Docusign Envelope ID: 1A255E7C-0AB5-4CAE-BAE8-50FA4DED3C21

Ralph Lauren Austria GmbH

Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1.4.2023 bis 31.3.2024

A. Bericht über den Geschäftsverlauf und die wirtschaftliche Lage

1.1 Geschäftsverlauf im Berichtsjahr

Die Weltwirtschaft verspürte die negativen Auswirkungen der herrschenden Militärkonflikte in verschiedenen Teilen der Welt, vor allem des Russland-Ukraine-Krieges und des Krieges zwischen Israel und der Hamas, der weiteren jüngsten Konflikte im Nahen Osten sowie der militanten Angriffe auf Frachtschiffe im Roten Meer. Obwohl unsere freiwillige Entscheidung, die Geschäftstätigkeit in Russland einzustellen, sich nicht wesentlich auf unseren Konzernabschluss ausgewirkt hat und auch unsere laufenden Geschäfte in Israel nicht wesentlich sind, ist unser Unternehmen von den breiteren makroökonomischen Auswirkungen infolge dieser und anderer militärischer Konflikte betroffen, insbesondere auch vom Inflationsdruck, von ungünstigen Fremdwährungskursen, höheren Energiepreisen, Lebensmittelknappheit und von der Volatilität der Finanzmärkte, die sich nachteilig auf die Stimmung und das Vertrauen der Verbraucher ausgewirkt haben, was auch in Zukunft möglicherweise der Fall sein wird.

Wir haben weltweit verschiedene Strategien umgesetzt, die dabei helfen sollen, uns vielen dieser aktuellen Herausforderungen zu stellen und den Aufbau einer Basis für langfristiges rentables Wachstum fortzuführen, wobei wir uns auf die Stärkung der verbraucherorientierten Bereiche wie Produktsortiment, Verkaufslokale und Marketing über verschiedene Kanäle sowie auf das Vorantreiben eines effizienteren Betriebsmodells konzentrieren. Unsere Strategie zur Abschwächung des Inflationsdrucks umfasst zahlreiche Ansatzpunkte, unter anderem durch unser Engagement zur Steigerung der durchschnittlichen Absatzzahlen im Einzelhandel, das wirksame Nutzen unserer diversifizierten Lieferkette sowie starke Lieferantenbeziehungen, die Verbesserung unserer Nachhaltigkeitsbemühungen bei den Produkten sowie der internen Qualitätskontrolle, damit Zeitaufwand und Kosten des Herstellungsprozesses verringert werden können. Weiters nehmen wir Ware früher entgegen und setzen schnellere Transportmittel strategisch ein, wenn dies zur maximalen Ausnutzung von Vollpreis-Absatzfenstern notwendig ist. Während wir agil bleiben und das zunehmend von Preisdruck geprägte Wettbewerbsumfeld im Auge behalten, planen wir, unsere breiter angelegte langfristige Strategie der verbesserten Markenwahrnehmung weiter voranzutreiben, unter anderem mit verschiedenen Hebeln zur kontinuierlichen Steigerung der durchschnittlichen Absatzzahlen im Einzelhandel und des Markenwerts.

Wir werden diese Bedingungen und Trends weiterhin beobachten und unsere betrieblichen Strategien und Möglichkeiten zum Fremdwährungsmanagement und zur Kostensteuerung evaluieren und anpassen, um so die damit verbundenen Auswirkungen auf unsere Betriebsergebnisse abzuschwächen, wobei wir unser Hauptaugenmerk nach wie vor auf das langfristige Wachstum unseres Unternehmens sowie auf den Schutz und die Steigerung des Werts unserer Marke legen.

Docusign Envelope ID: 1A255E7C-0AB5-4CAE-BAE8-50FA4DED3C21

1.2 Hauptrisiken und -ungewissheiten

Sofern in diesem Abschnitt nicht anders angegeben, sind diese Risiken unter Punkt 1A Risikofaktoren im Konzernbericht der Ralph Lauren Corporation und im Formular 10-K für das Geschäftsjahr, das am 1.4.2024 endete, näher erläutert, welche bei der United States of America Securities and Exchange Commission (SEC) [US-Wertpapier- und Börsenaufsichtsbehörde] hinterlegt sind.

Aufgrund des am 31.3.2019 in Kraft getretenen Vertriebsvertrags trägt die Gesellschaft nur eine geringe bis gar keine Verantwortung für das strategische Marketing. Infolgedessen trägt sie auch keine der damit verbundenen Risiken. Die Gesellschaft hat ihre Finanzkraft in der Periode bis Ende März 2024 unter Berücksichtigung ihrer Funktion als Vertriebsgesellschaft mit beschränktem Risiko analysiert und ist zu dem Schluss gekommen, dass sie aus Eigenmitteln der Gesellschaft bzw. Kapitalaufnahmen bei verbundenen Unternehmen über ausreichend Liquidität verfügt. Darüber hinaus muss die Gesellschaft für den Fall, dass sie einen zusätzlichen Bedarf an Mitteln feststellt, im Rahmen der jährlichen Überprüfung des Eigenkapitals zusätzliche Kapitaleinlagen seitens ihres Gesellschafters bzw. ihrer Gesellschafter vorschlagen. Somit besteht hier kein Risiko, da die Gesellschaft hinreichend in der Lage ist, ihren Verpflichtungen gegenüber ihren Partnern und Mitarbeitern nachzukommen.

Die Konzernrisiken sind im Konzernbericht und im Konzernabschluss erläutert, welche nicht Teil dieses Berichts sind.

Kreditrisiko

Da es sich bei der Gesellschaft um eine Vertriebsgesellschaft mit beschränktem Risiko handelt, trägt sie ein begrenztes Kreditrisiko im Zusammenhang mit ihren Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Fremdkunden, unter anderem in Bezug auf Retouren, Abschläge, uneinbringliche Forderungen und sonstige mit diesen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen verbundene Risiken.

Liquiditätsrisiko

Die Gesellschaft verfügt über Nettovermögen, das dem Ausmaß ihrer Geschäftstätigkeit entspricht, wobei ausreichende Mittel für den laufenden Geschäftsbetrieb und zukünftige Entwicklungen vorhanden sind.

Zinsänderungsrisiko

Die Gesellschaft ist keinem Zinsänderungsrisiko ausgesetzt, da ihre Salden keinen marktüblichen Zinssätzen unterliegen.

Compliance- und Kontrollrisiko

Als Tochter eines multinationalen US-Konzerns bemüht sich die Gesellschaft mit allen Kräften, diese Risiken mithilfe eines wirksamen internen Kontrollsystems und durch Einhalten der Vorschriften des Sarbanes-Oxley Act aus 2002 zu managen.

1.3 Finanzkennzahlen

Die wichtigste Leistungskennzahl der Gesellschaft ist das Umsatzwachstum im Einzelhandel in Osteuropa. Der Umsatz ist von EUR 30.785.084,85 im Geschäftsjahr 2023/2022 um 11 % auf EUR 34.157.305,65 im Geschäftsjahr 2024/2023 deutlich gestiegen. Dies steht im Einklang mit den höheren Umsatzkosten und wird durch die Erhöhung der Durchschnittspreise im Einzelhandel gemäß der Wachstumsstrategie der Gesellschaft angetrieben. Im Geschäftsjahr 2024/2023 konnte die Gesellschaft auch ihren Gewinn nach Steuern steigern, und zwar um 21 % von EUR 812.673,29 auf EUR 985.516,52.

Docusign Envelope ID: 1A255E7C-0AB5-4CAE-BAE8-50FA4DED3C21

2. Prognosebericht

Ralph Lauren zielt auf die Optimierung der wichtigsten strategischen Initiativen zur langfristigen Weiterentwicklung des weltweiten Markenbewusstseins und zur laufenden Verbesserung der Produktqualität und der Vertriebskanäle ab.

Die Marke Ralph Lauren ist auch im Sportbereich tätig, wobei insbesondere die Markenpräsenz durch die Zusammenarbeit mit international hoch angesehenen Veranstaltungen wie den Olympischen und den Paralympischen Spielen sowie den U.S. Open und Wimbledon auch in anderen Bereichen gefestigt wird.

Die Gesellschaft hat ihre Marketinginvestitionen mit Hauptaugenmerk auf die Förderung der Neukundenakquise, digital verstärkte Markenkampagnen und die Wiederaufnahme von In-Store-Marketingprogrammen forciert, nachdem die Märkte weltweit wieder öffnen. Während die Gesellschaft agil bleibt und das zunehmend von Preisdruck geprägte Wettbewerbsumfeld im Auge behält, planen wir, unsere breiter angelegte langfristige Strategie der verbesserten Markenwahrnehmung weiter voranzutreiben, unter anderem mit verschiedenen Hebeln zur weiteren Steigerung der durchschnittlichen Absatzzahlen im Einzelhandel und des Markenwerts. Die Gesellschaft setzt laufend bewusste Maßnahmen im Sinne einer einheitlichen Verkaufsförderung in den verschiedenen Kanälen und zur Verbesserung des Marken- und des Einkaufserlebnisses insgesamt, insbesondere auch durch eine besser bedarfsorientierte Abstimmung der Lieferungen und Lagerbestände.

Der Umsatz mit Kleidung, Accessoires, Parfums, Schmuck und ähnlichen Produkten hängt von verschiedenen Faktoren ab. Das Wettbewerbsumfeld der Marke Ralph Lauren unterliegt ständigen Trends und dem allgemeinen Zeitgeist. Die Nachfrage nach solchen Konsum- und Luxusgütern hängt zum Großteil vom verfügbaren Einkommen ab, welches wiederum von der allgemeinen Situation am Arbeitsmarkt beeinflusst wird.

Das Konsumverhalten wird von den üblichen wirtschaftlichen Kennzahlen wie Beschäftigungsquoten, Zinsen, Liquidität und Lebenshaltungskosten sowie von der Entwicklung und Prognose für künftige Perioden beeinflusst. Darüber hinaus hängt der Erfolg der Gesellschaft von verschiedenen Trends und davon ab, ob man in der Lage ist, rasch auf neue Konsumtrends zu reagieren. Eine Herausforderung liegt dabei in der Einführung neuer Produkte, mit denen sowohl bestehende Kunden zufriedengestellt als auch neue Kunden gewonnen werden können.

Der Preiskampf innerhalb der Bekleidungsindustrie sollte nicht unerwähnt bleiben. Um diese Herausforderung meistern und die Marktposition der Gesellschaft absichern zu können, ist ein adäquates Management der Lagerbestände und Betriebskosten erforderlich.

Zusätzlich zu den herkömmlichen Absatz- und Werbeoptionen werden digitale Verkaufs- und Marketingmöglichkeiten verwendet. Dadurch zeigt sich, dass Verbraucherentscheidungen im örtlichen Handel von den digital zur Verfügung stehenden Informationen beeinflusst werden. Insbesondere die jüngeren Verbraucherzielgruppen nutzen Social Media und Netze, um ihre Kaufentscheidungen zu treffen und zu kommunizieren. Dies lässt die zunehmende Bedeutung der digitalen Präsenz von Ralph Lauren und die damit verbundenen Wachstumsmöglichkeiten erkennen.

Mit der stetigen Markenpräsenz bereichert Ralph Lauren den österreichischen Markt. Für das Geschäftsjahr 2025 wird daher ein Umsatz von EUR 38,3 Mio. erwartet, welcher 12 % über dem Vorjahreswert liegen wird, wobei in Teilen Osteuropas von einer verstärkten Wahrnehmung der Marke ausgegangen werden kann.

3. Forschung und Entwicklung

Die Gesellschaft selbst übt keine Forschungs- und Entwicklungstätigkeit aus.

Docusign Envelope ID: 1A255E7C-0AB5-4CAE-BAE8-50FA4DED3C21

4. Bericht über die wichtigsten Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess

Entscheidungsfindung und Corporate Governance

Die Geschäftsführung der Gesellschaft hat bei der Entscheidungsfindung klare Vorgaben zu beachten. Dies gilt auch für grundlegende Entscheidungen, d.h. strategisch und kaufmännisch wesentliche Entscheidungen mit Auswirkungen auf die wichtigsten Stakeholder der Gesellschaft. Die Verantwortung für die Entscheidungsfindung bei bestimmten Entscheidungen, insbesondere auch bei grundlegenden Entscheidungen, ist der Geschäftsführung der Ralph Lauren Austria GmbH übertragen, es sei denn Entscheidungen können von Gesetzes wegen nicht delegiert werden. Die Geschäftsführung bestätigt alle in ihrem Namen getroffenen Entscheidungen.

Schulung der Geschäftsführung

Das Team Legal & Compliance des Konzerns berät, leitet und unterstützt die Geschäftsführung und arbeitet eng mit ihr zusammen, damit unsere Mitarbeiter entsprechend geschult werden. Mitarbeiter und Geschäftsführer des Konzerns, darunter auch die Geschäftsführer der Gesellschaft, erhalten regelmäßig Schulungen im Hinblick auf den Verhaltenskodex. Die Schulungsmaßnahmen ermöglichen es den Geschäftsführern, sich bei betrieblichen Entscheidungen nach den höchsten ethischen, moralischen und rechtlichen Normen zu richten und die zentralen ethischen Werte des Konzerns, also Integrität, Redlichkeit und Beachtung der Rechtsvorschriften, im Rahmen ihrer täglichen Aufgaben in die Praxis umzusetzen.

Einbeziehung von Stakeholdern

Als Teil des Konzerns hat die Geschäftsführung zu berücksichtigen, wie sich Entscheidungen im Namen der Gesellschaft sowohl auf den Anteilseigner als auch auf andere Konzerngesellschaften auswirken, wenn sie den Erfolg der Gesellschaft und Wertschöpfung für den Anteilseigner und letztlich die Ralph Lauren Austria GmbH sicherstellen will. Die Finanzgeschäfte des Konzerns werden von einer zentralen Stelle koordiniert, die die Finanzrisiken des Konzerns steuert und die Finanzmittel für den Konzern sichert.

Wesentliche Entscheidungen

Die Geschäftsführer verfügen über die Erfahrung und die Kenntnisse, die nötig sind, um die Auswirkungen ihrer Entscheidungen auf die Stakeholder der Gesellschaft und gegebenenfalls die wahrscheinlichen langfristigen Folgen der Entscheidungen erkennen zu können.

Wien, am 3.9.2024

Unterschrift der Geschäftsführer

Signed by:
Cara Turilli
F2CA07A2928D4BB...
Cara Allen Turilli eh
seit 1.11.2023

DocuSigned by:
ADB84DF2C08A48E...
Daniel Hausen eh
seit 31.05.2022

DocuSigned by:
Carmel Pedatella
84C95EB42EFD43D...
Carmel Ann Pedatella eh
seit 20.11.2018