

la prairie group

Medienmitteilung

Wirtschaftskrise 2009:

La Prairie Group über den Erwartungen

Zürich-Volketswil, 13.04.2010 – Nach einem schwachen Start in den ersten beiden Quartalen, der auf die Wirtschaftskrise und den Lagerabbau beim Handel zurückzuführen ist, hat sich die La Prairie Group im Laufe des Jahres 2009 kontinuierlich gesteigert. Im vierten Quartal verzeichnete die La Prairie Group bereits wieder einen positiven Aufwärtstrend mit einem starken Wachstum von +10.5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Ergebniserwartung für 2009 wurde klar erfüllt. Mit einem Nettoumsatz von -8.0 Prozent, bereinigt um Wechselkurseffekte, erreichte das Schweizer Unternehmen im Bereich hochwertiger Kosmetik ein besseres Wachstum als der Marktdurchschnitt. Der Nettoumsatz belief sich insgesamt auf CHF 375.2 Mio. Dirk Trappmann, CEO der La Prairie Group, rechnet dank einer starken Innovationspipeline und gezielter Markenkommunikation mit einem anhaltenden Wachstum in den kommenden Monaten.

„Das vergangene Jahr war ausgesprochen hart für das gesamte Luxussegment. Das Ergebnis der La Prairie Group liegt über den Erwartungen unseres revidierten Plans für 2009 – die Durchverkaufszahlen über dem Marktdurchschnitt. Für 2010 streben wir als La Prairie Group in einem leicht schrumpfenden Kosmetikmarkt wieder Wachstum an“, kommentiert Dirk Trappmann das Ergebnis.

Vier starke, selektive Marken

La Prairie lancierte mit grossem Erfolg die einzigartige Cellular Cream Platinum Rare. Zum ersten Mal in der Geschichte der Kosmetik verwendet La Prairie eines der edelsten und kostbarsten Metalle der Welt als Wirkstoff in der Gesichtspflege: Platin. La Prairie verzeichnete für 2009 insgesamt einen leichten Umsatzrückgang von -8.7 Prozent, erholte

sich aber im vierten Quartal mit einem zweistelligen Wachstum deutlich. Fragrances by La Prairie führte im Herbst 2009 drei erlesene Düfte der Life Threads Kollektion auf dem Markt ein und brillierte mit einer Umsatzsteigerung von +48.0 Prozent. 2009 war auch das Jahr des neuen JUVENA. Dank der preisgekrönten Repositionierung erzielte die Schweizer Traditionsmarke ein Wachstum von +11.5 Prozent und war damit eine der Marken mit dem grössten Wachstum im Kosmetikmarkt. „Bereits im ersten Jahr hat das neue JUVENA gleich drei international hochkarätige Auszeichnungen erhalten, unter anderem den europäischen Innovationspreis für die MasterCream und den red dot design award für das neue Verpackungsdesign“, sagt Dirk Trappmann. MARLIES MÖLLER beauty haircare schloss das Jahr nach einem starken Relaunch in 2008 den Erwartungen entsprechend ab. SBT Skin Biology Therapy wuchs um +1.4 Prozent, und setzte damit den positiven Trend des Vorjahres fort.

Die La Prairie Group ist international mit 11 Tochtergesellschaften in Europa (Schweiz, Deutschland, Österreich, Frankreich, Italien, Spanien), den USA, Asien (China, Japan, Korea) und Australien im selektiven Kosmetikmarkt vertreten. Das Unternehmen verkauft Produkte in über 70 Märkten weltweit. La Prairie Group steht für innovativste Marken mit höchstem Qualitätsstandard. Zur Gruppe gehören die vier Premiummarken Laboratoires La Prairie, JUVENA of Switzerland, MARLIES MÖLLER beauty haircare und SBT Skin Biology Therapy. Der Hauptsitz befindet sich in Zürich-Volketswil/Schweiz. Die La Prairie Group gehört zum Beiersdorf Konzern. Weitere Informationen finden Sie auf www.laprairiegroup.ch.

La Prairie Group
Public Relations
Industriestrasse 8
CH-8604 Volketswil

Yvonne Brunner
Tel. +41 44 947 82 52
yvonne.brunner@laprairiegroup.ch

la prairie
SWITZERLAND

JUVENA
OF SWITZERLAND

MARLIES
MÖLLER
beauty haircare

SBT Prof. Steinkraus
Research Laboratories
SKIN BIOLOGY THERAPY