



Presseinformation Umsatz und Ergebnis Geschäftsjahr 2010/11

Wolford Gruppe: Deutliche Umsatz- und Ergebnissteigerung

- **Umsatz um 5,6 Prozent auf EUR 152,2 Mio. erhöht**
- **Monobrand-Distribution erstmals über 60-Prozentmarke**
- **Überproportionale Verbesserung der Profitabilität**
- **Jahresüberschuss beinahe verdoppelt**
- **Eigenkapitalquote auf 58 Prozent erhöht**

Wien/Bregenz, 22. Juli 2011

Die an der Wiener Börse notierte Wolford Aktiengesellschaft blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2010/11 zurück, in dem der Umsatz erhöht und die Ergebniskennzahlen überproportional verbessert werden konnten. *„Mit einer Umsatzsteigerung um 5,6 Prozent auf EUR 152,2 Mio. und einer überproportionalen Verbesserung der Profitabilität sind wir nun nach zwei herausfordernden Jahren wieder auf den Wachstumskurs zurückgekehrt,“* zieht Holger Dahmen, Vorstandsvorsitzender der Wolford Aktiengesellschaft, eine positive Bilanz über das abgelaufene Geschäftsjahr und ergänzt: *„Die Resultate 2010/11 zeigen, dass wir in den letzten Jahren die notwendigen Voraussetzungen geschaffen haben, um die Marke Wolford nachhaltig als internationales Luxuslabel zu positionieren und das Unternehmen auf Erfolgskurs zu halten. Die Umsatzsteigerung spiegelt unsere Konzentration auf die kontinuierliche Ausweitung der Monobrand-Distribution sowie den Fokus auf das Retailgeschäft, also unsere eigenen Boutiquen, Concession Shop-in-Shops und Factory Outlets, wider. Gleichzeitig haben wir zu Beginn der Krise rechtzeitig und sehr gezielt in kostenoptimierende Planungs-, Entwicklungs- und Steuerungsinstrumente investiert. Dies hat unsere Effizienz wesentlich erhöht und zeigt jetzt nachhaltige Wirkung in Bezug auf die Profitabilität,“* erläutert Holger Dahmen die maßgeblichen Erfolgsfaktoren.

Deutliche Umsatzsteigerung und überproportionale Verbesserung der Profitabilität

Die Wolford Gruppe hat über nunmehr sechs Quartale hinweg in allen wesentlichen Distributionskanälen und Märkten den Umsatz gegenüber der jeweiligen Vorjahresperiode gesteigert. Insgesamt erhöhte das österreichische Luxuslabel den Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr (1. Mai 2010 bis 30. April 2011) um 5,6 Prozent auf EUR 152,2 Mio., wobei dieses Wachstum vor allem auch auf die konsequente Erweiterung des Wolford eigenen Distributionsnetzes zurückzuführen war.

Noch besser als die Erlöse entwickelten sich sämtliche relevanten Ertragskennzahlen und damit die Rentabilität der Gruppe. So stieg das EBITDA von EUR 12,5 Mio. um 26,0 Prozent auf EUR 15,7 Mio. und das Betriebsergebnis (EBIT) sogar um 62,7 Prozent auf EUR 7,3 Mio. (Vorjahr: EUR 4,5 Mio.). Damit erhöhte sich die EBITDA-Marge um 1,6 Prozentpunkte auf 10,3 Prozent.

Deutlich gesteigert hat die Wolford Gruppe im Berichtsjahr auch das Ergebnis aus fortgeführter Geschäftstätigkeit (Ergebnis vor Steuern), das um 70,8 Prozent auf EUR 5,8 Mio. (Vorjahr: EUR 3,4 Mio.) verbessert wurde. Der Jahresüberschuss hat sich sogar um 97,2 Prozent auf EUR 5,1 Mio. (Vorjahr: EUR 2,6 Mio.) beinahe verdoppelt. Entsprechend erhöhte sich auch das Ergebnis pro Aktie auf EUR 1,03 (Vorjahr EUR 0,52).

Sehr solide Vermögens- und Kapitalstruktur

Zum Bilanzstichtag 30. April 2011 verfügte die Wolford Gruppe über ein Eigenkapital in der Höhe von EUR 83,9 Mio. Dies entspricht einer Erhöhung um EUR 4,5 Mio. oder 5,6 Prozent gegenüber dem Wert vom 30. April 2010. Damit verbesserte sich die Eigenkapitalquote im vergangenen Geschäftsjahr auf 58,0 Prozent (Vorjahr: 54,5 Prozent). Im gleichen Zeitraum reduzierte sich die Nettofinanzverschuldung auf EUR 12,7 Mio. (Vorjahr: EUR 19,7 Mio.). Das Gearing-Ratio betrug zum Bilanzstichtag 15,1 Prozent und lag damit deutlich unter dem Vergleichswert des Vorjahres (24,8 Prozent). Basierend auf einer höheren Mittelbindung im Vorrätebereich lag der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit zwar unter dem Wert des Vorjahres (EUR 23,5 Mio.), erreichte aber mit EUR 15,7 Mio. dennoch ein zufriedenstellendes Niveau.

Umsatzsteigerungen in allen wesentlichen Vertriebskanälen

Eine detaillierte Betrachtung nach den einzelnen Vertriebskanälen zeigt auch für das vergangene Geschäftsjahr eine sehr positive Entwicklung der Boutiquen. Insgesamt konnten die 106 eigenen und die 103 partnergeführten Boutiquen (Stichtag 30. April 2011) den Umsatz um 10,4 Prozent steigern. Die anhaltend dynamische Umsatzentwicklung der Boutiquen in den vergangenen Jahren spiegelt sich auch in ihrer steigenden Bedeutung für den Gesamtumsatz der Wolford Gruppe wider. Mit 48,6 Prozent (Vorjahr 46,8 Prozent) leisteten die Boutiquen im Geschäftsjahr 2010/11 den weitaus größten Beitrag zum Gesamtumsatz und haben ihren Umsatz damit in den vergangenen Jahren deutlich erhöht. Wesentlich verbessert hat die Wolford Gruppe auch den Umsatz über die Vertriebschiene der Kauf- und Warenhäuser, die den Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr um 11,6 Prozent gesteigert haben. Neben der beeindruckenden Umsatzsteigerung um 62,0 Prozent, die über die Concession Shop-in-Shops erzielt wurde, leisteten auch die Kaufhausketten im Wholesalesgeschäft einen positiven Beitrag zur Steigerung des Gesamtumsatzes. Im Bereich der Factory Outlets konnte das Niveau des Vorjahres gehalten werden. Deutliche Zuwachsraten erzielte die Wolford Gruppe im Online Business, wo mit einem Umsatzplus von 24,8 Prozent im like-for-like Vergleich der deutliche Aufwärtstrend der letzten Jahre fortgesetzt werden konnte. Mit Ende des Geschäftsjahres standen Kundinnen aus 14 Ländern die exklusiven Einkaufswelten unter www.wolford.com zur Verfügung. In sechs Ländern wurden diese bereits um E-Factory Outlets ergänzt.

Wachsende Bedeutung der Wolford eigenen Standorte

In der Berichtsperiode zeigten vor allem auch die Wolford eigenen Standorte (eigene Boutiquen, Concession Shop-in-Shops und Factory Outlets) mit einem Plus von 13,5 Prozent eine positive Umsatzentwicklung. Auf flächenbereinigter Basis (like-for-like) wurde ein Umsatzplus von 6,0 Prozent erzielt. Damit hat Wolford auch im abgelaufenen Geschäftsjahr den Retail-Anteil am Gesamtumsatz weiter erhöht. Betrug dieser im Geschäftsjahr 2009/10 noch 48,1 Prozent, so erreichte er zu Jahresende 2010/11 bereits 51,4 Prozent.

Vor diesem Hintergrund haben im abgelaufenen Geschäftsjahr insbesondere die eigenen Boutiquen mit einer Umsatzsteigerung von 12,0 Prozent eine sehr positive Entwicklung gezeigt. Entsprechend erhöhte sich der Umsatzbeitrag der eigenen Boutiquen am Gesamtumsatz im Verlauf des Geschäftsjahres 2010/11 von 35,4 Prozent auf 37,3 Prozent.

Monobrand-Distribution übertrifft 60-Prozent Marke

Die Strategie, die Distributionsqualität und den Markenauftritt am Point-of-Sale durch die von Wolford kontrollierte Distribution laufend zu verbessern, zeigte im Geschäftsjahr 2010/11 klar erkennbare Erfolge. Die positive Entwicklung der eigenen und partnergeführten Boutiquen, Factory Outlets und Concession Shop-in-Shops spiegelte sich im Anteil der Monobrand-Distribution am Gesamtumsatz wider, der mit 62,7 Prozent erstmals in der Unternehmensgeschichte über der 60-Prozentmarke (Vorjahr: 59,5 Prozent) lag.

Umsatzplus in beinahe allen Hauptmärkten

Betrachtet nach Regionen, konnte die Wolford Gruppe im Geschäftsjahr 2010/11 in beinahe allen Hauptmärkten zum Teil deutliche Umsatzzuwächse erzielen. Insbesondere in der Region Asien/Ozeanien baute Wolford als Ergebnis der dort umgesetzten, intensivierten

Wachstumsstrategie den Umsatz um 36,8 Prozent aus. Mit einer Umsatzsteigerung von 19,3 Prozent im Geschäftsjahr 2010/11 zeigten die Umsätze in den USA eine sehr gute Entwicklung. Auch in den angestammten europäischen Märkten war Wolford mit ihrem Produktportfolio sehr erfolgreich und erzielte Steigerungsraten von 28,3 Prozent (Spanien), 14,5 Prozent (Schweiz), 11,4 Prozent (CEE), 9,3 Prozent (Skandinavien) und 9,0 Prozent (UK). Zuwächse verzeichnete Wolford auch in Belgien (plus 4,8 Prozent), Italien (plus 4,6 Prozent) und Deutschland (plus 1,6 Prozent). Während sich in den Niederlanden der Umsatz um 5,2 Prozent reduzierte, konnte in Österreich (minus 0,5 Prozent) und Frankreich (minus 0,6 Prozent) das hohe Niveau des Vorjahres in etwa gehalten werden.

Ausblick

Ein leichtes Umsatzwachstum in den ersten Wochen des neuen Geschäftsjahres sowie Fixbestellungen für die Wintersaison 2011/12, die deutlich über dem Vergleichswert des Vorjahres liegen, lassen den Vorstand der Wolford Gruppe optimistisch in das Geschäftsjahr 2011/12 blicken. Vor diesem Hintergrund erwartet das Management der Wolford Gruppe, mit geplanten Einführungen neuer Produkte, gesetzten Maßnahmen zur höheren Marktpenetration, der Erschließung neuer Märkte, sowie mit den eingeleiteten Effizienzsteigerungsmaßnahmen im Geschäftsjahr 2011/12 eine weitere Umsatz- sowie Ergebnisverbesserung erzielen zu können.

Wolford wird auch zukünftig das Retail-Business stärken, die Anzahl der Monobrand-Standorte kontinuierlich ausbauen und die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel weiter intensivieren. Neben der systematischen Konzentration auf Aktivitäten in den Hauptmärkten soll durch ein verstärktes Engagement in China in den nächsten Jahren zukünftiges Wachstum und die Verbreiterung der Marke Wolford abgesichert werden.

**Übersicht Umsatz- und Finanzkennzahlen für das Geschäftsjahr 2010/11
(1. Mai 2010 bis 30. April 2011)**

in TEUR	2010/11	2009/10	Veränderung absolut / Prozentpunkte	Veränderung in Prozent
Umsatz	152.151	144.040	8.111	5,6%
EBITDA	15.740	12.490	3.250	26,0%
EBITDA-Marge	10,3%	8,7%	1,6	
EBIT	7.327	4.502	2.825	62,7%
Ergebnis vor Ertragsteuern	5.811	3.403	2.408	70,8%
Jahresüberschuss	5.050	2.561	2.489	97,2%
Ergebnis / Aktie in EUR	1,03	0,52	0,51	98,1%
Summe Vermögenswerte	144.458	145.535	-1.077	-0,7%
Bankverbindlichkeiten und sonstige Finanzverbindlichkeiten	18.622	28.094	-9.472	-33,7%
Nettofinanzverschuldung	12.693	19.668	-6.975	-35,5%
Verschuldungsgrad in % (Gearing)	15,1%	24,8%	-9,7	
Eigenkapital	83.853	79.379	4.474	5,6%
Eigenkapitalquote	58,0%	54,5%	3,5	
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	15.702	23.497	-7.795	-33,2%
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit / Aktie in EUR	3,20	4,80	-1,60	-33,3%
Cashflow aus der Geschäftstätigkeit	14.184	22.141	-7.957	-35,9%
Investitionen ohne Finanzanlagen	6.397	8.009	-1.612	-20,1%
Abschreibungen und Wertaufholungen	8.413	7.988	425	5,3%
MitarbeiterInnen im Jahresdurchschnitt (Vollzeit)	1.560	1.484	76	5,1%
MitarbeiterInnen zum Stichtag (Vollzeit inkl. Auszubildende)	1.649	1.472	177	12,0%

Der Jahresfinanzbericht 2010/11 ist im Internet unter www.wolford.com in der Rubrik Investor Relations abrufbar.

Rückfragehinweis: Holger Dahmen (Vorsitzender des Vorstandes)
Peter Simma (Vorsitzender-Stellvertreter des Vorstandes)

Investor@wolford.com

Wolford Aktiengesellschaft, Wolfordstraße 1, A-6901 Bregenz

+43 (0) 5574 690-0

www.wolford.com