



Presseinformation

Umsatz und Ergebnis 1. Halbjahr 2010/11

Wolford mit Umsatzwachstum und deutlichem Ergebnisplus

- Verkaufserlöse steigen um 8,1 Prozent auf EUR 74,0 Mio.
- Erfreuliche Performance der Retail-Standorte
- Periodenergebnis mehr als verdoppelt
- Weitere Optimierung der Vermögens- und Kapitalstruktur

Wien/Bregenz, 17. Dezember 2010

Im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2010/11 (1. Mai bis 31. Oktober 2010) konnte die Wolford Gruppe ihre Umsätze gegenüber der Vorjahresperiode weiter steigern. Bei den Ergebniskennzahlen wurden sogar überproportionale Steigerungsraten erzielt. Während der Umsatz des internationalen Modekonzerns mit EUR 74,0 Mio. um 8,1 Prozent über dem Niveau des Vorjahres lag, konnte das Ergebnis aus fortgeführter Geschäftstätigkeit beinahe verdoppelt werden. *„Der positive Umsatztrend der vergangenen Quartale setzt sich weiter fort. Besonders erfreulich entwickeln sich unsere Retail-Standorte, die im ersten Halbjahr die wesentlichen Wachstumstreiber der Gruppe waren. Dies zeigt, dass unsere strategische Ausrichtung der Ausweitung der Monobrand-Standorte in Verbindung mit einer konsequenten Erhöhung der Distributionsqualität eindeutig richtig war und ist“*, kommentiert Holger Dahmen, Vorstandsvorsitzender der Wolford Aktiengesellschaft. *„Die positive Ergebnisentwicklung zeigt, dass wir aus der wirtschaftlich herausfordernden Zeit gestärkt hervorgegangen sind. Wir haben zu Beginn der Wirtschaftskrise rechtzeitig und flexibel reagiert und legen auch weiterhin einen starken Fokus auf konsequente Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen. Als Resultat daraus dürfen wir in dieser Berichtsperiode von deutlich gestiegenen operativen Ergebniskennzahlen berichten“*, so Holger Dahmen abschließend.

Weiteres Umsatzplus und deutliche Steigerung aller relevanten Ergebniskennzahlen

Der Gesamtumsatz der Wolford Gruppe erhöhte sich im ersten Halbjahr 2010/11 um 8,1 Prozent und lag damit bei EUR 74,0 Mio. (1. Halbjahr 2009/10: EUR 68,5 Mio.). Zurückzuführen war diese Entwicklung vor allem auf die erfreuliche Performance der Wolford eigenen Standorte, die im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres ein Umsatzplus von 16,1 Prozent zeigten.

Noch besser stellte sich in der Berichtsperiode die Entwicklung der Ergebniskennzahlen dar, die durchwegs überproportional zum Umsatz gesteigert werden konnten. So erreichte das EBITDA der Gruppe EUR 7,1 Mio. – dies entspricht einem Plus von 20,3 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2009/10 (EUR 5,9 Mio.). Die korrespondierende EBITDA-Marge verbesserte sich von 8,7 Prozent auf 9,6 Prozent. Noch deutlicher fiel die Steigerung des Betriebsergebnisses mit einem Plus von 55,8 Prozent aus. Dieses lag – nach EUR 2,1 Mio. in den ersten sechs Monaten des Vorjahres – in der Berichtsperiode bei EUR 3,2 Mio. Die erfreuliche Entwicklung der operativen Ergebniskennzahlen ist das Resultat der weiterhin sehr konsequent umgesetzten Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen.

Vor diesem Hintergrund hat die Wolford-Gruppe das Ergebnis aus fortgeführter Geschäftstätigkeit in der Berichtsperiode auf EUR 2,5 Mio. beinahe verdoppelt (1. Halbjahr 2009/10: EUR 1,3 Mio.). Das Periodenergebnis erhöhte sich im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres von EUR 0,8 Mio. auf EUR 1,9 Mio. und konnte somit um 152,8 Prozent gesteigert werden. Das Ergebnis je Aktie erreichte EUR 0,39 (1. Halbjahr 2009/10: EUR 0,15).

Reduktion der Nettoverschuldung und Erhöhung der Eigenkapitalquote

Auch im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres forcierte Wolford weiterhin die Optimierung der Mittelbindung im Umlaufvermögen. So wurden durch ein effizientes Bestandsmanagement die Vorräte im Vergleich zum Halbjahresstichtag 2009/10 um EUR 5,7 Mio. reduziert. Gleichzeitig verringerte die Wolford Gruppe in der Berichtsperiode ihre Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, was zu einer erheblichen Reduktion der Nettofinanzverschuldung führte. Diese lag nach EUR 37,7 Mio. am Vergleichsstichtag des Vorjahres nunmehr bei EUR 23,5 Mio. Der Verschuldungsgrad (Gearing Ratio) fiel von 48,6 Prozent auf 29,1 Prozent. Die Eigenkapitalquote verbesserte sich per 31. Oktober 2010 auf 52,5 Prozent (31. Oktober 2009: 48,2 Prozent). Absolut erhöhte sich das Eigenkapital von EUR 77,4 Mio. zum Halbjahresstichtag des Vorjahres auf EUR 81,0 Mio. per 31. Oktober 2010.

Annähernd alle Wolford Hauptmärkte auf Wachstumskurs

Die meisten Wolford Hauptmärkte zeigten in der Berichtsperiode zweistellige Umsatzsteigerungsraten. Vor allem der Zukunftsmarkt Asien/Ozeanien konnte im ersten Halbjahr 2010/11 mit einem Plus von 37,0 Prozent erneut ein deutliches Wachstum verbuchen. Auch in den USA (+24,3 Prozent), der Schweiz (+18,6 Prozent) und Großbritannien (+17,9 Prozent) erhöhten sich die Umsätze signifikant. In Spanien und Belgien wurden Umsatzsteigerungen im Bereich von rund 15 Prozent bzw. in Italien und Skandinavien im Bereich von rund 12 Prozent erzielt. Während auch Deutschland (+5,4 Prozent) ein Umsatzplus zeigte und die Erlöse in den Ländern Zentral- und Osteuropas auf Vorjahresniveau blieben, gingen die Umsätze in Österreich (-0,3 Prozent), den Niederlanden (-3,4 Prozent) und Frankreich (-3,5 Prozent) zurück.

Retail-Standorte als Wachstumstreiber

Sowohl der Umsatz der Wolford eigenen Standorte (Boutiquen, Shop-in-Shops und Factory Outlets) als auch der Umsatz mit Handelspartnern erhöhte sich in den ersten sechs Monaten der Berichtsperiode, wobei die Umsatzsteigerung der Retail-Standorte mit einem Plus von 16,1 Prozent sehr viel deutlicher ausfiel. Dies war zwar zum Teil auf die Distributionserweiterung der eigenen Standorte zurückzuführen, wobei das Umsatzplus auch flächenbereinigt (like-for-like) bei 7,7 Prozent lag. So erhöhte sich der Retail-Anteil am Gesamtumsatz in der Berichtsperiode auf 47,4 Prozent (1. Halbjahr 2009/10: 44,3 Prozent).

Betrachtet man die einzelnen Vertriebskanäle im Detail, so zeigten erneut die Wolford eigenen Boutiquen (+14,2 Prozent) eine ausgesprochen positive Entwicklung. Da sich auch der Umsatz mit Partnerboutiquen um 4,2 Prozent erhöhte, erreichte der mit einem Umsatzanteil von 46,0 Prozent wichtigste Vertriebskanal „Boutiquen“ in der Berichtsperiode gesamthaft ein Umsatzwachstum von 11,4 Prozent. Insgesamt verfügte Wolford zum Stichtag 31. Oktober 2010 über ein Netzwerk von 217 Boutiquen, davon 105 eigene und 112 von Partnern geführte. Besonders erfreulich entwickelte sich im ersten Halbjahr 2010/11 auch das Geschäft mit Kauf- und Warenhäusern (+12,4 Prozent), wobei dies vor allem auf die von Wolford geführten Concession Shop-in-Shops zurückzuführen war. Unter Berücksichtigung der neun bis Ende Oktober 2010 zusätzlich eröffneten Concession Shop-in-Shops in Spanien zeigte diese Kategorie in der Berichtsperiode ein Umsatzplus von 53,1 Prozent. Während auch der Umsatz mit Factory Outlets um 10,4 Prozent stieg, lag der Erlös mit dem Fachhandel stabil auf Vorjahresniveau. Das Wolford Online Business gewann in der Berichtsperiode weiter an Bedeutung. So legte der Umsatz im Bereich E-Commerce in der Like-for-like-Betrachtung gegenüber der Vorjahresperiode um 60,2 % zu.

Aufgrund der guten Performance der von Wolford kontrollierten Distributionskanäle (eigene und partnergeführte Boutiquen, Factory Outlets und Concession Shop-in-Shops) erhöhte sich auch der Anteil der Monobrand-Distribution am Gesamtumsatz von 56,7 Prozent (1. Halbjahr 2009/10) auf 59,1 Prozent in der Berichtsperiode.

Ausblick

Die Ergebnisse der Wolford Gruppe entwickelten sich durch das erfreuliche Umsatzwachstum sowie die konsequente Umsetzung von Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen in der Berichtsperiode wie erwartet positiv; auf beiden Aspekten soll daher auch weiterhin ein starker Fokus liegen. Auf Marketingebene sollen in Zukunft die Markteinführung neuer Produkte sowie bereits geplante Maßnahmen zur höheren Marktpenetration die Nachfrageentwicklung weiter unterstützen. Im Zentrum der Erweiterung der Vertriebsaktivitäten steht der asiatische Raum (speziell China), wo in der Berichtsperiode bereits erfreuliche Steigerungsraten verbucht werden konnten. Zur stärkeren Bearbeitung dieser Region wurden bereits zum Ende des ersten Halbjahres 2010/11 entsprechende Maßnahmen eingeleitet, die in den nächsten zwei bis drei Jahren spürbare Wirkung zeigen sollen.

Der Vorstand erwartet für das Gesamtjahr 2010/11 eine Umsatzsteigerung sowie eine weitere Ergebnisverbesserung im Vergleich zum Geschäftsjahr 2009/10.

Übersicht Umsatz- und Finanzkennzahlen 1. Halbjahr 2010/11 (1. Mai 2010 bis 31. Oktober 2010)

in TEUR	1. Halbjahr 2010/11	1. Halbjahr 2009/10	Veränderung absolut	Veränderung in %
Umsatz	74.025	68.471	5.554	8,1 %
EBITDA	7.141	5.934	1.207	20,3 %
EBIT	3.205	2.057	1.148	55,8 %
Ergebnis aus fortgeführter Geschäftstätigkeit	2.467	1.287	1.180	91,6 %
Periodenergebnis	1.910	755	1.155	152,8 %
Periodenergebnis je Aktie in EUR	0,39	0,15	0,24	152,8 %
Cashflow aus dem Ergebnis*	6.349	4.649	1.700	36,6 %
Investitionen ohne Finanzanlagen	2.832	4.583	-1.751	-38,2 %
Eigenkapital	80.963	77.437	3.526	4,6 %
Eigenkapital in % der Bilanzsumme	52,5 %	48,2 %	4,3	
Nettofinanzverschuldung	23.533	37.659	-14.126	-37,5 %
Verschuldungsgrad (Gearing)	29,1 %	48,6 %	-19,5	
MitarbeiterInnen im Durchschnitt (Vollzeit)	1.501	1.499	2	0,1 %
MitarbeiterInnen zum Stichtag (Vollzeit)	1.554	1.496	58	3,9 %

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

Der Halbjahresfinanzbericht 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