

Laurèl GmbH: Erfreulicher Geschäftsverlauf mit deutlichem Vororderplus von 14 % für die Herbst/Winter-Saison 2014

- Markteintritt in den USA über Kooperation mit Bloomingdale's auf Sommer 2014 terminiert
- Keine Beeinträchtigung der eigenen Aktivitäten in Russland

Aschheim bei München, 11. April 2014 – Die Laurèl GmbH ist mit dem aktuellen Geschäftsverlauf durchweg zufrieden. Nachdem in der Frühjahr/Sommer-Saison 2014 ein Vororderplus von 16% erzielt werden konnte, steht für Herbst/Winter 2014 ein Vororderplus von 14% in den Büchern. Positiv entwickelt haben sich insbesondere die Kernmärkte Deutschland, China und Russland/GUS. Auch in Großbritannien und Frankreich konnten gute Wachstumsraten erzielt werden.

Dirk Reichert, CEO der Laurèl GmbH: „Die ersten elf Monate unseres Geschäftsjahres waren für uns sehr zufriedenstellend, weil unsere Wachstumspläne sowohl bei der Vororder, also im Geschäft mit unseren Einzelhandelskunden, als auch bei den Neueröffnungen eigener Stores erreicht wurden.“ Sehr aufmerksam verfolgt Laurèl die Entwicklung der wirtschaftlichen Beziehungen zwischen der EU und Russland. Im für die Laurèl GmbH durchaus wichtigen Auslandsmarkt Russland sind bislang aber keine Beeinträchtigungen zu verspüren. Im Gegenteil: Die Vororder für Herbst/Winter 2014 ist erfreulich gestiegen, die Auslieferung Frühjahr/Sommer 2014 ist abgeschlossen. Traditionell rechnet Laurèl in Russland in Euro ab und vereinnahmt den überwiegenden Teil der Umsätze über Vorauskasse.

Aktuell intensiv vorbereitet wird der Markteintritt in den USA. Für Sommer 2014 ist der Start bei Bloomingdale's in New York geplant. Dirk Reichert: „Wir können in den USA auf einem historisch gewachsenen hohen Bekanntheitsgrad von Laurèl aufbauen. Dieses Potenzial der Marke wollen wir jetzt nutzen – jedoch ohne dabei irgendwelche Risiken einzugehen. Deshalb agieren wir in den USA als Wholesaler und immer in enger Kooperation mit etablierten erstklassigen Partnern wie Bloomingdale's.“

Weitgehend abschließen konnte Laurèl die eigenen Wachstumspläne mit eigenen Stores in Westeuropa. In den vergangenen zwei Jahren wurden acht Standorte eröffnet bei einem aktuellen Bestand von 20 eigenen Stores in Metropolen wie Madrid, München, Düsseldorf, Köln oder auch Honkong und Shanghai. Im laufenden Jahr sollen noch zwei Neueröffnungen in Berlin und Wiesbaden folgen. Die aktuellen Expansionspläne sehen dann noch weitere ein bis zwei neue Outlet-Standorte vor, bevorzugt in gut frequentierten Factory Outlet Centern im deutschsprachigen Raum.

Neben den eigenen drei Stores sowie einem Outlet in China setzt Laurèl im dortigen Markt vorrangig auf Franchisepartner bzw. Partnerunternehmen als Masterfranchiser, die ganze Landesteile mit eigenen Stores abdecken können. Bereits im ersten Halbjahr 2013/2014 ist es gelungen, entsprechend den 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. 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.

Für weitere Informationen:

Frank Ostermair/Linh Chung

Better Orange IR & HV AG

+49 (0)89 8896906-14

frank.ostermair@better-orange.de