

Resultaten eerste half jaar 2007

## Maxeda versnelt expansie

**Amsterdam, 27 september 2007. Positieve resultaten in de eerste helft van 2007 voor Maxeda. Strategie blijkt succesvol in het bouwen van betere bedrijven:**

- Netto-omzet (inclusief omzet concessionairs) stijgt met 6,6%. Omzet op basis van een vergelijkbaar winkelbestand gestegen met 5,0% tot EUR 1.559 miljoen
- 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 besparen (Saving Costs & Cash), creëren van synergie (Synergy) en Smile! is succesvol in het bouwen van betere bedrijven.

De ambitie van Maxeda is om betere bedrijven te bouwen. We streven naar het verwerven van marktleiderschap en duurzame groei voor elke winkelketen. In de afgelopen zes maanden heeft Maxeda haar business en haar resultaten verbeterd. De omzet op basis van een vergelijkbaar winkelbestand steeg en het aantal winkels nam toe met 6,4% tot 1.283 winkels. Bijna 50% van onze 1.283 winkels bevindt zich buiten Nederland. Maxeda is nu actief in 11 landen.

De resultaten van de Maxeda Doe-het-zelf Groep (Praxis, Formido, Brico en Brico Plan- It), waren wederom goed 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 waren verschillend. Hunkemöller ging door met haar succesvolle expansie in binnen- en buitenland. M&S heeft haar aanbod verbeterd en deze strategie zorgde voor betere marges en operationele resultaten. M&S expandeert snel in Spanje. De resultaten van Claudia Sträter waren teleurstellend door problemen met de collectie.

Tony DeNunzio, Bestuursvoorzitter Maxeda: “De ambitie van Maxeda is om betere bedrijven te bouwen. We streven naar het verwerven van marktleiderschap voor elke winkelketen. Onze strategie is gericht op het vergroten van de omzet in onze bestaande winkels en expansie. We zullen dit jaar meer dan 100 winkels openen, waarvan de meerderheid buiten Nederland. Nieuwe formules worden ontwikkeld, winkels worden aangepast en er wordt in nieuwe landen geopend. Hunkemöller opende onlangs winkels in Cairo (Egypte) en Riyad (Saudi-Arabië); La Place opent binnenkort een winkel in Antwerpen (België). V&D opent een nieuw warenhuis in Doetinchem. In doe-het-zelf expandeert Brico het ‘Brico City’ concept en is Formido bezig met de uitrol van diens ‘Deco Bouwmarkt’ concept. Wij versnellen onze expansie.”

**Pagina: 2/2**

Ronald van der Mark, CFO van Maxeda: “Al met al zijn we tevreden met de financiële resultaten over het eerste half jaar. Bijna al onze winkelketens realiseerden goede omzetten, marges en winstgroei. Maxeda profiteerde van de verbeterde marktomstandigheden in Europa, onze strategie leverde wederom resultaten in onze economische parameters en ook ons marktaandeel steeg in de meeste productcategorieën. Sterke financiële resultaten werden behaald door de succesvolle implementatie van onze strategie en onze filosofie ‘A Passion to Serve’.”

### **Einde bericht**

#### **Noot aan de redactie, niet voor publicatie**

De volledige versie van de resultaten van Maxeda 2006 is te zien op [www.maxeda.com](http://www.maxeda.com)

#### **Voor meer informatie**

Maxeda  
Corporate Communications  
Arnold Drijver  
Telefoon: 020-5490433