

## **Lalique Group gibt Halbjahresergebnis 2023 bekannt**

**Zürich, 13. September 2023 – Die in der Kreation, der Entwicklung, der Vermarktung und dem weltweiten Vertrieb von Luxusgütern tätige Lalique Group SA (SIX: LLQ) erzielte im ersten Halbjahr 2023 einen Betriebserlös von EUR 87.7 Mio. (+5%). Der EBIT belief sich auf EUR 2.5 Mio. bei einer EBIT-Marge von 2.8%, was höhere Kosten für Energie, aber auch die Teuerung in der Produktion und bei den Personalaufwendungen widerspiegelt. Für das Gesamtjahr 2023 erwartet Lalique Group nun ein Umsatzwachstum im oberen einstelligen Prozentbereich und eine Profitabilität auf Stufe EBIT, die höher als im ersten Halbjahr, aber deutlich tiefer als im Vorjahr sein dürfte.**

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

Im ersten Halbjahr 2023 verzeichnete Lalique Group weiteres profitables Wachstum, wozu insbesondere das Parfümgeschäft, die Sonnenschutzmarke Ultrasun und die Whisky-Destillerie The Glenturret beitrugen. Insgesamt belief sich der Betriebserlös auf EUR 87.7 Mio. Er lag damit um 5% höher als in der starken Vorjahresperiode bzw. stieg um 8%, wenn der im ersten Halbjahr 2022 angefallene Sonderertrag von EUR 1.7 Mio. aus einem Rechtsverfahren ausgeklammert wird.

Nachdem das erste Halbjahr 2022 im Zeichen des Aufschwungs nach der Pandemie gestanden hatte, präsentierten sich die Markt- und Produktionsbedingungen im ersten Halbjahr 2023 insgesamt herausfordernd. Neben den wie erwartet höheren Energiekosten, die sich in den Produktionsstätten gegenüber der Vorjahresperiode verdreifacht haben, und der allgemeinen Teuerung waren zeitweise auch die Lieferketten in der Produktion angespannt. Vor diesem Hintergrund nahm Lalique Group Preiserhöhungen vor, die sich jedoch nur teilweise auf das erste Semester auswirkten.

Auf der Kostenseite stieg der Personalaufwand auf EUR 22.0 Mio. (+13%), was auf Salärerhöhungen aufgrund der Inflation in einer Reihe von Märkten und den Ausbau des Geschäfts zurückzuführen ist. Die übrigen betrieblichen Aufwendungen beliefen sich auf EUR 14.6 Mio. (+11%) und enthalten vor allem höhere Kosten für Marketing- und Vertriebsaktivitäten. Die Abschreibungen und Wertberichtigungen beliefen sich auf EUR 7.9 Mio. (+6%).

Daraus resultierte im ersten Halbjahr 2023 ein Betriebsergebnis von EUR 2.5 Mio. bei einer EBIT-Marge von 2.8%, verglichen mit einem EBIT von EUR 6.3 Mio. und einer EBIT-Marge von 7.6% im ersten Halbjahr 2022 (ohne Berücksichtigung des angefallenen Sonderertrags). Das Konzernergebnis betrug EUR 0.6 Mio. (Vorjahresperiode: EUR 4.6 Mio.).

Lalique Group verfügt weiterhin über eine solide Bilanz mit einer Eigenkapitalquote von 47.8% per Ende Juni 2023 (Ende Dezember 2022: 50.0%)

# LALIQUE GROUP

## **Ergebnisse der Segmente**

Das Segment Lalique erzielte im ersten Halbjahr 2023 einen Betriebserlös von EUR 45.2 Mio. und blieb damit stabil gegenüber der umsatzstarken Vorjahresperiode (ohne Berücksichtigung des damals angefallenen Sonderertrags). Die beiden Hauptpfeiler des Segments – das Parfüm- und das Kristallgeschäft – wie auch der Gastronomie- und Hotelleriebereich erwirtschafteten solide Umsätze. Beim Kristallgeschäft wurden Produktion sowie Umsätze im ersten Quartal aufgrund eines technischen Defekts des per Ende 2022 in Betrieb genommenen neuen Schmelzofens getrübt. Wie für die gesamte Gruppe wurde die Profitabilität im Segment durch höhere betriebliche Kosten (insbesondere für Energie und Personal) beeinträchtigt. Neue Verkaufsstellen wurden in China eröffnet, und in Zürich wurde der Umzug in den neuen Flagship-Store abgeschlossen. Nach einem schwierigen ersten Quartal verbesserten sich die Geschäftsdynamik und die Profitabilität auch dank Preiserhöhungen. Insgesamt belief sich der EBIT im ersten Halbjahr 2023 auf EUR -1.7 Mio. gegenüber EUR 2.1 Mio. in der Vorjahresperiode (ohne den erwähnten Sonderertrag).

Ultrasun erzielte im ersten Halbjahr 2023 eine Umsatzsteigerung von 17% auf EUR 13.2 Mio. Damit setzte die Sonnenschutzmarke ihre Erholung nach den pandemiebedingten Einschränkungen fort. Als besonders starker Wachstumstreiber zeigte sich der Markt im Vereinigten Königreich, wo der Umsatz über alle Verkaufskanäle hinweg zunahm. Auf der Kostenseite nahm der Personalaufwand zu, während die übrigen betrieblichen Aufwendungen tiefer waren als im ersten Halbjahr 2022, in dem zusätzliche Kosten für Marketingaktivitäten und die Bereinigung von älteren Lagerbeständen angefallen waren. Der EBIT belief sich auf EUR 2.4 Mio. (H1 2022: EUR 1.1 Mio.).

Das Segment Jaguar Fragrances verzeichnete erneut ein starkes zweistelliges Wachstum: Der Umsatz stieg um 17% auf EUR 12.9 Mio. Höhere Produktions-, Personal- und Betriebskosten beeinträchtigten jedoch die Profitabilität und führten zu einem EBIT von EUR 1.4 Mio. (H1 2022: EUR 1.8 Mio.).

Das Segment The Glenturret steigerte im ersten Halbjahr 2023 den Umsatz um 34% auf EUR 3.0 Mio. Die Whiskyverkäufe legten zu, und auch die Eintrittszahlen im Besucherzentrum und im Shop der Destillerie stiegen im Vergleich zur Vorjahresperiode. Eine weiterhin gute Nachfrage verzeichnete auch das The Glenturret Lalique Restaurant. Die Kosten entwickelten sich angesichts des höheren Geschäftsvolumens erwartungsgemäss, wobei aufgrund der Teuerung und eines Ausbaus des Personalbestands auch in diesem Segment höhere Personalaufwendungen anfielen. Der EBIT belief sich auf EUR -0.9 Mio. (H1 2022: EUR -1.6 Mio.).

Unter den anderen Marken verzeichnete Bentley Fragrances gegenüber der starken Vorjahresperiode einen Umsatzrückgang (-16%) aufgrund von verzögerten Komponentenlieferungen, während Parfums Samouraï (+17%) und Parfums Grès (+5%) zulegen. Auf Wachstumskurs bleibt auch die 2021 eingeführte Marke Brioni Fragrances, deren Markterschliessung weiter Fortschritte erzielt. Der Parfüms-Abfüll und Logistikbetrieb Lalique Beauty Services erhöhte den Umsatz um 16%, wobei die Auslastung der Produktion im Semesterverlauf gesteigert werden konnte. Infolge der auch in diesem Segment angestiegenen Produktions- und betrieblichen Kosten belief sich der EBIT auf EUR 1.8 Mio. (H1 2022: 3.2 Mio.)

# LALIQUE GROUP

## Ausblick

Das Marktumfeld bleibt auch im weiteren Jahresverlauf 2023 und auf absehbare Zeit mit wirtschaftlichen und geopolitischen Unsicherheiten verbunden. Lalique Group wird ihre Diversifikationsstrategie weiter konsequent umsetzen, um die Vorteile aus der Breite ihres Geschäfts zu nutzen.

Kostenseitig erwartet Lalique Group ab dem nächsten Jahr einen signifikanten Rückgang der Energiekosten aufgrund von Forward Contracts, die für 2024 und 2025 abgeschlossen wurden. Hingegen dürften die Personal- und übrigen betrieblichen Aufwendungen aufgrund der allgemeinen Teuerung auch im kommenden Jahr und darüber hinaus auf erhöhtem Niveau bleiben.

Lalique Group wird auch in der zweiten Jahreshälfte 2023 ausgewählte Produkteinführungen und Projekte vorantreiben. Nach der Lancierung neuer Parfümdüfte von Brioni und Bentley im ersten Semester steht die Markteinführung weiterer Düfte von Lalique und Jaguar bevor. Der Verkauf des neuen Whiskysortiments 2023 von The Glenturret startete im August, und im Herbst steht die Lancierung eines neuen schottischen Gins an.

Zudem laufen die Vorbereitungen für Produkteneuheiten, die für das Jahr 2024 vorgesehen sind. Dazu gehören die für Frühling 2024 geplante Lancierung der ersten Düfte unter der Parfüm-Lizenzvereinbarung mit dem globalen Fashion-Brand Superdry und der Re-Launch des Seidenlabels Fabric Frontline. Die Inbetriebnahme des Zürcher Traditionshotels und -restaurants «Villa Florhof» ist nunmehr im Jahr 2025 geplant.

Unvorhersehbare Ereignisse vorbehalten, erwartet Lalique Group für das Gesamtjahr 2023 nun ein Umsatzwachstum im oberen einstelligen Prozentbereich (bisherige Guidance: im tiefen Zehnprozentbereich) und eine Profitabilität auf Stufe EBIT, die höher als im ersten Halbjahr, aber deutlich tiefer als im Vorjahr sein dürfte (bisher: geringfügig tiefer).

Bezüglich ihrer Mittelfristziele hält Lalique Group an der Ambition fest, die EBIT-Marge schrittweise auf 9% bis 11% zu steigern, wobei sich aufgrund der Inflationstrends die Erreichung des Zielbands bis 2026 verzögern dürfte.

Roger von der Weid, CEO von Lalique Group: «Lalique Group hat im ersten Semester 2023 ein solides Ergebnis erzielt, das allerdings von der internationalen Teuerung geprägt war. Die Geschäftsdynamik hat sich nach einem schwierigen Jahresstart verbessert, und wir sind zuversichtlich, in der zweiten Jahreshälfte dank der Attraktivität unseres Portfolios das Wachstum der Gruppe und auch die Profitabilität wieder zu erhöhen.»

# LALIQUE GROUP

## **Unterlagen zu den Halbjahresergebnissen 2023**

Die folgenden Unterlagen sind auf der Website von Laliq Group 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)

Halbjahresbericht [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, 13. September 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=gryCKNiw>

# 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**

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 790 Mitarbeitende (Vollzeitäquivalent) 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

	1. Semester 2023	1. Semester 2022
<b>Betriebserlös</b>	87.7	83.2 <sup>1)</sup>
<b>Bruttoergebnis</b>	46.9	48.1
Personalaufwand	-22.0	-19.5
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-14.6	-13.1
<b>EBITDA</b>	10.4	15.4
Abschreibungen/Impairment	-7.9	-7.4
<b>EBIT</b>	2.5	8.0
EBIT-Marge	2.8%	9.7%
Finanzergebnis	-1.4	-2.1
Einkommenssteuer	-0.5	-1.3
<b>Konzernergebnis</b>	0.6	4.6

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

In EUR

<b>Ergebnis pro Aktie</b>	0.15	0.74
---------------------------	------	------

In Mio. EUR

	30.06.2023	31.12.2022
<b>Total Eigenkapital (vor Anteilen ohne beherrschenden Einfluss)</b>	175.1	178.8
Eigenkapitalquote	47.8%	50.0%

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