

Lalique Group gibt Halbjahresergebnis 2020 bekannt

Zürich, 9. September 2020 – Die in der Kreation, der Entwicklung, der Vermarktung und dem weltweiten Vertrieb von Luxusgütern tätige Lalique Group SA (SIX: LLQ) erzielte im ersten Halbjahr 2020 einen Betriebserlös von EUR 49.1 Mio. Dies entspricht gegenüber Vorjahr einem Rückgang um 30%, der auf die für die Luxusgüterbranche besonders schwierigen Bedingungen aufgrund der Covid-19-Pandemie zurückzuführen ist und durch Sparmassnahmen teilweise wettgemacht wurde. Zudem verbuchte die Gruppe eine nicht-liquiditätswirksame Wertminderung von EUR 4.3 Mio. vor Steuern auf dem Markenwert von Lalique, womit sich der EBIT auf EUR -10.0 Mio. verringerte. Angesichts verbesserter Trends in allen Segmenten seit der zweiten Mai-Hälfte geht Lalique Group für das Gesamtjahr 2020 von einem weniger akzentuierten Umsatzrückgang als im ersten Halbjahr aus, vorausgesetzt die Pandemie wird sich nicht wieder verschärfen. Unvorhersehbare Ereignisse ausgenommen, erwartet die Gruppe für 2021 ein Umsatzwachstum im tiefen zweistelligen Prozentbereich gegenüber 2020.

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

Im ersten Halbjahr 2020 belasteten die Covid-19-Pandemie und die damit verbundenen wirtschaftlichen Beeinträchtigungen die Aktivitäten von Lalique Group in allen Segmenten und Marktregionen. Namentlich die weltweit verhängten Lockdowns, in den meisten Ländern von Mitte März bis gegen Ende Mai, führten zu einem deutlichen Umsatzrückgang, der das Grosshandels- und das Detailhandelsgeschäft gleichermaßen betraf. Insgesamt sank der Betriebserlös der Gruppe gegenüber dem ersten Halbjahr 2019 um 30% auf EUR 49.1 Mio. In Lokalwährungen gerechnet, belief sich der Umsatzrückgang ebenfalls auf 30%.

Im Zuge der Lockerung der Lockdown-Massnahmen stellt Lalique Group seit der zweiten Mai-Hälfte in allen Segmenten wieder verbesserte Umsatztrends fest, wobei der globale Konjunkturerinbruch und anhaltende lokale Schutzvorkehrungen das Geschäft weiterhin belasten.

Auf der Kostenseite ergriff Lalique Group Massnahmen, um die Kapital- und Liquiditätsposition des Unternehmens zu erhalten und Einsparungen zu erzielen. Diese umfassten eine deutliche Reduktion der Marketingaktivitäten, die Aufschiebung von Projekten zur Entwicklung und Lancierung neuer Produkte, Einstellungsstopps sowie Lohn- und Bonusverzichte der Mitglieder des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung. Zudem nahm die Gruppe für den Grossteil der Mitarbeitenden am Hauptsitz in Zürich, an allen Standorten in Frankreich sowie in Übersee Kurzarbeit bzw. vergleichbare Unterstützungsmassnahmen in Anspruch. Auch konnten für die temporär geschlossenen Verkaufspunkte Mietzinsreduktionen vereinbart werden. Diese Massnahmen trugen dazu bei, dass der Personalaufwand im ersten Halbjahr 2020 um 18% auf EUR 14.1 Mio. sank. Die übrigen betrieblichen Aufwendungen fielen mit EUR 10.0 Mio. um 36% tiefer aus als in der Vorjahresperiode.

LALIQUE GROUP

Aufgrund der durch die Covid-19-Krise getrübbten Ertragsaussichten und der erwarteten Verzögerung bei der Umsetzung der strategischen Pläne, verbuchte Lalique Group im ersten Halbjahr 2020 auf dem Markenwert der 2008 akquirierten Lalique eine nicht-liquiditätswirksame Wertminderung, die sich mit EUR -4.3 Mio. auf das Betriebsergebnis (EBIT) und mit EUR -3.2 Mio. auf das Konzernergebnis auswirkte. Der EBIT belief sich im ersten Halbjahr 2020 entsprechend auf EUR -10.0 Mio., verglichen mit EUR 0.5 Mio. in der Vorjahresperiode. Das Konzernergebnis betrug EUR -10.6 Mio. gegenüber EUR -2.8 Mio. im ersten Halbjahr 2019.

Lalique Group verfügt weiterhin über eine solide Liquiditäts- und Kapitalposition mit einer Eigenkapitalquote von 50.7% per Ende Juni 2020 gegenüber 50.1% per Ende 2019.

Ergebnisse der Segmente

Das Segment Lalique verzeichnete im ersten Halbjahr 2020 einen Umsatzrückgang von 31% auf EUR 24.6 Mio., wobei das Parfümgeschäft um 51% und das Kristallgeschäft um 21% zurückgingen. Die Einbussen in den Ladengeschäften konnten teilweise durch höhere Umsätze über eigene Online-Kanäle sowie mit Online-Händlern wettgemacht werden. Aus regionaler Sicht waren die Umsätze in den USA am stärksten von der Covid-19-Situation betroffen. Die Kosten des Segments vor Wertminderung konnten um 23% gesenkt werden. Einschliesslich der Wertminderung resultierte ein EBIT von EUR -10.7 Mio. (Vorjahr: EUR -4.5 Mio.).

Ultrasun erzielte im saisonal stärkeren ersten Halbjahr 2020 einen Umsatz von EUR 12.5 Mio. und lag damit um 20% tiefer als in der Vorjahresperiode. Insbesondere in der Schweiz und Grossbritannien, den beiden Hauptmärkten, konnte trotz der Covid-19-Situation der Umsatzrückgang mit 12% bzw. 15% in Grenzen gehalten werden. In der Schweiz nahm der Anteil des Umsatzes, der durch den Vertrieb über Apotheken und Drogerien erzielt wird, weiter zu. In Grossbritannien konnte mit dem Vertrieb über TV- und Online-Kanäle der Umsatzrückgang bei Retail-Verkaufsstellen zu einem bedeutenden Teil kompensiert werden. Die Kosten sanken gesamthaft um 7%. Die Profitabilität auf Stufe EBIT belief sich auf EUR 2.0 Mio. (Vorjahr: EUR 3.9 Mio.).

Im Segment Jaguar Fragrances ging der Umsatz um 40% zurück; mit einem EBIT von EUR 0.2 Mio. blieb die umsatzstärkste Parfümmarke im Portfolio von Lalique Group aber profitabel (Vorjahr: EUR 1.8 Mio.). Das Segment Parfums Grès verzeichnete aufgrund der stark von der Pandemie betroffenen Kernmärkte Spanien und Lateinamerika einen Umsatzrückgang von 39%. Der EBIT lag bei EUR 0.0 Mio. (Vorjahr: EUR 0.6 Mio.).

Unter den anderen Marken fiel bei Bentley Fragrances der Umsatz um 34% tiefer aus. Parfums Samouraï verzeichnete einen Rückgang um 47%, der insbesondere die strengen Schutzmassnahmen in Japan widerspiegelt. Der Parfüms-Abfüll- und Logistikbetrieb Lalique Beauty Services erzielte in der Berichtsperiode ein leichtes Umsatzplus, weil die Abfüllanlage auch zur Produktion von Hand-Desinfektionsmitteln für Drittkunden genutzt werden konnte. Die Whisky-Destillerie The Glenturret, die nach der Übernahme per 28. März 2019 von Lalique Group voll konsolidiert wird, verzeichnete einen um 53% tieferen Umsatz gegenüber den Monaten April bis Juni 2019. Zum einen musste die Lancierung

LALIQUE GROUP

eines neuen Whiskysortiments verschoben werden, zum anderen entfielen die Umsätze des aufgrund des Lockdowns geschlossenen Besucherzentrums praktisch vollumfänglich.

Ausblick

Unter der Voraussetzung, dass sich die Covid-19-Pandemie nicht wieder verschärfen wird, geht Lalique Group für das Gesamtjahr 2020 angesichts verbesserter Trends in allen Segmenten seit der zweiten Mai-Hälfte von einem weniger akzentuierten Umsatzrückgang als im ersten Halbjahr aus.

Lalique Group wird im zweiten Halbjahr 2020 weiterhin ein striktes, an die Umsatzentwicklung angepasstes Kostenmanagement anwenden. Gleichzeitig plant die Gruppe, die Vorbereitungen für ausgewählte Projekte und Neulancierungen, die aufgeschoben wurden, wieder aufzunehmen. Das Rebranding der Destillerie von The Glenturret – verbunden mit der Lancierung des neuen Whiskysortiments unter der Federführung des renommierten Whisky Makers Bob Dalgarno – ist derzeit für das vierte Quartal 2020 vorgesehen, abhängig von der Covid-19-Entwicklung in Schottland. Die ursprünglich im vierten Quartal 2020 geplante Lancierung eines ersten Parfüms unter der neuen Brioni-Lizenz wird neu im Frühling 2021 anvisiert. Für alle Segmente werden Digitalmarketing und Online-Aktivitäten sowie der Vertrieb mit Online-Händlern weiter ausgebaut.

Lalique Group wird ihre Diversifikationsstrategie im Rahmen der Corona-Gegebenheiten und der anhaltenden Rezession weiter konsequent umsetzen, um die Breite ihres Geschäfts zu nutzen. Eine erneute Verschärfung der Covid-19-Pandemie oder andere unvorhersehbare Ereignisse ausgenommen, erwartet Lalique Group für 2021 ein Umsatzwachstum im tiefen zweistelligen Prozentbereich gegenüber dem erwarteten reduzierten Niveau von 2020. Wie bereits im April 2020 mitgeteilt, geht die Gruppe von einer Verzögerung bei der Erreichung ihrer Mittelfristziele (Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich, schrittweise Steigerung der EBIT-Marge auf 9% bis 11%) aus und wird mit den Resultaten für das Gesamtjahr 2020 ein weiteres Update geben.

Roger von der Weid, CEO von Lalique Group: «Im ersten Halbjahr 2020 wurde unser gesamtes Geschäft erheblich von den Lockdown-Massnahmen zur Eindämmung von Covid-19 beeinträchtigt. Seit Mitte Mai sehen wir Erholungstendenzen in allen Geschäftssegmenten, die sich im zweiten Halbjahr fortsetzen sollten, sofern sich die Pandemie nicht nochmals verschärft. Lalique Group verfügt weiterhin über eine sehr solide Finanzposition, und gerade auch im aktuell schwierigen Wirtschaftsumfeld sind wir von den Vorteilen unseres breit abgestützten Geschäfts überzeugt. Vor diesem Hintergrund werden wir in den nächsten Monaten, immer unter Berücksichtigung der Corona-Entwicklungen, ausgewählte strategische Initiativen wieder in Angriff nehmen, dabei aber ein striktes Kostenmanagement beibehalten.»

LALIQUE GROUP

Unterlagen zu den Ergebnissen des ersten Halbjahres 2020

Die folgenden Unterlagen sind auf der Website von Lalique Group wie folgt verfügbar:

Medienmitteilung www.lalique-group.com/media

Ergebnispräsentation www.lalique-group.com/financial?section=presentations

Halbjahresbericht www.lalique-group.com/financial?section=reporting

Telefonkonferenz für Investoren, Analysten und Medien

Datum: Mittwoch, 9. September 2020

Zeit: 10:00 Uhr MESZ

Referenten: Roger von der Weid, CEO; Alexis Rubinstein, CFO

Einwahlnummern per Telefon:

Schweiz +41 (0) 58 310 50 00

Frankreich +33 (0) 1 7091 87 06

UK +44 (0) 207 107 0613

USA +1 (1) 631 570 56 13

Medienkontakt

Lalique Group SA

Esther Fuchs

Senior Communication & PR Manager

Grubenstrasse 18

CH-8045 Zürich

Telefon: +41 43 499 45 58

E-Mail: esther.fuchs@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 720 Mitarbeitende 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.

LALIQUE GROUP

Entwicklung Schlüsselzahlen Lalique Group

In Mio. EUR

	1. Semester 2020	1. Semester 2019 Restated ¹
Betriebserlös	49.1	70.0
Bruttoergebnis	26.3	40.5
Personalaufwand	-14.1	-17.2
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-10.0	-15.5
EBITDA	2.2	7.8
Abschreibungen/Impairment ²	-12.2	-7.3
EBIT	-10.0	0.5
EBIT-Marge	-20%	0.7%
Finanzergebnis	-0.9	-0.7
Konzernergebnis	-10.6	-2.8

- 1) Der Konzern hat den Vergleichszeitraum zum 30. Juni 2019 angepasst, um einen Fehler bei den latenten Steuern zu korrigieren
- 2) Nicht-liquiditätswirksame Wertminderung auf der Marke Lalique im 1. Semester 2020 in der Höhe von EUR 4.3 Mio.

In EUR

Ergebnis pro Aktie	-1.44	-0.24
---------------------------	-------	-------

In Mio. EUR

	30.06.2020	31.12.2019
Total Eigenkapital (vor Anteilen ohne beherrschenden Einfluss)	163.4	171.9
Eigenkapitalquote	50.7%	50.1%

Die vollständige Halbjahres-Konzernrechnung steht unter www.lalique-group.com/financial zur Verfügung.