



CALIDAGROUP

Halbjahresbericht 2025



FAVOURITES SUN
CALIDA

Inhalt

- 4 Aktionärsbrief**
- 12 CALIDA GROUP im Profil**
- 16 Konsolidierte Halbjahresrechnung 2025
CALIDA GROUP**
- 21 Anhang zur konsolidierten
Halbjahresrechnung**
- 30 Organisation und Termine**

CALIDA

Aubade
PARIS

COSABELLA

CALIDA GROUP baut auf profitables Wachstum – operative Optimierung und Positionierung im Premiumbereich

Liebe Aktionärinnen, liebe Aktionäre

Das erste Halbjahr 2025 war geprägt von einem anhaltend herausfordernden Marktumfeld, vielfältigen geopolitischen Unsicherheiten und den sich weiter wandelnden Bedürfnissen der Konsumentinnen und Konsumenten. In diesem anspruchsvollen Umfeld stellte die CALIDA GROUP erneut ihre Widerstandsfähigkeit und Innovationskraft unter Beweis. Die eingeleiteten Massnahmen zur operativen Optimierung und Fokussierung auf die Kernwerte schreiten planmässig voran. Die kommenden Kollektionen überzeugen im aktuellen Entwicklungsstadium mit neuen Ideen, benötigen jedoch Zeit, um ihr gesamtes Potenzial zu entfalten. Die Umsatzentwicklung im ersten Halbjahr 2025 spiegelte die schwierige Situation in den Kernmärkten unserer Marken wider. Gleichzeitig verfolgen wir konsequent unsere strategische Ausrichtung im Premiumbereich: mit einer klaren Markenpositionierung, reduzierten Promotionen und einem bewussten Verzicht auf volumengetriebenes Wachstum zugunsten profitabler Geschäftsmodelle.

Fokus auf das Kerngeschäft mit neuer Gruppenleitung

Die grossen wirtschaftlichen Unsicherheiten im Zusammenhang mit der amerikanischen Handelspolitik sowie die geopolitische Situation machen unserer Industrie zu schaffen und hatten Auswirkungen auf all unsere Marken, aber insbesondere auf COSABELLA, deren Produkte fast ausschliesslich in den USA und Kanada vertrieben werden. Unter diesen Rahmenbedingungen haben sich CALIDA und AUBADE zufriedenstellend entwickelt. Bei COSABELLA stand im Jahr 2025 weiterhin die strategische, strukturelle und operationelle Neuausrichtung im Vordergrund, die nach wie vor erhebliche finanzielle und personelle Ressourcen bindet.

Unsere gut etablierten, international aufgestellten Marken CALIDA und AUBADE erzielen kontinuierliche Fortschritte bei der strukturellen Optimierung. Die Modernisierung der Kollektion bei CALIDA

schreitet planmässig voran. Damit wird es uns möglich sein, neue Kundinnen und Kunden anzusprechen. Eine spürbare Wirkung ist jedoch schrittweise erst ab der Kollektion Frühling/Sommer 2026 zu erwarten, da derart tiefgreifende Veränderungen Vorlaufzeiten benötigen. Bei AUBADE steht die Repositionierung im Heimmarkt Frankreich als führende Marke im Premiumsegment der Lingerie im Vordergrund. Indes erfordert der Aufbau weiterer Exportmärkte, insbesondere in den USA, weiterhin Zeit. Bei COSABELLA wird die strategische Weiterentwicklung allmählich sichtbar: Mit einer geschärften Produktstrategie und einem neu aufgestellten Team legen wir die Basis für erfolgreiches Wirtschaften. Die CALIDA GROUP fokussiert sich strategisch wieder auf ihr angestammtes Kerngeschäft Unterwäsche und Lingerie.

Seit 1. Juni 2025 agiert Thomas Stöcklin als neuer CEO der CALIDA GROUP und wird die General Manager der drei Marken (Business Units) unterstützen, die starken Marktpositionen von CALIDA und AUBADE weiter auszubauen und das bestehende Markenpotenzial von COSABELLA in den USA optimal zu nutzen. Der bisherige exekutive Verwaltungsratspräsident Felix Sulzberger konzentriert sich auf sein Amt als Verwaltungsratspräsident.

Wesentlich zur Entwicklung unserer Gruppe hat auch Manuela Ottiger beigetragen, die zuletzt als Chief Human Resources Officer (CHRO) tätig war. Nach 22 Jahren bei der CALIDA GROUP hat sie sich entschieden, das Unternehmen per Mitte Juli dieses Jahres zu verlassen. Wir danken Manuela herzlich für ihr langjähriges Engagement und ihren wertvollen Beitrag zur erfolgreichen Entwicklung unserer Gruppe. Im Zuge der Redimensionierung der Gruppenleitung aufgrund der strategischen Neuausrichtung werden ihre Aufgaben künftig intern neu verteilt und die Funktion des CHRO wird nicht neu besetzt.

Umsatzentwicklung bleibt unter Druck - Konsumklima weiter zurückhaltend

Die Marke CALIDA erwirtschaftete einen Umsatz von CHF 66.0 Mio. (-5.5%, währungsberichtigt -4.4%). Trotz gedämpfter Konsumentenstimmung wurde auf übermässige Promotionen verzichtet, wodurch erfreulicherweise die prozentuale Bruttomarge in den wichtigsten Vertriebskanälen gesteigert werden konnte. Wir setzen bei CALIDA speziell auf ein Wachstum des Direct-to-Consumer- und E-Commerce-Geschäfts durch die Weiterentwicklung bestehender und neuer Innovationen. Die konsequente Fokussierung auf die Modernisierung der Kollektion wird sich auch auf das Produktangebot positiv auswirken.

AUBADE erwirtschaftete einen Umsatz von CHF 28.9 Mio. (-10.2%, währungsberichtigt -8.5%). AUBADE litt dabei vor allem unter dem schwachen Heimmarkt Frankreich. Die im Geschäftsjahr 2024 erfolgte Migration der AUBADE E-Commerce-Plattform, mit mehr Autonomie und Flexibilität sowie einem verbesserten Kundenerlebnis, trägt erste Früchte. Dadurch wird künftig insbesondere das Direct-to-Consumer-Geschäft verstärkt unterstützt.

Die Repositionierung von COSABELLA sowie die organisatorischen und strukturellen Restrukturierungen im Geschäft der Marke benötigen weiterhin Zeit. Seit Ende Mai 2025 werden neu auch die Märkte ausserhalb der USA bedient, vorerst ausschliesslich über das E-Commerce-Geschäft. Aufgrund von Lieferverzögerungen in der Produktion der ersten neu entwickelten Produktserien, dem bewussten Verzicht auf unprofitablen Umsatz und den genannten grossen wirtschaftlichen und handelspolitischen Unsicherheiten musste COSABELLA auch im ersten Halbjahr einen währungsberichtigt um 23.5% tieferen Umsatz hinnehmen und erwirtschaftete einen Umsatz von CHF 6.8 Mio.



101.7

Millionen CHF
Nettoverkaufserlös



36.5%

Eigener E-Commerce-Anteil
am Gesamtumsatz



12.9

Millionen CHF
Nettoliquidität



65.2%

Eigenkapitalquote

Die CALIDA GROUP erzielte im ersten Halbjahr 2025 mit den fortgeführten Geschäftsbereichen mit CHF 101.7 Mio. einen um 7.1% tiefer liegenden währungsbereinigten Umsatz als im ersten Halbjahr 2024. Der negative Trend aus dem zweiten Halbjahr 2024 hat sich somit wie erwartet fortgesetzt, nicht zuletzt aufgrund der geo- und handelspolitischen Unsicherheiten. Das bereinigte Betriebsergebnis der fortgeführten Geschäftsbereiche der CALIDA GROUP beläuft sich im ersten Halbjahr 2025 auf CHF -1.3 Mio. (Vorjahr: CHF 0.0 Mio.). Die EBIT-Marge liegt bei -1.3% (Vorjahr: 0.0%). Die Aktivitäten der einzelnen Marken sind saisonalen Schwankungen unterworfen. CALIDA und COSABELLA erzielen im zweiten Halbjahr erfahrungsgemäss höhere Umsätze, während die betrieblichen Aufwendungen relativ stabil bleiben. Dank dem Gewinn aus dem Verkauf des Fabrikgebäudes der LAFUMA MOBILIER im nicht fortgeführten Geschäftsbereich erwirtschaftete die CALIDA GROUP insgesamt im ersten Halbjahr einen Unternehmensgewinn von CHF 1.5 Mio. (Vorjahr: CHF 1.2 Mio.).

Nachdem im Vorjahr eine deutliche Reduktion im Working Capital und damit ein positiver Free Cash Flow erzielt werden konnte, hat sich diese Entwicklung nun normalisiert. Der Free Cash Flow beläuft sich trotz dem Verkauf des Fabrikgebäudes der LAFUMA MOBILIER auf CHF -2.7 Mio. (Vorjahr: CHF 10.3 Mio.), während die Nettoliquidität im Vergleich zum Vorjahr um CHF 7.3 Mio. auf CHF 12.9 Mio. verbessert werden konnte. Finanziell sind wir weiterhin unabhängig und verfügen über eine gesunde, stabile Basis, die uns erlaubt, auch künftig eigenverantwortlich zu agieren.

Operative Optimierung und strategischer Fokus tragen erste Früchte

Die Strategie mit Fokus auf Operational Excellence und einer Positionierung der Marken im Premiumbereich wird auch im zweiten Halbjahr zielgerichtet weiterverfolgt. Trotz der herausfordernden

Marktsituation rechnen wir für das Gesamtjahr mit einem soliden operativen Ergebnis auf dem Niveau des Vorjahres. Die Wachstumsimpulse werden sich sukzessive verstärken: Die organische Entwicklung unserer Kernmarken CALIDA und AUBADE unterstreichen das Potenzial unseres Markenportfolios. Gleichzeitig treiben wir die Entwicklung von COSABELLA im US-Markt gezielt voran.

Wir danken unseren Aktionärinnen und Aktionären für ihr Vertrauen, unseren Mitarbeitenden für ihren grossen Einsatz und unseren Kundinnen und Kunden für ihre Treue. Sie alle leisten einen wichtigen Beitrag zur erfolgreichen Weiterentwicklung der CALIDA GROUP.



Felix Sulzberger
Verwaltungsratspräsident



Thomas Stöcklin
Chief Executive Officer



STARDUST DREAM
AUBADE



BALANCED DAY
CALIDA

CALIDA

Im ersten Halbjahr 2025 hat CALIDA ihre Position im In- und Ausland weiter geschärft. Die Sortimente wurden überarbeitet, Kundennähe neu gedacht und die Marke mit viel Feingefühl modernisiert.

Auch intern wurden wichtige Weichen gestellt: Schlüsselbereiche wie Produktdesign, Produktmanagement, Planung und Beschaffung wurden zukunftsorientiert neu aufgestellt. Prozesse und Strukturen wurden gestrafft, um agiler zu agieren.

Operativ stand ein gesunder Lagerbestand im Mittelpunkt – mit einer durchdachten, kanalübergreifenden Vermarktungsstrategie. Im Rahmen der «Keep it simple»-Initiativen wurde weiter an Optimierungen gearbeitet: Services wie «Click & Reserve» oder flexible Retourenprozesse wurden weiterentwickelt, um das Einkaufserlebnis noch komfortabler zu gestalten. Dank dieses konsequenten Vorgehens zeigt sich der E-Commerce-Kanal stabil und entwickelt sich besser als erwartet – ein positives Signal für die zweite Jahreshälfte.

Ein echtes Highlight war die limitierte «Magical Nights»-Kollektion, die mit einer emotionalen 360°-Kampagne den Premiumanspruch der Marke eindrucksvoll erlebbar machte. Die Resonanz: hohe Interaktionsraten und starke Abverkäufe. Auch digital gab es einen Mehrwert – etwa durch die neue Funktion zur «Back in Stock»-Benachrichtigung, die von Kundinnen und Kunden begeistert genutzt wird.

Zwei neue Store-Eröffnungen – im Westfield Hamburg-Überseequartier und im Herzen von Bern – stärken CALIDAS Präsenz an wichtigen Premium-Standorten. Ein Meilenstein in der Kundenbindung war zudem der Launch des CALIDA CLUB, der mit personalisierten Inhalten und exklusiven Angeboten neue Impulse setzte. Die Zahl der Neuregistrierungen entwickelte sich entsprechend positiv.

Trotz eines unsicheren Konsumumfelds bleibt CALIDA ihrer klaren Linie treu – mit starkem Markenkern, engagierten Teams und echter Kundennähe. So bleibt die Marke auch in herausfordernden Zeiten auf Kurs – getragen von ihrem strategischen Kompass aus Premium Brand, Profitabilität und High Performance Teams.

Aubade

PARIS

Im ersten Halbjahr 2025 wurde die Unternehmensführung gezielt gestärkt – unter anderem mit einer neuen General Managerin und neuen Führungskräften in den Bereichen Retail, Produkt und Marketing/Kommunikation. Gemeinsam mit HR und Marketing startete eine kulturelle Initiative basierend auf den Grundwerten – Teamgeist, Fürsorge, Anforderung, Wagemut und Authentizität – mit Führungstraining und konkretem Aktionsplan.

Die Analyse von Funktionen und Strukturen jeder Abteilung klärte Rollen und straffte Prozesse – ein Schritt zurück zu «operational Excellence». Alle Abteilungen arbeiten an der Effizienzsteigerung, um die Rentabilität zu verbessern und Markenstärke sowie nachhaltiges Wachstum zu fördern.

Erste Massnahmen zielen auf die Stärkung der Positionierung als hochwertige, zugleich erschwingliche Luxusmarke – etwa durch weniger Rabatte (z.B. Flash Sales in Frankreich) und der Einstellung vom Verkauf via Amazon in den USA.

Sowohl AUBADEs Geschäftspartner als auch die Kund:innen schätzen die hochwertigen Produkte – Kreativität sowie eine starke, authentische Identität bleiben dabei zentrale Stärken der Marke AUBADE. Im Fokus bleibt die Begehrlichkeit der Marke weiter zu steigern und ein aussergewöhnliches Service- und Kundenerlebnis zu bieten. Diese konsequente Ausrichtung wurde mit der Bronze-Auszeichnung für höchste Kundenzufriedenheit – basierend auf Google-Bewertungen – honoriert.

In der ersten Jahreshälfte zählten die internationalen Verkäufe zu den wichtigsten Wachstumstreibern. Der französische Markt litt in allen Vertriebskanälen unter der gedämpften Konsumentenstimmung. Die internationale Expansionsstrategie wurde hingegen mit der Eröffnung von zwei neuen Shops bei El Corte Inglés in Spanien fortgesetzt.

AUBADE hat seine Basics um «Sheer Emotion» erweitert; eine moderne, zeitgemässe Produktlinie aus recycelten Materialien. Mit neuen Formen und sinnlichen Details spiegelt sie die Lingerie-DNA der Marke wider und kommt insbesondere in den internationalen Märkten gut an.

Mit der Erscheinung von AUBADE trauen sich Frauen, ihre Sinnlichkeit zu zeigen, ihre Wünsche frei auszuüben und ganz sie selbst zu sein!

COSABELLA

COSABELLAs Markenidentität entwickelt sich durch eindrucksvolle Fotokampagnen weiter, die eine emotionale Bindung und eine starke visuelle Wirkung erzeugen. Durch die Verschmelzung von italienischem Ursprung mit moderner Ästhetik stärkt die Marke ihren Bekanntheitsgrad und ihre Resonanz bei einem breiteren Publikum.

Die Kollektionen wurden gezielt neu strukturiert, um bei Lingerie und Nachtwäsche den Fokus verstärkt auf Innovation zu legen. Die «Never Out of Stock»-Linien wurden gestrafft, um die Bestseller hervorzuheben, erstklassigen Kundenservice zu gewährleisten und die Bestandeseffizienz zu verbessern.

Für das zweite Halbjahr ist eine umfassende Überprüfung der Lieferkette geplant, um eine zuverlässigere, agilere Struktur zu schaffen, die auf die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells von COSABELLA abgestimmt ist.

Schlüsselpositionen wurden mit talentierten Fachleuten besetzt, die das Wachstum der Marke vorantreiben und deren Energie und Wissen massgebend für die Gestaltung des nächsten Kapitels von COSABELLA sein wird.

Das erste Halbjahr war von globaler wirtschaftlicher und politischer Unsicherheit sowie der anhaltenden Unsicherheit bezüglich der US-Zoll-situation geprägt. COSABELLA bleibt dennoch auf seine strategischen Prioritäten und die Entwicklung der Marke fokussiert. Der Umsatz ging zurück, wobei der E-Commerce weiterhin stärkster Vertriebskanal bleibt. Im September wird ein neu gestalteter, moderner Internetauftritt das Kundenerlebnis weiter verbessern und das Wachstum fördern.

Der Grosshandel bleibt ein volatiles Segment, vor allem in den USA. Die starke Präsenz von COSABELLA in den Einzelhandelskanälen für Wäsche und Bekleidung bietet jedoch weiterhin Möglichkeiten zur Diversifizierung. COSABELLA wird seine Partner auch zukünftig durch tägliches Engagement und massgeschneiderte Lösungen unterstützen.

Für das zweite Halbjahr ist COSABELLA gut aufgestellt, um dem Trend entgegenzuwirken – getragen von einem erneuerten Team, einer klaren Produktstrategie und einem kompromisslosen Kundenfokus. Auf dem Ursprung einer Tradition von Exzellenz und bewährter Widerstandsfähigkeit gestaltet COSABELLA den Wandel aktiv, statt ihn nur zu meistern.



PARADISO
COSABELLA

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, AUBADE und COSABELLA im Unterwäsche- und Lingeriesegment. Die CALIDA GROUP steht für qualitativ hochwertige Produkte, welche die Kunden jeden Tag aufs Neue begeistern. Die CALIDA GROUP hat ihren Hauptsitz in Oberkirch (Schweiz) und beschäftigt 1'900 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 2025	1. Halbjahr 2024
Nettoverkaufserlös¹⁾	101.7	111.3
währungsbereinigtes Wachstum ¹⁾	-7.1%	-8.8%
EBITDA bereinigt^{1) 3)}	1.2	2.7
in % vom Nettoverkaufserlös ¹⁾	1.2%	2.4%
Betriebsgewinn (EBIT) bereinigt^{1) 3)}	-1.3	0.0
in % vom Nettoverkaufserlös ¹⁾	-1.3%	0.0%
Liquidität ²⁾	12.9	22.4
Finanzverbindlichkeiten ²⁾	-	-16.8
Nettoliquidität²⁾	12.9	5.6
Free Cashflow^{2) 3)}	-2.7	10.3
in % vom Nettoverkaufserlös ²⁾	-2.7%	7.3%
Eigenkapital (inkl. nicht beherrschende Anteile)	87.5	113.7
Bilanzsumme	166.1	235.1
Eigenkapitalquote bereinigt³⁾	65.2%	59.0%
Personalbestand per 30. Juni²⁾	1'900	2'360

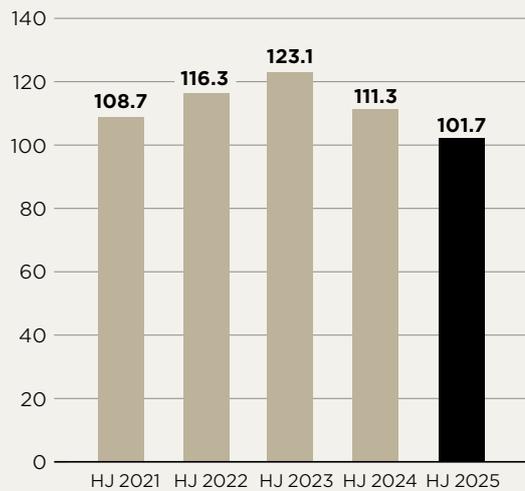
¹⁾ aus fortgeführten Geschäftsbereichen

²⁾ aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen

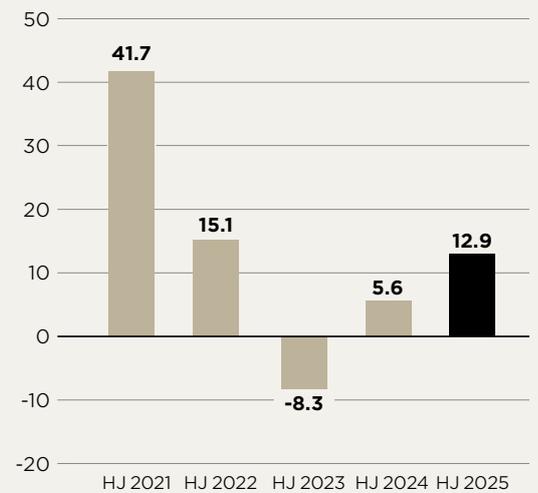
³⁾ siehe Seite 14 - 15 - Alternative Leistungskennzahlen

NETTOVERKAUFSERLÖS ¹⁾

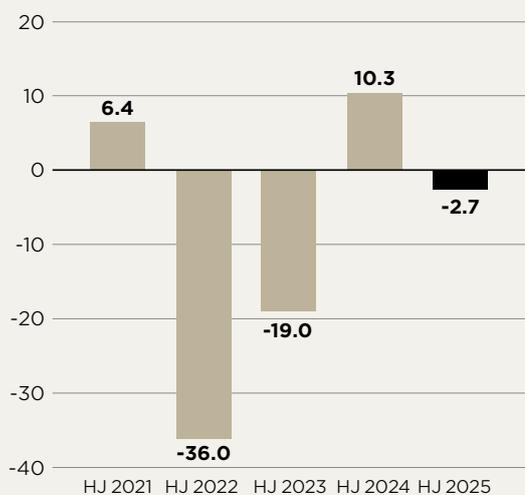
(in Mio. CHF)

**NETTOLIQUIDITÄT ²⁾**

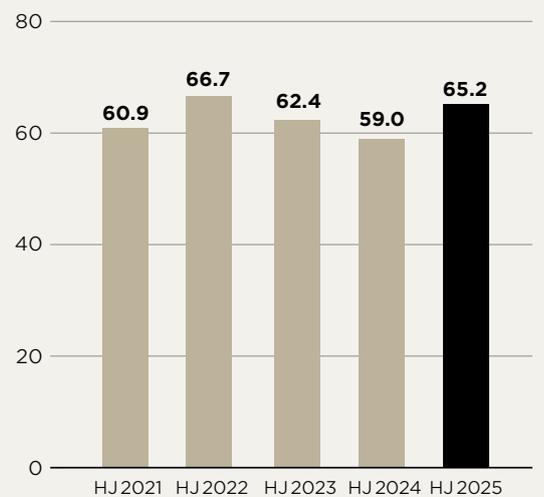
(in Mio. CHF)

**FREE CASHFLOW ²⁾**

(in Mio. CHF)

**EIGENKAPITALQUOTE BEREINIGT**

(in %)

¹⁾ Fortgeführte Geschäftsbereiche²⁾ Fortgeführte und aufgegebene Geschäftsbereiche

Alternative Leistungskennzahlen

Die Finanzinformationen enthalten bestimmte alternative Leistungskennzahlen (APMs), welche keine IFRS® Accounting Standards 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 ausschliesst, 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 IFRS Accounting Standards-Kennzahlen) nicht vergleichbar mit anderen Unternehmen. Der bereinigte EBIT sollte nicht als Ersatz betrachtet werden für IFRS Accounting Standards-Kennzahlen.

BEREINIGTES BETRIEBSERGEBNIS (EBIT), BEREINIGTER EBITDA, FORTGEFÜHRTE GESCHÄFTSBEREICHE

(zusammengefasst)

HJ 2025

	IFRS	Wert- minderungen ¹⁾	Restruktur- ierungen ²⁾	M&A Trans- aktionen ³⁾	Andere ⁴⁾	Bereinigt
Nettoverkaufserlös	101'723	-	-	-	-	101'723
Betriebsertrag	103'385	-	-	-	-	103'385
Betriebsaufwand	-104'145	-	-	-	-571	-104'716
Betriebsergebnis (EBIT)	-760	-	-	-	-571	-1'331
Abschreibungen und Wertminderungen	7'419	-	-	-	-4'847	2'572
EBITDA	6'659	-	-	-	-5'418	1'241

HJ 2024

Nettoverkaufserlös	111'325	-	-	-	-	111'325
Betriebsertrag	112'219	-	-	-	-	112'219
Betriebsaufwand	-112'248	-	-	576	-535	-112'207
Betriebsergebnis (EBIT)	-29	-	-	576	-535	12
Abschreibungen und Wertminderungen	7'732	-	-	-	-5'085	2'647
EBITDA	7'703	-	-	576	-5'620	2'659

¹⁾ Wertminderungen: Wertminderungen von finanziellen oder nicht finanziellen Vermögenswerten aufgrund aussergewöhnlicher Umstände oder einmaliger Ereignisse. In den fortgeführten Geschäftsbereichen gab es im ersten Halbjahr 2025 und in der Vorperiode 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 2025 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 2025 gab es keine Transaktionen. In der Vorperiode wurden Transaktionskosten aus dem Verkauf von LAFUMA MOBILIER erfasst.

⁴⁾ Andere: Einmalige, ungewöhnliche und seltene Vorfälle, die keinem der vorhergehenden Kategorien zugeordnet werden können. Im ersten Halbjahr 2025 und der Vergleichsperiode gab es keine solche Ereignisse. Ebenfalls wird in dieser Kategorie der IFRS 16 Effekt bereinigt. Die Bereinigung wurde im Geschäftsjahr verfeinert und ebenfalls das Vorjahr angepasst.

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 IFRS Accounting Standards) zuzüglich der erfolgswirksam erfassten Abschreibungen und Wertminderungen bzw. abzüglich der Wertaufholungen von immateriellen Vermögenswerten, Vermögenswerte aus Nutzungsrechten und Sachanlagen. Zusätzlich wird der IFRS 16 Effekt bereinigt. Des Weiteren werden einmalige Posten, wie im ersten Absatz der alternativen Leistungskennzahlen beschrieben, für den bereinigten EBITDA auch berücksichtigt.

EIGENKAPITALQUOTE

Der Verwaltungsrat beurteilt die Eigenkapitalquote ohne IFRS 16. Des Weiteren sind die Covenants im Syndikatskreditvertrag mit dem Bankensyndikat ohne IFRS 16 zu rapportieren. Bei der bereinigten Eigenkapitalquote wird das ausgewiesene Konzerneigenkapital ins Verhältnis mit der um die Leasingverbindlichkeiten gekürzte Bilanzsumme gestellt.

	30.06.2025	31.12.2024	30.06.2024
Eigenkapitalquote ausgewiesen	52.7%	49.2%	48.4%
Eigenkapitalquote bereinigt - IFRS 16	65.2%	61.3%	59.0%

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 von fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen aus Betriebstätigkeit plus Geldfluss aus Investitionstätigkeit, einschliesslich Bargeldabflüsse für Leasingzahlungen.

	01.01.- 30.06.2025	01.01.- 30.06.2024
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	-847	18'616
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	3'440	-2'193
Leasingabflüsse	-5'274	-6'160
Free Cashflow	-2'681	10'263



Konsolidierte
Halbjahresrechnung 2025
CALIDA GROUP

FAVOURITES SUN & SENSUAL SECRETS
CALIDA

Konsolidierte Bilanz

zusammengefasst

	30.06.2025	31.12.2024
Flüssige Mittel	12'874	17'434
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	8'760	13'463
Warenvorräte	48'561	46'978
Übriges Umlaufvermögen	6'516	3'903
Vermögenswerte zum Verkauf klassifiziert	1'054	1'431
Umlaufvermögen	77'765	83'209
Sachanlagen	15'499	16'988
Vermögenswerte aus Nutzungsrechten	41'980	44'567
Immaterielle Anlagen	20'683	21'917
Übriges Anlagevermögen	10'140	8'617
Anlagevermögen	88'302	92'089
AKTIVEN	166'067	175'298
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	-	26
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	8'548	9'051
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	5'889	8'118
Kurzfristige Rückstellungen	2'877	5'000
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	31'765	35'596
Kurzfristige Verbindlichkeiten	49'079	57'791
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	23'323	25'447
Langfristige Rückstellungen	2'991	2'935
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	3'160	2'857
Langfristige Verbindlichkeiten	29'474	31'239
Fremdkapital	78'553	89'030
Eigenkapital der Aktionäre der CALIDA Holding AG	87'983	86'826
Nicht beherrschende Anteile	-469	-558
Eigenkapital	87'514	86'268
PASSIVEN	166'067	175'298

Konsolidierte Erfolgs- und Gesamtergebnisrechnung

zusammengefasst

KONSOLIDIERTE ERFOLGSRECHNUNG

	01.01.- 30.06.2025 ¹⁾	01.01.- 30.06.2024 ¹⁾
Nettoverkaufserlöse aus Verträgen mit Kunden	101'723	111'325
Betriebsertrag	103'385	112'219
Betriebsaufwand	-104'145	-112'248
Betriebsergebnis	-760	-29
Finanzergebnis, netto	-475	-610
Unternehmensergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen, vor Ertragssteuern	-1'235	-639
Ertragssteuern	-737	-403
Unternehmensergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-1'972	-1'042
Unternehmensergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Ertragssteuern ¹⁾	3'502	2'250
Unternehmensergebnis	1'530	1'208
zurechenbar:		
den Aktionären der CALIDA Holding AG	1'444	1'221
den nicht beherrschenden Anteilen	86	-13
Unternehmenserfolg pro Namenaktie in CHF²⁾		
Aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-0.29	-0.12
Aus fortgeführten Geschäftsbereichen verwässert	-0.29	-0.12
Aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen	0.21	0.14
Aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen verwässert	0.21	0.14

¹⁾ LAFUMA MOBILIER als aufgebener Geschäftsbereich ausgewiesen. Vgl. Anmerkung 3.²⁾ Retrospektive Anpassung der Vorjahreszahlen. Vgl. Anmerkung 4.

KONSOLIDIERTE GESAMTERGEBNISRECHNUNG

	01.01.- 30.06.2025	01.01.- 30.06.2024
Unternehmensergebnis	1'530	1'208
In die Erfolgsrechnung umgliederbare Posten, nach Steuern		
Im Eigenkapital erfasste Fremdwährungsumrechnungsdifferenzen	-472	3'539
Umgliederung Fremdwährungsumrechnungsdifferenzen in die Erfolgsrechnung	-65	-
Nicht in die Erfolgsrechnung umgliederbare Posten, nach Steuern		
Neubewertung Personalvorsorge	1'473	-216
Total sonstiges Ergebnis	936	3'323
Gesamtergebnis	2'466	4'531
zurechenbar:		
den Aktionären der CALIDA Holding AG	2'377	4'565
den nicht beherrschenden Anteilen	89	-34

Veränderung des konsolidierten Eigenkapitals

	Aktienkapital	Eigene Aktien	Kapitalreserven	Gewinnreserven	Umrechnungs- differenzen	Reserven	Eigenkapital der Aktionäre der CALIDA Holding AG	Nicht beherrschende Anteile	Eigenkapital
1. Januar 2024	844	-2'122	3'033	178'728	-65'910	115'851	114'573	-517	114'056
Unternehmensergebnis	-	-	-	1'221	-	1'221	1'221	-13	1'208
Sonstiges Ergebnis	-	-	-	-216	3'560	3'344	3'344	-21	3'323
Gesamtergebnis	-	-	-	1'005	3'560	4'565	4'565	-34	4'531
Dividende ¹⁾	-	-	-2'512	-2'512	-	-5'024	-5'024	-	-5'024
Transaktionen mit eigenen Aktien	-	510	-392	-118	-	-510	-	-	-
Aktienbasierte Vergütungen	-	-	133	-	-	133	133	-	133
30. Juni 2024	844	-1'612	262	177'103	-62'350	115'015	114'247	-551	113'696
1. Januar 2025	761	-21'419	-	169'619	-62'135	107'484	86'826	-558	86'268
Unternehmensergebnis	-	-	-	1'444	-	1'444	1'444	86	1'530
Sonstiges Ergebnis	-	-	-	1'473	-540	933	933	3	936
Gesamtergebnis	-	-	-	2'917	-540	2'377	2'377	89	2'466
Dividende ¹⁾	-	3'949	-	-5'168	-	-5'168	-1'219	-	-1'219
Aktienbasierte Vergütungen	-	-	-	-1	-	-1	-1	-	-1
30. Juni 2025	761	-17'470	-	167'367	-62'675	104'692	87'983	-469	87'514

¹⁾ Vgl. Anmerkung 6.

Konsolidierte Geldflussrechnung

zusammengefasst

	01.01. - 30.06.2025 ¹⁾	01.01. - 30.06.2024 ¹⁾
Unternehmensergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-1'972	-1'042
Abschreibungen Sachanlagen und immaterielle Anlagen	2'572	2'647
Abschreibungen Vermögenswerte aus Nutzungsrecht	4'847	5'085
Übrige Anpassungen für geldflussunwirksame Positionen	1'621	1'298
Veränderung des Nettoumlaufvermögens	-1'313	6'780
Veränderung der Rückstellungen	-1'912	-444
Bezahlte Ertragssteuern	-4'120	-1'649
Geldfluss aus Betriebstätigkeit aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-277	12'675
Geldfluss aus Betriebstätigkeit aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-570	5'941
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	-847	18'616
Investitionen in Sachanlagen / immaterielle Anlagen	-1'350	-1'864
Verkauf von Anlagevermögen	21	34
Abnahme (+) / Zunahme (-) von Finanzanlagen / erhaltene Zinsen	69	30
Geldfluss aus Investitionstätigkeit aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-1'260	-1'800
Geldfluss aus Investitionstätigkeit aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	4'700	-393
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	3'440	-2'193
Veränderung von Finanzverbindlichkeiten / bezahlte Zinsen	-143	908
Rückzahlung von Leasingverbindlichkeiten / bezahlte Zinsen auf Leasingverbindlichkeiten	-5'274	-5'370
Dividende	-1'219	-5'024
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-6'636	-9'486
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-	-786
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-6'636	-10'272
Einfluss der Wechselkursveränderungen auf den gesamten Bestand der flüssigen Mittel	-517	548
Veränderung der flüssigen Mittel	-4'560	6'699
Bestand flüssige Mittel zu Jahresbeginn fortgeführte Geschäftsbereiche	17'434	13'681
Bestand flüssige Mittel zu Jahresbeginn aufgegebenen Geschäftsbereiche	-	2'067
Bestand flüssige Mittel am Ende der Periode fortgeführte Geschäftsbereiche	12'874	16'077
Bestand flüssige Mittel am Ende der Periode aufgegebenen Geschäftsbereiche	-	6'369

¹⁾ LAFUMA MOBILIER als aufgebener Geschäftsbereich ausgewiesen. Vgl. Anmerkung 3.

Anhang zur konsolidierten Halbjahresrechnung

Die im Anhang zur konsolidierten Halbjahresrechnung aufgeführten Werte sind in CHF 1'000 dargestellt, sofern keine anderen Angaben gemacht werden (Informationen zu Aktienpreisen, Dividenden und Gewinne pro Aktie werden in CHF 1 ausgewiesen).

Grundsätze zur Abschlusserstellung

ALLGEMEINES

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 2025. Der Bericht wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 «Zwischenberichterstattung» erstellt und ist in Verbindung mit der konsolidierten Jahresrechnung 2024 zu lesen, da er eine Aktualisierung des letzten vollständigen Abschlusses darstellt.

RECHNUNGSLEGUNGS-, KONSOLIDIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

Die für die Halbjahresrechnung angewandten Grundsätze zur Rechnungslegung, Konsolidierung und Bewertung entsprechen – bis auf die nachfolgend erläuterten Anpassungen – den in der konsolidierten Jahresrechnung 2024 erläuterten Grundsätzen.

Die folgenden überarbeiteten IFRS Accounting Standards sind anwendbar ab dem 1. Januar 2025. Aus der Anwendung dieser Neuerungen haben sich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage bzw. Geldflüsse von CALIDA GROUP ergeben.

IAS 21 Mangel an Umtauschbarkeit

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					Umrechnungskurse im Halb-/Jahresdurchschnitt				
	Einheit	30.06.2025	31.12.2024	30.06.2024		Einheit	30.06.2025	31.12.2024	30.06.2024
EUR	1	0.9369	0.9411	0.9609	EUR	1	0.9414	0.9523	0.9611
USD	1	0.7995	0.9067	0.8970	USD	1	0.8609	0.8801	0.8889
HUF	100	0.2349	0.2288	0.2423	HUF	100	0.2327	0.2409	0.2466
GBP	1	1.0966	1.1343	1.1347	GBP	1	1.1174	1.1248	1.1244
TND	1	0.2776	0.2843	0.2860	TND	1	0.2808	0.2829	0.2847



LOVE SOUL
AUBADE

Anhang zur konsolidierten Halbjahresrechnung

1. SAISONALITÄT DES OPERATIVEN GESCHÄFTS

Die Aktivitäten der Divisionen der Gruppe sind saisonalen Schwankungen unterworfen. Der Umsatz 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 Umsatzschwankungen. Im Jahresverlauf fallen die betrieblichen Aufwendungen relativ gleichmässig an.

Die Aktivitäten von LAFUMA MOBILIER mit Gartenmöbeln, welche den Umsatz vorwiegend in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres realisierte, sind in den aufgegebenen Geschäftsbereichen erfasst und separat in Anmerkung 3 ausgewiesen.

2. NETTOVERKAUFSERLÖS AUS VERTRÄGEN MIT KUNDEN UND SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Geschäftsleitung der CALIDA GROUP, als Hauptentscheidungsträgerin, 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. Die Aktivitäten von LAFUMA MOBILIER werden als aufgebener Geschäftsbereich ausgewiesen.

ÜBRIGE AKTIVITÄTEN

Die übrigen Aktivitäten beinhalten neben den Gruppenfunktionen einzelne Aktivitäten, welche keinem der operativen Segmente zugeteilt werden. Der Betrieb des Multibrand Webshops www.onmyskin.de, welcher Ende 2023 / Anfangs 2024 eingestellt wurde, ist im Vorjahr in den übrigen Aktivitäten ausgewiesen.

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.- 30.06.2025	01.01.- 30.06.2024
Administration und Management	-9'715	-11'087
Logistik und Infrastruktur	-7'036	-7'738
IT	-5'072	-4'384
Marketing	-4'064	-4'775
Produktentwicklung	-2'636	-2'372
Einmalige Aufwendungen / Wertminderungen	-189	-1'046
Total	-28'712	-31'402

Die Nettoverkaufserlöse aus fortgeführten Geschäftsbereichen der CALIDA GROUP aus Verträgen mit Kunden teilen sich nach Segmenten wie folgt auf:

01.01. – 30.06.2025¹⁾	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	19'851	7'719	361	21	27'952
Nicht allozierte operative Kosten					-28'712
Betriebsergebnis					-760
Finanzergebnis, netto					-475
Unternehmensergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen, vor Ertragssteuern					-1'235
Abschreibungen Sachanlagen und immaterielle Anlagen	-1'719	-624	-98	-131	-2'572
Abschreibungen Vermögenswerte aus Nutzungsrechten	-3'079	-1'581	-187	-	-4'847
Investitionen Sachanlagen und immaterielle Anlagen	1'056	155	73	66	1'350
01.01. – 30.06.2024¹⁾					
Nettoverkaufserlös	69'856	32'270	9'150	49	111'325
E-Commerce	24'054	8'801	6'860	49	39'764
Stationäre Verkaufskanäle	45'802	23'469	2'290	-	71'561
Operativer Gewinnbeitrag	21'597	8'785	1'044	-53	31'373
Nicht allozierte operative Kosten					-31'402
Betriebsergebnis					-29
Finanzergebnis, netto					-610
Unternehmensergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen, vor Ertragssteuern					-639
Abschreibungen Sachanlagen und immaterielle Anlagen	-1'675	-627	-128	-217	-2'647
Abschreibungen Vermögenswerte aus Nutzungsrechten	-3'049	-1'772	-179	-85	-5'085
Investitionen Sachanlagen und immaterielle Anlagen	1'216	361	116	171	1'864

¹⁾ LAFUMA MOBILIER als aufgegebenen Geschäftsbereich ausgewiesen. Vgl. Anmerkung 3.

3. ZUR VERÄUSSERUNG GEHALTENE VERMÖGENSWERTE UND AUFGEBEBENE GESCHÄFTSBEREICHE

Gemäss IFRS 5 sind die Ergebnisse von LAFUMA MOBILIER in der konsolidierten Erfolgsrechnung separat als aufgebener Geschäftsbereich ausgewiesen.

LAFUMA MOBILIER

Am 12. Juli 2024 gab die CALIDA GROUP öffentlich bekannt, dass sie ein verbindliches Angebot von Peugeot Frères Industrie für den Verkauf von LAFUMA MOBILIER erhalten hat. LAFUMA MOBILIER wird als aufgebener Geschäftsbereich ausgewiesen. Mit dem Verkauf, welcher am 31. Juli 2024 abgeschlossen wurde, trennt sich die CALIDA GROUP von der nicht zum Kerngeschäft Unterwäsche und Lingerie gehörenden Marke LAFUMA MOBILIER.

ERGEBNIS VON AUFGEBEBENEN GESCHÄFTSBEREICHEN	LAFUMA MOBILIER	LAFUMA MOBILIER
	01.01. - 30.06.2025	01.01. - 30.06.2024
Nettoverkaufserlös	-	29'623
Betriebsaufwand	-327	-26'907
Betriebsergebnis	-327	2'716
Finanzergebnis, netto	-	-138
Unternehmensergebnis, vor Steuern	-327	2'578
Steuern	41	-328
Unternehmensergebnis	-286	2'250
Gewinn aus Verkauf von aufgegebenem Geschäftsbereich	4'328	-
Steuereffekt aus Verkauf	-540	-
Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	3'502	2'250
Unternehmenserfolg pro Namenaktie in CHF von aufgegebenen Geschäftsbereichen	0.50	0.26
Verwässerter Unternehmenserfolg pro Namenaktie in CHF von aufgegebenen Geschäftsbereichen	0.50	0.26

Der Gewinn aus den aufgegebenen Geschäftsbereichen in Höhe von CHF 3'502 (30. Juni 2024: CHF 2'250) ist vollständig den Aktionären der CALIDA Holding AG zuzurechnen.

Die Sachanlage mit einem Buchwert von CHF 372, welche im Rahmen des Verkaufs von LAFUMA MOBILIER per Stichtag zum 31. Dezember 2024 als «zum Verkauf klassifiziert» ist, wurde Ende Januar 2025 verkauft. Die Transaktion erfolgte als Teil eines einzelnen, abgestimmten Plans zur Veräusserung von LAFUMA MOBILIER. Dadurch resultiert im Jahr 2025 ein Gewinn vor Steuern von CHF 4'328 sowie ein Geldzufluss von CHF 4'700, welche den aufgegebenen Geschäftsbereichen zugeordnet sind.

GELDFLUSS VON AUFGEGEBENEN GESCHÄFTSBEREICHEN	LAFUMA MOBILIER	LAFUMA MOBILIER
	01.01.- 30.06.2025	01.01.- 30.06.2024
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	-570	5'941
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	4'700	-393
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-	-786
Total Geldfluss	4'130	4'762

ZUR VERÄUSSERUNG GEHALTENE LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

Einzelne Vermögenswerte aus dem Verkauf von LAFUMA MOBILIER wurden vertraglich auf eine Übertragung an einem späteren Datum festgelegt. Diese Vermögenswerte werden als «Vermögenswerte zum Verkauf klassifiziert» ausgewiesen.

	30.06.2025	31.12.2024
Sachanlagen	-	373
Markenrechte	1'054	1'058
Total	1'054	1'431

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.



AVVENTURA
COSABELLA

4. UNTERNEHMENSERFOLG PRO AKTIE, DEN AKTIONÄREN DER CALIDA HOLDING AG ZURECHENBAR

	01.01.- 30.06.2025	01.01.- 30.06.2024
Unternehmensergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-2'058	-1'029
Unternehmensergebnis	1'444	1'221
Anzahl Aktien per Stichtag	7'611'972	8'441'033
Ab-/Zuzüglich gewichteter Durchschnitt Kapitalerhöhung/-herabsetzung und Veränderung eigene Aktien	-623'519	75'131
Anzahl durchschnittlich ausstehender Aktien	6'988'453	8'516'164
Anpassung infolge theoretischer Ausübung anteilsbasierter Vergütungspläne	-	24'077
Anzahl durchschnittlich ausstehender Aktien verwässert	6'988'453	8'540'241
Unternehmenserfolg pro Namenaktie in CHF:		
Aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-0.29	-0.12
Aus fortgeführten Geschäftsbereichen verwässert	-0.29	-0.12
Total fortgeführte und aufgegebenen Geschäftsbereiche	0.21	0.14
Total fortgeführte und aufgegebenen Geschäftsbereiche verwässert	0.21	0.14

Im April 2025 wurden 136'917 eigene Aktien im Rahmen einer Sachdividende ausgeschüttet. Das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie wird für die Geschäfts- und Vergleichsperiode rückwirkend angepasst, als ob die Ausschüttung bereits zu Beginn der Vergleichsperiode erfolgt wäre.

5. FINANZMANAGEMENT

Die CALIDA GROUP verfügt über eine revolvingierende Kreditfazilität in der Höhe von CHF 60'000, welche per 30. Juni 2025 nicht beansprucht war (31. Dezember 2024: keine Beanspruchung).

Die Buchwerte der kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen wegen deren kurzer Laufzeit ungefähr dem Marktwert (nicht diskontierte Werte). Die Finanzverbindlichkeiten gegenüber Banken werden variabel verzinst und somit entspricht der Buchwert ungefähr dem Marktwert.

Die derivativen Finanzinstrumente, welche ausschliesslich mit Banken abgeschlossene Devisen-Termingeschäfte zu Währungsabsicherungszwecken beinhalten, werden zum Fair Value bewertet. Der Marktwert basiert auf beobachtbaren Werten, insbesondere den Spot Kursen und den Zinskurven (Level 2 der Bewertungshierarchie).

6. EIGENKAPITAL DER GRUPPE

DIVIDENDE

Die Generalversammlung vom 8. April 2025 hat einer Sachdividende von 1 Namenaktie pro 50 Namenaktien (5. April 2024: CHF 0.60 pro Namenaktie) zugestimmt. Dies entspricht 136'917 Aktien. Die Verrechnungssteuer, welche der Bardividende entspricht, wurde an die Eidgenössische Steuerverwaltung bezahlt. Die Ausschüttung von CHF 3'478 erfolgte am 16. April 2025 aus den Gewinnreserven (12. April 2024: CHF 5'024 hälftig aus den Gewinnreserven und den Kapitaleinlagereserven). Für die Sachdividende wurden eigene Aktien verwendet. Diese wiesen einen höheren Anschaffungswert aus als der Marktwert der Aktien im Zeitpunkt des Dividendenbeschlusses, was zu einer zusätzlichen Belastung der Gewinnreserven von CHF 1'690 führte.

BEDINGTES AKTIENKAPITAL

Der Verwaltungsrat hat das bedingte Kapital im ersten Halbjahr 2024 in den Statuten aufgehoben und davor gab es in der Vergleichsperiode keine Erhöhungen des Aktienkapitals mittels Ausübung von bedingtem Kapital.

KAPITALBAND

Der Verwaltungsrat hat im Berichtsjahr keine Kapitalerhöhungen/-herabsetzungen innerhalb des Kapitalbandes vorgenommen. Im Vorjahr gab es kein Kapitalband.

7. EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Die konsolidierte Halbjahresrechnung wurde am 22. Juli 2025 durch das Audit & Risk Committee abgenommen und am selben Tag durch den Verwaltungsrat genehmigt.

Es sind keine weiteren als die oben erwähnten Ereignisse zwischen dem 30. Juni 2025 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.

Dieser Halbjahresbericht kann bestimmte, in die Zukunft gerichtete Aussagen enthalten, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Prognosen der Geschäftsleitung der CALIDA Holding AG beruhen. Verschiedene bekannte und unbekannt Risiken, Ungewissheiten und andere Faktoren können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Finanzlage, die Entwicklung oder die Performance der Gesellschaft wesentlich von den hier gegebenen Einschätzungen abweichen. Die CALIDA Holding AG übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen. Der Halbjahresbericht der CALIDA Holding AG erscheint in den Sprachen Deutsch und Englisch. Im Fall unterschiedlicher Interpretationen gilt der deutsche Text.

Organisation und Termine

VERWALTUNGSRAT

Felix Sulzberger (*1951, CH)	Präsident, Mitglied seit 2023 ^{1) 2)}
Corinna Werkle (*1960, DE)	Vizepräsidentin, Mitglied seit 2024 ²⁾
Thomas Stöcklin (*1970, CH)	Delegierter, Mitglied seit 2023
Allan Kellenberger (*1982, CH)	Mitglied seit 2023 ¹⁾
Andrea Sieber (*1976, CH)	Mitglied seit 2025 ^{1) 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, Mitglied der Gruppenleitung 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

Unternehmensergebnisse 2025
Februar 2026

Ordentliche Generalversammlung 2026
April 2026

Halbjahresabschluss 2026
Ende Juli 2026

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 2025 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.



REMIX SLEEP HOLIDAY
CALIDA

CALIDA HOLDING AG

Investor Relations
Bahnstrasse
CH-6208 Oberkirch

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