

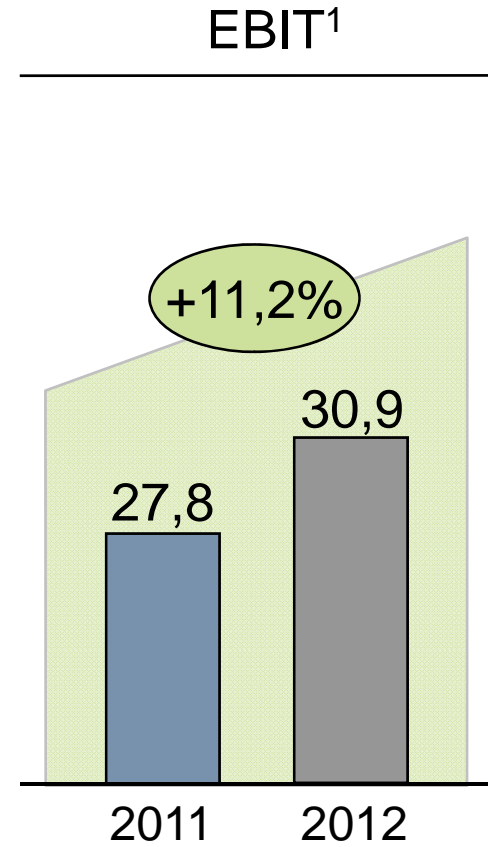
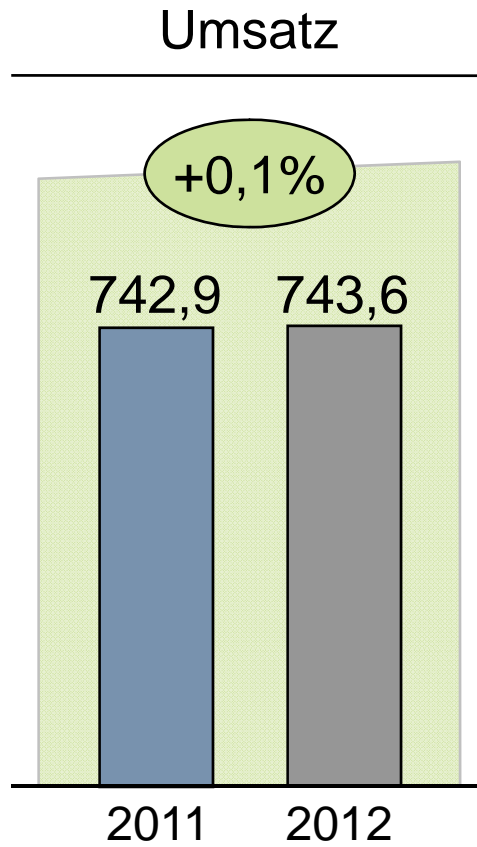
Villeroy & Boch – Bilanzpressekonferenz 2013



Frankfurt, den 8. Februar 2013

Konzern 2012.

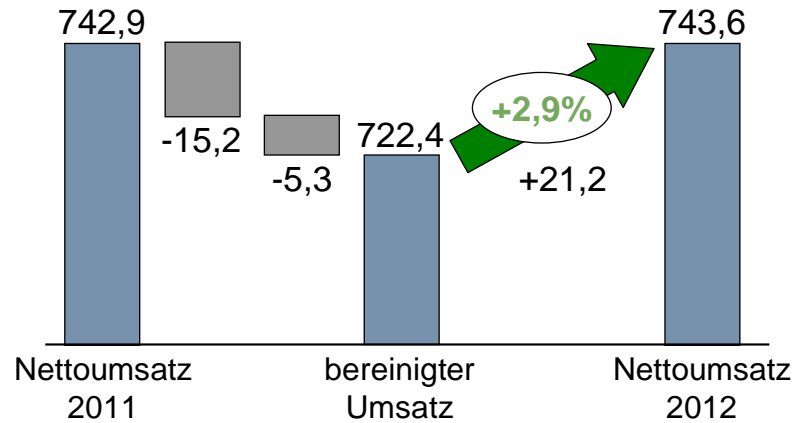
[Mio. €]



¹ vor Immobilienertrag Dänischburg

Konzern 2012. Umsatz nach Unternehmensbereichen.

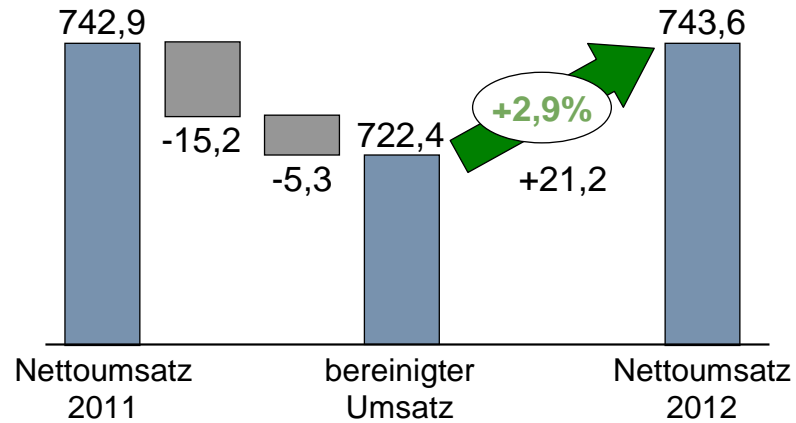
[Mio. €]



	2012	Δ vs. 2011	Δ vs. 2011 bereinigt
Bad und Wellness	465,7	+0,8 %	+1,9 %
Tischkultur	277,9	-1,1 %	+4,4 %
Konzern	743,6	+0,1 %	+2,9 %

Konzern 2012. Umsatz nach Regionen.

[Mio. €]

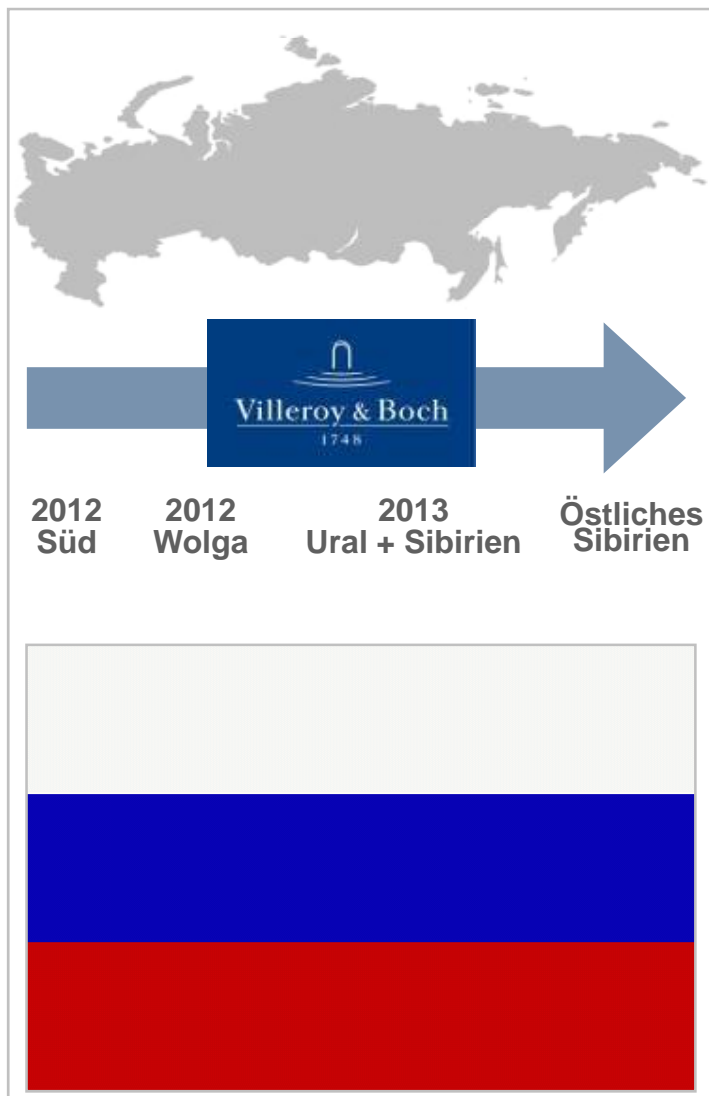


	2012	Δ vs. 2011	Δ vs. 2011 bereinigt
Europa	619,6	+0,0 %	+2,6 %
Americas	51,2	-3,9 %	+6,7 %
APAC, Nah-/Mittelost	72,8	+3,5 %	+3,5 %
Konzern	743,6	+0,1 %	+2,9 %



Fokusmärkte

Distributionsausweitung in Russland.



➔ Neue Logistikplattform implementiert



Umsatz
[Mio. €]

Russland



Bad & Wellness

Tischkultur

2012

25,7

20,2

5,5

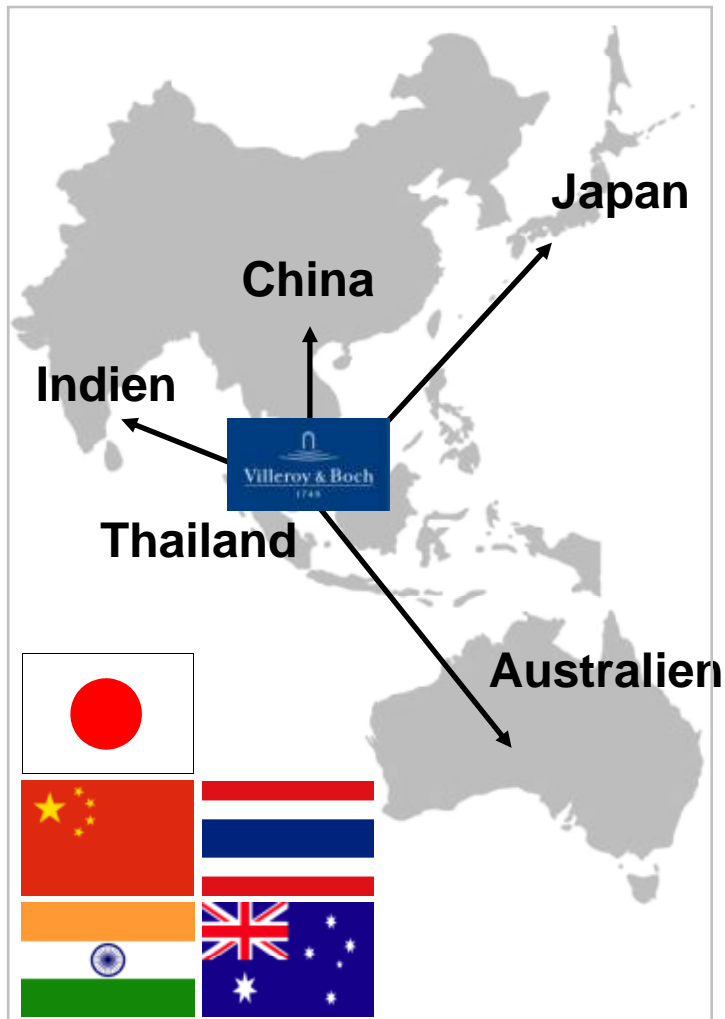
Δ vs.
2011

+21,7 %

+21,8 %

+21,2 %

Villeroy & Boch APAC.



Umsatz
[Mio. €]

	2012
APAC	58,4
China	17,0
Australien	15,4
Japan	7,4
Thailand	6,6
Indien	1,7

Umsatzanteil APAC am Konzern



➤ Aufbau einer gemeinsamen Organisation unter einer Geschäftsleitung



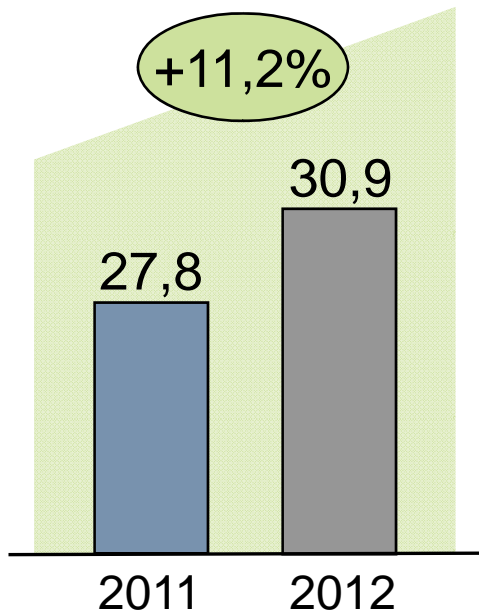
Finanzen

Jörg Wahlers

Konzern 2012.

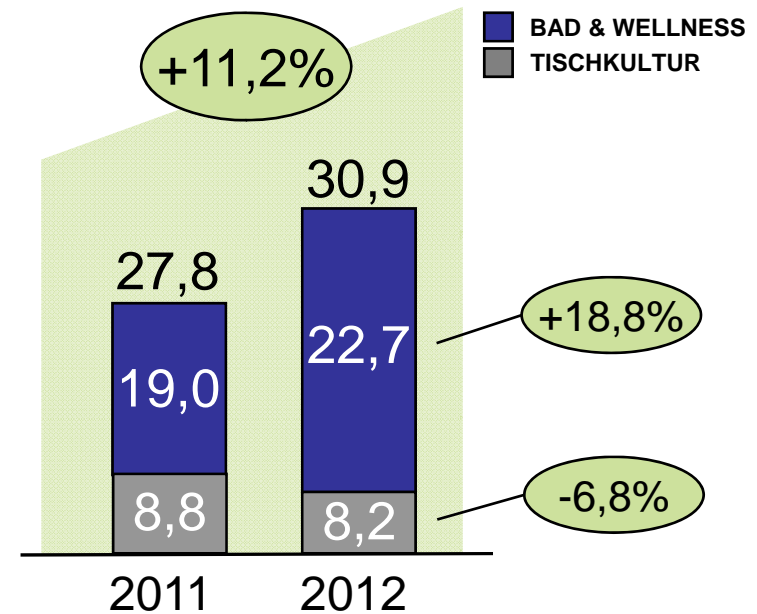
[Mio. €]

EBIT¹



EBIT¹

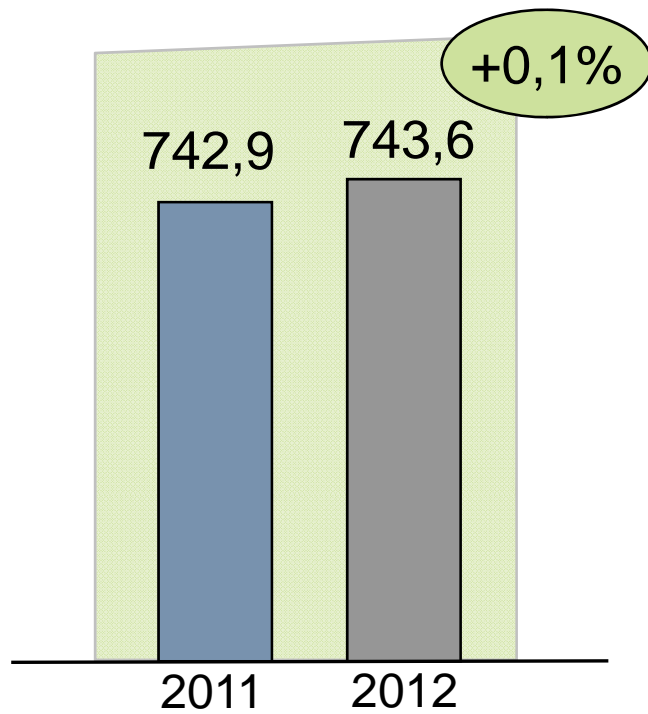
NACH UNTERNEHMENSBEREICH



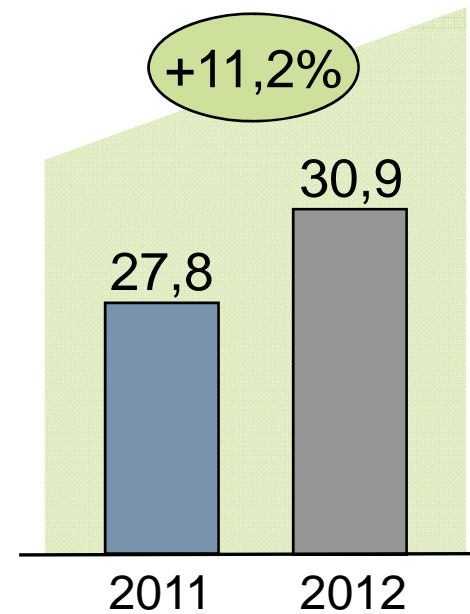
¹ vor Immobilienertrag Dänischburg

Wie verhält sich das zum Prognosebericht 2011.

Umsatz



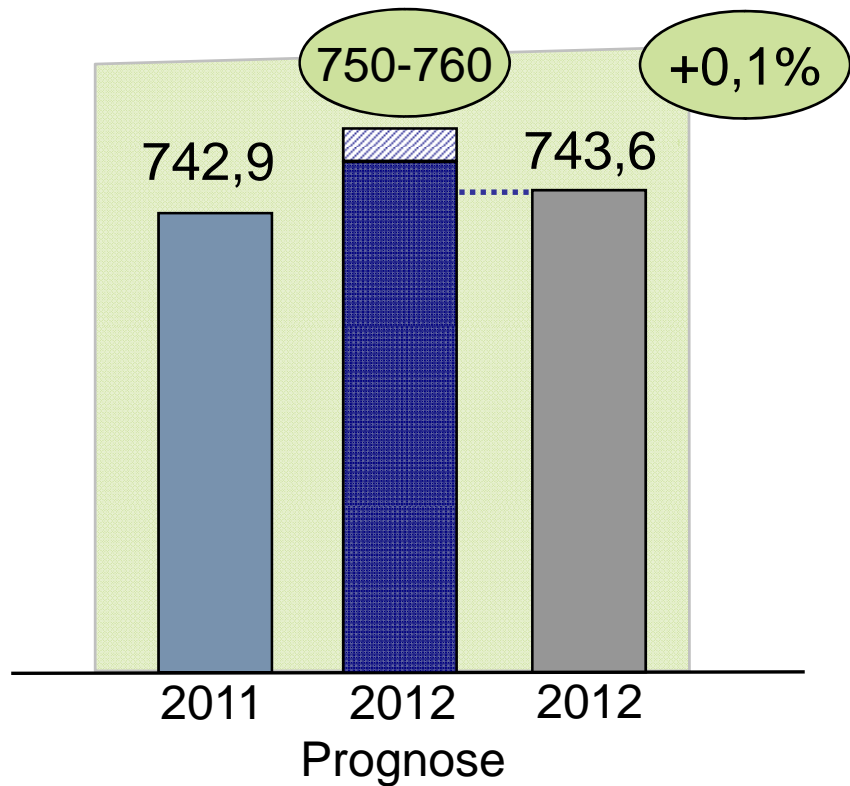
EBIT¹



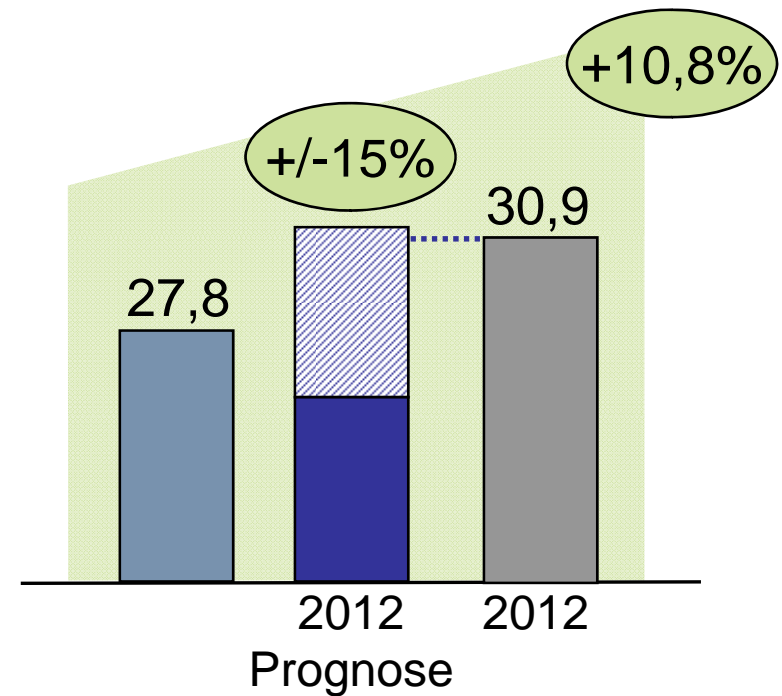
¹ vor Immobilienertrag Dänischburg

Wie verhält sich das zum Prognosebericht 2011.

Umsatz



EBIT¹



¹ vor Immobilienertrag Dänischburg

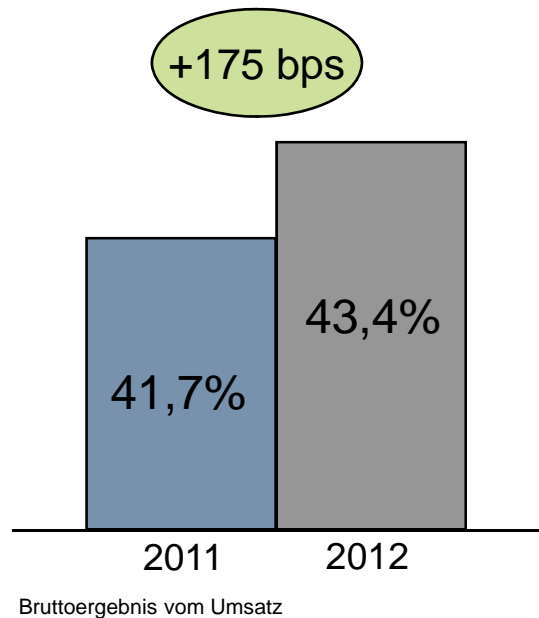
Finanzbericht 2012

Jahresabschluss

Villeroy & Boch Konzern. Gewinn und Verlust 2012 / 2011.

[Mio. €]

	2012	% vom Umsatz	2011	% vom Umsatz
Umsatzerlöse	743,6	100	742,9	100
Einstandskosten der verkauften Waren	-420,6	-57	-433,2	-58
Bruttoergebnis vom Umsatz	323,0	43	309,7	42

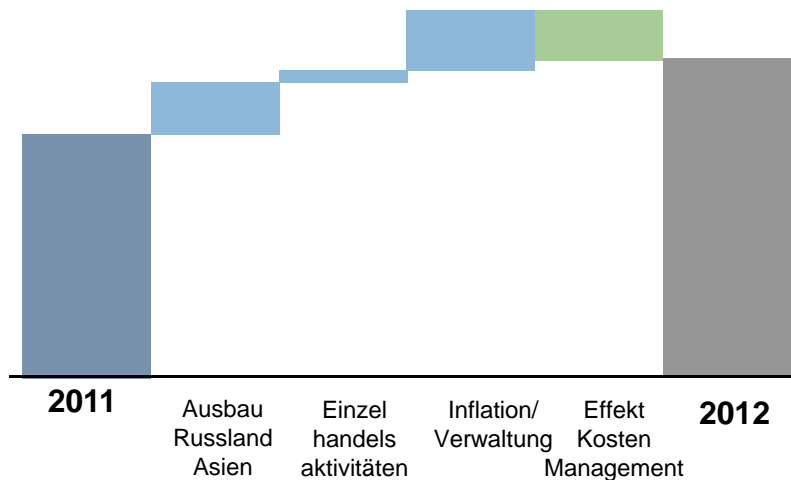


- Produktivitätssteigerungen/
Effekte Masterplan
- Optimierung Produkt- und Ländermix
- Optimierung Einkaufsaktivitäten

Villeroy & Boch Konzern. Gewinn und Verlust 2012 / 2011.

[Mio. €]

	2012	% vom Umsatz	2011	% vom Umsatz
Umsatzerlöse	743,6	100	742,9	100
Einstandskosten der verkauften Waren	-420,6	-57	-433,2	-58
Bruttoergebnis vom Umsatz	323,0	43	309,7	42
Vertriebs-, Marketing-, Entwicklungskosten	-244,1	-33	-235,8	-32
Allgemeine Verwaltungskosten	-47,5	-6	-46,1	-6



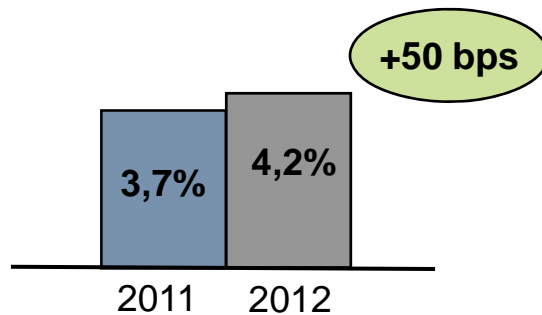
- ▶ Ausbau Russland und Asien
- ▶ Ausbau eigene Einzelhandelsaktivitäten
- ▶ Konsequentes Kostenmanagement kompensiert fast die Inflation

Villeroy & Boch Konzern. Gewinn und Verlust 2012 / 2011.

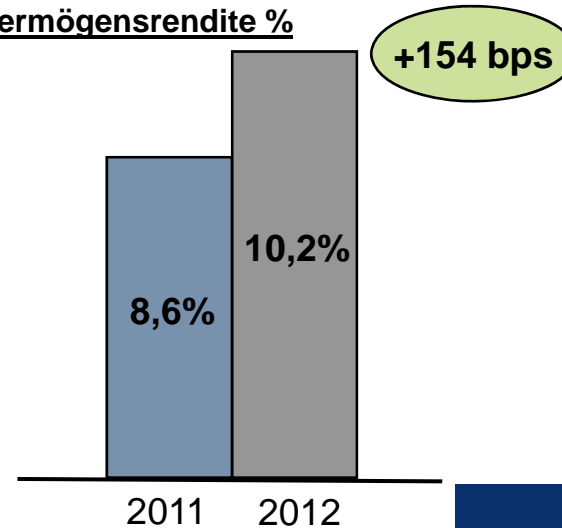
[Mio. €]

	2012	% vom Umsatz	2011	% vom Umsatz
Umsatzerlöse	743,6	100	742,9	100
Einstandskosten der verkauften Waren	-420,6	-57	-433,2	-58
Bruttoergebnis vom Umsatz	323,0	43	309,7	42
Vertriebs-, Marketing-, Entwicklungskosten	-244,1	-33	-235,8	-32
Allgemeine Verwaltungskosten	-47,5	-6	-46,1	-6
Übrige Aufwendungen / Erträge	-0,5	0	0,0	0
Operatives EBIT (vor Sonderertrag)	30,9	4	27,8	4

Operative EBIT Marge %



Nettovermögensrendite %



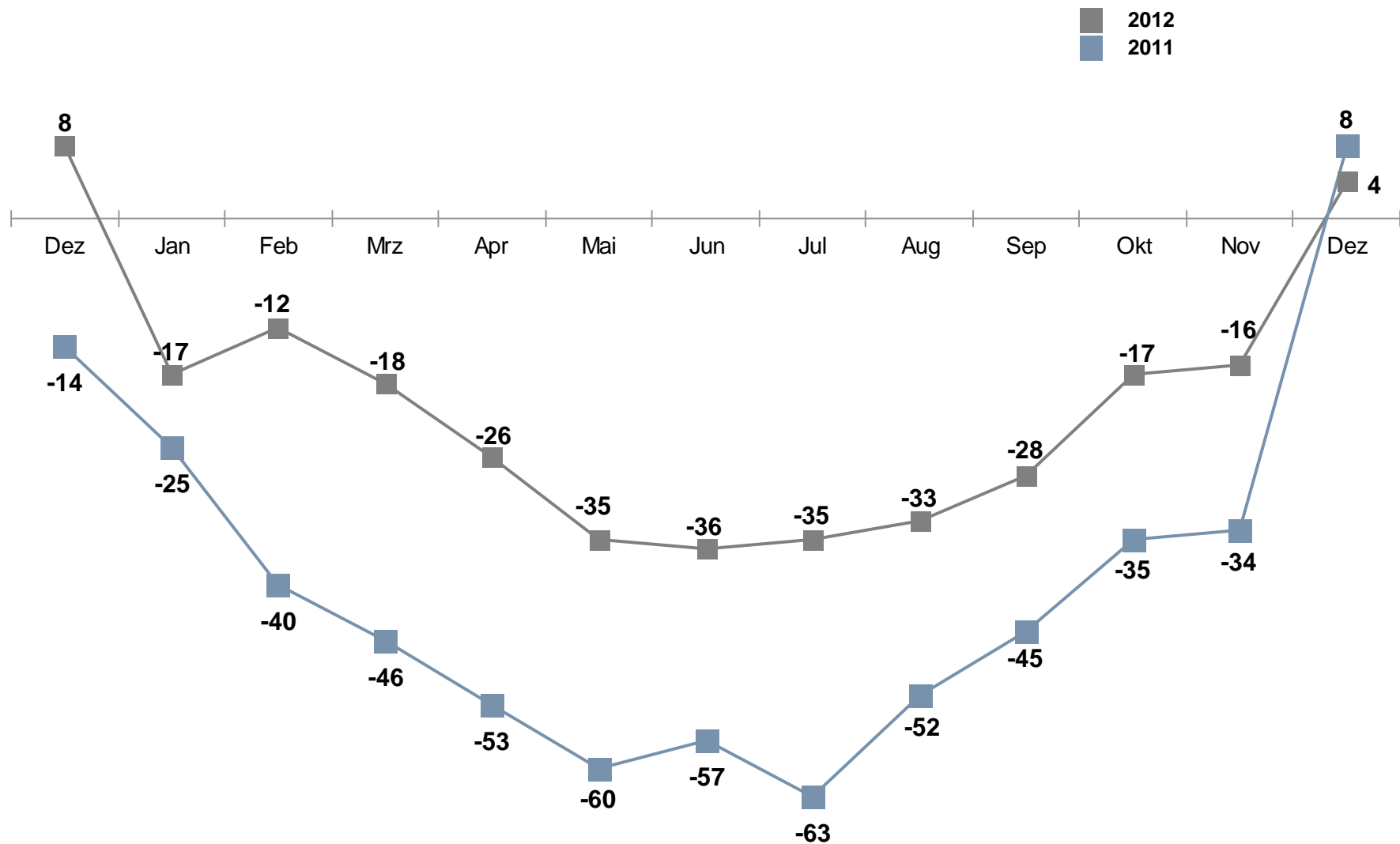
Villeroy & Boch Konzern. Gewinn und Verlust 2012 / 2011.

[Mio. €]

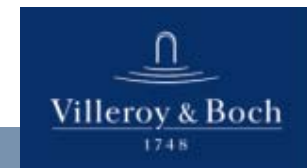
	2012	% vom Umsatz	2011	% vom Umsatz
Operatives EBIT (vor Sonderertrag)	30,9	4	27,8	4
Veräußerung Dänischburg	–		9,2	1
EBIT (2011 inkl. Ertrag Dänischburg)	30,9	4	37,0	5
Finanzergebnis	-12,5	-2	-11,2	-2
Ergebnis vor Steuern (EBT)	18,4	2	25,8	3
Ertragsteuern	-3,7	0	-7,5	-1
Konzernergebnis	14,7	2	18,3	2

Entwicklung der Nettoliquidität* 2012.

[Mio. €]

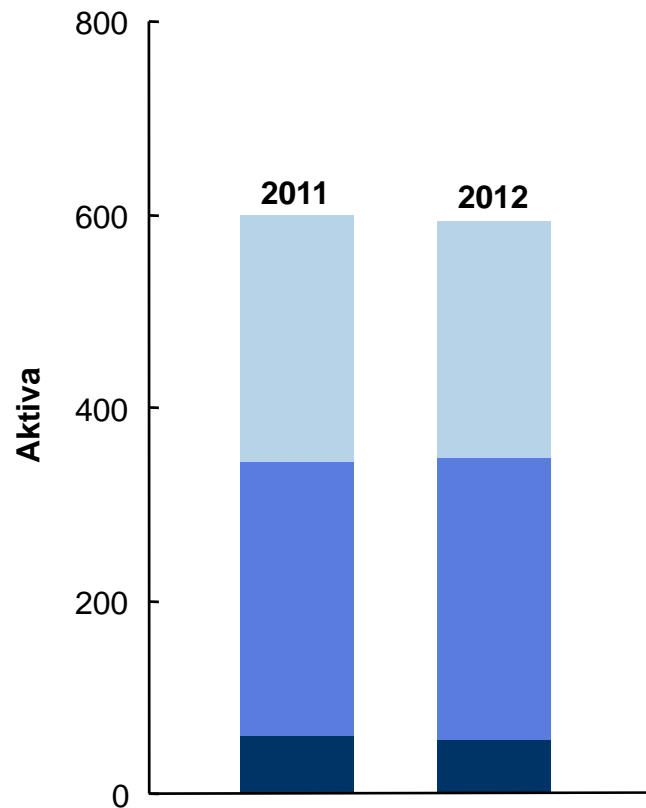


*Bei der Nettoliquiditäts-Kalkulation werden flüssige Mittel und Festgelder gegen Bankschulden aufgerechnet.

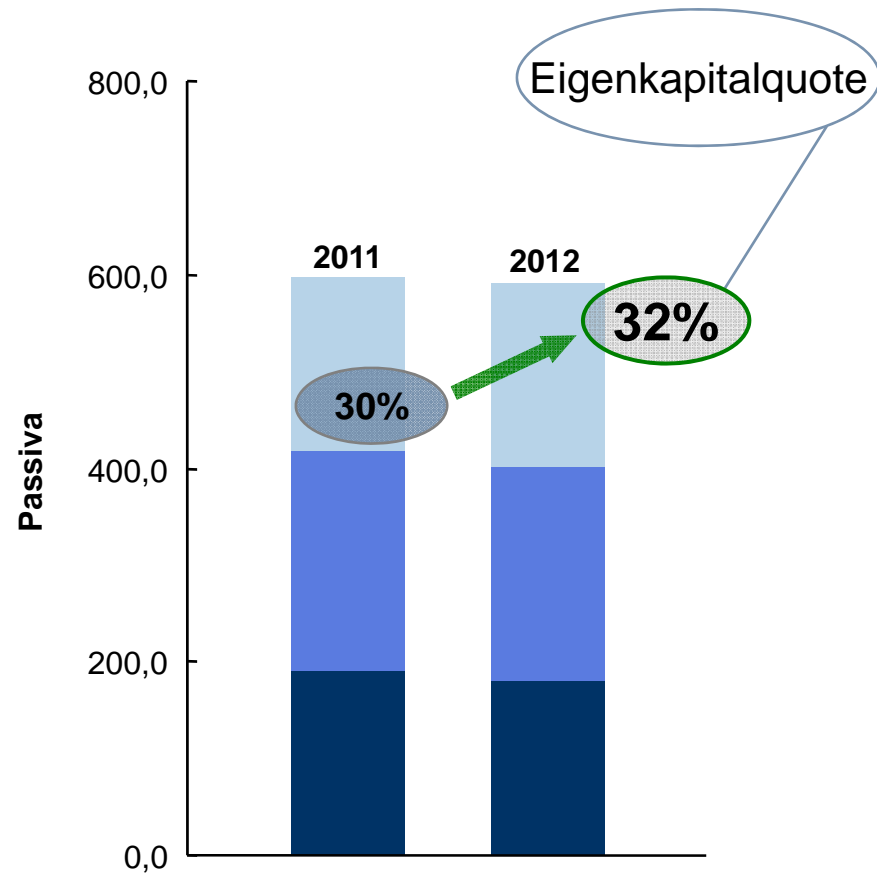


Villeroy & Boch Gruppe Bilanzstruktur zum 31.12.2011 / 31.12.2012.

[Mio. €]

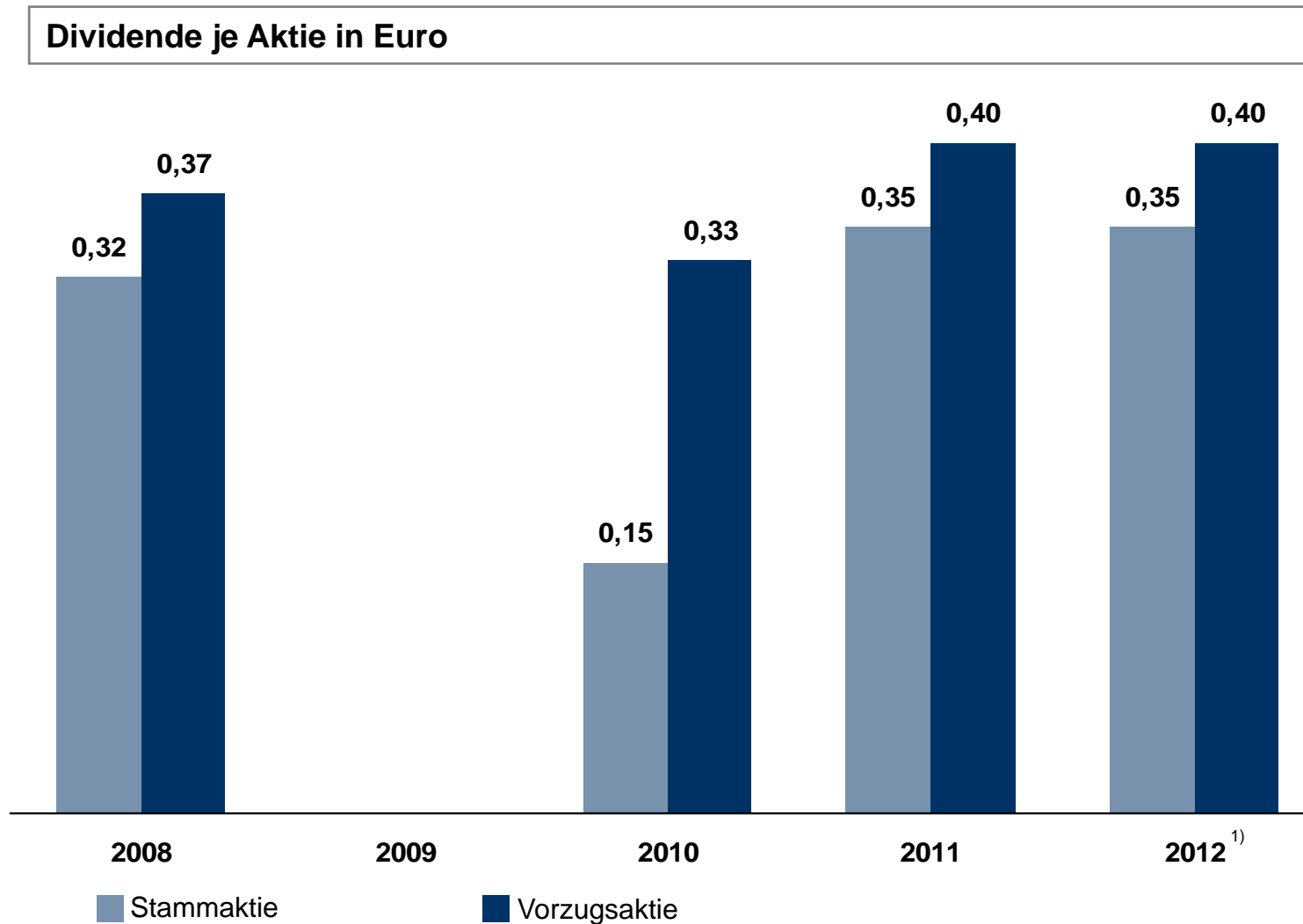


Aktiva in Mio. €	2011	2012
Langfristige Vermögenswerte	254,1	243,8
Kurzfristige Vermögenswerte	285,0	292,7
Zahlungsmittel	59,2	55,3
Bilanzsumme	598,3	591,8



Passiva in Mio. €	2011	2012
Eigenkapital	180,9	190,0
Langfristige Schulden	227,8	221,3
Kurzfristige Schulden	189,6	180,5
Bilanzsumme	598,3	591,8

Dividendenentwicklung Stamm-/ Vorzugsaktie.



1) Vorschlag an die Aktionäre der Hauptversammlung am 22. März 2013

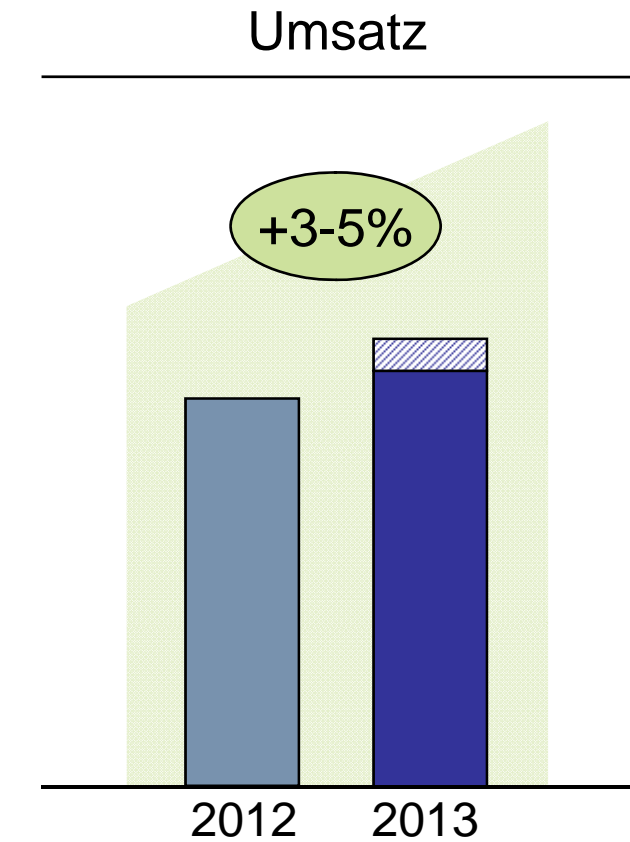
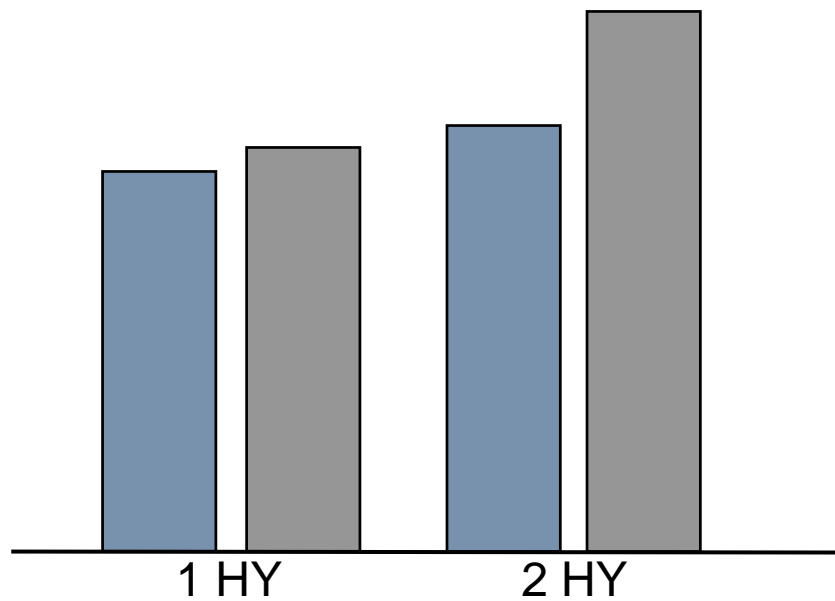


Ausblick 2013

2. Halbjahr liefert gute Absprungbasis für 2013.

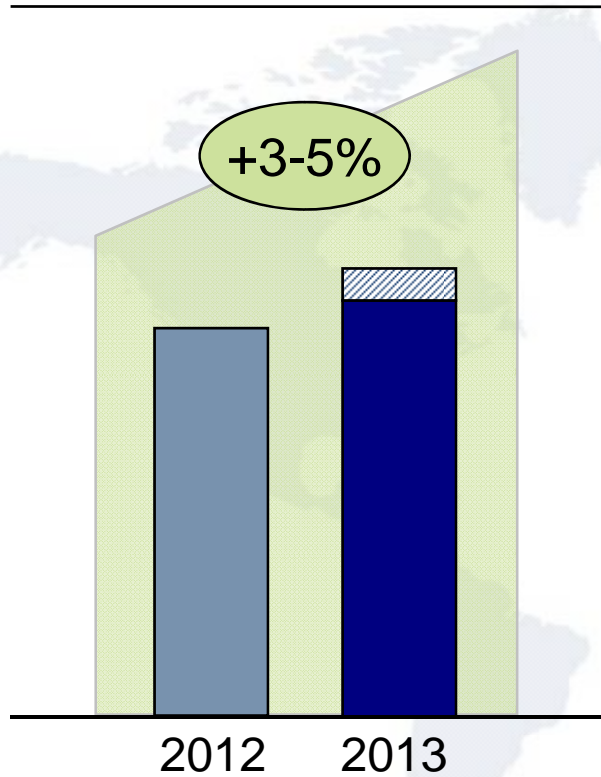
[Mio. €]

■ 2011
■ 2012



Ausblick Konzern 2013.

Umsatz



Wachstums-Hebel

EUROPA:

Marktanteile halten bzw. ausbauen

AMERICAS:

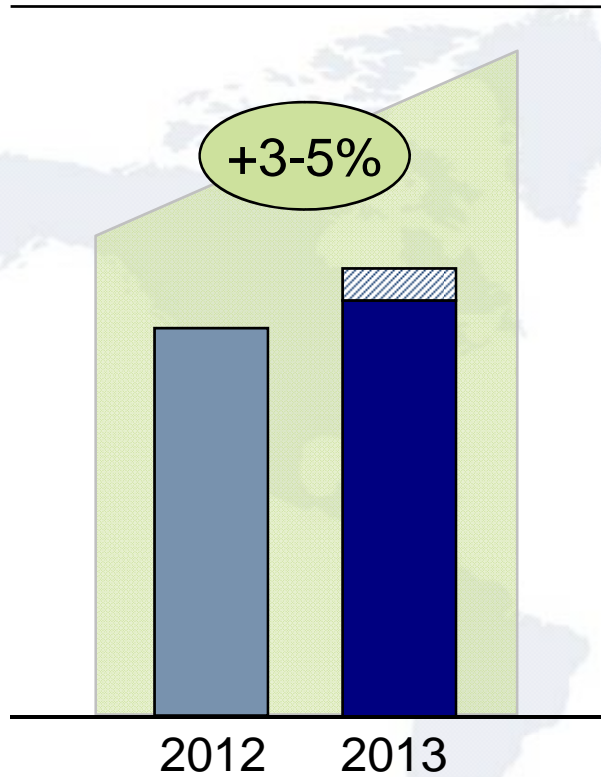
Kooperation mit TOTO (Bad und Wellness)

RUSSLAND / ASIEN:

Expansion: Ausweitung Distribution

Ausblick Konzern 2013.

Umsatz



Ergebnis

EBIT ENTWICKLUNG:

deutlich über Umsatzprognose > 5%

NETTOVERMÖGENSRENDITE:

deutliche Steigerung erwartet