



Presseinformation

Wolford gibt Ergebnisse des 1. Quartals 2014/15 bekannt

- Deutlich verbesserte Ergebnisse und Rückkehr in die Gewinnzone
- Umsatz leicht unter Vorjahr
- Sehr solide Bilanzstruktur
- Erste Resultate der strategischen Refokussierung am Markt sichtbar
- Primäres Ziel für das Geschäftsjahr 2014/15: Operativer Turnaround

Wien/Bregenz, 12. September 2014. Die an der Wiener Börse notierte Wolford AG kehrte im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres (Mai bis Juli 2014) in die Gewinnzone zurück. Bei einem leichten Umsatzrückgang um 1,1 % bzw. 0,37 Mio. € auf 31,91 Mio. € konnte sowohl das EBIT von -5,18 Mio. € auf +3,02 Mio. € als auch das um nicht wiederkehrende Aufwendungen und Erträge bereinigte EBIT von -5,18 Mio. € auf -0,17 Mio. € jeweils signifikant verbessert werden. Zusätzlich hat das Unternehmen erstmals in den saisonal bedingt eher schwachen Monaten Mai bis Juli einen Nettogewinn von 1,49 Mio. € erwirtschaftet (Q1 2013/14: -4,35 Mio. €). Der leichte Umsatzrückgang ist im Wesentlichen auf die bereits umgesetzte Schließung unprofitabler Vertriebsstandorte und die erwartungsgemäß vom Markt nur verhalten angenommene Trendkollektion Frühjahr-Sommer 2014 zurückzuführen. Die deutlichen Ergebnissteigerungen resultieren aus konsequenten Optimierungsmaßnahmen und Sondereffekten. Oberstes Ziel von Wolford im laufenden Geschäftsjahr 2014/15 ist der operative Turnaround mit einem positiven EBIT. „Unser Wachstum muss nachhaltig profitabel sein. Darauf sind unsere Refokussierungsmaßnahmen ausgerichtet, mit denen wir gut vorankommen, wie das erste Quartal zeigt“, sagt Wolford Vorstandssprecher Axel Dreher.

Weiteres Wachstum im Retail-Geschäft, regionale Entwicklung jedoch uneinheitlich

Umsatzseitig positiv entwickelte sich erneut das eigene Retail-Geschäft, das den Umsatz um 1 % gegenüber der Vorjahresperiode steigern konnte. Mit einem Umsatzwachstum von 29 % zeigte vor allem das Online Business eine sehr gute Entwicklung. Hingegen wies das Wholesale-Geschäft mit -4 % wiederum einen Rückgang aus, der jedoch im Vergleich zu den Vorquartalen weiter reduziert werden konnte. Die regionale Umsatzentwicklung bietet im 1. Quartal des laufenden Geschäftsjahres ein uneinheitliches und von den Standortschließungen beeinflusstes Bild. In den USA, Österreich, der Schweiz, Belgien sowie Zentral- und Osteuropa verzeichnete Wolford Umsatzrückgänge, leichtes Wachstum zeigten dagegen Deutschland und die Niederlande. In Großbritannien und Skandinavien sank der Umsatz zwar insgesamt, konnte jedoch flächenbereinigt im eigenen Retail-Geschäft ebenfalls gesteigert werden. Während der Umsatz in Frankreich stabil blieb, wurden in Italien und Spanien starke Zuwächse erwirtschaftet. Im Wachstumsmarkt Asien konnten erneut deutlich zweistellige Umsatzsteigerungen erzielt werden, vor allem durch die Eröffnung neuer Standorte und den Ausbau des Partnergeschäfts.

Deutlich verbesserte operative Ergebnisse und erstmals ein Nettogewinn im 1. Quartal

Wolford konnte in den saisonal bedingt eher schwachen Monaten Mai bis Juli erstmals ein positives Nettoergebnis ausweisen und starke operative Ergebnissteigerungen erwirtschaften. „Die deutliche Verbesserung des bereinigten EBIT von -5,18 Mio. € auf -0,17 Mio. € ist auf den Verkauf einer Mietrechtsoption für einen Vertriebsstandort in der Schweiz aber auch weitere Einsparungen im operativen Bereich, insbesondere bei den Personalkosten, zurückzuführen“, erläutert Finanzvorstand Thomas Melzer. Durch die Veräußerung eines nicht

betriebsnotwendigen Grundstücks mit einem Nettoerlös von 6,71 Mio. € ist zusätzlich ein Buchgewinn von 3,37 Mio. € entstanden, wodurch sich das EBIT von -5,18 Mio. € auf +3,02 Mio. € und das Ergebnis nach Steuern von -4,35 Mio. € auf +1,49 Mio. € deutlich verbessert hat.

Sehr solide Bilanzstruktur

Die Vermögens- und Kapitalstruktur der Wolford AG zeigt sich zum Stichtag 31. Juli 2014 weiter optimiert und sehr solide. So weist die Wolford Gruppe ein Eigenkapital von 75,99 Mio. € (31.07.13: 73,72 Mio. €) aus. Die Eigenkapitalquote belief sich auf 53 % (31.07.13: 50 %) und der Verschuldungsgrad (Gearing Ratio) lag bei 24 % (31.07.13: 39 %).

Positive Auswirkungen der strategischen Refokussierung am Markt sichtbar

Nach dem 1. Quartal 2014/15 kann Wolford in allen wesentlichen Bereichen der strategischen Refokussierung Fortschritte vorweisen. „Die erste, in diesem Sinne völlig neu ausgerichtete Kollektion Herbst-Winter 2015/16 wird im Januar 2015 dem Markt vorgestellt werden und wir sind zuversichtlich, dass sie bei Partnern und Kundinnen weltweit großen Anklang findet“, zeigt sich Axel Dreher optimistisch. Interne Prozesse und Strukturen wurden optimiert, um das hohe Innovationspotenzial des Unternehmens noch stärker zu nutzen, was innovative und neu am Markt eingeführte Produkte wie die PURE 50 Tights und die Sheer Touch Lingerie Serie zeigen. Gleichzeitig werden die Marketingaktivitäten laufend ausgebaut und der „Unforgettable Touch of Wolford“ ist seit Juli auch in einer neuen, emotionalen Bildsprache an den Verkaufspunkten erlebbar. „Viele berühmte Persönlichkeiten sind Fans der Marke Wolford – eine Tatsache, die wir künftig stärker kommunizieren werden“, fügt Axel Dreher hinzu.

Weitere Neueröffnungen geplant, Vernetzung der Vertriebskanäle

Wolford wird auch weiterhin eigene Standorte in strategisch wichtigen Städten und Top-Lagen, wie aktuell in Barcelona und New York, eröffnen. Die Dynamik und das Wachstumspotenzial des Online-Geschäfts will das Unternehmen nutzen, indem die einzelnen Vertriebskanäle künftig stärker miteinander vernetzt werden. Die Aktivitäten zur Stärkung des Wholesale-Geschäfts sollen fortgesetzt und der Anteil an selbst bewirtschafteten Flächen im Handel weiter ausgebaut werden.

Primäres Ziel für das Geschäftsjahr 2014/15: Operativer Turnaround

Auf Basis der initiierten und teilweise umgesetzten Maßnahmen hat der Vorstand der Wolford AG den operativen Turnaround als oberste Priorität für das Geschäftsjahr 2014/15 definiert. Auf dem Weg zur Erreichung eines positiven operativen Ergebnisses (EBIT) wurden in den ersten Monaten deutliche Fortschritte erzielt. Seit Verfügbarkeit der Herbst-Winter-Kollektion 2014/15 in den Shops und Wirksamwerden der intensivierten Marketingaktivitäten zeigt sich umsatzseitig ein Aufwärtstrend. Sollte sich dieser Trend fortsetzen, sieht Wolford nicht nur ergebnisseitig, sondern auch in der Umsatzentwicklung einem erfolgreichen Geschäftsjahr entgegen.

Der Bericht zum 1. Quartal 2014/15 ist unter company.wolford.com, Rubrik Investor Relations abrufbar.

http://company.wolford.com/wp-content/uploads/2014/09/Wolford_Q1-Bericht_2014_15.pdf

Rückfragehinweis:

Axel Dreher (Sprecher des Vorstandes)

Thomas Melzer (Finanzvorstand)

+43 (0) 5574 690-1268 (IR)

investor@wolford.com | company.wolford.com

Wolford Gruppe in Zahlen

Ertragskennzahlen		1. Quartal 05 - 07/14	1. Quartal 05 - 07/13	Vdg. in %	2013/14
Umsatz	in Mio. €	31,91	32,28	-1	155,87
EBITDA bereinigt ¹⁾	in Mio. €	1,94	-3,19	>100	7,11
EBIT bereinigt ¹⁾	in Mio. €	-0,17	-5,18	+97	-0,97
EBIT	in Mio. €	3,02	-5,18	>100	-4,72
Ergebnis vor Steuern	in Mio. €	2,79	-5,49	>100	-5,89
Ergebnis nach Steuern	in Mio. €	1,49	-4,35	>100	-2,81
Investitionen	in Mio. €	2,07	1,40	+48	7,87
Free Cashflow	in Mio. €	-1,03	-12,82	+92	-0,97
Mitarbeiter (im Durchschnitt)	FTE	1.555	1.564	-1	1.562

Bilanzkennzahlen		31.07.2014	31.07.2013	Vdg. in %	30.04.2014
Eigenkapital	in Mio. €	75,99	73,72	+3	74,38
Nettoverschuldung	in Mio. €	17,95	28,80	-38	17,04
Working Capital	in Mio. €	38,11	43,26	-12	33,72
Bilanzsumme	in Mio. €	142,54	147,96	-4	138,12
Eigenkapitalquote	in %	53	50	-	54
Gearing	in %	24	39	-	23

1) bereinigt um nicht wiederkehrende Erträge von 3,37 Mio. € und nicht wiederkehrende Aufwendungen von 0,19 Mio. € im Q1 2014/15

Über die Wolford AG

Die Wolford AG mit Hauptsitz in Bregenz am Bodensee (Österreich) unterhält 16 Tochtergesellschaften und vertreibt ihre Produkte in rund 60 Ländern über 270 Monobrand-Verkaufsstandorte (eigene und partnergeführte), ca. 3.000 Handelspartner und online. Das seit 1995 an der Wiener Börse notierte Unternehmen erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2013/14 (1. Mai 2013 – 30. April 2014) mit rund 1.560 Beschäftigten einen Umsatz von 155,87 Mio. €. Seit Gründung im Jahr 1950 entwickelte sich Wolford zur weltweit führenden Herstellermarke für luxuriöse Strümpfe, exklusive Lingerie und hochwertige Bodywear.