



AD-HOC-MITTEILUNG

Art & Fragrance mit verbessertem Halbjahresgewinn von CHF 4.5 Mio.

Zollikerberg bei Zürich, 30. September 2011 – Die in der Kreation, der Entwicklung, der Vermarktung und dem weltweiten Vertrieb von Luxusgütern tätige Art & Fragrance SA (BX:ARTN) hat im ersten Halbjahr 2011 trotz ungünstiger Währungsentwicklung das Betriebsergebnis auf CHF 6.3 Mio. und den Konzerngewinn auf CHF 4.5 Mio. erhöht. Damit bestätigt die Gruppe, die 2008 das französische Traditionshaus Lalique akquiriert und seither erfolgreich restrukturiert hat, ihren positiven Trend.

Art & Fragrance erzielte im ersten Halbjahr 2011 einen konzernweiten Umsatz von CHF 51.6 Mio. Die Personal- und sonstigen betrieblichen Aufwendungen beliefen sich auf CHF 21.3 Mio. Damit erhöhte sich der EBIT in der Berichtsperiode auf CHF 6.3 Mio. Neben dem Parfüm- und Kosmetikgeschäft ist in den Halbjahresergebnissen 2011 auch der Kristall- und Schmuckbereich von Lalique enthalten. Dieser wird seit dem Rückkauf einer Minderheitsbeteiligung an Lalique SA per Anfang Jahr als eigenes Segment geführt und voll in der Rechnung von Art & Fragrance konsolidiert. Die Vergleichbarkeit mit den Vorjahreszahlen ist entsprechend eingeschränkt. Als Folge des Rückkaufspreises dieser Minderheitsbeteiligung ist im Konzerngewinn von Art & Fragrance von CHF 4.5 Mio. ein Aufwertungsgewinn von CHF 2.0 Mio. auf dem bereits gehaltenen Anteil an Lalique SA enthalten. Die Aufwertung des Schweizer Frankens gegenüber dem Euro und dem US Dollar schlug mit negativen CHF 1.0 Mio. auf den Konzerngewinn zu Buche.

Im Parfümsegment entwickelte sich der Umsatz im ersten Halbjahr 2011 mit CHF 24.5 Mio. praktisch auf dem Vorjahresniveau, während die Kosten um 9% zurückgingen. Die Bruttomarge konnte von 34% auf 42% erheblich verbessert werden. Der EBIT erhöhte sich um 82%, und die EBIT-Marge stieg von 13% auf 24%.

Parfums Alain Delon erzielte mit der praktisch vollständig auf den Absatzmarkt Japan konzentrierten Marke „Samourai“ aufgrund der Naturkatastrophen und trotz erfolgreichen Sortimentserweiterungen einen Umsatzrückgang von 10%. Dank Kosteneinsparungen reduzierte sich das Betriebsergebnis jedoch nur leicht. Jaguar Fragrances konnte den Umsatz um 13% weiter erhöhen und die Bruttomarge erheblich steigern. Zu diesem erfreulichen Ergebnis haben alle Linien beigetragen. Parfums Grès verzeichnete im Vergleich zum Vorjahr, als Lagerbereinigungen einen zwar höheren, jedoch gewinnverwässerten Umsatz zur Folge hatten, einen Umsatzrückgang von 6%, die Bruttomarge stieg jedoch deutlich. Umsatztreiber blieb weiterhin der Klassiker „Cabotine“. Der Verkauf der in diesem Jahr lancierten Nikki Beach Parfümlinie startete verhalten, entsprechend liegt hier künftig der Fokus auf der Steigerung des Bekanntheitsgrads der neuen Marke im Handel. Lalique Parfums wies einen Umsatz auf Vorjahresniveau aus. Dies entspricht in lokaler Währung einer Steigerung um 16%, wozu unter anderem die Neulancierung „Fleur de Cristal“ beitrug. Dank höherer Bruttomarge stieg der EBIT signifikant.

Im Kosmetiksegment verblieb der Absatz der neuen Nikki Beach Sonnenschutzprodukte aufgrund der noch geringen Bekanntheit unter den Erwartungen. Bei Ultrasun drückte nach einem guten Start im Frühjahr das schlechte Sommerwetter auf die Verkäufe der Sonnenschutzprodukte. Entsprechend ging der Umsatz im Vergleich mit dem ersten Halbjahr 2010 um 9% auf CHF 4.6 Mio. zurück, bei um 2% leicht erhöhten Kosten. Dank einer gesteigerten Bruttomarge hielt sich das Betriebsergebnis dennoch knapp auf Vorjahreshöhe, und die EBIT-Marge stieg von 29% auf knapp 32%.



Im Kristall- und Schmucksegment von Lalique, das bis Ende 2010 nach der Equity-Methode konsolidiert wurde, resultierte im ersten Halbjahr 2011 ein Umsatz von CHF 25.1 Mio. Dies entspricht in Lokalwährung einer erfreulichen Umsatzsteigerung gegenüber Vorjahr von 16%. Erhohnte Energie- und Rohmaterialverbrauchskosten infolge der schrittweisen Inbetriebnahme des neuen Schmelzofens in der Elsässer Manufaktur sowie Investitionen in den Ausbau der Marke im Schmuckbereich führten zu hohen Kosten von CHF 15.6 Mio. und belasteten die Bruttomarge sowie das Betriebsergebnis. Daraus resultierte ein Betriebsverlust des Segments von CHF 0.4 Mio. (Vorjahr: Verlust von CHF 1.8 Mio., wovon CHF 0.9 Mio. als anteiliges Beteiligungsergebnis in der Konzernrechnung ausgewiesen wurden). Diese nichtsdestotrotz ermutigende Entwicklung ist primär auf die Eröffnung neuer Verkaufspunkte zurückzuführen, wobei im zweiten Semester weitere folgen werden (total in 2011: 15 neue Verkaufspunkte, davon 13 via Franchisenehmer). Mit den geplanten Neueröffnungen, den im September vorgestellten neuen Schmucklinien sowie neuen Produkten in den Bereichen Möbel und Innendekoration ist der Ausblick positiv. Demzufolge wird mit weiter steigenden Umsätzen gerechnet, zumal die Auftragsbücher nach der erfolgreichen Septemбераusgabe der „Maison & Objet“ Handelsmesse voll sind und die Verkäufe des zweiten Halbjahres in der Regel 55% des gesamten Jahresumsatzes ausmachen. Die erfolgreichen Projekte im Kunstbereich zur Förderung des traditionellen Renommees der Marke Lalique – wie jüngst die Zusammenarbeit mit der Stiftung des weltbekannten französischen Künstlers Yves Klein – werden weiter fortgesetzt.

Roger von der Weid, CEO Art & Fragrance: „Wir haben im ersten Halbjahr 2011 solide Ergebnisse erwirtschaftet und unseren Konzerngewinn weiter verbessert. Unsere Parfüm- und Kosmetikprodukte, die wir laufend mit neuen Linien und Produktinnovationen ergänzen, sind im Markt gut positioniert und erfreuen sich grosser Beliebtheit bei Stamm- und Neukunden. Ausserdem rechnen wir damit, im zweiten Semester eine neue Parfumlizenz abschliessen zu können. Aus der Restrukturierung und der laufenden Weiterentwicklung von Lalique können wir nun mehr und mehr die Früchte ernten und schrittweise das volle Potenzial der Traditionsmarke nutzen. Wir blicken der Zukunft optimistisch entgegen.“

Medienkontakt

Art & Fragrance SA
Kristin Wilk
Buhlstrasse 1
CH-8125 Zollikerberg

Telefon: +41 43 499 45 22
Fax: +41 43 499 45 03
E-Mail: kristin.wilk@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 sowie Kristall und Schmuck. Das im Jahr 2000 gegründete Unternehmen beschäftigt rund 430 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.

Entwicklung Schlüsselzahlen* Art & Fragrance

Hinweis zur Konsolidierung:

Seit dem 1. Januar 2011 wird Lalique SA (Kristall und Schmuck) als eigenes Segment geführt und in der Rechnung von Art & Fragrance voll konsolidiert. Davor war der Bereich seit 2009 nach der Equity-Methode konsolidiert worden. Die Vergleichbarkeit der Perioden ist entsprechend eingeschränkt.

In CHF Mio.

	1. Semester 2011	1. Semester 2010
Betriebserlös	51.6	29.2
Bruttoergebnis	28.8	11.1
Personalaufwand	-8.9	-2.4
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-12.4	-3.9
Beteiligungserfolg Lalique SA	-	-0.9
EBITDA	7.5	4.0
EBIT	6.3	3.4
EBIT-Marge	12.3%	11.8%
Finanzergebnis	0.4	-1.9
Konzernergebnis	4.5	0.1

In CHF

Ergebnis pro Aktie	0.9	0.03
---------------------------	-----	------

In CHF Mio.

	30.06.2011	30.06.2010
Total Eigenkapital (nach Minderheiten)	56.6	47.0
Eigenkapitalquote	31.6%	47.7%

*) Nicht testiert.

Der vollständige Halbjahresabschluss 2011 steht ab dem 30. September 2011 unter www.art-fragrance.com zur Verfügung.