



valora

FACTS  
&  
FIGURES

2016



INNOCENT MANGO MARACUJA  
150 ML  
CHF 4.75  
29721443

INNOCENT UNSER GRÜNER  
150 ML  
CHF 4.75  
29721444

INNOCENT ORANGE KAROTTE  
150 ML  
CHF 4.75  
29721467

INNOCENT ERDBEERE BANANE  
150 ML  
CHF 3.75  
503862328104



ORANGENSAFT 33 CLP  
150 ML  
CHF 1.50  
781046929587

GRANINI FRUCHTCKOCKTAIL 3  
150 ML  
CHF 2.95  
7610235004815



*Kleine Flächen und ein breites  
Angebot. Weit verbreitet  
und gut vernetzt. Schnell und  
nah bei den Kunden.*

*Frisch und knusprig zugleich.*

*Für den grossen Hunger  
und für zwischendurch.*

*Frühmorgens und spätabends  
Impulse setzend.*

*Und dabei den Alltag erleichtern.*

● *Valora*



*«Der Fokus  
liegt weiterhin auf  
einer Stärkung  
unserer Food- und  
Dienstleistungs-  
angebote sowie der  
Verbesserung des  
Kundenservice.»*

---



*«Wir werden das grosse Potenzial für die internationale Expansion im Bereich unserer erfolgreichen B2C/B2B Konzepte bei Ditsch/Brezelkönig weiter vorantreiben. Wir gehen aber bestimmt auch mit neuen Ideen in neue Märkte, wenn wir Chancen sehen.»*

---

*«Wir setzen auf engagierte, unternehmerisch denkende, und innovative Mitarbeitende. Menschen mit Freude am Verkaufen und am Austausch mit unterschiedlichsten Kunden. Sie sollen eigene Ideen einbringen und Spass an deren Umsetzung haben.»*

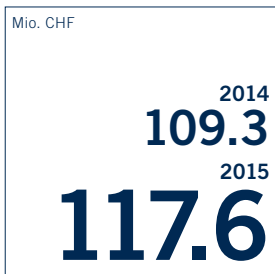
---

*«Und natürlich bin ich zufrieden, dass wir die finanziellen Ziele der Gruppe in einem äusserst anspruchsvollen Marktumfeld sogar übertreffen konnten.»*

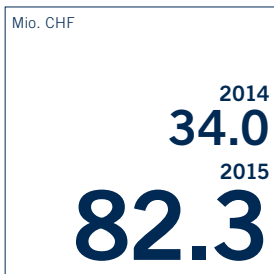
---

# KENNZAHLEN GESCHÄFTSJAHR 2015

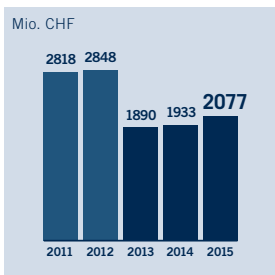
## EBITDA



## Free Cashflow



## Nettoumsatzerlös



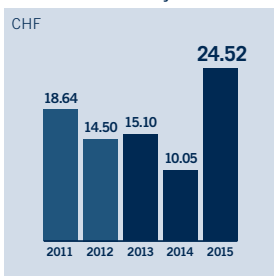
## Bruttogewinn



## EBIT



## Free Cashflow je Aktie



Die Jahre 2011–2012 sind inklusive der veräusserten Division Services sowie der zur Veräusserung gehaltenen Division Trade ausgewiesen.

## EPS

CHF (aus fortgeführten  
Geschäftsbereichen)

2014  
**3.13**  
2015  
**12.51**

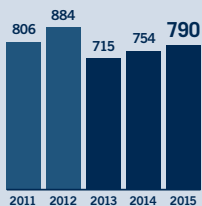
## Eigenkapital

Mio. CHF

2014  
**630.6**  
2015  
**506.0**

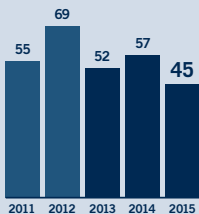
## Betriebskosten (netto)

Mio. CHF



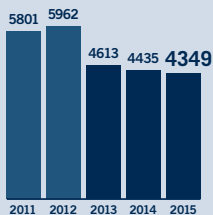
## Investitionen

Mio. CHF



## Mitarbeiter

Personalbestand in Vollzeitstellen



## Anzahl POS

Werte ohne Partner





valora,  
a customer  
company

Valora erleichtert seinen Kunden das Leben – mit einem breiten, überall und auch unterwegs rasch verfügbaren Angebot für den täglichen Einkauf und Genuss.

Valora ist klar auf Retailmärkte im Convenience- und Sofortverzehbereich fokussiert und profitiert von einem attraktiven Verkaufstellennetz.

Die Ladenkonzepte sind modular und flexibel einsetzbar. Sie bieten neben der hohen Frequenz echten Mehrwert für die Standorte.

Zusammen mit dem starken Portfolio an Hochfrequenzstandorten, bekannten Eigenmarken sowie der einzigartigen Positionierung im Bereich Tabak und Presse/Buch verfügt Valora über eine gute Basis für Wachstum.

Für Pendler, Touristen, Reisende, Frühaufsteher und spät Heimkehrer ist Valora die erste Adresse für die praktische Verpflegung unterwegs – immer mit frischen Produkten zum Mitnehmen.

Für digital affine Kunden bietet Valora innovative Dienstleistungen an, die unkompliziert und individuell neue Bedürfnisse erfüllen. Mit ergänzenden online-Angeboten erweitert Valora die Möglichkeiten für neue Kundenkontakte und vertieft bestehende Kundenbeziehungen.

Zudem bedeuten die starken Marken und die erfolgreichen Betriebsmodelle – genau wie die Kontrolle über die gesamte Wertschöpfungskette im Bereich Food – einen Wettbewerbsvorteil und Potenzial für die nationale und internationale Expansion.





# Wald

1 600 000  
Kunden  
jeden Tag

A stylized illustration of a crowd of people, rendered in dark red and white outlines, set against a vibrant red background. The figures are simplified, showing heads and shoulders, and are arranged in a way that suggests a group of people moving or standing together.

# ora

2549 POS

5 Märkte

7+ Formate

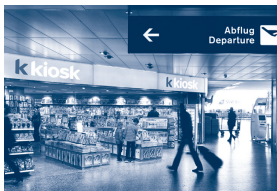
## WACHSTUMSTREIBER

*NEUE KONSUM-  
BEDÜRFNISSE  
IM ALLTAG:  
SCHNELL &  
CONVENIENT*



Wir sind heute und morgen die Experten für Produkte des täglichen Bedarfs und natürlich für die Verpflegung unterwegs. In einer von hohem Tempo, Mobilität und smarter Digitalisierung geprägten Welt verpflegen sich Konsumenten zunehmend «on the go» und erledigen Alltagspflichten oft unter Zeitdruck. Wir wollen unseren Kunden Produkte und Dienstleistungen relevant, schnell verfügbar und in hoher Qualität anbieten. Wir schaffen von frühmorgens bis spät abends vertraute Anlaufstellen und Glücks- und Genussmomente für unsere Kunden, unmittelbar, jeden Tag millionenfach. Wir reagieren rasch und flexibel auf Kundenbedürfnisse, hören unseren Kunden aktiv zu und handeln entsprechend.

*BEDEUTENDE  
MARKTPRÄSENZ AUF  
KLEINEN FLÄCHEN:  
DICHTES NETZ –  
ATTRAKTIVE MARKEN –  
MILLIONENFACHE  
KUNDENKONTAKTE*



In der Marktnische «klein-flächiger Handel» sind wir im deutschsprachigen Raum Marktführer. Unser kompetitives, feinmaschiges Netzwerk mit attraktiven Marken und Ladenkonzepten sowie zahlreichen Kundenkontakten ist konsequent auf Hochfrequenzlagen ausgerichtet. Mit dem bedeutenden, schon heute in der Schweiz, Deutschland, Luxemburg, Österreich und Frankreich präsenten Markenportfolio gehen wir in neue internationale Märkte. Dank des Netzwerkes haben wir die Möglichkeit zeitnah, flexibel und entlang den Kundenbedürfnissen zu agieren. Zudem ist Valora mit der grossen Zahl an Kundenkontakten und dem dichten Netz an Verkaufsstellen einer der wichtigsten Partner für die Industrie.

*FRISCHER FOOD  
UNTERWEGS: VON  
DER PRODUKTION –  
BIS ZUM VERKAUF*






Wir setzen auf das Wachstumspotenzial entlang der Ernährungstrends «frisch» und «qualitativ hochstehend». Dazu bauen wir unser Angebot und die vertikale Integration innerhalb der Formate weiter aus. Vom morgendlichen Kaffeebiss hin zum abendlichen Schnellimbiss. Die Inhouse-Produktion von Laugengebäck und weiteren Backwaren für den eigenen Vertriebskanal sowie für Grosskunden verschaffen uns einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil mit grossem internationalem Wachstumspotential.

*DIGITAL:  
INNOVATIV – ZEIT- UND  
ORTSUNABHÄNGIG –  
URBAN – VERBINDEND*



Die Top-Standorte und der zügig vorangehende Aufbau digitaler Kompetenzen erlauben es Valora, das Potenzial der 1.6 Millionen täglichen Kundenkontakte zu nutzen und die bestehenden Kundenbeziehungen weiter zu vertiefen. Die zahlreichen Verkaufsstellen bieten eine einzigartige Marketingplattform für die neuen digitalen Angebote. Valora hat den klaren Anspruch, Wachstumschancen nicht zuletzt beim impulsgetriebenen, urbanen und vernetzten Kunden zu nutzen.

# POS NETZWERK

		FORMAT	TOTAL
KIOSK & CONVENIENCE		k kiosk	1134
		cigo & Sub-formate / Partner	450
		P&B	209
		Naville	178
		avec.	128
		SSDB / U-Store	151
		<b>TOTAL</b>	<b>2250</b>
FOOD SERVICE		Ditsch	213
		Brezelkönig	45
		Brezelkönig International	5
		Spettacolo	36
		<b>TOTAL</b>	<b>299</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>2549</b>



# POS NETZWERK NACH LAND UND BETREIBERMODELL

		FORMAT	TOTAL
DEUTSCHLAND		cigo & Sub- formate / Partner	450
		Ditsch	213
		P & B	165
		k kiosk	258
		SSDB / U-Store	151
		<b>TOTAL</b>	<b>1237</b>
SCHWEIZ		k kiosk	811
		Naville	178
		avec.	128
		Brezelkönig	45
		P & B	34
		Spettacolo	36
		<b>TOTAL</b>	<b>1232</b>
LUXEMBURG		k kiosk	65
		P & B	10
ÖSTERREICH		Brezelkönig International	3
		<b>TOTAL</b>	<b>13</b>
FRANKREICH		Brezelkönig International	2
	<b>TOTAL</b>	<b>2549</b>	

## *VERWALTUNGSRAT*

**Rolando Benedick**

Präsident

**Markus Fiechter**

Vizepräsident

**Franz Julen**

**Bernhard Heusler**

**Peter Ditsch**

**Cornelia Ritz Bossicard**

## AUDIT COMMITTEE

**Cornelia Ritz Bossicard**

Vorsitzende

**Bernhard Heusler**

**Rolando Benedick**

## NOMINATION/ COMPENSATION COMMITTEE

**Franz Julen**

Vorsitzender

**Markus Fiechter**

**Peter Ditsch**

## MARKTBEREICHE

## KONZERNLEITUNG

### **Michael Mueller**

CEO

### **Tobias Knechtle**

CFO

### **Thomas Eisele**

Geschäftsleitung Ditsch/  
Brezelkönig/Food Service

## ERWEITERTE KONZERNLEITUNG & STABSFUNKTIONEN

### **Peter Obeldobel\***

Retail Deutschland/Luxemburg

### **Jean-Yves Leroux\***

Naville

### **Hilmar Scheel\***

Valora Lab/Bob Finance

### **Roberto Fedele\***

Corporate Information Services

### **Adriano Margiotta\***

Corporate Legal Services/  
General Counsel

### **Jonathan Bodmer\***

Corporate Human Resources

### **Stefania Misteli**

Corporate Communications  
& Strategic Branding

### **Markus Nadig**

Corporate Group Controlling

\*Erweiterte Konzernleitung

## RETAIL/CONVENIENCE

### SCHWEIZ & ÖSTERREICH

#### **Michael Mueller**

Geschäftsleitung

#### **Marco Hocke**

Mitglied der Geschäftsleitung/  
Concepts & Category  
Management

#### **Jean-Christophe Faré**

Mitglied der Geschäftsleitung/  
Sales & Expansion

### DEUTSCHLAND & LUXEMBURG

#### **Peter Obeldobel**

Vorsitzender der  
Geschäftsführung

#### **Lars Bauer**

Geschäftsführer Vertrieb

#### **Michael Paulsen**

Geschäftsführer Finance

## DITSCH/BREZELKÖNIG/ FOOD SERVICE

### SCHWEIZ

#### **Michel Gruber**

Geschäftsführer Brezelkönig  
Schweiz

#### **Pascal Le Pellec**

Food Service

### DEUTSCHLAND

#### **Thomas Eisele**

Geschäftsführer Ditsch

#### **Andreas Klensch**

Bereichsleiter Filialen

#### **Björn Tiemann**

Bereichsleiter Handel

#### **Klaus Westerwelle**

Bereichsleiter Produktion/  
Technik/Logistik

#### **Marc Kranz**

Bereichsleiter Finanzen Division

# KONTAKT

## VALORA HOLDING AG

Hofackerstrasse 40  
4132 Muttenz, Schweiz  
Fon +41 61 467 20 20  
Fax +41 61 467 29 08  
info@valora.com

## VALORA CORPORATE INVESTOR RELATIONS

Fon +41 61 467 36 50  
Fax +41 61 467 29 08  
mladen.tomic@valora.com

## VALORA CORPORATE COMMUNICATIONS

Fon +41 61 467 36 31  
Fax +41 61 467 29 08  
stefania.misteli@valora.com

[www.valora.com](http://www.valora.com)









**valora**

VALORA HOLDING AG  
Hofackerstrasse 40  
4132 Muttenz, Schweiz  
[www.valora.com](http://www.valora.com)