

Wolford Aktiengesellschaft

17.07.2015 – 07:32 Uhr

EANS-News: Wolford AG / Rückkehr in die schwarzen Zahlen im Geschäftsjahr 2014/15

Corporate News übermittelt durch euro adhoc. Für den Inhalt ist der Emittent/Meldungsgeber verantwortlich.

Jahresergebnis/Geschäftsjahresergebnis

- Umsatz steigt um rund 1%
- Erstmals nach zwei Jahren wieder positives operatives Ergebnis und Nettogewinn
- Sonder-Dividende in Höhe von 0,20 EUR je Aktie vorgeschlagen
- Transformationsprozess noch nicht abgeschlossen
- Ziel 2015/16: weiteres Umsatzwachstum und positives operatives Ergebnis

Wien/Bregenz, 17. Juli 2015: Die an der Wiener Börse notierte Wolford AG hat das Geschäftsjahr 2014/15 (Mai 2014 bis April 2015) erwartungsgemäß positiv abgeschlossen. Der Umsatz der Wolford Gruppe stieg um rund 1% auf 157,35 Mio. EUR, zuletzt auch beflügelt durch positive Währungseffekte. Zudem schrieb Wolford erstmals nach zwei Jahren wieder schwarze Zahlen: Das um nicht wiederkehrende Aufwendungen und Erträge bereinigte EBITDA stieg im abgeschlossenen Geschäftsjahr von 7,11 Mio. EUR auf 10,33 Mio. EUR und das bereinigte EBIT von -0,97 Mio. EUR auf 1,56 Mio. EUR. Inklusive nicht wiederkehrender Positionen verbesserte sich das Betriebsergebnis (EBIT) um 6,89 Mio. EUR auf 2,17 Mio. EUR (Vorjahr: -4,72 Mio. EUR). Mit 1,03 Mio. EUR war auch das Ergebnis nach Steuern wieder positiv, nachdem im Vorjahr noch ein Verlust von 2,81 Mio. EUR angefallen war.

"Der Transformationsprozess von Wolford ist noch nicht abgeschlossen, aber die Strategie der Refokussierung auf die Kernkompetenzen des Unternehmens und die systematische Optimierung der eigenen Retail-Standorte trägt erste Früchte," so Ashish Sensarma, seit Januar 2015 Vorsitzender des Vorstandes. "Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat Wolford wichtige Grundlagen für ein nachhaltig profitables Wachstum gelegt", so Sensarma weiter.

Leicht wachsendes Retail-Geschäft, erfolgreiches Online Business, rückläufiger Wholesale

Das leichte Umsatzplus von rund 1% erzielte Wolford trotz Umsatzeinbußen in Höhe von 6,14 Mio. EUR aus der Schließung von über 20 nachhaltig unprofitablen Vertriebsstandorten in den Geschäftsjahren 2013/14 und 2014/15. Nach Rückgängen im ersten Halbjahr (Mai bis Oktober 2014) im Zuge schwieriger Marktbedingungen stabilisierte sich der Umsatz im dritten Quartal auf Vorjahresniveau. Im vierten Quartal (Februar bis April 2015) konnte Wolford dann einen kräftigen Umsatzzanstieg von 12% verzeichnen, dank positiver Währungseffekte im Zuge der Abwertung des Euro, aber auch infolge eines deutlich intensivierten Fokus auf die Optimierung der eigenen Standorte und des Online-Geschäfts.

Die Wolford-eigenen Standorte (eigene Boutiquen, Concession-Shop-in-Shops und Factory Outlets) konnten den Umsatz insgesamt sowie flächenbereinigt um jeweils 1% erhöhen. Besonders erfolgreich entwickelte sich erneut das Online-Geschäft mit einem Umsatzwachstum von 24%. Dagegen verzeichnete das Wholesale-Geschäft (partnergeführte Boutiquen, Kauf- und Warenhäuser sowie Fachhandel) einen Rückgang um 2%, unter anderem infolge von Problemen einzelner Handelspartner und der Ukraine-Krise. Aber auch dieser Vertriebskanal hat sich im letzten Quartal stabilisiert, nachdem das Minus zur Jahreshälfte noch bei 8% lag.

Deutlich unterschiedliche Entwicklungen im regionalen Geschäft

Die regionale Umsatzentwicklung verlief im Geschäftsjahr 2014/15 sehr unterschiedlich. So konnte der derzeit umsatzstärkste Einzelmarkt USA trotz der Schließung mehrerer Standorte um 5% zulegen. In Deutschland (-2%) und Frankreich (-3%) blieben die Umsätze infolge der Schwäche des Wholesale-Geschäfts dagegen hinter dem Vorjahr zurück. In Österreich (-7%) waren die Effekte der Standort-Schließungen spürbar. Die Umsätze in der Schweiz litten unter den Folgen der Aufwertung des Schweizer Franken und sanken um 9%. Erfreuliche Umsatzzuwächse erzielte Wolford hingegen in Großbritannien (+7%), Spanien (+11%) und Italien (+9%), allen voran dank der eigenen Standorte. In Zentral- und Osteuropa kam es zu Umsatzrückgängen in Höhe von 14%, vor allem bedingt durch die Ukraine-Krise. In Asien konnte Wolford den Umsatz im abgelaufenen Jahr um 20% deutlich steigern.

Positive Ergebnisse erwirtschaftet, Sonder-Dividende geplant

Die Neuausrichtung der Kollektion führte im abgelaufenen Geschäftsjahr zu einem Anstieg der Materialaufwendungen um 4,72 Mio. EUR auf 30,33 Mio. EUR. Der Personalaufwand stieg im Wesentlichen aufgrund der kollektivvertraglichen sowie freiwilliger Lohn- und Gehaltssteigerungen um 2,06 Mio. EUR auf 74,15 Mio. EUR (Vorjahr: 72,09 Mio. EUR). Höhere Mietaufwendungen im Zuge der Eröffnung neuer Boutiquen und Indexanpassungen (+1,04 Mio. EUR) sowie die Intensivierung des Marketing mit rund 3 Mio. EUR höheren Ausgaben zur Stärkung der Marke ließen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen von 50,57 Mio. EUR auf 54,63 Mio. EUR anwachsen. Dennoch konnte Wolford dank der Erträge aus dem Verkauf von Mietrechtsoptionen das bereinigte EBITDA von 7,11 Mio. EUR auf 10,33 Mio. EUR steigern. Das bereinigte EBIT drehte von -0,97 Mio. EUR auf +1,56 Mio. EUR. Inklusive nicht wiederkehrender Positionen (Aufwendungen von 2,76 Mio. EUR und Erträge von 3,37 Mio. EUR) verbesserte sich das EBIT um 6,89 Mio. EUR auf 2,17 Mio. EUR (Vorjahr: -4,72 Mio. EUR). Auch das Ergebnis nach Steuern ist mit 1,03 Mio. EUR (Vorjahr: -2,81 Mio. EUR) ebenso wie das Ergebnis je Aktie mit 0,21 EUR (Vorjahr: -0,57 EUR) erstmals seit dem Geschäftsjahr 2011/12 wieder positiv.

"Anfang Mai, also bereits im laufenden Geschäftsjahr 2015/16, konnten wir nach dem Grundstück auch die Betriebswohnungen veräußern, womit die Verwertung des nicht betriebsnotwendigen Vermögens in Summe rund 8 Mio. EUR generiert hat und abgeschlossen ist", erläutert der scheidende Finanzvorstand Thomas Melzer. „Von diesen Veräußerungserlösen haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr rund 3 Mio. EUR zusätzlich für die Stärkung unserer Marke ausgegeben und einen Teil der Refokussierungsstrategie finanziert", so Melzer weiter. Der Vorstand möchte auch die Aktionäre an den außerordentlichen Erträgen partizipieren lassen und schlägt daher der Hauptversammlung vor, für das abgelaufene Geschäftsjahr eine Sonder-Dividende in Höhe von 0,20 EUR je Aktie auszuschütten.

Weiter solide Bilanzstruktur

Zum Bilanzstichtag am 30. April 2015 weist die Wolford Gruppe ein Konzerneigenkapital von 74,83 Mio. EUR aus (Vorjahr: 74,38 Mio. EUR). Dabei wurden die positiven Effekte aus dem Ergebnis und aus Währungsdifferenzen durch versicherungsmathematische Verluste stark gemindert: Der für die Berechnung der Sozialkapitalrückstellungen maßgebliche Diskontierungszinssatz ging infolge der Staatsschuldenkrise und der Flucht in Benchmark-Unternehmensanleihen noch einmal deutlich von 3,1% auf 1,6% zurück. Dennoch erreichte die Eigenkapitalquote von Wolford zum Bilanzstichtag solide 51% (Vorjahr: 54%). Die Nettoverschuldung blieb mit 17,12 Mio. EUR auf dem Niveau des Vorjahres, womit sich ein Gearing (Nettoverschuldung zu Eigenkapital) von 23%, ebenfalls auf Vorjahresniveau, errechnet.

Erneuerte Unternehmensstrategie

Mit Eintritt des neuen Vorstandsvorsitzenden Ashish Sensarma wurde die Strategie der Refokussierung auf die Kernkompetenzen des Unternehmens und der Status ihrer Umsetzung überprüft und in wesentlichen Elementen bestätigt. Um mittelfristig das angestrebte Profitabilitätsziel einer EBIT-Marge von 10% erreichen und angemessene Dividenden zahlen zu können, gilt es jedoch noch weitere Aufgaben zu bewältigen.

Der eingeschlagene Weg der Revitalisierung der Marke, die Überarbeitung der Produktpalette, die Neuausrichtung der Marktkommunikation und die Optimierung

der kontrollierten Distribution muss konsequent weiter verfolgt werden. Hinzu kommt die Umsetzung eines neuen „Go-to-Market-Modells“: Um die Stärke ihrer Monobrand-Standorte künftig besser nutzen zu können, ist Wolford dabei, ihr Geschäftsmodell noch stärker auf die Bedürfnisse des Retail auszurichten. Konsequenz von der Bewirtschaftung der Verkaufsflächen ausgehend, werden alle Prozesse des Go-to-Market - angefangen bei der ersten Produktidee - eng miteinander verzahnt. „Die Produktentwicklung soll in deutlich kürzeren Rhythmen erfolgen, womit wir zum einen schneller auf spezifische Entwicklungen sowie die aktuelle Nachfrage reagieren können und zum anderen die Auslastung der Produktionskapazitäten und den Fertigwarenbestand optimieren - mit positiven Effekten auf Herstellkosten und Cashflow“, erläutert Axel Dreher, stellvertretender Vorstandsvorsitzender den eingeschlagenen Weg.

Ausblick

Das neue Geschäftsjahr hat für Wolford vielversprechend begonnen: Nach den ersten zwei Monaten (Mai bis Juni 2015) verzeichnet das Retail-Geschäft zweistellige Wachstumsraten. Insbesondere das Online Business ist mit aktuell hohen zweistelligen Zuwächsen weiter auf Erfolgskurs. Für das Geschäftsjahr 2015/16 setzt sich das Management das Ziel, den Umsatz weiter zu steigern und erneut mit einem positiven operativen Ergebnis abzuschließen. Mittelfristig strebt das Unternehmen eine EBIT-Marge von 10% an. Der Prozess der strategischen Refokussierung ist noch nicht abgeschlossen und wird Wolford auch im laufenden Jahr beschäftigen. Die geplanten Maßnahmen im Rahmen der erneuerten Unternehmensstrategie kann Wolford dabei aus dem Cashflow sowie freien Kreditlinien finanzieren.

Der Geschäftsbericht 2014/15 und der Jahresfinanzbericht 2014/15 sind unter company.wolford.com, Rubrik Investor Relations abrufbar.

http://company.wolford.com/wp-content/uploads/2015/07/Wolford_Geschaeftsbericht_2014_15.pdf

http://company.wolford.com/wp-content/uploads/2015/07/Wolford-Jahresfinanzbericht_2014_15.pdf

Rückfragehinweis:

Axel Dreher (Vorstand)

Regine Petzsch (Interim Head of Corporate Communications)

Tel.: +43 5574 690 1268 | investor@wolford.com | company.wolford.com

Wolford Gruppe in Zahlen

	2014/15	2013/14	Vdg. in %
Umsatz	in Mio. EUR 157,35	155,87	+0,9
EBITDA bereinigt	in Mio. EUR 10,33	7,11	+45
EBIT bereinigt	in Mio. EUR 1,56	-0,97	>100
EBIT	in Mio. EUR 2,17	-4,72	>100
Ergebnis vor Steuern	in Mio. EUR 1,21	-5,89	>100
Ergebnis nach Steuern	in Mio. EUR 1,03	-2,81	>100
Investitionen	in Mio. EUR 10,97	7,87	+39
Free Cashflow	in Mio. EUR -0,54	-0,94	+43
Mitarbeiter (Durchschnitt) FTE	1.574	1.562	+1

Bilanzkennzahlen

	30.04.2015	30.04.2014	Vdg. in %
Eigenkapital	in Mio. EUR 74,83	74,38	+1
Nettoverschuldung	in Mio. EUR 17,12	17,04	+1
Working Capital	in Mio. EUR 38,14	33,72	+13
Bilanzsumme	in Mio. EUR 147,04	138,12	+7
Eigenkapitalquote	in % 51	54	-
Gearing	in % 23	23	-

Börsenkennzahlen

-----	-----	2014/15	2013/14	Vdg._in_%
Ergebnis_je_Aktie_-----	in_EUR_-----	0,21_--	-0,57_--	>100_-----
Höchstkurs_der_Aktie_-----	in_EUR_-----	24,12_--	22,77_--	+6_-----
Tiefstkurs_der_Aktie_-----	in_EUR_-----	18,75_--	16,81_--	+12_-----
Ultimokurs_der_Aktie_-----	in_EUR_-----	24,00_--	19,10_--	+26_-----
Gewichtete_Aktienanzahl_-----	in_Tsd.-----	4.900_--	4.900_--	------
Ultimo_Börsekapitalisierung	in_Mio._EUR	120,00_--	95,48_--	+26_-----

Über die Wölford AG

Die Wölford AG mit Hauptsitz in Bregenz am Bodensee (Österreich) unterhält 16 Tochtergesellschaften und vertreibt ihre Produkte in mehr als 60 Ländern über 270 Monobrand-Verkaufsstandorte (eigene und partnergeführte), ca. 3.000 Handelspartner und online. Das seit 1995 an der Wiener Börse notierte Unternehmen erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2014/15 (1. Mai 2014 - 30. April 2015) mit rund 1.570 Beschäftigten einen Umsatz von 157,4 Mio. EUR. Seit Gründung im Jahr 1950 entwickelte sich Wölford zur weltweit führenden Herstellermarke für luxuriöse Strümpfe, exklusive Lingerie und hochwertige Bodywear.

Rückfragehinweis:

Wölford AG

Regine Petzsch

Tel.: +43 5574 690 1359

mailto:investor@wolford.com

Web: company.wolford.com

Ende der Mitteilung

euro adhoc

Unternehmen: Wölford Aktiengesellschaft

Wölfordstrasse 1

A-6900 Bregenz

Telefon: +43 (0) 5574 690-1268

FAX: +43 (0) 5574 690-1219

Email: investor@wolford.com

WWW: company.wolford.com

Branche: Textil/Bekleidung

ISIN: AT0000834007

Indizes: ATX Prime, ATX Global Players

Börsen: Freiverkehr: Frankfurt, Geregelter Markt: Wien, ADR: New York

Sprache: Deutsch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100055852/100775617> abgerufen werden.