

### Goldrooster AG

Im Company – Talk: Ashley Soh, CFO und Vorstandsmitglied Goldrooster AG  
„Durch die Eröffnung eigener Shops erwarten wir einen neuen Wachstumsschub“

Datum: 10. Mai 2012

#### Aktiendaten:

**Branche:** Retail  
**Marktsegment:** Entry Standard  
**ISIN:** DE000A0AYYU6  
**WKN:** A0AYYU  
**Erstnotiz:** 18. Mai 2012  
geplant  
**Zeichnungsfrist:** 2. Mai bis 15.  
Mai 2012 geplant  
**Angebotspreis:** EUR 4,0



#### Coverage :

IPO Report VEM Aktienbank AG  
(Emissionsbank und Konsortialführer  
beim IPO der Goldrooster AG)

27. April 2012:

Recommendation: BUY

Fair Value: EUR 5,2

#### Finanzkalender:

Geschäftsbericht 2011/2012  
(zum Ende April 2012):  
Bis Ende Juni 2012

Bericht zum Rumpfgeschäftsjahr 2012  
(Mai bis Ende Dezember 2012):  
Termin wird noch bekannt gegeben

#### mainvestor Company - Talk

Tel.: +49 69-90550555

Ein Produkt der Mainvestor GmbH  
Eschersheimer Landstraße 42-44  
60322 Frankfurt am Main

[kontakt@mainvestor.de](mailto:kontakt@mainvestor.de)

V.i.S.d.P. Bernhard Wnendt

Bitte beachten Sie unseren Disclaimer!

## Highlights

- „Innovative Sport-Modemarke in China mit 30 exklusiven regionalen Distributoren, mehr als 1.300 Retail Outlets in mehr als 170 Städten“
- „Wir wachsen bereits seit Jahren sehr erfolgreich und profitabel“
- „Durch die beim Börsengang zufließenden Mittel soll das Wachstum noch schneller vorangetrieben werden“

Jahr	Umsatz in Mio. €	EBT in Mio. €	Jahresüberschuss in Mio. €
2010	80,10	17,55	13,15
2011	104,04	22,86	17,02
2012*	128,83*	24,2*	18,17*
2013*	162,96*	27,9*	21,18*

\*Zahlen 2010 und 2011 der Goldrooster-Gruppe, Zeitraum  
2012/2013 Analystenschätzungen der VEM Aktienbank, April 2012

### Goldrooster AG

#### **Hintergrund**

*Die Goldrooster AG (ISIN DE000A0AYYU6) ist die deutsche Holding der Goldrooster-Gruppe, eines Anbieters einer innovativen Sport-Modemarke mit Fokus auf Bekleidung, Schuhe und Accessoires in China. Mit dem Anspruch, qualitativ hochwertige Produkte zu attraktiven Preisen anzubieten, adressiert das Unternehmen Chinas aufstrebende und junge Mittelschicht im Alter zwischen 18 und 35 Jahren. Die Erstnotiz der Aktien der Goldrooster AG im Entry Standard der Frankfurter Wertpapierbörse ist für den 18. Mai 2012 geplant. Voraussichtlich bis noch zum 15. Mai läuft die Zeichnungsfrist, während der die Aktien zu einem Festpreis von 4,00 Euro über nahezu alle führenden Direktbanken gezeichnet werden können.*

**mainvestor Company Talk sprach mit Ashley Soh, CFO und Mitglied des Vorstands der Goldrooster AG.**

**mainvestor: Goldrooster geht an die Börse – wie läuft die Zeichnungsfrist bisher?**

**Ashley Soh:** Wir erhalten überwiegend sehr positives Feedback und sind sehr zufrieden damit. Die Marktsituation ist natürlich nicht ganz einfach. Wir wollen die positive Resonanz nun nach Möglichkeit in Zeichnungen umwandeln. Wir sind als eines der ersten IPOs in 2012 in Frankfurt sozusagen Eisbrecher und wollen dazu beitragen, den Markt zu öffnen. Und wir glauben, dazu eine gute Wachstumsstory und ein attraktives Pricing anbieten zu können.

**mainvestor: Sie waren gerade auf einer wichtigen Kapitalmarktkonferenz in Frankfurt – die Entry & General Standard Konferenz – wie zufrieden sind Sie mit der Resonanz?**

**Ashley Soh:** Das ist richtig. Wir haben auf der größten deutschen Konferenz für Aktien im Entry Standard präsentiert. Diese wurde von der Deutschen Börse durchgeführt. Wir waren unserer Ansicht nach einer der am besten besuchten Präsentationen. Auch das zeigt uns, dass wir uns mit der Notiz in Deutschland richtig entschieden haben.

**mainvestor: Sie planen momentan die Erstnotiz in Deutschland für den 18. Mai 2012. Die Zeichnungsfrist der Aktien der Goldrooster AG läuft bereits seit dem 2. Mai und ist bis zum 15. Mai vorgesehen. Warum haben Sie sich zu diesem Schritt entschlossen?**

**Ashley Soh:** Die Goldrooster-Gruppe wächst bereits seit Jahren sehr erfolgreich und profitabel. Wir wollen mit den durch den Börsengang zufließenden Mitteln die sich bietenden Marktopportunitäten nutzen und das Wachstum noch schneller vorantreiben. Insbesondere die Eröffnung eigener Shops wird nach unserer Erwartung für einen neuen Wachstumsschub sorgen.

**mainvestor: Wie viel Geld wollen Sie durch den Börsengang einsammeln und wie wichtig sind diese Mittel für Ihr weiteres Wachstum?**

**Ashley Soh:** Durch den Börsengang wollen wir bis zu 20 Millionen Euro generieren, rein aus Kapitalerhöhung. Das Geld fließt entsprechend vollständig dem Unternehmen zu. Hinzu kommt eventuell ein Greenshoe von bis zu 3 Millionen Euro. Mit dem uns insgesamt zufließenden Geld und unseren schon vorhandenen Mitteln sind wir sehr solide aufgestellt und können das weitere Wachstum wie geplant forcieren. Auch ohne die Mittel aus dem Börsengang verfügen wir über eine gute Cash-Position, die sich bei der Goldrooster-Gruppe zum Ende 2011 auf knapp 30 Millionen Euro belief. Durch den Börsengang können wir die Expansion etwas schneller vornehmen.

**mainvestor: Warum aber haben Sie sich für die Frankfurter Wertpapierbörse entschieden und warum für den Entry Standard?**

**Ashley Soh:** Die Reputation durch die Börsennotiz hilft uns bei unserer Expansionsstrategie. IPOs sind für Mittelständler in China schwierig, deshalb haben wir uns für einen der renommiertesten Kapitalmärkte der Welt außerhalb Chinas entschieden. Denn hier ist großes Verständnis für solide Wachstumsstories vorhanden. Gleichzeitig müssen wir natürlich Vertrauen aufbauen. Der Entry Standard ist unter dem Kosten-Nutzen-Aspekt bei unserer Unternehmensgröße interessant.

**mainvestor: Die Furcht einiger Investoren besteht darin, dass ausländische Unternehmen nach dem Börsengang wenig transparent und zeitnah kommunizieren. Wie sieht das bei Goldrooster aus?**

**Ashley Soh:** Diese Vorbehalte kennen wir natürlich. Bei Goldrooster sind sie unbegründet. Wir werden regelmäßig berichten und offen kommunizieren. Wir sind mit den Anforderungen des deutschen Kapitalmarktes vertraut und haben demgemäß Vereinbarungen mit Kapitalmarktpartnern vor Ort getroffen, um eine optimale Kommunikation auch nach dem Börsengang gewährleisten zu können.

**mainvestor: Wer ist Goldrooster und worauf haben Sie sich spezialisiert?**

**Ashley Soh:** Die Goldrooster-Gruppe betreibt in China eine innovative Sport-Modemarke für die aufstrebende und junge Mittelschicht. Wir haben uns insbesondere auf sportliche und trendige Bekleidung, Schuhe, aber auch Accessoires spezialisiert. Unsere Marke steht für Individualität, Vertrauen und Fortschritt.

**mainvestor: Wen genau sprechen Sie mit Ihren Produkten an?**

**Ashley Soh:** Wir haben den Anspruch, qualitativ hochwertige Produkte zu attraktiven Preisen anzubieten und adressieren damit die junge Mittelschicht im Alter von 18 bis 35 Jahren in China.

**mainvestor: Was ist Ihr Hauptprodukt und wie sieht Ihr geografischer Fokus aus?**

**Ashley Soh:** Bekleidung ist der Bereich, der gemessen am Gesamtumsatz den größten Anteil ausmacht. In 2011 entfielen 74,1 Prozent des Gesamtumsatzes auf dieses Segment. Schuhe kamen auf einen Anteil von 21,2 Prozent und Accessoires auf 4,7 Prozent. Wir sind momentan

# mainvestor

## Company Talk

in China in 18 chinesischen Provinzen aktiv in über 170 Städten, wobei unser Fokus auf Millionenstädte der zweiten Reihe und darunter liegt.

**mainvestor: Bieten Großstädte wie Shanghai nicht größeres Potenzial?**

**Ashley Soh:** In den Millionenstädten der zweiten, dritten und vierten Reihe ist nach unserer Einschätzung der Wettbewerb deutlich niedriger und die Wachstumsaussichten gleichzeitig viel höher.

**mainvestor: Wie verkaufen Sie Ihre Produkte? Arbeiten Sie nur mit einzelnen Distributoren zusammen?**

**Ashley Soh:** Wir haben in den vergangenen Jahren ein breites Netzwerk aufgebaut mit mittlerweile 30 exklusiven regionalen Distributoren, die unsere Goldrooster-Produkte in über 1.300 Retail Outlets verkaufen. Das macht uns weniger abhängig von einzelnen Partnern. Diese Verkaufsstellen werden von den externen Distributionspartnern geführt. Wir wollen aber auch eigene Shops eröffnen und damit die Rentabilität deutlich erhöhen. Auch glauben wir, so noch besser und schneller auf Kundenbedürfnisse und Trends reagieren zu können.

**mainvestor: Wie sehen Ihre Planungen bei der Einführung eigener Shops genau aus?**

**Ashley Soh:** Bis Ende 2013 wollen wir das Netzwerk auf 1.900 Verkaufsstellen erweitert haben. Es ist unser Ziel, bis Ende 2013 etwa 150 eigene Läden zu etablieren.

**mainvestor: Sie sprechen vom profitablen Wachstum. Wie sah das Wachstum aus?**

**Ashley Soh:** Durch das konstante Streben nach einzigartigen Modedesigns und einer klar definierten Marke und Marktposition hat die Goldrooster-Gruppe seit ihrer Gründung im Jahr 2005 ein rasantes und signifikantes Wachstum erreicht. Dies zeigt, dass wir mit unserer Geschäftsstrategie richtig liegen. Das dynamische Wachstum haben wir sowohl beim Umsatz als auch beim Gewinn erreicht und wollen diesen Trend natürlich auch fortsetzen. Wir erzielten in 2011 in der Gruppe einen Umsatz von rund 104 Millionen Euro. Dies waren ca. 30 Prozent mehr als in 2010 und dies bei einer Nettomarge von 16,4 Prozent in 2011.

**mainvestor: Verfügen Sie denn über ausreichend Kapazitäten, um neue Trends in der Mode aufzuspüren und bei Ihrer Kollektion umzusetzen?**

**Ashley Soh:** Insgesamt haben wir rund 700 Mitarbeiter, davon arbeiten allein über 100 in unserem inhouse angesiedelten Design- und Entwicklungsteam. Wir werten ständig Verkaufsdaten aus und sind auf wichtigen Fashion Shows und Fachmessen in China vertreten. In 2011 wurden insgesamt 566 neue Designs entworfen. 80 Prozent davon kam in die Produktion. Für 2012 planen wir sogar 625 neue Designs. Unsere Verkaufszahlen und die hohen Wachstumsraten zeigen unserer Ansicht nach, dass wir den Trend gut einschätzen können.

**Mainvestor: Zusammenfassend, was macht Sie für Investoren Ihrer Ansicht nach interessant?**

## Company Talk

**Ashley Soh:** Die Goldrooster-Gruppe ist eine profitable Unternehmensgruppe mit einer klaren Positionierung am Markt. Wir können ein etabliertes und erfolgreiches Geschäftsmodell mit einem breit gefächerten Vertriebsnetz in China vorweisen und wollen das Wachstum und die Margen durch die Eröffnung eigener Shops noch beschleunigen. Positiv wirken sich dabei nach unserer Ansicht auch das erfahrene und gut vernetzte Management-Team und ein starkes inhouse Design-Team aus. Wir sind vom Potenzial des Unternehmens überzeugt und wollen dies sowohl Privatanlegern als auch institutionelle Investoren vermitteln.

**mainvestor:** Wir danken Ihnen für das Gespräch, *Herr Ashley Soh*.

*Dieses Dokument stellt weder ein Angebot noch eine Einladung zur Zeichnung oder zum Kauf eines Wertpapiers dar, noch bilden dieses Dokument oder darin enthaltene Informationen eine Grundlage für eine vertragliche oder anderweitige Verpflichtung irgendeiner Art. Vor einer Wertpapierdisposition wenden Sie sich bitte an Ihren Bankberater oder Vermögensverwalter. Die in diesem Interview geäußerten Meinungen und Aussagen geben nicht die Meinung der mainvestor GmbH wieder. Die mainvestor GmbH unterhält Geschäftsbeziehungen mit dem Unternehmen.*