

Maxeda presteert goed in uitdagende retail omgeving

Amsterdam, 23 September 2008

Resultaten eerste halfjaar 2008 vergeleken met eerste halfjaar 2007:

- **Netto-omzet (inclusief omzet concessionairs) toegenomen met 1,2% tot EUR 1.578 miljoen**
- **Omzet op basis van een vergelijkbaar winkelbestand verminderd met 1,0%, maar marktaandeel toegenomen van de meeste winkelketens en productcategorieën van Maxeda**
- **Operationele EBITDA toegenomen met 14,3% tot EUR 102 miljoen**
- **Investerings in vaste activa bleven op een hoog niveau. Het afgelopen half jaar werd voor EUR 48 miljoen geïnvesteerd in onder andere:**
 - 46 nieuwe winkels (bijvoorbeeld, nieuwe V&D in Venlo, nieuwe La Place restaurants, internationale expansie van Hunkemöller, M&S en Claudia Sträter en nieuwe Doe-Het-Zelf winkels)
 - verbouwingen van warenhuizen en overige winkels en de verdere introductie van A-merken zoals, Sephora, Apple en Burberry
 - verdere investeringen in IT-systemen, distributie centra, hoofdkantoren en e-commerce
- **Aantal winkels toegenomen met 7,5% tot 1.379 winkels sinds juli 2007**
- **Verbetering van werkkapitaal met EUR 39 miljoen**
- **Aantal voltijds medewerkers gestegen met 1,9% tot 17.803**
- **Verdere verbetering van reputatie onder belanghebbenden en nieuwe nominaties en prijzen.**

Maxeda heeft de afgelopen zes maanden ondanks het verslechterende economische klimaat goed gepresteerd. Maxeda ging door met de uitvoering van haar strategie gericht op retail leiderschap en bleef gefocust op de toename van medewerker- en klanttevredenheid. De robuuste prestaties waren het directe gevolg van Maxeda's pro-actieve aanpak van de veranderende marktomstandigheden. Maxeda's focus op de winkelketens en haar medewerkers is en blijft belangrijk en resulteerde dan ook in een toegenomen marktaandeel voor de meeste winkelketens en productcategorieën van Maxeda.

Tony DeNunzio, bestuursvoorzitter Maxeda: "Maxeda heeft goed gepresteerd in een meer uitdagender retail omgeving. De kwaliteit van onze strategieën, de kwaliteit van onze merken en – niet in de laatste plaats – de kwaliteit van onze mensen hebben onmiskenbaar bijgedragen aan de vooruitgang die we hebben geboekt. Onze investeringen werpen vruchten af. We hebben duidelijk veerkracht getoond in uitdagende economische tijden, zoals onze resultaten en toegenomen marktaandeel voor de meeste winkelketens en productcategorieën laten zien. Voor de tweede helft van het jaar zal onze uitdaging zijn om de voorspelde verslechterende economische trend te trotseren. We zullen dit doen door onverminderd gefocust te blijven op de succesvolle uitvoering van onze bewezen strategieën en door die factoren te beheersen die we zelf kunnen beïnvloeden. We zijn ervan overtuigd dat onze plannen, onze merken en onze medewerkers de grondslag voor verder succes zullen blijven vormen.

Pagina: 2/2

Ronald van der Mark, CFO Maxeda: "Zoals we eind vorig jaar al verwachtten, was er in de eerste helft van 2008 sprake van uitdagende economische omstandigheden. In een moeilijke marktomgeving, waarin het CBS voor de non-foodsector in Nederland een totale omzetgroei bekend maakte van 0,8%, nam de totale omzet van Maxeda toe met 1,2%. We verwachten dat de tweede helft van het jaar nog uitdagender zal worden, nu het consumentenvertrouwen zich op een historisch laag peil bevindt in alle landen waarin we actief zijn en macro economische ontwikkelingen, zoals de kredietcrisis, het consumentenvertrouwen blijven beïnvloeden. We blijven echter onverminderd gefocust op de succesvolle uitvoering van onze strategie, onze Passion to Serve en onze investeringen in duurzame groei van onze winkelketens die de basis zullen blijven verschaffen voor de verdere groei van Maxeda.

Maxeda Fashion

In de Fashion divisie is De Bijenkorf goed op weg naar het verwezenlijken van premiumship met de introductie van nieuwe topmerken, succesvolle marketing initiatieven en een inspirerende winkelbeleving zoals de opening van haar nieuwe restaurant in Amsterdam. V&D opende haar 62^e warenhuis, introduceerde nieuwe A-merken zoals Apple en Sephora en lanceerde haar nieuwe website. Hunkemöller ging door met internationale expansie en opende haar 400^{ste} winkel eerder dit jaar. Claudia Sträter expandeerde internationaal door het openen van shop-in-shops in het Verenigd Koninkrijk en Ierland en is bezig haar marktpositie te heroveren. M&S investeerde verder in het vernieuwen van haar totaal concept: van een modieuzere collectie tot en met een nieuwe winkelinrichting. La Place blijft een succesverhaal met 7 nieuwe restaurants erbij en de introductie van nieuwe producten die organisch en lokaal worden verbouwd en ingekocht. Schaap en Citroen wist haar sterke marktpositie te behouden.

Maxeda Doe-Het-Zelf

In de Doe-Het-Zelf divisie blijven Praxis, Formido, Brico en Brico Plan-It zich ontwikkelen als toonaangevende multibrand- en multiformat-retailorganisaties. Praxis zette de verbetering van haar assortiment voort door meer decoratieve producten te introduceren en internetverkoop te lanceren terwijl Formido het succesvolle 'Deco Bouwmarkt'-concept verder uitbreidde. Brico en Brico Plan-It, marktleider in België, openden nieuwe winkels waaronder de derde 'Brico City'-winkel.

Einde bericht

Noot voor de redactie (niet voor publicatie)

De volledige versie van Maxeda's Halfjaarbericht 2008 is te vinden op www.maxeda.com

Voor meer informatie

Maxeda
Corporate Communications
Arnold Drijver
Telefoon: 020-5490433 / 06-52 304 662