

## Creditreform Rating-Summary zum Unternehmensrating

### Informationstableau

RENÉ LEZARD Mode GmbH (Konzern)		Rating:	PD 1-jährig:
		<b>BB-</b>	<b>2,00%</b>
		Erstellt am:	28.08.2013
Creditreform ID:	8310013022	Gültig bis max.:	27.08.2014
Geschäftsführer:	Heinz J. Hackl Thomas Schaefer Torsten Poschardt	Mitarbeiter:	451
		Umsatz:	52,17 Mio. EUR (Gj. 2012/2013)
(Haupt-)Branche:	Einzelhandel mit Bekleidung (WZ08: 47710)		

#### Hinweis:

**Zu dieser Rating-Summary wurde der RENÉ LEZARD Mode GmbH ein umfassender Ratingbericht inkl. Zertifikat ausgehändigt. Dieser enthält umfassende Informationen zum Rating des Unternehmens. Bei Unstimmigkeiten ist der Ratingbericht maßgeblich. Eine Veröffentlichung der Inhalte des Berichts von Seiten der Creditreform Rating AG ist ausgeschlossen.**

### Zusammenfassung

Die RENÉ LEZARD Mode GmbH (Konzern) ist ein etabliertes, inhabergeführtes sowie international ausgerichtetes, mittelständisches Unternehmen der Bekleidungsindustrie. Es produziert und vertreibt modische Textilien und Waren, insbesondere Bekleidung und Accessoires, unter der Marke RENÉ LEZARD. Die Waren sind als Premiumtextilien im hochpreisigeren Segment angesiedelt. Neben dem Fach- und Einzelhandel werden eigene Stores und Factory Outlets sowie der Onlinevertrieb als Vertriebskanäle genutzt. Im Geschäftsjahr 2012/2013 erzielte der RENÉ LEZARD Mode Konzern mit durchschnittlich 451 Mitarbeitern bei einem Umsatz von 52,17 Mio. EUR (Vorjahr 51,94 Mio. EUR) einen Jahresüberschuss von 0,18 Mio. EUR (Vorjahr 0,08 Mio. EUR).

Jahresabschluss per 31.03. (HGB) (Konzern)	Strukturbilanz <sup>1</sup>	
	2012/2013	2011/2012
Bilanzsumme	33,17 Mio. €	30,44 Mio. €
Eigenkapitalquote	13,76%	18,40%
Umsatz	52,17 Mio. €	51,94 Mio. €
Gesamtergebnis/EBT	0,27 Mio. €	0,14 Mio. €
Jahresüberschuss	0,18 Mio. €	0,08 Mio. €
Gesamtkapitalrendite	5,55%	5,64%
Umsatzrendite	0,75%	0,34%
Cashflow zur Gesamtleistung	3,20%	2,86%

Mit dem vorliegenden Rating wird der RENÉ LEZARD Mode GmbH (Konzern) eine befriedigende Bonität attestiert, die im Vergleich zur Gesamtwirtschaft und zur Branche einer durchschnittlichen Beurteilung entspricht.

<sup>1</sup> Die Strukturbilanz weicht von der handelsrechtlichen Bilanz ab. Die Differenz ergibt sich aus dem Abzug des Firmenwertes vom Eigenkapital; die Eigenkapitalquote berücksichtigt die veränderte Betrachtung der Gesellschafterdarlehen

## Strukturinformationen

Die RENÉ LEZARD Mode GmbH (Konzern) kreiert, produziert und vertreibt modische Textilien und Waren, insbesondere Bekleidung und Accessoires, unter der Bezeichnung RENÉ LEZARD. Die Waren sind im hochpreisigeren Segment angesiedelt und umfassen für den Damen- und Herrenbereich grundsätzlich alle wesentliche Produktgruppen wie z.B. Anzüge, Blazer, Sakkos, Hosen, Röcke, Mäntel, Jacken, Hemden, Blusen, Strick- und Jerseywaren sowie Accessoires.

RENÉ LEZARD positioniert sich überwiegend im Premiumsegment. Als wesentliche Wettbewerbsmarken gelten u.a. im Herrensegment BOSS und Windsor und im Damensegment BOSS, Windsor, MarcCain oder auch Strenesse.

Kreiert werden die Textilien in Schwarzach am Main von einem eigenen Designteam. Hier erfolgen auch die technische Produktentwicklung sowie Beschaffung und Logistik. Die Produktion erfolgt teilweise in einem eigenen Werk in Slowenien mit einer Kapazität von ca. 35.000 Teilen pro Jahr. Wesentliche Teile der Produktion werden von der RENÉ LEZARD jedoch an externe Produzenten vergeben. Dafür werden die für die Produktion erforderlichen Materialien von der RENÉ LEZARD Mode GmbH beschafft und an die jeweiligen Lieferanten weitergeleitet oder komplett von den Lieferanten der Ware, die sich vorrangig in Osteuropa, der Türkei und in Asien befinden, bezogen.

Das eigene Sortiment der RENÉ LEZARD Mode GmbH umfasst derzeit Damenoberbekleidung (ca. 60,3 % des Umsatzes), Herrenbekleidung (ca. 36,3 % des Umsatzes) und Accessoires (ca. 3,4 % des Umsatzes). Zielgruppe der RENÉ LEZARD Mode GmbH sind Männer und Frauen mittlerer bis hoher Einkommensgruppen in der Altersklasse von 35 bis 50 Jahre, die einen hohen Anspruch an Qualität und Stil haben. Neben den saisonal wechselnden modischen Produkten für Damen und Herren existieren jeweils ganzjährige, nur gelegentlich leicht modifizierte Produkte für den Geschäftsbereich. Die Kontinuität der Marke soll durch das Festhalten im Design an einer zeitlosen Modernität mit sichtbar hoher Qualität gewährleistet werden, wodurch sich das Risiko verfehlter Kollektionen wesentlich reduziert.

Darüber hinaus lässt die RENÉ LEZARD Mode GmbH durch Dritte Schuhe, Taschen und Gürtel herstellen, die unter der Marke RENÉ LEZARD vertrieben werden. Dieses sogenannte Lizenzgeschäft soll im Zuge der weiteren Markenstärkung zukünftig ausgebaut werden. Zusätzlich werden für Unternehmen und Verbände spezielle Kollektionen entwickelt und produziert.

Das uns vorgestellte Produktprogramm halten wir bezogen auf die Strategie und die Zielgruppe für gut entwickelt und zukunftsfähig. Wir gehen davon aus, dass die Marke bei der vorhandenen Kundschaft eine gewisse Markenbindung und -identifikation entwickelt hat. Die Berichtsgesellschaft geht von einem hohen Stammkundenanteil aus. Trotz dieser Einschätzung sind die Produkte grundsätzlich hoch substituierbar. Das Risiko der Entwicklung einer Kollektion, die nicht den Markterfordernissen entspricht, ist grundsätzlich möglich, wenngleich die Eintrittswahrscheinlichkeit auf Grund der Konzentration auf Wahrung der Markenkontinuität gering und die Auswirkungen auf Grund von Anzahl und Umfang neuer Kollektionen pro Jahr im Vergleich zur sonstigen verkauften Ware relativ überschaubar gehalten werden könnten. Trotzdem besteht u.E. eine permanente Anforderung in Bezug auf die Sicherung der Marktstellung und Markenpflege sowie deren Abgrenzung. Hier sind Eventualrisiken vorhanden.

Das uns vorgestellte Marketingkonzept ist gut und hinreichend differenziert entwickelt.

Für die Marke RENÉ LEZARD hat das Unternehmen qualitäts- und stilbewusste Frauen und Männer als Zielgruppe definiert, die den klassischen Stil bevorzugen und viel Wert auf Beratung und Service legen. Diese Zielgruppe hat ein solides Einkommen und weist eine stabile Kaufkraft auf. Daher sind sie weniger preissensitiv bei ihren Kaufentscheidungen. Ihre Präferenzen liegen im Premiumsegment.

Das Unternehmen betreibt umfassende Markt-, Stil- und Designrecherchen, dabei werden u.a. die wesentlichen Wettbewerber identifiziert. Das Wholesale-Geschäft inklusive dem Onlinebereich macht ca. 39 % des Umsatzes aus. Der Umsatzanteil des Eigenvertriebs der übrigen ca. 61 % des Gesamtumsatzes entfallen zu etwa 24 % auf die eigenen Stores und zu etwa 37 % auf die eigenen Factory-Outlets. Im Rahmen der Wachstumsstrategie ist die Eröffnung weiterer eigener Stores geplant. Die Berichtsgesellschaft erzielte im Geschäftsjahr 2011/2012 ca. 79 % ihres Umsatzes in Deutschland und ca. 21 % im Ausland mit Schwerpunkten in Russland, Österreich, der Schweiz und den USA.

Das Unternehmen befindet sich in einem grundsätzlich konjunktursensiblen Umfeld. Marktbeobachtungen stellen eine enge Korrelation zwischen Konsumausgaben für Bekleidung und der Entwicklung des verfügbaren Einkommens fest. Der durch den lokal bzw. regional begrenzten Einzelhändler geprägte Markt ist sehr fragmentiert und wettbewerbsintensiv. Nach den Daten des Gesamtverbands textil+mode waren in Deutschland im 1. Quartal des Jahres 2012 etwa 79.300 Unternehmen im Textilgewerbe tätig, davon etwa 42.100 Unternehmen im Bereich Bekleidung. Bei einer überdurchschnittlichen Konjunktursensibilität der Branche ist der Verdrängungswettbewerb sehr stark und das Konsolidierungspotenzial ziemlich groß. Durch die Strategie der klaren und konzentrierten Orientierung auf eine kaufkräftige Konsumentengruppe, verspricht sich das Unternehmen eine gewisse Stabilität bei der zukünftigen Entwicklung.

Die Abnehmer der RENÉ-LEZARD-Kollektionen im Wholesale-Bereich sind hauptsächlich Damen- und Herrenausstatter im gehobenen Fachhandel. Die Kunden sind breit gestreut, kein Kunde hatte einen Umsatzanteil von mehr als 10 % des Konzernumsatzes im letzten Geschäftsjahr. Das Programm der RENÉ-LEZARD wird in Deutschland durch einen eigenen Außendienst sowie über Handelsvertreter an die Einzelhändler vertrieben. Im Ausland erfolgt der Vertrieb hauptsächlich über externe Partner.

Auch wenn das Unternehmen keine wesentlichen Klumpenrisiken bei Kunden aufweist, verbleiben Unsicherheiten in Bezug auf denkbare Kundeninsolvenzen oder ein verändertes Endverbraucherverhalten. Die Konzentration auf das Premiumsegment kann eine gewisse Stabilität bringen, da die Kundenschicht auch in rezessiven Zeiten vergleichsweise stabil konsumiert. Angesichts des trotzdem herausfordernden Umfelds stellt die Diversifizierung des Produktportfolios über die Vergabe von Lizenzen für bisher nicht mit der eigenen Marke versehene Produkte eine Chance zur besseren Verteilung des Risikos auf verschiedene Warengruppen dar. Andererseits bleibt das mit der Ein-Marken-Strategie verbundene Markenrisiko dadurch bestehen. Aus geographischer Sicht stellt die internationale Aufstellung einen zunehmend wichtigen Ausgleich bei konjunkturellen Schwankungen dar.

Auf dem Beschaffungsmarkt ergeben sich bedingte Risiken durch volatile Rohstoffpreise (Öl und Baumwolle). Diese wirken sich bei Premiummarken wie RENÉ LEZARD jedoch auf Grund der geringeren Materialeinsatzquote weniger stark aus als bei Unternehmen mit niedrigeren Rohertträgen. Die Produktion erfolgt im Wesentlichen über Lohnfertigungsunternehmen, die teilweise eine gewisse Abhängigkeit von der RENÉ LEZARD Mode GmbH (Konzern) aufweisen. Derzeit sehen wir das Beschaffungswesen jedoch - auch auf Grund der eigenen Fertigungsmöglichkeiten - als stabil an.

Insgesamt sprechen die gute Marktetablierung und die gute Organisation für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung des RENÉ LEZARD Konzerns. Aufgrund des Know-hows seines Managements sollte sich das Unternehmen im Wettbewerb behaupten können. Allerdings sind die bestehenden Markt- und Branchenrisiken zu beachten.

## Strategie

Die Strategie der RENÉ LEZARD Mode GmbH (Konzern) ist auf nachhaltige, internationale Expansion ausgerichtet. Das angestrebte Wachstum soll durch die Fokussierung auf drei Bereiche erreicht werden.

Im Rahmen der Optimierung und des Ausbaus des bestehenden Vertriebskonzeptes steht neben einer verstärkten Kundenorientierung hinsichtlich der Verkaufserlöse pro Fläche für die Einzelhandelskunden durch fünfmal pro Saison wechselnde, attraktive Kollektionen im Bereich der Damenoberbekleidung sowie eine zeitnahe Warenversorgung des Einzelhandels auch in der Nachorder ein weiterer Ausbau des Wholesale-Geschäftes im In- und Ausland im Mittelpunkt. Darüber hinaus strebt die Berichtsgesellschaft eine Fokussierung auf den Ausbau selbst bewirtschafteter Flächen durch Shop-in-Shop-Flächen aber auch durch die Eröffnung weiterer eigener Retail-Stores und Factory-Outlets an. Der bereits bestehende Internethandel soll weiter forciert werden.

Ausgehend von den Erfahrungen der Geschäftsleitungsmitglieder möchte die Berichtsgesellschaft verstärkt Aktivitäten im Bereich Marketing durchführen, die neben den klassischen Anzeige- und Presseaktivitäten auch die ständige Verbesserung des Store-Designs, abverkaufsfördernde Maßnahmen sowie attraktive Schaufensterdekorationen umfassen sollen.

Im Zuge der weiteren Stärkung der Markenbekanntheit hat die Geschäftsleitung auf Basis der eigenen Erfahrungen den schrittweisen Ausbau des Lizenzgeschäftes zur Herstellung von Accessoires und weiterer zur

Marke passender Produkte begonnen und möchte dies weiter ausbauen, um damit ein zusätzliches, attraktives Erlöspotential zu erschließen.

Insgesamt halten wir die Strategie des RENÉ LEZARD Mode GmbH Konzerns für plausibel und nachvollziehbar.

## Rechnungswesen/Controlling

Die RENÉ LEZARD Mode GmbH erstellt einen Konzernjahresabschluss. Das Geschäftsjahr endet jeweils am 31.03. Die in den uneingeschränkt erteilten Bestätigungsvermerken für die Konzernabschlüsse zum 31. März 2010 und 2011 nach Insolvenz der damaligen Gesellschafterin enthaltenen Hinweise auf bestandsgefährdende Liquiditätsrisiken, denen die RENÉ LEZARD Mode GmbH zum damaligen Zeitpunkt ausgesetzt war, bestehen nach der erfolgten Übernahme der Anteile durch die Geschäftsführung, der danach erfolgten Anschlussfinanzierung und der Emission der Anleihe seit Herbst 2012 nicht mehr.

Das uns im Rahmen des Ratings dargelegte Rechnungswesen und Controlling halten wir, soweit erkennbar, für gut entwickelt und hinreichend detailliert. In den letzten beiden Jahren wurde eine neue ERP-Software eingeführt, die auf die Bedürfnisse der Branche zugeschnitten ist. Eine Anpassung der Buchhaltungssoftware an die gestiegenen analytischen Anforderungen ist für die kommenden zwei Jahre geplant. Zur Abbildung des Geschäftsgeschehens der einzelnen Bereiche und Stores sowie des Konzerns nutzt die Geschäftsleitung ein gut entwickeltes Controlling und Rechnungswesen, das alle grundlegenden Informationen zur Unternehmenssteuerung übersichtlich bereitstellt. Wesentliche, das operative Geschäft betreffende Vorgänge und Analysen werden sinnvoll branchenspezifisch und teils täglich erstellt und kontrolliert. Die Planungsqualität und -methodik auf der Basis eines integrierten Planungstools sehen wir als gut an. Die unterjährigen Soll-Ist-Analysen werden zeitnah erstellt, detailliert vorgenommen sowie qualifiziert analysiert und kommentiert.

Darüber hinaus stehen im Rahmen eines umfassenden betriebswirtschaftlichen Instrumentariums monatliche Geschäftszahlen mit Soll-/Ist-Vergleichen und Vorjahreszahlen zur Verfügung. Hinzu kommen Budget-, Mittel- und Langfristplanungen.

Wir beurteilen das Rechnungswesen und Controlling inkl. der Planungs-, Analyse- und Berichtsaktivitäten des RENÉ LEZARD Konzerns zusammenfassend als gut entwickelt.

## Finanzen

Die RENÉ LEZARD Mode GmbH (Konzern) verfügt über eine geordnete Finanzplanung inkl. Kapitalflussrechnung. Die finanzwirtschaftliche Abbildung von strategischen Planungen hat einen hinreichenden Horizont.

Die Passivseite der Bilanz weist eine weniger befriedigende Struktur auf. Die bilanzanalytische Eigenkapitalquote war zum 31.03.2013 mit 13,76% (Vj. 18,40%) weiter unterdurchschnittlich. Die Reduzierung ist im Wesentlichen auf eine geänderte Berücksichtigung der Gesellschafterdarlehen im Rahmen unserer Methodik zurück zu führen.

In Folge der Finanzkrise im Jahr 2008 sowie der Insolvenz der ehemaligen Mitgesellschafterin und der sich daraus entwickelnden Kaufzurückhaltung der Kunden, die sich seinerzeit deutlich negativ auf die Vermögens- und Ertragslage der Berichtsgesellschaft auswirkte, wurde mit den beteiligten Banken ein Sicherheiten-Poolvertrag unter Führung der örtlichen Sparkasse abgeschlossen, der basierend auf einem Restrukturierungsprogramm die weitere Finanzierung der Gesellschaft sicherstellte. Dieser Vertrag, der auch die Factoringlinie in Höhe von 4 Mio. EUR umfasst, wurde seitdem auf Grund der positiven Entwicklung jährlich verlängert. Die finanzierenden Kreditinstitute haben nach dem Ausscheiden eines Poolmitglieds im Oktober 2012 die korrespondierenden Linien und Darlehen übernommen und sich ebenfalls im Oktober 2012 verpflichtet, die bestehenden Kreditlinien bis zum 31.03.2014 zu verlängern.

Im Zuge der Übernahme der Geschäftsanteile von der ehemaligen Mitgesellschafterin durch Thomas Schaefer und Heinz Hackl wurde eine Vereinbarung geschlossen, nach der von den ursprünglich der Gesellschaft zur Verfügung gestellten Gesellschafterdarlehen 4,7 Mio. EUR im Unternehmen verbleiben und seitens eines Darlehensgebers auf ausstehende Zinsen in Höhe von ca. 0,6 Mio. EUR zugunsten der Gesellschaft verzichtet wird.

Darüber hinaus bestanden zum 31.03.2013 eine Factoringlinie in Höhe von 4,0 Mio. EUR sowie Lieferantenverbindlichkeiten in Höhe von 1,41 Mio. EUR (Vj: 1,80 Mio. EUR). Die von den Banken gewährten Betriebsmittelkredite erfahren bedingt durch die erfolgreich begebene Anleihe nur eine geringe Auslastung.

Um einerseits die Finanzierung des weiteren Wachstums zu gewährleisten und andererseits einen Teil der Finanzverbindlichkeiten abzulösen, hat die Berichtsgesellschaft im Herbst 2012 die Emission einer Anleihe über 15 Mio. EUR (5 Jahre Laufzeit; Plain Vanilla) erfolgreich abschließen können. Im Wertpapierprospekt gibt die Gesellschaft an, dass sich der geschäftsführende Gesellschafter, Thomas Schäfer verpflichtet hat, die Gesellschafterdarlehen in Höhe von 4,7 Mio. EUR und aufgelaufenen Zinsen während der Laufzeit der Teilschuldverschreibungen – bis auf künftig anfallende Zinsen – in der Gesellschaft stehen zu lassen. Gegenüber den finanzierenden Banken wurden Gesellschafterdarlehen in Höhe von 4,7 Mio. EUR für die Dauer der bestehenden Finanzierung mit Rangrücktritt versehen.

Aus dem geplanten Nettoemissionserlös wurde ein Großteil zur Refinanzierung von Finanzverbindlichkeiten verwendet. Ein Betrag in Höhe von bis zu 3,8 Mio. EUR soll für die Stärkung der Marke RENÉ LEZARD durch Marketingmaßnahmen sowie ein Betrag von bis zu 3,0 Mio. EUR für die Expansion im In- und Ausland durch die Eröffnung neuer Einzelhandelsgeschäfte und die Ausweitung des Wholesale-Geschäfts auch in Ländern, in denen RENÉ LEZARD bislang noch nicht oder nicht so stark vertreten ist, eingesetzt werden.

Die verhältnismäßig geringen Forderungsausfälle in der Vergangenheit, Eigentumsvorbehalte sowie ein aktives, effektives und gut gestaltetes Debitorenmanagement lassen keine besonderen Risiken in diesem Bereich erkennen. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen beliefen sich zum 31.03.2013 bedingt durch die im ersten Halbjahr 2013 aufgetretene Verschiebung der Saison auf einem vergleichsweise höheren Niveau in Höhe von 2,31 Mio. EUR (Vj. 1,58 Mio. EUR). Die zum 31.03.2013 angestiegenen Lagerbestände wurden im Zuge des Sommerhalbjahres nach unserer Analyse jedoch wieder auf das übliche Maß zurückgeführt.

Im Geschäftsjahr 2013/2014 sind weitere Investitionen für die Einrichtung neuer Stores und Showrooms vorgesehen. Das Unternehmen behält sich eine teilweise Finanzierung mittels Leasing vor.

Die Off-Balanceverbindlichkeiten zum 31.03.2012 setzen sich aus Leasing- und vor allem aus Mietverbindlichkeiten i.H.v insgesamt 29,18 Mio. EUR (Vj. 19,57 Mio. EUR) zusammen. Die Erhöhung ist insbesondere auf die Schließung alter bzw. Eröffnung neuer Standorte zurückzuführen. Zum Konzernbilanzstichtag betrug das Wechselobligo TEUR 63 (Vj. TEUR 44). Darüber hinaus bestanden Bürgschaften in Höhe von TEUR 1.844 (Vj. TEUR 1.784).

## Risiken

Die RENÉ LEZARD Mode GmbH (Konzern) sieht sich in ihrer Tätigkeit einer Vielzahl finanzieller, operativer und marktbezogener Risiken gegenüber. Ihre Überwachung erfolgt im Rahmen einer umsichtigen Unternehmensführung. Ein Risikomanagement ist im Unternehmen etabliert. So findet im Zuge der Planungen eine stetige Überwachung aller relevanten Chancen- sowie Risikofelder statt.

Das Kerngeschäft der RENÉ LEZARD Gruppe besteht im Absatz von modischen Textilien, die im Premiumsegment angesiedelt werden. Hier ergibt sich insbesondere aufgrund des Schwerpunktes auf den Absatzmarkt in Deutschland eine Abhängigkeit von der konjunkturellen Entwicklung in Deutschland. Einschränkend sei jedoch angemerkt, dass aufgrund der Einkommensstärke der anvisierten Zielgruppe bei den Kunden die Ausprägung auf konjunkturelle Veränderung durchaus geringer ausfällt als bei preiswerteren Textilanbietern und deren Nachfragern. Hier verfolgt die Geschäftsführung eine konsequente Stärkung der Marke RENÉ LEZARD, um auch zukünftig von den Verbrauchern als Premiumhersteller wahrgenommen zu werden. Um das Risiko zu verringern, mit neuen Kollektionen nicht den gewünschten Zuspruch bei den Kunden zu erhalten, findet eine konsequente Beobachtung des Trend- und Marktumfeldes statt.

Abwertungsrisiken ergeben sich auch aus den Retouren und Restanten, denen der RENÉ LEZARD Konzern mit einer stärkeren Etablierung des Endkundengeschäfts und der Einrichtung von Outlet-Stores begegnet, die auf Deckungsbeitragsebene größtenteils profitabel arbeiten und somit kaum Abwertungen erfordern. Allerdings ist mit dem Ausbau der Retail-Shops ein zusätzlicher Finanzbedarf verbunden.

Durch die Optimierung der Beschaffungsvorgänge, ein konsequentes Working-Capital-Management sowie



eine wöchentliche Lagerkontrolle sollen die bestandsbezogenen Risiken weiter begrenzt werden.

Weiter sieht sich der Konzern Finanzierungs- und Währungsrisiken ausgesetzt, zum einem durch den weiteren Ausbau des internationalen Absatzmarktes, zum anderen bei der Beschaffung von Rohstoffen für die Produktion. Im Finanzierungsbereich spielt hier vor allem das Zinsänderungsrisiko eine nicht zu verachtende Rolle. Hier findet im Bereich der zinstragenden Verbindlichkeiten eine teilweise Absicherung durch Zinssicherungsprodukte statt.

Zur Absicherung der Forderungen findet eine ständige Überwachung des Zahlungsverhaltens der Kunden statt, darüber hinaus veräußert RENÉ LEZARD seine Forderungen zum Teil an eine Factoringgesellschaft, um die möglichen Ausfälle zu verringern.

Wir halten das Risikomanagementsystem insgesamt für ausreichend und angemessen.

Zu den wesentlichen Risikofeldern gehören bei der Tätigkeit der RENÉ LEZARD Mode GmbH folgende Sachverhalte:

- Das Unternehmen ist einem besonders intensiven Wettbewerb seitens der großen Kaufhausketten sowie internationalen Bekleidungsunternehmen ausgesetzt;
- Das Konsumverhalten der Verbraucher kann sich nicht nur in Folge wechselnder Modetrends ändern, sondern ist teilweise konjunktursensitiv;
- Der Umsatz von Bekleidungsartikeln ist stark vom Wetter abhängig und damit saisonal geprägt;
- Es besteht das Risiko von Lieferstörungen oder Lieferengpässen, was zu höheren Beschaffungskosten für die Gesellschaft führt;
- Bei den Restanten und Retouren ergeben sich auf Grund der eigenen Factory-Outlets kaum ergebnisrelevante Abwertungsrisiken.

## Aktuelle Geschäftsentwicklung und Ausblick

Nach relativ starken Wachstumsraten der Vorjahre hat sich das Wachstum der deutschen Wirtschaft im Jahr 2012 mit +0,7% deutlich verlangsamt, ist im europäischen Vergleich jedoch weiterhin als robust zu bezeichnen. Für 2013 wird derzeit mit einem leichten Anstieg des Wachstums von 0,5% gerechnet, der primär auf der Bautätigkeit und dem privaten Konsum fußt. Bei stabiler Zahl der Erwerbstätigen, weiterhin historisch niedrigen Zinsen, dem erhöhten Einkommensniveau und der verringerten Sparquote der Verbraucher, sollte der private Konsum auch für die zweite Jahreshälfte 2013 und Anfang 2014 eine leicht positive Entwicklung nehmen. Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) prognostizierte für 2013 per August ein Wachstum des realen privaten Konsums von 1%. Der Ifo-Geschäftsklimaindex stieg im August 2013 abermals an. In 2014 könnte das deutsche BIP wieder um 1,0% bis 1,5% wachsen.

Konjunkturrisiken ergeben sich weiterhin aus dem europäischen und weltwirtschaftlichen Umfeld. Aber auch die sich verschärfenden politischen Situationen in Nahost und Nord-Afrika könnten einen negativen Einfluss auf die Konjunkturentwicklung, z.B. über einen steigenden Ölpreis, entfalten. Für den Euroraum ist in 2013 abermals mit einem Rückgang des BIP zu rechnen. Obwohl für 2014 in Europa derzeit eine Bodenbildung und im günstigen Fall mit einem leichten Wirtschaftswachstum gerechnet werden kann, bleiben die konjunkturellen Aussichten in Europa und somit auch in Deutschland sowie weltweit von hohen Unsicherheiten belastet. Wachstumstreiber bleiben trotz rückläufiger Wachstumsprognosen weiterhin die Märkte in Fernost.

Entgegen der Branchenentwicklung bei in Deutschland gutem Konsumklima konnte die RENÉ LEZARD Mode GmbH im Geschäftsjahr 2012/2013 eine weitere Verbesserung der Umsatzsituation verzeichnen. Mit einem Umsatz von 52,17 Mio. EUR wurde der Vorjahresumsatz von 51,94 Mio. EUR leicht übertroffen. Dies ist im Wesentlichen auf den Mehrumsatz in den eigenen Einzelhandelsgeschäften zurückzuführen. Die Verbesserung der Organisation und der Nachlieferfähigkeit sowie die Neuausrichtung des Vertriebes haben sich dabei positiv ausgewirkt. Dadurch konnte das Betriebsergebnis (EBIT) von 1,81 Mio. EUR im Vorjahr auf 2,06 Mio. EUR im abgelaufenen Geschäftsjahr leicht gesteigert werden. Der Jahresüberschuss lag mit 0,18 Mio. EUR (Vj. 0,08 Mio. EUR) wiederum im positiven Bereich. Das Ergebnis ist durch den Teilverzicht der Gesellschafter

auf die Zinsen der Gesellschafterdarlehen sowie die Einmalkosten im Zusammenhang mit der Emission der Anleihe geprägt.

Entsprechend der Entwicklung plant die RENÉ LEZARD Mode GmbH auch für die Folgejahre eine positive Umsatzentwicklung ein. Auch wir gehen aufgrund der Strategie des Konzerns von einem weiteren Wachstum aus. Diese enthält allerdings Risiken im insgesamt wettbewerbsintensiven und in Europa gesättigten Marktumfeld, was dazu beiträgt, dass wir die Höhe der geplanten Steigerungen als ambitioniert einschätzen.

Die Berichtsgesellschaft hat im Herbst 2012 die Platzierung einer Anleihe über 15 Mio. EUR erfolgreich abschließen können. Die Anleihe soll neben der erfolgten Ablösung von Finanzverbindlichkeiten der Finanzierung des Wachstums dienen.

Durch seine aktuelle Finanzierungsstrategie und die Innenfinanzierungskraft bei anhaltendem Geschäftswachstum ist der Konzern bei Fälligkeit der Anleihe nach den derzeit vorliegenden Planungen voraussichtlich auf Anschlussfinanzierungen angewiesen. Im September 2012 konnte die RENÉ LEZARD Mode GmbH jedoch bereits vor der Begebung der Anleihe eine Verlängerung der Finanzierungsvereinbarung mit den beteiligten Banken realisieren, was für die grundsätzliche Fähigkeit des Unternehmens spricht, externe Kapitalzuführungen auch unter schwierigen Bedingungen einwerben zu können. Eventualrisiken für die Zukunft sind daraus nicht auszuschließen.

Der uns vorliegende Bankenspiegel sowie die Finanzplanung weisen auf eine geringe Ausnutzung der vorhandenen Betriebsmittelkredite hin. Auf Basis der uns vorliegenden Finanzplanung besteht jederzeit genügend Spielraum, um außerplanmäßige Ereignisse abfedern zu können. In Folge der erfolgreichen Umsetzung der genannten Finanzierungsmaßnahmen konnte sich die Finanzsituation des Konzerns verbessern und die Struktur der Passivseite relativ stabilisieren.

## Disclaimer

Maßgeblich für die Durchführung eines Ratings ist der auf der Internetseite der Creditreform Rating AG veröffentlichte „Verhaltenskodex der Creditreform Rating AG“. Die Creditreform Rating AG erarbeitet danach systematisch und mit der gebotenen fachlichen Sorgfalt ihre unabhängige und objektive Meinung über die Zukunftsfähigkeit, die Risiken und die Chancen des beurteilten Unternehmens zum Stichtag, an dem das Rating erteilt wird.

Künftige Ereignisse sind ungewiss, ihre Vorhersage beruht notwendigerweise auf Einschätzungen. Das Rating ist somit keine Tatsachenbehauptung, sondern eine Meinungsäußerung. Die Creditreform Rating AG haftet daher nicht für Schäden, die darauf beruhen, dass Entscheidungen auf ein von ihr erstelltes Rating gestützt werden. Diese Ratings sind auch keine Empfehlungen für Investoren, Käufer oder Verkäufer. Sie sollen von Marktteilnehmern (Unternehmen, Banken, Investoren etc.) nur als ein Faktor im Rahmen von Unternehmens- oder Anlageentscheidungen betrachtet werden. Sie können Eigenuntersuchungen und Bewertungen nicht ersetzen.

Wir unterstellen, dass die uns vom Mandanten zur Verfügung gestellten Dokumente und Informationen vollständig sind sowie deren Inhalt korrekt ist und dass vorgelegte Kopien unverändert und vollständig den Inhalt der Originale wiedergeben. Die Creditreform Rating AG übernimmt keine Garantie für die Richtigkeit und Vollständigkeit der verarbeiteten Informationen.

Dieser Bericht ist urheberrechtlich geschützt. Die gewerbsmäßige Verwertung, ohne eine schriftliche Zustimmung der Creditreform Rating AG, ist unzulässig. Um die Gesamtaussage des Inhaltes nicht zu verfälschen, darf grundsätzlich nur der vollständige Bericht veröffentlicht werden. Auszüge dürfen nur mit Zustimmung der Creditreform Rating AG verwendet werden. Eine Veröffentlichung des Ratings ohne Kenntnis der Creditreform Rating AG ist nicht zulässig. Ausschließlich Ratings, die auf der Internetseite der Creditreform Rating AG veröffentlicht sind, sind als aktuell anzusehen.

Creditreform Rating AG

## Kontakte

**Creditreform Rating AG**  
Hellersbergstraße 11  
D-41460 Neuss

Telefon +49 (0) 2131 / 109-626  
Telefax +49 (0) 2131 / 109-627  
E-Mail [info@creditreform-rating.de](mailto:info@creditreform-rating.de)  
[www.creditreform-rating.de](http://www.creditreform-rating.de)

**Vorstand: Dr. Michael Munsch**  
Aufsichtsratsvorsitzender: Prof. Dr. Helmut Rödl  
HR Neuss B 10522

**RENÉ LEZARD Mode GmbH**  
Industriestr. 2  
D-97359 Schwarzach

Telefon +49-(0) 9324 / 302 0  
Telefax +49-(0) 9324 / 302 2449  
E-Mail [info@rene-LEZARD.com](mailto:info@rene-LEZARD.com)  
[www.rene-LEZARD.com](http://www.rene-LEZARD.com)

**Geschäftsführung:**  
Heinz J. Hackl, Thomas Schäfer, Torsten Poschardt  
HR Würzburg B 1111