

FACTS
&
FIGURES
2019

!valora

Wir bringen unseren Kunden
das kleine Glück. Überall da,
wo Menschen unterwegs sind.

Nah

— Wir machen Kunden glücklich.

Schnell

— Wir sind beweglich und sehen, was kommt.

Praktisch

— Wir sind unkompliziert und halten Entscheidungswege kurz.

Frisch

— Wir geben Raum für Ideen.



ok.–

bob
finance

kiosk

Press P&B Books

avec

cigo

ServiceStore DB

Ditsch

BREZELKÖNIG

PRETZEL
BARON
THE ORIGINAL OF
PRETZEL BAKING MACHINES

back
WERK

CAFFÈ
SPETTACOLO

Marken





«Derzeit liegt unser Fokus auf der Erneuerung und Weiterentwicklung bestehender Konzepte: zukunftsgerichtet, praktisch und frisch.»

«Valora ist ideal positioniert, um von den globalen Wachstumstrends der Convenience und der Ausserhaus-Verpflegung zu profitieren.»

«Neue Technologien helfen uns, das Angebot weiter auszubauen und noch mehr Convenience zu bringen – auch im Einkaufserlebnis.»

«Die Nachhaltigkeit war bisher noch zu wenig systematisch in der Strategie verankert. Das ändern wir jetzt.»

«Wir haben in den vergangenen Jahren immer ambitionierte und realistische Ziele kommuniziert und diese eingehalten.»

Aussenumsatz in Mio. CHF

2731 +11.3%*

EBIT in Mio. CHF

89.8 +13.7%

Verkaufsstellen

2761 -32

Anzahl Mitarbeitende im Netzwerk

~15 000

Stück Produktion Backwaren pro Jahr

~650 Mio.



KENNZAHLEN GESCHÄFTSJAHR 2018

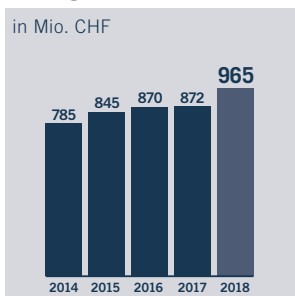
Bruttogewinn-Marge



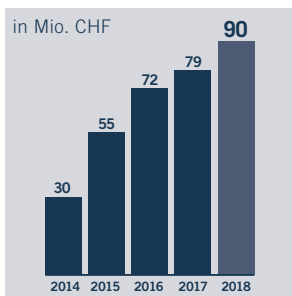
EBIT-Marge



Bruttogewinn



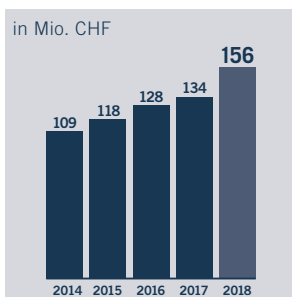
EBIT



Nettoumsatzerlös



EBITDA



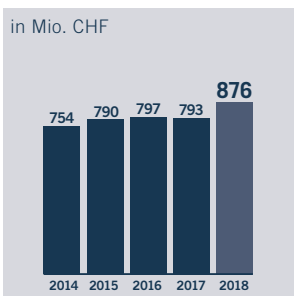
ROCE



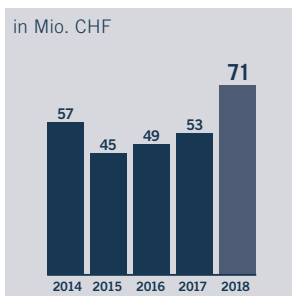
EPS



Betriebskosten (netto)



Investitionen



Mitarbeiter



Anzahl POS



Unsere Vision

Wir bieten beste Food- und Convenience-Konzepte basierend auf: umfassendem Kunden- und Formatverständnis, operationaler Exzellenz, konstanter Innovation und Agilität sowie optimaler Wertschöpfung.



Retail

Valora führt ein dichtes Netzwerk an kleinflächigen Retail-Formaten an Hochfrequenzlagen und Verkehrsknotenpunkten. Die Stores vertreiben Kiosk- und Convenience-Produkte mit einem steigenden Food- und Dienstleistungsanteil und starken Eigenmarken.

Food Service

Über ihr modernes Verkaufsstellennetzwerk bietet Valora einer breiten Kundenbasis hochwertige Produkte zum Ausserhaus-Verzehr. In vier Werken produziert sie zudem Laugen- und weitere Backwaren für ihre eigenen Formate und für internationale Drittkunden.



WACHSTUM

Valora baut ihre Food-venience-Standorte an Verkehrsknotenpunkten und in Innenstädten aus und entwickelt sie weiter. Dabei fördert sie die interne Produktkompetenz mit eigener Produktion und Eigenmarken. Als eine weltweit führende Produzentin von Laugenbackwaren verstärkt sie diese Position und treibt die Entwicklung des internationalen Handelsgeschäfts (B2B) voran.

INNOVATION

Um die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und neue Ertragsquellen zu erschließen, setzt Valora modernste Technologien für ein begeisterndes Kundenerlebnis ein und entwickelt Frische-Konzepte sowie neue Sortimentsangebote.

EFFIZIENZ

Valora sichert die nachhaltige Finanzierung der Investitionen in die Expansion, in neue Konzepte und in Innovation. Dazu verbessert sie kontinuierlich ihre Prozesse und Plattformen und legt ihren Fokus auf Free Cashflow und den Return on Capital Employed (ROCE).

NACHHALTIGKEIT

Als verantwortungsvollen Beitrag für Mensch und Umwelt stärkt Valora die Nachhaltigkeit. Dabei konzentriert sie sich auf ihre Rolle als Arbeitgeberin, auf ihre Auswirkungen auf die Erde und auf gesunde, nachhaltige Lebensmittel.

LEISTUNGS-ORIENTIERTE KULTUR

Für nachhaltiges Wachstum setzt Valora auf eine auf Kunden und Märkte ausgerichtete, unternehmerisch handelnde Organisation. Dabei schafft sie ein offenes, dynamisches Umfeld und steigert damit gleichzeitig ihre Attraktivität für Mitarbeitende.





In nur fünf Monaten entwickelte ein Valora Team das Konzept für die neuen avec Stores. Dieses nimmt die neuesten Trends von Food on-the-go und Convenience auf und vereint sie in «Foodvenience» auf höchstem Niveau.

Mehr dazu auf stories.valora.com



Der Kunde
im Fokus

Täglich setzen sich mehrere tausend Mitarbeitende dafür ein, den Menschen unterwegs das kleine Glück zu bringen. Sie begegnen den Kunden mit erstklassigem Service und einem Lächeln. Zudem setzt Valora neben modernen, intuitiven Ladendesigns, schnellen Bedienprozessen und langen Öffnungszeiten auf Verkaufsformate, die zum jeweiligen Standort und den Kundenbedürfnissen passen. Valora will die Kundenerwartungen nicht nur erfüllen, sondern übertreffen. Jeden Tag, an allen Verkaufsstellen.



Aussergewöhnliche
Angebotsvielfalt

Die Verkaufsformate verfügen über eine auf Konzept und Standort ausgerichtete Vielfalt an Kiosk- sowie Convenience-Produkten und/oder an frischem Food-to-go – teils selbst produziert oder veredelt. Der Mobilitätskette kommt dabei besonderes Augenmerk zu. Welche Bedürfnisse haben Menschen, die pendeln, reisen oder einfach unterwegs sind? Welche Angebote sind für den Snack oder Einkäufe zwischendurch relevant? Wie müssen Konzepte entwickelt werden, um auch in Zukunft zu bestehen?



Eine faire
Arbeitgeberin

Die Valora Mitarbeitenden und diejenigen ihrer Agentur- und Franchise-partner sind für den Unternehmenserfolg entscheidend. Umso wichtiger ist es Valora, eine integrative, von Fairness und Chancengleichheit geprägte Kultur zu schaffen. Die Mitarbeitenden sollen von verantwortungsvollen Arbeitsbedingungen und branchen-üblichen Löhnen profitieren. Valora setzt alles an ein sicheres, gesundes Arbeitsumfeld und unterstützt beim Aufbau von Kompetenzen in einer sich schnell verändernden Welt.



Integrierte Wertschöpfungskette

Interne Produktkompetenz mit eigener Produktion und attraktiven Eigenmarken haben für Valora einen hohen strategischen Stellenwert. Dies ermöglicht eine differenzierte Marktstellung und für Kunden einzigartige Produkte und Dienstleistungen. So hat Valora unter anderem mit Ditsch und Brezelkönig eine weltweit führende Laugenbackwaren-Produktion, mit ok.– eine kultige Eigenmarke, mit Caffè Spettacolo eigenen Kaffee und mit bob Finance einen Inhouse-Finanzdienstleister.



Digitalisierung und Innovationen

Als moderne Retailerin will Valora die Chancen neuer Technologien und innovativer Dienstleistungen noch stärker nutzen. Bestandteil davon ist der starke Aufbau der Kompetenzen in IT und Retail Analytics und das Digital Innovation Team mit Repräsentanzen in der Schweiz und San Francisco. Dieses identifiziert seit 2015 neue Trends und Entwicklungen, um darauf aufbauend mehrwertorientierte Produkte für die Kunden zu schaffen und das Kundenerlebnis in den Stores zu verbessern.



Gemeinsam für die Bedürfnisse von morgen




Als international tätiges Schweizer Unternehmen mit über 100-jähriger Geschichte setzt die Foodvenience-Anbieterin auf langfristige und auf gegenseitigem Vertrauen basierende Kooperationen mit ihren Partnern, Vermietern und Lieferanten. Gemeinsam mit diesen richtet Valora sich aus auf die Kundenbedürfnisse in einer von Mobilität, Digitalisierung und zunehmendem Convenience-Bedarf geprägten Zukunft. Professionalität und Partnerschaftlichkeit stehen dabei im Zentrum.

~ 2 800 *Verkaufsstellen*
 ~ 1/3 *Eigenstellen*
 ~ 2/3 *Agenturen & Franchise*

31.12.2018

Format		 Schweiz	 Deutschland
RETAIL	 k kiosk	912	225
	 cigo & Subformate / Partner		421
	 Press & Books	29	159
	 avec	141	5
	 ServiceStore DB / U-Store		128
FOOD SERVICE	 BackWerk	2	304
	 Ditsch		210
	 Brezelkönig	61	
	 Caffè Spettacolo	30	
TOTAL		1 175	1 452

* Inkl. 3 POS in Slowenien

 Luxemburg	 Österreich	 Niederlande	TOTAL
66			1 203
			421
6	10		204
			146
			128
	25*	22	353
			210
	3		64
2			32
74	38	22	2 761

k kiosk

Führender Kioskbetreiber an Hochfrequenzlagen. Marktführerschaft in den Kernsortimenten Tabak, Presse, Lotto. Wachsendes Food- und Dienstleistungsangebot.

k kiosk



kkiosk Bern Bahnhof
Parterre



UNSERE FORMATE RETAIL

cigo

Spezialgeschäft für
Tabak ergänzt um
Presse sowie weitere
bedarfsgerechte
Dienstleistungen.



Press & Books

Spezialist für gelesene
Vielfalt. Breites Presse-
und ausgewähltes
Buchangebot sowie
bedarfsgerechte
Dienstleistungen.



avec

Convenience-Format mit einem wachsenden Frische- sowie regionalen Angebot.

avec



ServiceStore DB

Convenience-Format in Liegenschaften der Deutschen Bahn für den Alltagsbedarf von Pendlern.

ServiceStore DB



UNSERE FORMATE FOOD SERVICES

BackWerk

Deutschlands grösste Selbstbedienungs-bäckerei mit einem breiten und flexiblen Snacking-Sortiment und «Feel Good Food».

**back
WERK**



Ditsch

Führender Produzent und Anbieter von Laugengebäck und Sofortverzehr-Produkten für den Retail- sowie Grosshandelsmarkt.

Ditsch



Brezelkönig

Verkauf einzigartiger und qualitativ hochwertiger Brezelprodukte in den eigenen Verkaufsstellen in der Schweiz. Internationale Expansion des Formats im Franchising-System.



Caffè Spettacolo

Kaffeebarkonzept mit italienischem Flair an eigenen Standorten sowie als Kaffee-
modulkonzept für weitere Valora Retail-
Formate.



UNSERE ORGANISATION

VERWALTUNGSRAT

Franz Julen
Präsident

Markus Fiechter
Vizepräsident

Peter Ditsch

Michael Kliger

Cornelia Ritz Bossicard

KONZERNLEITUNG

Michael Mueller
CEO

Roger Vogt
CEO Retail

Thomas Eisele
CEO Food Service

Tobias Knechtle
CFO

* Stabsfunktion
Stand 20.02.2019

ERWEITERTE KONZERNLEITUNG & STABSFUNKTIONEN

DIVISION RETAIL

Roger Vogt
Retail Schweiz

Roger Vogt a.i.
Retail Deutschland
(inkl. Luxemburg / Österreich)

DIVISION FOOD SERVICE

Thomas Eisele a.i.
Food Service Schweiz

Karl Brauckmann
Food Service Deutschland
(inkl. Niederlande / Österreich)

Seb Gooding
Ditsch Produktion / B2B

SHARED SERVICES

Tobias Knechtle
Finance

Barbara Becker
Group Human
Resources

Philipp Angehrn
Transformation & Project
Management

Roberto Fedele
Corporate Information Services

Adriano Margiotta
Corporate Legal Services /
General Counsel

Michael Mueller
Digital

Christina Wahlstrand*
Corporate Communications &
Strategic Branding

Hilmar Scheel
bob Finance

Valora – kleines Glück unterwegs.

valora

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 21 23
Fax +41 61 467 29 08
annette.martin@valora.com

VALORA CORPORATE COMMUNICATIONS
Fon +41 61 467 24 53
Fax +41 61 467 29 08
media@valora.com

www.valora.com

