



Presseinformation Umsatz und Ergebnis 1. bis 3. Quartal 2010/11

Wolford mit deutlicher Umsatz- und Ergebnissteigerung nach drei Quartalen

- **Umsatzsteigerung um 6,6 Prozent auf EUR 120,0 Mio.**
- **Überproportionale Verbesserung der operativen Ergebniskennzahlen**
- **Ergebnis aus fortgeführter Geschäftstätigkeit fast verdoppelt**
- **Nettofinanzverschuldung um 47,8 Prozent reduziert**
- **Monobrand Distribution überschreitet 60-Prozentmarke**

Bregenz, 18. März 2011

Auch im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2010/11 konnte die Wolford Gruppe an die positive Entwicklung in den ersten beiden Quartalen nahtlos anschließen. Insgesamt erhöhte der internationale Modekonzern in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres (1. Mai 2010 bis 31. Januar 2011) seine Umsätze um 6,6 Prozent auf EUR 120,0 Mio. Noch besser entwickelten sich die Ergebniskennzahlen. So konnte das Ergebnis aus fortgeführter Geschäftstätigkeit um 93 Prozent von EUR 4,6 Mio. auf EUR 8,9 Mio. gesteigert werden. „Wir haben nunmehr fünf Quartale in Folge in fast allen Märkten und Distributionskanälen die Umsätze deutlich steigern können. Gleichzeitig haben wir die Monobrand-Distribution auf mehr als 60 Prozent am Gesamtumsatz erhöht. Dies zeigt, dass unsere Strategie, die Distributionsqualität laufend zu verbessern und auf die von Wolford kontrollierte Distribution zu fokussieren, nachhaltig greift,“ kommentiert Holger Dahmen, Vorstandsvorsitzender der Wolford Aktiengesellschaft und ergänzt: „Die deutlich verbesserten operativen Ergebniszahlen und das Periodenergebnis, das wir annähernd verdoppelt haben, spiegeln die Umsatzverbesserung wider, sind aber auch logisches Resultat konsequenter Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen, an denen wir auch in Zukunft weiter arbeiten werden.“

Anhaltende Umsatzverbesserung und überproportionale Steigerung bei allen relevanten Ergebniskennzahlen

Der Gesamtumsatz der Wolford Gruppe erhöhte sich in den ersten drei Quartalen 2010/11 um 6,6 Prozent und erreichte EUR 120,0 Mio. (1.-3. Quartal 2009/10: EUR 112,6 Mio.). Diese positive Umsatzentwicklung ist maßgeblich auf die Wolford eigenen Standorte zurückzuführen, die in der Berichtsperiode ein Umsatzplus von 14,1 Prozent erzielen konnten.

Noch besser als der Umsatz entwickelten sich die Ergebniskennzahlen, die durchwegs überproportional gesteigert werden konnten. So erreichte das EBITDA der Gruppe EUR 15,9 Mio. - dies entspricht einem Plus von 31 Prozent im Vergleich zu den ersten neun Monaten 2009/10 (EUR 12,1 Mio.). Entsprechend verbesserte sich die EBITDA-Marge auf 13,2 Prozent (1.-3. Quartal 2009/10: 10,8 Prozent). Noch deutlicher fiel die Steigerung des Betriebsergebnisses aus. Mit EUR 9,9 Mio. lag das EBIT um 59 Prozent über dem Vergleichswert des Vorjahres (1.-3. Quartal 2009/10: EUR 6,2 Mio.). Die erfreuliche Entwicklung der operativen Ergebniskennzahlen spiegelt neben der Umsatzsteigerung die konsequente Umsetzung der weitreichenden Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen wider.

Vor diesem Hintergrund hat die Wolford-Gruppe das Ergebnis aus fortgeführter Geschäftstätigkeit in der Berichtsperiode auf EUR 8,9 Mio. beinahe verdoppelt (1.-3. Quartal 2009/10: EUR 4,6 Mio.). Das Periodenergebnis erreichte EUR 7,0 Mio. und lag um 86 Prozent über dem Vergleichswert des Vorjahres (1.-3. Quartal 2009/10: EUR 3,8 Mio.). Das Ergebnis je Aktie betrug EUR 1,43 (1.-3. Quartal 2009/10: EUR 0,77).

Reduktion der Nettoverschuldung und Erhöhung der Eigenkapitalquote

Auch in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres forcierte Wolford weiterhin die Optimierung der Mittelbindung im Umlaufvermögen. Gleichzeitig verringerte die Wolford Gruppe in der Berichtsperiode ihre Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, was in einer erheblichen Reduktion der Nettofinanzverschuldung resultierte. Diese konnte nach EUR 24,7 Mio. zum 31. Januar 2010 auf EUR 12,9 Mio. zum 31. Januar 2011 beinahe halbiert werden. Der Verschuldungsgrad (Gearing Ratio) verbesserte sich deutlich von 30,7 Prozent auf 15,1 Prozent. Absolut erhöhte sich das Eigenkapital von EUR 80,5 Mio. zum Vergleichsstichtag des Vorjahres auf EUR 85,3 Mio. per 31. Januar 2011. Gleichzeitig verbesserte sich auch die Eigenkapitalquote, die per 31. Januar 2011 bei 57,1 Prozent lag (31. Januar 2010: 52,5 Prozent).

Deutliche Umsatzsteigerungen in den Hauptmärkten

Die regionale Betrachtung der Umsatzentwicklung zeigt ein deutliches Wachstum in den meisten von Wolford betreuten Märkten. Die stärksten Wachstumsraten erzielte die Wolford Gruppe in den ersten neun Monaten in der Region Asien/Ozeanien, wo der Umsatz um 33,7 Prozent gesteigert werden konnte. Eine ähnlich positive Entwicklung zeigten Spanien mit einem Plus von 27,9 Prozent und die USA mit einer Steigerung um 23,2 Prozent. Zweistellige Zuwachsraten erzielte Wolford auch in der Schweiz (+ 14,1 Prozent), Skandinavien (+ 12,3 Prozent) und Großbritannien (+ 11,8 Prozent). Aber auch in Belgien (+ 7,4 Prozent), Italien (+ 5,8 Prozent) und Deutschland (+ 2,2 Prozent) konnte Wolford den Umsatz weiter steigern. Basierend auf einer deutlich positiven Entwicklung im dritten Quartal erhöhte sich in den ersten drei Quartalen auch der Umsatz in Frankreich (+ 0,5 Prozent), während in Österreich (- 1,6 Prozent) und den Niederlanden (- 3,9 Prozent) im Periodenvergleich leichte Verluste hingenommen werden mussten.

Monobrand Distribution auf 61,8 Prozent erhöht

In der Berichtsperiode zeigten die Wolford eigenen Standorte (eigene Boutiquen, Shop-in-Shops und Factory Outlets) mit einem Plus von 14,1 Prozent eine positive Umsatzentwicklung, wobei dieses Wachstum teilweise auf die konsequente Erweiterung des Wolford eigenen Distributionsnetzes zurückzuführen war. Flächenbereinigt (like-for-like) wurde ein Umsatzplus von 5,9 Prozent erzielt. Auch im dritten Quartal des laufenden Geschäftsjahres hat Wolford damit den Retail-Anteil am Gesamtumsatz weiter erhöht. Betrug dieser im ersten Halbjahr 2010/11 noch 47,4 Prozent, so erreichte er nach Ablauf der ersten neun Monate bereits 50,6 Prozent (1.-3. Quartal 2009/10: 47,4 Prozent).

Eine detaillierte Betrachtung nach Vertriebskanälen zeigt eine ausgesprochen positive Entwicklung der Wolford eigenen Boutiquen, die eine Umsatzsteigerung von 12,7 Prozent erzielen konnten. Der Umsatz mit Partnerboutiquen erhöhte sich zeitgleich um 3,4 Prozent, sodass der Umsatz über Boutiquen - mit einem Umsatzanteil von 48,0 Prozent (1.-3. Quartal 2009/10: 46,6 Prozent) der wichtigste Vertriebskanal - in der Berichtsperiode insgesamt um 10,4 Prozent erhöht werden konnte. Zum Stichtag 31. Januar 2011 verfügte Wolford über ein weltweites Netzwerk von 215 Boutiquen, davon 105 eigene und 110 von Partnern geführte.

Besonders erfreulich entwickelte sich in den ersten neun Monaten 2010/11 auch das Geschäft mit Kauf- und Warenhäusern, das um 14,2 Prozent gesteigert werden konnte, wobei dies vor allem auf die von Wolford geführten Concession Shop-in-Shops zurückzuführen war. Während der Umsatz mit dem Fachhandel leicht unter dem Niveau der Vergleichsperiode des Vorjahres (- 1,6 Prozent) lag, zeigte das Wolford Online Business im like-for-like Vergleich mit einem Umsatzplus von 35,4 Prozent eine Fortsetzung des deutlichen Aufwärtstrends. Per Ende Januar 2011 verfügte Wolford über Online Shops in 13 Ländern.

Die positive Entwicklung in den von Wolford kontrollierten Distributionskanälen (eigene und partnergeführte Boutiquen, Factory Outlets und Concession Shop-in-Shops) spiegelte sich auch im Anteil der Monobrand-Distribution am Gesamtumsatz wider. Mit 61,8 Prozent lag dieser erstmals in der Unternehmensgeschichte über der 60-Prozentmarke (1.-3. Quartal 2009/10: 59,1 Prozent).

Ausblick

Die Ergebnisse der Wolford Gruppe spiegeln die konsequente Fokussierung auf die Verbesserung der Distributionsqualität im Einklang mit der gezielten Ausweitung der Monobrand-Standorte sowie die Umsetzung von Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen wider. Mit der Fortsetzung dieser Maßnahmen sowie der Erweiterung der Vertriebsaktivitäten vor allem im asiatischen Raum wird Wolford in Zukunft die Marktpräsenz weiter verstärken. Unterstützt werden diese Maßnahmen durch die zeitnahe Markteinführung neuer Produkte. Auf die neuen Kollektionen von Wolford reagierte der Handel sehr positiv. So konnten die Vororders zur Kollektion Frühjahr/Sommer 2011 um 6,8 Prozent gesteigert werden und auch auf die im Januar 2011 präsentierte Kollektion Herbst/Winter 2011/12 erhält Wolford vom Handel durchwegs positive Rückmeldungen.

Vor diesem Hintergrund bleibt der Vorstand bei seiner zuletzt veröffentlichten Prognose und erwartet für das Gesamtjahr 2010/11 eine Umsatzsteigerung sowie eine deutliche Ergebnisverbesserung im Vergleich zum Geschäftsjahr 2009/10.

Übersicht Umsatz- und Finanzkennzahlen 1.-3. Quartal 2010/11 (1. Mai 2010 bis 31. Januar 2011)

in TEUR	1.-3. Quartal 2010/11	1.-3. Quartal 2009/10	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
Umsatzerlöse	120.045	112.641	7.404	6,6 %
EBITDA	15.850	12.123	3.727	30,7 %
EBITDA-Marge	13,2 %	10,8 %	2,4	
Ergebnis der Betriebstätigkeit (EBIT)	9.895	6.227	3.668	58,9 %
EBIT-Marge	8,2 %	5,5 %	2,7	
Ergebnis aus fortgeführter Geschäftstätigkeit	8.931	4.630	4.301	92,9 %
Periodenergebnis	6.986	3.753	3.233	86,1 %
Periodenergebnis/Aktie in EUR	1,43	0,77	0,66	86,1 %
Cashflow aus der Geschäftstätigkeit	12.250	16.524	-4.274	-25,9 %
Cashflow aus dem Ergebnis ^{*)}	13.499	9.762	3.737	38,3 %
Investitionen ohne Finanzanlagen	4.402	7.154	-2.752	-38,5 %
Eigenkapital	85.299	80.533	4.766	5,9 %
Eigenkapital in % der Bilanzsumme	57,1 %	52,5 %	4,6	
Nettofinanzverschuldung	12.892	24.700	-11.808	-47,8 %
Gearing in %	15,1 %	30,7 %	-15,6	
MitarbeiterInnen zum Stichtag (Vollzeit)	1.634	1.466	168	11,5 %

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

Der Zwischenfinanzbericht über das dritte Quartal des Geschäftsjahres 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