

Hongkong, 23. September 2015

POSITIVE ENTWICKLUNG TROTZ VERLUSTE FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR BIS ZUM 30. JUNI 2015

Wirtschaftlich außergewöhnlich herausforderndes Geschäftsjahr

- Umsatzrückgang höher als erwartet (-11,5% währungsbereinigt) aufgrund der Verringerung kontrollierter Flächen (-8,8%) und der ungewöhnlichen Marktentwicklung in Europa
- Bruttogewinnspanne und laufende Betriebsausgaben blieben stabil
- EBIT-Verlust (HK\$3.683 Millionen) aufgrund niedrigerer Abverkäufe und Belastungen durch einmalige Rückstellungen und Wertberichtigungen in Höhe von HK\$2.965 Millionen aufgrund des Geschäftsrückgangs der vergangenen zwei Jahre; die Rückstellungen und Wertberichtigungen sind weitestgehend nicht liquiditätswirksam
- Solide Bilanz mit Barmittelbestand in Höhe von HK\$5 Milliarden; schuldenfrei dank umsichtigen Liquiditätsmanagements und besonderer Maßnahmen zur Senkung von Betriebskosten und Nettoumlaufvermögen in den vergangenen Jahren

Maßgebliche strategische Ziele wurden erreicht

- Implementierung entscheidender Grundlagen für den Turnaroundplan: Vertikales Modell zur Verbesserung des Produkts und Omnichannel-Modell, zur Stärkung aller Vertriebskanäle.
- Vielversprechende Umsatzentwicklung der ersten "vertikal" entstandenen Kollektionen ab Februar 2015
 - Fortlaufend reduzierter Rückgang des Retailumsatzes
 - Umsatzzanstieg im Retail (auf vergleichbarer Fläche) um +4,1% im Vorjahresvergleich während der vergangenen drei Monate Juni, Juli und August 2015¹ („die vergangenen drei Monate“)
 - Umsätze der Esprit-Geschäfte in Deutschland (größter Absatzmarkt des Unternehmens) waren während jedem der vergangenen drei Monate besser als der Marktdurchschnitt
 - Wachstumstreiber sind Esprit Women Divisions (DOB), die das größte positive Wachstum der vergangenen drei Monate zum Vorjahr verzeichnen
 - Der Umsatz der unter dem Vertikalen Modell eingeführten "Fast Reaction Products" wächst weiter und übertrifft Abverkäufe von Produkten mit längeren Vorlaufzeiten

¹ Die Ergebnisse für Juli und August 2015 basieren auf den aktuellsten, ungeprüften Managementinformationen

Esprit tritt in die „Wachstums-Phase“ des strategischen Plans ein

- Exzellenz in der Produktentwicklung und den Vertriebskanälen, um die Umsätze zu steigern (indem die Implementierung des Vertikalen und Omnichannel-Modells abgeschlossen wird)
- Unterstützung durch Markenkampagnen zur Erweiterung der Neukundengewinnung und Kundenfrequenz
- Ergänzender Expansionsplan zum Ausbau der Markenpräsenz in bestehenden und neuen Märkten
- Verbesserung der Kostenstruktur zur Profitabilitätssteigerung parallel zur Umsatzentwicklung

Hongkong, 23. September 2015 - Die an der Hongkong Stock Exchange gelistete Esprit Holdings Limited („Esprit“, „das Unternehmen“, „die Gruppe“, „der Konzern“, Aktiencode 00330) hat heute das Konzernergebnis für das Geschäftsjahresende zum 30. Juni 2015 veröffentlicht.

Das Geschäftsjahr 2014/15 war ein außergewöhnlich herausforderndes Jahr. Das Konzernergebnis wurde sowohl von internen als auch externen Faktoren nachteilig beeinflusst. Nichtsdestotrotz war es aus strategischer Sicht ein Jahr, in welchem die Gruppe die wesentliche und herausforderndste Phase des Turnaroundplans abgeschlossen hat. Mit der erfolgreichen Einführung des Vertikalen Modells und Omnichannel-Modells sind die Grundlagen geschaffen, die es Esprit ermöglichen, seine Produkte zu verbessern und die Performance seiner Abverkäufe über alle Vertriebskanäle (online, offline, Retail und Wholesale) hinweg zu optimieren. Das Unternehmen sieht sich durch die ersten, sich positiv abzeichnenden Verkaufstrends der neuen „Vertikalen Produkte“ darin bestätigt, auf dem richtigen Weg zur Wiedererlangung der Wettbewerbsfähigkeit zu sein. In diesem Vertrauen begibt sich das Unternehmen in die letzte Phase seines strategischen Plans: Der Phase des „Wachstums“.

Jahresergebnis

Für das Geschäftsjahr 2014/15 verzeichnet Esprit mit einem Umsatz i.H.v. HK\$19.421 Millionen einen Umsatzrückgang von währungsbereinigt -11,5% (-19,8% in HK\$), hauptsächlich bedingt durch:

- i) eine Verringerung der kontrollierten Flächen (-8,8% im Vorjahresvergleich);
- ii) den ungewöhnlich warmen Winter, der in Europa die Preise und Abverkäufe der gesamten Herbst/Winter-Saison 2014 belastete
- iii) die Fortsetzung der negativen Marktentwicklung in der zweiten Jahreshälfte (nach Angaben der Textilwirtschaft verzeichnete der Bekleidungsmarkt in Deutschland in neun von zwölf Monaten des Geschäftsjahres ein negatives Wachstum);
- iv) den bis zur Einführung der „Vertikalen Produkten“ schwächer als erwarteten Abverkauf der Kollektionen; und

- v) ungünstige Wechselkursveränderungen, vor allem die deutliche Abwertung des Euros mit -11,4% gegenüber dem Hongkong-Dollar im Geschäftsjahr 2014/15

Die Bruttogewinnspanne (2015: 49,9%; 2014: 50,2%) und die laufenden Betriebskosten (HK\$10.413 Millionen; dies entspricht einer Verringerung von währungsbereinigten -1,2% bzw. -10,3% in HK\$) blieben auf Vorjahresniveau. Die niedrigeren Umsätze führten jedoch zu einem Rückgang des Deckungsbeitrages und somit zu einem operativen Verlust. Das Ergebnis (EBIT-Verlust: HK\$3.683 Millionen) wurde weiter durch Rückstellungen und Wertberichtigungen in Höhe von HK\$2.965 Millionen belastet; diese Rückstellungen und Wertberichtigungen stehen im Zusammenhang mit dem Geschäftsrückgang der letzten beiden Jahre (wie in der im Mai 2015 veröffentlichten Gewinnwarnung detailliert beschrieben) und sind in erster Linie nicht liquiditätswirksam und ohne wesentlichen Einfluss auf den Cashflow und die Ertragslage des Konzerns.

Dank der zurückliegenden Bemühungen der Gruppe um ein umsichtiges Liquiditätsmanagement, insbesondere durch die Senkung der Betriebskosten und der Normalisierung des Netto-Umlaufvermögens in den letzten beiden Geschäftsjahren, ist Esprit schuldenfrei und verfügt zum 30. Juni 2015 über einen gesunden Nettofinanzmittelbestand in Höhe von HK\$5 Milliarden.

Thomas Tang, Group Chief Financial Officer von Esprit kommentierte die Jahreszahlen der Gruppe wie folgt: „Obwohl der herausfordernde Markt unseren Umsatz erheblich beeinflusste, konnten wir die Bruttomarge stabil halten sowie Einsparungen in den meisten Bereichen unseres laufenden Betriebs erreichen. In den letzten zwei Jahren war es unsere Priorität, unsere liquiden Mittel zu erhalten, darum verfügt die Gruppe über eine solide finanzielle Basis. Diese wollen wir gezielt zur Umsetzung der Strategien nutzen, die das Umsatzwachstum zeitnah ankurbeln sollen.“

Bessere Produkte durch die Einführung des neuen „Vertikalen Modells“

Das vergangene Geschäftsjahr galt der Umsetzung des anspruchsvollsten und zugleich wichtigsten Teils des Strategieplans der Gruppe: der Transformationsphase. Während dieser Phase implementierte Esprit ein vertikal integriertes Geschäftsmodell („Vertikales Modell“), um die Geschwindigkeit und Effizienz der Produktentwicklung sowie von Supply-Chain-Prozessen zu verbessern und damit das Design sowie das Preis-Leistungsverhältnis der Produkte deutlich weiter zu entwickeln. Insbesondere wurden die folgende Maßnahmen umgesetzt:

- Verschlanktes Supply-Chain-Management (von über 350 auf unter 230 Lieferanten)
- Einführung eines Category Managements (Neuorganisation aller Produktdivisionen)
- Ein neues Merchandising-Modell (Einkauf und Merchandising vollständig zentralisiert)
- Reduzierung der Produktpalette (30-40% weniger Optionen)
- Saisonaler Produktkalender (von zwölf Monatskollektionen hin zu vier Saisonen)
- Fast-to-Market Produktentwicklung (zwei bis drei Monate Vorlaufzeit in der Trend-Division und schnelle Kapselkollektionen in allen anderen Divisionen)
- Verbesserung des Warenbestandsmanagements (noch ausstehend ist die

Implementierung zusätzlicher Auffüllkapazitäten und Verbesserungen in unserem Distributionszentrum)

Darüber hinaus konnte die Gruppe eine zunehmend positive Umsatzentwicklung nach Einführung der im Februar 2015 eingeführten Frühjahr/Sommer-Kollektionen feststellen - den ersten Kollektionen, die unter dem neuen Modell entwickelt wurden.

- Der Rückgang des Retailumsatzes verringerte sich in Folge stetig über jedes der nachfolgenden Quartale im Geschäftsjahr 2014/15 (Q1 = -15%; Q2 = -10,3%; Q3= -8,3%; Q4= -6,8%);
- Die Umsätze der Retail-Geschäfte (auf vergleichbarer Fläche) verzeichneten in den letzten drei Monaten (Juni, Juli, August 2015) ein im Jahresvergleich positives Wachstum i.H.v. +4,1%;
- Die Umsatzentwicklung in Deutschland (dem größten Markt des Unternehmens) übertraf den Marktdurchschnitt in jedem der letzten drei Monate - die Abverkäufe in den stationären Esprit-Geschäften in Deutschland lagen über den vergleichbaren Marktdaten - laut TextilWirtschaft jeweils um +6,3, +10,1 und 12,7 Prozentpunkte im Juni, Juli und August;
- Der Retail-Umsatz der Esprit Women Divisions (DOB) hat seit Februar 2015 positives Wachstum akkumuliert und verzeichnete in den letzten drei Monaten ein Wachstum von +5,3% im Vorjahresvergleich; und
- Die Trend Division (Anteil am Gesamtumsatz: 2,6%), mit welcher Fast-to-Market-Produkte unter dem Vertikalen Modell entwickelt werden, verzeichnete im Geschäftsjahr 2014/15 ein Umsatzwachstum von +29,7% (währungsbereinigt).

Effektivere Vertriebskanäle durch Entwicklung des „Omnichannel-Modells“

Um den Abverkauf wettbewerbsfähiger Produkte aus dem Vertikalen Modell zu optimieren, hat Esprit ein kundenorientiertes Omnichannel-Modell entwickelt. Dieses maximiert die gemeinsamen Aktivitäten aller Vertriebskanäle (online, offline, Retail und Wholesale). In diesem Zusammenhang wurden im Geschäftsjahr 2014/15 im Rahmen von themenspezifischen Initiativen (z.B. zu Organisation, Prozessen, Technologien, Infrastrukturen, Incentives, etc.) Lösungen mit den folgenden zwei Hauptzielen umgesetzt:

- i) **erweiterter und verbesserter Service für die loyalen Kunden „Esprit Friends“** – z.B. führte die Verbesserung der Programmfeatures zu einem 13%igen Wachstum der aktiven „Esprit Friends“-Mitglieder, die rückläufige Entwicklung der vergangenen Jahren konnte so ins Positive gewendet werden; und

- ii) **komplette Integration der kommerziellen Aktivitäten aller Vertriebskanäle (online und offline, Retail und Wholesale) zur Effizienzsteigerung** - z.B. über die Einführung von einzigartigen Anreizsystemen für die Franchise-Partner des Unternehmens für ihre vollständige Anbindung an das „Esprit Friends“-Programm, die kommerzielle Umsetzung und die Aktivitäten unseres e-shops esprit.com (über 70% aller in Frage kommenden Partner sind bereits beigetreten).

Dieses kundenorientierte Omnichannel-Modell steigert die Effektivität einiger der wichtigsten Wettbewerbsvorteile von Esprit, insbesondere:

- **die vielen loyalen Kunden:** Fünf Millionen „Esprit Friends“ haben in den letzten zwölf Monaten bei Esprit eingekauft;
- **das Best-in-Class Customer Relationship Management (CRM):** Das Esprit Friends-Programm ist im November 2014 vom „Deutschen Institut für Service-Qualität“ branchenübergreifend als eines der besten drei Treueprogramme ausgezeichnet worden
- **die gut etablierte e-commerce-Plattform:** Ausgezeichnet von ServiceValue im Mai 2014 als „Bester Online Shop 2015“ in Bereich Mode in Deutschland; und
- **die Kompetenz, mehrere Kanäle zu betreiben,** um Reichweite, Vertrieb und Service in jedem Markt zu optimieren.

Jose Manuel Martínez Gutiérrez, Chief Executive Officer von Esprit kommentierte das Geschäftsergebnis der Gruppe: „Obwohl ich es sehr bedauere, dass wir im Ergebnis das Ziel verfehlt haben, bin ich davon überzeugt, dass das vergangene Geschäftsjahr maßgeblich für unsere Zukunft war, da wir die anspruchsvollste Phase unseres Strategieplans erfolgreich beenden konnten. Das Fundament unseres Vertikalen und Omnichannel-Modells ist tief in der Organisation verwurzelt und die vielversprechenden Retail-Umsätze der letzten drei Monate (Juni, Juli und August 2015) stimmen uns zuversichtlich bezüglich unserer Produkt- und Verkaufspotentiale. In diesem Vertrauen betreten wir nun die letzte Phase unseres Plans: Die ‚Wachstums‘-Phase.“

Ausblick: Wachstum durch Markenausbau und Expansion

In den kommenden Jahren steht das Umsatzwachstum von Esprit im Fokus. Die Gruppe erwartet durch Verbesserungen in den Bereichen Produkt und Vertriebskanäle eine Produktivitätssteigerung der kontrollierten Flächen (Umsatz pro Quadratmeter). Zusätzlich plant das Unternehmen, diese Aktivitäten durch intensiveres Brand-Marketing und Expansionsmaßnahmen zu unterstützen; dies wird kurzfristig Druck auf die Profitabilität ausüben.

ESPRIT

PRESSEMITTEILUNG

- **Produktivitätszuwächse der kontrollierten Flächen:** Das Unternehmen arbeitet weiter daran, die Vorteile des Vertikalen und Omnichannel-Modells zu optimieren. Die Gruppe erwartet, dass die verbesserten Abläufe in den Bereichen Produkt und Vertriebskanäle die Abverkäufe pro Quadratmeter forcieren werden. Dies ist künftig oberste Priorität der Gruppe und maßgeblich, um wieder positive Ergebnisse im operativen Geschäft zu erzielen.
- **Neue Markenkampagne für wieder mehr Relevanz:** Die Gruppe wird ihre Bemühungen im Bereich Marketing verstärken, um mit neuen Kunden die Relevanz der Marke Esprit wiederzuerlangen. Die Kampagnen werden sichtbarer und jünger gestaltet, sich am Ursprung der Marke ausrichten und jene Werte kommunizieren, die das Unternehmen unverwechselbar machen. Die Marketingausgaben werden zunächst vermehrt in die Kernmärkte von Esprit fließen, weitere Regionen sollen folgen.
- **Zunehmende Verfolgung von Expansionsmöglichkeiten:** Für die plangemäße Wiederherstellung der Unternehmenspräsenz in strategischen wichtigen Märkten beabsichtigt die Gruppe, ausgewählte Expansionsmöglichkeiten in existierenden und neuen Märkten zu verfolgen. Besonders in europäischen Ländern - dort ist die Markenbekanntheit von Esprit zwar hoch, aber die Präsenz derzeit noch begrenzt. Im asiatisch-pazifischen Raum wird der Schwerpunkt der Gruppe auf China, dem Hauptwachstumsmarkt liegen. Langfristig evaluiert das Unternehmen von Fall zu Fall zudem weitere potentiell attraktive Textilmärkte weltweit.

Raymond Or, Aufsichtsratsvorsitzender von Esprit, kommentierte: „Die Gruppe fokussierte sich auch im Geschäftsjahr 2014/15 weiterhin klar auf die Umsetzung der komplexesten und kritischsten Phase unserer Transformation und konnte trotz des schwierigen operativen Umfeldes gute Fortschritte erzielen. Die Wachstumsphase, in die wir uns jetzt begeben, ist nicht ohne Herausforderungen, doch gibt es viel Hoffnung und Begeisterung über alle Ebenen unserer Organisation hinweg, da wir auf das starkes Fundament weiter aufbauen, das wir in den vergangenen zwei Jahren gelegt haben. Jede erfolgreiche Reise braucht Zeit und wir glauben, dass wir uns unserem letztllichem Ziel nähern - nämlich der Wiederherstellung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit von Esprit.“

- Ende -

ESPRIT HOLDINGS LIMITED - GEPRÜFTE KONSOLIDIERTE FINANZDATEN (in Mio. HK\$)

	Geschäftsjahr 2014/15 endend zum 30. Juni 2015	Geschäftsjahr 2013/14 endend zum 30. Juni 2014
Umsatz	19.421	24.227
Bruttogewinn	9.695	12.156
Betriebsgewinn/(Verlust)	(3.683)	361
Nettogewinn/(Verlust)	(3.696)	210
Liquiditätsbestand	5.017	5.771
Gewinn/(Verlust) je Aktie (HK\$)	(1,90)	0,11
Zwischendividende je Aktie (HK\$)	0,015	0,03
Schlussdividende je Aktie (HK\$)	Nil	0,04

--- ENDE ---

Esprit Kontakt

Ratingen

Mona Schmadl

Telefon: +49 2102 123 46176

mona.schmadl@esprit.com

Hongkong

Joeling Law

Telefon: +852 2765 4356

joeling.law@esprit.com

Für Presseinformationen wenden Sie sich bitte an:

Europa: Hartmut Schultz Kommunikation

Hartmut Schultz

Telefon: +49 89 99 24 96 20

hs@schultz-kommunikation.de

Asien: Artemis Associates

Jonathan Yang

Telefon: +852 2861 3234

jonathan.yang@artemisassociates.com

Über Esprit

Geprägt vom Zeitgeist des Gründungsjahres 1968, steht die internationale Modemarke Esprit für den entspannten, sonnigen Lebensstil ihrer Heimat Kalifornien. Esprit entwirft inspirierende Kollektionen für Damen, Herren und Kinder aus hochwertigen Materialien und mit viel Liebe zum Detail. Alle Esprit Produkte unterstreichen das Bekenntnis des Unternehmens: „Gut fühlen, gut aussehen“. Die positive Haltung der Gruppe zeigt sich in ihrer entspannten Einstellung zu Leben, Familie und Freundschaft, dem „esprit de corps“. - in ihrem lässigen kalifornischen Style. Dem Esprit-Style.

Esprit ist in mehr als 40 Ländern präsent und vertreibt seine Produkte international in etwa 900 eigenen Retail-Stores sowie an über 7.500 Wholesale-Standorten - einschließlich Franchise-Geschäfte und Verkaufsflächen in Warenhäusern. Die Gruppe vermarktet ihre Produkte unter den beiden Marken Esprit und edc. Esprit ist seit 1993 an der Börse Hongkong gelistet und unterhält Headquarters in Ratingen bei Düsseldorf sowie in Hongkong.

www.esprit.com

ESPRIT

PRESSEMITTEILUNG

Die hierin enthaltenen Informationen stellen keine öffentliche Platzierung von Wertpapieren dar. Diese Materialien sind kein Angebot zum Kauf von Wertpapieren in den USA oder an US-Bürger gemäß Regulation S des US-Wertpapiergesetzes von 1933 in der gültigen Fassung. Die Wertpapiere, auf die hierin Bezug genommen wird, sind und werden nicht unter dem US-Wertpapiergesetz registriert und dürfen ohne eine solche Registrierung oder entsprechende gesetzliche Ausnahmegenehmigung davon in den USA nicht angeboten oder verkauft werden.

Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Pressemitteilung enthält bestimmte zukunftsgerichtete Aussagen. Solche zukunftsgerichteten Aussagen unterliegen verschiedenen Risiken und Unwägbarkeiten, wie beispielsweise, aber ohne Anspruch auf Vollständigkeit, allen Risiken und Unwägbarkeiten im Zusammenhang mit dem Plan zur Neuausrichtung unseres Unternehmens, den vorzunehmenden, bedeutenden Investitionen, der angestrebten, nachhaltigen Rentabilität sowie allen weiteren zwischenzeitlich von uns identifizierten Risiken und Einflüssen. Der Konzern geht davon aus, dass die in diesem Dokument erwähnten Vorwegnahmen, Annahmen, Einschätzungen, Erwartungen und/oder Pläne der Wahrheit entsprechen. Dennoch können die tatsächlichen Ereignisse und/oder Ergebnisse davon deutlich abweichen. Der Konzern kann Ihnen nicht versichern, dass sich die derzeitigen Vorwegnahmen, Annahmen, Einschätzungen, Erwartungen und/oder Pläne als korrekt erweisen. Sie werden hiermit ausdrücklich davor gewarnt, sich ungebührlich auf derartige Aussagen zu stützen. Der Konzern ist zu keiner öffentlichen Aktualisierung oder Überarbeitung etwaiger in diesem Dokument enthaltener zukunftsgerichteter Aussagen verpflichtet, weder in Folge neuer Informationen oder zukünftiger Ereignisse noch unter anderen Umständen, ausgenommen die Aktualisierung oder Überarbeitung wird von den Vorschriften zur Notierung von Wertpapieren an der Hongkonger Börse (Stock Exchange of Hong Kong Limited) oder anderen geltenden Gesetzen und Vorschriften vorgeschrieben.