



Presseinformation

Umsatz und Ergebnis 1. Quartal 2011/12

Wolford Gruppe: Deutliche Umsatz- und Ergebnissteigerung im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2011/12

- **Umsatz um 6,5 Prozent auf EUR 31,8 Mio. gesteigert**
- **Monobrand-Distribution erreicht einen Umsatzanteil von 62,4 Prozent**
- **Deutliche Ergebnisverbesserung - Dividende von EUR 0,40 je Aktie**
- **Vermögens- und Kapitalstruktur weiter gestärkt**

Wien/Bregenz, 16. September 2011

Die an der Wiener Börse notierte Wolford Aktiengesellschaft hat auch in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres (1. Mai 2011 bis 30. April 2012) den Wachstumskurs des vergangenen Geschäftsjahres fortgesetzt. Obwohl das erste Quartal (1. Mai 2011 bis 31. Juli 2011) aufgrund der Saisonalität traditionell das umsatzschwächste Quartal des Geschäftsjahres ist, in dem aber gleichzeitig überproportional hohe Kosten in Relation zum Umsatz anfallen, hat das österreichische Luxuslabel nicht nur den Umsatz gesteigert sondern auch sämtliche Ergebniskennzahlen deutlich verbessert. *„Diese positive Entwicklung in einem wirtschaftlich herausfordernden Umfeld ist maßgeblich auf den gezielten Ausbau unserer eigenen Standorte zurückzuführen,“* zeigt Holger Dahmen, Vorstandsvorsitzender der Wolford Aktiengesellschaft, die Erfolgsfaktoren für das Ergebnis der ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres auf und ergänzt: *„Aktuell tragen die Retailstandorte bereits mehr als die Hälfte zum Gesamtumsatz bei. Unter Einbeziehung der Boutiquen-Partner liegt dieser Anteil inzwischen sogar bei über 62 Prozent, und wir beabsichtigen diesen in Zukunft noch weiter zu erhöhen. Mit einem starken Markenauftritt am Point-of-Sale in Kombination mit einer stringenten Kostenkontrolle sowie einer hervorragenden Vermögens- und Kapitalstruktur sind wir für weiteres Wachstum gut aufgestellt.“*

Weiteres Umsatzwachstum und deutliche Ergebnisverbesserung

Insgesamt erhöhte Wolford im ersten Quartal 2011/12 den Umsatz gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres um 6,5 Prozent auf EUR 31,8 Mio. (1. Quartal 2010/11: EUR 29,8 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. In diesem Zusammenhang ist erwähnenswert, dass aufgrund der Saisonalität des Geschäftsverlaufes das erste Quartal traditionell das umsatzschwächste ist, in dem aber gleichzeitig überproportional hohe Kosten in Relation zum Umsatz anfallen. Aus diesem Grund sind bislang Ergebniskennzahlen von Wolford im ersten Quartal immer negativ ausgefallen. Dennoch konnte das EBITDA in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2011/12 um EUR 1,1 Mio. auf EUR 0,6 Mio. (1. Quartal 2010/11: EUR -0,5 Mio.) verbessert werden. Auch das Betriebsergebnis (EBIT) verbesserte sich deutlich um mehr als EUR 1,1 Mio. bzw. 46,9 Prozent. Das Ergebnis vor Ertragsteuern zeigte in der Berichtsperiode ein erfreuliches Plus von 38,2 Prozent.

Reduktion der Nettofinanzverschuldung und Erhöhung der Eigenkapitalquote

Mit einer Verringerung der Nettofinanzverschuldung sowie der weiteren Erhöhung der Eigenkapitalquote hat die Wolford Gruppe im Verlauf des ersten Quartals ihre Vermögens- und Kapitalstruktur weiter gestärkt. Zum Stichtag 31. Juli 2011 verfügte die Wolford Gruppe über ein Eigenkapital in der Höhe von EUR 81,6 Mio. Dies entspricht einer Erhöhung um EUR 4,4 Mio. oder 5,7 Prozent gegenüber dem Wert vom 31. Juli 2010. Entsprechend verbesserte sich die Eigenkapitalquote im Quartalsvergleich auf 53,2 Prozent (31. Juli 2010: 51,3 Prozent). Im gleichen Zeitraum reduzierte die Wolford Gruppe ihre Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, was sich in einer weiteren Reduktion der Nettofinanzverschuldung um 7,0 Prozent von EUR 27,5 Mio. auf EUR 25,6 Mio. widerspiegelte. Das korrespondierende Gearing Ratio verbesserte sich damit von 35,6 Prozent zum Vorjahresstichtag auf 31,4 Prozent.

Umsatzsteigerungen in den größten Vertriebskanälen

Die dynamische Umsatzentwicklung der Boutiquen setzte sich auch im ersten Quartal 2011/12 weiter fort. Dies gilt insbesondere für die von Wolford selbst geführten Boutiquen, die den Umsatz gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres um 6,4 Prozent gesteigert haben. Im Zuge des gezielten Ausbaus des eigenen Distributionsnetzes wurden in der Berichtsperiode vier weitere eigene Boutiquen - unter anderem in Boca Raton (USA) und Brüssel (Belgien) - eröffnet. Insgesamt erhöhte sich der Umsatz mit den 110 eigenen und 95 Partnerboutiquen (Stichtag 31. Juli 2011) um 3,8 Prozent. Mit 47,5 Prozent leisteten die Boutiquen damit auch den weitaus größten Beitrag zum Gesamtumsatz. Auch das Online-Business konnte im 1. Quartal des laufenden Geschäftsjahres wiederum eine positive Umsatzentwicklung verbuchen (www.wolford.com). Während sich das Geschäft mit dem Fachhandel leicht reduzierte, erhöhte sich der Umsatz über die Vertriebschiene der Kauf- und Warenhäuser im ersten Quartal 2011/12 um 17,3 Prozent. Neben der beeindruckenden Umsatzsteigerung von 71,3 Prozent, die über die Concession Shop-in-Shops erzielt wurde, leisteten auch die Kaufhausketten im Wholesalegeschäft mit einer Umsatzsteigerung um 5,8 Prozent einen positiven Beitrag zur Steigerung des Gesamtumsatzes.

Eigene Standorte als Wachstumstreiber

Die strategische Bedeutung der eigenen Standorte spiegelt sich im Ausbau des Wolford eigenen Distributionsnetzes wider, welches maßgeblich für das Wachstum verantwortlich zeichnete. So erzielten die Wolford eigenen Standorte (eigene Boutiquen, Concession Shop-in-Shops und Factory Outlets) in der Berichtsperiode ein Umsatzwachstum von 9,6 Prozent - auf einer flächenbereinigten Basis wurde eine Steigerung von 3,2 Prozent erzielt. Damit betrug der Retail-Anteil am Gesamtumsatz nach den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 50,9 Prozent.

Monobrand-Distribution weiterhin über 60-Prozentmarke

Weiter ausgebaut hat Wolford auch den Umsatz über die von ihr kontrollierten Distributionskanäle (eigene und partnergeführte Boutiquen, Factory Outlets und Concession Shop-in-Shops) und damit den Anteil der Monobrand-Distribution am Gesamtumsatz weiter erhöht. Dieser übertraf im Laufe des Geschäftsjahres 2010/11 erstmals in der Unternehmensgeschichte die 60-Prozentmarke und erreichte nach Ende des ersten Quartals 2011 nunmehr 62,4 Prozent (1. Quartal 2010/11: 61,9 Prozent).

Umsatzplus in den meisten Märkten

Betrachtet nach Regionen, konnte die Wolford Gruppe im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2011/12 in den meisten Märkten zum Teil deutliche Umsatzzuwächse erzielen. Mit einer Steigerung von 87,8 Prozent in den ersten drei Monaten zeigte vor allem der Umsatz in Spanien eine sehr gute Entwicklung. Aber auch in den meisten anderen europäischen Märkten war Wolford mit ihrem Produktportfolio sehr erfolgreich und erzielte erfreuliche Steigerungsraten. So konnte der Umsatz in Italien (+27,1 Prozent), UK (+14,9 Prozent in Konzernwährung, +20,6 Prozent in lokaler Währung), Deutschland (+8,9 Prozent), Frankreich (+8,3 Prozent) und Österreich (+3,4 Prozent) deutlich gesteigert werden. Zuwächse verzeichnete Wolford aber auch in den Niederlanden (+1,7 Prozent) und Skandinavien (+0,5 Prozent). Von der Wechselkursentwicklung beeinflusst zeigte sich der Umsatz in den USA, der sich in

Konzernwährung (Euro) zwar um 5,0 Prozent reduzierte, sich in Landeswährung (US-Dollar) jedoch deutlich um 9,2 Prozent erhöhte. Ausgehend von einem starken Wachstum im Geschäftsjahr 2010/11 konnte in der Region Far East in lokaler Währung ein Umsatzplus von 16,7 Prozent verbucht werden – in Konzernwährung ergab sich trotz der ebenfalls deutlich negativen Wechselkursentwicklung (HK-Dollar) eine leichte Umsatzsteigerung von 2,3 Prozent. Umsatzrückgänge mussten hingegen in Belgien (-10,0 Prozent), in der Region CEE (-10,4 Prozent) sowie, bedingt durch den starken Schweizer Franken und damit verbundene Kaufkraftabwanderungen ins nahegelegene Ausland, in der Schweiz hingenommen werden (-2,3 Prozent in Konzernwährung, -12,5% in lokaler Währung).

Dividende in Höhe von EUR 0,40 je Aktie für das Geschäftsjahr 2010/11

In der am 15. September 2011 abgehaltenen Hauptversammlung haben die Aktionäre der Wolford Aktiengesellschaft beschlossen, für das Geschäftsjahr 2010/11 eine Dividende in Höhe von EUR 0,40 je Aktie auszuzahlen. Als Dividenden-Zahltag wurde der 29. September 2011 festgesetzt.

Ausblick

Basierend auf den Entwicklungen im ersten Quartal 2011/12 sowie den Fixbestellungen für die Wintersaison 2011/12, die deutlich über dem Vergleichswert des Vorjahres lagen und teilweise noch in den kommenden Wochen zur Auslieferung gelangen, blickt der Vorstand der Wolford Gruppe optimistisch in das Geschäftsjahr 2011/12. 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.

Übersicht Umsatz- und Finanzkennzahlen 1. Quartal 2011/12 (1. Mai 2011 bis 31. Juli 2011)

in TEUR	1. Quartal 2011/12	1. Quartal 2010/11	Veränderung absolut	Veränderung in %
Umsatz	31.777	29.842	1.935	6,5 %
EBITDA	649	-459	1.108	241,2 %
EBITDA-Marge	2,0 %	-1,5 %	3,5	
EBIT	-1.298	-2.446	1.148	46,9 %
Ergebnis vor Ertragsteuern	-1.740	-2.817	1.077	38,2 %
Periodenergebnis	-1.753	-2.512	759	30,2 %
Summe Vermögenswerte	153.190	150.369	2.821	1,9 %
Bankverbindlichkeiten und sonstige Finanzverbindlichkeiten	30.531	34.815	- 4.284	-12,3 %
Nettofinanzverschuldung	25.576	27.499	-1.923	-7,0 %
Verschuldungsgrad in % (Gearing)	31,4 %	35,6 %	-4,2	
Eigenkapital	81.573	77.186	4.387	5,7 %
Eigenkapitalquote	53,2 %	51,3 %	1,9	
Cashflow aus dem Ergebnis*	482	-291	773	265,6 %
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	-10.313	-6.645	-3.668	-55,2 %
Cashflow aus der Geschäftstätigkeit	-10.869	-6.954	-3.915	-56,3 %
Investitionen ohne Finanzanlagen	2.033	805	1.228	152,6 %
Abschreibungen	1.946	1.987	-41	-2,0 %
MitarbeiterInnen im Durchschnitt (Vollzeit)	1.643	1.469	174	11,9 %
MitarbeiterInnen zum Stichtag (Vollzeit inkl. Auszubildende)	1.677	1.494	183	12,2 %

* Cashflow aus dem Ergebnis = Periodenergebnis
 +/- Abschreibungen/Zuschreibungen auf das Anlagevermögen
 -/+ Gewinne/Verlust aus Anlagenabgängen
 +/- Veränderung langfristiger Rückstellungen
 = Cashflow aus dem Ergebnis

Der Bericht über das erste Quartal 2011/12 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