



ART & FRAGRANCE

AD-HOC MITTEILUNG

Art & Fragrance gibt Halbjahresergebnis 2014 bekannt

Zollikerberg bei Zürich, 19. September 2014 – Die in der Kreation, der Entwicklung, der Vermarktung und dem weltweiten Vertrieb von Luxusgütern tätige Art & Fragrance SA (BX:ARTN) konnte im ersten Halbjahr 2014 ihre im Vorjahr erzielten Fortschritte weiter bestätigen. Der Betriebserlös stieg dank Umsatzsteigerungen in allen Segmenten gegenüber dem ersten Halbjahr 2013 um 23% auf CHF 68.2 Mio. Das Konzernergebnis, das in der Vorperiode durch einmalige Kosten für die Integration des Anfang 2013 akquirierten Abfüll- und Logistikbetriebs belastet wurde, konnte auf CHF 5.3 Mio. mehr als verdoppelt werden. Art & Fragrance ist zuversichtlich, ihren Wachstumskurs auch im zweiten Halbjahr 2014 fortsetzen zu können.

Art & Fragrance hat in den ersten sechs Monaten 2014 sehr solide Ergebnisse erzielt. Dank Umsatzsteigerungen in allen Segmenten erhöhte sich der Betriebserlös gegenüber dem ersten Halbjahr 2013 um 23% auf CHF 68.2 Mio. Der Personalaufwand stieg in erster Linie aufgrund von Kapazitätserhöhungen und entsprechenden Neueinstellungen beim Abfüll- und Logistikbetrieb AFS um 6% auf CHF 13.3 Mio. Die um 22% auf CHF 16.4 Mio. erhöhten sonstigen betrieblichen Aufwendungen reflektieren primär einmalige Kosten im Kristall- und Schmucksegment von Lalique sowie erhöhte Marketingaufwendungen. Insgesamt resultierte ein auf CHF 5.3 Mio. (erstes Halbjahr 2013: CHF 2.4 Mio.) mehr als verdoppeltes Konzernergebnis.

Im Parfümsegment konnte der Umsatz gegenüber dem ersten Halbjahr 2013 um 7% auf CHF 26.2 Mio. gesteigert werden. Das Bruttoergebnis erhöhte sich entsprechend um 5%. Die Integration und Restrukturierung von AFS sind inzwischen abgeschlossen, und dank einer Erweiterung der Kapazitäten können nun rund 6 Mio. Parfümflaschen pro Jahr produziert werden. Aufgrund des entsprechend gesteigerten Personalaufwands (+ 18%) und leicht höherer Werbeaufwendungen lag das Betriebsergebnis (EBIT) mit CHF 4.3 Mio. um 2% unter der entsprechenden Vorjahresperiode.

Lalique Parfums erzielte eine Umsatzsteigerung um 13%, was vor allem auf die Produkte „L'Amour“ sowie „Encre Noire“ und „Satine“ zurückzuführen war. Die verstärkte Präsenz im Travel-Retail-Bereich trug zu den guten Verkäufen bei. Anhaltend starkes Wachstum konnte vor allem im Mittleren Osten und im asiatischen Markt verzeichnet werden.

Die Umsätze von Jaguar Fragrances verblieben weiterhin stabil auf hohem Niveau, mit ansprechendem Verkaufserfolg in den USA und in Deutschland, während der Absatz in Osteuropa aufgrund der politisch instabilen Lage zurückging. Zu den Zugpferden unter den Produkten gehörten weiterhin die Linien „Jaguar Classic“ und „Jaguar for Men“. Im Frühling 2014 wurde zudem „Jaguar Innovation“ erfolgreich lanciert.

Bei Parfums Grès resultierte nach der rückläufigen Entwicklung in den Vorperioden ein Umsatzwachstum von 32%. Der anhaltende Preisdruck auf den Klassiker „Cabotine“ führte zu einem leichten Rückgang der Bruttomarge. Die Nachfrage für „Cabotine“ wie auch für „Madame Grès“ entwickelte sich jedoch erfreulich. Unterstützt durch die Neulancierungen „Lumière Noire“ und „Rose“, konnten besonders gute Zuwächse in den USA sowie in Israel und in Asien verzeichnet werden.

Bei Parfums Samouraï ging der Umsatz (insbesondere die Lizenzeinnahmen) um 34% zurück, was auf weiterhin schwierige Marktbedingungen im Hauptmarkt Japan zurückzuführen war. Im zweiten Semester 2014 wird mit verstärkten Neulancierungen eine Verbesserung angestrebt.



ART & FRAGRANCE

Bentley Fragrances hat sich in den knapp anderthalb Jahren seit der Lancierung erfreulich entwickelt und ist vor allem im Mittleren Osten und in Grossbritannien, aber auch in Asien, auf gute Nachfrage gestossen. Mit High-end-Projekten wie beispielsweise einer Exclusive Edition für das Kaufhaus Harrods konnte die Marke attraktiv positioniert werden.

Das Kosmetiksegment setzte mit den Sonnenschutzprodukten Ultrasun seinen erfolgreichen Kurs auch im ersten Halbjahr 2014 fort. Unterstützt durch einen neuen, attraktiveren Marktauftritt und eine Sortimentserweiterung mit neuen Produkteformeln, konnte der Umsatz gegenüber der Vorjahresperiode um sehr gute 49% auf CHF 8.8 Mio. gesteigert werden. Der EBIT erhöhte sich um 92%. Ein besonders starkes Wachstum wurde in China, Italien, Grossbritannien, Deutschland und der Schweiz verzeichnet.

Im Kristall- und Schmucksegment resultierte gegenüber dem ersten Halbjahr 2013 eine starke Ertragssteigerung um 30% auf CHF 34.2 Mio. Zum deutlich verbesserten Umsatz trugen unter anderem die neu eröffneten Boutiquen in Las Vegas, Miami, Schanghai und Zürich bei. Insbesondere im amerikanischen Markt wurden erfreuliche Fortschritte erzielt. Auch der noch relativ junge Geschäftsbereich Lalique Art sowie das Schmucksegment entwickelten sich sehr positiv. Während der Personalaufwand nur unwesentlich zunahm, erhöhten sich die Betriebsaufwendungen um 33%, was auf höhere Marketingaufwendung (v.a. Teilnahme an Ausstellungen und Messen) sowie auf höhere Rechtskosten zurückzuführen war, die allerdings durch eine auf Ertragsstufe verbuchte Prozessentschädigung mehr als kompensiert wurden. Zur Kostensteigerung trugen ebenfalls die investitionsbedingt höheren Abschreibungen bei. Insgesamt resultierte ein um 77% verbesserter EBIT von CHF - 0.4 Mio. (erstes Halbjahr 2013: CHF - 1.9 Mio.).

Ausblick

Art & Fragrance will den eingeschlagenen Kurs fortsetzen und erwartet, in all ihren Segmenten weiteres solides Wachstum zu erzielen. Nach erfolgreichem Insourcing von Produktion und Logistik ist Art & Fragrance im Parfümbereich bestens aufgestellt und wird ihre Bemühungen für die Akquisition neuer Marken intensivieren. Vor kurzem wurde einem neuen Partner eine Lizenz für die Entwicklung und den Vertrieb von exklusiven Hotel Amenities unter der Marke Lalique Parfums vergeben. Auch bei Ultrasun sollen der positive Trend fortgesetzt und der Bekanntheitsgrad der Marke international gesteigert werden. Im Kristall- und Schmucksegment von Lalique wird die eingeschlagene Strategie des Wachstums mittels Diversifikation konsequent weiter umgesetzt. Nebst den Bereichen Schmuck und Kunst, welche die Positionierung als globale Lifestyle-Marke verstärken sollen, wird im Bereich Architektur/Innendekoration sowie generell im Rahmen von Co-Branding-Partnerschaften beträchtliches Wachstumspotenzial erwartet.

Roger von der Weid, CEO Art & Fragrance: „Art & Fragrance hat sich im ersten Halbjahr 2014 sehr solide entwickelt, in allen Segmenten weiteres Wachstum erzielt und ihre Profitabilität weiter verbessert. Wir sind zuversichtlich, dass wir diesen erfreulichen Kurs auch im zweiten Semester des laufenden Jahres fortsetzen können.“



ART & FRAGRANCE

Medienkontakt

Art & Fragrance SA
Anne-Catherine Barret
Communications Manager
Bühlstrasse 1
CH-8125 Zollikerberg

Telefon: +41 43 499 45 58

Fax: +41 43 499 45 02

E-Mail: anne-catherine.barret@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. Das im Jahr 2000 gegründete Unternehmen beschäftigt rund 550 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 (nicht testiert)

In CHF Mio.

	1. Semester 2014	1. Semester 2013
Betriebserlös	68.2	55.3
Bruttoergebnis	39.8	32.2
Personalaufwand	-13.3	-12.6
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-16.4	-13.4
EBITDA	10.1	6.2
EBIT	7.2	3.9
EBIT-Marge	10.5%	7.1%
Finanzergebnis	-0.8	-0.5
Konzernergebnis	5.3	2.4

In CHF

Ergebnis pro Aktie	1.06	0.49
---------------------------	------	------

In CHF Mio.

	30.06.2014	30.06.2013
Total Eigenkapital (vor Anteilen ohne beherrschenden Einfluss)	85.9	76.8
Eigenkapitalquote	36.7%	37.8%

Die vollständige Halbjahres-Konzernrechnung 2014 steht unter www.art-fragrance.com zur Verfügung.