



Ad-hoc-Meldung

Wolford gibt Ergebnisse des 1. Halbjahres und neue Guidance für das Geschäftsjahr 2013/14 bekannt

- Umsatzrückgang von 2,3 % auf 74,81 Mio. €, Ergebnisse unter Vorjahr
- Negatives operatives Ergebnis für das Geschäftsjahr 2013/14 erwartet
- Anhaltend solide Bilanz- und Finanzierungskennzahlen
- Strategische Refokussierung und Optimierungsmaßnahmen eingeleitet

Wien/Bregenz, 11. Dezember 2013. Die im Prime Market der Wiener Börse notierte Wolford AG gibt heute ad hoc die Ergebnisse des 1. Halbjahres 2013/14 bekannt. Die ersten sechs Monate des laufenden Geschäftsjahres wurden mit einem Umsatzrückgang von 2,3 % auf 74,81 Mio. € und einem EBITDA von 1,64 Mio. € nach 4,01 Mio. € im Vorjahr abgeschlossen. Das EBIT belief sich auf -2,29 Mio. € (Vorjahr: -0,09 Mio. €). Währungsbereinigt betrug der Umsatzrückgang vergleichsweise geringe 0,7 %. Negative Währungseffekte für die Konzernwährung Euro resultierten vor allem aus dem schwächeren US-Dollar und dem Britischen Pfund. Während Wolford den Umsatz in den eigenen Retailstandorten um 5 % steigern konnte und die Online Shops erfreuliche Zuwächse von 20 % erzielten, zeigte sich der Handel in der Berichtsperiode neuerlich zurückhaltend, was zu deutlichen Umsatzrückgängen von 11 % im Wholesale-Bereich und einer insgesamt negativen Umsatz- und Ergebnisentwicklung führte. Diese Tendenz hat sich auch im zweiten Quartal fortgesetzt, weshalb in den Monaten August bis Oktober Umsatz und Ergebnis unter den Erwartungen des Unternehmens lagen.

Die Bilanzkennzahlen der Wolford AG weisen zum Stichtag 31. Oktober 2013 nach wie vor solide Werte aus. Das Eigenkapital der Wolford AG beträgt 75,90 Mio. € (31.10.12: 81,46 Mio. €) und die Eigenkapitalquote beläuft sich auf 50 % (31.10.12: 52 %). Der Verschuldungsgrad (Gearing Ratio) erreichte 33 % (31.10.12: 30 %) und das Unternehmen verfügt über ausreichend finanzielle Mittel zur Finanzierung des laufenden Geschäfts und der Wachstumsstrategie. Durch die starke Bilanz ist zudem sichergestellt, dass die notwendigen Maßnahmen zur Wiederherstellung der Profitabilität konsequent und rasch umgesetzt werden können.

Auf Basis der Umsatz- und Ergebnisentwicklung im 1. Halbjahr sowie der eingeleiteten Optimierungsmaßnahmen ändert der Vorstand der Wolford AG die Guidance für das laufende Geschäftsjahr. Aus heutiger Sicht wird inklusive nicht wiederkehrender Aufwendungen von bis zu 3 Mio. € für das Geschäftsjahr 2013/14 ein EBIT von bis zu rund -5 Mio. € und ein Umsatz auf Vorjahresniveau erwartet. Der Vorstand beabsichtigt die im Folgenden beschriebene strategische Refokussierung und die Optimierungsmaßnahmen, die der Aufsichtsrat in seiner heutigen Sitzung genehmigt hat, aus dem eigenen Cashflow sowie der Verwertung nicht betriebsnotwendiger Vermögenswerte zu finanzieren.

In Sortimentsstruktur und Kollektionsaussage will sich Wolford künftig noch stärker an den Erwartungen ihrer Kundinnen orientieren. Damit einhergehend soll eine Refokussierung auf die Kernkompetenz Legwear und körpernahe komplementäre Produkte erfolgen, wobei insbesondere das Produktangebot in der (Figur formenden) Lingerie sowie der Underpinnings (wie

Bodys, Tops, Shirts, u.ä.) ausgebaut wird. Gleichzeitig soll der Bereich der Ready-to-wear auf jene Produkte reduziert werden, die zur geschärften Positionierung passen. Die Produktgruppe Swimwear wird ab der Kollektion Spring/Summer 2015 eingestellt. Ziel dieser Refokussierung ist neben der konsequenten Marktausrichtung auch eine Bündelung der Innovationskraft und Kreativität, die Verringerung der Komplexität sowie die Straffung und Optimierung interner Prozesse und damit verbundener Kosten. Vertriebsseitig werden alle eigenen Standorte einer nochmaligen kritischen Prüfung unterzogen und geeignete Maßnahmen getroffen. Wolford bekennt sich zu einer Vertikalisierung der Distribution, wird jedoch die Eröffnung eigener Boutiquen künftig auf Toplagen in für die Marke strategisch wichtigen Kernmärkten und Wachstumsregionen konzentrieren. Um den jahrelangen Rückgängen im Wholesale-Geschäft effektiv zu begegnen, wendet sich Wolford mit neuen Konzepten an den Markt, um neue Boutiquenpartner zu finden sowie die Kauf- und Warenhauskunden und den Fachhandel wieder stärker für die Marke zu begeistern. In die Entwicklung des Online Business soll verstärkt investiert werden, um die Potenziale dieses für Wolford Produkte besonders geeigneten Vertriebskanals optimal zu nutzen. Gleichzeitig will das Unternehmen künftig durch eine intensivere Marktkommunikation die Marke Wolford bei Endkundinnen, Partnern und dem Handel wieder stärker in Erinnerung rufen. Mit diesen Maßnahmen will das Unternehmen so rasch wie möglich wieder profitabel werden und seine Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig verstärken.

Details zu den Ergebnissen des 1. Halbjahres können ab 13.12.2013 im Halbjahresfinanzbericht auf der Website des Unternehmens unter www.wolford.com nachgelesen werden.

Rückfragehinweis:

Holger Dahmen (Vorstandsvorsitzender)

Thomas Melzer (Finanzvorstand)

+43 (0) 5574 690-1268 (IR)

+43 (0) 5574 690-1477 (PR)

Ergebnisse des 1. Halbjahres 2013/14

Ertragskennzahlen		05 - 10/13	05 - 10/12 ¹⁾	Vdg. in %	2012/13
Umsatz	in Mio. €	74,81	76,59	-2	156,47
EBITDA	in Mio. €	1,64	4,01	-59	7,90
EBIT	in Mio. €	-2,29	-0,09	>100	-0,91
Ergebnis vor Steuern	in Mio. €	-2,90	-0,65	>100	-2,25
Ergebnis nach Steuern	in Mio. €	-1,96	-0,59	>100	-2,76
Mitarbeiter (im Durchschnitt)	FTE	1.562	1.611	-3	1.606

Bilanzkennzahlen		31.10.2013	31.10.2012 ¹⁾	Vdg. in %	30.4.2013
Eigenkapital	in Mio. €	75,90	81,46	-7	78,15
Nettoverschuldung	in Mio. €	25,38	24,13	+5	15,73
Working Capital	in Mio. €	42,74	46,35	-8	38,26
Bilanzsumme	in Mio. €	150,91	156,56	-4	142,32
Eigenkapitalquote	in %	50	52	-	55
Gearing	in %	33	30	-	20

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