

Maxeda zorgt voor Duurzame Jaarresultaten

Amsterdam, 6 mei 2009. Ondanks een verslechterende economie heeft Maxeda over 2008/09 financiële resultaten weten te boeken die tot tevredenheid stemmen. In 2008 introduceerde Maxeda ook een Duurzaamheidsprogramma om bij te dragen aan een beter milieu. De projecten van Maxeda's winkelketens op dit vlak hebben al geleid tot de eerste duurzame resultaten.

Financiële Hoogtepunten in 2008/09

- **Netto-omzet (inclusief omzet concessionairs) is toegenomen met 0,6% tot EUR 3.164 miljoen. Omzet op basis van een vergelijkbaar winkelbestand is gedaald met 1,1%¹.**
- **Marktaandeel is toegenomen voor de meeste winkelketens en productgroepen.**
- **Operationele EBITDA is afgenomen met 4,4% tot EUR 223 miljoen.**
- **Het afgelopen jaar werd voor EUR 122 miljoen geïnvesteerd in onder andere:**
 - **88 nieuwe winkels waarvan 10 Doe-Het-Zelf winkels en 78 modewinkels. Er werd een nieuwe V&D in Venlo geopend en 9 nieuwe La Place restaurants, een milieuvriendelijke Praxis vestiging in Roosendaal en er werd verder internationaal geëxpandeerd door Hunkemöller en M&S;**
 - **Verbouwingen van warenhuizen, de verdere uitrol van het Deco Bouwmarktconcept van Formido en de introductie van A-merken zoals Sephora, Apple, Burberry en Chopard;**
 - **IT-systemen, distributiecentra, e-commerce en hoofdkantoren. In samenwerking met onze logistieke partners hebben wij een nieuw internationaal distributiecentrum gebouwd voor M&S en een nieuw distributiecentrum voor onze Doe-het-Zelf-Groep voor de Benelux markt².**
- **Aantal winkels is toegenomen met 5,2% tot 1.360 winkels.**
- **Verbetering van werkkapitaal met EUR 39 miljoen.**
- **Aantal voltijds medewerkers gestegen met 3,1% tot 17.623.**
- **Verbeterde reputatie onder belanghebbenden met meer nominaties en prijzen, waaronder 'Beste Winkel' voor De Bijenkorf, Hunkemöller, M&S en Brico Plan-It.**

Duurzame Winkelketens

Gedurende het financiële jaar 2008/09 zijn de slechter wordende economische omstandigheden en het teruglopende consumentenvertrouwen van invloed geweest

¹ In april 2009 maakten Maxeda en 2Deal Ventures de acquisitie van Claudia Sträter door 2Deal Ventures bekend. Daarom zijn de financiële cijfers exclusief Claudia Sträter. In de uiteenzetting over de ontwikkelingen van onze winkelketens is Claudia Sträter in het jaarverslag echter meegenomen.

² Sinds april 2009 zijn de nieuwe distributiecentra van Brico en M&S operationeel.

Pagina: 2/4

op Maxeda. Macro-economische ontwikkelingen, die een grote impact hebben op de financiële markten wereldwijd, raken nu ook de Europese economieën en de retailmarkten waarin Maxeda actief is. Consumenten zijn in toenemende mate voorzichtig in hun uitgaven geworden.

Maxeda had een goed eerste halfjaar in 2008/09 ondanks de moeilijke marktomstandigheden. Sinds de tweede helft van het jaar kwamen de resultaten van Maxeda onder druk te staan door de snel verslechterende marktcondities. De maand december, waarin Maxeda's winkelketens redelijk goed presteerden, was een uitzondering. Hoewel de retailmarkten de afgelopen maanden zijn verslechterd, wist Maxeda haar marktaandeel op peil te houden.

Tony DeNunzio, Bestuursvoorzitter Maxeda: “Het verheugt mij dat ondanks deze uitdagende tijden we verdere vooruitgang hebben geboekt in het realiseren van onze strategische doelstellingen. In iedere winkelketen kunnen klanten de belangrijke veranderingen ervaren die tot stand zijn gebracht om onze producten, onze prijzen, onze winkels, onze service en onze marketing te verbeteren. De succesvolle uitvoering van deze strategieën en het beheersen van die factoren die we zelf rechtstreeks kunnen beïnvloeden heeft de impact van de verslechterende marktomstandigheden verminderd. Een strikt marge management samen met controle op kosten en werkkapitaal hebben geleid tot resultaten over het afgelopen jaar die tot tevredenheid stemmen. We verwachten dat 2009 een moeilijker handelsjaar³ wordt, maar we hebben de noodzakelijke maatregelen getroffen om Maxeda's sterke marktpositie te behouden.”

Duurzame Omgeving

De missie van Maxeda wordt ondersteund door haar 'A Passion to Serve' filosofie. 'Dienstbaar zijn' dat is het geheim van het succes van Maxeda. Dit betekent dat Maxeda het verschil wil maken voor al haar betrokkenen: haar klanten, haar mensen, haar leveranciers, haar investeerders en... het milieu. Daarom heeft Maxeda in 2008 een Duurzaamheidsprogramma ontwikkeld. Het is Maxeda's doel een bijdrage te leveren aan een beter milieu door groepsbrede projecten te realiseren die leiden tot duurzame ecologische en maatschappelijke resultaten.

Tony DeNunzio, Bestuursvoorzitter Maxeda: “Bij Maxeda staat duurzaam ondernemerschap centraal. In al onze activiteiten proberen we een balans te vinden tussen winstgevende economische groei en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Onze filosofie 'A Passion to Serve' is hierbij onze leidraad. Deze houdt in dat we voor al onze belanghebbenden waarde willen toevoegen. Onze winkelketens staan midden in de samenleving en we hebben hiermee invloed op het

³ Vooruitkijkend naar 2009: Het CPB heeft een teruggang in economische groei voorspeld van -3,5% in 2009 en recentelijk heeft de IMF een krimp voorspeld van -4,8% in 2009 en voor de andere Europese economieën is een krimp voorspeld van -4%. Ook verwacht men dat de huidige economische situatie zich in 2010 zal voortzetten. Het CBS, HBD (Hoofd Bedrijfschap Detailhandel), en de bewerkingen en ramingen van het ING Economisch Bureau voorspellen voor 2009 en 2010 een teruggang voor de non-food retailmarkt in Nederland met respectievelijk 3% en 4%.

Pagina: 3/4

welzijn van mens en milieu. Wij nemen deze verantwoordelijkheid dan ook serieus. Ik ben tevreden over de voortgang die onze winkelketens hebben geboekt in het realiseren van duurzame projecten.”

Maxeda heeft in 2008 een aantal stappen gezet om haar strategie op duurzaamheid verder vorm te geven. In elk onderdeel van de organisatie zijn initiatieven ontwikkeld die bijdragen aan een beter milieu. Er zijn projecten geïnitieerd om het energie- en brandstofverbruik te verminderen, het gebruik van papier en verpakkingen terug te dringen, recycling te stimuleren, groene producten onder klanten te promoten en om goede doelen te steunen.

APPENDIX:

Enkele voorbeelden van onze Duurzame Projecten

Energie

- De Bijenkorf introduceerde een ‘actief energie management systeem’ wat resulteerde in een totale energie besparing van 8%. Een totale CO₂ besparing van 1.2 miljoen kg
- Praxis lanceerde een interne campagne en nam maatregelen om het energieverbruik terug te dringen. Dit resulteerde in een energiebesparing van 16%
- Het nieuwe distributiecentrum van Maxeda DIY in Willebroek heeft het grootste oppervlak aan zonnepanelen van de Benelux

Brandstof

- De succesvolle pilot van Hunkemöller om goederen per boot in plaats van per vrachtwagen te vervoeren, resulteerde in een CO₂ besparing van 32%
- Brico concentreerde haar transportactiviteiten door het samenvoegen van twee distributiecentra tot één centraal nieuw distributiecentrum. Hierdoor komen er naar verwachting circa 7.000 transportbewegingen per jaar minder op de weg

Papier & Verpakkingen

- Bij Brico, zijn in-store reclame materialen zoals A2 posters uit het winkelbeeld verdwenen. Dit heeft geleid tot een besparing van 25% aan papierverbruik
- Sinds 2008, gebruikt Brico alleen nog maar recyclebare draagtassen die bovendien alleen op verzoek en tegen betaling door klanten kunnen worden aangeschaft
- M&S mode heeft vorig jaar 40.000 van haar ‘Green Bags’ verkocht die gemaakt zijn van 90% gerecycled materiaal

Pagina: 4/4

Recycling

- V&D en La Place hebben een succesvolle pilot gehouden om hun restafval te recyclen met als uitkomst dat 80% aan gescheiden afval haalbaar is. Dit zou een CO₂ reductie van 1.7 miljoen kg opleveren

Groene Producten

- Praxis heeft een nieuwe, milieuvriendelijke vestiging in Roosendaal geopend
- La Place ging door met het introduceren van meer duurzame producten zoals biologische huiswijnen met het 'Max Havelaar' fair trade keurmerk. 35% van haar productassortiment is nu duurzaam
- De Bijenkorf ontwikkelde een nieuw private label: 'PURE', een nieuwe collectie duurzame damesmode gemaakt van biologisch katoen
- De Doe-Het-Zelf Groep van Maxeda heeft een beleid ontwikkeld om binnen 4 jaar meer dan 90% houtproducten van duurzame herkomst binnen haar winkelketens te verkopen

Goede Doelen

- Hunkemöller doneerde 125.000 euro aan het KWF Kankerbestrijding en ging door met de gezamenlijke strijd tegen borstkanker
- De Bijenkorf steunde wederom 'Stop Aids Now!' door de verkoop van 'Art Bags'
- Maxeda ondersteunt het Leger des Heils met retail kennis en expertise om zo bij te dragen aan de verwezenlijking van het doel een echte winkel te openen in 2009.

Einde bericht

Noot aan de redactie, niet voor publicatie

De volledige versie van het jaarverslag van Maxeda is te vinden op www.maxeda.com

Voor meer informatie:

Maxeda

Corporate Communications

Arnold Drijver

Telefoon: + 31 (0)20-5490433 / 06-52 304 662