



HALBJAHRESFINANZBERICHT 2013/14

(MAI - OKTOBER 2013)

# Wolford Gruppe in Zahlen

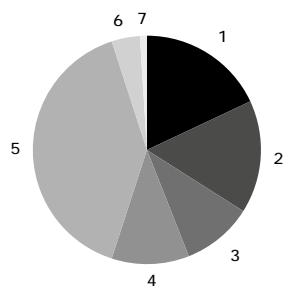
Ertragskennzahlen		1. Halbjahr 05 - 10/13	1. Halbjahr 05 - 10/12 <sup>1)</sup>	Vdg. in %	2012/13
Umsatz	in Mio. €	74,81	76,59	-2	156,47
EBITDA	in Mio. €	1,64	4,01	-59	7,90
EBIT	in Mio. €	-2,29	-0,09	>100	-0,91
Ergebnis vor Steuern	in Mio. €	-2,90	-0,65	>100	-2,25
Ergebnis nach Steuern	in Mio. €	-1,96	-0,59	>100	-2,76
Investitionen	in Mio. €	4,42	3,16	+40	6,03
Free Cashflow	in Mio. €	-9,64	-7,98	-21	0,48
Mitarbeiter (im Durchschnitt)	FTE	1.562	1.611	-3	1.606

Bilanzkennzahlen		31.10.2013	31.10.2012 <sup>1)</sup>	Vdg. in %	30.04.2013
Eigenkapital	in Mio. €	75,90	81,46	-7	78,15
Nettoverschuldung	in Mio. €	25,38	24,13	+5	15,73
Working Capital	in Mio. €	42,74	46,35	-8	38,26
Bilanzsumme	in Mio. €	150,91	156,56	-4	142,32
Eigenkapitalquote	in %	50	52	-	55
Gearing	in %	33	30	-	20

Börsekennzahlen		05 - 10/13	05 - 10/12 <sup>1)</sup>	Vdg. in %	2012/13
Ergebnis je Aktie	in €	-0,40	-0,12	>100	-0,56
Höchstkurs der Aktie	in €	22,77	28,90	-21	28,90
Tiefstkurs der Aktie	in €	17,80	23,41	-24	20,53
Ultimokurs der Aktie	in €	19,66	25,01	-21	20,62
Gewichtete Aktienanzahl	in Tsd.	4.900	4.900	0	4.900
Ultimo Börsekapitalisierung	in Mio. €	98,30	125,03	-21	103,08

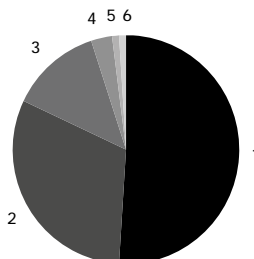
1) Anpassung aufgrund vorzeitiger Anwendung von IAS 19 (revised).

## UMSATZ NACH MARKT



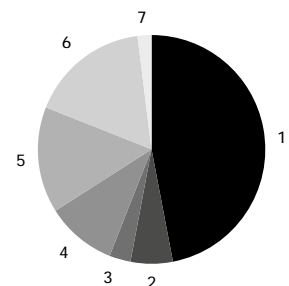
- 1 Nordamerika 18 %
- 2 Deutschland 16 %
- 3 Frankreich 10 %
- 4 Österreich 11 %
- 5 Restliches Europa 40 %
- 6 Asien/Ozeanien 4 %
- 7 Restliche Welt 1 %

## UMSATZ NACH PRODUKTGRUPPE



- 1 Legwear 51 %
- 2 Ready-to-wear 31 %
- 3 Lingerie 13 %
- 4 Accessories 3 %
- 5 Swimwear 1 %
- 6 Handelsware 1 %

## UMSATZ NACH DISTRIBUTION



- 1 Boutiquen 47 %
- 2 Concession-Shop-in-Shops 6 %
- 3 Online Business 3 %
- 4 Factory Outlets 10 %
- 5 Kauf- und Warenhäuser 15 %
- 6 Fachhandel 17 %
- 7 Private Label 2 %

# Inhalt



Wolford Gruppe in Zahlen .....	2
Brief des Vorstandsvorsitzenden .....	4
Strategische Refokussierung .....	5
Lagebericht .....	8
Konzernzwischenabschluss (IFRS) .....	10
Erläuterungen zum Halbjahresabschluss .....	14
Erklärung der gesetzlichen Vertreter .....	19
Finanzkalender .....	19
Informationen zu Unternehmen und Aktie .....	19
Standorte der Wolford AG .....	18

Aus der Wolford Spring/Summer Collection 2014: Shirin Dress, Marchesa Tights

# Brief des Vorstandsvorsitzenden



Holger Dahmen, Vorstandsvorsitzender der Wolford AG

Sehr geehrte Aktionäre, geschätzte Damen und Herren,

Herausforderndes erstes Halbjahr mit Zuwächsen im Retail-Geschäft und Rückgängen im Wholesale-Bereich

Das Unternehmen blickt im laufenden Geschäftsjahr auf ein sehr herausforderndes erstes Halbjahr zurück. Die Monate Mai bis Oktober 2013 wurden mit einem Umsatzrückgang von 2,3% auf 74,81 Mio. € und einem EBITDA von 1,64 Mio. € nach 4,01 Mio. € im Vorjahr abgeschlossen. Das EBIT belief sich auf -2,29 Mio. € (Vorjahr: -0,09 Mio. €). Währungsbereinigt betrug der Umsatzrückgang vergleichsweise geringe 0,7%. Negative Währungseffekte resultierten vor allem aus dem schwächeren US-Dollar und dem Britischen Pfund. Während wir den Umsatz in eigenen Retail-Standorten um 5% steigern konnten (währungsbereinigt +7%) und insbesondere die Online Shops erfreuliche Zuwächse von 20% erzielten, zeigte sich der Handel in der Berichtsperiode neuerlich zurückhaltend, was zu deutlichen Umsatzrückgängen von 11% im Wholesale-Bereich und einer insgesamt negativen Umsatz- und Ergebnisentwicklung führte. Diese Tendenz hat sich auch im zweiten Quartal fortgesetzt, weshalb in den Monaten August bis Oktober der Umsatz mit 42,53 Mio. € (Vorjahr: 43,51 Mio. €) und das EBIT mit 2,89 Mio. € (Vorjahr: 2,92 Mio. €) unter unseren Erwartungen lagen.

Bilanzkennzahlen nach wie vor solide

Die Bilanzkennzahlen der Wolford AG weisen zum Stichtag 31. Oktober 2013 nach wie vor solide Werte aus. Das Eigenkapital der Wolford AG beträgt 75,90 Mio. € (31.10.12: 81,46 Mio. €) und die Eigenkapitalquote beläuft sich auf 50% (31.10.12: 52%). Der Verschuldungsgrad (Gearing Ratio) erreichte 33% (31.10.12: 30%) und das Unternehmen verfügt über ausreichend finanzielle Mittel zur Finanzierung des laufenden Geschäfts und der strategischen Refokussierung. Durch unsere starke Bilanz ist zudem sichergestellt, dass notwendige Maßnahmen zur Wiederherstellung der Profitabilität rasch und konsequent umgesetzt werden können.

Wachstum in den Bereichen Lingerie, Accessories und Handelsware, Rückgang bei Ready-to-wear und Legwear speziell im Wholesale

In der Produktgruppenbetrachtung zeigt sich für das Segment Lingerie ein anhaltender Trend zu Figur formender Wäsche, was sich in einer positiven Umsatzentwicklung im ersten Halbjahr niederschlägt. Auch die Produktgruppen Accessories sowie Handelsware zeigten Wachstum, leicht rückläufig entwickelte sich dagegen der Bereich Ready-to-wear. Der Umsatz im Segment Swimwear lag ebenfalls leicht unter Vorjahr. Obwohl im eigenen Retail positiv, entwickelte sich der größte Bereich der Legwear im Vergleich zum 1. Halbjahr 2012/13 mit deutlich unter letztem Jahr liegenden Verkäufen an die Handelspartner rückläufig.

Die regionale Betrachtung bietet ein ambivalentes Bild. In unserem derzeit umsatzstärksten Kernmarkt USA konnten wir trotz negativer Währungseffekte deutliches Umsatzwachstum verzeichnen. Italien wies signifikante Zuwächse aus, was unter anderem auf die Eröffnung neuer sowohl eigener als auch partnergeführter Standorte zurückzuführen ist. In Belgien konnten wir ebenfalls eine positive Umsatzentwicklung erreichen. Im Heimmarkt Österreich erzielten wir leichtes Wachstum, wobei die umgebaute sowie eine zusätzlich eröffnete neue Boutique am Flughafen Wien Schwechat wesentliche Beiträge zur positiven Entwicklung in den Folgejahren erwarten lassen. Großbritannien musste währungsbedingt leichte Umsatzrückgänge hinnehmen, lag jedoch in lokaler Währung deutlich über Vorjahr. In den Märkten Skandinavien, Deutschland, Frankreich, den Niederlanden und Spanien lagen die Umsätze unter Vorjahr. Rückgänge verzeichneten auch Zentral- und Osteuropa sowie die Schweiz. Erfreuliche Zuwächse im zweistelligen Prozentbereich konnten wir hingegen in den Wachstumsmärkten Greater China und der Golfregion erzielen.

USA, Österreich und Italien sowie Greater China und die Golfregion mit Umsatzwachstum, Deutschland und Frankreich unter Vorjahr

Auf Basis der Umsatz- und Ergebnisentwicklung im 1. Halbjahr sowie der eingeleiteten Optimierungsmaßnahmen ändert der Vorstand der Wolford AG die Guidance für das laufende Geschäftsjahr. Aus heutiger Sicht wird inklusive nicht wiederkehrender Aufwendungen von bis zu 3 Mio. € für das Geschäftsjahr 2013/14 ein EBIT von bis zu rund -5 Mio. € und ein Umsatz auf Vorjahresniveau erwartet. Es ist beabsichtigt, die im Folgenden beschriebene strategische Refokussierung aus dem eigenen Cashflow sowie der Verwertung nicht betriebsnotwendiger Vermögenswerte zu finanzieren.

Neue Guidance für das Geschäftsjahr 2013/14

Der Vorstand der Wolford AG ist der festen Überzeugung, dass mit der strategischen Refokussierung und den damit verbundenen Maßnahmen die Weichen für eine positive Unternehmensentwicklung richtig gestellt sind.

Weichen für eine positive Entwicklung gestellt

Ihr

Holger Dahmen

## Strategische Refokussierung

Am 11. Dezember 2013 wurde im Rahmen einer Aufsichtsratssitzung der Wolford AG die strategische Refokussierung des Unternehmens beschlossen. Den damit verbundenen Entscheidungen war ein mehrmonatiger, intensiver Strategieprozess vorangegangen, in dem das Management die Markenpositionierung überarbeitet, Prozesse und Strukturen aller Ebenen einer kritischen Prüfung unterzogen und Optimierungspotenziale evaluiert hat, welche die Wettbewerbsfähigkeit von Wolford stärken sollen. Ziel der strategischen Refokussierung ist es, die Begeisterung der Kundinnen und Partner für die Marke Wolford nachhaltig zu festigen und auszubauen. Diese Begeisterung basiert seit mehr als 60 Jahren auf Merkmalen wie zeitloser modischer Eleganz, der Innovationskraft einer Herstellermarke „Made in Europe“, höchsten Qualitätsstandards und unvergleichlichem Tragekomfort.

Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Wolford AG

Die Wolford AG setzt im Zuge ihrer Refokussierung die folgenden strategischen Schwerpunkte:

- Schärfung von Sortimentsstruktur und Kollektionsaussage
- Bündelung der Innovationskraft und Kreativität auf die Kernkompetenzen
- Optimierung der Monobrand-Distribution und Investitionen in E-Commerce
- Attraktive Partnerkonzepte zur Unterstützung des Handels
- Neuausrichtung und Intensivierung der Kommunikation
- Optimierung interner Prozesse und Strukturen
- Implementierung eines neuen Leitbildes

## SCHÄRFUNG VON SORTIMENTSSTRUKTUR UND KOLLEKTIONSAUSSAGE

Refokussierung auf die Kernkompetenz Legwear und körpernahe komplementäre Produkte

In Sortimentsstruktur und Kollektionsaussage will sich Wolford künftig noch stärker an den Erwartungen ihrer Kundinnen orientieren. Ergebnisse aus Marktbefragungen sind ebenso eingeflossen wie die umfassende Überprüfung des Sortiments. Entsprechend wird eine Refokussierung auf die Kernkompetenz Legwear als „DNA der Marke“ und körpernahe komplementäre Produkte erfolgen, wobei das Produktangebot in der (Figur-formenden) Lingerie sowie der „Underpinnings“, wie Bodys, Tops, Shirts u.ä., ausgebaut wird. Gleichzeitig soll der Bereich der Ready-to-wear auf jene Produkte fokussiert werden, die zur geschärften Positionierung passen. Die Produktgruppe Swimwear wird ab der Kollektion Spring/Summer 2015 eingestellt. Verbindende Elemente der gesamten Kollektion bleiben der modisch-ästhetische Anspruch, die hohe Funktionalität, das kompromisslose Qualitätsdenken und der unvergleichliche Tragekomfort, der die Herstellermarke Wolford auszeichnet.

## BÜNDELUNG DER INNOVATIONSKRAFT UND KREATIVITÄT AUF DIE KERNKOMPETENZEN

Ausbau der Innovationsführerschaft

Wolford brachte durch kreative Mitarbeiter in Design, Product Management und Produktentwicklung immer wieder erfolgreich neue und innovative Produkte auf den Markt. So umfasst die Kollektion derzeit unter anderem ein Sortiment von mehr als 60 Shape & Control-Produkten, das individuellen Kundenbedürfnissen gerecht wird und dessen Ausbau das Unternehmen weiter vorantreiben wird. In allen Produktgruppen forscht das Unternehmen intensiv an neuen Materialien sowie Herstellungsverfahren und hat begonnen, prozessintegrierte Entwicklungsteams zu etablieren, um durch die gezielte interne Vernetzung und verstärkte Zusammenarbeit mit Lieferanten weitere Potenziale für konkurrenzlose Produkte zu realisieren.

## OPTIMIERUNG DER MONOBRAND-DISTRIBUTION UND INVESTITIONEN IN E-COMMERCE

Bekanntnis zur Vertikalisierung der Distribution und neue Partnerkontakte

Im Bereich der Distribution will Wolford jenen ausgewogenen Mix aus eigenen Standorten und Partner-Boutiquen schaffen, der den bestmöglichen Kundenzugang gewährleistet. Wolford bekennt sich zu einer Vertikalisierung der Distribution, wird jedoch die Eröffnung eigener Boutiquen künftig auf Toplagen in für die Marke strategisch wichtigen Kernmärkten und Wachstumsregionen konzentrieren. In nicht direkt geführten Standorten will Wolford durch neuartige Partnerkonzepte hinsichtlich Sortimentsgestaltung und Marketing neue Boutiquenpartner für die Marke gewinnen und dadurch Win-Win-Situationen schaffen. Der Ausbau des Travel Retail wird weiter intensiv vorangetrieben. Besonderen Fokus legt das Unternehmen im Rahmen der strategischen Distributionsoptimierung auf den Ausbau des Online-Business, in das verstärkt investiert wird, um die Potenziale dieses für Wolford Produkte besonders geeigneten Vertriebskanals optimal zu nutzen.

## ATTRAKTIVE PARTNERKONZEPTE ZUR UNTERSTÜTZUNG DES HANDELS

Reallokation von Ressourcen zur intensiveren Betreuung der Handelspartner

Dem Handel will Wolford künftig wieder stärker die ihm zustehende Aufmerksamkeit zuteilwerden lassen. Dabei richten sich die Aktivitäten gezielt auf bestehende und neue Partner im Kauf- und Warenhausbereich sowie den Fachhandel. Wolford hat attraktive Konzepte zur Verkaufsunterstützung entwickelt und wird ein auf die Anforderungen des Handels gut abgestimmtes Produktsortiment bieten, das die Endkonsumentinnen mit Bestsellern modischer Legwear und klassischer Essentials überzeugt, ausgewählte Ready-to-wear im Trend- und Essentialbereich bereithält sowie mit exklusiven Lingerieprodukten, innovativer Shapewear und perfekt abgestimmten Accessories punktet. Die intensivere Betreuung der Handelspartner wird auch mit einer Reallokation personeller Ressourcen einhergehen.

## NEUAUSRICHTUNG UND INTENSIVIERUNG DER KOMMUNIKATION

Die Ergebnisse von Marktstudien haben gezeigt, dass die Marke Wolford in höchstem Maße positiv emotional besetzt ist. Weltweit sind Frauen von Wolford Produkten begeistert und überzeugt, entsprechend hoch ist der Anteil an Stammkundinnen. Das Unternehmen will aber auch neue Kundinnen für seine Produkte gewinnen, indem diese Zielgruppe durch die geeigneten Points of Sale, Einstiegspreislagen und die entsprechenden Kommunikationsmaßnahmen an die Marke herangeführt wird. Wolford ist bekannt für eine starke Bildsprache, die besondere Akzente setzt. Künftig wird die Ansprache durchgängig über alle Kommunikationskanäle und am Point of Sale noch zielgruppengerechter gestaltet, um die starke Emotionalität der Marke auch visuell zum Ausdruck zu bringen.

Emotionalisierung der Marke in allen Kommunikationskanälen

## OPTIMIERUNG INTERNER PROZESSE UND STRUKTUREN

Nur eine agile, marktorientierte und innovationsstarke Organisation kann nachhaltig erfolgreich sein. So hat das Management im Zuge der Strategieüberlegungen die Kernprozesse sowie vorhandene Strukturen durchleuchtet und Optimierungspotenziale identifiziert. Es wurde bereits damit begonnen, neue abteilungsübergreifende Projekt- und Prozessmanagement-Teams zu etablieren, um durch eine Neugestaltung, Straffung und Beschleunigung unternehmensinterner Abläufe eine Reduktion der Time-to-Market zu erreichen, die Organisation künftig noch besser an die sich rasch verändernden Marktbedingungen anzupassen, Innovationen gezielter in den Markt zu bringen und die Wertschöpfung des Unternehmens zu erhöhen.

Reduktion der Time-to-Market um rascher und flexibler agieren zu können

## IMPLEMENTIERUNG EINES NEUEN LEITBILDES

In den letzten Monaten hat sich ein Team aus Führungskräften verschiedener Bereiche und Märkte mit der Formulierung eines neuen Leitbildes beschäftigt, welches neben einer Vision auch klare Aussagen über Werte in Bezug auf Führung und Zusammenarbeit innerhalb des Unternehmens festlegt. Durch organisatorische Veränderungen will Wolford Rahmenbedingungen schaffen, in denen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Talente und Fähigkeiten besser einbringen können und die das Unternehmen im Wettbewerb um die „besten Köpfe“ auch extern stärker positioniert.

Klare Aussagen über Werte in Bezug auf Führung und Zusammenarbeit

Der Vorstand der Wolford AG ist der festen Überzeugung, dass mit der strategischen Refokussierung und den damit verbundenen Maßnahmen die Weichen für eine positive Unternehmensentwicklung richtig gestellt sind. Mit der Bündelung der Kräfte auf die genannten sieben Schwerpunkte sollen nachhaltige Werte für Partner, Mitarbeiter und Aktionäre des Unternehmens geschaffen und Wolford als Hersteller in der Nische der Premium Legwear und körpernaher Produkte mit unvergleichlichem Tragegefühl und Komfort positioniert werden.

Weichen richtig gestellt

Der Vorstand



Holger Dahmen



Axel Dreher



Thomas Melzer

# Lagebericht

## ERTRAGSLAGE IM ERSTEN HALBJAHR (MAI BIS OKTOBER 2013)

Umsatzrückgang um 2 %, Woford eigene Standorte mit 5 % Umsatzplus, Wholesale-Geschäft mit deutlichem Rückgang um 11 %

Die Woford Gruppe musste in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres einen Umsatzrückgang von 2,3 % bzw. -1,77 Mio. € auf 74,81 Mio. € in Kauf nehmen. Dabei entwickelten sich die Woford-eigenen Standorte (eigene Boutiquen, Factory Outlets, Concession Shop-in-Shops) positiv und konnten den Umsatz um 5 % gegenüber der Vorjahresperiode erhöhen. Auch auf einer flächenbereinigten Basis (like-for-like, ohne neu eröffnete bzw. geschlossene Verkaufsflächen) verbesserte sich im Retail-Geschäft der Umsatz um 2 %. Mit Umsatzsteigerungen um 4 % bzw. 12 % zeigten vor allem die von Woford selbst geführten Boutiquen bzw. die Factory Outlets eine positive Entwicklung. Auch die Online Shops entwickelten sich mit 20 % Umsatzsteigerung zufriedenstellend. Dagegen verzeichnete das Wholesale-Geschäft (Partner-geführte Boutiquen, Kauf- und Warenhäuser und der Fachhandel) mit -11 % einen deutlichen Rückgang, wodurch die Umsatz- und Ergebnisentwicklung insgesamt unter den Erwartungen blieb.

Marktentwicklung regional uneinheitlich, USA und China deutlich im Plus, Europa unter Vorjahr

Die regionale Betrachtung bietet ein ambivalentes Bild. In unserem derzeit umsatzstärksten Markt USA konnten wir trotz negativer Währungseffekte deutliches Umsatzwachstum verzeichnen. Italien wies signifikante Zuwächse aus, was unter anderem auf die Eröffnung neuer sowohl eigener als auch partnergeführter Standorte zurückzuführen ist. In Belgien konnten wir ebenfalls eine positive Umsatzentwicklung erreichen. Im Heimmarkt Österreich erzielten wir leichtes Wachstum, wobei die umgebaute sowie eine zusätzlich eröffnete neue Boutique am Flughafen Wien Schwechat wesentliche Beiträge zur positiven Entwicklung in den Folgejahren erwarten lassen. Großbritannien musste währungsbedingt leichte Umsatzrückgänge hinnehmen, lag jedoch in lokaler Währung deutlich über Vorjahr. In den Märkten Skandinavien, Deutschland, Frankreich, den Niederlanden und Spanien lagen die Umsätze unter Vorjahr. Rückgänge verzeichneten auch Zentral- und Osteuropa sowie die Schweiz. Erfreuliche Umsatzsteigerungen im zweistelligen Prozentbereich konnten wir hingegen in den Wachstumsmärkten Greater China und der Golfregion erzielen.

Umsatzwachstum bei Lingerie und Accessories, rückläufige Entwicklung bei Ready-to-wear und Legwear

Die Umsatzentwicklung nach Produktgruppen weist Zuwächse bei Lingerie (primär durch Shape-wear-Produkte), Accessories sowie Handelswaren aus. Leicht rückläufig entwickelte sich der umsatzstarke Bereich Ready-to-wear und die saisonale Swimwear, während der größte Bereich Legwear vor allem im Wholesale-Geschäft deutlich hinter den Vorjahreswerten zurückblieb.

Lager- und Cashoptimierung greift, Materialaufwand deutlich reduziert, Personalkosten nur leicht gestiegen

Während ein starker Lageraufbau die Vorjahresperiode kennzeichnete, stand in den vergangenen Monaten die weitere Lager- und Cash-Optimierung im Fokus, was sich in der Position Bestandsveränderung widerspiegelt, die um 1,93 Mio. € auf -0,18 Mio. € abgebaut werden konnte. Damit einhergehend konnte der Materialaufwand um 2,94 Mio. € auf 13,50 Mio. € reduziert werden. Aufgrund der geringeren Betriebsleistung wurde die Personalsituation im Produktionsbereich angepasst, was jedoch durch tarifliche Personalkostensteigerungen und die Eröffnung neuer Retailstandorte überkompensiert wurde. Insgesamt sind die Personalkosten um vergleichsweise geringe 0,28 Mio. € angestiegen.

Kostensteigerung in Verbindung mit der Erweiterung des Distributionsnetzes, Werbeaufwendungen und Währungseinflüsse belasten das Ergebnis.

Einsparungen gegenüber den ersten sechs Monaten des Vorjahres ergaben sich bei den Fracht-, Beratungs- und Reisekosten sowie durch geringere Forderungswertberichtigungen. Gestiegene Kosten im Zusammenhang mit der Eröffnung neuer Boutiquen, die noch nicht ihr volles Umsatzpotenzial ausschöpfen konnten, höhere Werbeaufwendungen sowie negative Währungsdifferenzen führten zu einem Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 1,07 Mio. € auf 24,38 Mio. €. Vor diesem Hintergrund reduzierte sich das EBITDA der Woford Gruppe in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2013/14 von 4,01 Mio. € auf 1,64 Mio. € und das EBIT von -0,09 Mio. € auf -2,29 Mio. €.



Aufgrund der weiteren Vorratsoptimierung und niedrigen Zinsen auf Fremdkapital hat sich das Finanzergebnis von -0,56 Mio. € auf -0,60 Mio. € nur leicht verschlechtert. In Summe errechnet sich für die Wolford Gruppe im ersten Halbjahr 2013/14 ein Ergebnis vor Steuern von -2,90 Mio. € nach -0,65 Mio. € im Vorjahr und das Ergebnis nach Steuern betrug -1,96 Mio. € (1. Halbjahr 2012/13: -0,59 Mio. €), das Ergebnis je Aktie erreichte -0,40 € (1. Halbjahr 2012/13: -0,12 €).

Leicht schlechteres Finanzergebnis, Ergebnis nach Steuern um 1,37 Mio. € gesunken

## 2. QUARTAL 2013/14

Für das zweite Quartal 2013/14 (August – Oktober) ist ein Umsatzrückgang von 0,98 Mio. € auf 42,53 Mio. € feststellbar. Im Vergleich zum Vorquartal entspricht dies einer Verbesserung um 32 % (1. Quartal 2013/14: 32,28 Mio. €). Dies erklärt sich in erster Linie durch die Saisonalität des Geschäftsverlaufes, die im ersten Quartal traditionell ein moderates Umsatzniveau bei gleichzeitig überproportionalen Kosten bewirkt. Das erzielte Umsatzwachstum in Kombination mit verhältnismäßig geringeren Kostensteigerungen führten im zweiten Quartal zu einem deutlich positiven EBIT mit 2,89 Mio. € (Vorjahr: 2,92 Mio. €). Aufgrund leicht geringeren Ertragsteuern erreicht das Ergebnis nach Steuern mit 2,39 Mio. € exakt den Vorjahreswert. Insgesamt blieb die Entwicklung von Umsatz und Ergebnis im zweiten Quartal jedoch unter den Erwartungen.

2. Quartal bei EBIT und Ergebnis nach Steuern auf Vorjahresniveau aber unter den Erwartungen

## CASHFLOW

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit (operativer Cashflow) hat sich in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres um -0,36 Mio. € auf -5,21 Mio. € reduziert, was primär auf die Ergebnisverschlechterung und die Rückzahlung einer Investitionsförderung in Höhe von 1,08 Mio. € für das Werk in Slowenien zurückzuführen ist. Dieser Effekt zeigt sich in einer Reduktion der sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten. Deutlich positiv auf den operativen Cashflow wirkte sich die Working Capital Optimierung in Höhe von 3,61 Mio. € zum Vorjahr primär durch den Abbau von Vorräten aus. Der Cashflow aus Investitionstätigkeit belief sich in der Berichtsperiode auf -4,44 Mio. € und lag damit um -1,31 Mio. € unter jenem des Vorjahres. Der Free Cashflow (operativer Cashflow abzüglich Investitions-Cashflow) veränderte sich aufgrund der oben angeführten Entwicklungen in der Berichtsperiode von -7,98 Mio. € auf -9,64 Mio. €. Im gleichen Zeitraum erhöhte sich der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit von 10,88 Mio. € auf 13,17 Mio. €. Der Zahlungsmittelbestand betrug zum Periodenende 8,50 Mio. € nach 7,85 Mio. € im Vorjahr.

Operativer Cashflow saisonal bedingt negativ, Vorratsoptimierung wirkt sich positiv aus

## VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

Die Bilanzkennzahlen der Wolford Gruppe weisen zum Bilanzstichtag 31. Oktober 2013 nach wie vor solide Werte aus. Die Bilanzsumme erhöhte sich gegenüber dem Jahresabschluss zum 30. April 2013 saisonal bedingt von 142,32 Mio. € auf 150,91 Mio. €. Zum Stichtag betrug das Eigenkapital der Wolford Gruppe 75,90 Mio. € und lag damit um 2,25 Mio. € unter dem Vergleichswert des letzten Jahresabschlusses. Die Eigenkapitalquote erreichte 50% und das Gearing errechnete sich mit 33%. Die Nettoverschuldung erhöhte sich gegenüber dem Bilanzstichtag 31. Oktober 2012 um 1,25 Mio. € auf 25,38 Mio. €.

Solide Bilanzstruktur, Eigenkapitalquote bei 50 %

# Konzernzwischenabschluss (IFRS)

## GESAMTERGEBNISRECHNUNG

Gesamtergebnisrechnung in TEUR	08 - 10/13	08 - 10/12 <sup>1)</sup>	05 - 10/13	05 - 10/12 <sup>1)</sup>
Umsatzerlöse	42.533	43.513	74.814	76.587
Sonstige betriebliche Erträge	807	937	1.433	1.672
Veränderung des Bestandes an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	-2.450	-1.948	-176	1.758
Andere aktivierte Eigenleistungen	8	16	12	28
Betriebsleistung	40.898	42.518	76.083	80.045
Materialaufwand und Aufwendungen für bezogene Leistungen	-5.760	-7.018	-13.504	-16.444
Personalaufwand	-17.614	-17.560	-36.558	-36.283
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-12.693	-12.948	-24.377	-23.311
Abschreibungen	-1.942	-2.069	-3.939	-4.095
Betriebserfolg	2.889	2.923	-2.295	-88
Finanzierungsergebnis	-177	-157	-321	-313
Finanzinvestitionsergebnis	10	6	-22	43
Zinsen auf Sozialkapital	-131	-146	-261	-291
Finanzergebnis	-298	-297	-604	-561
Ergebnis vor Steuern	2.591	2.626	-2.899	-649
Ertragsteuern	-202	-237	936	63
Ergebnis nach Steuern	2.389	2.389	-1.963	-586
Beträge, die in künftigen Perioden nicht ergebniswirksam werden	0	-210	0	-440
davon Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste	0	-210	0	-440
Beträge, die in künftigen Perioden möglicherweise ergebniswirksam werden	-207	219	-289	676
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-181	61	-306	612
davon Veränderung Hedging Rücklage	-26	158	17	64
Sonstiges Gesamtergebnis <sup>2)</sup>	-207	9	-289	236
<b>Gesamtergebnis nach Steuern</b>	<b>2.182</b>	<b>2.398</b>	<b>-2.252</b>	<b>-350</b>
davon entfallen auf Anteilseigner der Muttergesellschaft	2.182	2.398	-2.252	-350
vom Ergebnis nach Steuern entfallen auf Anteilseigner der Muttergesellschaft	2.389	2.389	-1.963	-586
<b>Ergebnis je Aktie in EUR (verwässert = unverwässert)</b>	<b>0,49</b>	<b>0,49</b>	<b>-0,40</b>	<b>-0,12</b>

1) Anpassung aufgrund vorzeitiger Anwendung von IAS 19 (revised).

2) Der Ausweis der sonstigen Gesamtergebnisbestandteile erfolgt nach Steuern.

## CASHFLOW STATEMENT

Cashflow Statement in TEUR	05 - 10/13	05 - 10/12 <sup>1)</sup>
Ergebnis vor Steuern	-2.899	-649
Abschreibungen	3.939	4.095
Zinsergebnis	343	270
Gewinne/Verluste aus dem Abgang von Sachanlagevermögen	309	62
Veränderungen langfristiger Rückstellungen	315	224
Veränderungen Vorräte	338	-1.589
Veränderungen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-5.110	-5.471
Veränderungen übriger Vermögenswerte	-734	-1.444
Veränderungen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6	455
Veränderungen kurzfristiger Rückstellungen	-832	-527
Veränderungen übriger Verbindlichkeiten	-492	921
Veränderungen aus der Cashflow Hedge Rücklage	-23	-85
Differenzen aus der Währungsumrechnung	307	-41
Saldo aus gezahlten und erhaltenen Zinsen	-367	-299
Saldo aus gezahlten und erhaltenen Ertragsteuern	-306	-769
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	-5.206	-4.847
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	-4.439	-3.140
Einzahlungen aus Abgang von Sachanlagen und sonstigen immateriellen Vermögenswerten	2	12
Veränderungen Wertpapiere und sonstige finanzielle Vermögenswerte	0	0
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-4.437	-3.128
Einzahlungen aus kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten	13.515	13.586
Tilgung von kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten	-343	-744
Gezahlte Dividende	0	-1.960
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	13.172	10.882
Veränderung der Zahlungsmittel	3.529	2.907
Zahlungsmittelbestand zum Periodenanfang	4.990	4.911
Einfluss von Wechselkursänderungen auf Zahlungsmittel	-20	27
Zahlungsmittelbestand am Periodenende	8.499	7.845

1) Anpassung aufgrund vorzeitiger Anwendung von IAS 19 (revised).

## BILANZ

Bilanz in TEUR	31.10.2013	31.10.2012 <sup>1)</sup>	30.4.2013
<b>AKTIVA</b>			
Sachanlagen	58.672	61.599	59.683
Firmenwerte	1.175	1.205	1.200
Immaterielle Vermögenswerte	10.605	9.790	9.571
Finanzanlagen	1.512	1.545	1.533
Langfristige Forderungen	1.240	1.091	1.269
Latente Steueransprüche	5.905	5.850	5.568
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>79.109</b>	<b>81.080</b>	<b>78.824</b>
Vorräte	42.354	45.759	42.692
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	13.943	15.067	8.833
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	3.368	3.550	4.044
Aktive Rechnungsabgrenzung	3.378	3.037	2.707
Kassenbestand und kurzfristige Finanzmittel	8.760	8.063	5.216
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>71.803</b>	<b>75.476</b>	<b>63.492</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>150.912</b>	<b>156.556</b>	<b>142.316</b>
<b>PASSIVA</b>			
Grundkapital	36.350	36.350	36.350
Kapitalrücklagen	1.817	1.817	1.817
Sonstige Rücklagen	40.619	45.559	42.565
Währungsdifferenzen	-2.889	-2.266	-2.583
<b>Eigenkapital</b>	<b>75.897</b>	<b>81.460</b>	<b>78.149</b>
Finanzverbindlichkeiten	4.035	4.400	19.149
Sonstige Verbindlichkeiten	1.126	2.341	1.249
Rückstellungen für langfristige Personalverpflichtungen	15.537	13.950	15.222
Latente Steuerschulden	118	206	139
<b>Langfristige Schulden</b>	<b>20.816</b>	<b>20.897</b>	<b>35.759</b>
Finanzverbindlichkeiten	31.613	29.333	3.327
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4.603	5.328	4.618
Sonstige Verbindlichkeiten	12.321	12.695	12.691
Steuerrückstellungen	1.064	2.566	2.342
Sonstige Rückstellungen	4.598	4.277	5.430
<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>54.199</b>	<b>54.199</b>	<b>28.408</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>150.912</b>	<b>156.556</b>	<b>142.316</b>

1) Anpassung aufgrund vorzeitiger Anwendung von IAS 19 (revised).

## ENTWICKLUNG DES EIGENKAPITALS

Entwicklung des Eigenkapitals in TEUR	Grund- kapital	Kapital- rücklagen	Hedging Rücklage	den Anteilshabern der Muttergesellschaft zurechenbar				Eigene Aktien	Eigenkapital
				Versicherungs- mathemat. Gewinn/Verlust	Sonstige Rücklagen	Währungs- umrechnung			
Stand 1.5.2012 <sup>1)</sup>	36.350	1.817	-9	218	52.935	-2.878	-4.663	83.770	
Dividende 2011/12	0	0	0	0	-1.960	0	0	-1.960	
Gesamtergebnis	0	0	64	-440	-586	612	0	-350	
Stand 31.10.2012 <sup>1)</sup>	36.350	1.817	55	-222	50.389	-2.266	-4.663	81.460	
Stand 1.5.2013	36.350	1.817	-5	-985	48.218	-2.583	-4.663	78.149	
Dividende 2012/13	0	0	0	0	0	0	0	0	
Gesamtergebnis	0	0	17	0	-1.963	-306	0	-2.252	
Stand 31.10.2013	36.350	1.817	12	-985	46.255	-2.889	-4.663	75.897	

## SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Kennzahlen nach Segmenten 05 - 10/13 in TEUR	Österreich	Übriges Europa	Nord- amerika	Asien	Überleitung	Konzern
Umsatzerlöse	45.800	45.787	13.500	2.135	-32.408	74.814
davon Innenumsatz	-30.210	-2.198	0	0	32.408	0
Außenumsätze	15.590	43.589	13.500	2.135	0	74.814
EBITDA	1.339	483	-199	-26	47	1.644
Abschreibungen	2.481	1.124	267	105	-38	3.939
EBIT	-1.142	-641	-466	-131	85	-2.295
Investitionen	1.183	2.764	91	400	-19	4.419
Mitarbeiter im Durchschnitt (FTE)	765	639	125	33	0	1.562

Kennzahlen nach Segmenten 05 - 10/12 in TEUR <sup>1)</sup>	Österreich	Übriges Europa	Nord- amerika	Asien	Überleitung	Konzern
Umsatzerlöse	49.214	48.346	12.670	1.349	-34.992	76.587
davon Innenumsatz	-32.742	-2.250	0	0	34.992	0
Außenumsätze	16.472	46.096	12.670	1.349	0	76.587
EBITDA	4.089	1.866	-256	14	-1.706	4.007
Abschreibungen	2.432	1.278	368	50	-33	4.095
EBIT	1.657	588	-624	-36	-1.673	-88
Investitionen	1.367	1.122	588	107	-29	3.155
Mitarbeiter im Durchschnitt (FTE)	835	636	117	23	0	1.611

1) Anpassung aufgrund vorzeitiger Anwendung von IAS 19 (revised).

# ERLÄUTERUNGEN ZUM HALBJAHRESABSCHLUSS

## ALLGEMEINE ANGABEN

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss für die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2013/14 (1. Mai bis 31. Oktober 2013) der Wolford Gruppe wurde nach den Bestimmungen der International Financial Reporting Standards (IFRS) auf Basis des IAS 34 (Zwischenberichterstattung) erstellt. Die bei der Erstellung des Konzernzwischenabschlusses angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze stimmen mit denen des Konzernjahresabschlusses des Geschäftsjahres 2012/13 überein, mit den im Folgenden beschriebenen Ausnahmen: Der Standard IFRS 13 „Bemessung des beizulegenden Zeitwerts“, Ergänzungen zu IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“ und Verbesserungen zu IFRS (2009 – 2011) werden seit dem 1. Mai 2013 angewendet. Diese haben keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernzwischenabschluss. Der Konzernzwischenabschluss beinhaltet nicht alle Informationen und Angaben, welche anlässlich des Konzernjahresabschlusses verlangt werden. Deshalb sollte der Zwischenabschluss auch in Verbindung mit dem letzten Konzernabschluss per 30. April 2013 betrachtet werden. Die Berichterstattung zum Halbjahresabschluss erfolgt in Tausend Euro (TEUR). Durch die Verwendung automatischer Rechenhilfen kann es zu Rundungsdifferenzen kommen. Im Zusammenhang mit der vorzeitigen Anwendung des IAS 19 (revised) „Leistungen an Arbeitnehmer“ sind die dargestellten Vorjahreszahlen in diesem Zwischenabschluss angepasst worden.

## KONSOLIDIERUNGSKREIS

Die Anzahl der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen hat sich gegenüber dem letzten Bilanzstichtag zum 30. April 2013 nicht verändert.

## SAISONALITÄT DES GESCHÄFTSVERLAUFS

Wolford erlöst witterungsbedingt in den ersten und letzten Monaten des Geschäftsjahres geringere Umsätze als zur Geschäftsjahresmitte. Diese saisonale Schwankung zeigt sich an den Relationen der Umsätze des ersten bzw. des vierten Quartals, die grundsätzlich unter denen des zweiten und dritten Quartals liegen.

## ERLÄUTERUNGEN ZUR GESAMTERGEBNISRECHNUNG

Der Umsatz der Wolford Gruppe reduzierte sich in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres um 2% oder 1.773 TEUR auf 74.814 TEUR (Vorjahr: 76.587 TEUR). Auch die Betriebsleistung verschlechterte sich um 3.962 auf 76.083 TEUR (Vorjahr: 80.045 TEUR), da im Vergleich zum Vorjahr um 1.934 TEUR weniger Halb- und Fertigfabrikate auf Lager produziert wurden.

Das operative Ergebnis wird durch einen starken Abbau des Materialaufwands um 2.940 TEUR, einer nur leichten Steigerung im Personalaufwand um 275 TEUR, gestiegenen Kosten im Zusammenhang mit der Eröffnung neuer Boutiquen, die noch nicht ihr volles Umsatzpotenzial ausschöpfen konnten, gestiegene Mieten im eigenen Retail-Geschäft, höhere Werbeaufwendungen zur Stärkung der Marke sowie negative Währungseinflüsse aus US-Dollar und Britischem Pfund beeinflusst. Dies führte im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2013/14 zu einem EBIT von -2.295 TEUR (Vorjahr: -88 TEUR).

Aufgrund der nach wie vor niedrigen Zinsen für Fremdkapital, verringerten Zinsen auf Sozialkapital und der negativen Wertentwicklung der gehaltenen Wertpapiere in Höhe von -22 TEUR (Vorjahr: 43 TEUR) verschlechterte sich das Finanzergebnis im 1. Halbjahr des Geschäftsjahres um -43 TEUR auf nunmehr -604 TEUR.

Nach der Ausstellung endgültiger Steuerbescheide wurden Vorauszahlungen für das Geschäftsjahr 2010/11 korrigiert, was im Wesentlichen zu einem Steuerertrag in Höhe von 936 TEUR (Vorjahr: 63 TEUR) in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres führte. Damit wurde ein Ergebnis nach Steuern von -1.963 TEUR erzielt (Vorjahr: -586 TEUR).

Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Plänen sind nach IAS 19 (revised) erfolgsneutral im Sonstigen Gesamtergebnis und damit direkt im Eigenkapital zu erfassen. Dieser Standard wurde frühzeitig zum 30.04.2013 angewendet, deshalb werden entsprechend den Regeln des IAS 8 diese Änderungen retrospektiv angewendet. Dies führt zu einer Anpassung des 1. Halbjahres 2012/13 in Höhe von -440 TEUR. Erfolgsneutrale negative Währungsdifferenzen von -306 TEUR (Vorjahr: 612 TEUR), die im Sonstigen Gesamtergebnis ausgewiesen sind, resultieren im Berichtszeitraum vor allem aus dem US-Dollar. Die Veränderung aus der Hedging Rücklage beträgt im Berichtszeitraum 17 TEUR (Vorjahr: 64 TEUR). Somit wurde ein Sonstiges Gesamtergebnis in Höhe von -289 TEUR (Vorjahr: 236 TEUR) erzielt. Das Gesamtergebnis nach Steuern führte im Berichtszeitraum zu einer Veränderung des Eigenkapitals von insgesamt -2.252 TEUR (Vorjahr: -350 TEUR).

## ERLÄUTERUNGEN ZUR SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die berichtspflichtigen Segmente der Wolford Gruppe gliedern sich in die vier Segmente Österreich, Übriges Europa, Nordamerika und Asien. Den Segmentinformationen liegen die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie dem Konzernabschluss zugrunde.

Der Umsatz in den Segmenten Österreich und Übriges Europa reduzierte sich gegenüber der Vorjahresvergleichsperiode um 5 %, im Segment Nordamerika legte der Umsatz um 7 % zu, im Segment Asien, durch die Eröffnung mehrerer Standorte in China, sogar um insgesamt 58 %. Im Segment Nordamerika konnte das EBIT von -624 TEUR auf -466 TEUR verbessert werden. In den restlichen Segmenten sind zum Teil deutliche Rückgänge feststellbar. Für das Segment Asien ist dieser Rückgang vor allem auf die Anlaufkosten für den Markteintritt in China, im Segment Österreich auf die deutliche geringere Betriebsleistung, die durch Einsparungen bei den Material- und Personalkosten nicht vollständig kompensiert werden konnten, und für das Segment Übriges Europa auf die Umsatzrückgänge sowie höhere Marketing- und Vertriebskosten zurückzuführen.

Das Segmentvermögen hat sich gegenüber der Vorjahresvergleichsperiode um 5.644 auf 150.912 TEUR reduziert. Dies ist begründet durch den niedrigeren Vorratsbestand und gesunkene Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

## ERLÄUTERUNGEN ZUM CASHFLOW STATEMENT

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit (operativer Cashflow) hat sich in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres um -359 TEUR auf -5.206 TEUR reduziert, was primär auf die Ergebnisverschlechterung und die Rückzahlung einer Investitionsförderung in Höhe von 1.080 TEUR für das Werk in Slowenien zurückzuführen ist. Dieser Effekt zeigt sich in einer Reduktion der sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten. Positiv auf den operativen Cashflow wirkte sich die Working Capital Optimierung primär durch den Abbau von Vorräten aus. Der Cashflow aus Investitionstätigkeit belief sich in der Berichtsperiode auf -4.437 TEUR und lag damit um -1.309 TEUR unter jenem im Vorjahr. Der Free Cashflow (operativer Cashflow abzüglich Investitions-Cashflow) veränderte sich aufgrund der oben angeführten Entwicklungen von -7.975 TEUR auf -9.643 TEUR. Im gleichen Zeitraum erhöhte sich der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit von 10.882 TEUR auf 13.172 TEUR. Der Zahlungsmittelbestand betrug zum Periodenende 8.499 TEUR nach 7.845 TEUR im Vorjahr. Diese Steigerung des Zahlungsmittelbestandes resultiert im Wesentlichen aus der Eigenkapital-Erhöhung zur Finanzierung der Vertriebsgesellschaft in China.

## FINANZMITTELBESTAND

Die Überleitung der liquiden Mittel zum Finanzmittelbestand besteht aus der Bilanzposition Kassenbestand und kurzfristige Finanzmittel, die um nicht frei verfügbare Guthaben angepasst werden.

in TEUR	31.10.2013	31.10.2012	30.04.2013
Kassenbestand und kurzfristige Finanzmittel	8.760	8.063	5.216
Nicht frei verfügbar	-261	-218	-226
<b>Zahlungsmittelbestand</b>	<b>8.499</b>	<b>7.845</b>	<b>4.990</b>

## ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERNBILANZ

Die Bilanzsumme beläuft sich zum Bilanzstichtag 31.10.2013 auf 150.912 TEUR, was einem Rückgang gegenüber dem 31.10.2012 um 4% entspricht. Die langfristigen Vermögenswerte entsprechen 52% vom Gesamtvermögen und betragen zum Stichtag 79.109 TEUR nach 81.080 TEUR zum 31.10.2012. Den Investitionen in Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 4.419 TEUR stehen planmäßige Abschreibungen in Höhe von 3.939 TEUR gegenüber. Der Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte am Gesamtvermögen erreichte zum 31.10.2013 48%. Dabei reduzierten sich die Vorräte um 7% auf 42.354 TEUR bzw. 28% des Gesamtvermögens und die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen verringerten sich um 7% auf 13.943 TEUR bzw. 9% des Gesamtvermögens. Der Kassenbestand und kurzfristige Finanzmittel erhöhten sich von 8.063 TEUR auf 8.760 TEUR.

Zum 31.10.2013 beträgt das Konzerneigenkapital 75.897 TEUR, was einer Eigenkapitalquote von 50% entspricht (Vorjahr: 52%). Die langfristigen Schulden haben sich von 20.897 TEUR auf 20.816 TEUR leicht reduziert, und machen 14% der Bilanzsumme aus.

Die kurzfristigen Schulden sind unverändert bei 54.199 TEUR (Vorjahr: 54.199 TEUR). Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf den Aufbau von Finanzverbindlichkeiten um 2.280 auf 31.613 TEUR, die Reduzierung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 725 TEUR auf 4.603 TEUR, den Abbau der sonstigen Verbindlichkeiten um 374 auf 12.321 TEUR und den Rückgang der Steuer- und Sonstigen Rückstellungen um 1.181 auf insgesamt 5.662 TEUR zurückzuführen. Das Working Capital konnte im Vergleich zum Vorjahresquartal von 46.353 TEUR auf nunmehr 42.741 TEUR reduziert werden. Dies wurde vor allem durch den Abbau der Vorräte und der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erreicht. Die Nettoverschuldung beträgt zum Bilanzstichtag 25.376 TEUR, was einer Erhöhung im Vergleich zum 31.10.2012 um 1.251 TEUR entspricht.



## ERMITTLUNG DER BEIZULEGENDEN ZEITWERTE

Folgende Hierarchie zur Bestimmung und zum Ausweis beizulegender Zeitwerte wird verwendet:

Level 1: notierte Preise auf aktiven Märkten für gleichartige Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten.

Level 2: Verfahren, bei denen sämtliche Input-Parameter, die sich wesentlich auf den erfassten beizulegenden Zeitwert auswirken, entweder direkt oder indirekt beobachtbar sind.

Level 3: Verfahren, bei denen sämtliche Input-Parameter, die sich wesentlich auf den erfassten beizulegenden Zeitwert auswirken, nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren.

Die als Level 1 ausgewiesenen Finanzanlagen beinhalten börsennotierte Investmentfondsanteile, die unter dem kurzfristigen Vermögen dargestellten Wertpapiere und Finanzanlagen beinhalten Wertpapiere zur Absicherung von Mietverpflichtungen. Die unter Level 2 ausgewiesenen sonstigen Forderungen und sonstigen Verbindlichkeiten resultieren aus den Bewertungen der ausstehenden derivativen Fremdwährungsgeschäfte. Es gibt keine Finanzinstrumente, die gemäß Level 3 bewertet werden. Es gab keine Umgruppierungen zwischen den verschiedenen Levels der Fair Value-Hierarchie.

31.10.2013 in TEUR	Level	Buchwert	Beizulegender Zeitwert
Finanzanlagen langfristig	1	1.512	1.512
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		13.943	13.943
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte		3.239	3.239
davon Derivate	2	17	17
Aktive Rechnungsabgrenzung		3.378	3.378
Wertpapiere und Finanzinvestitionen	1	129	129
Kassenbestand und kurzfristige Finanzmittel		8.760	8.760
<b>Summe finanzielle Vermögenswerte</b>		<b>30.961</b>	<b>30.961</b>
Finanzverbindlichkeiten langfristig		4.035	4.035
Finanzverbindlichkeiten kurzfristig		31.613	31.613
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		4.603	4.603
Sonstige Verbindlichkeiten		12.321	12.321
davon Derivate	2	0	0
<b>Summe finanzielle Verbindlichkeiten</b>		<b>52.572</b>	<b>52.572</b>

## EVENTUALVERBINDLICHKEITEN

Seit dem letzten Bilanzstichtag per 30.04.2013 gab es bei den Eventualverbindlichkeiten keine materiellen Veränderungen.

## GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN PERSONEN

Die Rechtsanwaltskanzlei DORDA BRUGGER JORDIS Rechtsanwälte GmbH, deren geschäftsführende Gesellschafterin Theresa Jordis dem Aufsichtsrat der Wolford AG bis 7. September 2013 angehörte, hat die Gesellschaft in Rechtsangelegenheiten beraten. Hierfür wurde ein marktübliches Honorar vereinbart, das nach Aufwand abgerechnet wird. Die Schweizer RCI Unternehmensberatung AG, deren Verwaltungsratsmitglied das Aufsichtsratsmitglied Emil Flückiger ist, berät die Gesellschaft in betriebswirtschaftlichen Belangen. Hierfür wurde ein marktübliches Honorar vereinbart, das nach Aufwand abgerechnet wird.

## ERGEBNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

In der 26. ordentlichen Hauptversammlung der Wolford AG am 17. September 2013 wurden drei neue Mitglieder in den Aufsichtsrat gewählt: Antonella Mei-Pochtler, Claudia Beermann und Lothar Reiff. In der konstituierenden Aufsichtsratsitzung nach der Hauptversammlung hat der Aufsichtsrat die Funktionen wie folgt neu geregelt: Emil Flückiger, übernimmt von der am 7. September 2013 verstorbenen Aufsichtsratsvorsitzenden Theresa Jordis den Vorsitz und stellt somit die Kontinuität im Präsidium sicher. Zu seiner Stellvertreterin wurde Antonella Mei-Pochtler gewählt. Weiters wurde der Prüfungsausschuss neu besetzt sowie ein Strategie- und Marketingausschuss eingerichtet. Dem Prüfungsausschuss gehören nunmehr an: Claudia Beermann (Vorsitzende), Emil Flückiger, Antonella Mei-Pochtler und Anton Mathis. Mitglieder des Strategie- und Marketingausschusses sind: Lothar Reiff (Vorsitzender), Antonella Mei-Pochtler und Birgit Wilhelm.

Nach dem Bilanzstichtag haben sich keine Sachverhalte mit wesentlicher Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Wolford Gruppe ergeben.

## BERICHT ÜBER DIE PRÜFERISCHE DURCHSICHT

Der vorliegende Halbjahresfinanzbericht wurde weder einer ordentlichen Abschlussprüfung noch einer prüferischen Durchsicht durch einen Wirtschaftsprüfer unterzogen.

## ERKLÄRUNG DES VORSTANDES GEMÄß § 87 ABS 1 Z 3 BÖRSEG

Der Vorstand der Wolford AG bestätigt nach bestem Wissen, dass der im Einklang mit den maßgebenden Rechnungslegungsstandards aufgestellte verkürzte Konzernzwischenabschluss ein möglichst getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt. Der Zwischenbericht zum Halbjahr des Konzerns vermittelt ein möglichst getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns bezüglich der wichtigen Ereignisse während der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres und ihrer Auswirkungen auf den verkürzten Konzernzwischenabschluss, bezüglich der wesentlichen Risiken und Ungewissheiten in den restlichen sechs Monaten des Geschäftsjahres und bezüglich der offen zu legenden wesentlichen Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen.

Bregenz, am 13. Dezember 2013



Holger Dahmen  
Vorstandsvorsitzender

Verantwortlich für Unternehmenskommunikation, Marketing, Vertrieb sowie Koordination der Konzernstrategie und -planung



Axel Dreher  
Vorstand

Verantwortlich für Produktentwicklung, Produktion und Technik, Beschaffung, Distributionslogistik sowie Qualitätsmanagement



Thomas Melzer  
Vorstand

Verantwortlich für Finanzen, Interne Revision, Investor Relations, Recht, Personal und IT

## FINANZKALENDER

Datum	Event
13. Dezember 2013	Bericht zum 1. Halbjahr 2013/14
14. März 2014	Bericht zum 3. Quartal 2013/14
18. Juli 2014	Veröffentlichung Jahresabschluss 2013/14 und Bilanzpressekonferenz
12. September 2014	Bericht zum 1. Quartal 2014/15
18. September 2014	27. ordentliche Hauptversammlung
22. September 2014	Ex-Dividenden-Tag
24. September 2014	1. Auszahlungstag für Dividende
12. Dezember 2014	Bericht zum 1. Halbjahr 2014/15
13. März 2015	Bericht zum 3. Quartal 2014/15

## INFORMATIONEN ZU UNTERNEHMEN UND AKTIE

Investor Relations	Karolina Tasek
Telefon	+43 5574 690 1268
E-Mail	investor@wolford.com
Internet	www.wolford.com
Wiener Börse	WOL
Reuters	WLFD.VI
Bloomberg	WOL:AV, WLFY:US, WOF:GR
ISIN	AT0000834007

WOLFORD AG	Telefon: +43 5574 690 0
Wolfordstraße 1	Fax: +43 5574 690 1219
6900 Bregenz	investor@wolford.com
ÖSTERREICH	www.wolford.com

Der Bericht zum 1. Halbjahr 2013/14 ist im Internet unter [www.wolford.com](http://www.wolford.com) in der Rubrik Investor Relations abrufbar.

Im Sinne einer flüssigen Lesbarkeit sind alle geschlechtsspezifischen Formulierungen als neutral zu verstehen. Frauen und Männer werden gleichermaßen angesprochen.

### Disclaimer

Dieser Halbjahresbericht wurde mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt und alle Daten wurden mehrfach geprüft. Rundungs-, Satz- oder Druckfehler können jedoch nicht ausgeschlossen werden. Dieser Bericht wird auch in Englisch erstellt, jedoch nur der deutsche Text ist verbindlich. Bestimmte Aussagen in diesem Halbjahresbericht sind in die Zukunft gerichtet. Diese Aussagen spiegeln die Ansichten und Erwartungen des Vorstandes zum jeweiligen Zeitpunkt wider und unterliegen Risiken und Unsicherheiten, welche die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich beeinträchtigen können. Der Leser sollte daher nicht unangemessen auf diese zukunftsgerichteten Aussagen vertrauen. Die Wolford AG ist nicht verpflichtet, Ergebnisse aus Berichtigungen der hierin enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen zu veröffentlichen, außer dies ist nach anwendbarem Recht erforderlich.

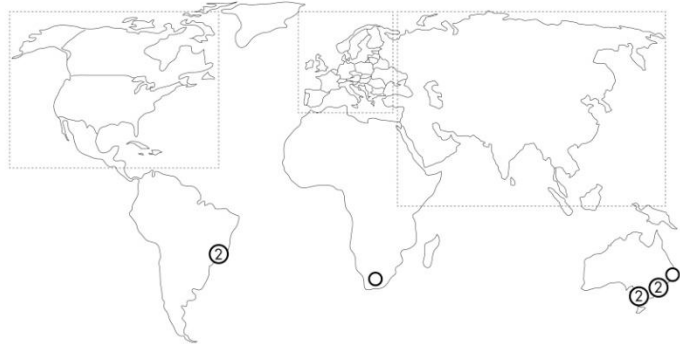
# Standorte

## WELTWEIT

Monobrand Standorte

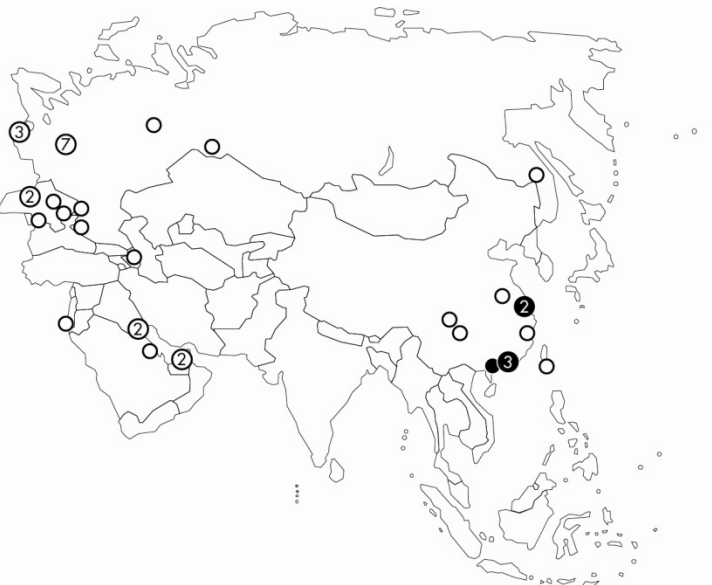
31. Oktober 2013: 270

- davon eigene Standorte:  
122 Boutiquen  
33 Concession Shop-in-Shops  
28 Factory Outlets
- davon partnergeführte Standorte:  
87 Boutiquen  
ca. 3.000 weitere Handelspartner



## NORDAMERIKA: 34

- davon eigene Standorte:  
28 Boutiquen  
4 Factory Outlets
- davon partnergeführte Standorte:  
2 Boutiquen



## ASIEN: 38 <sup>1)</sup>

- davon eigene Standorte:  
5 Boutiquen  
1 Concession-Shop-in-Shop
- davon partnergeführte Standorte:  
32 Boutiquen

<sup>1)</sup> Inklusive Russland, Ukraine

EUROPA: 190 <sup>2)</sup>

- davon eigene Standorte:
  - 89 Boutiquen
  - 32 Concession-Shop-in-Shops
  - 24 Factory Outlets
  
- davon partnergeführte Standorte:
  - 45 Boutiquen

<sup>2)</sup> Exklusive Russland, Ukraine

