

## Jaarresultaten:

### Maxeda toont leiderschap in retail in uitdagende markt

**Amsterdam, 11 mei 2010. Maxeda heeft het financiële jaar 2009/10 sterk afgesloten. Na een uitdagend eerste half jaar, hebben de winkelketens de laatste zes maanden goed gepresteerd en robuuste resultaten behaald in een lastig financieel klimaat en concurrerende markt.**

#### Prestaties in 2009/10

- Netto-omzet (inclusief omzet concessionairs) nam enigszins af met 1,2% tot EUR 3.088 miljoen. Omzet op basis van een vergelijkbaar winkelbestand (inclusief e-commerce) daalde met 2,8%.
- Het marktaandeel van de meeste Maxeda winkelketens en productgroepen is toegenomen.
  - Maxeda presteerde beter dan de markt in Nederland, de non-food markt in Nederland liet als geheel een omzetsdaling van 7,1%<sup>1</sup> zien in dit financiële jaar.
- Operationele EBITDA viel met 1,4% terug tot EUR 213 miljoen.
  - Totale netto-omzet van de Fashion Group bedroeg EUR 1.704 miljoen, een daling van minder dan 1% ten opzichte van vorig jaar. De operationele EBITDA voor deze groep nam met 9,0% toe tot EUR 98 miljoen.
  - Totale netto-omzet van de DIY Group (doe-het-zelf) was 1,7% lager dan vorig jaar en kwam uit op EUR 1.384 miljoen. Sterke kostenbesparingen en een voortdurende focus op marges beperkte de teruggang in operationele EBITDA tot 8,8% waardoor die uiteindelijk EUR 132 miljoen bedroeg.
- Het afgelopen jaar werd er EUR 95 miljoen geïnvesteerd in:
  - 49 nieuwe winkels, waarvan 14 Doe-Het-Zelf winkels en 35 modewinkels ten behoeve van de internationale expansie van Hunkemöller en M&S Mode.
  - Verdere verbouwing van onze warenhuizen onder andere door het aanbrengen van de nieuwe huisstijl in 22 V&D warenhuizen.
- Er zijn 49 nieuwe winkels geopend waarmee het totaal op 1.363 winkels komt, waarvan 50% buiten Nederland.
- Verbeterde reputatie onder belanghebbenden met opnieuw nominaties en prijzen, waaronder 'Beste winkelketen' in Nederland en België in de categorie 'Lingerie en Ondermode' voor Hunkemöller; M&S Mode werd verkozen tot 'Beste winkelketen' in de categorie damesmode in Duitsland en Frankrijk en V&D ontving de 'Lean and Green' award van het Nederlandse ministerie van Verkeer en Waterstaat.

#### Leiderschap in retail

Maxeda wil marktleiders ontwikkelen die duurzame groei laten zien in hun markten. In de loop van de tijd hebben we onze marktposities versterkt, een goede financiële staat van dienst opgebouwd en succesvolle groeiplannen ontwikkeld. Onze voortdurende investeringen in onze winkelketens en in onze mensen en het bouwen van sterke

---

<sup>1</sup> CBS Persbericht PB10-010

management teams hebben bewezen het succesvolle recept te zijn voor het bereiken van leiderschap in retail. Dit heeft de reputatie van Maxeda onder de belanghebbenden verder versterkt en talloze nominaties en onderscheidingen voor onze winkelketens opgeleverd.

*Tony DeNunzio, Bestuursvoorzitter Maxeda:*

“Gezien de uitdagingen waarvoor we in dit financiële jaar werden gesteld, hebben onze winkelketens relatief sterk gepresteerd. Al onze winkelketens hebben robuuste resultaten gerealiseerd en bijna al onze winkelketens hebben hun operationele EBITDA vergroot. Maxeda Fashion heeft uitzonderlijk goede resultaten laten zien, met een 9% hogere operationele EBITDA vergeleken met vorig jaar. De operationele EBITDA van al onze modeketens (met uitzondering van La Place) groeide met meer dan 10%. Het is ook vermeldenswaard dat V&D (non-food) in 2009/10 voor het eerst sinds lange tijd een positieve operationele EBITDA liet zien, waarmee het succes van de herpositioneringsstrategie wordt aangetoond, La Place bleef zeer winstgevend. Onze Doe-Het-Zelf groep blijft ondanks de iets mindere resultaten in vergelijking met vorig jaar een van de meest winstgevende en cash genererende Doe-Het-Zelf ondernemingen van Europa.”

Maxeda's Fashion Group is nu klaar voor de volgende stap en, zoals we in februari bekendmaakten, zijn we begonnen met een strategische heroriëntatie van Maxeda's modeketens, te weten V&D/La Place, de Bijenkorf, Hunkemöller en M&S Mode. Deze heroriëntatie zal duidelijk maken hoe wij de modeketens zo goed mogelijk kunnen faciliteren in hun toekomstige ontwikkeling. Maxeda verwacht dat deze strategische heroriëntatie eind dit jaar is afgerond.

### **Vooruitblik**

*Ronald van der Mark, CFO Maxeda:*

“Maxeda is in een goede positie om in 2010/11 positieve resultaten neer te zetten, dankzij de sterke strategische plannen van onze winkelketens en onze krachtige management teams. In het nieuwe boekjaar hebben we de kapitaalstructuur van onze DIY Group kunnen verbeteren, wat heeft geleid tot een verdere verbetering van de financiële positie van de groep. Vorig jaar uitten we de ambitie om sterker dan ooit uit de economische neergang te komen, en we zijn trots dat we daar in 2009/10 in geslaagd zijn. Ook al is de financiële en economische crisis nog niet voorbij, we verwachten dat al onze winkelketens in staat zullen zijn hun financiële resultaten en concurrentiepositie in 2010/11 verder te verbeteren.”

### **Maxeda winkelketens**

De **Bijenkorf** is met zijn positionering als premium winkelketen en sterke marketingcampagnes uitgegroeid tot de grootste retailer van Nederland in het luxe segment. **V&D** heeft feitelijk zijn positie heroverd als leider in het middensegment, met inspirerende mode in vernieuwde winkels, sterkere eigen merken en een groeiend aantal shop-in-shops met A-merken, alles ondersteund door het nieuwe Service Centre (hoofdkantoor).

**Hunkemöller** is de marktleider in lingerie in de Benelux en de grootste gespecialiseerde lingerie retailer in Duitsland. Hunkemöller boekt sterke resultaten en heeft ambitieuze groeiplannen om in Europa de nummer één lingerie retailer te worden. **M&S Mode** is de leidende retailer op het gebied van damesmode in grotere maten in Noord-Europa. M&S

**Page 3/3**

Mode heeft zijn onderneming vernieuwd en een moderetailer neergezet met snel wisselende collecties ('fast fashion') en lagere kosten, ondersteund door een nieuw distributiecentrum en hoofdkantoor.

**Maxeda DIY** is marktleider in de Doe-Het-Zelf sector in de Benelux. **Brico** en **Brico Plan-It**, marktleiders in België, hebben een goede financiële staat van dienst. **Praxis** heeft een sterke positie in de Nederlandse markt. **Formido** heeft een sterke lokale marktpositie en maakt in toenemende mate gebruik van zijn nieuwe Deco-DIY winkelconcept.

**La Place** is toonaangevend op het gebied van verse producten in Nederland. Deze winkelketen heeft een uniek concept met hoogwaardige, verse voedingsproducten. La Place blijft een succesverhaal en is de op één na grootste restaurantketen van Nederland.

## **Einde persbericht**

### **Aan de redactie (niet voor publicatie):**

De volledige versie van het jaarverslag van Maxeda kunt u vinden op [www.maxeda.com](http://www.maxeda.com).

Dit persbericht verschijnt tevens in het Engels. Bij eventuele verschillen tussen beide versies geldt dat het Engelstalige bericht leidend is.

### **Meer informatie:**

Maxeda  
Corporate Communications  
Claire Verhagen  
Tel: 020-5490433 / 06-52 304 662