



CALIDAGROUP

Halbjahresbericht 2026



THE 1M BODY
AUBADE

Inhalt

- 4 Aktionärsbrief**
- 12 CALIDA GROUP im Profil**
- 16 Konsolidierte Halbjahresrechnung 2026
CALIDA GROUP**
- 22 Anhang zur konsolidierten
Halbjahresrechnung**
- 30 Organisation und Termine**

CALIDA GROUP mit gesteigerter Effizienz – Vereinfachung Portfolio durch Verkauf COSABELLA

Liebe Aktionärinnen, liebe Aktionäre

Das erste Halbjahr 2026 war für die CALIDA GROUP von einem weiterhin anspruchsvollen Marktumfeld geprägt, das sich leicht schwächer als erwartet entwickelte. Die Konsumentenstimmung, geprägt von wirtschaftlichen Unsicherheiten und einer erhöhten Preissensibilität, blieb in unseren europäischen Heimmärkten verhalten. Umso erfreulicher ist es, dass wir dank der konsequenten Umsetzung unserer Strategie solide Halbjahresresultate erzielt und die operative Weiterentwicklung der CALIDA GROUP vorangetrieben haben.

Die strukturellen Veränderungen im Handel setzen sich fort: Während der traditionelle Wholesale-Kanal weiterhin in vielen Märkten rückläufig ist, gewinnt der Direktvertrieb, insbesondere E-Commerce, verstärkt an Bedeutung. Für die CALIDA GROUP steht deshalb die konsequente Ausrichtung auf veränderte Kundenbedürfnisse und effiziente Vertriebsmodelle im Vordergrund.

In diesem Umfeld haben wir unsere Strategie mit hoher Disziplin umgesetzt. Dank eingeleiteten Massnahmen in Organisation und Management, insbesondere in den Bereichen Produktentwicklung sowie Markenkommunikation konnten wir die Effizienz weiter steigern und die Wettbewerbsfähigkeit unserer Marken CALIDA und AUBADE zusätzlich stärken. Mit dem Verkauf von COSABELLA vereinfachen wir unser Portfolio weiter und stärken unseren Fokus auf die Kernmarken. Operational Excellence bleibt dabei die Grundlage für eine nachhaltig höhere Profitabilität, profitables Wachstum und langfristige Wertschaffung für unsere Aktionärinnen und Aktionäre.

Strategische Weiterentwicklung von CALIDA und AUBADE

CALIDA und AUBADE haben ihre Marktpositionen im Premiumsegment in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres gezielt ausgebaut. Investitionen in Sortiment, Positionierung und digitale Markenkommunikation unterstützen die langfristige Entwicklung beider Marken.

Bei CALIDA stiessen erste Kollektions- und Kommunikationsinitiativen auf positive Resonanz: So wurden eine neue Shapewear-Linie erfolgreich eingeführt, das BH-Sortiment gezielt erweitert und mit dem «Bonded Soft Bra» ein innovatives Produkt aus 100% natürlichen Fasern lanciert. In der Nachtwäsche erzielte die Deepsleepwear-Linie, ein Teil der Mix-&-Match-Kollektion, in diesem Frühjahr eine Umsatzsteigerung von über 40%. Die laufende Modernisierung des Sortiments, die Vereinfachung der Produktarchitektur sowie die verbesserte Nutzung digitaler Kanäle und somit mehr Reichweite schaffen die Voraussetzungen, neue Kundengruppen anzusprechen und bestehende Kundenbeziehungen zu vertiefen. Gleichzeitig konnten die Komplexität im Sortiment reduziert und interne Prozesse harmonisiert werden.

Auch AUBADE setzt die strategische Neuausrichtung konsequent fort. Mit neuen Produktkategorien wie Cross Wear – welche die Grenzen zwischen Loungewear, Nachtwäsche und Lingerie aufheben und sowohl zu Hause als auch ausserhalb getragen werden können – stärkt AUBADE die Positionierung als moderne Premium-Lifestyle-Marke. Zusätzlich erweiterte AUBADE sein Angebot auch durch neue Schnitte, optimierte Passformlösungen und eine erweiterte Grössenauswahl. Mit der Einstiegspreislinie *Sweet Desire* spricht AUBADE gezielt neue Kundinnen an, während exklusive Kollektionen die Premiumpositionierung der Marke unterstreichen. Die Weiterentwicklung der Markenidentität, die Stärkung des Premiumanspruchs sowie die fokussierte Bearbeitung ausgewählter Märkte bilden die Grundlage für zukünftiges Wachstum. Parallel dazu wurden operative Abläufe vereinfacht und die Kostenbasis weiter optimiert.

Verkauf von COSABELLA – Fokus auf CALIDA und AUBADE

Der Verkauf erfolgt im Rahmen eines am 23. Juli 2026 abgeschlossenen Asset Purchase Agreements. Die Transaktion umfasst die Marken- und sonstigen Immaterialgüterrechte sowie die Warenbestände und folgt auf die

Prüfung strategischer Optionen für COSABELLA sowie Gespräche mit verschiedenen interessierten Parteien. Über den Verkaufspreis wurde Stillschweigen vereinbart.

Mit dem Verkauf von COSABELLA vereinfacht die CALIDA GROUP ihr Markenportfolio weiter und stärkt ihren Fokus auf die strategische Weiterentwicklung ihrer Kernmarken CALIDA und AUBADE. Gleichzeitig schafft die Transaktion zusätzliche operative und finanzielle Flexibilität, um die Weiterentwicklung der Marken und deren Positionierung im Premiumsegment gezielt voranzutreiben.

Vereinfachung der Konzernstruktur und Umstellung auf Swiss GAAP FER

Die Vereinfachung der Unternehmensstruktur bleibt ein zentrales Element unserer Strategie. Nach erfolgter Umstellung von IFRS auf Swiss GAAP FER ist der vorliegende Halbjahresabschluss 2026 der erste nach diesem Rechnungslegungsstandard. Der Verwaltungsrat ist überzeugt, dass Swiss GAAP FER den Anforderungen und der Grösse der CALIDA GROUP besser entspricht und eine transparente, effiziente und auf die wesentlichen Werttreiber fokussierte Berichterstattung unterstützt.

Kapitalallokation und Verzicht auf Aktienrückkaufprogramm

Der Verwaltungsrat hat das angekündigte Aktienrückkaufprogramm bis zu maximal 2% des ausgegebenen Aktienkapitals im Rahmen der laufenden Überprüfung der Kapitalallokation neu beurteilt und beschlossen, dieses derzeit nicht zu lancieren. Die laufende strategischen Überprüfung verschiedener Optionen, u.a. für die Marke COSABELLA, verunmöglichten bisher den Start aus regulatorischen Gründen. Angesichts der operativen Fortschritte der Gruppe, sowie attraktiver Möglichkeiten zur langfristigen Wertschaffung erachten wir die Wahrung der grösstmöglichen finanziellen Flexibilität als beste Vorgehensweise für alle Stakeholder. Die CALIDA GROUP verfügt über eine solide Bilanz und unsere Priorität bleibt eine wertorientierte



93.7

Millionen CHF
Nettoverkaufserlös



37.4%

Eigener E-Commerce-Anteil
am Gesamtumsatz



20.0

Millionen CHF
Nettoliquidität



58.9%

Eigenkapitalquote

Kapitalallokation mit Fokus auf die strategische Weiterentwicklung der Gruppe und deren finanzieller Stabilität. Der Verwaltungsrat wird weiterhin regelmässig prüfen, wie überschüssiges Kapital im besten Interesse der Aktionärinnen und Aktionäre eingesetzt werden kann.

Solide Umsatzentwicklung – weitere Margenverbesserung

Die CALIDA GROUP erzielte im ersten Halbjahr 2026 mit CHF 93.7 Mio. einen um 7.9% (währungsbereinigt 5.9%) tiefer liegenden Umsatz als im ersten Halbjahr 2025. Unter Ausklammerung der Marke COSABELLA liegt der Nettoumsatz währungsbereinigt 4.2% tiefer. Der operative Gewinnbeitrag hingegen erhöhte sich strategiekonform um einen Prozentpunkt vom Nettoumsatz. Aufgrund der Struktur- und Kostenbereinigungsmassnahmen von COSABELLA weist die CALIDA GROUP ein negatives Betriebsergebnis von CHF -0.3 Mio. auf. Somit verbesserte sich der EBIT zum Vorjahr (ohne den Gewinn aus dem Verkauf des Fabrikgebäudes der LAFUMA MOBILIER) um CHF 1.5 Mio. Die Aktivitäten der einzelnen Marken sind saisonalen Schwankungen unterworfen. Die Umsätze sind im zweiten Halbjahr erfahrungsgemäss höher, während die betrieblichen Aufwendungen relativ stabil bleiben. Der Unternehmensverlust liegt im ersten Halbjahr bei CHF -0.6 Mio. Beeinflusst durch den Gewinn aus dem Verkauf des Fabrikgebäudes der LAFUMA MOBILIER erwirtschaftete die CALIDA GROUP insgesamt im ersten Halbjahr des Vorjahres einen Unternehmensgewinn von CHF 0.9 Mio.

Die Marke CALIDA generierte einen Umsatz von CHF 62.7 Mio. (-5.0%, währungsbereinigt -3.7%). Auf übermässige Promotionen wurde wiederum bewusst verzichtet, wodurch erfreulicherweise die prozentuale Bruttomarge in den direkten Vertriebskanälen Retail und E-Commerce gesteigert werden konnte. CALIDA fokussiert sich auf profitables Wachstum im Direct-to-Consumer-Geschäft und investiert gezielt in die Weiterentwicklung des Produktangebots. Die Modernisierung der Kollektionen erhöht insbesondere

im Damenbereich die Attraktivität der Marke für eine jüngere Kundschaft und eröffnet zusätzliche Wachstumspotenziale.

AUBADE verbuchte in den ersten sechs Monaten dieses Jahres einen Umsatz von CHF 26.7 Mio. (-7.8%, währungsbereinigt -5.5%). Der Umsatz im E-Commerce konnte dabei knapp zweistellig gesteigert werden. In internationalen Märkten wie den USA fiel das Wachstum noch höher aus. Der stationäre Handel litt vor allem unter dem schwachen Heimmarkt Frankreich. Im ersten Halbjahr 2026 konnte AUBADE den operativen Gewinnbeitrag dank der Skalierung der E-Commerce-Plattform, mit mehr Autonomie und Flexibilität sowie einem verbesserten Kundenerlebnis, nachhaltig steigern. Dadurch wird auch künftig insbesondere das Direct-to-Consumer-Geschäft verstärkt unterstützt.

Der Umsatz von COSABELLA belief sich im ersten Halbjahr 2026 auf CHF 4.3 Mio. Dabei hat in erster Linie die Repositionierung der Marke zu einer geplanten währungsbereinigten Umsatzeinbusse von rund 30% geführt. Die organisatorischen und strukturellen Umstrukturierungen greifen, so dass der operative Gewinnbeitrag trotz einmaliger Kosten zur Strukturanpassung nachhaltig verbessert werden konnte.

Der Free Cash Flow belief sich im ersten Halbjahr 2026 auf CHF -3.0 Mio. (Vorjahr: CHF -2.7 Mio.). Zu berücksichtigen ist dabei, dass der Vorjahreswert einen einmaligen Mittelzufluss von CHF 4.7 Mio. aus dem Verkauf einer Liegenschaft von LAFUMA MOBILIER enthielt. Bereinigt um diesen Sondereffekt verbesserte sich die Cashflow-Generierung der Gruppe gegenüber dem Vorjahr signifikant.

Per 30. Juni 2026 wies die CALIDA GROUP eine Nettoliquidität von CHF 20.0 Mio. sowie eine Eigenkapitalquote von 58.9% aus. Damit verfügt die Gruppe weiterhin über eine starke finanzielle Basis für die Umsetzung ihrer strategischen Initiativen.

Ausblick

Wir gehen auch weiterhin von einer verhaltenen Konsumentenstimmung in unseren Kernmärkten aus und erwarten weitere strukturelle Veränderungen in der Vertriebslandschaft.

Gleichzeitig sind wir überzeugt, dass die eingeleiteten strategischen und operativen Massnahmen zunehmend Wirkung entfalten. Der Fokus bleibt auf der konsequenten Umsetzung unserer Strategie. Kurzfristig erwarten wir für 2026 eine weitere Steigerung des operativen Gewinnbeitrags bei den Kernmarken CALIDA und AUBADE und bestätigen die Aussicht einer operativen EBIT-Marge der Gruppe von mehr als 6% vom Umsatz für das Kalenderjahr.

Nach dem Bilanzstichtag wurde eine Vereinbarung über den Verkauf von COSABELLA abgeschlossen. Der Abschluss der Transaktion stellt einen weiteren Schritt zur Vereinfachung der Gruppenstruktur und zur Fokussierung auf die Kernmarken der CALIDA GROUP dar.

Bezüglich der eingereichten gerichtlichen Klage der Käuferin von LAFUMA MOBILIER für Schadenersatzforderung in der Höhe von EUR 39 Millionen aus dem Aktienkaufvertrag vom 30. Juli 2024 gegen die CALIDA GROUP erwarten wir im kommenden Herbst ein erstinstanzliches Urteil des «Tribunal de Commerce de Paris». Die CALIDA GROUP erachtet die eingeklagten Forderungen sowohl bezüglich Grundlage, in der Begründung wie auch in der Höhe nach wie vor als haltlos.

Die CALIDA GROUP verfügt über starke Marken, eine solide, weiterhin schuldenfreie Bilanz und eine zunehmend schlanke und agile Organisation. Diese Voraussetzungen erlauben es uns, auch im aktuellen Umfeld konsequent an der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts zu arbeiten und die Weichen für die nächste Entwicklungsphase der Gruppe zu stellen. Dabei können wir auf den unermüdlichen Einsatz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die loyale Unterstützung unserer Aktionärinnen und Aktionäre zählen. Dieses Vertrauen wissen wir sehr zu schätzen.



Thomas Stöcklin

Präsident des Verwaltungsrates und
Chief Executive Officer



SPLENDOR OF SENSES
AUBADE

CALIDA

Im ersten Halbjahr 2026 trieb CALIDA die strategische Weiterentwicklung der Marke voran. Im Fokus standen die Modernisierung des Markenauftritts, die Weiterentwicklung des Premium-Sortiments, eine vereinfachte Sortimentsarchitektur sowie eine disziplinierte Preis- und Rabattsteuerung.

Zum 85-jährigen Markenjubiläum stärkte CALIDA ihre Markenpräsenz mit einer kanalübergreifenden Kampagne rund um die Anniversary Capsule Collection. Begleitende Initiativen wie die «SCHLAF DURCH»-Kampagne, ein Presse-Event im Flagship-Store Zürich, ein Pop-up-Store im St. Annahof mit einer Verdoppelung des Umsatzes gegenüber dem Vorjahr sowie die Kooperation mit Möbel Pfister erhöhten Sichtbarkeit und Relevanz der Marke. Die modernisierten Stores in Ludwigsburg, im Hamburger EEZ und im Genfer Balexert verzeichneten nach der Wiedereröffnung zweistellige Frequenzzuwächse und bestätigten die Attraktivität des neuen Store-Konzepts.

Im Product Development modernisierte CALIDA das Angebot mit Innovationen wie dem Natural Bonded Bra, dem ersten Bonded-BH auf dem Schweizer Markt aus natürlichem TENCEL™ Modal, und dem Ausbau der Linie Natural Skin, die unsichtbaren Tragekomfort mit einem seidig weichen Materialmix und temperatenausgleichenden Eigenschaften für ein entspanntes Hautgefühl vereint. Gleichzeitig wurden die Ressourcen auf margenstarke Kernprogramme ausgerichtet.

Dank einer disziplinierten Preis- und Promotionsstrategie konnte CALIDA den Vollpreisanteil weiter steigern. Investitionen in CRM-, Loyalty- und digitale Lösungen stärkten die Personalisierung, Kundenbindung und Omnichannel-Steuerung. Content-Formate und Influencer-Kooperationen erhöhten die digitale Reichweite; allein das «SCHLAF DURCH»-Event erzielte über 400'000 Impressionen.

Für das zweite Halbjahr erwartet CALIDA Impulse aus der Modernisierung der Herbst-/Winter-Kollektion, dem eigenen Onlineshop sowie weiteren Omnichannel- und digitalen Marketinginitiativen.

Aubade

PARIS

Für Herbst/Winter 2026 ergänzt AUBADE das Sortiment um erste von Dessous inspirierte Konfektionsware, darunter Bodysuits und ein Kleid – ein weiterer Schritt auf dem Weg zu einer Premium-Lifestyle-Marke und neuen Wachstumschancen. Exklusive Kollektionen wie *Éloge du Désir* stärken die unverwechselbare Positionierung der Marke. Gleichzeitig bleibt sie ihrem Ruf in Sachen Passform, Bequemlichkeit und handwerklichem Können treu. Daneben trägt das neue Einstiegspreisprodukt *Sweet Desire* zur Neukundengewinnung und Markenreichweite bei.

Die Marke stärkt ihr Premium-Image weiter, durch eine Auffrischung ihrer visuellen Markenidentität über alle Online- und Offline-Touchpoints hinweg, eine geschärfte Markenplattform sowie Marketingaktionen. Dazu zählen neue Markenkampagnen und ausgewählte Influencer-Kooperationen, die die Attraktivität der Marke erhöhen und die Kundenbindung ausbauen.

Die internationalen Märkte zeigen Dynamik, allen voran die USA (Wachstum YTD: +4.6%), und der E-Commerce trägt weiterhin zur Kundengewinnung und -bindung bei (Wachstum YTD: +9.3%). Im September stärkt AUBADE seine Präsenz in Paris mit der Eröffnung eines neuen Flagship-Stores in der Rue des Rosiers. Der Store wird als Plattform für PR-Aktivitäten, exklusive Events und immersive Markenerlebnisse dienen, die Begehrlichkeit der Marke stärken und die Premium-Positionierung von AUBADE unterstreichen.

AUBADE behielt einen disziplinierten Fokus auf profitables Wachstum durch verbesserte Preisdisziplin und verringerte Promotionsintensität bei, unterstützt durch eine präzisere Bedarfsplanung, eine optimierte Bestandsallokation und laufende Lieferkettenverbesserungen. Für die zweite Jahreshälfte erwartet die Marke positive Dynamik, getragen von den kommenden Kollektionen, dem weiteren Ausbau der digitalen Kanäle und der internationalen Expansion. Dabei bleibt AUBADE konsequent auf nachhaltiges, profitables Wachstum ausgerichtet – unter der Führung seines vollständig weiblich besetzten Führungsteams.

COSABELLA

Aufbauend auf den im Jahr 2025 geschaffenen Grundlagen erzielte COSABELLA im ersten Halbjahr 2026 wichtige Fortschritte in den Bereichen Lieferkette, Produktqualität, Grosshandel und Markenidentität.

Die Rückverlagerung der Produktion nach Italien stellt dabei einen entscheidenden Meilenstein dar. Dies sichert COSABELLA direkten Zugang zu Materialien und Handwerkskunst, für die die Marke bekannt ist. Kürzere Produktionszyklen erhöhen die Reaktionsfähigkeit, während die engere Zusammenarbeit mit den Produktionspartnern sicherstellt, dass die kreative Vision kompromisslos umgesetzt wird.

Die Produktstrategie bleibt der Markenidentität treu. Anstatt das Sortiment in die Breite auszubauen, konzentrierte sich COSABELLA darauf, die erfolgreichen Kernprodukte gezielt weiterzuentwickeln. 2026 wurden das charakteristische Mesh-Modell *Soire Iconic* erfolgreich eingeführt, die Mikrofaserlinie *Lisciante* entwickelte sich sehr positiv, und die Bestseller-Kollektion *Never Say Never* wurde gezielt ergänzt.

Aus kreativer Sicht setzte die Marke auf immersives, emotional ansprechendes Storytelling, das die «Italianità» zelebriert. Die in Sizilien aufgenommene Herbst/Winter-Kampagne 2026 macht dieses Lebensgefühl greifbar.

Im US-Grosshandel konnte COSABELLA ihre Position bei wichtigen Partnern im Bereich Kaufhäuser und E-Commerce ausbauen. International stimmen erste Reaktionen auf den Wiedereintritt in ausgewählte Märkte zuversichtlich.

Mit operativen Anpassungen und strikterer Ressourcenallokation festigt die Marke ihr Fundament weiter und setzt auf klare Prioritäten und schlankere Abläufe.

Mit Blick auf die zweite Jahreshälfte startet COSABELLA mit einem unveränderten Bekenntnis zu ihren Kundinnen sowie zu den Werten, die die Marke seit ihrer Gründung prägen. Durch strategische Neuausrichtung und operative Effizienz erreicht COSABELLA die Halbjahresziele trotz deutlicher Umsatzrückgänge im Vorjahresvergleich, stärkt ihre Kernkompetenzen und treibt ein profitableres Geschäftsmodell voran.



CHOOSE & SNOOZE
CALIDA

CALIDA GROUP im Profil

Die CALIDA GROUP ist ein global tätiges Unternehmen für Premium-Unterwäsche mit Hauptsitz in der Schweiz. Sie besteht aus den Marken CALIDA und AUBADE im Unterwäsche- und Lingerie-segment. Die Marke COSABELLA wurde im Juli 2026 im Rahmen eines Asset Purchase Agreements verkauft. Die CALIDA GROUP hat ihren Hauptsitz in Oberkirch (Schweiz) und beschäftigt rund 1'800 Mitarbeitende. Die Namenaktien der Calida Holding AG (CALN) werden an der SIX Swiss Exchange AG gehandelt.

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN

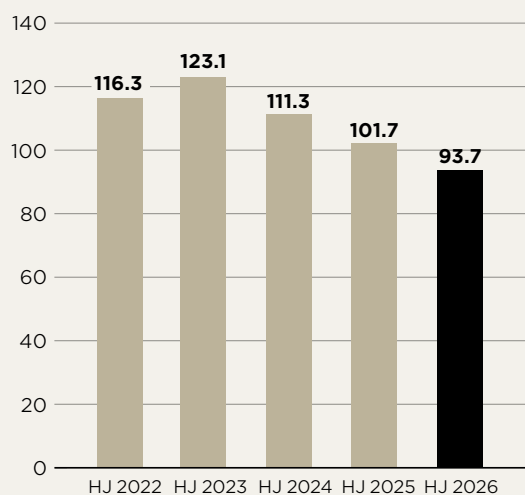
(IN MIO. CHF AUSSER PERSONAL)

	1. Halbjahr 2026	1. Halbjahr 2025
Nettoverkaufserlös	93.7	101.7
währungsbereinigtes Wachstum	-5.9%	-7.1%
EBITDA	3.0	5.5
in % vom Nettoverkaufserlös	3.2%	5.4%
EBITDA bereinigt ¹⁾	3.0	1.5
in % vom Nettoverkaufserlös ¹⁾	3.2%	1.5%
Betriebsergebnis (EBIT)	-0.3	2.2
in % vom Nettoverkaufserlös	-0.3%	2.2%
Betriebsergebnis (EBIT) bereinigt ¹⁾	-0.3	-1.8
in % vom Nettoverkaufserlös ¹⁾	-0.3%	-1.7%
Liquidität	20.0	12.9
Finanzverbindlichkeiten	-	-
Nettoliquidität	20.0	12.9
Free Cashflow ¹⁾	-3.0	-2.7
in % vom Nettoverkaufserlös ¹⁾	-3.2%	-2.6%
Eigenkapital (inkl. Minderheitsanteile)	62.9	56.9
Bilanzsumme	106.7	103.8
Eigenkapitalquote	58.9%	54.8%
Personalbestand per 30. Juni	1'810	1'900

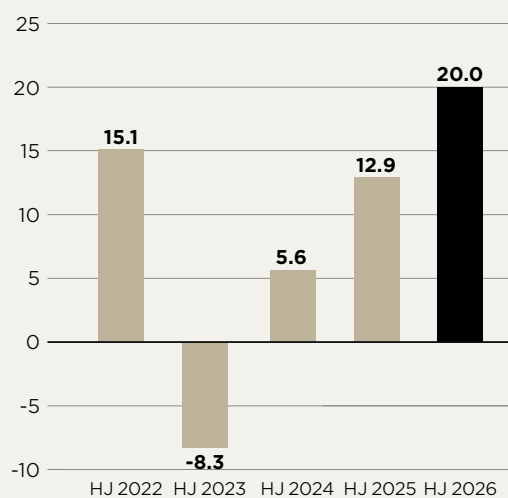
¹⁾ siehe Seite 14 – 15 – Alternative Leistungskennzahlen

NETTOVERKAUFSERLÖS

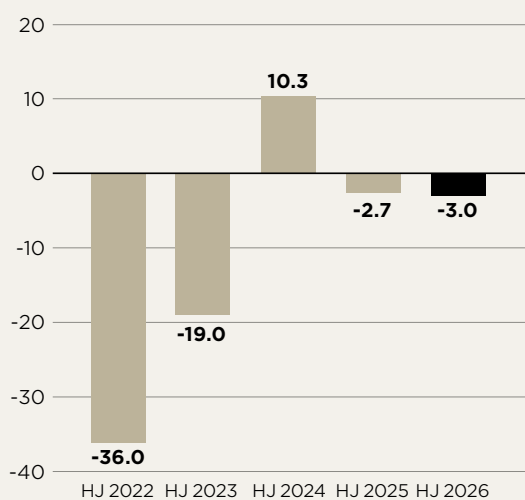
(in Mio. CHF)

**NETTOLIQUIDITÄT**

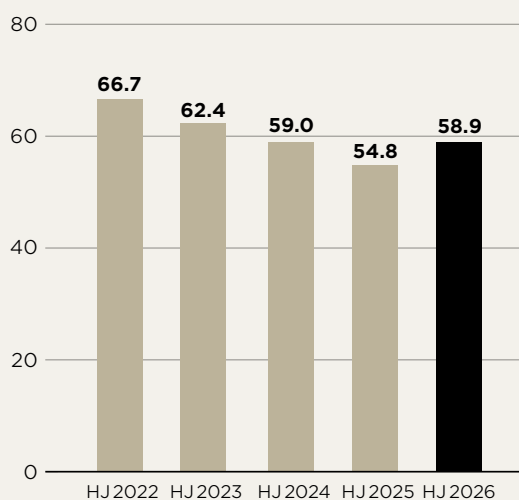
(in Mio. CHF)

**FREE CASHFLOW**

(in Mio. CHF)

**EIGENKAPITALQUOTE ¹⁾**

(in %)



HJ 2022–2024 nach IFRS und HJ 2025–2026 nach Swiss GAAP FER

¹⁾ siehe Seite 14 – 15 – Alternative Leistungskennzahlen

Alternative Leistungskennzahlen

Die Finanzinformationen enthalten bestimmte alternative Leistungskennzahlen (APMs), welche keine Swiss GAAP FER definierte Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sind. Die CALIDA GROUP ist der Ansicht, dass die Offenlegung von einem bereinigten EBIT zu einem besseren Verständnis der Resultate führt, da sie Elemente ausschliessen, die entweder einmalig oder aussergewöhnlich sind. Der bereinigte EBIT schliesst solche Effekte aus (beispielsweise: Effekte aus M&A-Transaktionen, Wertminderungen, Restrukturierungen, Rechtsfälle, und andere einmalige Posten, die im Laufe der Zeit erheblich variieren können). Deshalb ermöglicht der bereinigte EBIT einen besseren Vergleich der Geschäftsleistung über zwei vergleichbare Zeiträume. Aufgrund der nicht standardisierten Definitionen ist der bereinigte EBIT (im Gegensatz zu Swiss GAAP FER-Kennzahlen) nicht vergleichbar mit anderen Unternehmen. Der bereinigte EBIT sollte nicht als Ersatz betrachtet werden für Swiss GAAP FER-Kennzahlen.

BEREINIGTES BETRIEBSERGEBNIS, BEREINIGTER EBITDA

(verkürzt)

HJ 2026

	FER	Wert- minderungen ¹⁾	Restruktur- lierungen ²⁾	M&A-Trans- aktionen ³⁾	Andere ⁴⁾	Bereinigt
Nettoverkaufserlös	93'654	-	-	-	-	93'654
Betriebsertrag	95'031	-	-	-	-	95'031
Betriebsaufwand	-95'335	-	-	-	-	-95'335
Betriebsergebnis (EBIT)	-304	-	-	-	-	-304
Abschreibungen und Wertminderungen	3'312	-	-	-	-	3'312
EBITDA	3'008	-	-	-	-	3'008

HJ 2025

Nettoverkaufserlös	101'723	-	-	-	-	101'723
Betriebsertrag	107'713	-	-	-4'329	-	103'384
Betriebsaufwand	-105'481	-	-	327	-	-105'154
Betriebsergebnis (EBIT)	2'232	-	-	-4'002	-	-1'770
Abschreibungen und Wertminderungen	3'262	-	-	-	-	3'262
EBITDA	5'494	-	-	-4'002	-	1'492

¹⁾ Wertminderungen: Wertminderungen von finanziellen oder nicht finanziellen Vermögenswerten aufgrund aussergewöhnlicher Umstände oder einmaliger Ereignisse. Im ersten Halbjahr 2026 und in der Vorperiode gab es keine Wertminderungen.

²⁾ Restrukturierungen: Unter dieser Rubrik werden Sanierungsmassnahmen zur Verbesserung der organisatorischen und betriebswirtschaftlichen Prozesse ausgewiesen. In den fortgeführten Geschäftsbereichen gab es im ersten Halbjahr 2026 und in der Vorperiode keine Restrukturierungen.

³⁾ M&A-Transaktionen: In der Kategorie Mergers & Acquisitions (M&A) sind Effekte ausgewiesen, die aus Transaktionen im Unternehmensbereich wie Fusionen, Unternehmenskäufe, Betriebsübergänge, fremdfinanzierte Übernahmen, Outsourcing/Insourcing, Spin-offs, Carve-outs oder Unternehmenskooperationen resultieren. Im ersten Halbjahr 2026 gab es keine wesentlichen auszuweisenden Effekte. In der Vorperiode wurde eine Sachanlage im Rahmen des Verkaufs von LAFUMA MOBILIER veräussert.

⁴⁾ Andere: Einmalige, ungewöhnliche und seltene Vorfälle, die keinem der vorhergehenden Kategorien zugeordnet werden können. Im ersten Halbjahr 2026 und der Vergleichsperiode gab es keine solche Ereignisse.

EBITDA (BEREINIGT)

Der bereinigte EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation) steht für Ergebnis vor Finanzergebnis, Steuern, Abschreibungen, Wertminderungen und Wertaufholungen. Der bereinigte EBITDA wird ermittelt auf Basis des EBIT (gemäss Swiss GAAP FER) zuzüglich der erfolgswirksam erfassten Abschreibungen und Wertminderungen bzw. abzüglich der Wertaufholungen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen. Des Weiteren werden einmalige Posten, wie im ersten Absatz der alternativen Leistungskennzahlen beschrieben, für den bereinigten EBITDA auch berücksichtigt.

EIGENKAPITALQUOTE

Für die auf Seite 13 dargestellten, vergangenen Halbjahre 2022 bis 2024, welche nach IFRS erstellt wurden, hat der Verwaltungsrat die Eigenkapitalquote ohne das Lease Accounting nach IFRS 16 beurteilt.

WÄHRUNGSBEREINIGT

Diese Massnahme beseitigt die Auswirkungen von Änderungen in Wechselkursen im Vergleich zur Vorperiode. Es berücksichtigt die Auswirkungen der Wechselkursbewegung auf der Umrechnung der Ergebnisse der ausländischen Tochterunternehmen in der Erfolgsrechnung. Bei der Umrechnung der Resultate der Tochtergesellschaften wird die Vorperiode mit dem aktuellen Wechselkurs umgerechnet.

E-COMMERCE WACHSTUM

Umsatzwachstum vom Verkauf der Produkte über die selbst betriebenen Webshops und Marktplätze der CALIDA GROUP.

FREE CASHFLOW

Der Free Cashflow repräsentiert die Fähigkeit des Konzerns, seine Geschäftstätigkeit zu führen und aufrechtzuerhalten, Dividendenzahlungen zu finanzieren, Schulden zurückzuzahlen und Akquisitionen zu tätigen. Der Free Cashflow berechnet sich aus Geldfluss aus Betriebstätigkeit plus Geldfluss aus Investitionstätigkeit.

	01.01.– 30.06.2026	01.01.– 30.06.2025
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	-3'283	-6'122
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	320	3'440
Free Cashflow	-2'963	-2'682

Konsolidierte
Halbjahresrechnung 2026
CALIDA GROUP

SLEEK SKIN
CALIDA

Konsolidierte Bilanz

verkürzt

	30.06.2026	31.12.2025
Flüssige Mittel	19'954	25'088
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	9'342	11'129
Warenvorräte	43'925	41'857
Übriges Umlaufvermögen	8'139	5'074
Vermögenswerte zum Verkauf klassifiziert	2'215	1'046
Umlaufvermögen	83'575	84'194
Sachanlagen	15'034	15'768
Immaterielle Anlagen	3'369	5'534
Übriges Anlagevermögen	4'706	4'813
Anlagevermögen	23'109	26'115
AKTIVEN	106'684	110'309
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6'405	6'804
Kurzfristige Rückstellungen	1'652	2'076
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	29'962	30'344
Kurzfristige Verbindlichkeiten	38'019	39'224
Langfristige Rückstellungen	4'305	4'260
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	1'486	1'871
Langfristige Verbindlichkeiten	5'791	6'131
Fremdkapital	43'810	45'355
Eigenkapital der Aktionäre der CALIDA Holding AG	62'874	64'954
Minderheitsanteile	-	-
Eigenkapital	62'874	64'954
PASSIVEN	106'684	110'309

Konsolidierte Erfolgsrechnung

verkürzt

	01.01.- 30.06.2026	01.01.- 30.06.2025
Nettoverkaufserlös	93'654	101'723
Übriger betrieblicher Ertrag	1'377	5'990
Betriebsertrag	95'031	107'713
Betriebsaufwand	-95'335	-105'481
Betriebsergebnis (EBIT)	-304	2'232
Finanzergebnis, netto	-107	-201
Ergebnis vor Ertragssteuern (EBT)	-411	2'031
Ertragssteuern	-176	-1'176
Unternehmensergebnis	-587	855
Zurechenbar:		
Den Aktionären der CALIDA Holding AG	-587	769
Den Minderheitsanteilen	-	86
Unternehmensergebnis pro Namenaktie in CHF		
Unverwässert	-0.08	0.11
Verwässert	-0.08	0.11

Veränderung des konsolidierten Eigenkapitals

	Aktienkapital	Kapitalreserven	Eigene Aktien	Einbehaltene Gewinne	Verrechneter Goodwill	Umrechnungs- differenzen	Total Gewinnreserven	Eigenkapital der Aktionäre der CALIDA Holding AG	Minderheitsanteile	Eigenkapital
31. Dezember 2024 (IFRS)	761	-	-21'419	169'619	-	-62'135	107'484	86'826	-558	86'268
Anpassungen Swiss GAAP FER ¹⁾	-	3'920	-	-60'506	-34'635	62'135	-33'006	-29'086	-	-29'086
1. Januar 2025 (Swiss GAAP FER)	761	3'920	-21'419	109'113	-34'635	-	74'478	57'740	-558	57'182
Unternehmensergebnis	-	-	-	769	-	-	769	769	86	855
Dividende ²⁾	-	-1'690	3'949	-3'478	-	-	-3'478	-1'219	-	-1'219
Aktienbasierte Vergütungen	-	-1	-	-	-	-	-	-1	-	-1
Umrechnungsdifferenzen	-	-	-	-	-	106	106	106	3	109
30. Juni 2025	761	2'229	-17'470	106'404	-34'635	106	71'875	57'395	-469	56'926
1. Januar 2026	761	2'318	-17'470	115'092	-34'635	-1'112	79'345	64'954	-	64'954
Unternehmensergebnis	-	-	-	-587	-	-	-587	-587	-	-587
Dividende ²⁾	-	-	-	-1'747	-	-	-1'747	-1'747	-	-1'747
Aktienbasierte Vergütungen	-	162	-	-	-	-	-	162	-	162
Umrechnungsdifferenzen	-	-	-	-	-	92	92	92	-	92
30. Juni 2026	761	2'480	-17'470	112'758	-34'635	-1'020	77'103	62'874	-	62'874

¹⁾ Vgl. Anmerkung Grundlagen der Rechnungslegung.

²⁾ Vgl. Anmerkung 4.



SWEET DESIRE
AUBADE

Konsolidierte Geldflussrechnung

verkürzt

	01.01.- 30.06.2026	01.01.- 30.06.2025
Unternehmensergebnis	-587	855
Abschreibungen Sachanlagen und immaterielle Anlagen	3'312	3'262
Übrige Anpassungen für geldflussunwirksame Positionen	-188	-2'340
Veränderung des Nettoumlaufvermögens	-5'262	-1'735
Veränderung der Rückstellungen	-354	-2'044
Bezahlte Ertragssteuern	-204	-4'120
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	-3'283	-6'122
Investitionen in Sachanlagen / immaterielle Anlagen	-1'361	-1'350
Verkauf von Anlagevermögen	1'682	4'721
Abnahme (+) / Zunahme (-) von Finanzanlagen / erhaltene Zinsen	-1	69
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	320	3'440
Veränderung von Finanzverbindlichkeiten / bezahlte Zinsen	-252	-143
Dividende	-1'747	-1'219
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-1'999	-1'362
Einfluss der Wechselkursveränderungen auf den gesamten Bestand der flüssigen Mittel	-172	-516
Veränderung der flüssigen Mittel	-5'134	-4'560
Bestand flüssige Mittel zu Jahresbeginn	25'088	17'434
Bestand flüssige Mittel am Ende der Periode	19'954	12'874

Anhang zur konsolidierten Halbjahresrechnung

Die im Anhang zur konsolidierten Halbjahresrechnung aufgeführten Werte sind in Tausend Schweizerfranken (CHF) dargestellt, sofern keine anderen Angaben gemacht werden (Informationen zu Aktienpreisen, Dividenden und Gewinne pro Aktie werden in CHF 1 ausgewiesen).

Der Verwaltungsrat hat die vorliegende ungeprüfte Halbjahresrechnung am 21. Juli 2026 gutgeheissen. Sie liegt auf Deutsch und Englisch vor. Die deutsche Version ist massgebend.

Grundlagen der Rechnungslegung

Die Halbjahresrechnung umfasst die ungeprüften konsolidierten Ergebnisse der CALIDA Holding AG und ihrer direkt oder indirekt beherrschten Tochtergesellschaften («CALIDA GROUP») für die Zeit vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2026. Der Bericht wurde erstmalig in Übereinstimmung mit den Fachempfehlungen zur Rechnungslegung («Swiss GAAP FER») im Allgemeinen und mit Swiss GAAP FER 31 «Ergänzende Fachempfehlungen für kotierte Unternehmen» im Speziellen mit Umstellungsdatum 1. Januar 2025 in einer verkürzten Form erstellt. Der Bericht ist in Verbindung mit der konsolidierten Jahresrechnung 2025 zu lesen. CALIDA GROUP erstellte ihre Halbjahres- und Jahresrechnungen bis 31. Dezember 2025 in Übereinstimmung mit den IFRS® Accounting Standards. Mit Ausnahme der unten erwähnten Grundsätze stimmen die zur Erstellung der Halbjahresrechnung angewendeten Rechnungslegungsgrundsätze im Wesentlichen mit denjenigen überein, die auch der konsolidierten Jahresrechnung per 31. Dezember 2025 zu Grunde liegen. Die Vorjahreswerte wurden zwecks Vergleichbarkeit entsprechend angepasst.

GOODWILL

Goodwill aus Akquisitionen wird gemäss dem nach Swiss GAAP FER bestehenden Wahlrecht zum Erwerbszeitpunkt mit den Gewinnreserven im Eigenkapital verrechnet. Der bestehende Goodwill wurde zum Umstellungszeitpunkt zum Bruttowert von CHF 34'635 mit dem Eigenkapital verrechnet. Nach IFRS wurde der Goodwill aktiviert, nicht systematisch amortisiert und jährlich auf Werthaltigkeit überprüft.

MARKEN

Marken werden gemäss Swiss GAAP FER linear über ihre wirtschaftliche Nutzungsdauer abgeschrieben. Für die Marke «COSABELLA» beträgt diese Nutzungsdauer fünf Jahre. Die Marke «AUBADE» war zum Zeitpunkt der Umstellung auf Swiss GAAP FER bereits vollständig abgeschrieben. Nach IFRS wurden sie mit einer unbestimmten Nutzungsdauer bilanziert, wenn es keine vorhersehbare Begrenzung der Periode gab, nicht systematisch amortisiert, und jährlich auf Werthaltigkeit überprüft.

SCHLÜSSELGELDER

Schlüsselgelder für strategisch gelegene Verkaufsgeschäfte werden gemäss Swiss GAAP FER in den übrigen langfristigen Anlagevermögen bzw. aktiven Rechnungsabgrenzungen für den innerhalb eines Jahres auszubuchenden Teil ausgewiesen und linear über die Nutzungsdauer der Lokalität, maximal 20 Jahre, erfolgswirksam in der Erfolgsrechnung erfasst. Nach IFRS konnten Schlüsselgelder, die anfängliche direkte Kosten darstellen, aktiviert werden und zu einem Residualwert des Vermögenswertes aus Nutzungsrecht führen, wenn ein Markt für diese Schlüsselgelder bestand.

LEASING

Bei Leasinggeschäften wird gemäss Swiss GAAP FER zwischen Finanzierungsleasing und operativem Leasing unterschieden. Ein Finanzierungsleasing liegt vor, wenn im Wesentlichen alle mit dem Eigentum verbundenen Risiken und Chancen eines Vermögenswerts auf den Leasingnehmer übertragen werden. Die Vermögenswerte sowie Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing werden beim Leasingnehmer bilanziert. Zum Zeitpunkt der Umstellung auf Swiss GAAP FER wurden ausschliesslich operative Leasinggeschäfte identifiziert. Nach IFRS aktivierte CALIDA GROUP als Leasingnehmer ein Vermögenswert aus Nutzungsrechten und die entsprechende Leasingverbindlichkeit.

VORSORGEVERPFLICHTUNGEN

Gemäss Swiss GAAP FER werden Über- oder Unterdeckungen von Schweizer Vorsorgeplänen auf der Basis von nach Swiss GAAP FER 26 erstellten Abschlüssen der Vorsorgeeinrichtungen ermittelt und von Vorsorgeplänen ausländischer Tochtergesellschaften nach lokal anerkannten Methoden. Auf dieser Basis wird beurteilt, ob sich daraus einen wirtschaftlichen Nutzen bzw. eine wirtschaftliche Verpflichtung ergibt, welche(r) in der Bilanz erfasst wird. Die überarbeitete Richtlinie Swiss GAAP FER 16 wurde vorzeitig angewandt. Nach IFRS wurden leistungsorientierte Vorsorgeverpflichtungen gemäss der «Projected Unit Credit»-Methode berechnet und bilanziert.

LATENTE ERTRAGSSTEUERN

Aktive latente Ertragssteuern auf steuerlichen Verlustvorträgen werden nicht bilanziert. Nach IFRS wurden diese aktiviert, wenn die Realisierbarkeit aufgrund der Verrechnung mit zukünftigen Gewinnen wahrscheinlich ist.

UMRECHNUNGSDIFFERENZEN

Die kumulierten Umrechnungsdifferenzen wurden mit der Umstellung auf Swiss GAAP FER per 1. Januar 2025 mit den übrigen Gewinnreserven verrechnet.

AUSWIRKUNGEN DER ANPASSUNGEN AUF DAS KONSOLIDIERTE EIGENKAPITAL

	01.01.2025	31.12.2025
Eigenkapital gemäss IFRS	86'268	95'863
Verrechnung Goodwill aus Akquisitionen	-7'780	-7'688
Amortisation von Marken	-6'011	-6'774
Anpassungen Schlüsselgelder	-11'752	-11'558
Anpassungen Leasing	55	152
Anpassung Vorsorgeverpflichtung	-2'756	-4'547
Anpassung latente Ertragssteuern	-842	-494
Total Anpassungen	-29'086	-30'909
Eigenkapital gemäss Swiss GAAP FER	57'182	64'954

AUSWIRKUNGEN DER ANPASSUNGEN AUF DAS UNTERNEHMENSERGEBNIS

	Jan-Jun 2025	Jan-Dez 2025
Unternehmensergebnis gemäss IFRS	1'530	10'988
Amortisation von Marken	-690	-1'329
Anpassungen Schlüsselgelder	64	58
Anpassung Leasing	-30	20
Anpassung Vorsorgeverpflichtung	49	234
Anpassung latente Ertragssteuern	-	341
Anpassung Recycling von verrechneten Umrechnungsdifferenzen	-68	-911
Total Anpassungen	-675	-1'587
Unternehmensergebnis gemäss Swiss GAAP FER	855	9'401

SCHÄTZUNGEN UND ANNAHMEN

Die Erstellung der konsolidierten Halbjahresrechnung verlangt vom Management Einschätzungen und Annahmen zu treffen, welche die ausgewiesenen Vermögenswerte, Verbindlichkeiten und Eventualverpflichtungen im Zeitpunkt der Bilanzierung sowie Erträge und Aufwendungen während der Berichtsperiode beeinflussen. Vermögenswerte und Verbindlichkeiten werden dann bilanziert, wenn der zukünftige wirtschaftliche Nutzen zugunsten oder zulasten der Gruppe wahrscheinlich ist und die damit verbundenen Beträge zuverlässig bewertet werden können. Wenn zu einem späteren Zeitpunkt derartige Einschätzungen und Annahmen, welche vom Management im Zeitpunkt der Bilanzierung nach bestem Wissen getroffen wurden, von den tatsächlichen Gegebenheiten abweichen, werden die ursprünglichen Einschätzungen und Annahmen in jener Periode entsprechend angepasst, in der sich die Gegebenheiten geändert haben.

UMRECHNUNG VON FREMDWÄHRUNGEN

Für die wichtigsten Währungen der CALIDA GROUP werden folgende Umrechnungskurse zum Schweizer Franken (CHF) angewendet:

Umrechnungskurse per Bilanzstichtag

	Einheit	30.06.2026	31.12.2025	30.06.2025
EUR	1	0.9236	0.9300	0.9369
USD	1	0.8086	0.7910	0.7995
HUF	100	0.2602	0.2412	0.2349
GBP	1	1.0710	1.0657	1.0966
TND	1	0.2739	0.2747	0.2776

Umrechnungskurse im Halb-/Jahresdurchschnitt

	Einheit	30.06.2026	31.12.2025	30.06.2025
EUR	1	0.9179	0.9370	0.9414
USD	1	0.7867	0.8287	0.8609
HUF	100	0.2465	0.2356	0.2327
GBP	1	1.0584	1.0934	1.1174
TND	1	0.2715	0.2777	0.2808



BLOOMING NIGHTS
CALIDA

Anhang zur konsolidierten Halbjahresrechnung

1. SAISONALITÄT DES OPERATIVEN GESCHÄFTS

Die Aktivitäten der Marken der Gruppe sind saisonalen Schwankungen unterworfen. Der Nettoverkaufserlös der Marken CALIDA und COSABELLA liegt im zweiten Halbjahr erfahrungsgemäss höher, während die betrieblichen Aufwendungen relativ stabil bleiben.

Bei der Marke AUBADE gibt es zwischen dem ersten und dem zweiten Halbjahr keine wesentlichen saisonalen Umsatzenschwankungen. Im Jahresverlauf fallen die betrieblichen Aufwendungen relativ gleichmässig an.

2. NETTOVERKAUFSERLÖS UND SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Geschäftsleitung der CALIDA GROUP, als Hauptentscheidungssträgerin, bestimmt die Geschäftsaktivitäten und überwacht das interne Reporting zur Beurteilung der Performance und der Ressourcenallokation. Die CALIDA GROUP hat drei berichtspflichtige Segmente, welche entsprechend der Marktorientierung organisiert und geführt werden.

SEGMENTE

Die Markenorganisationen CALIDA, AUBADE und COSABELLA bilden jeweils ein berichtspflichtiges Segment.

ÜBRIGE AKTIVITÄTEN

Die übrigen Aktivitäten beinhalten neben den Gruppenfunktionen einzelne Aktivitäten, welche keinem der operativen Segmente zugeteilt werden.

OPERATIVE BERICHTERSTATTUNG

Die CALIDA GROUP überwacht die Performance der Segmente auf Stufe des operativen Gewinnbeitrags, welcher in der Darstellung des Umsatzkostenverfahrens dem Beitrag eines Segments nach Abzug der Kosten für die verkauften Produkte und der direkt allozierbaren Verkaufs-, Marketing- und IT-Kosten (z.B. Kosten für die Verkaufsorganisation) entspricht.

Die nicht allozierten operativen Kosten beinhalten im Wesentlichen folgende Aufwendungen:

	01.01.– 30.06.2026	01.01.– 30.06.2025
Administration und Management	-8'814	-9'745
Logistik und Infrastruktur	-6'650	-7'284
Marketing	-3'616	-4'064
IT	-4'624	-5'142
Produktentwicklung	-2'369	-2'636
Einmalige Effekte / Wertminderungen	-601	3'390
Total	-26'674	-25'481

Die Nettoverkaufserlöse der CALIDA GROUP teilen sich nach Segmenten wie folgt auf:

01.01.–30.06.2026	CALIDA	AUBADE	COSABELLA	übrige Aktivitäten	CALIDA GROUP
Nettoverkaufserlös	62'686	26'674	4'294	-	93'654
E-Commerce	23'087	9'289	2'665	-	35'041
Stationäre Verkaufskanäle	39'599	17'385	1'629	-	58'613
Operativer Gewinnbeitrag	18'035	7'482	853	-	26'370
Nicht allozierte operative Kosten					-26'674
Betriebsergebnis (EBIT)					-304

01.01.–30.06.2025	CALIDA	AUBADE	COSABELLA	übrige Aktivitäten	CALIDA GROUP
Nettoverkaufserlös	66'011	28'935	6'777	-	101'723
E-Commerce	23'444	8'714	4'972	-	37'130
Stationäre Verkaufskanäle	42'567	20'221	1'805	-	64'593
Operativer Gewinnbeitrag	19'601	7'730	361	21	27'713
Nicht allozierte operative Kosten					-25'481
Betriebsergebnis (EBIT)					2'232

3. EVENTUALVERBINDLICHKEIT

Die Käuferin von LAFUMA MOBILIER hat eine gerichtliche Klage für Schadenersatzforderung in der Höhe von EUR 39 Millionen aus dem Aktienkaufvertrag vom 30. Juli 2024 gegen die CALIDA GROUP eingereicht. Die CALIDA GROUP hat die Klageschrift und die Situation zusammen mit ihren Rechtsberatern analysiert und erachtet die geltend gemachten Forderungen sowohl bezüglich Grundlage, in der Begründung wie auch in der Höhe als haltlos. Die CALIDA GROUP hat die Forderungen deshalb gegenüber der Käuferin vollumfänglich zurückgewiesen und erachtet es als unwahrscheinlich, dass eine wesentliche Verpflichtung entsteht. Im kommenden Herbst wird ein erstinstanzliches Urteil des Tribunal de Commerce erwartet, welches anschliessend noch vor das Berufungsgericht weitergezogen werden kann.

Die Verkäufer von COSABELLA, Setteundici, Inc., USA, und Collezioni SRL, Italien, haben im Zusammenhang mit dem Kaufvertrag bei der International Chamber of Commerce eine Schiedsklage gegen verschiedene Gesellschaften der CALIDA GROUP eingeleitet. Nach Prüfung der Sach- und Rechtslage durch die CALIDA GROUP und ihren Rechtsberatern werden die vorgebrachten Ansprüche als nicht stichhaltig eingeschätzt. Vor diesem Hintergrund wird derzeit nicht davon ausgegangen, dass eine wesentliche Verpflichtung entsteht.

4. EIGENKAPITAL DER GRUPPE

DIVIDENDE

Die Generalversammlung vom 15. April 2026 hat einer Bardividende von CHF 0.25 pro Namenaktie aus dem Bilanzgewinn zugestimmt (8. April 2025: Sachdividende von 1 Namenaktie pro 50 Namenaktien und zusätzlicher Verrechnungssteuer). Die Ausschüttung von CHF 1'747 erfolgte am 23. April 2026 (16. April 2025: CHF 3'478).

KAPITALBAND

Der Verwaltungsrat hat im Berichtsjahr und im Vorjahr keine Kapitalerhöhungen/-herabsetzungen innerhalb des Kapitalbandes vorgenommen.

5. AUFZUGEBENDE GESCHÄFTSBEREICHE

COSABELLA

Nach der Prüfung verschiedener strategischen Optionen hat die CALIDA GROUP ihre Marke COSABELLA an Crown Brands Group verkauft. Die Transaktion erfolgt auf Grundlage eines Asset Purchase Agreements, das am 23. Juli 2026 abgeschlossen und vollzogen wurde. Der Verkauf umfasst immaterielle Anlagen sowie Warenbestände von COSABELLA. Diese Vermögenswerte sind in der Bilanz per 30. Juni 2026 zum Verkauf klassifiziert ausgewiesen.

Der aufzugebene Geschäftsbereich erzielte im ersten Halbjahr 2026 einen Nettoumsatzerlös von CHF 4'294 (2025: CHF 6'777) und einen operativen Gewinnbeitrag von CHF 853 (2025: CHF 361). Der überwiegende Teil des Geschäfts wurde in den USA realisiert.

LAFUMA MOBILIER

Der Verkauf von LAFUMA MOBILIER wurde am 31. Juli 2024 abgeschlossen. In der Vorperiode erzielte der aufzugebene Geschäftsbereich keinen Nettoumsatzerlös mehr und durch den Verkauf von einer Sachanlage, welche als Teil eines einzelnen, abgestimmten Plans zur Veräusserung von LAFUMA MOBILIER erfolgte, wurde ein Betriebsergebnis von CHF 4'002 erzielt. In der Vorperiode wurden Markenrechte zum Verkauf klassifiziert ausgewiesen, welche im ersten Halbjahr 2026 zum Buchwert veräussert wurden.

6. EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Nebst dem beschriebenen Sachverhalt in Anmerkung 5, sind keine weiteren Ereignisse zwischen dem 30. Juni 2026 und dem Datum der Genehmigung der vorliegenden konsolidierten Halbjahresrechnung eingetreten, die eine Anpassung der Bilanzwerte zur Folge hätten oder an dieser Stelle offengelegt werden müssten.



ÉLOGE DU DÉSIR
AUBADE

Organisation und Termine

VERWALTUNGSRAT

Thomas Stöcklin (*1970, CH)	Präsident, Mitglied seit 2023
Corinna Werkle (*1960, DE)	Vizepräsidentin, Mitglied seit 2024 ²⁾
Allan Kellenberger (*1982, CH)	Mitglied seit 2023 ¹⁾
Andrea Sieber (*1976, CH)	Mitglied seit 2025 ^{1) 2)}
Caroline Forster (*1980, CH)	Mitglied seit 2026 ¹⁾
Nicole Loeb (*1967, CH)	Mitglied seit 2026 ²⁾

¹⁾ Audit & Risk Committee

²⁾ Nomination & Compensation Committee

Thomas Stöcklin agiert seit dem 1. Juni 2025 als Delegierter des Verwaltungsrates. Keines der anderen Mitglieder des Verwaltungsrates erfüllt operative Führungsaufgaben im Unternehmen oder ist in der Geschäftsleitung der CALIDA Holding AG oder einer ihrer Tochtergesellschaften vertreten. Die Mitglieder des Verwaltungsrates haben mit Ausnahme der offengelegten Mandate insbesondere keine amtlichen oder politischen Funktionen inne. Die Mitglieder des Verwaltungsrates werden jeweils einzeln für eine Amtszeit von einem Jahr bis zur nächsten ordentlichen Generalversammlung gewählt.

GRUPPENLEITUNG

Thomas Stöcklin (*1970, CH)	CEO seit 2025
Dave Müller (*1980, CH)	CFO seit 2023

REVISIONSSTELLE

KPMG AG, Luzern

KONTAKT

CALIDA Holding AG
Investor Relations
Bahnstrasse
CH-6208 Oberkirch
Tel. +41 41 925 42 42
investor.relations@calidagroup.com

TERMINE

Unternehmensergebnis 2026
Februar 2027

Ordentliche Generalversammlung 2027
April 2027

Halbjahresergebnis 2027
Ende Juli 2027

Informationspolitik

Die CALIDA Holding AG informiert ihre Aktionäre und die interessierte Öffentlichkeit mittels Halbjahres- und Jahresberichterstattung über den Geschäftsverlauf. Der Halbjahresbericht ist ab dem 24. Juli 2026 unter der nachfolgend genannten Internetadresse verfügbar.

Geschäftsberichte, Halbjahresberichte, Ad-hoc-Mitteilungen, Medienmitteilungen, Termine usw. sind im Internet unter www.calidagroup.com im Teilbereich Investoren oder News abrufbar. Im Teilbereich Investoren kann auch der elektronische Versand von Ad-hoc-Mitteilungen abonniert werden. Die Bekanntgabe kursrelevanter Tatsachen erfolgt gemäss den Bestimmungen der SIX Swiss Exchange.



SLEEK SKIN
CALIDA

CALIDA HOLDING AG

Investor Relations
Bahnstrasse
CH-6208 Oberkirch

Tel. +41 41 925 42 42
www.calidagroup.com
investor.relations@calidagroup.com

CALIDA

Aubade
PARIS