

Wolford Aktiengesellschaft

15.07.2016 - 07:31 Uhr

EANS-News: Wolford Aktiengesellschaft / Positives operatives Ergebnis im Geschäftsjahr 2015/16

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

Jahresgeschäftsbericht/Jahresergebnis

- * Umsatz steigt auch dank positiver Währungseffekte um 3,2%
- * Positives operatives Ergebnis (EBIT) und Ergebnis vor Steuern
- * Ergebnis nach Steuern negativ infolge Einmaleffekt
- * Dividende in Höhe von 0,20 EUR je Aktie vorgeschlagen
- * Ziel 2016/17: Leichtes Umsatzwachstum und positives Ergebnis

Wien/Bregenz, 15. Juli 2016: Die an der Wiener Börse notierte Wolford AG hat ihre Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2015/16 (Mai 2015 bis April 2016) vorgelegt. Der Umsatz der Wolford Gruppe stieg auch dank positiver Währungseffekte um 3,2% auf 162,40 Mio. EUR, das operative Ergebnis (EBIT) betrug 1,55 Mio. EUR nach 2,17 Mio. EUR in 2014/15. Dies ist mit dem Vorjahresergebnis jedoch nicht direkt vergleichbar, denn im Vorjahr profitierte das EBIT von sonstigen betrieblichen Erträgen, die mit 12,76 Mio. EUR um mehr als 10 Mio. EUR über dem Niveau von 2015/16 lagen. Dennoch konnte die Wolford Gruppe das operative Ergebnis beinahe auf dem Niveau des Vorjahres halten. Auch das Ergebnis vor Steuern war positiv (0,62 Mio. EUR nach 1,21 Mio. EUR im Vorjahr), indes litt das Ergebnis nach Steuern unter der Auflösung latenter Steueransprüche auf Verlustvorträge. Infolge dieses Einmaleffekts fielen nicht ausgabenwirksame Ertragssteuern in Höhe von 6,81 Mio. EUR an (0,18 Mio. EUR im Vorjahr) und das Ergebnis nach Steuern beläuft sich auf -6,19 Mio. EUR nach 1,03 Mio. EUR im Vorjahr.

Positive Währungseffekte und Erfolgreiches Online Business

Die um 3,2% gestiegenen Umsatzerlöse im abgelaufenen Geschäftsjahr sind maßgeblich auf positive Währungseffekte zurückzuführen, allen voran auf die Wechselkursänderungen bei US-Dollar, britischem Pfund und Schweizer Franken. Ohne diesen Effekt lägen die Umsätze weitgehend auf Vorjahresniveau. Nach vergleichsweise guter Umsatzentwicklung im ersten Halbjahr blieb das Weihnachtsgeschäft hinter den Erwartungen zurück. In den Folgemonaten waren die Umsätze rückläufig, wie in weiten Teilen des europäischen Modeeinzelhandels. Insgesamt sank der Umsatz im vierten Quartal im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 7%.

Erneut sehr positiv entwickelte sich im Gesamtjahr das Online-Geschäft (+ 52%). Die Wolford-eigenen Standorte (eigene Boutiquen, Concession-Shop-in-Shops und Factory-Outlets) konnten den Umsatz insgesamt um 2 % erhöhen, auf flächenbereinigter Basis (ohne Effekte aus Eröffnung oder Schließung von Standorten) betrug das Umsatzplus ebenfalls 2%. Dagegen verzeichnete das Wholesale-Geschäft (partnergeführte Boutiquen, Kauf- und Warenhäuser sowie Fachhandel) einen Rückgang um 2%.

Deutlich unterschiedliche Entwicklungen im regionalen Geschäft

Die regionale Umsatzentwicklung zeigte im Geschäftsjahr 2015/16 ein sehr differenziertes Bild. So konnte Wolford bedingt durch positive Währungseffekte in den Kernmärkten USA (+12%), Schweiz (+10%) und Großbritannien (+8%) jeweils deutliche Zuwächse erzielen. In Österreich (-2%) und in Deutschland (-4%) blieben die Umsätze infolge der lang anhaltenden Hitzewelle im Spätsommer 2015 sowie des enttäuschenden Weihnachtsgeschäftes hinter den Erwartungen zurück. Die Umsätze in Frankreich litten vor allem unter den Folgen der Terroranschläge vom November 2015 und sanken um 3%. Die Märkte Spanien (+12%)

und Italien (+8%) wiesen dank eines starken Retail-Geschäftes, ein erfreuliches Wachstum auf. Auch in den Niederlanden (+5%), Skandinavien (+3%) und Belgien (+3%) konnten Umsatzzuwächse erzielt werden. In Asien konnte Wolford den Umsatz sogar um 16% steigern, vor allem bedingt durch ein erfolgreiches Wholesale-Geschäft. In Zentral- und Osteuropa (-4%) waren die Umsätze vor allem wegen der schwierigen Lage am russischen Markt rückläufig.

EBIT und Vorsteuerergebnis positiv, Dividendenzahlung vorgeschlagen

Die Zunahme des eigenen Online-Geschäftes und der damit notwendig verbundene Ausbau der Lagerhaltung zur Sicherstellung der Produktverfügbarkeit führten im abgelaufenen Geschäftsjahr zu einem Anstieg der Vorratsbestände. Dies spiegelt sich wider in einer Bestandserhöhung für fertige und unfertige Erzeugnissen in Höhe von 4,40 Mio. EUR (1,53 Mio. EUR im Vorjahr). Zudem hat sich die Einschätzung der Nutzbarkeit der Fertigwaren im Zuge der Erneuerung des Produktportfolios und des neuen Go-to-Market-Modells geändert, was den Wert der Vorräte weiter erhöht hat. Der Personalaufwand reduzierte sich um 1,62 Mio. EUR auf 73,86 Mio. EUR (Vorjahr: 75,48 Mio. EUR), die durchschnittliche Mitarbeiterzahl auf Vollzeitbasis sank um drei auf nunmehr 1 571 Mitarbeiter.

Im Zuge des Ausbaus des eigenen Online-Geschäftes und der auch infolge der Wechselkursentwicklung gestiegenen Mieten im eigenen Retail-Geschäft erhöhten sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen von 54,97 Mio. EUR auf 56,94 Mio. EUR. Dennoch konnte Wolford dank der positiven Umsatzentwicklung das EBITDA leicht von 10,94 Mio. EUR auf 11,01 Mio. EUR steigern. Das EBIT beläuft sich auf 1,55 Mio. EUR nach 2,17 Mio. EUR in 2014/15 und liegt damit beinahe auf Vorjahresniveau - ungeachtet der deutlich niedrigeren sonstigen betrieblichen Erträge (2,30 Mio. EUR nach 12,76 Mio. EUR in 2014/15). Im Vorjahr profitierte das EBIT nicht nur vom Buchgewinn aus dem Verkauf eines nicht betriebsnotwendigen Grundstücks in Bregenz, sondern auch vom Verkauf von zwei Mietrechtsoptionen (sonstiger betrieblicher Ertrag in Höhe von 6,36 Mio. EUR) sowie von Währungsgewinnen in Höhe von 1,64 Mio. EUR. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015/16 vereinnahmte Wolford nur 1,12 Mio. EUR aus dem Verkauf nicht betriebsnotwendiger Mietwohnungen.

Das Ergebnis vor Steuern betrug 0,62 Mio. EUR nach 1,21 Mio. EUR im Vorjahr. Die Ertragsteuern belaufen sich auf -6,81 Mio. EUR (Vorjahr: -0,18 Mio. EUR). Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden 6,53 Mio. EUR latente Steueransprüche aufgelöst, bedingt durch eine konservativere Auslegung des Reporting-Standards IAS-12. Das Ergebnis nach Steuern liegt aufgrund dieses Einmaleffektes mit -6,19 Mio. EUR (Vorjahr: 1,03 Mio. EUR) deutlich unter dem Niveau des Vorjahres, ebenso wie das Ergebnis je Aktie mit -1,26 EUR (Vorjahr: 0,21 EUR).

„Das Ergebnis unter dem Strich beruht auf einem Einmaleffekt im Zuge der Auflösung latenter Steueransprüche. Viel aussagekräftiger für die Unternehmensentwicklung ist das operative Ergebnis. Wenn man die Sondereffekte vom letzten Geschäftsjahr heraus rechnet, konnten wir unser Ergebnis operativ um fast 5 Millionen Euro steigern.“ erklärt Axel Dreher, CFO und COO von Wolford. „Wir befinden uns operativ auf dem richtigen Weg.“

Für das abgelaufene Geschäftsjahr schlägt der Vorstand der Hauptversammlung vor, analog zum Vorjahr eine Dividende in Höhe von 0,20 EUR je Aktie auszuschütten.

Weiter solide Bilanzstruktur

Zum Stichtag 30. April 2016 betrug das Konzerneigenkapital der Wolford Gruppe 68,15 Mio. EUR und lag damit um 6,68 Mio. EUR unter dem Vergleichswert des letzten Jahresabschlusses, was auf das negative Ergebnis nach Steuern zurückzuführen ist. Die Eigenkapitalquote erreichte zum Bilanzstichtag solide 49% (Vorjahr: 51%). Die Nettoverschuldung erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 3,74 Mio. EUR auf 20,86 Mio. EUR.

Fahrplan zur Steigerung der Profitabilität entwickelt

Wolford hat sich zum Ziel gesetzt, nachhaltig profitabel zu wachsen sowie bis zum Geschäftsjahr 2019/20 eine EBIT-Marge von 10 % zu erwirtschaften. Um diese Ziele zu erreichen, werden die bereits 2014 eingeleiteten Maßnahmen zur Umsatzsteigerung (Revitalisierung der Marke, Erneuerung des Produktportfolios,

Neuausrichtung der Marktkommunikation und Stärkung der Multi-Channel-Distribution) konsequent weiterverfolgt. Dabei hat Wolford im abgelaufenen Geschäftsjahr wichtige Meilensteine erreicht: So wurde beispielsweise ein neues Shop-Konzept entwickelt, das nun sukzessive vor Ort erlebbar werden soll. Erstmals zu sehen ist es ab September 2016 an den Schlüsselstandorten Berlin, Los Angeles (Beverly Hills) und Shanghai. Seit 2015 implementiert Wolford auch ein neues Go-to-Market-Modell, das sich ausschließlich an den Bedürfnissen der Endkundin orientiert und kontinuierlich für neue Ware am POS sorgt.

Darüber hinaus hat das Management im abgelaufenen Geschäftsjahr die gesamte Organisationsstruktur des Unternehmens auf den Prüfstand gestellt und umfassende Maßnahmen zur Reduktion der Gesamtkosten definiert, die in den kommenden beiden Geschäftsjahren umgesetzt werden, allen voran in 2016/17. In der Folge werden im laufenden Geschäftsjahr nicht nur die schon länger eingeleiteten Maßnahmen zur Optimierung von Produktion, Logistik und Lieferketten konsequent weiterverfolgt und die Profitabilität der eigenen Verkaufsflächen systematisch gesteigert. Das Unternehmen stellt derzeit auch seine Vertriebs- und Marketing-Organisation in Europa neu auf: Es zentralisiert alle indirekten Unterstützungsfunktionen in Bregenz und Antwerpen und setzt damit weltweit auf eine regionale Plattformstrategie mit drei Zentren für EMEA, USA und Asien. In Bregenz entsteht zudem eine schlagkräftige Organisation für das globale Corporate Marketing. Das führt zu deutlichen Einspareffekten in der Administration, zusätzlich zu der erwarteten deutlichen Steigerung von Effizienz und Effektivität im Vertrieb durch den Einsatz einer neuen B2B-Plattform für den Fachhandel.

„Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir substanzielle Fortschritte bei der Umsetzung unserer Strategie erzielt. Um bis 2019/20 eine EBIT-Marge von 10 % zu erreichen, haben wir aber noch ein ganzes Stück Weg vor uns,“ betont Ashish Sensarma, CEO von Wolford. „Eben darum haben wir unsere roadmap to profitability entwickelt, die klar definierte Meilensteine enthält.“

Ausblick

Die Wolford AG hatte sich für das Geschäftsjahr 2015/16 das Ziel gesetzt, ein positives operatives Ergebnis (EBIT) zu erwirtschaften, und hat dieses auch erreicht. Der Start ins neue Geschäftsjahr 2016/17 war verhalten, in den Monaten Mai und Juni entwickelten sich die Umsätze im gesamten europäischen Modeeinzelhandel eher schwach.

Dennoch rechnet Wolford für das Gesamtjahr mit einem leichten Umsatzwachstum. Trotz absehbarer Aufwendungen von rund 1,1 Mio. EUR im Zuge der Implementierung neuer Strukturen dürfte das operative Ergebnis ebenfalls leicht steigen. Mit weiteren Effekten aus der Auflösung latenter Steuern auf Verlustvorträge ist nicht zu rechnen, sodass auch das Ergebnis nach Steuern positiv ausfallen dürfte.

Der Geschäftsbericht 2015/16 und der Jahresfinanzbericht 2015/16 sind unter company.wolford.com, Rubrik Investor Relations abrufbar.

http://company.wolford.com/wp-content/uploads/2016/07/Wolford_Geschaeftsbericht_2015_16.pdf
http://company.wolford.com/wp-content/uploads/2016/07/Wolford_Jahresfinanzbericht_2015_16.pdf

Ertragskennzahlen

	2015/16	2014/15	Vdg. in %
Umsatz	162,40	157,35	+3
EBIT	1,55	2,17	-29
Ergebnis_vor_Steuern	0,62	1,21	-49
Ergebnis_nach_Steuern	-6,19	1,03	>100
Investitionen	7,30	10,97	-34
Free_Cashflow	-2,35	-0,54	>100
Mitarbeiter_(Durchschnitt) FTE	1.571	1.574	-1

Bilanzkennzahlen

	30.04.2016	30.04.2015	Vdg. in %
Eigenkapital	in Mio. EUR 68,15	74,83	-9
Nettoverschuldung	in Mio. EUR 20,86	17,12	+22
Working Capital	in Mio. EUR 43,15	38,14	+13
Bilanzsumme	in Mio. EUR 139,25	147,44	-6
Eigenkapitalquote	in % 49	51	-
Gearing	in % 31	23	-

Börsenkennzahlen

	2015/16	2014/15	Vdg. in %
Ergebnis je Aktie	in EUR -1,26	0,21	>100
Höchstkurs der Aktie	in EUR 25,48	24,12	+6
Tiefstkurs der Aktie	in EUR 21,35	18,75	+14
Ultimokurs der Aktie	in EUR 24,67	24,00	+3
Gewichtete Aktienanzahl	in Tsd. 4.912	4.900	+1
Ultimo Börsenkapitalisierung	in Mio. EUR 123,35	120,00	+3

Über die Wolford AG

Die Wolford AG mit Hauptsitz in Bregenz am Bodensee (Österreich) unterhält 16 Tochtergesellschaften und vertreibt ihre Produkte in mehr als 60 Ländern über 262 Monobrand-Verkaufsstandorte (eigene und partnergeführte), ca. 3.000 Handelspartner und online. Das seit 1995 an der Wiener Börse notierte Unternehmen erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2015/16 (1. Mai 2015 - 30. April 2016) mit rund 1.570 Beschäftigten einen Umsatz von 162,4 Mio. EUR. Seit

Gründung im Jahr 1950 entwickelte sich Wolford zur weltweit führenden Herstellermarke für luxuriöse Strümpfe, exklusive Lingerie und hochwertige Bodywear.

Rückfragehinweis:

Wolford AG

Maresa Hoffmann

Referentin Investor Relations & Corporate Communications

Tel.: +43 5574 690 1258

investor@wolford.com | company.wolford.com

Ende der Mitteilung

euro adhoc

Unternehmen: Wolford Aktiengesellschaft

Wolfordstrasse 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, Regulierter Markt: Wien, ADR: New York

Sprache: Deutsch