

Creditreform Rating-Summary zum Unternehmensrating

Informationstableau

Rena Lange Holding GmbH (Konzern), Stegersbach (Austria)		Rating:	PD 1-jährig:
		BB-	2,00%
		Erstellt am:	15.11.2013
Creditreform ID:	8170823685	Gültig bis max.:	14.11.2014
Geschäftsführung:	Dr. Siegmund Rudigier, CEO Isabella Hierl, Managing Director Andreas Steindl, Sales Director	Mitarbeiter:	115
		Gesamt- leistung 2012/2013 (Konzern, vor- läufig):	24,6 Mio. EUR
(Haupt-)Branche:	Herstellung und Handel mit Damenoberbekleidung sowie Accessoires im Luxussegment		

Hinweis:

Zu dieser Rating-Summary wird der Rena Lange Holding GmbH (Konzern) 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 Rena Lange Holding GmbH (Konzern) - im Folgenden auch Rena Lange, RL-Konzern, RL-Gruppe oder Gesellschaft genannt - ist mit ihren Tochtergesellschaften ein international tätiges Modeunternehmen, welches sich auf die Entwicklung des Designs sowie die Herstellung und den Handel mit Damenoberbekleidung sowie Accessoires im Luxussegment spezialisiert hat. Rena Lange nimmt unter den weltweiten TOP-30-Luxusmarken bereits Rang 26 ein, im Bereich der Mode ist Rena Lange die Nummer 3 der deutschen Luxusmarken und konnte sich damit unter den Spitzenanbietern positionieren.

Die Rena Lange Holding GmbH (Konzern) erzielte im Geschäftsjahr 2012/2013 (Bilanzstichtag: 30.04.) mit 115 Mitarbeitern nach der erstellten Pro-Forma Gewinn- und Verlustrechnung (wurde vor dem Hintergrund des Erwerbs der Rena Lange-Gruppe durch die Rudigier & Partner GmbH für den Zeitraum vom 01.05.2012 bis 30.04.2013 erstellt) bei Umsatzerlösen i.H.v. 24,6 Mio. EUR (Vj.: 24,2 Mio. EUR) ein EBT i.H.v. 0,18 Mio. EUR (Vj.: 1,77 Mio. EUR). Nach den uns ergänzend vorgelegten und hinreichend erläuterten konsolidierten Zahlen für die RL-Gruppe wird in Abweichung zu der genannten Pro-Forma Gewinn- und Verlustrechnung ein wirtschaftliches EBT i.H.v. 0,84 Mio. EUR ausgewiesen, welches eine Vergleichbarkeit mit den Vorjahreszahlen ermöglicht. Hinsichtlich des aufgeführten Jahresergebnisses 2011/2012 ist zu berücksichtigen, dass dieses durch die Auflösung von Pensionsrückstellungen i.H.v. rd. 1 Mio. € positiv beeinflusst wurde. Bereinigt um diesen Betrag betrug das EBT somit 0,77 Mio. EUR. Vor diesem Hintergrund ist im abgelaufenen Geschäftsjahr 2012/2013 gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung des wirtschaftlich erzielten Ergebnisses um rd. 9% zu konstatieren.

Rund 36% der Umsatzerlöse der RL-Gruppe werden derzeit in Deutschland erzielt, rd. 22% in weiteren westeuropäischen Ländern, rd. 19% in Asien, rd. 15% in Nordamerika sowie rd. 5% in Osteuropa und rd. 3% im Mittleren Osten.

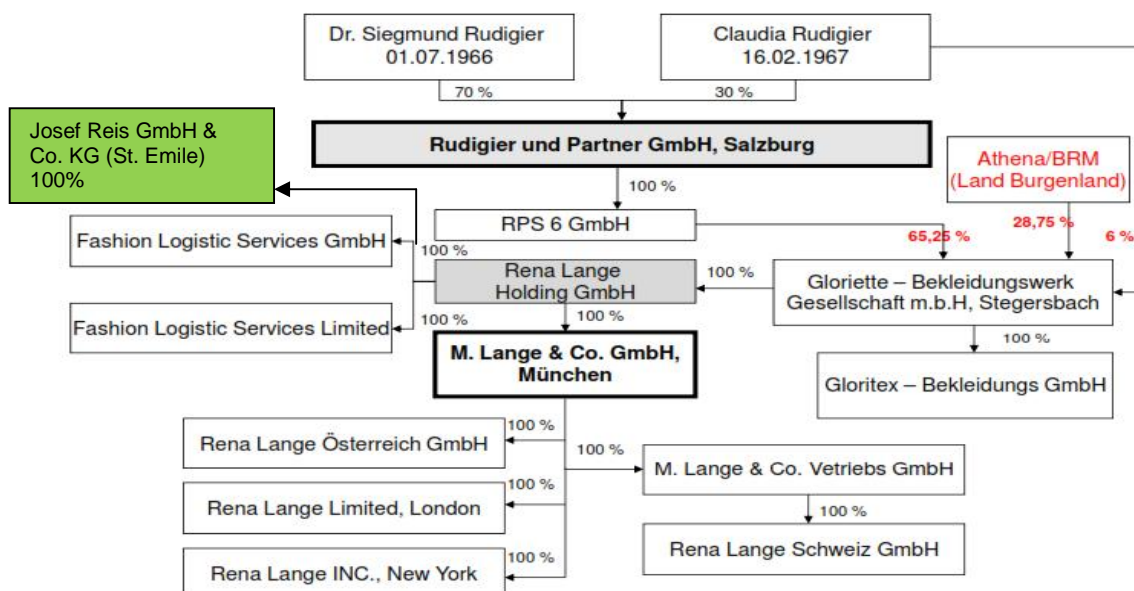
Strukturinformationen

Die heutige RL-Gruppe wurde ursprünglich 1916 als Luxusmanufaktur für Mode von Martha Lange gegründet und 1953 von Peter Günthert übernommen. 1970 wurde der erste Rena Lange Retail-Store eröffnet. 1982 präsentierten Peter und Renate Günthert die erste Pret a Porter Kollektion in Mailand und 1995 eröffnete der Retail-Store in New York. Im Jahr 2000 übernahm der Sohn, Daniel Günthert, das Unternehmen und baute die Marktstellung weiter aus.

Im Jahr 2012 übernahm die Rudigier & Partner GmbH unter der Federführung von Dr. Siegmund Rudigier die RL-Gruppe mit dem Ziel des weiteren Ausbaus und der Festigung der Marktstellung des RL-Konzerns sowie einer kontinuierlichen Steigerung der Profitabilität. Hierbei wurden die im folgenden Organigramm rot gekennzeichneten Gesellschaften von der D.G. GmbH, München, erworben.

Die Mabrun Holding GmbH mit Sitz in Wals bei Salzburg (Österreich) hat mit der Josef Reis GmbH & Co. KG, Kleinwallstadt, einen Beteiligungs- bzw. Übernahmevertrag geschlossen, der insbesondere darauf abzielt, die der Josef Reis GmbH & Co. KG gehörende Marke „St. Emile“ zu erwerben. Der rechtskräftige Vollzug des Vertrages ist insbesondere an die aufschiebende Bedingung eines Teilverzichts von Gläubigern der Josef Reis GmbH & Co. KG gekoppelt. Die relevanten Verbindlichkeiten betragen 6,85 Mio. EUR, nach den verhandelten Übernahmbedingungen werden maximal 3,45 Mio. EUR dieser Verbindlichkeiten von der Mabrun Holding GmbH übernommen. Die entsprechenden Verzichte der Gläubiger, insbesondere der Kreditinstitute, lagen uns zum Analysezeitpunkt allerdings noch nicht vor und werden nachgereicht. In diesem Zusammenhang weisen wir darauf hin, dass eine Überprüfung des Ratingergebnisses erforderlich wäre, sofern sich aus den Verzichtserklärungen derzeit nicht bekannte, negative Aspekte für die Mabrun Holding GmbH ergeben sollten. Nach Übernahme der Josef Reis GmbH & Co. KG durch die Mabrun Holding GmbH ist eine Übertragung dieser Gesellschaft an die Rena Lange Holding GmbH als 100%-ige Tochtergesellschaft vorgesehen. Der entsprechende Übertragungsvertrag lag zum Analysezeitpunkt noch nicht vor. Im Folgenden wird aber davon ausgegangen, dass die vorgesehene Übertragung und damit Eingliederung der Josef Reis GmbH & Co. KG in die RL-Gruppe stattfindet. Hierauf bauen auch die uns vorgelegten Planzahlen auf.

Die RL-Gruppe stellt sich dann wie folgt dar:



Quelle :Rena Lange Holding GmbH

Die Rena Lange Holding GmbH nimmt keine operativen Aufgaben wahr und fungiert als reine Holdinggesellschaft. Die M. Lange & Co. GmbH führt Produktion und Großhandel durch. Die Fashion Logistic Services Ltd. Und die Fashion Services GmbH haben ihre Schwerpunkte in logistischen Dienstleistungen. Die jeweiligen 100%-igen Tochtergesellschaften der M. Lange & Co. GmbH stellen die wesentlichen operativen Einheiten der RL-Gruppe dar.

Im Zuge der Neuausrichtung sowie für die Finanzierung des weiteren Wachstums beabsichtigt die Rena Lange Holding GmbH als Emittentin die Begebung einer Anleihe über 10 Mio. EUR mit einer Laufzeit von 4 Jahren (siehe unter „**Finanzen**“).

Markt, Produkte

Der vom Gesamtverband Textil und Mode errechnete Branchenumsatz auf dem deutschen Textil- und Bekleidungsmarkt lag im Jahr 2012 um insgesamt 1,0% niedriger als im Jahr 2011. Davon ist ein Rückgang von 2,3% auf die Textilindustrie und ein Wachstum von 0,8% auf die Bekleidungsindustrie zurückzuführen. Demnach stellte sich die Bekleidungsindustrie deutlich stärker dar, als die Textilindustrie. Auch die Beschäftigung in der Bekleidungsindustrie stieg aufgrund der verbesserten Konjunktur im Jahr 2012 um 1,9% gegenüber dem Vorjahr. Im Jahr 2013 zeichnet sich nach einem insgesamt schwachen Jahresstart in den Konjunkturdaten August 2013 zwar ein positiver Trend ab, per August 2013 lag allerdings der Branchenumsatz um insgesamt 2,5% niedriger als noch im August 2012 und auch im gesamten Jahresverlauf liegen Gesamtumsätze um 2,5% unter den entsprechenden Vorjahresumsätzen. Die Beschäftigung liegt im Jahresvergleich per August 2013 ebenfalls mit -1,6% im Textilbereich und mit -2,5% im Bekleidungssegment unter den entsprechenden Vorjahreswerten.

Laut einer Einschätzung des German Fashion Modeverbands e.V. umfasste der Markt der Bekleidungsindustrie in Deutschland für das Jahr 2012 ein Gesamtvolumen von ca. 12 Mrd. EUR. Dabei ist besonders auf den starken Anstieg des Gesamtumsatzes zwischen 2009 und 2011 und das schwache Wachstum der letzten Jahre hinzuweisen. In einer repräsentativen Verbandsumfrage des German Fashion Modeverbands e.V. für das erste Halbjahr 2013 wiesen 36% der Befragten ein Wachstum um 7% gegenüber dem Vorjahreszeitraum aus, 32% der Befragten hatten im Gegenzug einen gesunkenen Umsatz von ebenfalls 7% zu verzeichnen.

Insgesamt stellt Deutschland einen wichtigen Markt für die Modeindustrie dar, weil es aufgrund seiner zentraleuropäischen Lage und seiner guten logistischen Anbindung in der EU eine wichtige Umschlagsfunktion bietet. Dies spiegelt sich auch in den Exporten der deutschen Modeindustrie wider, die vor allem vom innereuropäischen Warenstrom profitieren. Mit hohen Exportraten nach Österreich, den Niederlanden, Frankreich und der Schweiz sind vor allem die europäischen Nachbarstaaten wichtige Handelspartner. Obwohl die Affinität gegenüber neuer Mode in anderen europäischen Ländern wie Spanien, Italien, oder Frankreich durchschnittlich höher ist, stellt Deutschland aufgrund seiner höheren Wirtschaftskraft und des durchschnittlich hohen Privatvermögens einen wichtigen Absatzmarkt dar.

Damit positioniert sich Deutschland international im Mittelfeld. Wichtig ist jedoch auch die Stellung Deutschlands in der EU und den damit verbundenen Zoll- und Handelsbestimmungen. Im europäischen Vergleich stellt sich der deutsche Modemarkt als sehr robust dar. Dabei wird der Markt maßgeblich von südeuropäischen Herstellern dominiert, die sich in den letzten Jahren durch ihr ausgeprägtes Lieferkettensystem einige Wettbewerbsvorteile erarbeiten konnten.

Im Hinblick auf das angestrebte Ziel des Managements der RL-Gruppe, die Marktstellung auszubauen und die Profitabilität zu erhöhen, wird der RL-Konzern durch die anhaltend positiven Trends des weltweiten Luxusmarktes unterstützt. Insgesamt stellte der Umsatz von Luxusmodemarken im Jahr 2012 einen Anteil von 41,9% des Gesamtvolumens des Modemarkts dar, wie eine Focus-Studie von 2013 belegt. Demnach entfallen weltweit über 40% aller Kleidungsartikel auf Luxusmodemarken. Dieser hohe Stellenwert spiegelt sich auch im Gesamtumsatz des deutschen Markts für Luxusmode wider, der sich laut einer Studie der Beratungsfirma Roland Berger in 2011 auf 1,2 Mrd. Euro belief, was einem Anstieg von 22% gegenüber dem Vor-

Jahr entspricht.

Das für den Markt der Damen- und Herrenmode errechnete 9 bis 10-prozentige Umsatzwachstum im Jahr 2012 bedeutet, dass die Umsätze mit Luxusmode weltweit, im dritten Jahr in Folge nach der weltweiten Rezession, erneut deutlich gestiegen sind. Dies ist jedoch zunehmend auf wohlhabende Kunden in Asien zurückzuführen. Teure Kleidung oder Accessoires gelten dort vor allem in der aufstrebenden Mittelschicht als Prestigeobjekte. Daher ist insgesamt der Trend festzuhalten, dass sich das Geschäft der Luxusmode nicht mehr nur auf wenige etablierte Regionen der Welt beschränkt. In den Expansionsplänen der Luxusverkäufer spielen mittlerweile weniger stark entwickelte Zielländer wie Indonesien und Malaysia, Aserbaidschan und Kasachstan, Mexiko und Südafrika oder die Türkei und Vietnam eine wichtige Rolle.

Insbesondere stehen auch die BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China) im Fokus der RL-Gruppe, da hier die Märkte im Luxussegment eine hohe Stabilität besitzen und auch während der Krise in Europa Wachstumsraten aufweisen konnten.

Die RL-Gruppe hat sich auf den Luxusmodemarkt für Damenoberbekleidung sowie zugehörigen Accessoires und Lederwaren (Brillen, Handschuhe, Schuhe, Schals, etc.) ausgerichtet. Sie zeichnet sich durch höchsten Qualitätsstandard in Bezug auf die verwendeten Materialien, das Design und die Passform der Kollektionen aus. In mehr als 300 Point-of-Sales werden die Kollektionen in rd. 30 Ländern weltweit vertrieben. Die RL-Gruppe bedient derzeit (lediglich) rd. 100 Kunden, so dass die Exklusivität der Kollektionsstücke gesichert ist. Der hohe Exklusivitätsanspruch zählt ebenfalls zu den wesentlichen Kernkompetenzen der Gruppe.

Zum Analysezeitpunkt verfügte Rena Lange über 18 „mono brand stores“, die nur unter der Marke „Rena Lange“ laufen und ausschließlich diese Marke führen. Von diesen 18 Stores werden 9 von Rena Lange selbst, die restlichen 9 Stores von Partnern betrieben. Standorte sind unter anderem München, Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Mannheim, Frankfurt/Main sowie Wien, London und Tokyo. Für die kommenden Jahre ist die Eröffnung von weiteren 1 bis 2 Stores pro Jahr vorgesehen, um die Markenbekanntheit weiter zu steigern. Des Weiteren wird seit 2010 ein Online-Shop betrieben, der mit jährlich rd. 500 TEUR zu den Umsatzerlösen beiträgt und sich durch hohe Margen auszeichnet.

Die Entwicklung, Produktion und der Vertrieb der RL-Gruppe konzentriert sich derzeit auf zwei Kollektionen pro Jahr, eine für das Frühjahr bzw. den Sommer) und eine für den Herbst bzw. Winter. Dabei sind die Kollektionen auf rd. 300 Teile begrenzt, insbesondere auch, um die hohe Exklusivität zu wahren. In die Vorkollektion, die vor allem für den US-amerikanischen Markt von großer Bedeutung ist, werden rd. 150 Teile eingebracht. Die Hauptkollektion besteht aus rd. 100 Teilen und die Fashion-Show-Kollektion beinhaltet weitere rd. 50 Teile.

Als wichtiger Baustein für die Unterstützung der Marke „Rena Lange“ dient die Vergabe von Lizenzen bei Accessoires und Lederwaren. So werden für die Bereiche Leder, Taschen, Lederaccessoires, Schuhe, Brillen und Duft Lizenzen vergeben. Die Lizenznehmer werden dabei sehr selektiv ausgesucht und müssen über ein weltweit gut ausgebautes Vertriebsnetz verfügen.

Mit der aktuellen Akquisition der Marke „St. Emile“ wird ein weiterer Ausbau und eine Diversifizierung des Portfolios angestrebt.

Strategie

Die Strategie der RL-Gruppe ist konsequent auf den weiteren Ausbau und die Festigung der Marke „Rena Lange“ im Luxussegment ausgerichtet. Rene Lange soll unter den internationalen TOP-Luxusmarken eine der oberen Spitzenpositionen einnehmen. Eleganz, Raffinesse und Kultiviertheit der Kollektionen stehen dabei im Vordergrund.

Um diese Ziele zu erreichen, wurden vom Management folgende Maßnahmen bereits initiiert, die einer kon-

sequenten Umsetzung und ständigen Weiterentwicklung unterzogen werden:

- **Ständige Modernisierung der Kollektionen**
Bereits in den vergangenen Jahren wurden die Kollektionen der Marke „Rena Lange“ von Seiten der Kunden mit hohem Lob bedacht und über die Presse konnten sich die Rena-Lange-Kollektionen bei ihrer Zielgruppe positionieren. Insbesondere die Integration von moderneren und jüngeren Stilelementen soll Eingang in die Kollektionen finden.
- **Schaffung und Festigung eines Corporate Design**
Durch den hohen Wiedererkennungswert und die Individualität der Kollektionen wird ein eindeutiges Abgrenzungsmerkmal zum Wettbewerb geschaffen.
- **Weiterentwicklung der Luxusdesignlinie**
Durch die ausgesuchten Materialien und die hohe Endfertigungsqualität hat sich die RL-Gruppe bereits eine sehr gute Basis für den weiteren Ausbau und die internationale Anerkennung des vermittelten „Luxusgefühls“ schaffen können.
- **Konzentration auf Damenoberbekleidung und Abgrenzung der Kundenzielgruppe**
Mit der Fokussierung der Geschäftsstrategie auf die Entwicklung, das Design und den Vertrieb von Damenoberbekleidung werden sowohl ein Alleinstellungsmerkmal, als auch eine hohe Exklusivität geschaffen. Die Kollektionen werden für wohlhabende Persönlichkeiten insbesondere zwischen 30 und 50 Jahren geschaffen.
- **Weiterer Ausbau der Kernkompetenzen der RL-Gruppe**
Die hohen Qualitätsanforderungen stellen bereits heute eine der herausragenden Kernkompetenzen der RL-Gruppe dar. Durch die Konzentration auf langjährige und nachhaltige Beziehungen zu italienischen Lieferanten im Hinblick auf die Beschaffung der Rohmaterialien werden der Erhalt und die Festigung dieser Kernkompetenz untermauert. Nicht zuletzt aufgrund der stetigen und multiplen Qualitätskontrollen konnte eine Retourenquote von nahezu 0% erreicht werden.
- **Ausbau der Lizenzvergabe**
Ein nachhaltiger Ausbau des weltweiten Lizenzgeschäfts und die Gewinnung von Lizenznehmern, die die Markenstrategie der RL-Gruppe uneingeschränkt unterstützen, ist ein weiterer strategischer Kernaspekt.

Darüber hinaus steht insbesondere die Entwicklung des chinesischen Marktes ab dem Jahr 2014 im Vordergrund.

Die aufgeführten, wesentlichen strategischen Aspekte der Rena Lange Holding GmbH (Konzern) werden unterstützt durch eine stringentes Marketing, welches sich auch in der Durchführung von Events sowie der Online-Präsenz und exklusiven Printmedien zeigt.

Die Strategie des RL-Konzerns ist insgesamt plausibel und nachvollziehbar. Das Unternehmen verfügt über eine gute Basis, die die angestrebten Ziele unterstützen sollte. Wir halten die verfolgte Strategie im Hinblick auf die angestrebten Wachstumsraten für stimmig.

Rechnungswesen/Controlling

Die Rechnungslegung der RL-Gruppe erfolgt für die einzelnen Gesellschaften hinsichtlich der Einzeljahresabschlüsse nach den jeweiligen landesrechtlichen Regelungen. Der konsolidierte Konzernjahresabschluss der Rena Lange Holding GmbH wird nach den Regelungen des österreichischen Handelsrechts erstellt.

Unterjährig werden monatliche Gewinn- und Verlustrechnungen erstellt, auf Basis der Ist-Zahlen erfolgen für die operativen Gesellschaften jährliche Hochrechnungen und Forecast-Rechnungen. Den jeweiligen Ist-Zahlen werden die Planzahlen gegenübergestellt und in einer Abweichungsanalyse die Ursachen ermittelt. Sofern erforderlich, werden bei negativen Abweichungen entsprechende Maßnahmen initiiert.

Ergänzt werden die für das Gesamtjahr jeweils erstellten Forecast-Rechnungen durch detaillierte Liquiditäts- bzw. Cashflow-Rechnungen, die auch die Entwicklungen der Kreditinanspruchnahmen beinhalten.

Die GuV- und Bilanzplanungen der Rena Lange Holding GmbH (Konzern) haben einen zeitlichen Horizont bis zum Jahr 2017/2018 und beinhalten auch eine Cashflow-Planung. Die Planungen basieren auf der relevanten Marktentwicklung, der Weiterentwicklung der Marke „Rena Lange“ sowie der Akquisition „St. Emile“ und beziehen ebenfalls die Neueröffnung von Retail-Stores sowie den Ausbau des Lizenzgeschäfts ein.

Insgesamt sehen wir die Planungen des Konzerns in Bezug auf die Steigerung der Umsatzerlöse als realistisch an (die Umsatzplanungen für „St. Emile“ basieren auf den Ist-Umsätzen der Geschäftsjahre 2010/2011 und 2011/2012), hinsichtlich der deutlichen Ergebnissteigerungen ab dem Geschäftsjahr 2015/2016 erscheinen uns die Planansätze als sehr ambitioniert. Wir gehen zum Analysezeitpunkt von einwandfreien Zinszahlungen für die Anleihe aus.

Finanzen

Die wirtschaftliche Situation der RL-Gruppe ist durch die Saisonalität der jeweiligen Kollektionen geprägt, zumal lediglich zwei Kollektionen pro Jahr erstellt werden. Dies erfordert entsprechende Finanzierungsfazilitäten. Zum Analysezeitpunkt standen der RL-Gruppe für das operative Geschäft kurzfristige Kreditlinien i.H.v. insgesamt 3,89 Mio. EUR zur Verfügung.

Die Banklinien waren zum Analysezeitpunkt mit insgesamt 3,68 Mio. EUR in Anspruch genommen und somit zu rd. 95% ausgelastet. Für die Finanzierung des laufenden Geschäfts stehen somit aktuell knappe finanzielle Reserven zur Verfügung.

Des Weiteren nahm die Gesellschaft zwei Darlehen i.H.v. insgesamt 1,78 Mio. EUR für langfristige Finanzierungen sowie einen Terminkredit i.H.v. 0,5 Mio. EUR zum Analysezeitpunkt in Anspruch. Zusätzlich bestehen Darlehensverbindlichkeiten für die Teilfinanzierung des Kaufpreises der Rena Lange-Gruppe i.H.v. 3,35 Mio. EUR.

In den letzten Geschäftsjahren ist unter bilanzanalytischen Gesichtspunkten (Strukturbilanzen) konsolidiert eine solide Eigenkapitalausstattung mit Eigenkapitalquoten von durchgehend mehr als 34% zu konstatieren, per 30.04.2012 betrug die bilanzanalytische Eigenmittelquote im Konzern knapp 41% und lag damit über den entsprechenden Branchendurchschnittswerten. Per 30.04.2013 wurde kein mit den Vorjahren vergleichbarer Konzernjahresabschluss erstellt, da sich durch die Übernahme der RL-Gruppe im Jahr 2012 durch die Rudiger & Partner GmbH lediglich ein Rumpfgeschäftsjahr ergab. Im Zuge der geplanten Anleihebegebung über 10 Mio. EUR wird sich allerdings eine Ausweitung der Verschuldung zeigen und die Eigenkapitalquote zunächst wieder zurückgehen.

Der Erlös aus der Anleihebegebung soll mit 2,0 Mio. EUR die Akquisition von „St. Emile“ finanzieren, 2,0 Mio. EUR bis 2,5 Mio. EUR sollen für den Markteintritt in China verwendet werden, 2,0 Mio. EUR bis 3,5 Mio. EUR dienen dem weiteren Ausbau der Kernkompetenzen und der internationalen Präsenz von Rena Lange (u.a. Eröffnung weiterer Rene Lange Retail- und Outlet-Stores in Modemetropolen in Europa und den USA, Modernisierung der Luxuskollektion, Auf- und Ausbau der Accessoires Bereiche durch die eigene Organisationsstruktur oder durch Lizenznehmer, Verstärkung der Marketingausgaben für die Marke Rena Lane). Der verbleibende Restbetrag von mindestens 2,0 Mio. EUR soll nach Abzug der Emissionskosten die Barreserven stärken.

Auch wenn die Anleihebegebung nach dem derzeitigen Informationsstand eine deutliche Ausweitung der Verschuldung nach sich zieht und damit die Anforderungen an den Kapitaldienst steigen, dürfte nach den uns vorgelegten und erläuterten Planungen für die kommenden Geschäftsjahre die Bedienung der künftigen Zins- und Tilgungsleistungen bei planmäßiger Unternehmensentwicklung tragbar sein.

Die Rückzahlung der Anleihe soll nach dem derzeitigen Stand aus dem operativen Cashflow oder aus noch zu bestimmenden Finanzierungsquellen erbracht werden.

Risiken

Das Risikomanagement der Rena Lange Holding GmbH (Konzern) ist der Größe des Unternehmens angemessen und bereits gut ausgebaut. Für die Identifizierung, Bewertung und Steuerung von Risiken stehen dem Unternehmen geeignete Instrumente zur Verfügung.

Im Rahmen von regelmäßigen Managementmeetings und einer permanenten Überwachung der jährlichen und unterjährigen Zielerreichungsgrade erfolgt eine zeitnahe Risikosteuerung.

Risiken, die sich aus dem Marktumfeld und aus der Wettbewerbssituation ergeben, werden ebenfalls regelmäßig beobachtet. Bei Bedarf leitet das Management zeitnah entsprechende Maßnahmen ein. Allerdings sehen wir für die RL-Gruppe durchaus Risiken, sofern der Luxusmodemarkt insgesamt in Zukunft einer nachlassenden Nachfrage unterliegt.

Weitere Risiken liegen nach unserer Ansicht in den künftigen Anforderungen an den Kapitaldienst, der durch eine entsprechende Ertragskraft des RL-Konzerns erbracht werden muss. Dies auch vor dem Hintergrund, da ein Teil des Anleiheerlöses zwar in das weitere Wachstum investiert werden soll, es sich dabei allerdings nicht nur um investive Maßnahmen in materielle Vermögenswerte handelt, sondern auch um Investitionen in erfolgswirksamen Aufwand (u.a. Marketingmaßnahmen, Entwicklung neuer Kollektionen, Marterschließungsmaßnahmen, etc). Auch sind die künftigen Einnahmen aus Lizenzverträgen mit einem Unsicherheitsfaktor behaftet.

Ebenfalls ist mit der Begebung der Anleihe zunächst eine deutliche Ausweitung der Verschuldung zu konstatieren.

Hinzu kommt, dass die Josef Reis GmbH & Co. KG als bisherige Trägerin der Marke „St. Emile“ in den Geschäftsjahren 2010/2011 und 2011/2012 nach den uns vorliegenden Jahresabschlusszahlen deutlich negative Ergebnisse der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit hinnehmen musste. Vor diesem Hintergrund bleibt die Realisierung der positiven Planergebnisbeiträge der neuen Tochtergesellschaft „St. Emile“ unter der Federführung der RL-Gruppe noch abzuwarten.

Ein wesentliches finanzielles Risiko ergibt sich, sofern die Anleiheplatzierung nicht in dem für die vorgesehenen Finanzierungen erforderlichen Maße erfolgen sollte (es ist ein Mindestplatzierungsvolumen i.H.v. 4 Mio. EUR fixiert). Sollte dieses Mindestvolumen nicht erreicht werden können und damit die Anleihebegebung nicht umgesetzt werden, wäre die Finanzierung der Akquisition „St. Emile“ aus dem Anleiheerlös nicht möglich. Aufgrund der allerdings bestehenden Verpflichtung zur Zahlung des vereinbarten Kaufpreises bei Vorliegen der Zahlungsvoraussetzungen wäre eine alternative Finanzierung erforderlich, die zum Analysezeitpunkt nicht absehbar ist. Vor diesem Hintergrund wäre zum einen eine Überprüfung des Ratingergebnisses erforderlich, wenn die Anleiheplatzierung nicht umgesetzt würde. Sollte in diesem Falle eine alternative Finanzierung zur Sicherstellung der Erfüllung der Zahlungsverpflichtung für die Akquisition nicht nachgewiesen werden können, würde sich dies im Rahmen des laufenden Monitorings auf das Ratingergebnis auswirken.

Eine Überprüfung des Ratingergebnisses wäre ebenfalls notwendig, sofern das platzierte Anleihevolumen 10 Mio. EUR übersteigen sollte, da sich dies auf den Kapitaldienst auswirken würde.

Nennenswerte Rechtstreitigkeiten, die die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der RL-Gruppe nachhaltig beeinträchtigen können, waren zum Analysezeitpunkt nicht anhängig.

Aktuelle Entwicklung

Die folgende Tabelle zeigt die Geschäftsentwicklung der Rena Lange Holding GmbH (Konzern) - vormals D.G. GmbH - für die letzten drei Geschäftsjahre anhand ausgewählter Kennwerte der strukturierten Gewinn- und Verlustrechnung:

Rena Lange Holding GmbH (Konzern) – vormals D.G. GmbH - Mio. EUR	Ist 2010/2011	Ist 2011/2012	Ist ¹ 2012/2013
Umsatzerlöse	26,31	24,25	24,60
Rohertrag	18,25 (69,37%)	17,23 (71,05%)	17,79 (72,32%)
EBT	0,85 (3,23%)	1,77 (7,30%)	0,84 (3,41%)

Hinsichtlich der Beurteilung des Ergebnisses (EBT) im Geschäftsjahr 2011/2012 ist zu berücksichtigen, dass hierin rd. 1 Mio. EUR außerordentliche Erträge aus der Auflösung von Pensionsrückstellungen enthalten sind. Bereinigt um diesen Betrag ergibt sich ein (mit dem Vorjahr und dem Folgejahr) besser vergleichbares Ergebnis (EBT) i.H.v. 0,77 Mio. EUR (3,18%). Die EBT-Marge konnte gegenüber den Vorjahren leicht gesteigert werden.

Im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres 2013/2014 (1. Mai 2013 bis 31. Juli 2013) konnte die RL-Gruppe ein konsolidiertes EBT i.H.v. 279 TEUR erwirtschaften und lag damit zwar über den Planzahlen, jedoch unter den uns vorgelegten, entsprechenden Vorjahreswerten.

Für die Geschäftsjahre 2013/2014 bis 2017/2018 rechnet die RL-Gruppe mit einem kontinuierlichen Umsatz- und Ertragswachstum.

Vor dem Hintergrund der uns erläuterten Planprämissen halten wir die angestrebten Umsatzwachstumsziele für erreichbar, die geplante, deutliche Steigerung EBT-Margen (bis zum Geschäftsjahr 2017/2018 auf 13,6%) erscheinen uns jedoch zu ambitioniert. Die aus den Plan-GuV'en budgetierten Cashflows sollten - auch bei angemessenen, unter Plan liegenden EBT - aus heutiger Sicht die fristgerechte Bedienung der Anleihezinsen sowie des weiteren Fremdkapitals gewährleisten können.

¹ Gemäß der uns vorgelegten, wirtschaftlichen Ergebnisermittlung (siehe auch „**Zusammenfassung**“)

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

Rena Lange Holding GmbH
Kastellstraße 46
A-7551 Stegersbach

Telefon +43 3326 / 52401-0
Telefax +43 3326 / 52401-49

E Mail info@renalange.com
www.renalange.com

Geschäftsführung: Dr. Siegmund Rudigier
Firmenbuch-Nr. FN 387258 y Eisenstadt (Österreich)