



MEDIENMITTEILUNG / INVESTOR NEWS

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Solide Geschäftsentwicklung im ersten Semester 2026:

V-ZUG steigert Umsatz und verbessert Ergebnis im Halbjahr

Zug, 22. Juli 2026 – Die V-ZUG Gruppe steigert im ersten Halbjahr 2026 den Nettoerlös um 4.9 % auf CHF 284.5 Mio. und verbessert das Betriebsergebnis (EBIT) auf CHF 7.9 Mio. (Vorjahr: CHF 3.0 Mio.). Treiber dieser soliden Entwicklung in einem anhaltend volatilen Umfeld waren eine gute Geschäftsentwicklung im Heimmarkt Schweiz, insgesamt positive Impulse im internationalen Geschäft sowie die konsequente Umsetzung der geschärften Strategie, unterstützt durch die Initiativen «Simplify» und «Grow».

- Nettoerlös CHF 284.5 Mio. (CHF 271.2 Mio.); Wachstum 4.9 %, währungsbereinigt 5.2 %
- EBIT CHF 7.9 Mio. (CHF 3.0 Mio.); EBIT-Marge 2.8 % (1.1 %); Konzernergebnis CHF 6.9 Mio. (CHF 1.6 Mio.)
- Geldfluss aus Geschäfts- und Investitionstätigkeit CHF –32.0 Mio. (CHF –51.5 Mio.) bei robuster Eigenkapitalquote von 74.7 % (77.0 %)
- Schweiz: Nettoerlös CHF 240.9 Mio. (CHF 232.3 Mio.); erstarkte eigene Dynamik im Neu- und Ersatzgeschäft
- International: Nettoerlös CHF 43.7 Mio. (CHF 38.9 Mio.); Verbesserung im OEM-Bereich überkompensiert leicht tiefere Umsätze im Eigenmarkengeschäft
- Gezielter Sortimentsausbau, Vorstellung des Premium-Kochfeldkonzepts «CookTop V6000 Integra»
- Positive Geschäftsentwicklung auch im zweiten Halbjahr 2026 erwartet

** Angaben in Klammern: Resultate der Vergleichsperiode 2025 **

Der Nettoerlös der V-ZUG Gruppe wuchs im ersten Halbjahr 2026 auf CHF 284.5 Mio. und lag damit 4.9 % über der Vorjahresperiode (CHF 271.2 Mio.). Die Zunahme ist insbesondere auf stärkere Verkaufszahlen im Heimmarkt Schweiz sowie im nordamerikanischen OEM-Geschäft zurückzuführen. Währungsbereinigt nahm der Nettoerlös gesamthaft um 5.2 % zu.

«Der solide Start ins Jahr 2026 bestätigt uns darin, unsere geschärfte Strategie sowie unsere Initiativen für gezieltes Wachstum und weitere Effizienz- sowie Kostenoptimierungen konsequent voranzutreiben. Als Marktführer in der Schweiz und als Premiumanbieter international inspirieren wir Menschen weltweit mit unseren Geräten und Services für die Küche und das Zuhause», so Christoph Kilian, CEO V-ZUG.

Die geschärfte Unternehmensstrategie fusst auf dem etablierten und verantwortungsvollen Geschäftsmodell sowie auf den zentralen Stärken von V-ZUG – Schweizer Präzision, Qualität, Design und Langlebigkeit. Ziel ist es, die Führungsposition im Heimmarkt zu festigen und das internationale Premiumgeschäft insbesondere in den Fokushäusern Deutschland, China, Australien und dem Vereinigten Königreich profitabel auszubauen. Dazu setzt V-ZUG auf ein differenziertes Produktportfolio, gezielte Innovationen und operative Disziplin. Zur Umsetzung treibt das Unternehmen die Initiativen «Simplify» für Effizienz- und Kostenoptimierung sowie «Grow» für fokussiertes Wachstum voran.



Solides Wachstum im Heimmarkt, regionale Unterschiede international

Im ersten Halbjahr 2026 wuchs der Nettoerlös im **Markt Schweiz** um 3.7 % auf CHF 240.9 Mio. (Vorjahr: CHF 232.3 Mio.). In einem gesamthaft leicht wachsenden Haushaltsgerätemarkt konnte V-ZUG die Führungsrolle im Heimmarkt stärken. Treiber dieser positiven Entwicklung waren eine erhöhte eigene Dynamik im Neu- und Ersatzgeschäft, gezielte verkaufsfördernde Massnahmen sowie Investitionen in den Markenauftritt als Schweizer Hersteller. Impulse im Bereich Gebäudesanierungen und energetische Erneuerungen im Rahmen der Änderungen beim Eigenmietwert dürften sich mittelfristig ebenfalls positiv auf den Geschäftsverlauf auswirken.

Das 2025 eingeführte Partnermodell zur differenzierten Zusammenarbeit mit den Handelspartnern und einem verstärkten Fokus auf Markenpräsentation, Beratungs- sowie Servicequalität ist erfolgreich etabliert. Im Projektgeschäft hat sich die Neuausrichtung mit intensiver Betreuung bewährt und das Kunden- und Serviceerlebnis mit branchenweit führenden Reaktionszeiten und Ersterledigungsraten im Kundendienst konnte auf hohem Niveau bestätigt werden.

Das **internationale Geschäft** war geprägt von einem anhaltend anspruchsvollen Umfeld und regional unterschiedlichen Entwicklungen. Der Nettoerlös im ersten Semester 2026 belief sich auf CHF 43.7 Mio. (Vorjahr: CHF 38.9 Mio.), was einer Zunahme von 12.3 % entspricht.

Das Eigenmarkengeschäft entwickelte sich mit einem Nettoerlös von CHF 28.6 Mio. leicht rückläufig (Vorjahr: CHF 30.2 Mio.). Um diesen Bereich zu stärken, hat V-ZUG einzelne Vertriebsstrukturen angepasst und zielgerichtet in die internationale Präsenz investiert, etwa mit einem eigenen Auftritt am Salone del Mobile in Mailand. Im Fokusmarkt China hat V-ZUG zudem mit dem Ausbau eines partnerbasierten Retailgeschäfts begonnen. Die schrittweise Eröffnung zusätzlicher Verkaufspunkte in ausgewählten Metropolen ist für das zweite Halbjahr geplant. Zudem wurde die Verkaufsorganisation im Wachstumsmarkt Deutschland gestärkt.

Im OEM-Geschäft in Nordamerika stieg der Nettoerlös auf CHF 15.0 Mio. (Vorjahr: CHF 8.6 Mio.). Damit konnte der leichte Umsatzrückgang im Eigenmarkengeschäft überkompensiert werden.

Verbessertes Betriebsergebnis und Effizienzgewinne

Das Betriebsergebnis (EBIT) verbesserte sich auf CHF 7.9 Mio. (Vorjahr: CHF 3.0 Mio.). Die Bruttogewinn-Marge konnte dank höheren Verkaufsvolumen und Effizienzgewinnen von 35.8 % auf 36.7 % gesteigert werden. Dem Materialkostendruck in einzelnen Warengruppen konnte mit operativer Disziplin und stringentem Kostenmanagement entgegengewirkt werden. Mit der strategischen Initiative «Simplify» wurden zudem weitere Prozessautomatisierungen realisiert und Optimierungen weiterer Produktionsschritte in der vertikalen Fabrik am Standort Zug erzielt.

Die Strukturkosten stiegen leicht auch aufgrund zukunftsorientierter Investitionen in zusätzliche Marketing- und umsatzwirksame Massnahmen. Das Finanzergebnis ist aufgrund von positiven Währungseffekten um CHF 1.6 Mio. höher als im Vorjahr ausgefallen. Das Konzernergebnis belief sich auf CHF 6.9 Mio. (Vorjahr: CHF 1.6 Mio.).

Der Geldfluss aus Geschäfts- und Investitionstätigkeit lag bei CHF –32.0 Mio. (Vorjahr: CHF –51.5 Mio.). Die Bilanz bleibt solide: Die Eigenkapitalquote beträgt 74.7 % (Vorjahr: 77.0 %), die flüssigen Mittel belaufen sich auf CHF 42.4 Mio. (Vorjahr: CHF 34.0 Mio.). Per erstes Halbjahr 2026 besteht eine Kreditfinanzierung von CHF 20.0 Mio. (Vorjahr: CHF 10.0 Mio.), dies im Rahmen einer in der Berichtsperiode langfristig gesicherten grösseren Kreditlinie. Diese dient im Wesentlichen zur Deckung der saisonbedingten Schwankungen im Geldfluss und zur Finanzierung des neuen Büro- und Laborgebäudes «Zephyr West» am Hauptsitz in Zug.



Innovationen, Portfolioausbau und Kreislaufwirtschaft

Mit gezielten Innovationen und Neulancierungen über alle Kategorien hinweg hat V-ZUG das Produktportfolio entlang relevanter Markt-, Design- und Lifestyle-Trends ausgebaut. Exemplarisch dafür steht das am Salone del Mobile in Mailand präsentierte Kochfeldkonzept «CookTop V6000 Integra»: Mit einer monolithischen Oberfläche setzt dieses neue Massstäbe im Premiumsegment. Die Markteinführung ist für 2027 vorgesehen. Das Portfolio wurde zudem in den Kühl-, Spül- und Lüftungskategorien selektiv mit Lösungen für den Retailbereich und das Projektgeschäft ergänzt.

Mit der Adora Circular Edition hat V-ZUG erstmals eine Waschmaschine hergestellt, die dank über 30 wiederverwendeten Komponenten den Material-Fussabdruck halbiert – bei gleichbleibender Leistung und Qualität. Das Engagement von V-ZUG im Bereich der Kreislaufwirtschaft unterstreicht zudem die mit dem Schweizer Recyclingspezialisten Thommen im Aufbau befindliche Demontagelinie für sortenreine Materialströme aus Waschmaschinen.

Ausblick

V-ZUG rechnet im zweiten Halbjahr mit einer weiterhin unsicheren gesamtwirtschaftlichen Lage, anhaltenden geopolitischen Spannungen sowie Volatilität in den Beschaffungs- und Logistikmärkten. Hinzu kommen aufkeimende Inflationstendenzen sowie das Risiko weiterer Kostensteigerungen etwa bei Speicherbauteilen durch den KI-getriebenen Nachfrageboom.

Mit den strategischen Initiativen «Simplify» und «Grow» treibt V-ZUG gezielte Massnahmen zur Ergebnis- und Umsatzverbesserung weiter voran, auch mit Wirkung über das Jahr 2026 hinaus. Auf dieser Grundlage erwartet V-ZUG im zweiten Halbjahr 2026 eine weiterhin positive Geschäftsentwicklung. Voraussetzung dafür ist, dass sich die genannten externen Einflussfaktoren nicht wesentlich verschlechtern und nicht nachteilig auf den Geschäftsgang auswirken.

An den mittelfristigen Zielen hält V-ZUG unverändert fest. Das Unternehmen strebt weiterhin ein durchschnittliches Umsatzwachstum von 3 % pro Jahr an und hat die Ambition, eine Profitabilität von rund 10 % zu erreichen.

Kennzahlen per 30. Juni

in Mio. CHF	H1/2026	H1/2025	△
Gruppe			
Nettoerlös	284.5	271.2	4.9 %
Währungsbereinigt			5.2 %
EBITDA	24.3	19.4	25.0 %
EBITDA in % vom Nettoerlös	8.5 %	7.2 %	130 bp
Betriebsergebnis (EBIT)	7.9	3.0	160.2 %
EBIT in % vom Nettoerlös	2.8 %	1.1 %	170 bp
Konzernergebnis	6.9	1.6	335.8 %
Konzernergebnis in % vom Nettoerlös	2.4 %	0.6 %	180 bp
Geldfluss aus Geschäfts- und Investitionstätigkeit	–32.0	–51.5	37.7 %
Flüssige Mittel	42.4	34.0	24.7 %
Bilanzsumme	650.8	622.7	4.5 %
Eigenkapital	486.2	479.6	1.4 %
Eigenkapital in % der Bilanzsumme	74.7 %	77.0 %	–230 bp
Anzahl Mitarbeitende (FTE)	2 037	2 073	–1.7 %



Weitere Informationen und Material zum Download:

- [Halbjahresbericht 2026](#)
- [V-ZUG Media Corner](#)
- [Definition der Alternativen Performance-Kennzahlen](#)
- [Bildmaterial CEO V-ZUG](#)
- [Bildmaterial V-ZUG «CookTop V6000 Integra»](#)

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an investorrelations@vzug.com bzw. media.office@vzug.com.

Adrian Ineichen
CFO
Telefon: +41 58 767 60 03

Markus Abt
Head of Corporate Communications & Investor Relations
Telefon: +41 79 690 99 96

Finanzkalender V-ZUG:

16. September 2026	Investora Zürich
04. März 2027	Publikation Jahresergebnis 2026
21. April 2027	Ordentliche Generalversammlung
21. Juli 2027	Publikation Halbjahresergebnis 2027

Über die V-ZUG Gruppe

Schweizer Perfektion für zuhause. Seit 1913.

V-ZUG ist die führende Schweizer Marke für Haushaltapparate und vermarktet ihre Produkte auch in ausgewählten Märkten im Ausland. Seit über 110 Jahren entwickelt und produziert V-ZUG in der Schweiz Apparate für Küche und Waschaum und bietet in allen ihren Märkten einen umfassenden Service. Die SIBIRGroup, mit Fokus auf die schweizweite Erbringung von Allmarkenservice und Handel von Haushaltapparaten, ist ein weiterer Teil der V-ZUG Gruppe. Mit ihren rund 2 000 Mitarbeitenden erwirtschaftete die V-ZUG Gruppe 2025 einen Jahresumsatz von CHF 567.4 Millionen.

Die V-ZUG Holding AG ist im Swiss Reporting Standard der SIX Swiss Exchange, Zürich, kotiert und im Swiss Performance Index (SPI) vertreten (Valorennummer 54 248 374, ISIN CH0542483745, Ticker-Symbol VZUG).

Rechtliche Anmerkungen

Die in der vorliegenden Ad hoc-Mitteilung geäusserten Erwartungen beruhen auf Annahmen. Die effektiven Ergebnisse können von diesen Annahmen abweichen. Diese Ad hoc-Mitteilung erscheint in Deutsch und Englisch. Die deutsche Version ist bindend. Die V-ZUG Holding AG bearbeitet personenbezogene Daten unter Einhaltung ihrer Datenschutzerklärung, verfügbar unter www.vzug.com/privacy-statement.