



## Presseinformation

### Umsatz und Ergebnis Geschäftsjahr 2012/13

#### **Wolford gibt endgültige Ergebnisse des Geschäftsjahres 2012/13 bekannt**

- **Vorläufige Ergebnisse vom 14. Juni 2013 bestätigt**
- **Umsatz um 1,6 % auf 156,47 Mio. € gesteigert**
- **EBITDA und EBIT deutlich unter Vorjahresniveau**
- **Deutlich positiver operativer Cashflow und anhaltend solide Kapitalstruktur**
- **Internationale Expansion fortgesetzt, eigene Standorte mit Umsatzplus**
- **Umsatzwachstum und positives operatives Ergebnis für 2013/14 angestrebt**

Wien/Bregenz, 19. Juli 2013. Die an der Wiener Börse notierte Wolford AG bestätigt mit dem heute veröffentlichten Jahresabschluss 2012/13 die bereits am 14. Juni bekannt gegebenen vorläufigen Ergebnisse: Das Unternehmen konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr (1. Mai 2012 bis 30. April 2013) den Umsatz um 1,6 % oder 2,40 Mio. € auf 156,47 Mio. € erhöhen. Das EBITDA lag mit 7,90 Mio. € deutlich unter Vorjahresniveau (2011/12: 15,18 Mio. €), das EBIT belief sich auf -0,91 Mio. € (2011/12: 6,86 Mio. €). Trotz dieser Ergebnismrückgänge hat Wolford einen positiven operativen Cashflow von 6,31 Mio. € sowie einen gesteigerten Free Cashflow von 0,48 Mio. € erwirtschaftet und verfügt mit einer Eigenkapitalquote von 55 % über eine anhaltend solide Bilanzstruktur. Für das laufende Geschäftsjahr 2013/14 strebt das Unternehmen wieder Umsatzwachstum sowie ein positives operatives Ergebnis an.

#### **Zuwächse im eigenen Retail-Geschäft, Rückgänge mit Handelspartnern**

Während Wolford im eigenen Retail-Geschäft mit 6 % deutliche Umsatzzuwächse verzeichnete, mussten mit Handelspartnern (Wholesale-Geschäft) Rückgänge von 5 % hingenommen werden, sodass die erzielte Umsatzsteigerung die gestiegenen Kosten, inklusiver jener zur internationalen Distributionserweiterung, nicht vollständig kompensieren konnte. Aufgrund der Ergebnisentwicklung wird der Vorstand der Hauptversammlung am 17. September 2013 vorschlagen, die Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2012/13 auszusetzen und die Mittel für Investitionen in Wachstumsbereiche zu verwenden. *„In einem herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld haben wir im eigenen Retail erfreuliche Umsatzzuwächse erzielt. Das zeigt, dass die langfristige Strategie mit Fokus auf unser Monobrand-Standortnetz inklusive der internationalen Distributionserweiterung richtig ist. Wir konnten eine Reihe neuer Boutiquen sowohl in Kern- als auch in Wachstumsmärkten eröffnen. Zusätzlich haben wir bereits begonnen, mit neuartigen Vertriebskonzepten den Wholesale-Bereich zu stärken“*, erläutert Holger Dahmen, Vorstandsvorsitzender der Wolford AG, die Geschäftsentwicklung.

### **Internationale Expansion fortgesetzt – Kontrollierte Distribution mit Umsatzplus**

Wie bereits in den vergangenen Geschäftsjahren zeigten auch in der Berichtsperiode vor allem jene Verkaufsstandorte, an denen ausschließlich Wolford Produkte angeboten werden, eine besonders gute Entwicklung. Die von Wolford kontrollierten Distributionskanäle, d.h. eigene und partnergeführte Boutiquen, Concession-Shop-in-Shops, E-Commerce und Factory Outlets, konnten den Umsatz insgesamt um 5 % erhöhen und steigerten ihren Anteil am Gesamtumsatz auf 67 % (2011/12: 65 %).

Der Wolford-eigene Retail-Bereich (eigene Boutiquen, Concession-Shop-in-Shops, E-Commerce und Factory Outlets) hat das Geschäftsjahr 2012/13 mit einem Umsatzplus von 6 % abgeschlossen. Speziell das E-Commerce entwickelte sich dabei mit einem Zuwachs von 47 % sehr erfreulich. Damit hat sich der Retail-Anteil am Konzernumsatz auf 58 % (2011/12: 55 %) erhöht. Teilweise war dieses Wachstum auf die Erweiterung des Wolford-eigenen Distributionsnetzes zurückzuführen, aber auch auf einer flächenbereinigten Basis (like-for-like) wurde ein erfreuliches Umsatzwachstum von 2 % erzielt.

### **Umsatzsteigerung in konjunkturell herausfordernden Kernmärkten**

Das Geschäftsjahr 2012/13 war in den meisten Wolford Kernmärkten von schwacher Konjunktur und anhaltender Verunsicherung der Konsumentinnen beeinflusst. Im Kernmarkt Europa (Anteil am Konzernumsatz 2012/13 ohne Russland: 76 %) zeigte die Kaufzurückhaltung der Konsumentinnen vor allem auch im südlichen Europa deutliche Auswirkungen. Zusätzlich beeinträchtigte der ungewöhnlich lange und harte Winter 2013 die Nachfrage in der gesamten Branche, was speziell im vierten Quartal des Geschäftsjahres spürbar wurde. Die Summe dieser Faktoren wirkte sich dämpfend auf die Umsatz- und Ertragsentwicklung der Wolford Gruppe aus.

### **EBITDA und EBIT unter Vorjahresniveau**

Das EBITDA lag im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 7,90 Mio. € deutlich unter dem Vorjahr (2011/12: 15,18 Mio. €), das EBIT belief sich auf -0,91 Mio. € (2011/12: 6,86 Mio. €). Trotz einer Verbesserung des Finanzergebnisses und eines geringeren Steueraufwands weist der Jahresabschluss ein Ergebnis nach Steuern von -2,76 Mio. € (2011/12: 1,26 Mio. €) aus. *„Wir haben kurzfristig einfach nicht die notwendigen Umsatzsteigerungen erwirtschaftet, um die gestiegenen Kosten zu kompensieren“*, erläutert Thomas Melzer, Finanzvorstand der Wolford AG, die heute präsentierten Ergebnisse. *„Insbesondere die Anlaufkosten zur Vorbereitung des Markteintritts in Greater China, gestiegene Mieten im eigenen Retail-Geschäft, höhere Werbeaufwendungen zur Stärkung der Marke sowie Lagerabwertungen und Beratungsaufwendungen für die Neuausrichtung des Wholesale-Geschäfts haben zu diesem Ergebnisrückgang geführt“*, so Melzer weiter. Auch die Aufarbeitung der letztjährigen Betriebsprüfung hat das Ergebnis vermindert. Zusätzlich wurde entschieden, verlustbringende Vertriebsstandorte in Europa und den USA zu schließen sowie Außenlager aufzulösen und Altware zu vernichten, wodurch in Summe nicht-wiederkehrende Aufwendungen von 1,52 Mio. € entstanden sind.

### **Deutlich positiver operativer Cashflow und anhaltend solide Bilanzstruktur**

Durch die Optimierung des Working Capital, insbesondere der Vorräte, konnte im Geschäftsjahr 2012/13 ein deutlich positiver operativer Cashflow von 6,31 Mio. € (2011/12: 7,27 Mio. €) sowie ein über dem Vorjahr liegender Free Cashflow von 0,48 Mio. € (2011/12: 0,37 Mio. €) erwirtschaftet werden.

Zum Bilanzstichtag 30. April 2013 weist die Wolford Gruppe ein Eigenkapital von 78,15 Mio. € (30.04.12: 83,77 Mio. €) aus. Die Eigenkapitalquote belief sich auf äußerst solide 55 % (30.04.12: 58 %) und der Verschuldungsgrad (Gearing Ratio) erreichte 20 % (30.04.12: 17 %). *„Wolford verfügt damit aus heutiger Sicht über die nötigen Mittel, um die geplanten Schritte in der Produktentwicklung, zur weiteren Stärkung der Marke und im Bereich der internationalen Distributionserweiterung umsetzen zu können“*, bekräftigt Thomas Melzer.

### **Ausblick**

Wolford wird auch künftig sein weltweites Standortnetz weiter ausbauen. Im Rahmen dieser Zielsetzung ist die Eröffnung von neuen Wolford-eigenen und partnergeführten Boutiquen zur Stärkung der kontrollierten Distribution ebenso geplant wie eine Intensivierung der Zusammenarbeit mit dem Handel. Mit den dafür notwendigen Investitionen soll das Wachstum im Retail forciert und mit neuen Konzepten eine Umsatzsteigerung auch im Wholesale-Bereich eingeleitet werden. Zusätzlich wird weiterhin dem Online Business der Wolford Gruppe spezielle Aufmerksamkeit zuteil. Insgesamt soll die internationale Präsenz der Marke Wolford weiter verstärkt werden. Neben der Konzentration auf die Kernmärkte in Europa und Nordamerika plant Wolford die Anzahl ihrer Standorte insbesondere in den Wachstumsmärkten, vor allem in Greater China und der Golfregion, zu erhöhen. *„Obwohl die externen Rahmenbedingungen in vielen europäischen Märkten derzeit nicht ideal sind, bin ich davon überzeugt, dass wir den eingeschlagenen Weg langfristig erfolgreich fortsetzen können. Wolford ist eine starke Marke mit Potenzial. Wir als Management haben die Aufgabe und das Ziel, nachhaltig profitables Wachstum zu generieren und bereits im aktuellen Geschäftsjahr wieder Umsatzsteigerungen und ein positives operatives Ergebnis zu erwirtschaften“*, sagt Holger Dahmen abschließend.

Geschäfts- und Jahresfinanzbericht 2012/13 sind unter [www.wolford.com/Investor Relations](http://www.wolford.com/Investor%20Relations) abrufbar.

### **Rückfragehinweis:**

Holger Dahmen (Vorsitzender des Vorstandes)

Thomas Melzer (Finanzvorstand)

[investor@wolford.com](mailto:investor@wolford.com)

Wolford AG, Wolfordstraße 1, A-6900 Bregenz

+43 (0) 5574 690-1268

+43 (0) 5574 690-1477

[www.wolford.com](http://www.wolford.com)

### **Über die Wolford AG**

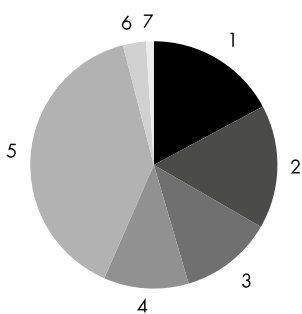
Die Wolford AG mit Hauptsitz in Bregenz am Bodensee (Österreich) unterhält 16 Tochtergesellschaften und vertreibt ihre Produktsegmente Legwear, Ready-to-wear, Lingerie, Swimwear, Accessories und Handelsware in rund 70 Ländern über mehr als 260 Monobrand-Verkaufsstandorte (eigene und partnergeführte), ca. 3.000 Handelspartner und online. Das seit 1995 an der Wiener Börse notierte österreichische Unternehmen erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2012/13 (1. Mai 2012 - 30. April 2013) mit rund 1.600 Beschäftigten einen Umsatz von 156,47 Mio. €. Seit Gründung im Jahr 1950 entwickelte sich Wolford vom lokalen StrumpfhHersteller zur globalen Fashionmarke im Segment der erschwinglichen Luxusprodukte.

# Wolford Gruppe in Zahlen

Ertragskennzahlen		2012/13	angepasst <sup>1)</sup> 2011/12	Vdg. %
Umsatz	in Mio. €	156,47	154,06	+1,6
EBITDA	in Mio. €	7,90	15,18	-48
EBIT	in Mio. €	-0,91	6,86	>100
Ergebnis vor Steuern	in Mio. €	-2,25	5,04	>100
Ergebnis nach Steuern	in Mio. €	-2,76	1,26	>100
Investitionen	in Mio. €	6,03	7,94	-24
Operativer Cashflow	in Mio. €	6,31	7,27	-13
Free Cashflow	in Mio. €	0,48	0,37	+30
Mitarbeiter (im Durchschnitt)	FTE	1.606	1.665	-4

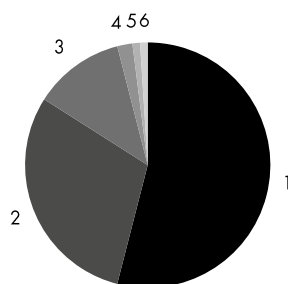
Bilanzkennzahlen		30.04.13	angepasst <sup>1)</sup> 30.04.2012	Vdg. %
Eigenkapital	in Mio. €	78,15	83,77	-7
Nettoverschuldung	in Mio. €	15,73	14,15	+11
Working Capital	in Mio. €	38,26	39,77	-4
Bilanzsumme	in Mio. €	142,32	145,46	-2
Eigenkapitalquote	in %	55	58	-
Gearing	in %	20	17	-

## UMSATZ NACH MARKT



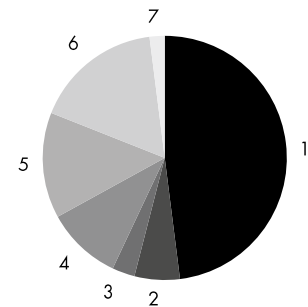
- 1 Nordamerika 17 %
- 2 Deutschland 16 %
- 3 Frankreich 12 %
- 4 Österreich 11 %
- 5 Restliches Europa 39 %
- 6 Asien/Ozeanien 4 %
- 7 Restliche Welt 1 %

## UMSATZ NACH PRODUKTGRUPPE



- 1 Legwear 53 %
- 2 Ready-to-wear 31 %
- 3 Lingerie 12 %
- 4 Accessories 2 %
- 5 Swimwear 1 %
- 6 Handelsware 1 %

## UMSATZ NACH DISTRIBUTION



- 1 Boutiquen 48 %
- 2 Concession-Shop-in-Shops 6 %
- 3 E-Commerce 3 %
- 4 Factory Outlets 10 %
- 5 Kauf- und Warenhäuser 14 %
- 6 Fachhandel 17 %
- 7 Private Label 2 %

1) Anpassung aufgrund vorzeitiger Anwendung von IAS 19 revised (Sozialkapital)