

Betere Bedrijven Bouwen



Inhoud

Pagina 3	Financiële resultaten
Pagina 4	Halfjaarbericht 2007 Strategie levert resultaten A Passion to Serve Betere Bedrijven Bouwen
Pagina 6	Halfjaarbericht 2007 Verdere Voortgang in Resultaten Operationele Resultaten Een Passie voor Succes
Pagina 7	De Groep
Pagina 9	Kerncijfers

- **Positieve resultaten in de eerste helft van 2007 in vergelijking met eerste helft van 2006**
 - **Netto-omzet (inclusief omzet concessionairs) stijgt met 6,6% tot EUR 1.559 miljoen. Omzet op basis van een vergelijkbaar winkelbestand gestegen met 5,0%**
 - **Operationele EBITDA toegenomen met 11,9% tot EUR 92,2 miljoen**
 - **EUR 52,1 miljoen geïnvesteerd in vaste activa**
 - **Verbetering van werkkapitaal met EUR 123,1 miljoen**
- **Toegenomen marktaandeel voor Maxeda als geheel en voor vrijwel alle winkelketens en productcategorieën**
- **Aantal winkels toegenomen met 6,4% tot 1.283 winkels**
- **Strategie gericht op het vergroten van de omzet (Selling More), beter inkopen (Sourcing Better), kosten en werkkapitaal besparingen (Saving Costs & Cash), creëren van synergie (Synergy) en Smile! is succesvol in het bouwen van betere bedrijven.**

Halfjaarbericht 2007

Strategie Levert Resultaten

De ambitie van Maxeda is om betere bedrijven te bouwen. We streven naar het verwerven van marktleiderschap en duurzame groei voor elke winkelketen. Onze strategie is gericht op het uitvoeren van de vijf 'S'-en: meer omzet (Selling More), beter inkopen (Sourcing Better), kosten en werkkapitaal besparingen (Saving Costs & Cash), creëren van synergie (Synergy) en Smile! Daarmee realiseren we betere resultaten en een hogere medewerker- en klanttevredenheid. Al onze collega's hebben hard gewerkt in de laatste zes maanden om betere bedrijven te bouwen en successen te realiseren voor al onze winkelketens. Over het geheel hebben we goede resultaten bereikt op financieel gebied, voor wat betreft ons marktaandeel en voor al onze belanghebbenden.

In de afgelopen zes maanden heeft Maxeda haar business en haar resultaten verbeterd, ondanks de veranderlijke weersomstandigheden en wisselend koopgedrag.

Onze grootste business unit, de Doe-het-zelf Groep (DHZ), heeft wederom goed gepresteerd ondanks een competitieve markt. Onze Doe-het-zelf ketens investeerden in productcategorieën, in gezamenlijke inkoop, in nieuwe (IT) systemen en in vernieuwingen om hun marktposities en resultaten te verbeteren.

In onze Fashion Groep waren de resultaten van de warenhuizen zeer goed. De vernieuwingsstrategie van V&D verloopt volgens plan. De positionering van de Bijenkorf als premium merk versterkte de aantrekkingskracht op klanten en zorgde voor hogere bestedingen. Dit vertaalde zich in sterkere resultaten. De resultaten van onze kledingwinkels werden echter negatief beïnvloed door de ongunstige weersomstandigheden in het tweede kwartaal. M&S heeft haar aanbod verbeterd en deze strategie zorgde voor betere resultaten. M&S expandeert snel in Spanje. Hunkemöller ging door met expansie in binnen- en buitenland. De resultaten van Claudia Sträter waren teleurstellend door problemen met de collectie. HEMA versterkte haar retail leiderschapspositie en studeerde af aan de 'Maxeda Retail Academy'.

A Passion to Serve

De stuwende kracht achter de verbeterde resultaten zijn natuurlijk de mensen van Maxeda. Wij zullen alles doen om onze collega's, onze klanten en onze belanghebbenden tevreden te stellen. In onze winkels zijn het onze mensen die het verschil maken. Wij zijn vooral tevreden over de resultaten van ons medewerker-
tevredenheidsonderzoek die een respons had van niet minder dan 86% (vorig jaar 77%) en een verbeterde score van 7.6 (vorig jaar 7.5). Dit is significant hoger dan het nationale en het Europese gemiddelde.

Dit is belangrijk omdat wij ervan overtuigd zijn dat een goed resultaat afhankelijk is van tevreden collega's en klanten in al onze winkelketens. Dit is zichtbaar in ons verbeterde marktaandeel en gestegen resultaten. Onze 'Passion to Serve' filosofie werd beloond door Onderzoeksbureau Effactory. In april ontvingen twee Maxeda winkelketens de titel 'Beste Werkgever in Nederland' uit handen van dit bureau. Hunkemöller won de prijs voor beste werkgever in de categorie grote ondernemingen, terwijl Claudia Sträter die won in de categorie voor kleine ondernemingen. Een geweldig resultaat!

Maxeda en haar winkelketens deelden ook andere successen. In maart werd Hunkemöller verkozen tot 'Beste Winkelketen' in België. In juni werden Paul Bringmann (algemeen directeur van La Place) en Ronald van der Mark (CFO Maxeda) uitgeroepen tot respectievelijk 'Retail Personality 2007' en 'CFO van het Jaar'. La Place vierde haar 20e verjaardag en V&D en Hunkemöller vierden hun 120e verjaardag en Formido, Praxis en Hunkemöller staan sinds kort op de shortlist voor de prestigieuze 'Visa Retail Jaarprijs 2007'. Maxeda verhuisde naar een modern hoofdkantoor dat onze bedrijfsfilosofie beter symboliseert met een maximum aan transparantie, communicatie en teamwork.

Betere Bedrijven Bouwen

De samenstelling van onze groep kan zich op den duur wijzigen. Dat is een onderdeel van onze strategie om retail leiderschap te realiseren voor al onze winkelketens. Maxeda kan worden beschouwd als een 'Retail Academy' waarin iedere winkelketen wordt ontwikkeld en ondersteund tot het moment waar het een positie als retail leider verkrijgt en klaar is voor een sterke toekomst buiten de groep. Dan 'studeert het af' aan de 'Retail Academy'.

Halfjaarbericht 2007

In maart is HEMA, een duidelijke marktleider, afgestudeerd. HEMA presteerde beter dan de markt en haar oorspronkelijke business plan. In juli werd de verkoop van HEMA aan Lion Capital afgerond. Lion Capital is een gerenommeerde partij die investeert in de consumentensector. De nieuwe eigenaar werd verwelkomd door de collega's van HEMA, de ondernemingsraden en de vakbonden. Maxeda neemt te allen tijde de belangen van alle belanghebbenden in ogenschouw bij beslissingen over de toekomstige richting van het bedrijf. Een 'Succes Bonus' werd aan alle HEMA collega's uitgekeerd als dank voor hun bijdrage aan het succes van HEMA.

Onze ambitie om retail leiderschap voor iedere winkelketen te realiseren blijft onveranderd. Hetzelfde geldt voor de focus op onze mensen en klanten omdat zij de basis zijn voor ons succes. Het maximaliseren van de mogelijkheden voor onze winkelketens en het benutten van synergievoordelen binnen de groep zal leiden tot betere businesses.

Ondanks onze vooruitgang van de afgelopen jaren, zien we nog steeds vele mogelijkheden om onze groep te verbeteren. We zullen doorgaan om voor onszelf uitdagende doelstellingen te formuleren bij het implementeren van onze vijf 'S'-en strategie. Ons doel is om klantverwachtingen te overtreffen, de tevredenheid van onze collega's verder te verbeteren en goede resultaten te leveren aan al onze belanghebbenden.

Tony DeNunzio, Bestuursvoorzitter Maxeda

Halfjaarbericht

2007

Verdere Vooruitgang in Resultaten

Het eerste kwartaal van dit jaar startte goed voor Maxeda. Bijna al onze winkelketens realiseerden een goede groei van de omzet, marges en winst. Het tweede kwartaal werd echter gekenmerkt door uitzonderlijk koel en nat weer. Hierdoor bleef de verkoop in onze weersgevoelige kledingsactiviteiten achter bij onze verwachtingen.

Het consumentenvertrouwen bleef sterk en we zijn verheugd dat Maxeda in zijn geheel in de eerste helft van dit jaar beter presteerde dan de markt. Dat deden ook de meeste van onze winkelketens en productcategorieën.

Al onze winkelketens gingen door met het uitvoeren van de vijf 'S'-en strategie. Zij realiseerden allen betere operationele resultaten met uitzondering van Claudia Sträter.

Operationele Resultaten

De autonome groei van onze winkels in combinatie met onze focus op expansie resulteerde in een totale netto omzet (inclusief omzet van concessionairs) van EUR 1,559 miljoen. Dit is een stijging van 6,6%. Op basis van een vergelijkbaar winkelbestand steeg de omzet met 5,0%. Samen met betere marges, door betere inkoop en kortingsbeleid, realiseerde Maxeda hierdoor een operationele EBITDA van meer dan EUR 92 miljoen. Dit is een groei van 11,9%. Wederom verbeterden we op succesvolle wijze ons cash management hetgeen EUR 123,1 miljoen aan werkkapitaalreductie heeft gegenereerd. Onze sterke financiële positie maakte verdere investeringen mogelijk om de duurzame groei van onze winkelketens te ondersteunen. We openden 77 winkels (+6,4%) sinds de eerste helft van 2006. We zijn nu actief in 11 landen en bijna 50% van onze winkels bevindt zich buiten Nederland.

Om onze management- en financiële structuur te optimaliseren, bestaat onze groep nu uit twee belangrijke divisies: Maxeda DIY en Maxeda Fashion. De herfinanciering van de groep in juni maakt continuering van onze groei-strategie mogelijk. De gehele groep heeft voor het eerst op basis van IFRS gerapporteerd met vergelijkende cijfers voor vorig jaar.

Een Passie voor Succes

Al met al zijn we tevreden met de financiële resultaten over het eerste half jaar. Enerzijds profiteerde Maxeda van de verbeterde marktcondities door heel Europa. Anderzijds waren wij in staat onze winkelketens en processen te verbeteren en presteerden we beter dan de markt. Sterke financiële resultaten werden behaald door de succesvolle implementatie van onze strategie en onze filosofie 'A Passion to Serve'. We zullen doorgaan met het verbeteren en laten groeien van onze winkelketens. We zullen verder expanderen in Nederland en door heel Europa. We zullen verder blijven werken aan het bouwen van betere bedrijven.

Ronald van der Mark, CFO Maxeda

De groep

Maxeda Doe-het-zelf Groep

Maxeda Doe-het-zelf (DHZ) is marktleider in de Benelux. De groep opereert in een dynamische omgeving met toenemende concurrentie en heeft tot doel met haar sterke lokaal opererende winkels de beste Doe-het-zelf winkelketen in de Benelux te zijn.

Samenwerking, vooral op het gebied van gezamenlijke inkoop tussen de verschillende winkelketens, is de spil in het realiseren van deze ambitie. Het centrale team van de Maxeda Doe-het-zelf Groep is in juni verhuisd van Breda naar het nieuwe Maxeda kantoor in Amsterdam. Daarnaast is ook Maxeda Doe-het-zelf Azië opgericht en is de inkoopfunctie van de Doe-het-zelf winkelketens verder versterkt. De nieuwe assortimenten van gezamenlijk ingekochte producten blijken populair bij klanten en verkopen goed.

De potentie van de Doe-het-zelf Groep wordt verder ontwikkeld in de tweede helft van dit jaar. Zo wordt bijvoorbeeld de supply chain verder verbeterd, worden meer winkels geopend om de sterke positie in de Benelux uit te breiden en wordt de innovatie van de winkelketens en assortimentsgroepen voortgezet. Sinds februari dit jaar wordt de Doe-het-zelf Groep geleid door internationale retail professional, Nick Wilkinson.

Praxis bestaat uit 137 winkels, inclusief 23 mega stores, en is een van de grootste Doe-het-zelf winkelketens in Nederland. Praxis heeft zijn hoge marktaandeel vastgehouden. In aanvulling op de opening van 3 nieuwe winkels heeft Praxis 2 winkels opnieuw ingericht, een vernieuwde winkel-signing aangebracht, de winkelindeling verbeterd en meer producten aan het assortiment toegevoegd.

In de eerste helft van 2007 vond tevens de implementatie van SAP plaats in het hoofdkantoor van Praxis. SAP zal verder worden uitgerold binnen de Maxeda Doe-het-zelf Groep.

Met 74 winkels heeft **Formido** zijn sterke marktpositie in Nederland vastgehouden. Naast de bekende Doe-het-zelf winkelketens heeft Formido twee nieuwe succesvolle concepten ontwikkeld.

Begin maart is de nieuwe formule "Deco Bouwmarkt" geopend. Naast het bestaande Doe-het-zelf assortiment besteedt Deco Bouwmarkt meer ruimte aan decoratieve producten. In juli heeft Formido een andere nieuwe formule "Formido Compact Deco Bouwmarkt" gelanceerd. Met deze 'compacte' formule kan Formido ook klanten in kleinere steden, waar vaak de ruimte voor grote Doe-het-zelf winkels ontbreekt, bedienen.

Brico en **Brico Plan-It** zijn marktleiders in de Belgische Doe-het-zelf-markt. Brico en Brico Plan-It hebben 127 winkels waarvan 1 winkel een zogenaamde Brico Depot is en 1 winkel in Luxemburg is gevestigd. Brico en Brico Plan-It openden 5 nieuwe winkels en veranderden 2 winkels in het nieuwste concept voor winkels van gemiddelde grootte. Deze winkels bieden voor klanten meer producten in een verbeterde omgeving. Verder zal Brico doorgaan met het openen van winkels volgens het nieuwe concept "Brico City Stores". Dit zijn compacte gemakswinkels in drukke stadscentra. Op het terrein van e-commerce zijn veelbelovende testen gehouden.

In mei heeft Brico Plan-It in Antwerpen een nieuwe winkel geopend waarmee hun totaal op 8 winkels komt. Brico Plan-It biedt, naast een grote keuze aan Doe-het-zelf producten, een breed assortiment aan woninginrichting en decoratieve producten. De reactie van klanten op de nieuwe winkel is erg positief.

Maxeda Fashion

V&D is vol ambitie. De mensen van V&D werken hard om de positie van gerespecteerde en bewonderde winkelketen in Nederland weer terug te krijgen. V&D, die dit jaar haar 120ste verjaardag viert, maakt goede vooruitgang door belangrijke veranderingen door te voeren.

De strategie van V&D is erop gericht om inspirerende mode te bieden aan haar doelgroep en hun families. V&D warenhuizen worden vernieuwd, nieuwe A-merken en shop-in-shops zijn toegevoegd en eigen merken zijn verbeterd. Programma's om de service aan de klanten te verbeteren, worden ingevoerd. De nieuwe strategie heeft een positief effect gehad op het operationele resultaat van V&D over de eerste 6 maanden van dit jaar. Ons vertrouwen in de transformatie van V&D wordt nog eens onderstreept door de opening van de vernieuwde Flagship Store in de Kalverstraat in Amsterdam en de opening van een nieuw warenhuis in Doetinchem in november dit jaar.

Het exclusieve **Bijenkorf** warenhuis heeft een zeer goed eerste halfjaar gehad. De positionering van de Bijenkorf als 'premium brand' wordt steeds zichtbaarder in hun warenhuizen. Nieuwe topmerken als Longchamp, Costume National en Karl Lagerfeld zijn toegevoegd aan het assortiment. Klanten besteden meer en de BJJcard blijft een groot succes en belangrijke bron voor groei. Verschillende afdelingen van onze flagship stores in Amsterdam, Den Haag en Rotterdam zijn vernieuwd. Ook interne processen zijn geoptimaliseerd hetgeen resulteert in lagere voorradniveaus.

M&S is één van de grootste Europese modeketens met 426 winkels die in 6 landen opereren. Hoewel M&S een groot Nederlands bedrijf is, is Frankrijk voor M&S de belangrijkste afzetmarkt en Spanje een duidelijke groei-markt. M&S expandeert naar het buitenland en heeft 5 winkels geopend in de eerste helft van dit jaar. M&S heeft haar aanbod opnieuw verbeterd met goede basis kledinglijnen gecombineerd met snelle assortimentswisselingen. M&S introduceert iedere week een nieuwe collectie gebaseerd op het M&S 'totaal concept'. Deze nieuwe strategie heeft geleid tot verbeterde marges en operationele resultaten.

Hunkemöller, met in totaal 367 winkels, is in de Benelux marktleider op het gebied van lingerie en met 77 winkels de grootste lingerieketen in Duitsland. Dit jaar viert Hunkemöller haar 120ste verjaardag. Hunkemöller breidt haar winkels uit in Europa evenals haar netwerk van franchise winkels over de wereld. Hunkemöller heeft onlangs winkels geopend in Curaçao, Aruba, Saoedi-Arabië en Egypte en zal een winkel gaan openen in Turkije. In totaal werden het afgelopen halfjaar 21 winkels geopend. E-commerce is een belangrijk kanaal in Nederland en een online shop werd ook geopend in Duitsland. In maart werd Hunkemöller "Beste Winkelketen van het jaar" in België. Samen met Claudia Sträter kreeg Hunkemöller ook nog eens de prijs van "Beste Werkgever in Nederland".

De resultaten van **Claudia Sträter** waren teleurstellend vanwege een wijziging in doelgroep en assortiment. De bestaande klanten van Claudia Sträter herkenden zich minder in deze ontwikkeling. Phil Auld is onlangs benoemd tot CEO van Claudia Sträter in aanvulling op zijn huidige functie als CEO van M&S. Onder zijn leiding zal Claudia Sträter opnieuw haar doelgroep en collecties vaststellen, haar retail processen verbeteren en zorgdragen voor een omekeer in de bedrijfsresultaten. In april heeft Claudia Sträter nieuwe winkels geopend in Zwolle en Keulen (Duitsland) maar ook drie shop-in-shops in het bekende Belgische warenhuis INNO. In april kreeg Claudia Sträter de prijs van "Beste Werkgever van Nederland" in de categorie kleine ondernemingen.

La Place, onderdeel van V&D, is de op één na grootste restaurantketen in Nederland en blijft een groot succes in Nederland. Dit unieke en succesvolle concept zorgt voor een hoge kwaliteit vers eten voor 35 miljoen klanten per jaar in meer dan 200 winkels op 90 locaties en met 8 verschillende formules. We zullen doorgaan met het vernieuwen van La Place restaurants in V&D en kijken tevens naar mogelijkheden om La Place verder te laten expanderen op locaties buiten V&D. In maart vierde La Place haar 20ste verjaardag. In juni werd Paul Bringmann, algemeen directeur van La Place, "Retail Personality 2007". La Place werd daarnaast genomineerd tot Meest Innovatieve Winkelketen van het Jaar tijdens het World Retail Congres in Barcelona in maart.

Schaap en Citroen, met 9 winkels, is een top winkelketen op het gebied van luxe horloges en juwelen. De nieuwe Flagship Store in de PC Hoofstraat in Amsterdam ontwikkelt zich goed. Onlangs heeft Schaap en Citroen het merk Hermès toegevoegd aan haar assortiment. Schaap en Citroen heeft haar sterke marktpositie vastgehouden en heeft verbeterde resultaten laten zien.

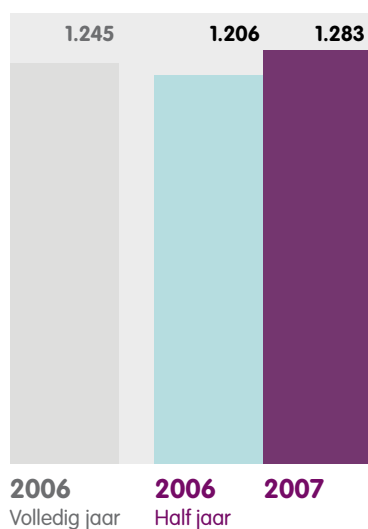
Kerncijfers

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

Maxeda

Aantal winkels

Winkels



Netto omzet en omzet van concessionairs

Miljoen Euro



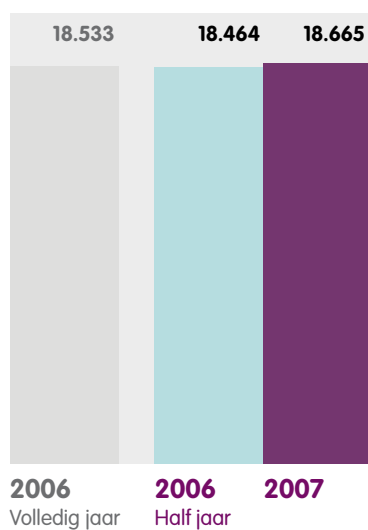
Operationele EBITDA

Miljoen Euro



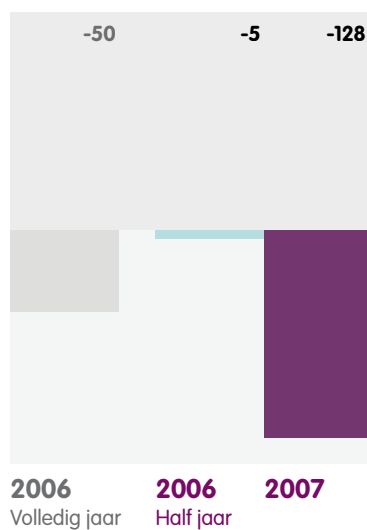
Gemiddeld aantal FTE

FTE



Werkkapitaal

Miljoen Euro



Bruto investeringen in materiële vaste activa

Miljoen Euro



1) • Vanaf 2007 zal Maxeda rapporteren op basis van IFRS (International Financial Reporting Standards), de 'best practise' in internationale verslaggeving. Hierdoor wordt een maximale transparantie en vergelijkbaarheid gerealiseerd voor alle belanghebbenden. De tabellen in dit halfjaarverslag (voor 2006 en 2007) bevatten niet gecontroleerde cijfers op basis van IFRS (met uitzondering van pensioen accounting).

• Om de management- en financiële structuur van de groep te optimaliseren, omvat de groep thans twee onderdelen: Maxeda Doe-het-zelf en Maxeda Fashion.

Kerncijfers

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

Maxeda Doe-het-zelf Groep

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

Maxeda Fashion

Aantal winkels

Winkels



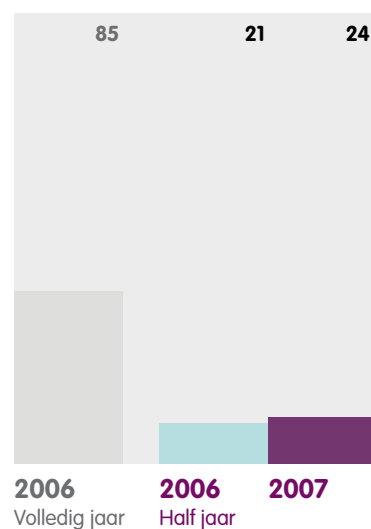
Netto omzet

Miljoen Euro



Operationele EBITDA

Miljoen Euro



Gemiddeld aantal FTE

FTE



- **De grootste non-food retailer in Nederland**
- **De op één na grootste restaurantketen in Nederland**
- **De grootste Doe-het-zelf-keten in de Benelux**
- **28.273 medewerkers in 1.283 winkels**
- **Winkels in Nederland, België, Luxemburg, Denemarken, Duitsland, Frankrijk, Spanje, Curaçao, Aruba, Saoedi-Arabië en Egypte**
- **Prijzenwinnende retailer. Beste werkgever, beste modeketen, beste 'retail personality', beste CFO.**

Maxeda

Bezoekadres

John M. Keynesplein 10
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

Website

www.maxeda.com