

# Nieuwe strategie levert eerste resultaten op

Bekijk onze  
resultaten over  
het eerste  
halfjaar.

## Positieve start voor Maxeda:

- **Positieve resultaten in de eerste helft van 2006.**
  - **Netto-omzet (inclusief omzet concessionairs) stijgt met 4,7% in vergelijking met eerste helft van 2005. Omzet exclusief nieuw geopende winkels gestegen met 3,4%.**
  - **Operationele EBITDA toegenomen met 21,4%.**
  - **Verbetering van werkkapitaal met EUR 126 miljoen.**
- **Vrijwel alle winkelketens en product-categorieën winnen marktaandeel.**
- **Nieuwe strategie met als doel: meer verkopen, scherper inkopen, kosten besparen en groepssynergie uitnutten, begint resultaten op te leveren.**

# Maxeda Halfjaarbericht 2006

## **Nieuwe naam, nieuwe ambities**

Maxeda is sinds medio juni 2006 de nieuwe naam van Vendex KBB. De nieuwe naam markeert de nieuwe ambities en bedrijfsfilosofie van onze retailgroep. Onder de vlag 'A Passion to Serve' biedt Maxeda een cultuur waarin samenwerking en passie voor de klant centraal staan. Met behoud van de eigen merknaam, identiteit en marktpositionering werken de winkelketens er hard aan om die passie uit te dragen. Maxeda heeft dit jaar een veelbelovende start gemaakt.

## **Duidelijke strategische prioriteiten**

De missie van Maxeda is het verwerven van markt-leiderschap voor elke winkelketen. Iedere winkelketen werkt met een nieuw plan om winstgevende groei te genereren, zowel in Nederland als elders in Europa. Maxeda doet aanzienlijke investeringen in zijn winkels en zijn medewerkers. Strategische prioriteiten zijn het vergroten van de verkoop bij bestaande en nieuwe winkels, effectiever inkopen op binnen- en buitenlandse markten, kosten reduceren en cashflow verbeteren. De winkelketens binnen de groep helpen elkaar ook, door best practices te delen en synergetisch te werk te gaan bij het inkopen. Diverse winkelketens hebben nieuwe shop-in-shopconcepten gerealiseerd. Gezamenlijke inspanningen omtrent productaanbod hebben resultaat. Het realiseren van synergievoordelen verloopt volgens plan.

Intern ligt het accent voorts op het verder verwezenlijken van onze bedrijfsfilosofie van 'dienend leiderschap', de basis voor ons succes. Hierbij staan onze klant en medewerkers centraal. Wij zijn ervan overtuigd dat we alleen succesvol zullen zijn als we bereid zijn om onze mensen te dienen die op hun beurt onze klanten dienen. De behaalde bedrijfsresultaten zien wij als een resultante hiervan.

"Wij willen onze klanten bijzondere winkels, bijzondere producten en bijzondere service bieden. De enige manier waarop Maxeda zich van de concurrent kan onderscheiden is door enthousiasme te creëren, te inspireren en continu onderzoek te doen naar de klant-tevredenheid. Maxeda is een snel veranderend bedrijf. Onze cijfers over het eerste halfjaar bevestigen dat onze nieuwe strategie werkt. Door meer klanten tevreden te stellen winnen onze winkelketens aan marktaandeel en verbeteren ze hun bedrijfsresultaten."

**Tony DeNunzio, bestuursvoorzitter Maxeda**

# Maxeda Halfjaarbericht 2006

## Nieuwe strategie werpt vruchten af

De nieuwe koers om het marktleiderschap te realiseren is eind 2005 ingezet, maar de eerste positieve resultaten zijn nu al zichtbaar. Bijna alle winkelketens en product-categorieën winnen marktaandeel.

De Nederlandse retailmarkt zit na een daling van 3 jaar weer in de lift. Het consumentenvertrouwen is nu positief en op zijn hoogste punt sinds 5 jaar. Wel heeft het extreem hete weer in juli een negatief effect gehad op de retailomzetten.

Over het geheel hebben de effecten van veel interne initiatieven en de gunstige externe ontwikkelingen een positieve invloed op onze resultaten gehad. Onze netto-omzet (inclusief omzet concessionairs) is toegenomen met 4,7% in de eerste helft van het boekjaar. Exclusief nieuw geopende winkels is de omzet met 3,4% gegroeid.

Door een stijging van de marges en een beleid gericht op kostenbeheersing steeg onze Operationele EBITDA (bedrijfsresultaat vóór afschrijvingen, amortisatie en incidentele baten en lasten) met 21,4%. We hebben ook ons werkkapitaal met EUR 126 miljoen verbeterd. In de eerste helft van dit jaar hebben we extra kosten gemaakt om onze strategie te verwezenlijken. We hebben ook verdere investeringen gedaan om te zorgen voor duurzame groei van onze winkelketens. Zo hebben we 26 nieuwe winkels geopend, waarvan 7 buiten Nederland. En we zijn met grote investeringprogramma's gestart in ons HEMA-distributiecentrum en onze doe-het-zelfsystemen.

“We kunnen tevreden zijn over de financiële ontwikkeling van Maxeda. Onze strategie begint resultaten op te leveren, waarbij we niet alleen profiteren van het markt-herstel, maar we het ook beter doen dan de markt. Onze interne initiatieven hebben duidelijk effect. Maxeda is financieel sterk waardoor wij verdere investeringen kunnen doen in de duurzame groei van onze winkelketens in heel Europa.”

**Ronald van der Mark, CFO Maxeda**

## De groep

### Warenhuizen

V&D ondergaat een metamorfose. Winkels 'nieuwe stijl' zijn inmiddels geopend in Almere en Arnhem. Later dit jaar worden er nog eens 18 vestigingen omgebouwd naar dit nieuwe winkelconcept. Nieuwe A-merken worden na een succesvolle start toegevoegd aan de selectie en we bouwen voort op de kracht van onze eigen merken zoals Liv, Soho, Essentials en Frenzd.

De invoering van het shop-in-shopconcept is ook een succes. Er zijn al Hunkemöller-shops geopend in 6 V&D-winkels. Deze ontwikkelingen hebben een positief effect gehad op de resultaten van V&D.

Met 13 exclusieve warenhuizen is De Bijenkorf marktleider in exclusieve mode. De Bijenkorf focust op relatie-marketing, het versterken van kwaliteitsmerken en het upgraden van de winkels. Alle Bijenkorfvestigingen hebben nu shops-in-shops van Claudia Sträter.

Met maar liefst 344 vestigingen in Nederland, België en Duitsland is HEMA een prijswinnende winkelketen. HEMA blijft innoveren en levert daarbij een unieke combinatie van stijl, kwaliteit en prijs. HEMA heeft een nog lager geprijsd basisproductaanbod ontwikkeld en een nieuw concept voor kleinere winkels. Dit wordt momenteel gefest op een aantal locaties. Klanten kunnen bij HEMA nu ook online wijn kopen, energiecontracten afsluiten en taalcursussen volgen.

### Doe-het-zelf Groep

Praxis telt ruim 130 winkels, waarvan 23 megastores, met een groeiend marktaandeel. Praxis voert nieuwe winkelconcepten in, waarbij uitgebreide productgroepen opnieuw worden gelanceerd en gezamenlijke inkoopvoordelen met onze Belgische doe-het-zelf winkels worden behaald. In april van dit jaar won Praxis de Capgemini Re-Connect Retail Award 2006

Formido heeft een sterke positie in Nederland met 73 winkels. In april presenteerde Praxis, samen met Formido, Hunkemöller, M&S en V&D de succesvolle Nationale Kris Kras Kortingsactie. Met kraskaarten bepalen klanten zelf hun korting bij één van de genoemde Maxeda-winkels.

Brico is met 115 vestigingen, waaronder 3 megastores, marktleider in België. De winkel in Zaventem is uitgebreid en er zijn nieuwe winkels geopend in Kapellen en Essen en in Huldange (Luxemburg). De winkelketens binnen onze Doe-het-zelf groep werken nauw samen aan de ontwikkeling en introductie van nieuwe eigen merken.

Op 24 augustus werd in Brussel de eerste Brico City geopend. Dit is een doe-het-zelfbuurtwinkel met een uitgebreide selectie basisproducten. Brico City wordt gevestigd in stadscentra. In België opereert ook doe-het-zelfketen Brico Plan-It. De 7 megastores bieden een groot assortiment aan doe-het-zelf- en decoratieproducten.

### Kledingzaken

M&S telt momenteel 415 winkels in Europa, waarvan 143 winkels in Frankrijk, hun grootste markt.

M&S vertoont een bijzonder sterke groei in Spanje. De resultaten van M&S hebben helaas geleden onder problemen met de lente/zomercollectie van 2006. Het nieuwe management werkt momenteel aan een nieuwe strategie gericht op het duidelijker profileren van de collectie en het verbeteren van het winkelbeeld.

Marktleider in de Benelux Hunkemöller heeft 324 winkels en is sterk aan het uitbreiden op A1-locaties in Duitsland. Expansie in Nederland vindt onder meer plaats door nieuwe Hunkemöller-shops in filialen van V&D. De resultaten van Hunkemöller zijn opnieuw gestegen.

Claudia Sträter is een modemerken voor zelfbewuste vrouwen dat consistent goed presteert. Er is nu een shop-in-shop van Claudia Sträter in elke Bijenkorf-vestiging. Verdere expansie richt zich vooral op de Duitse markt.

### Overige winkelketens

Maxeda heeft met La Place en Le Marché de nummer 2 restaurantketen van Nederland in huis. La Place is nog steeds een groot succes, waar vers bereid voedsel van hoge kwaliteit wordt geserveerd. Er zijn nu 68 La Place-restaurants en de franchiseactiviteiten breiden zich uit. De eerste franchisevestiging op een station werd geopend in Leiden. In maart is La Place Delft door de Consumentengids uitgeroepen tot het beste wegrestaurant van Nederland.

Schaap en Citroen is de topjuwelier op het gebied van luxueuze horloges en sieraden, met 9 vestigingen in Nederland. Met een vestiging in de PC Hoofdstraat in Amsterdam werd een nieuwe flagship store toegevoegd.

## Kerncijfers

Geconsolideerde cijfers, voor de periode februari – juli, uit voortgezette activiteiten, exclusief Consumenten Electronica

---

### Maxeda

---

#### Aantal winkels

Winkels



#### Netto omzet en omzet van concessionairs

Miljoen Euro



#### Operationele EBITDA

Miljoen Euro



#### Gemiddeld aantal FTE

FTE



#### Werkkapitaal

Miljoen Euro



#### Bruto investeringen in materiële vaste activa

Miljoen Euro



## Kerncijfers

Geconsolideerde cijfers, voor de periode februari – juli, uit voortgezette activiteiten

---

### Warenhuizen

---

#### Aantal winkels

---

Winkels

---



#### Netto omzet en omzet van concessionairs

---

Miljoen Euro

---



#### Operationele EBITDA

---

Miljoen Euro

---



#### Gemiddeld aantal FTE

---

FTE

---



## Kerncijfers

Geconsolideerde cijfers, voor de periode februari – juli, uit voortgezette activiteiten

---

### Doe-het-zelf Groep

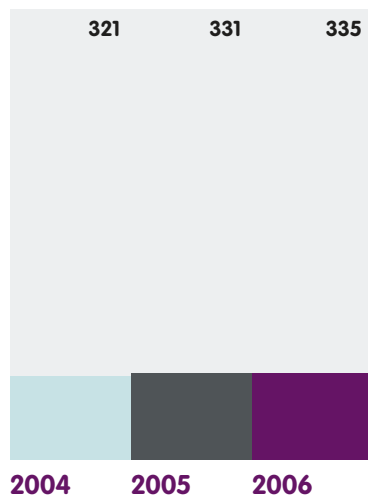
---

#### Aantal winkels

---

Winkels

---



#### Netto omzet

---

Miljoen Euro

---



#### Operationele EBITDA

---

Miljoen Euro

---



#### Gemiddeld aantal FTE

---

FTE

---



## Kerncijfers

Geconsolideerde cijfers, voor de periode februari – juli, uit voortgezette activiteiten

---

### Kledingzaken

---

Aantal winkels

---

Winkels

---

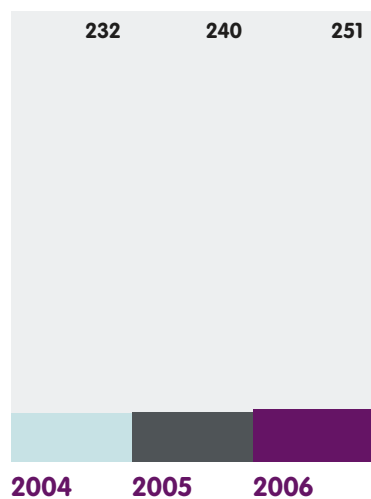


Netto omzet

---

Miljoen Euro

---



Operationele EBITDA

---

Miljoen Euro

---

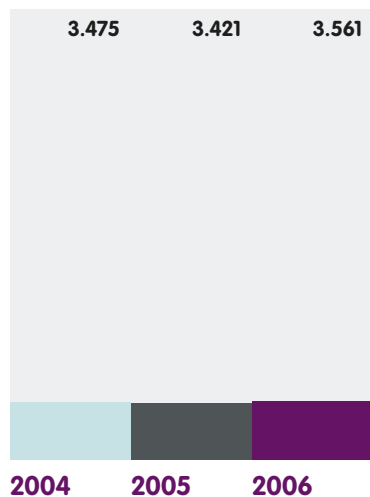


Gemiddeld aantal FTE

---

FTE

---



- **De grootste non-food retailer in Nederland.**
- **Meer dan 37.000 werknemers in ruim 1.500 winkels.**
- **Winkels in Nederland, België, Luxemburg, Denemarken, Duitsland, Frankrijk en Spanje.**
- **Netto-omzet inclusief omzet concessionairs: EUR 1.927 miljoen, vergeleken met EUR 1.840 miljoen in de eerste helft van 2005.**
- **Bedrijfsresultaat vóór afschrijvingen, amortisatie en incidentele lasten (Operationele EBITDA) in de eerste helft van 2006: EUR 116 miljoen.**

## Maxeda

**Bezoekadres**

De Klencke 6  
1083 HH Amsterdam

**Postadres**

Postbus 7997  
1008 AD Amsterdam

**Telefoon**

+31 (0)20 5490 500

**Fax**

+31 (0)20 6612 435

**E-mail**

[info@maxeda.com](mailto:info@maxeda.com)

**Website**

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