

Creditreform Rating-Summary zum Unternehmensrating

Informationstableau

RENÉ LEZARD Mode GmbH (Konzern)		Rating:	PD 1-jährig:
		BB	1,05%
		Erstellt am:	23.10.2012
Creditreform ID:	8310013022	Gültig bis max.:	22.10.2013
Geschäftsführer:	Heinz J. Hackl	Mitarbeiter:	429
	Thomas Schaefer Torsten Poschardt	Umsatz:	51,94 Mio. EUR (Gj. 2011/2012)
(Haupt-)Branche:	Herstellung von Damen- und Herrenbekleidung		

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 2011/2012 erzielte der RENÉ LEZARD Mode Konzern mit durchschnittlich 429 Mitarbeitern bei einem Umsatz von 51,94 Mio. EUR (Vorjahr 48,92 Mio. EUR) einen Jahresüberschuss von 0,08 Mio. EUR (Vorjahr: Jahresfehlbetrag 2,77 Mio. EUR).

Jahresabschluss per 31.03. (HGB) (Konzern)	Strukturbilanz ¹	
	2011/2012	2010/2011
Bilanzsumme	30,44 Mio. €	30,60 Mio. €
Eigenkapitalquote	18,40%	17,94%
Umsatz	51,94 Mio. €	48,92 Mio. €
Gesamtergebnis/EBT	0,14 Mio. €	- 2,66 Mio. €
Jahresüberschuss	0,08 Mio. €	- 2,77 Mio. €
Gesamtkapitalrendite	5,64%	- 3,89%
Umsatzrendite	0,34%	- 5,20%
Cashflow zur Gesamtleistung	2,86%	- 2,53%

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.

¹ Die Strukturbilanz weicht von der handelsrechtlichen Bilanz ab. Die Differenzen ergeben sich aus dem Abzug des Firmenwertes in Höhe von 0,03 Mio. EUR vom Eigenkapital und der Hinzurechnung von 50% der zum Bilanzstichtag mit Rangrücktritt versehenen Gesellschafterdarlehen in Höhe von 2,50 Mio. EUR zum Eigenkapital.

Strukturinformationen

Die RENÉ LEZARD Mode GmbH wurde 1978 vom heutigen Mitgesellschafter und Geschäftsführer, Herrn Thomas Schaefer, mit gegründet und begann ursprünglich mit der Produktion und dem Vertrieb von Herrenhosen. Mit Vertrag vom 09.10.2012 haben die Geschäftsführer der RENÉ LEZARD Mode GmbH Thomas Schaefer und Heinz J. Hackl nunmehr von der ehemaligen Mitgesellschafterin Design & Licenses S.p.A (Burani Fashion Group), welche im März 2010 insolvent geworden war, sämtliche Anteile an der Berichtsgesellschaft übernommen.

Heute ist die RENÉ LEZARD Mode GmbH mit Sitz in Schwarzach bei Würzburg mit jeweils einer Tochtergesellschaft in den Niederlanden und in Österreich vertreten, die in den beiden Ländern den Verkauf über Stores und Factory-Outlets betreiben. Eine weitere Tochtergesellschaft in Slowenien betreibt ein Werk zur Lohnfertigung vor Ort. Darüber hinaus besteht eine Tochtergesellschaft für ein eigenes Ladengeschäft in München.

Weiterhin ist das Unternehmen in Europa neben den genannten Ländern unter anderem in Russland, der Schweiz, der USA, Dänemark, Italien, Großbritannien, Frankreich, Belgien, Tschechien, Polen und der Ukraine tätig. Es wurden zum Zeitpunkt der Analyse im In- und Ausland 13 eigene Stores und 12 Factory Outlet Center betrieben. Im Wholesale-Bereich werden mehrere Hundert Kunden im Rahmen von Shop-in-Shop oder auf Basis klassischer Vororder beliefert.

Der RENÉ LEZARD Konzern entwirft seine Kollektionen für Premiumtextilien im höherpreisigen Segment selbst, kauft die Fertigungsmaterialien ein und lässt die Waren von langjährigen Partnerunternehmen bzw. der eigenen Produktion in Slowenien auf Basis von Lohnfertigung herstellen. Dazu verfügt der Konzern in Schwarzach über ein eigenes Designteam. Die technische Produktentwicklung, Beschaffung und Logistik zählen ebenfalls zu den Kernkompetenzen der Berichtsgesellschaft. Der RENÉ LEZARD Konzern hat damit den Zugriff auf sämtliche Elemente der Wertschöpfungskette. Der Entwurf der Kollektion, der wesentlich den zukünftigen Erfolg des Unternehmens beeinflusst, liegt in den eigenen Händen. Der hohe Anteil an Stammkunden, die vergleichsweise hohe Stabilität im Stil der Kollektion und die anerkannte Eigenständigkeit der Marke begrenzen dabei das Risiko im Zusammenhang mit eventuellen Fehlentscheidungen bei der Erstellung neuer Kollektionen.

Die Beschaffung des Wareneinsatzes und die Produktionskontrolle sind intern organisiert. Sämtliche Lieferungen von den Stoffen und Einsatzmaterialien bis zur Fertigware werden über das eigene Logistikzentrum in Schwarzach organisiert, um Warenbestände, Liefertreue und Qualität zeitnah kontrollieren, steuern und optimieren zu können. Die eigene Lohnfertigung in Slowenien erlaubt es, sowohl bei der Kollektionserstellung als auch als Reaktion auf die Abverkäufe der Kollektion schnell und flexibel reagieren sowie auch kleinere Losgrößen profitabel produzieren zu können.

Verkaufskanäle sind der Eigenvertrieb mit einem Umsatzanteil von ca. 60% über die eigenen Stores und die Factory-Outlets. Das direkte Geschäft mit Industriekunden, Internethandel und das Wholesalegeschäft in Form der Belieferung an eine Reihe von Einzelhändlern machen insgesamt etwa 40% der Umsätze aus. Das Vertriebskonzept und die Ausgestaltung der Bearbeitung der verschiedenen Vertriebskanäle sind nach unserer Meinung sehr gut entwickelt.

Insgesamt sehen wir die Struktur und die Organisation der RENÉ LEZARD Mode GmbH (Konzern) als übersichtlich und der Branche sowie der strategischen Ausrichtung und Größe des Unternehmens entsprechend an. Die Voraussetzungen für den heutigen Geschäftserfolg wurden durch die in den letzten vier Jahren vollzogenen Änderungen im Management geschaffen. Die Fortentwicklung im Rahmen der uns vorgestellten Organisationsstruktur erscheint plausibel und erfolgversprechend.

Markt, Produkte

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 wesentlichen 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. 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. Im Bereich Industriegeschäft werden für Großunternehmen oder große Verbände spezielle Kollektionen im Corporate Design entwickelt und produziert.

Das Risiko der Entwicklung einer Kollektion, die nicht den Markterfordernissen entspricht, ist grundsätzlich möglich, wenngleich die Eintrittswahrscheinlichkeit auf Grund der Konzentration auf die 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 können. 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 Industriegeschäft macht ca. 40 % des Umsatzes aus. Der Umsatzanteil des Eigenvertriebs der übrigen ca. 60 % des Gesamtumsatzes entfallen zu etwa 24 % auf die eigenen Stores und zu etwa 36 % auf die eigenen Factory-Outlets. Im Rahmen der Wachstumsstrategie ist die Eröffnung weiterer eigener Stores geplant. Die Berichtsgesellschaft erzielte im Geschäftsjahr 2011/2012 ca. 75 % ihres Umsatzes in Deutschland und ca. 25 % 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 Herenausstatter 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.

In diesem Zusammenhang ist auch ein Teil der geplanten Emission einer Anleihe in Höhe von 15 Mio. EUR zu sehen, welche die finanzielle Flexibilität zur Umsetzung der zukünftigen Positionierung wesentlich erhöhen soll.

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 uneingeschränkt erteilten Bestätigungsvermerke für die Konzernabschlüsse zum 31. März 2010 und 2011 enthalten jeweils einen Hinweis auf bestandsgefährdende Liquiditätsrisiken, denen die RENÉ LEZARD Mode GmbH zum damaligen Zeitpunkt ausgesetzt war (siehe auch Abschnitt: Finanzen).

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-, Mit-

tel- 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 31.03.2012 mit 18,4% ebenfalls unterdurchschnittlich. Die Gesellschaft griff im Rahmen des Finanzmanagements zum 31.03.2012 im Wesentlichen auf Gesellschafterdarlehen in Höhe von 6,1 Mio. EUR und Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten in Höhe von 13,2 Mio. EUR zurück.

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 6 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 dem Unternehmen verbleiben und seitens eines Darlehensgebers auf ausstehende Zinsen in Höhe von ca. 0,6 Mio. EUR zugunsten der Gesellschaft verzichtet wird. Darüber hinaus sollen die Gesellschafterdarlehen für die Laufzeit der Anleihe mit Rangrücktritt versehen werden.

Darüber hinaus bestanden zum 31.03.2012 eine Factoringlinie in Höhe von 6,0 Mio. EUR sowie Lieferantenverbindlichkeiten in Höhe von 1,8 Mio. EUR (Vj: 2,1 Mio. EUR). Die von den Banken gewährten Betriebsmittelkredite erfahren saisonbedingt teilweise eine hohe Auslastung. Einen Liquiditätsengpass können wir daraus aktuell nicht ableiten.

Um einerseits die Finanzierung des weiteren Wachstums zu gewährleisten und andererseits einen Teil der Finanzverbindlichkeiten abzulösen, plant die Geschäftsleitung die kurzfristige Emission einer Anleihe über 15 Mio. EUR (5 Jahre Laufzeit; Plain Vanilla). Die Gesellschafter erklärten in diesem Zusammenhang, während der Laufzeit der Anleihe die gewährten Gesellschafterdarlehen im Unternehmen zu belassen und auf Ausschüttungen zu verzichten, jedoch nicht auf die Zahlung von Zinsen auf Gesellschafterdarlehen, die für den Zeitraum der Anleihe anfallen.

Aus dem geplanten Nettoemissionserlös soll ein Betrag von bis zu 7,5 Mio. EUR zur Refinanzierung von Finanzverbindlichkeiten, ein Betrag in Höhe von bis zu 3,8 Mio. EUR 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 Priorisierung der Mittelverwendung ist in der Reihenfolge geplant, in der die Verwendungszwecke genannt sind.

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 31.03.2012 saisonbedingt auf einem niedrigen Niveau in Höhe von 1,6 Mio. EUR (Vj. 1,5 Mio. EUR).

Für Investitionen in Sachanlagen sind im laufenden Geschäftsjahr neben den bereits getätigten Investitionen für Software in Höhe von 0,31 Mio. EUR, für Einbauten in neue Stores in Höhe von 0,42 Mio. EUR sowie für Betriebsausstattungen in Höhe von 0,24 Mio. EUR weitere 0,9 Mio. EUR für die Einrichtung neuer Stores und

Showrooms im laufenden Geschäftsjahr eingeplant. Im Geschäftsjahr 2013/2014 sind weitere Investitionen hierfür vorgesehen. Das Unternehmen behält sich eine teilweise Finanzierung mittels Leasing vor. Hinsichtlich der Expansionsbestrebungen erscheinen diese Werte als nicht zu hoch gegriffen.

Die Off-Balanceverbindlichkeiten zum 31.03.2012 setzen sich aus Leasing- und vor allem aus Mietverbindlichkeiten i.H.v insgesamt 19,6 Mio. EUR (Vj. 18,6 Mio. EUR) zusammen. Weitere Verpflichtungen und Haftungsverhältnisse bestanden zum Ende des Geschäftsjahres und auch angabegemäß aktuell nicht.

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, welche unserer Meinung nach jedoch noch weiter ausgebaut werden kann.

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 Deckungsbeitragebene 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 und ein konsequentes Working-Capital-Management sollen die bestandsbezogenen Risiken durch eine wöchentliche Lagerkontrolle in Zukunft 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 Einschätzung von Branchenverbänden ist in 2011 in der Textilindustrie ein Umsatzplus von rund 7% zu verzeichnen. Im Vergleich zur gesamtwirtschaftlichen Situation stellte sich die Entwicklung in der deutschen Textilindustrie damit zwar positiv dar, allerdings könnte sich dieser Trend im laufenden Jahr abschwächen. Zu beachten ist dabei, dass die Umsatzausweitung auch zu wesentlichen Teilen den steigenden Rohstoffpreisen geschuldet sein kann. Im deutschen Modehandel wird jedoch mit einem Minus von 1% in 2011 gerechnet. Im Januar 2012 zeigt der Ifo-Geschäftsklima-Index einen Stimmungsabfall bei der aktuellen Geschäftsbeurteilung für das Bekleidungs-gewerbe, jedoch einen deutlich ansteigenden Trend die Geschäftserwartungen betreffend an.

Entgegen der Branchenentwicklung bei in Deutschland gutem Konsumklima konnte die RENÉ LEZARD Mode GmbH im Geschäftsjahr 2011/2012 eine weitere Verbesserung der Umsatzsituation verzeichnen. Mit einem Umsatz von 51,94 Mio. EUR wurde der Vorjahresumsatz von 48,92 Mio. EUR um 6,2% übertroffen. Dies ist im Wesentlichen auf den Mehrumsatz im Wholesale-Bereich und die Eröffnung neuer Einzelhandelsgeschäfte zurückzuführen. Die Verbesserung der Organisation und der Nachlieferfähigkeit sowie die Neuausrichtung des Vertriebes haben sich dabei positiv ausgewirkt. Dadurch konnte das Betriebsergebnis (EBIT) von -0,97 Mio. EUR im Vorjahr auf 1,81 Mio. EUR im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich gesteigert werden. Der Jahresüberschuss lag mit 0,08 Mio. EUR erstmals nach der Krise 2008 wieder im positiven Bereich. Die Ergebnissteigerung entstand dabei maßgeblich aus dem höheren Geschäftsvolumen und den nur unwesentlich angestiegenen Aufwendungen für Rohstoffe und bezogene Leistungen. Darüber hinaus hat der Rückgang der sonstigen betrieblichen Aufwendungen zur Ergebnisverbesserung beigetragen.

Entsprechend der positiven Entwicklung plant die RENÉ LEZARD Mode GmbH auch für die Folgejahre eine dynamische Umsatz- und Ergebnisentwicklung 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 Szenarioplanungen vorgelegt, die die Platzierung einer Anleihe über 15 Mio. EUR im Herbst 2012 enthalten. Die Anleihe soll der Finanzierung des Wachstums und teilweise der Ablösung von Finanzverbindlichkeiten dienen.

Durch seine aktuelle Finanzierungsstrategie und Innenfinanzierungskraft, bei anhaltendem Geschäftswachstum, ist der Konzern auf Anschlussfinanzierungen und deren Realisation angewiesen. Im September 2012 konnte die RENÉ LEZARD Mode GmbH 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 zeitweise hohe Ausnutzung der vorhandenen Betriebsmittelkredite hin. Auf Basis der uns vorliegenden Finanzplanung besteht allerdings jederzeit genügend Spielraum, um außerplanmäßige Ereignisse abfedern zu können. In Folge einer erfolgreichen Umsetzung der genannten Finanzierungsmaßnahmen sollte sich die Finanzsituation des Konzerns verbessern. Durch die im Gegenzug geplante Rückführung von Krediten wird sich zum einen der Finanzierungseffekt relativieren und zum anderen 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
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
www.rene-lezard.com

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