



AHLERS AG

QUARTALSMITTEILUNG Q3 2016/17

(1. Dezember 2016 bis 31. August 2017)

ENTWICKLUNG IN DEN ERSTEN NEUN MONATEN DES GESCHÄFTSJAHRES 2016/17

Q3 2016/17 - Highlights

- Fortgeführte Aktivitäten trotz rückläufigem Gesamtmarkt und Umsatzverlagerungen stabil, Umsatzrückgang durch beendete Aktivitäten
- Umsatzminus im dritten Quartal durch Verlagerung von Fest- zu Konsignationsgeschäft und spätere Auslieferung der Herbst-/Winter-Ware
- Umsatzbedingt gesunkene Ergebnisse vor und nach Steuern
- Solide Finanzsituation mit 54 Prozent Eigenkapitalquote
- Umsatz- und Ergebniserwartung für das Gesamtjahr 2016/17 bestätigt

Dr. Stella A. Ahlers, Vorstandsvorsitzende der Ahlers AG:

„Der stationäre deutsche Bekleidungseinzelhandel sieht sich seit einigen Jahren mit Frequenzrückgängen und geändertem Kaufverhalten konfrontiert. Wir haben uns in diesem schwierigen Umfeld auf die sich ändernden Anforderungen des Handels eingestellt, arbeiten eng mit den Einzelhandelskunden zusammen und wachsen mit unseren Marken Pierre Cardin, Pioneer und Baldessarini. Im eCommerce nehmen wir nach dem Neudesign unserer Online Shops von Baldessarini und Pierre Cardin und dem Wechsel des Dienstleisters im vorigen Jahr wieder Wachstumstempo auf. Beide Trends, das Wachstum im Wholesale und eCommerce, bestätigen unsere Strategie, auf diese Absatzkanäle zu setzen. Auch intern rücken wir enger zusammen und haben den Umzug von Baldessarini nach Herford weitestgehend abgeschlossen.“

1. ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Fortgeführte Aktivitäten in rückläufigem Markt mit positivem Trend

Der Umsatz des stationären Bekleidungseinzelhandels in Deutschland ging im Berichtszeitraum von Dezember 2016 bis August 2017 mit 3,0 Prozent spürbar zurück (Vorjahr -1,7 Prozent, Quelle Textilwirtschaft 36_2017). Der Umsatz von Ahlers im fortgeführten Geschäft war dagegen im gleichen Zeitraum mit 179,4 Mio. EUR (Vorjahr 179,4 Mio. EUR) stabil. Bereinigt um die Einflüsse späterer Auslieferung und des zunehmenden Konsignationsgeschäfts wäre das fortgeführte Geschäft dem Trend des ersten Halbjahrs folgend weiter gewachsen und hätte sich damit noch weiter vom Markttrend abgehoben. Vor allem Pioneer Authentic Jeans sowie die Premiummarken Baldessarini und Pierre Cardin trugen zu der robusten Umsatzentwicklung bei.

Beendete Geschäftsaktivitäten reduzieren den Konzernumsatz

Im Vorjahr wurde das Geschäft mit Gin Tonic und dem letzten Private Label Kunden beendet. Das führte in der Berichtsperiode zu einem geplanten Umsatzrückgang von 4,8 Mio. EUR. Um diesen Betrag oder 2,6 Prozent gingen auch die Gesamtumsätze des Konzerns in der Neun-Monatsperiode 2016/17 von 184,5 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf 179,7 Mio. EUR zurück.

Auffholen der Umsätze im vierten Quartal 2017 erwartet

Die Umsatzlücke zur Vorjahresperiode, die durch spätere Auslieferung und Verschiebung zum Konsignationsgeschäft entstanden ist, soll im vierten Quartal 2017 wieder zügig geschlossen werden. Im Folgemonat September waren die Hälfte dieser verschobenen Umsätze aufgeholt. Zudem dürfte das wachsende Konsignationsgeschäft die Umsätze der letzten drei Monate stärken.

Premiummarken mit Umsatz-Plus

Die Umsätze der drei Premiummarken Baldessarini, Pierre Cardin und Otto Kern wuchsen im Berichtszeitraum um 0,3 Prozent bzw. 0,4 Mio. EUR auf 126,1 Mio. EUR (Vorjahr 125,7 Mio. EUR). Sowohl Baldessarini als auch Pierre Cardin sorgten mit Umsatzsteigerungen für diese über dem Markttrend liegende positive Entwicklung. In Deutschland legte Baldessarini deutlich zu (+4,8 Prozent) und konnte Marktanteile hinzugewinnen. Pierre Cardin steigerte seine Umsätze insbesondere in Polen und dem Baltikum (zusammen +3,8 Prozent) sowie in Russland und der Ukraine (zusammen +9,1 Prozent). Der Anteil des Premium Segments am Gesamtumsatz stieg von 68 im Vorjahr auf nun 70 Prozent.

UMSATZ NACH SEGMENTEN

Mio. EUR		Q1-Q3 2016/17	Q1-Q3 2015/16	Veränderung in %
Premium Brands*		126,1	125,7	0,3
Jeans, Casual & Workwear	Gesamt	53,6	58,8	-8,8
	fortgeführte Aktivitäten**	53,3	53,7	-0,7
Summe	Gesamt	179,7	184,5	-2,6
Summe	fortgeführte Aktivitäten**	179,4	179,4	0,0

* inkl. Sonstige 0,3 Mio. EUR (Vorjahr 0,3 Mio. EUR)

** bereinigt um Auslaufaktivitäten Gin Tonic und Private Label

Fortgeführte Marken des Jeans, Casual & Workwear Segments legen zu, spätere Auslieferung verursacht Umsatzrückgang

Im Jeans, Casual & Workwear Segment wuchsen die fortgeführten Marken Pioneer Authentic Jeans, Pionier Jeans & Casuals, Pionier Workwear und Jupiter in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahr 2016/17 bereinigt um die Effekte der Auslieferung und Geschäftsverschiebungen. Ohne Bereinigung lagen die Umsätze der fortgeführten Aktivitäten mit 53,3 Mio. EUR leicht unter dem Vorjahreswert von 53,7 Mio. EUR (-0,4 Mio. EUR bzw. -0,7 Prozent). Besonders Pioneer Authentic Jeans und Pionier Jeans & Casuals zeigten erfreuliche Zuwächse und steigerten ihren Umsatz um 5,9 Prozent, und das in gleichem Maße in Deutschland und auf den internationalen Märkten. Durch den planmäßigen Umsatzrückgang der beendeten Aktivitäten Gin Tonic und Private Label von 4,8 Mio. EUR reduzierte sich der Umsatz des Jeans, Casual & Workwear Segments um 5,2 Mio. EUR von 58,8 Mio. EUR auf 53,6 Mio. EUR (-8,8 Prozent). Der Anteil des Segments am Gesamtumsatz ging dadurch von 32 auf 30 Prozent zurück.

eCommerce wächst kräftig und lässt Anlaufphase nach Dienstleisterwechsel hinter sich

Nach dem Neudesign der Online Shops und dem Wechsel des Dienstleisters im Herbst des Vorjahres nehmen die Umsätze nach der Anlaufphase im ersten Halbjahr zunehmend Fahrt auf. Nachdem die Umsätze im ersten Quartal 2016/17 noch stabil waren, legten sie im Folgequartal schon mit 13 Prozent und nun im dritten Quartal mit 24 Prozent zu. Aufgelaufen liegen wir damit in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016/17 bei einem Wachstum von 11 Prozent. In der gleichen Periode erzielte der eigene Einzelhandel ein Plus von 1,7 Prozent. Flächenbereinigt blieb der Umsatz nahezu auf Vorjahresniveau. Der Anteil des eigenen Einzelhandels am Gesamtumsatz wuchs leicht auf 12,6 Prozent (Vorjahr 12,1 Prozent).

ERTRAGSLAGE

Umsatzeffekt maßgeblich für Ergebnisrückgang trotz gestiegener Rohertragsmarge

Aufgrund des Wegfalls von margenschwachem Geschäft sowie niedrigerer Rabatte stieg die Rohertragsmarge um 0,8 Prozentpunkte von 50,8 Prozent auf 51,6 Prozent. Die verbesserte Rohertragsmarge glich den Einfluss der niedrigeren Umsätze (-2,6 Prozent) auf den Rohertrag aber nur teilweise aus, so dass dieser um 1,1 Prozent oder 1,0 Mio. EUR von 93,7 Mio. EUR auf 92,7 Mio. EUR sank. Die Personalkosten gingen im Berichtszeitraum überwiegend durch die Aufgabe des Geschäfts mit Gin Tonic im Vorjahr um 0,3 Mio. EUR bzw. 0,8 Prozent zurück. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen dagegen wegen höherer Marketingausgaben mit Schwerpunkt im eCommerce und höheren Vertriebskosten um 0,9 Mio. EUR (2,1 Prozent). Der Umsatzeffekt auf den Rohertrag sowie die höheren Sachaufwendungen führten damit zu einem EBITDA-Rückgang von 1,6 Mio. EUR auf 10,9 Mio. EUR (-12,8 Prozent).

Seit Inbetriebnahme des ERP- (=Enterprise-Ressource-Planning) Systems in einem Teilbereich des Konzerns werden die aktivierten Anschaffungskosten planmäßig abgeschrieben. Das lässt die Abschreibungen um 0,4 Mio. EUR auf 4,2 Mio. EUR wachsen (Vorjahr 3,8 Mio. EUR). Die Sonderaufwendungen waren im Berichtszeitraum rückläufig und sanken von 0,7 Mio. EUR in der Vorjahresperiode auf 0,4 Mio. EUR. Darin enthalten waren wie im Vorjahr vor allem Kosten für Mitarbeiterabfindungen und Vertragsauflösungen. Das Finanzergebnis lag auf Höhe des Vorjahreswerts und war wie auch die Ertragsteuern nicht von Sondereffekten beeinflusst. Die Steuerquote war mit 29,3 Prozent vom Vorsteuerergebnis etwas niedriger als im Vorjahr (32,0 Prozent). Das Konzernergebnis nach Steuern ging in den ersten neun Monaten 2016/17 vor allem durch die Umsatzeinflüsse auf den Rohertrag um 19,6 Prozent oder 1,0 Mio. EUR von 5,1 Mio. EUR auf 4,1 Mio. EUR zurück.

ERTRAGSLAGE

Mio. EUR	Q1-Q3 2016/17	Q1-Q3 2015/16	Veränderung in %
Umsatzerlöse	179,7	184,5	-2,6
Rohertrag	92,7	93,7	-1,1
in % vom Umsatz	51,6	50,8	
Personalaufwand*	-38,2	-38,5	0,8
Saldo sonstige betr. Aufwendungen/Erträge*	-43,6	-42,7	-2,1
EBITDA*	10,9	12,5	-12,8
Abschreibungen	-4,2	-3,8	-10,5
EBIT*	6,7	8,7	-23,0
Sondereffekte	-0,4	-0,7	42,9
Finanzergebnis	-0,5	-0,5	0,0
Ergebnis vor Ertragsteuern	5,8	7,5	-22,7
Ertragsteuern	-1,7	-2,4	29,2
Konzernergebnis	4,1	5,1	-19,6

* vor Sondereffekten

Segmentergebnisse

Bei höherem Umsatz und leicht höherer Rohertragsmarge wurde das Ergebnis des Premiumsegments durch gestiegene Vertriebskosten und höhere Marketingaufwendungen mit Schwerpunkt im eCommerce beeinflusst. Insbesondere für Pierre Cardin und Baldesarini wurden die Ausgaben für Marketing in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016/17 erhöht. Das Ergebnis vor Sondereffekten des Premium Segments sank von 5,7 Mio. EUR um 1,1 Mio. EUR auf 4,6 Mio. EUR.

Die Rohertragsmarge des Jeans, Casual & Workwear Segments stieg im Berichtszeitraum um 1,5 Prozentpunkte durch den Wegfall des niedrig-margigen Private Label- und Gin Tonic-Geschäfts. Die Personalaufwendungen und die sonstigen betrieblichen Aufwendungen konnten um 5,6 Prozent reduziert werden. Beide Effekte glichen das umsatzbedingte Rohertragsminus aber nicht aus. Das Ergebnis des Jeans, Casual & Workwear Segments sank deshalb um 0,9 Mio. EUR von 3,0 Mio. EUR auf 2,1 Mio. EUR.

EBIT vor Sondereffekten nach Segmenten

Mio. EUR	Q1-Q3 2016/17	Q1-Q3 2015/16	Veränderung in %
Premium Brands	4,6	5,7	-19,3
Jeans, Casual & Workwear	2,1	3,0	-30,0
Gesamt	6,7	8,7	-23,0

FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Solide Finanzlage mit 54 Prozent Eigenkapitalquote

Zum Berichtsstichtag lag die Eigenkapitalquote mit 53,9 Prozent auf gewohnt hohem Niveau und leicht unter dem Vorjahreswert von 55,5 Prozent. Ursache für den moderaten Rückgang war einerseits das ergebnisbedingt niedrigere Eigenkapital. Andererseits lag die Bilanzsumme 2,1 Mio. EUR über der des Vorjahresstichtags (30. August 2017 193,5 Mio. EUR). Vor allem die Investitionen in das neue ERP-System und die gestiegenen

Vorräte trugen zur Verlängerung der Bilanz bei. Aufgrund der späteren Warenauslieferung und des wachsenden Konsignationsgeschäfts hatte das Unternehmen höhere Fertigwarenvorräte als im Vorjahr (+4,4 Mio. EUR). Der Rohwarenbestand ging dagegen zurück. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich durch die geringeren Umsätze um 1,6 Mio. EUR und gleichen die insgesamt höheren Vorräte teilweise aus. So stieg das Net Working Capital bei leicht gesunkenen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 2,8 Prozent bzw. 2,9 Mio. EUR auf 106,5 Mio. EUR.

Steuerungsgrößen und Kennzahlen

		Q1-Q3 2016/17	Q1-Q3 2015/16
Umsatzerlöse	Mio. EUR	179,7	184,5
Rohertragsmarge	in %	51,6	50,8
EBITDA*	Mio. EUR	10,9	12,5
EBITDA-Marge*	in %	6,1	6,8
EBIT*	Mio. EUR	6,7	8,7
EBIT-Marge*	in %	3,7	4,7
Konzernergebnis	Mio. EUR	4,1	5,1
Umsatzrendite vor Steuern	in %	3,2	4,1
Umsatzrendite nach Steuern	in %	2,3	2,7
Ergebnis je Aktie			
Stammaktie	in EUR	0,27	0,34
Vorzugsaktie	in EUR	0,32	0,39
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	Mio. EUR	-7,9	-5,7
Net Working Capital**	Mio. EUR	106,5	103,6
Eigenkapitalquote	in %	53,9	55,5
Mitarbeiter zum Stichtag		2.061	2.051

* vor Sondereffekten

** Vorräte, Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

2. NACHTRAGSBERICHT

Nach dem Ende des dritten Quartals sind bis zur Veröffentlichung keine Vorgänge von wesentlicher Bedeutung für den Ahlers Konzern eingetreten.

3. PROGNOSEBERICHT

Unverändert schwieriges Marktumfeld für Bekleidung – besserer Trend in Osteuropa

In Europa bestehen gute gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen und das dürfte auch im vierten Quartal des Jahres 2017 so bleiben. Die meisten volkswirtschaftlichen Institute haben sogar kürzlich die Wachstumsprognosen für das BIP (Bruttoinlandsprodukt) des Euroraums auf 2,2 Prozent von

vorher 1,8 Prozent (Prognose Juni 2017, Vorjahr 1,7 Prozent, alle Werte Commerzbank Research September 2017) angehoben. Das gilt auch für Deutschland mit einem erwarteten BIP-Plus von 2,0 Prozent (Prognose Juni 2017: 1,6 Prozent), das leicht unterhalb des Mittels der Eurozone liegt. In Deutschland wie auch in den übrigen Euroländern wird ein Anstieg der Inlandsnachfrage erwartet, der etwa dem volkswirtschaftlichen Wachstum folgt. Damit dürfte der private Konsum einen wichtigen Beitrag zum gesamtwirtschaftlichen Wachstum leisten.

Der deutsche Bekleidungseinzelhandel konnte von diesen guten Rahmenbedingungen bislang nicht profitieren und verzeichnete in den ersten neun Monaten unseres Geschäftsjahres einen Umsatzrückgang von 3,0 Prozent nach rückläufiger Vorlage im Vorjahreszeitraum (-1,7 Prozent). Für viele westeuropäische Auslandsmärkte dürfte das ähnlich sein.

Für das vierte Quartal 2017 und die Herbst-/Wintersaison allgemein gibt es aber Vorzeichen für eine etwas erfreulichere Entwicklung. So hat der frühe Wetterumschwung im September hin zu herbstlicheren Temperaturen die Saison mit Herbst-/Winterware früh eingeleitet. Die Umsatzzahlen des stationären Einzelhandels und unsere eigenen waren deshalb in den ersten Septemberwochen spürbar steigend. Da die Vorjahresvorlagen auch für die nächsten Monate niedrig waren, könnten auch die nächsten Monate dem stationären Bekleidungseinzelhandel zumindest stabile Marktzahlen bringen.

Umsatzprognose bestätigt: Wachstum der fortgeführten Marken gleicht Auslaufaktivitäten weitgehend aus

Für das vierte Quartal 2017 rechnet der Vorstand mit steigenden Umsätzen, weil sich die Umsätze mit Herbst-/Winterware vom dritten in das vierte Quartal verschoben haben. Der Vorstand geht davon aus, dass dadurch die bestehenden Marken im Gesamtjahr 2016/17 um etwa 2 Prozent wachsen. Damit sollte das Umsatzminus der beendeten Aktivitäten weitgehend ausgeglichen und für das Geschäftsjahr 2016/17 ein etwa stabiler Gesamtumsatz (Vorjahr 237,8 Mio. EUR) erreicht werden.

Ergebnisprognose unverändert: Leichtes Ergebnisplus im Geschäftsjahr 2016/17 erwartet

Für das Geschäftsjahr 2016/17 bestätigt der Vorstand die im Geschäftsbericht des Vorjahres veröffentlichte Ergebnisprognose eines moderat steigenden Konzernergebnisses (Vorjahr 2,5 Mio. EUR). In Erwartung einer höheren Rohertragsmarge sollten etwa stabile Umsätze zu einem weitgehend stabilen Rohertrag führen. Die betrieblichen Aufwendungen dürften etwa auf Vorjahresniveau und die Sonderaufwendungen unter den Vorjahreswerten liegen.

Unveränderte Bilanzstrukturen und Verbesserung des operativen Cashflow angestrebt

Der Vorstand legt weiterhin hohe Priorität auf die Reduzierung des Net Working Capital. Die Vorräte sollten zum Geschäftsjahresende 2016/17 wieder etwa auf Vorjahresniveau liegen. Zusammen mit Abschreibungen oberhalb des Vorjahreswerts und dem erwarteten leichten Ergebnisplus sollte sich der Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit im letzten Quartal deutlich verbessern. Die Bilanz am 30. November 2017 sollte deshalb ihre sehr solide Struktur im Vergleich zum Vorjahr kaum verändern oder sich eher verbessern.

Herford, im Oktober 2017

Der Vorstand

Zukunftsbezogene Aussagen

Wir weisen darauf hin, dass bei zukunftsbezogenen Aussagen die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den Erwartungen über die voraussichtliche Entwicklung abweichen können, wenn eine der genannten oder andere Unsicherheiten eintreten oder sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unzutreffend erweisen.

BILANZSTRUKTUR

Aktiva	31.08.2017		31.08.2016	
	Mio. EUR	in %	Mio. EUR	in %
Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	41,9	21,7	40,3	21,1
Sonstige langfristige Vermögenswerte	19,6	10,1	20,1	10,5
Latente Steueransprüche	1,1	0,6	1,0	0,5
Langfristige Vermögenswerte	62,6	32,4	61,4	32,1
Vorräte	79,5	41,1	75,3	39,3
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	40,3	20,8	41,9	21,9
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	5,6	2,9	6,1	3,2
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	5,5	2,8	6,7	3,5
Kurzfristige Vermögenswerte	130,9	67,6	130,0	67,9
Summe Aktiva	193,5	100,0	191,4	100,0

Passiva	31.08.2017		31.08.2016	
	Mio. EUR	in %	Mio. EUR	in %
Eigenkapital	104,3	53,9	106,2	55,5
Pensionsrückstellungen	4,1	2,1	4,3	2,2
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	21,9	11,3	30,2	15,8
Latente Steuerverbindlichkeiten	2,2	1,1	2,4	1,3
Langfristige Schulden	28,2	14,5	36,9	19,3
Laufende Ertragsteuerverbindlichkeiten	1,1	0,6	1,7	1,0
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	59,9	31,0	46,6	24,2
Kurzfristige Schulden	61,0	31,6	48,3	25,2
Schulden	89,2	46,1	85,2	44,5
Summe Passiva	193,5	100,0	191,4	100,0

KONZERN-SEGMENTINFORMATIONEN

Per 31. August 2017 (Vorjahr per 31. August 2016)

nach geografischen

Regionen	Premium Brands		Jeans, Casual & Workwear		Sonstiges		Gesamt	
	2016/17	2015/16	2016/17	2015/16	2016/17	2015/16	2016/17	2015/16
TEUR								
Deutschland								
Umsatzerlöse	58.950	60.131	36.482	39.731	275	286	95.707	100.148
Vermögenswerte	102.091	96.978	23.579	26.482	18.275	18.296	143.945	141.756
Westeuropa								
Umsatzerlöse	36.383	36.371	11.881	13.979	-	-	48.264	50.350
Vermögenswerte	12.863	12.215	8.418	9.515	-	-	21.281	21.730
Mittel-/ Osteuropa/ Sonstiges								
Umsatzerlöse	30.462	28.922	5.218	5.088	-	-	35.680	34.010
Vermögenswerte	20.731	20.866	5.092	4.859	15	15	25.838	25.740

Finanzkalender

Zwischenmitteilung Q3 2016/17	11. Oktober 2017
Analystenkonferenz in Frankfurt am Main	12. Oktober 2017
Bilanzpressekonferenz	28. Februar 2018
Zwischenmitteilung Q1 2017/18	11. April 2018
Hauptversammlung in Düsseldorf	24. April 2018
Halbjahresbericht 2017/18	11. Juli 2018
Zwischenmitteilung Q3 2017/18	10. Oktober 2018

Die Ahlers AG

- wurde 1919 von Adolf Ahlers gegründet und ist seit 1987 eine börsennotierte Aktiengesellschaft
- ist familiengeführt in der dritten Generation durch Dr. Stella A. Ahlers
- ist einer der größten börsennotierten europäischen Männermodehersteller
- stellt unter verschiedenen Marken Mode maßgeschneidert für verschiedene Zielgruppen her
- erwirtschaftet über 70 Prozent der Umsätze mit Premium Brands
- fertigt ein Drittel des Produktionsvolumens in eigenen Betrieben
- produziert 7.000.000 Modeartikel im Jahr
- beschäftigt rd. 2.000 Mitarbeiter
- erwirtschaftet 13 Prozent des Umsatzes mit eigenen Retailaktivitäten

Die Marken



BALDESSARINI



OTTO KERN



JUPITER®

AHLERS AG
Investor Relations
Elverdisser Str. 313
D-32052 Herford

Telefon (05221) 979-211
Telefax (05221) 979-215
investor.relations@ahlers-ag.com
www.ahlers-ag.com

ISIN DE0005009708 und DE0005009732