

ESPRIT

PRESEMITTEILUNG

ESPRIT VERÖFFENTLICHT ZWISCHENERGEBNIS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2015/16

(für die ersten sechs Monate bis zum 31. Dezember 2015)

Unternehmensstrategie beginnt Früchte zu tragen

Stabiler Gesamtumsatz (-0,4% in lokaler Währung) nach vier aufeinanderfolgenden Halbjahresergebnissen mit signifikantem Umsatzrückgang

- Retail-Umsatz (67,2% des Gesamtumsatzes) wuchs im Vorjahresvergleich um +6,0% in Landeswährung. Haupttreiber war Europa mit einem Retail-Umsatzwachstum in Höhe von +8,6% in Landeswährung
- Bruttogewinnspanne blieb stabil bei 50,5%, die am häufigsten wiederkehrenden OPEX-Treiber wurden planmäßig abgebaut
- Der Halbjahresverlust in Höhe von HK\$238 Millionen basiert im Wesentlichen auf der Entscheidung die Ausgaben für Brandmarketing zu erhöhen und entspricht Markterwartungen
- Die Gruppe bleibt mit einem gesunden Finanzmittelbestand in Höhe von HK\$4.192 Millionen schuldenfrei

Fortschritt in den wesentlichen Bereichen der Unternehmensstrategie

- Vertikales Modell - verbesserte Produkte in Design, Qualität und Preis-/Leistungsverhältnis: flächenbereinigtes Umsatzwachstum im Retail in Höhe von +8.0% in Landeswährung
- Omnichannel-Modell - sämtliche entsprechende Indikatoren verzeichnen rasantes Wachstum: Anzahl loyaler Kunden, Anteil an Multichannel-Konsumenten, Onlineumsatz, Mobile-Umsatz etc.

Vorbereitung der Gruppe auf zeitnahes profitables Wachstum

- Für weitere Produktivitätssteigerungen liegt der Fokus nach wie vor auf der systematischen Verbesserung in der operativen Umsetzung des Vertikalen und des Omnichannel-Modells (z.B. Steigerung des Umsatzes pro qm)
- Das Management arbeitet bereits an zusätzlichen Initiativen, um die Steigerung der Profitabilität in den kommenden Jahren weiter zu beschleunigen (z.B. mit Maßnahmen in der Kostenstruktur)

23. Februar 2016, Hongkong - **ESPRIT HOLDINGS LIMITED** („Esprit“, „das Unternehmen“ oder „die Gruppe“; Aktiencode 00330) hat heute das Geschäftsergebnis für die ersten sechs Monate des laufenden Geschäftsjahres 2015/16 bis zum 31. Dezember 2015 veröffentlicht.

Die Performance in Zahlen

Der Umsatz der Gruppe blieb im ersten Geschäftshalbjahr 2015/16 mit einem nur marginalen Rückgang um -0,4% in Landeswährung nahezu stabil und zeigt nach vier aufeinanderfolgenden Halbjahresergebnissen mit im Vorjahresvergleich jeweils signifikanten Umsatzrückgängen in Landeswährung substantielle Verbesserungen.

Bei den Vertriebskanälen ist die Verbesserung des Gesamtumsatzes im Wesentlichen auf das positive Umsatzwachstum im Retail von +6,0% in Landeswährung zurück zu führen, im Bereich Wholesale blieb das Geschäft herausfordernd. Geografisch betrachtet zeigte sich die positive Entwicklung eher in Europa mit einem Wachstum von +0,6% in Landeswährung, während der asiatisch-pazifische Raum sich größeren Herausforderungen gegenüber sieht.

Im Berichtszeitraum blieb die Bruttogewinnspanne mit 50,5% stabil. Bezüglich der operativen Kosten („OPEX“) konnte die Gruppe die wichtigsten wiederkehrenden Kostentreiber (wie etwa Personal- und Mietkosten) senken. Insgesamt stiegen die OPEX im Vorjahresvergleich um +5,1% in Landeswährung. Dies insbesondere i) aufgrund der strategischen Entscheidung der Gruppe, die Brandmarketingmaßnahmen zu verstärken sowie ii) wegen in diesem Jahr normalisierter Nettoaufwendungen für Wertberichtigungen auf Lagerbestände in Höhe von HK\$18 Millionen, welchen eine einmalige Reduktion der Wertberichtigungen für Lagerbestände in Höhe von HK\$257 Millionen netto im Vorjahr gegenüber steht.

Im Gesamtergebnis verzeichnete die Gruppe im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2015/16 einen Nettoverlust in Höhe von HK\$238 Millionen, was den Erwartungen des Marktes entsprach.

Thomas Tang, Chief Financial Officer der Esprit Gruppe, kommentierte die Halbjahresergebnisse wie folgt: „Das Ergebnis geht weitestgehend konform mit dem im Rahmen der Präsentation der Geschäftsjahresergebnisse 2014/15 für das kommende Jahr abgegebenen Ausblick der Gruppe. Esprit wird weiterhin auf verstärkte Kostenkontrolle achten und bleibt aufgrund des positiven Trends im Bereich der Abverkäufe im Retail mit einem gesunden Finanzmittelbestand in Höhe von HK\$4.192 Millionen zum 31. Dezember 2015 schuldenfrei.“

Vertikales Model - die wichtigsten strategischen Produktinitiativen beginnen erste Früchte zu tragen

Mit der Implementierung des vertikal integrierten Geschäftsmodells („Vertikales Modell“) setzte Esprit im vergangenen Geschäftsjahr die anspruchsvollste Phase seiner Unternehmensstrategie um. Im Ergebnis erlauben nun die kosteneffizienteren Produktentwicklungs- und Supply-Chain-Prozesse die Entwicklung von verbesserten Produkten („Vertikale Produkte“) im Bereich Design, Qualität und Preis-/Leistungsverhältnis.

Seit der Einführung der ersten Vertikalen Produkte im Frühjahr/Sommer 2015 konnten positive Trends im Bereich der Abverkäufe im Retail festgestellt werden. Dies gilt insbesondere für den Berichtszeitraum im ersten Geschäftshalbjahr 2015/16:

- Der Retail-Umsatz, der 67,2% des Gesamtumsatzes der Gruppe ausmacht, wuchs im Vorjahresvergleich um +6,0% in Landeswährung, trotz eines Rückgangs der Gesamtverkaufsfläche um 4,9%, getrieben von einem flächenbereinigten Umsatzwachstum von + 8,0% in Landeswährung.
- Der Retail-Umsatz in Europa stieg im Vorjahresvergleich um +8,6% in Landeswährung bei einem flächenbereinigten Umsatzwachstum von +8,3% in Landeswährung.

- In Deutschland, dem größten Markt der Gruppe, wurden die von der Fachzeitschrift TextilWirtschaft bei ihren Erhebungen zur Entwicklung des deutschen Textileinzelhandels herangezogene Vergleichsgeschäfte von den Esprit Stores in den Monaten Juli und Dezember 2015 jeweils um durchschnittlich +10,2 Prozentpunkte übertroffen.
- Die Women-Divisionen mit ihren unter den Marken Esprit und edc vertriebenen Produkten waren im Vorjahresvergleich mit einem Umsatzwachstum von +9,7% in Landeswährung aus Produktperspektive die stärksten Wachstumstreiber. Ihr flächenbereinigtes Umsatzwachstum betrug +11,9% in Landeswährung.

Die positive Entwicklung des europäischen Retailgeschäfts von Esprit wurde leider durch die fortgesetzte Schwäche im Wholesale sowie einer negativen Entwicklung im asiatisch-pazifischen Raum relativiert, diese beiden Bereiche stellen weiterhin eine Herausforderung für das Unternehmen dar.

Omnichannel-Modell - positiver Start der neuen Handelsstrategie

Um das Abverkaufspotenzial ihrer verbesserten Produkte auszuschöpfen, hat die Gruppe zusätzlich eine ambitionierte Handelsstrategie entwickelt. Diese zielt darauf ab, die gemeinsame Leistung aller Absatzkanäle zu optimieren: offline, online, Retail und Wholesale (das "Omnichannel-Modell").

Seit Einführung der ersten Omnichannel-Initiativen konnte das Unternehmen eine positive Entwicklung der meisten relevanten Indikatoren feststellen. Hierzu gehören unter anderem:

- Im Vorjahresvergleich +23% mehr aktive Esprit Friends (die Mitglieder des Kundenbindungsprogramms Esprit Friends, die in den vergangenen zwölf Monaten bei Esprit eingekauft haben)
- Innerhalb der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2015/16 Steigerung um +11% an Esprit Friends, die multichannel einkaufen (haben Einkäufe sowohl offline als auch online getätigt)
- eine 49%ige Steigerung des mobilen Traffics bei der e-shop-Nutzung und eine Zunahme um +92% bei den Verkäufen per Smartphone im Vorjahresvergleich

Jose Manuel Martínez, Chief Executive Officer von Esprit, kommentierte den Berichtszeitraum: „Durch die Entwicklung der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres sind wir davon überzeugt, dass die Einführung unseres Vertikalen Modells und des Omnichannel-Modells eine effektive Grundlage für den Turnaround unseres Geschäfts bilden. Wir bleiben zuversichtlich, dass wir uns in die richtige Richtung bewegen und die notwendige Basis schaffen, um die Wettbewerbsfähigkeit und langfristiges Wachstum von Esprit wieder herzustellen.“

Vorbereitung auf künftiges Wachstum

Höchste Priorität für das Unternehmen hat die weitere Steigerung der Produktivität, z.B. die Erhöhung des Quadratmeterumsatzes der kontrollierten Flächen. Daher liegt in den kommenden Monaten das Hauptaugenmerk von Esprit unverändert auf der konsequenten Verbesserung in den operativen Bereichen des Vertikalen Modells und des Omnichannel-Modells. Mit dieser wichtigen Grundlagenarbeit schafft das Unternehmen die Voraussetzungen, um in naher Zukunft profitabel zu wachsen.

Während das Vertikale Modell und das Omnichannel-Modell die Basis für erfolgreiche Geschäftstätigkeiten bilden, arbeitet das Management bereits an zusätzlichen Initiativen, um sowohl die Steigerung von Umsatz und Gewinn in den nächsten Jahren zu beschleunigen. Seit September 2015 führt das Unternehmen eine intensive Brandmarketing-Kampagne zur Stärkung und Verjüngung des Markenimages. Im Bereich der Kostenreduktion verfolgt das Unternehmen Möglichkeiten, mit strukturellen Anpassungen die OPEX auf ein wesentlich niedrigeres Niveau zu bringen. Das Unternehmen erwartet bereits für das zweite Geschäftshalbjahr 2015/16 Auswirkungen der Einsparungsmaßnahmen, ihre größte Wirkung werden sie im Verlauf der kommenden zwei bis drei Jahre entfalten.

Ausblick: zweites Halbjahr des Geschäftsjahres 2015/16

Das Unternehmen ist sich dessen bewusst, dass sich das operative Umfeld herausfordernd zeigt, da volatile Finanzmärkte und die wirtschaftliche Unsicherheit in manchen Ländern, vor allem in den asiatischen Märkten der Gruppe, die Verbraucherstimmung dämpfen. Insgesamt geht das Unternehmen davon aus, dass sich die Geschäftsentwicklung gemäß dem im Rahmen der Bilanzpräsentation für das vorangegangene Geschäftsjahr gegebenen Ausblick fortsetzt.

Raymond Or, Aufsichtsratsvorsitzender von Esprit, kommentierte: „Der Aufsichtsrat ist über die positive Entwicklung der ersten Geschäftsjahreshälfte erfreut. Diese Aufwärtsbewegung ist aufgrund des Zuwachses der Flächenproduktivität in unserem Einzelhandel - sowohl in den strategischen Märkten als auch in den wichtigsten Produktdivisionen - ermutigend und belegt, dass unsere Unternehmensstrategie dank der harten Arbeit der Esprit-Teams beginnt, Früchte zu tragen.“

ESPRIT HOLDINGS LIMITED UNGEPRÜFTE KONSOLIDIERTE FINANZDATEN

(in HK\$ Millionen)	Für die 6 Monate beendet am 31. Dezember 2015	Für die 6 Monate beendet am 31. Dezember 2014
Umsatz	9.315	10.716
Bruttogewinn	4.700	5.407
Betriebsgewinn/(Verlust)	(247)	37
Nettogewinn/(Verlust)	(238)	47
Liquiditätsbestand	4.192	5.230
Gewinn/(Verlust) je Aktie (HK\$)	(12)	2
Halbjahresdividende je Aktie (HK\$)	-	0,015

- Ende -

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 über rund 870 eigenen Retail-Stores sowie an über 7.500 Wholesale-Standorten - einschließlich Franchise-Geschäften 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 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.com

Asien:

Strategic Financial Relations Limited

Heidi So

Telefon: +852 2864 4826

heidi.so@sprg.com.hk

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.