

Laurèl erzielt in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2013/2014 ein Umsatzplus von 11,3 %

- Umsatz steigt von 17,7 Mio. Euro auf 19,7 Mio. Euro
- Ertragsentwicklung unverändert durch Kosten für internationale Expansion geprägt
- Entwicklung der neuen Shops und positive Vororderrunde Frühjahr/Sommer 2014 weisen auf anhaltendes Wachstum hin

Aschheim bei München, 20. Dezember 2013 – Die Laurèl GmbH konnte von Mai bis Oktober 2013 und damit in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2013/2014 (Geschäftsjahresende: 30.04.) einen Umsatz von 19,7 Mio. Euro erzielen. Gemessen am Umsatz der Vorjahresperiode von 17,7 Mio. Euro ist das ein Plus von 11,3 %. Das operative Ergebnis (EBIT) beläuft sich auf -0,8 Mio. Euro (VJ: 0,8 Mio. Euro). Hier wirkten sich auch weiterhin die Kosten für die internationale Expansion, der Ausbau des Filialnetzes mit kumulierten Ingangsetzungskosten und eine neue E-Commerce-Plattform aus. Die aktuelle Umsatz- und Ertragsentwicklung sowie der Umsetzungsstand der Wachstumsstrategie mit den konkreten Einzelmaßnahmen entsprechen den Erwartungen der Laurèl GmbH.

Deutliches Wachstum in den eigenen Stores

Im Retail-Geschäft, also in den eigenen Stores, erzielte die Laurèl GmbH einen Umsatz von 4,0 Mio. Euro und damit ein Plus von 21%. In einer Like-to-like-Betrachtung lagen die Umsätze der eigenen Stores im ersten Halbjahr 2013/2014 bei einem Plus von 14 %. Zieht man die Monate Januar bis Oktober heran, um die Umsätze der Laurèl-Stores mit der Branche zu vergleichen, dann entwickelte sich Laurèl mit einem Plus von 12 % gegenüber dem Vorjahr deutlich besser als die Branche, die in Deutschland einen Rückgang von 3 % zu verzeichnen hatte (Quelle: TW Testclub).

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2013/2014 konnte Laurèl neue Stores in Köln und Dresden eröffnen. Das Geschäft in München hat nach zweimonatiger Schließung in einer neuen Location wiedereröffnet. In China konnten zu den bestehenden zwei eigenen Stores ein weiterer Shop sowie ein Outlet in Shanghai eröffnet werden, die beide über die asiatische Gesellschaft Laurèl Asia Ltd. betrieben werden.

Neuer Masterfranchisenehmer für den Norden Chinas

Auch im Wholesale-Geschäft legte Laurèl in den ersten sechs Monaten 2013/2014 mit einem Plus von 8 % weiter zu. Hier werden Umsätze von 15,6 Mio. Euro (VJ: 14,4 Mio. Euro) ausgewiesen, die mit anderen Einzelhandelspartnern und Franchisenehmern erzielt werden. Positiv entwickelten sich insbesondere die Umsätze in den Kernmärkten Deutschland/Österreich, Russland/GUS und China. In Deutschland gewannen neben den Key Accounts auch die Online-Anbieter an Bedeutung. In China ist es gelungen, entsprechend der eigenen strategischen Zielsetzungen einen ersten Masterfranchisevertrag abzuschließen. Der neue Partner für den nordchinesischen Markt hat bereits zwei neue Stores in Tsingtao und Harbin eröffnet. Bis Mitte 2014 sollen mindestens vier weitere Stores folgen und in den kommenden vier Jahren sollen es bis zu 30 Stores und Shops werden.

Fortsetzung der Wachstumsstrategie mit klar begrenztem Risiko

Ziel von Laurèl ist es, im chinesischen Markt mittelfristig zwei bis drei weitere regionale Masterfranchisepartner zu gewinnen. Im Jahr 2014 könnte mindestens eine weitere Vereinbarung in ähnlicher Größenordnung wie in Nordchina geschlossen werden. Bei der Expansion mit eigenen Stores in Europa wird Laurèl auch weiterhin behutsam agieren, nicht zuletzt um die kumulierten Kosten für die Neueröffnungen, die aktuell noch das Ergebnis belasten, innerhalb der Planungen zu halten. Aufgrund von Terminverschiebungen bei den Neueröffnungen folgen im zweiten Halbjahr noch neue Shops in Düsseldorf und Berlin. Auch im Wholesale-Geschäft geht Laurèl von weiter steigenden Umsätzen aus. Wichtige Indikation ist die positiv verlaufene Vororderrunde für Frühjahr/Sommer 2014. Im deutschen Kernmarkt liegt das Plus bei 15 %, in der wichtigen Region Russland/GUS konnte auf schon gutem Niveau ein weiteres Plus von 24 % gegenüber der Vorjahressaison generiert werden.

Die derzeit wichtigsten Auslandsmärkte China und Russland wird Laurèl auch als nächste Zielmärkte für die eigenen E-Commerce-Aktivitäten adressieren. Grundlage ist der im Dezember 2013 neu gestartete Webauftritt mit einer völlig neuen E-Commerce-Plattform, die eine internationale Ausbreitung des Online-Shoppings ermöglicht.

Für das laufende Geschäftsjahr 2013/2014 (30.04.) erwartet Laurèl ein deutliches Umsatzwachstum, ein entsprechend der Eröffnungsplanungen weiter wachsendes Netz eigener Stores und eine steigende Präsenz in China. Teilweise werden signifikante Umsatzeffekte aus der Umsetzung dieser strategischen Maßnahmen bereits 2014 wirksam werden – gleichzeitig sorgt der Expansionskurs dafür, dass die Ertragssituation noch negativ bleibt und Ergebniseffekte erst verzögert einsetzen werden. Entsprechend erwartet Laurèl für das laufende Jahr unverändert ein negatives Ergebnis, das aber innerhalb der eigenen Planungen liegen wird.

Der Halbjahresfinanzbericht 2013/2014 steht auf der Unternehmenswebsite www.laurel.de im Bereich „Anleihe“ zum Download zur Verfügung.

Für weitere Informationen:

Frank Ostermair/Linh Chung

Better Orange IR & HV AG

+49 (0)89 8896906-14

frank.ostermair@better-orange.de