



ART & FRAGRANCE

AD-HOC MITTEILUNG

Art & Fragrance erhöht Konzerngewinn 2015 deutlich

Zollikerberg bei Zürich, 21. April 2016 – Die in der Kreation, der Entwicklung, der Vermarktung und dem weltweiten Vertrieb von Luxusgütern tätige Art & Fragrance SA (BX:ARTN) hat im Jahr 2015 ein gutes Ergebnis erzielt. Der Betriebserlös wuchs gegenüber dem Vorjahr um 14% auf EUR 126.5 Mio. Das Konzernergebnis stieg auf EUR 8.5 Mio. gegenüber EUR 5.3 Mio. im Jahr 2014. Art & Fragrance ist zuversichtlich, in allen Segmenten weiteres Wachstum zu erzielen.

Art & Fragrance weist die Konzernrechnung 2015 sowie künftige Konzernrechnungen neu in Euro aus, weil in ihrem Geschäftsmodell der Euro sowohl auf der Ertrags- als auch auf der Kostenseite die mit Abstand bedeutendste Währung ist. Damit haben Währungsumrechnungseffekte einen geringeren Einfluss auf die Jahresergebnisse, was einen besseren Vergleich der operativen Leistung ermöglicht. Zu Vergleichszwecken werden die Ergebnisse des Jahres 2014 ebenfalls in Euro dargestellt.

Art & Fragrance hat im Jahr 2015 unter anspruchsvollen Marktbedingungen ein gutes Ergebnis erzielt. Dank höheren Umsätzen vor allem in der starken zweiten Jahreshälfte konnte der Betriebserlös gegenüber dem Vorjahr um 14% auf EUR 126.5 Mio. gesteigert werden. Der Personalaufwand erhöhte sich um 12% auf EUR 26.5 Mio., u.a. aufgrund der Eröffnung des Hotels und Restaurants „Villa René Lalique“ sowie wachstumsbedingt im Parfümbereich. Die übrigen betrieblichen Aufwendungen stiegen um weniger als 1% auf EUR 30.1 Mio. Unter Berücksichtigung von 14% höheren Abschreibungen nahmen die Kosten um insgesamt 6% zu. Das Betriebsergebnis (EBIT) war mit EUR 11.5 Mio. mehr als doppelt so hoch wie im Jahr 2014. Das Konzernergebnis belief sich auf EUR 8.5 Mio. und war damit um 60% höher als im Vorjahr, das durch einen Rechtsfall bei Lalique in Frankreich mit EUR 1.9 Mio. belastet worden war.

Das Segment Lalique erzielte im Jahr 2015 einen um 12% höheren Umsatz von EUR 86.3 Mio. Nach Berücksichtigung der um 3% höheren Kosten stieg das Betriebsergebnis deutlich auf EUR 4.2 Mio., dies im Vergleich zu einem EBIT von EUR 0.4 Mio. ein Jahr davor. Ein starkes Wachstum erzielten im Berichtsjahr insbesondere Lalique Art und Lalique Parfums. Lalique Art konnte seinen Bekanntheitsgrad insbesondere durch die im vergangenen Jahr gestartete Kooperation mit dem weltbekannten Künstler Damien Hirst weiter steigern. Lalique Parfums konnte den saisonal bedingten Umsatzrückgang im ersten Halbjahr bereits im dritten Quartal 2015 wettmachen und verzeichnete ein sehr erfolgreiches Jahresschlussquartal. Erfreulich entwickelt hat sich dabei auch das Geschäft im Reiseverkehr, mit einem Ausbau der Präsenz des Parfüm-Sortiments an Bord einer Reihe von Fluggesellschaften. Aufgrund vermehrter Co-Branding-Aktivitäten und eines um 11% gesteigerten Detailhandelsgeschäfts verzeichnete Lalique Cristal im Berichtsjahr ebenfalls ein gutes Wachstum. Aus Marktsicht konnte im Segment Lalique insbesondere das Geschäft in den USA und in China zulegen. Der Absatz im Mittleren Osten und in Russland war hingegen rückläufig, konnte sich angesichts der schwierigen lokalen wirtschaftlichen Bedingungen aber auf einem zufriedenstellenden Niveau halten. Das im September 2015 eröffnete Luxushotel „Villa René Lalique“, im 1920 erbauten Haus des Künstlers René Lalique im elsässischen Wingen-sur-Moder, hat in der Öffentlichkeit und bei Gästen grosses Interesse geweckt. Das zum Hotel gehörende Restaurant unter der Leitung des Spitzenkochs Jean-Georges Klein wurde im Februar 2016, nur wenige Monate nach seiner Eröffnung, mit zwei Michelin-Sternen ausgezeichnet. Ebenfalls seit Februar 2016 gehören Hotel und Restaurant der „Villa René Lalique“ der renommierten Vereinigung „Relais & Châteaux“ an.



ART & FRAGRANCE

Das Segment Ultrasun ist gegenüber dem guten Vorjahr stabil geblieben. Die Steigerung des Umsatzes um 15% auf EUR 10.6 Mio. ist hauptsächlich auf Währungseffekte aufgrund des erstarkten Schweizer Frankens zurückzuführen. Die höheren Kosten sind ebenfalls Währungseffekten zuzuschreiben, wie auch die Zunahme des EBIT um 12% auf EUR 1.8 Mio. In Grossbritannien profitierte Ultrasun von der Eröffnung eines von Amazon betriebenen Online-Shops im Premium-Luxus-Beauty-Bereich, was eine bessere Preisgestaltung im Online-Handel ermöglicht. Es ist geplant, im laufenden Jahr diese Zusammenarbeit mit Amazon in weiteren Ländern umzusetzen. Im Frühling 2016 wurden optimierte Produkteformeln lanciert und am Markt positiv aufgenommen.

In den übrigen Segmenten verzeichneten Jaguar (+9%) und Grès (+7%) im Jahr 2015 höhere Umsätze. Auch sie konnten den Umsatzrückgang im ersten Halbjahr, der teils auf die saisonal gestaffelten Einkäufe von Parfümprodukten durch Distributoren zurückzuführen war, in der zweiten Jahreshälfte mehr als wettmachen. Die anderen Marken konnten im Jahr 2015 ihre Umsätze ebenfalls steigern. Insbesondere Bentley, die jüngste Marke im Portefeuille von Art & Fragrance, steigerte den Umsatz um 59% gegenüber dem Vorjahr und erzielte erstmals einen positiven EBIT. Der Ausbau des Geschäfts im traditionell umkämpften „Travel Retail“-Bereich deutet auf ein zunehmendes Interesse an dieser Marke und einen bereits erhöhten Bekanntheitsgrad hin. Samurai, eine der ersten durch Art & Fragrance geführten Marken, bestätigte die Rückkehr auf den Wachstumspfad aus dem ersten Halbjahr 2015 und steigerte im Gesamtjahr den Umsatz um 25%.

Der Parfüms-Abfüll- und Logistikbetrieb Art & Fragrance Services (AFS) erhöhte im Jahr 2015 die Produktion um 4% auf 6.0 Mio. Einheiten. Zudem wurden weitere Investitionen in die Sicherheit und die Optimierung der Prozesse der Industrieanlage getätigt. Darauf gestützt, konnte im Februar 2016 die Zertifizierung nach ISO 22716 erlangt werden. Schliesslich wurde Anfang 2016 das Informationssystem SAP eingeführt, mit welchem die Effizienz des Betriebs zusätzlich gesteigert werden soll. Im laufenden Jahr werden die Produktions- und Logistikkapazitäten durch entsprechende Investitionen deutlich ausgebaut, um das Wachstum des Parfümgeschäfts der Gruppe zu unterstützen, wobei auch der Anteil des Geschäfts mit Drittkunden gesteigert werden soll.

Art & Fragrance Distribution (AFD), die seit April 2015 operative Parfüm-Distributionsgesellschaft für den französischen Markt, erbrachte den Erwartungen entsprechende Resultate und hat gute Wachstumsaussichten für 2016.

Ausblick

Art & Fragrance sieht sich in ihrer Strategie bestätigt und erwartet, in all ihren Segmenten weiter zu wachsen, wenngleich die Marktbedingungen in verschiedenen Regionen schwierig bleiben. Das auf Diversifikation beruhende Geschäftsmodell von Lalique, welches die Repositionierung als globale Lifestyle-Marke ermöglicht hat, wird konsequent weiterverfolgt. Im Parfümbereich zielt die Gruppe weiterhin primär auf ein organisches Wachstum ab, das durch Akquisitionen beschleunigt werden soll.

Roger von der Weid, CEO Art & Fragrance: „Die Ergebnisse im Jahr 2015 unterstreichen, dass wir mit unserem diversifizierten Geschäftsmodell sowohl hinsichtlich Produkten als auch Regionen gut aufgestellt sind, um auch in einem wirtschaftlich schwierigeren Umfeld gute Resultate im Luxusgütermarkt zu erzielen. Wir sind zuversichtlich, mit all unseren Marken weiter wachsen und Chancen in der Erschliessung von Märkten und beim Ausbau von Distributionskanälen wahrnehmen zu können.“



ART & FRAGRANCE

Medienkontakt a.i.

Art & Fragrance SA
Ulrich Hürlimann
CFO
Grubenstrasse 18
CH-8045 Zürich
(neue Geschäftsadresse)

Telefon: +41 43 499 45 25
Fax: +41 43 499 45 01
E-Mail: ulrich.huerlimann@art-fragrance.com

Art & Fragrance SA

Art & Fragrance 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 Zollikerberg bei Zürich. Die Namenaktien von Art & Fragrance (ARTN) sind an der BX Berne eXchange kotiert.

Zusätzliche Informationen finden Sie unter www.art-fragrance.com.



ART & FRAGRANCE

Entwicklung Schlüsselzahlen Art & Fragrance

In Mio.

	2015 EUR	2014 EUR	2014 CHF
Betriebserlös	126.5	111.2	135.1
Bruttoergebnis	74.5	64.7	78.6
Personalaufwand	-26.5	-23.7	-28.7
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-30.1	-29.9	-36.4
EBITDA	17.9	11.1	13.5
EBIT	11.5	5.5	6.7
EBIT-Marge	9.1%	5.0%	5.0%
Finanzergebnis	-1.9	0.7	0.4
Konzernergebnis	8.5	5.3	6.0

In EUR / CHF

Ergebnis pro Aktie	1.73	1.14	1.30
---------------------------	------	------	------

In Mio.

	31.12.2015 EUR	31.12.2014 EUR	31.12.2014 CHF
Total Eigenkapital (vor Anteilen ohne beherrschenden Einfluss)	77.6	67.6	81.3
Eigenkapitalquote	35.1%	35.0%	35.0%

Die vollständige Konzernrechnung 2015 steht ab Ende Mai unter www.art-fragrance.com zur Verfügung.