



Presseinformation

Umsatz und Ergebnis 1. Quartal 2012/13

Wolford Gruppe mit Umsatzsteigerung im 1. Quartal 2012/13

- **Umsatz um 4,1 Prozent auf EUR 33,1 Mio. gesteigert**
- **Betriebliche Aufwendungen für Neueröffnungen beeinflussen Ergebnis**
- **Eigenkapitalausstattung auf konstant hohem Niveau**
- **Dividende für Geschäftsjahr 2011/12 von EUR 0,40 je Aktie beschlossen**
- **Anteil Monobrand-Distribution auf 66,6 Prozent weiter erhöht**

Wien/Bregenz, 14. September 2012. Die an der Wiener Börse notierte Wolford Aktiengesellschaft hat im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres nahtlos an die positive Umsatzentwicklung im dritten und vierten Quartal des Vorjahres angeknüpft. Das österreichische Luxuslabel konnte seinen Umsatz in den ersten drei Monaten (1. Mai bis 31. Juli 2012) um 4,1 Prozent gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres auf nunmehr EUR 33,1 Mio. steigern. Diese Entwicklung ist unter anderem auf den gezielten Ausbau des internationalen Distributionsnetzwerkes zurückzuführen. Aufgrund der Saisonalität des Geschäftsverlaufes mit dem traditionell umsatzschwächsten ersten Quartal, in dem gleichzeitig überproportional hohe Kosten in Relation zum Umsatz anfallen, weist Wolford auch in Wachstumsjahren in den ersten drei Monaten generell negative Ergebniskennzahlen aus. Dies trifft auch auf das erste Quartal 2012/13 zu, in dem das Ergebnis zusätzlich durch Kosten im Zusammenhang mit der Eröffnung neuer Standorte gekennzeichnet war.

Umsatz gesteigert – Ergebnis durch Boutiqueneröffnungen beeinflusst

Basierend auf einer starken Vergleichsperiode im Geschäftsjahr 2011/12, in dem eine Umsatzsteigerung um 6,5 Prozent im Quartalsvergleich erzielt werden konnte, hat die Wolford Gruppe in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres den Umsatz um weitere 4,1 Prozent auf EUR 33,1 Mio. (1. Quartal 2011/12: EUR 31,8 Mio.) gesteigert. Die aufgrund der Saisonalität des Geschäftsverlaufes im ersten Quartal traditionell überproportional hohen Kosten in Relation zum Umsatz führten bislang immer dazu, dass die Ergebniskennzahlen von Wolford im ersten Quartal negativ ausgefallen sind. Die Eröffnungen zusätzlicher neuer Boutiquen im zweiten Halbjahr 2011/12 mit entsprechend notwendigen Anlaufzeiten verstärkten diesen Effekt im ersten Quartal 2012/13. In der Konsequenz wies die Wolford Gruppe im ersten Quartal 2012/13 ein EBITDA in Höhe von EUR -1,3 Mio. (1. Quartal 2011/12: EUR 0,6 Mio.) und ein EBIT von EUR -3,3 Mio. (1. Quartal 2011/12: EUR -1,3 Mio.) aus. Das Periodenergebnis nach den ersten drei Monaten betrug EUR -3,2 Mio. (1. Quartal 2011/12: EUR -1,8 Mio.).

Solide Eigenkapitalausstattung

Zum Stichtag 31. Juli 2012 lag das Eigenkapital der Wolford Gruppe mit EUR 80,9 Mio. knapp unter dem Vergleichswert des Vorjahres (31. Juli 2011: EUR 81,6 Mio.). Die Eigenkapitalquote belief sich damit auf 53,0 Prozent und konnte auf dem hohen Niveau des Vorjahres (31. Juli 2011: 53,2 Prozent) gehalten werden. Die Nettofinanzverschuldung betrug EUR 26,6 Mio. (31. Juli 2011: EUR 25,6 Mio.), wodurch sich ein Verschuldungsgrad (Gearing Ratio) von 32,9 Prozent ergibt (31. Juli 2011: 31,4 Prozent).

Dividende in Höhe von EUR 0,40 je Aktie für das Geschäftsjahr 2011/12

In der am 11. September 2012 in Bregenz abgehaltenen Hauptversammlung haben die Aktionäre der Wolford Aktiengesellschaft beschlossen, für das Geschäftsjahr 2011/12 eine gegenüber dem Vorjahr unveränderte Dividende in Höhe von EUR 0,40 je dividendenberechtigter Aktie auszuzahlen. Als Dividenden-Zahltag wurde der 27. September 2012 festgesetzt.

Eigene Standorte mit Umsatzplus - Monobrand-Distribution auf 66,6 Prozent erhöht

Wie schon in den vergangenen Quartalen zeigten auch in der Berichtsperiode vor allem die Wolford-eigenen Standorte eine besonders gute Entwicklung. So konnte die Wolford Gruppe den Umsatz über die eigenen Boutiquen, Shop-in-Shops, Factory Outlets und E-Commerce um 13,3 Prozent steigern. Damit hat sich der Retail-Anteil am Gesamtumsatz zu Ende des ersten Quartals 2012/13 auf 54,7 Prozent (1. Quartal 2011/12: 50,9 Prozent) erhöht. Teilweise war dies auf die Erweiterung des Wolford-eigenen Distributionsnetzes zurückzuführen. Aber auch auf einer flächenbereinigten Basis (like-for-like) hat die Wolford Gruppe mit den eigenen Standorten ein erfreuliches Umsatzwachstum von 7,4 Prozent erzielt. Mit einer deutlichen Umsatzsteigerung gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres leistete auch das Online Business einen wesentlichen Beitrag zu dieser kräftigen Umsatzverbesserung.

Insgesamt trugen die von Wolford kontrollierten Distributionskanäle, also jene Points of Sale, an denen ausschließlich Wolford Produkte angeboten werden (eigene und partnergeführte Boutiquen, Factory Outlets, Concession Shop-in-Shops und E-Commerce), im ersten Quartal 2012/13 nunmehr 66,6 Prozent zum Gesamtumsatz bei (1. Quartal 2011/12: 62,4 Prozent).

Im ersten Quartal 2012/13 entwickelte sich auch das Wholesalegeschäft zufriedenstellend, insbesondere jenes mit Boutiquenpartnern und den Kauf- und Warenhäusern, lediglich im Geschäft mit dem Fachhandel wurden Umsatzeinbußen im Vergleich zur Vorjahresperiode verzeichnet.

Betrachtet nach Regionen zeigte sich in den wesentlichen Kernmärkten ein tendenziell positives Bild. Die gute Umsatzentwicklung konnte im Vergleich zur Vorjahresperiode fortgesetzt werden, wobei sich besonders die USA, Frankreich, Belgien und UK dynamisch entwickelten, sodass in diesen Märkten signifikante Zuwächse im zweistelligen Prozentbereich verzeichnet werden konnten.

Ausblick

Wolford wird auch künftig sein Monobrand-Distributionsnetz sowohl über eigene als auch partnergeführte Standorte weltweit ausbauen und so die internationale Präsenz der Marke Wolford weiter verstärken. In diesem Zusammenhang konzentriert sich die Wolford Gruppe neben den Hauptmärkten in Europa sowie Nordamerika zunehmend stärker auch auf die Region Greater China. Bezogen auf das Geschäftsjahr 2012/13 erwartet das Management der Wolford Gruppe aus heutiger Sicht, weiteres Wachstum erzielen zu können.

Übersicht Umsatz- und Finanzkennzahlen 1. Quartal 2012/13

(1. Mai 2012 bis 31. Juli 2012)

in TEUR	Q1 2012/13	Q1 2011/12	Veränderung absolut
Umsatz	33.074	31.777	1.297
EBITDA	-1.292	649	-1.941
EBIT	-3.320	-1.298	-2.022
Periodenergebnis	-3.242	-1.753	-1.489
Nettofinanzverschuldung	26.594	25.576	1.018
Verschuldungsgrad in % (Gearing)	32,9 %	31,4 %	1,5
Eigenkapitalquote	53,0 %	53,2 %	-0,2
MitarbeiterInnen zum Stichtag (Vollzeit inkl. Auszubildende)	1.618	1.677	-59

Der Bericht zum 1. Quartal 2012/13 ist unter www.wolford.com, Rubrik Investor Relations, abrufbar.

Rückfragehinweis:

Holger Dahmen (Vorsitzender des Vorstandes)

investor@wolford.com

Wolford Aktiengesellschaft, Wolfordstraße 1, A 6901 Bregenz

+43 (0) 5574 690-1268

www.wolford.com

Über die Wolford Aktiengesellschaft

Die Wolford Aktiengesellschaft mit Hauptsitz in Bregenz am Bodensee unterhält 15 Tochtergesellschaften und vertreibt ihre Produktsegmente Legwear, Ready-to-wear, Lingerie, Swimwear und Accessories in 68 Ländern über mehr als 260 Monobrand-Verkaufsstandorte (eigene und partnergeführte), ca. 3.000 Handelspartner und online. Das seit 1995 an der Wiener Börse notierte österreichische Unternehmen erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2011/12 (1. Mai 2011 - 30. April 2012) mit rund 1.600 Beschäftigten einen Umsatz von 154,1 Mio. Euro. Seit Gründung im Jahr 1950 entwickelte sich Wolford vom lokalen Strumpfersteller zur globalen Luxus-Fashionmarke.