



13.Mär 2015

9-Monatsbericht / Bericht zum dritten Quartal

Wolford meldet positive Ergebnisse für die ersten neun Monate 2014/15

- **Positives Netto-Ergebnis**
- **Umsatz leicht unter Vorjahr**
- **Strategische Refokussierung auf gutem Weg**
- **Vorstandsteam seit 7. Januar komplett**
- **Ziele für das Gesamtjahr bestätigt**

Wien/Bregenz, 13. März 2015: Die an der Wiener Börse notierte Wolford AG konnte in den ersten neun Monaten ein positives Netto-Ergebnis in Höhe von 4,5 Mio. EUR erzielen. Der Umsatz ging gegenüber dem Vorjahr leicht um 1,9% auf 121,1 Mio. EUR zurück. Das operative Ergebnis (EBIT) stieg um knapp 5 Mio. EUR von 2,2 Mio. EUR auf 7,1 Mio. EUR. Auch das um nicht wiederkehrende Aufwendungen und Erträge bereinigte EBIT verbesserte sich von 2,8 Mio. EUR auf 4,1 Mio. EUR. Hintergrund der schwächeren Umsatzentwicklung in den ersten neun Monaten sind die bereits umgesetzten Schließungen unprofitabler Vertriebsstandorte sowie die bekannt schwierigen Rahmenbedingungen im zweiten Quartal. Im dritten Quartal lag der Umsatz hingegen auf Vorjahreshöhe. Die deutlichen Ergebnissteigerungen resultieren aus konsequenten Optimierungsmaßnahmen und Sondereffekten. Für das laufende Geschäftsjahr bestätigt das Management das Ziel des operativen Turnarounds mit einem positiven EBIT.

Umsatz im dritten Quartal auf Vorjahresniveau

Einem relativ schwachen zweiten Quartal und einem ebenfalls rückläufigen November folgte ein erfreuliches Weihnachtsgeschäft: Im Dezember stiegen die Umsätze im Vergleich zum Vorjahresmonat um 4%. Auch im Januar konnte Wolford noch einen Umsatzzuwachs in Höhe von 2% verzeichnen. Das EBIT im dritten Quartal lag mit 3,9 Mio. EUR leicht unter dem Vorjahresniveau (4,5 Mio. EUR.), was vor allem auf höhere Miet- und Marketingaufwendungen zurückzuführen ist.

Stabiles Retail-Geschäft

Spürbare Auswirkungen auf die Umsatzentwicklung hatte die Schließung von mehr als zwanzig unprofitablen Vertriebsstandorten im vergangenen und laufenden Geschäftsjahr. Ihr Wegfall bewirkte in den ersten neun Monaten einen negativen Umsatzeffekt von 4,7 Mio. EUR. Dennoch konnte Wolford die Umsätze im eigenen Retail-Geschäft im Berichtszeitraum auf Vorjahresniveau halten. Das eigene Online-Geschäft von Wolford wies erneut ein deutliches Umsatzplus von 17% auf.

Dagegen verzeichnete das Wholesale-Geschäft einen Rückgang von 4%. Hintergrund waren Probleme einzelner Handelspartner ebenso wie die Folgen der Ukraine Krise und des schwachen Rubels. Das Ausbleiben russischer Touristen wirkt sich inzwischen auch spürbar negativ auf das Geschäft in den europäischen Metropolen aus. Positive Auswirkungen auf den Umsatz hat indes die Aufwertung von US-Dollar, Britischem Pfund und Schweizer Franken gegenüber dem Euro. Der Effekt dieser Wechselkursänderungen beläuft sich für die ersten neun Monate auf 1,2 Mio. Euro.

Regionale Umsatzentwicklung uneinheitlich

Regional war die Umsatzentwicklung in den ersten neun Monaten 2014/15 unterschiedlich, zum Teil auch infolge der Schließung einzelner Vertriebsstandorte. Rückgänge zeigten die für Wolford bedeutenden Märkte Deutschland (-5%), Österreich (-6%) und Frankreich (-5%). Vor allem in Deutschland litt der Modehandel monatelang unter spürbarer Kaufzurückhaltung -er meldete 21 Wochen in Folge zum Teil zweistellige Umsatzrückgänge, unterbrochen nur durch zwei Wochen mit Zuwächsen.

Im größten Markt USA war das Geschäft in den ersten neun Monaten zwar leicht rückläufig(-2%), stabilisierte sich zuletzt aber. In Italien (+10%) und Spanien(+10%) lagen die Umsätze klar im Plus, auch Großbritannien verzeichnete Zuwächse (+4%). Bedingt durch die Ukraine-Krise kam es in Zentral- und Osteuropa zu einem deutlichen Umsatzrückgang (-21%). Im asiatischen Markt konnte Wolford den Umsatz um 13% steigern, was auf die Eröffnung neuer eigener und partnergeführter Standorte sowie flächenbereinigtes Wachstum zurückzuführen war.

Positive operative Ergebnisse und solide Bilanzstruktur

Positiv entwickelten sich in den ersten neun Monaten die Ergebnisse: das bereinigte EBIT stieg von 2,8 Mio. EUR auf 4,1 Mio. EUR, unter anderem dank des Verkaufs einer Mietrechtsoption. "Dieses Ergebnis ist aber auch konsequenten Optimierungsmaßnahmen zu verdanken. Allein durch die Neuorganisation von Prozessen in Produktentwicklung, Produktion und Logistik konnten wir in den ersten neun Monaten Einsparungen in Höhe von 1,8 Mio. EUR realisieren", erläutert Finanzvorstand Thomas Melzer. Durch die Veräußerung eines nicht betriebsnotwendigen Grundstücks ist zusätzlich ein Buchgewinn von 3,4 Mio. EUR entstanden,

wodurch sich das EBIT um fast 5 Mio. EUR von 2,2 Mio. EUR auf 7,1 Mio. EUR verbessert hat. Das Ergebnis nach Steuern stieg auf 4,5 Mio. EUR nach 1,7 Mio. EUR im Jahr davor.

Die Vermögens- und Kapitalstruktur der Wolford Gruppe zeigt sich weiterhin sehr solide. Zum Bilanzstichtag 31. Januar 2015 betrug das Eigenkapital der Wolford Gruppe 79,2 Mio. EUR (31.1.2014: 79,0 Mio. EUR). Die Eigenkapitalquote erreichte 53% nach 55% im Jahr davor, der Verschuldungsgrad (Gearing) errechnet sich mit 20% (31.1.2014: 19 %).

Strategische Refokussierung auf gutem Weg / Vorstandsteam komplett

Wolford macht weiter signifikante Fortschritte bei der Umsetzung der strategischen Refokussierung. So hat das Unternehmen kürzlich einen wichtigen Meilenstein auf dem Weg der Neuausrichtung des Produktportfolios erreicht: "Die Ende Januar vorgestellte Herbst/Winter-Kollektion 2015/16 stieß auf sehr positive Resonanz beim Fachpublikum", freut sich Axel Dreher, stellvertretender Vorstandsvorsitzender.

Den bekannten Schließungen unprofitabler Vertriebsstandorte steht auch eine Reihe von Neueröffnungen in strategisch wichtigen Städten gegenüber. Zu den neuen eigenen Standorten beispielsweise in Barcelona, Florenz und Frankfurt zählt seit Anfang März auch ein neuer Flagship-Store in der Münchner Weinstraße. In exklusiver Lage zeigt Wolford hier auf rund 100 m² Verkaufsfläche seine komplette Produktpalette.

Seit dem 7. Januar ist das Vorstandsteam von Wolford wieder komplett - mit Ashish Sensarma als neuem Vorstandsvorsitzendem, verantwortlich für die Bereiche Marketing und Vertrieb. Der Vorstand ist sich einig, dass Wolford in diesen Bereichen künftig noch eine weitaus schlagkräftigere Aufstellung braucht. "Das bedeutet auch, dass wir unsere starken Assets, allen voran die eigenen Vertriebsstandorte, künftig deutlich besser nutzen müssen", so Ashish Sensarma, Vorsitzender des Vorstands. Dazu gehört unter anderem eine weitere Aufwertung der Schaufenster und die Optimierung des Visual Merchandisings.

Bestätigtes Ziel für das Geschäftsjahr 2014/15

Der Vorstand bestätigt auf Basis der Neun-Monats-Ergebnisse das Ziel, das laufende Geschäftsjahr mit einem positiven EBIT abzuschließen. 2014/15 ist ein Jahr des Übergangs, die Transformation des Unternehmens ist in vollem Gange. Die außerordentlichen Erträge sowie die Mittel aus erzielten Kosteneinsparungen durch Prozessoptimierungen werden zielgerichtet in Produktentwicklung, Vertrieb und Marketing investiert, um die Grundlagen für künftiges Wachstum zu legen.

Der Bericht zum 3. Quartal 2014/15 ist unter company.wolford.com, Rubrik Investor Relations abrufbar. http://company.wolford.com/wp-content/uploads/2015/03/Wolford_Q3-Bericht_2014_15.pdf

Ertragskennzahlen		9 Monate 05/14 – 01/15	9 Monate 05/13 – 01/14	Vdg. in %	2013/14
Umsatz	in Mio. €	121,13	123,42	-2	155,87
EBITDA bereinigt ¹⁾	in Mio. €	10,49	8,68	+21	7,11
EBIT bereinigt ¹⁾	in Mio. €	4,09	2,80	+46	-0,97
EBIT	in Mio. €	7,08	2,16	>100	-4,72
Ergebnis vor Steuern	in Mio. €	6,39	1,26	>100	-5,89
Ergebnis nach Steuern	in Mio. €	4,46	1,74	>100	-2,81
Investitionen	in Mio. €	8,24	6,06	+36	7,87
Free Cashflow	in Mio. €	0,79	0,92	-14	-0,97
Mitarbeiter (im Durchschnitt)	FTE	1.567	1.563	0	1.562

Bilanzkennzahlen		31.01.2015	31.01.2014	Vdg. in %	30.04.2014
Eigenkapital	in Mio. €	79,22	78,95	0	74,38
Nettoverschuldung	in Mio. €	15,76	15,16	+4	17,04
Working Capital	in Mio. €	39,14	35,95	+9	33,72
Bilanzsumme	in Mio. €	150,51	144,72	+4	138,12
Eigenkapitalquote	in %	53	55	-4	54
Gearing	in %	20	19	+5	23

1) bereinigt um nicht wiederkehrende Erträge von 3,37 Mio. € und nicht wiederkehrende Aufwendungen von 0,38 Mio. € in den ersten 9 Monaten 2014/15