

# valora



Mehr Infos unter [www.ditsch.de](http://www.ditsch.de)

FAMILIENTRADITION SEIT 1919  
**Ditsch**<sup>®</sup>

**Wir backen  
Deutschlands  
liebste  
Brezel!**

Genießen Sie diesen und  
viele weitere herzhaft  
Snacks für unterwegs!

Immer knusprig, immer frisch,  
immer Ditsch.

**BREZELKÖNIG**<sup>®</sup>

A large, golden-brown pretzel with white salt crystals and dark green pumpkin seeds is shown against a white background. The pretzel is the central focus of the image, with several seeds scattered around it. Above the pretzel is the logo for Brezelkönig, which consists of a crown above a stylized, interlocking ring shape.

## Medien und Investorenkonferenz

### Akquisition Ditsch/Brezelkönig

Muttenz, 25. September 2012

1	Übersicht Transaktion	Rolando Benedick
2	Valora for a fast moving world!	Rolando Benedick
3	Akquisition Ditsch/Brezelkönig – Milestone in Retail	Rolando Benedick
3.1	Das Unternehmen Ditsch/Brezelkönig	Peter Ditsch
3.2	Geschäftsmodell und Erfolgsfaktoren	Thomas Eisele
3.3	Finanzierungsaspekte	Lorenzo Trezzini
4	Zusammenfassung	Rolando Benedick

# Übersicht der Transaktion

Strategisch bedeutende Akquisition und Gewinnung Peter Ditsch als Ankeraktionär

1

## Highlights

- Führende Marktposition | Starke Marken (Ditsch + Brezelkönig)
- Kleinflächiger Retailer im Wachstumsmarkt Sofortverpflegung
- Exzellentes Verkaufsstellennetz Deutschland und Schweiz
- Ausserordentlich profitables Geschäftsmodell
- Perfekter Fit zu Valora's Wachstumsstrategie und POS-Portfolio

2

## Finanzierung | Ankeraktionär

- Finanzierungsmittel: neue Namenaktien aus genehmigtem Kapital, neuer Syndikatskredit sowie zusätzliche Flexibilität durch angekündigte Devestitionen
- Langfristiges Engagement von Peter Ditsch als Ankeraktionär gesichert; Einsitz in Valora Verwaltungsrat vorgesehen (GV 2013)

3

## Zeitplan

- Genehmigung durch Kartellbehörden und Closing der Transaktion im 4. Quartal 2012 erwartet

1	Übersicht Transaktion	Rolando Benedick
2	<b>Valora for a fast moving world!</b>	<b>Rolando Benedick</b>
3	Akquisition Ditsch/Brezelkönig – Milestone in Retail	Rolando Benedick
3.1	Das Unternehmen Ditsch/Brezelkönig	Peter Ditsch
3.2	Geschäftsmodell und Erfolgsfaktoren	Thomas Eisele
3.3	Finanzierungsaspekte	Lorenzo Trezzini
4	Zusammenfassung	Rolando Benedick

# Willkommen bei „Valora for a fast moving world“

*Schlanker und agiler Retailer mit einem starken Verkaufsstellennetz!*

valora



- **Stärkung Aktivitäten im Bereich Retail**
- **Nutzung des hervorragenden Potenzials mit erfolgreichem Formatportfolio**
- **Repositionierung Valora Services zur Verringerung Presselastigkeit im Konzern**
- **Fortführung Valora Trade-Aktivitäten mit Fokus auf Kategorien mit überdurchschnittlichem Wachstum**
- **Erfolgreiche Akquisitionen in den letzten 24 Monaten**
- **Grundstein für erfolgreiches POS-Wachstum gelegt**

# Erfolgreiche Akquisitionen 2010 - 2012

Grundstein für organisches Wachstum gelegt

## Retail

Land	Deutschland
# POS	~ 180
Umsatz*	€ ~ 130 Mio.
Rationale	Starkes Franchisekonzept

Land	Deutschland
# POS	~ 1'300
Umsatz*	€ ~ 450 Mio.
Rationale	Grösstes Kiosknetzwerk in DE

Land	Österreich
# POS	10
Umsatz*	€ ~ 10 Mio.
Rationale	Markteintritt Österreich

## Trade

Land	Deutschland
Umsatz	€ ~ 12 Mio.
Rationale	Starkes Wachstum Salzgebäck

Land	Norwegen
Umsatz	€ ~ 70 Mio.
Rationale	Einstieg in stark wachsende Kategorien

Land	Schweden
Umsatz	€ ~ 70 Mio.
Rationale	Stärkung Kategorie Kosmetik

\* Aussenumsatz

1	Übersicht Transaktion	Rolando Benedick
2	Valora for a fast moving world!	Rolando Benedick
<b>3</b>	<b>Akquisition Ditsch/Brezelkönig – Milestone in Retail</b>	<b>Rolando Benedick</b>
3.1	Das Unternehmen Ditsch/Brezelkönig	Peter Ditsch
3.2	Geschäftsmodell und Erfolgsfaktoren	Thomas Eisele
3.3	Finanzierungsaspekte	Lorenzo Trezzini
4	Zusammenfassung	Rolando Benedick

# Strategische Herleitung Akquisition Ditsch/Brezelkönig

*Ditsch/Brezelkönig erfüllt alle Kriterien der Wachstumsstrategie*

## Strategische Absicht

- Akquisition von ein bis zwei zusätzlichen Kategorien/Formaten
- Potenzial für Roll-out ins Valora Netzwerk (keine Eigenentwicklungen)
- Modulare Nutzung innerhalb bestehendem Netzwerk



Papeterie



Sofortverzehr



Modeschmuck

## Akquisitionskriterien

- Wachsende Kategorien mit Nähe zu Valora-DNA
- Eignung Kleinflächen und Hochfrequenzlagen
- Eignung als Modul zur Nutzung in bestehenden Formaten
- Standorte komplementär zu Valora

## Wertgenerierung aus Zukauf

- Erweiterung des Standortportfolios
- Ausbau/Umbau bestehende Valora Standorte
- Roll-out in bestehenden Formaten (modulare Nutzung)
- Wachstum an Hochfrequenzlagen





# Erfolgsfaktoren Akquisition Ditsch/Brezelkönig

Neues Format im wachsenden Markt für Sofortverzehr

valora



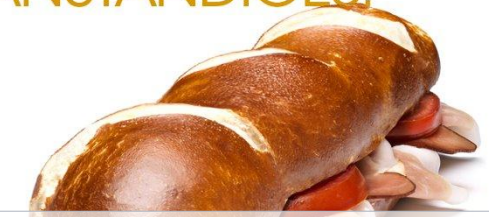
## Einmalige Opportunität

- Beste Qualität und sehr hohe Flächenproduktivität
- Einstieg in vielversprechenden und stark wachsenden Sofortverzehr-Markt
- Nukleus für Profitabilitätssprung

## Wachstum und Nachhaltigkeit

- Hohes Potenzial für Wachstum vorhanden (stand-alone)
- Perfekte modulare Ergänzung der Valora-Verkaufsformate
- Ausbaufähige Infrastruktur
- Starker Ankeraktionär | Sitz in Verwaltungsrat – Antrag GV 2013

WENN SIE SCHON  
GRATISZEITUNGEN  
LESEN, ESSEN SIE  
WENIGSTENS WAS  
ANSTÄNDIGES.



## Profitables Geschäftsmodell

- Ausgeprägte Krisenresistenz und hohe Cashflow-Sicherheit
- Vertikale Integration und hoher Automatisierungsgrad ermöglichen Kostenführerschaft und Spezialisierung
- Fokus auf schlanke Prozesse und starkes Produktportfolio



1	Übersicht Transaktion	Rolando Benedick
2	Valora for a fast moving world!	Rolando Benedick
<b>3</b>	<b>Akquisition Ditsch/Brezelkönig – Milestone in Retail</b>	<b>Rolando Benedick</b>
<b>3.1</b>	<b>Das Unternehmen Ditsch/Brezelkönig</b>	<b>Peter Ditsch</b>
3.2	Geschäftsmodell und Erfolgsfaktoren	Thomas Eisele
3.3	Finanzierungsaspekte	Lorenzo Trezzini
4	Zusammenfassung	Rolando Benedick

# Das Unternehmen Ditsch/Brezelkönig

Geschäftsführer Peter Ditsch

## Peter Ditsch und die Brezelbäckerei Ditsch / Brezelkönig

- 1919 Gründung des Familienunternehmens
- 1960 Spezialisierung auf Brezel & Salzsticks (Eigenstellen und Handel)
- 1978 Eintritt Peter Ditsch ins Familienunternehmen (3. Generation)
- 1980 Einführung automatisierte Brezelschlingmaschine
- 1993 Aufbau Grosshandel
- 2000 Übernahme «**Brezelkönig**» in der Schweiz (10 POS)
- 2005 Gründung Ditsch Ltd. in UK
- 2009 90 Jahre Ditsch
- 2011 Brezelkönig mit 35 POS in der Schweiz
- 2012 230 POS (Ditsch + Brezelkönig) | Umsatz CHF 190 Mio.

Ditsch



# Ditsch in Deutschland

*Perfekt vertikal integrierter und profitabler Retailer*

## 2 Produktionsstätten

Mainz (inkl. Hauptverwaltung) &  
Oranienbaum



## 195 x in Deutschland



## Hochautomatisierter Laugenspezialist



# Brezelkönig in der Schweiz

*Optimal positioniert mit hervorragendem Verkaufsstellennetz*

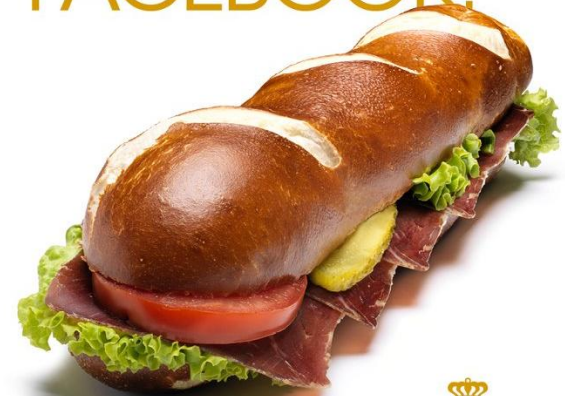
**1 Produktionsstätte  
in Emmenbrücke**



**35 x in Schweiz**

**Bekannter und beliebter  
Snackspezialist**

**TEILEN IST  
WAS FÜR  
FACEBOOK.**



# Valora und Ditsch/Brezelkönig

Starke Bündelung der Kräfte | Äusserst aussichtsreiche Zukunft

valora

## Idealer Partner

- Perfekte Symbiose Valora und Ditsch/Brezelkönig
- Exzellentes Verkaufsstellennetzwerk und starkes Produktportfolio
- Bedeutendes Potenzial für weiteres Wachstum
- Nutzung einmalige Möglichkeit für strategischen Schritt

## Engagement und Vertrauen

- Freude und Ehre Aufgaben als Verwaltungsrat zu übernehmen
- Langfristiges Engagement
- Wechsel von operativer in die strategische Führung



# Das Unternehmen Ditsch/Brezelkönig

*Familientradition und Qualität*

valora



**Ditsch** 

*Qualität und Perfektion*

1	Übersicht Transaktion	Rolando Benedick
2	Valora for a fast moving world!	Rolando Benedick
<b>3</b>	<b>Akquisition Ditsch/Brezelkönig – Milestone in Retail</b>	<b>Rolando Benedick</b>
3.1	Das Unternehmen Ditsch/Brezelkönig	Peter Ditsch
<b>3.2</b>	<b>Geschäftsmodell und Erfolgsfaktoren</b>	<b>Thomas Eisele</b>
3.3	Finanzierungsaspekte	Lorenzo Trezzini
4	Zusammenfassung	Rolando Benedick



# Wichtigste Kennzahlen Ditsch/Brezelkönig

Hohe Profitabilität und attraktives Betreibermodell



**190**  
Mio. Umsatz\*



**>14%**  
EBIT-Marge



**230**  
POS



**~100%**  
Agenturen

**CAGR**

**~ 8%**  
Umsatz bis 2017



\* Schätzung 2012 in Schweizer Franken | Deutschland CHF ~ 140 Mio., Schweiz CHF ~ 50 Mio.

# Produktion und Vertrieb „bake off“ Produkte

Bestechend einfaches Geschäftsmodell Ditsch/Brezelkönig



## Vorteile von „bake off“

- Hervorragende Produktqualität und Frische durch kontinuierliches Aufbacken am POS
- Simple Handhabung in den Filialen
- Einfache Transportierbarkeit & Haltbarkeit
- „bake off“ mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten\*

\* gemäss Gira Consultancy & Research

# Vertikale Integration

*Starke Wechselwirkung und Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern*



**Produktion**



**Ditsch**



**Retail**

## Vorteile vertikale Integration

- 1 Kontrolle der kompletten Wertschöpfungskette**
  - Abschöpfung der Gesamtmarge
  - Hohe Qualität und Produktionskapazitäten «in House»
- 2 Abstimmung der Produktion auf eigene Bedürfnisse**
  - Entwicklung exklusiver Produkte für Eigenvertrieb
  - Äusserst flexible Produktion (Konsumentenverhalten und Kapazitäten)
- 3 Hohe Markteintrittsbarrieren für Mitbewerber**
  - Schutz Know-how (Brezel- und Laugensegment)
  - Kostenführerschaft
- 4 Eigenproduktion stellt hohe Profitabilität im Handelskanal sicher**
  - Umsatzanteil Handel Deutschland 44% | Schweiz 5%
  - Fachhandel mit hoher Profitabilität

# Erfolgsfaktoren des Retail-Geschäftsmodells

*Integriertes Geschäftsmodell als wichtiges Erfolgskriterium*

## Hohe Qualität & Frische

- Hervorragende Produktqualität
- Frische durch vor Ort Aufbereitung
- Einfache Handhabung in Filialen



## Attraktive Margen

- Kostenführerschaft durch vertikale Integration und Kontrolle über Wertschöpfung
- Stark automatisierte Produktion
- Spezialisierung auf wenige Produktgruppen

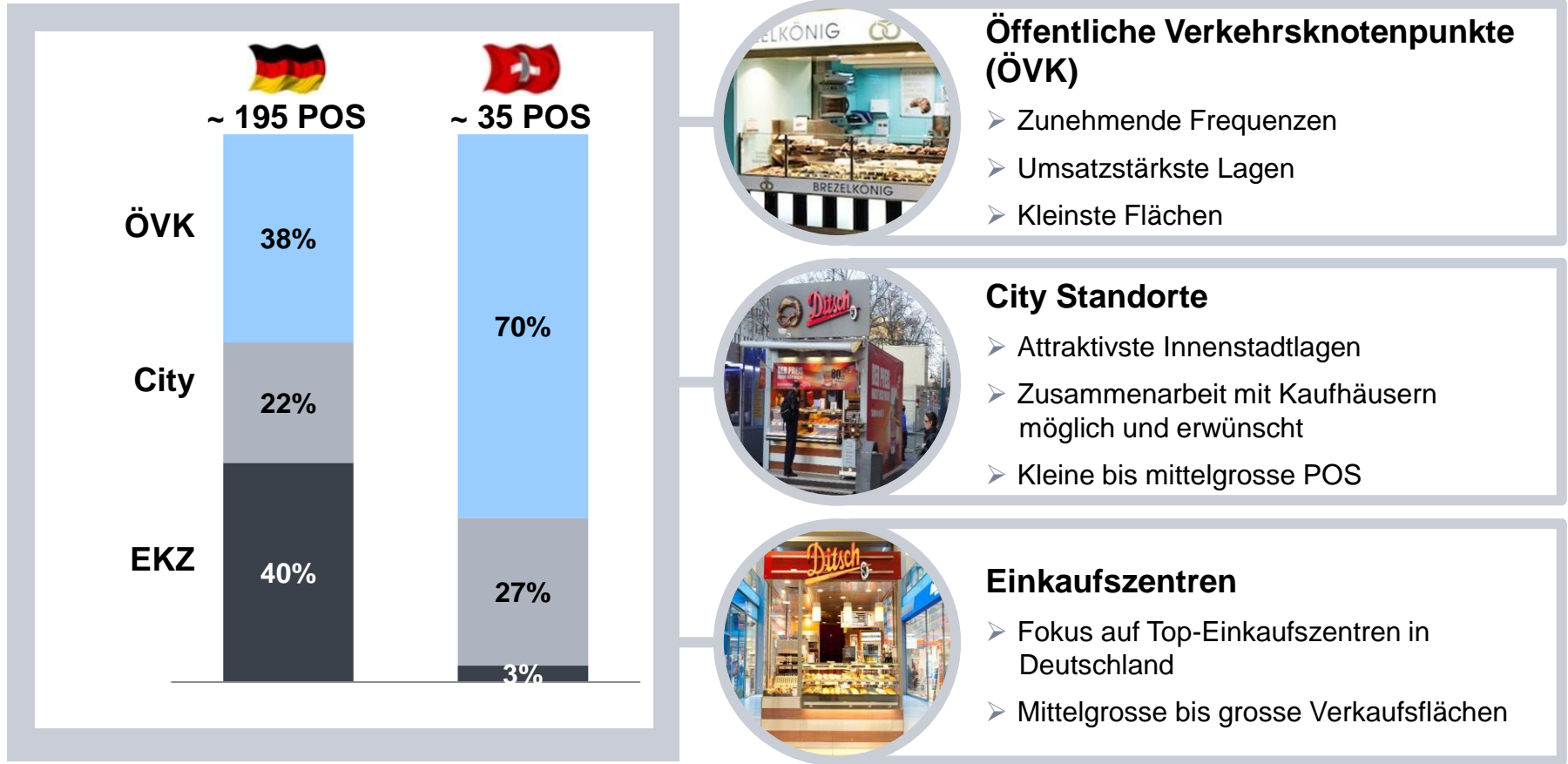


## Geringer Flächenbedarf

- Hohe Flexibilität bei Flächenauswahl
- Hohe Flächenproduktivität
- Attraktiver Mieter

# Verteilung Ditsch und Brezelkönig Standorte nach Lage

Travel Retail von zentraler Bedeutung



# Absatzkanal Retail

*Starke Marktposition durch attraktives Konzept mit hohem Wachstumspotenzial*

## Starke Marktposition

- Profilierung und Positionierung durch Spezialisierung
- Hoher Beliebtheitsgrad von Laugenprodukte (Convenience)
- Key-Player an ÖVK-Standorten
- Hoher Bekanntheitsgrad von Ditsch + Brezelkönig

## Attraktives Retailkonzept

- Hohe Profitabilität
- Hervorragende Produktqualität und einfache Handhabung
- Geringer Flächenbedarf bei hoher Produktivität
- Klare und stringent umgesetzte Konzepte

## Hohes Wachstumspotenzial<sup>®</sup>

- Potenzial für weitere Standorte vorhanden
- Sofortverzehr als höchst attraktiver und wachsender Markt
- Starkes Wachstum durch zunehmende Frequenz (ÖVK)



# Absatzkanal Fachhandel

Starke Marktposition, Wachstumspotenzial und attraktiver Geschäftsbereich

## Marktführer bei Laugengebäck

- Spezialisierung auf Laugenprodukte
- Ausgeprägtes Know-how und beste Produktqualität
- Bevorzugter Partner im Fachhandel

## Attraktiver Geschäftsbereich

- Hohe und stabile Profitabilität im Bereich Handel
- Effiziente Produktion
- Ausgewogenes Kundenportfolio und hohe Diversifikation

## Wachstumspotenzial

- Potenzial für weiteres internationales Wachstum
- Produktionskapazitäten für weiteres Wachstum vorhanden



**GESAMTSORTIMENT 2012**  
TIEFGEKÜHLTE PREMIUM-BACKWAREN

Wir backen Deutschlands liebste Brezel!

# Erfolgsfaktoren der Akquisition

*Reibungsloser Übergang sichergestellt*

## Gut aufgestelltes Unternehmen

- Schlanke Struktur und effiziente Prozesse
- Kein organisatorischer Anpassungsbedarf
- Ditsch/Brezelkönig bleibt eine eigenständige BU



## Langfristiges Engagement von Peter Ditsch

- Verwaltungsratssitz (Antrag an GV 2013)
- Verlagerung von operativer zu strategischer Tätigkeit
- Ankeraktionär des Konzerns
- Know-how von Peter Ditsch bleibt erhalten



## Erfolgreiche Integration

- Sicherung des Know-hows
- Reibungsloser Übergang: vom Familienunternehmen zur BU eines börsenkotierten Konzerns
- Fortführung unternehmerische Kultur



# Künftige Erfolgshebel für Ditsch/Brezelkönig 2013ff

*Bedeutendes Wachstumspotenzial durch Symbiose mit Valora vorhanden*

**1** Verstärkte Expansion in Retail durch Realisierung Wachstumspotenzial

**DE**  
**+25%\***

**CH**  
**+100%\***

**2** Selektive Umwandlungen innerhalb bestehendem Valora Netzwerk von rund 2 800 POS

**3** „Shop in Shop“-Konzepte und Einführung von Sortimentsmodulen in bestehenden Valora-Formaten

**4** Entwicklung neuer Produkte für Ditsch/Brezelkönig und bestehende Valora-Formate

**5** Mögliche Internationalisierung des Geschäftsmodells

\* bis 2017 erwartetes POS-Wachstum

1	Übersicht Transaktion	Rolando Benedick
2	Valora for a fast moving world!	Rolando Benedick
<b>3</b>	<b>Akquisition Ditsch/Brezelkönig – Milestone in Retail</b>	<b>Rolando Benedick</b>
3.1	Das Unternehmen Ditsch/Brezelkönig	Peter Ditsch
3.2	Geschäftsmodell und Erfolgsfaktoren	Thomas Eisele
<b>3.3</b>	<b>Finanzierungsaspekte</b>	<b>Lorenzo Trezzini</b>
4	Zusammenfassung	Rolando Benedick

# Finanzierungsaspekte der Transaktion

## Gesicherte Finanzierung



### Multiplikatoren | Kennzahlen 2012E

➤ Umsatz	CHF 190 Mio.
➤ EBITDA - Marge	~ 20%
➤ EBITDA – Multiple (EV)	7 – 9x
➤ Bilanzsumme	CHF 110 Mio.

### Finanzierungsmittel

- AK-Erhöhung Valora Holding AG von rund CHF 100 Mio. <sup>1)</sup>
- Erfolgte Ablösung bestehender Syndikatskredit von CHF 300 Mio. durch CHF 450 Mio. <sup>2)</sup>
- Zusätzliche Flexibilität durch geplante Devestitionen (Handelshaus Muttenz, Valora Services Austria)

<sup>1)</sup> Ausgabe von rund 635'000 Aktien zu CHF 1.- Nennwert aus genehmigtem Kapital gem. Art. 3b der Statuten. Peter Ditsch wird als Ankeraktionär bezogen auf das neue Gesamtkapital 18.5% halten.

<sup>2)</sup> Der Kreditvertrag sieht die Einhaltung bestimmter Finanzkennzahlen vor. Valora geht für 2013 von einer Eigenkapitalquote von  $\geq 35\%$  und einem Leverage Ratio von  $\leq 3.0x$  aus.

# Agenda



1	Übersicht Transaktion	Rolando Benedick
2	Valora for a fast moving world!	Rolando Benedick
3	Akquisition Ditsch/Brezelkönig – Milestone in Retail	Rolando Benedick
3.1	Das Unternehmen Ditsch/Brezelkönig	Peter Ditsch
3.2	Geschäftsmodell und Erfolgsfaktoren	Thomas Eisele
3.3	Finanzierungsaspekte	Lorenzo Trezzini
<b>4</b>	<b>Zusammenfassung</b>	<b>Rolando Benedick</b>

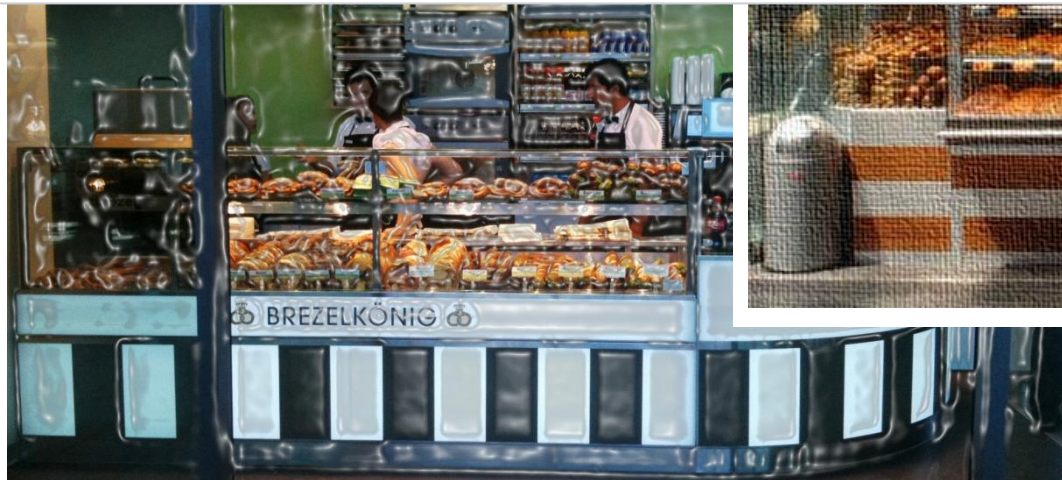
# Zusammenfassung

*Zukauf von Ditsch/Brezelkönig als strategisch perfekter Milestone für Valora*

**1** Nutzung einmalige Opportunität für Valora

**2** Strategisch bedeutende Akquisition für nachhaltiges, profitables Wachstum

**3** Gewinnung starker Ankeraktionär und Engagement im Verwaltungsrat



valora

.....

## **DISCLAIMER**

.....



.....

### **NOT FOR RELEASE, PUBLICATION OR DISTRIBUTION IN OR INTO THE UNITED STATES**

THIS DOCUMENT IS NOT BEING ISSUED IN THE UNITED STATES OF AMERICA AND SHOULD NOT BE DISTRIBUTED TO U.S. PERSONS OR PUBLICATIONS WITH A GENERAL CIRCULATION IN THE UNITED STATES. THIS DOCUMENT DOES NOT CONSTITUTE AN OFFER OR INVITATION TO SUBSCRIBE FOR OR PURCHASE ANY SECURITIES. IN ADDITION, THE SECURITIES OF VALORA HOLDING AG HAVE NOT BEEN REGISTERED UNDER THE UNITED STATES SECURITIES LAWS AND MAY NOT BE OFFERED, SOLD OR DELIVERED WITHIN THE UNITED STATES OR TO U.S. PERSONS ABSENT REGISTRATION UNDER OR AN APPLICABLE EXEMPTION FROM THE REGISTRATION REQUIREMENTS OF THE UNITED STATES SECURITIES LAWS

This document contains specific forward-looking statements, e.g. statements including terms like “believe”, “expect” or similar expressions. Such forward-looking statements are subject to known and unknown risks, uncertainties and other factors which may result in a substantial divergence between the actual results, financial situation, development or performance of Valora and those explicitly presumed in these statements. Against the background of these uncertainties readers should not rely on forward-looking statements. Valora assumes no responsibility to update forward-looking statements or adapt them to future events or developments

---

---

# Contact details

## Corporate calendar

---



### Contact details

**Mladen Tomic**

Head of Corporate Investor Relations

Phone: +41 61 467 36 50

E-mail: [mladen.tomic@valora.com](mailto:mladen.tomic@valora.com)**Stefania Misteli**

Head of Corporate Communications

Phone: +41 61 467 36 31

E-mail: [stefania.misteli@valora.com](mailto:stefania.misteli@valora.com)

### Corporate calendar

2012 results conference

March 26, 2013

2013 Ordinary General Meeting of Shareholders

April 18, 2013

Please visit our website for more information regarding **VALORA**  
[www.valora.com](http://www.valora.com)

---



valora