenden Jahr die Teuerungseffekte in geringerem Ausmass auf die Produktion und die betrieblichen Aufwendungen auswirken werden als im Vorjahr. Die Energiekosten werden gegenüber ihrem Höchstniveau während der Geschäftsperiode 2023 markant tiefer erwartet.

# LALIQUE GROUP

Lalique Group wird auch im laufenden Jahr ausgewählte Produkteinführungen und Projekte vorantreiben und weiter in die Stärkung ihrer Produktionskapazitäten und in die strategische Marktpräsenz investieren. In diesem Zusammenhang ist im Herbst 2024 die Eröffnung des neuen Lalique Flagship-Stores in New York geplant. Zu den grösseren Vorhaben zählt auch der laufende Umbau des Hotel Restaurant Villa Florhof in Zürich, dessen Wiedereröffnung im Mai 2025 geplant ist. Ebenfalls im Frühling 2025 vorgesehen ist der Re-Launch des Seidenlabels Fabric Frontline.

Im Parfümbereich wird im Spätsommer 2024 der erste Duft unter der Lizenzvereinbarung mit dem globalen Fashion-Brand Superdry lanciert. Mit der Sonnenschutzmarke Ultrasun soll die in den vergangenen Monaten bereits intensivierete Kooperation zum Vertrieb über die Müller Drogeriemärkte in Deutschland und anderen europäischen Ländern weiter ausgebaut werden; in China ist 2024 die Zusammenarbeit mit einem neuen Distributor für Ultrasun gestartet. Im Segment Wine & Spirits wurde der zum Jahresende 2023 in Grossbritannien präsentierte schottische Gin Aberturret, der seit Frühling 2024 auch international lanciert wird, gut im Markt aufgenommen. Das The Glenturret Lalique Restaurant in Schottland verzeichnet seit der Verleihung des zweiten Michelin Sterns im Februar 2024 eine höhere Auslastung.

Die Gruppe ist zudem weiterhin bestrebt, Synergien zwischen der Marke Lalique und dem Angebot im Gastronomie- und Hotelleriebereich zu nutzen. Ähnlich wie bei der Whisky-Destillerie The Glenturret soll nun auch das Weingut Château Lafaurie-Peyraguey stärker in die Erlebniswelt von Lalique eingebunden werden, nachdem die Gruppe im vergangenen Jahr eine Mehrheitsbeteiligung von 71% am Weingut in der Bordeaux Region übernommen hat.

Unvorhersehbare Ereignisse vorbehalten, erwartet Lalique Group für das Gesamtjahr 2024 ein Umsatzwachstum im hohen einstelligen Prozentbereich und eine gegenüber 2023 wieder höhere EBIT-Marge. Bezüglich ihrer Mittelfristziele hält Lalique Group an der Ambition fest, bei einem Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich die EBIT-Marge schrittweise auf 9% bis 11% zu steigern, wobei die Erreichung des Zielbands vor dem Hintergrund der derzeitigen Inflationstrends wie kommuniziert im Jahr 2026 erwartet wird.

Nina Müller, CEO von Lalique Group: «Ich sehe ein riesiges Potenzial in der Marke Lalique und den einzelnen Geschäftsbereichen unserer Gruppe. Mit einem klaren Blick auf die Vielfalt und Tradition, die Lalique ausmachen, werde ich gemeinsam mit meinem Team konsequent daran arbeiten Lalique Group als erstklassige Adresse im Luxusgütermarkt zu etablieren. Indem wir gezielt Wachstumsmöglichkeiten ergreifen und die Synergien zwischen unseren Geschäftseinheiten weiter sorgfältig nutzen, setzen wir alles daran, unsere Kundschaft durch ein aussergewöhnliches und inspirierendes Angebot zu begeistern. Unser Ziel ist es, nachhaltigen Wert zu schaffen, indem wir Exzellenz anstreben und unsere Marktposition festigen.»

# LALIQUE GROUP

## **Unterlagen zu den Jahresergebnissen 2023**

Auf der Website von Lalique Group sind die Unterlagen zu den Jahresergebnissen 2023 wie folgt verfügbar:

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

Folienpräsentation [www.lalique-group.com/presentations#publication-list-2](http://www.lalique-group.com/presentations#publication-list-2)

Jahresbericht [www.lalique-group.com/financial-reports#publication-list-2](http://www.lalique-group.com/financial-reports#publication-list-2)

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

Datum: Mittwoch, 17. April 2024

Zeit: 10:00 Uhr MESZ

Referenten: Nina Müller, CEO; Roger von der Weid, exekutiver Vizepräsident;  
Alexis Rubinstein, CFO

Einwahlnummern per Telefon:

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

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=1SQSua4J>

# LALIQUE GROUP

## **Medienkontakt**

Lalique Group SA  
Elle Steinbrecher  
Head of Communication & PR  
Grubenstrasse 18  
CH-8045 Zürich

Telefon: +41 43 499 45 58

E-Mail: [elle.steinbrecher@lalique-group.com](mailto:elle.steinbrecher@lalique-group.com)

## **Lalique Group**

Die Lalique Group ist ein Nischenunternehmen, das auf die Kreation, Entwicklung, Vermarktung und den weltweiten Vertrieb von Luxusgütern spezialisiert ist. Die Geschäftsbereiche umfassen Parfüm, Kosmetik, Kristall, Schmuck, hochwertige Möbel und Lifestyle-Accessoires sowie Kunst, Gastronomie und Hotellerie und Single Malt Whisky. Das im Jahr 2000 gegründete Unternehmen beschäftigt rund 810 Mitarbeitende (Vollzeitäquivalent) und hat seinen Hauptsitz in Zürich. Die Marke Lalique, von der die Gruppe ihren Namen ableitet, wurde 1888 in Paris durch den Glasmachermeister und Schmuckdesigner René Lalique gegründet. Die Aktien der Lalique Group (LLQ) sind an der SIX Swiss Exchange kotiert.

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

# LALIQUE GROUP

## Entwicklung Schlüsselzahlen Lalique Group

In Mio. EUR

	2023	2022
<b>Betriebserlös</b>	179.2	170.0 <sup>1)</sup>
<b>Bruttoergebnis</b>	99.9	98.7
Personalaufwand	-46.9	-42.0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-31.5	-27.8
<b>EBITDA</b>	21.4	28.9
Abschreibungen/Impairment	-14.4	-15.7
<b>EBIT</b>	7.0	13.2
EBIT-Marge	3.9%	7.7%
Finanzergebnis	-3.8	-2.0
Einkommenssteuer	-0.9	-1.5
<b>Konzernergebnis</b>	2.4	9.6

<sup>1)</sup> Enthält einen Sonderertrag von EUR 1.7 Mio. im Zusammenhang mit einem Rechtsverfahren

In EUR

<b>Ergebnis pro Aktie</b>	0.34	1.35
---------------------------	------	------

In Mio. EUR

	31.12.2023	31.12.2022 restated
<b>Total Eigenkapital (vor Anteilen ohne beherrschenden Einfluss)</b>	195.8	178.8
Eigenkapitalquote	47.3%	50.1%

Die vollständige Konzernrechnung steht unter [www.lalique-group.com/financial-reports#publication-list-2](http://www.lalique-group.com/financial-reports#publication-list-2) zur Verfügung.