



AHLERS AG

QUARTALSMITTEILUNG Q3 2017/18

(1. Dezember 2017 bis 31. August 2018)

ENTWICKLUNG IN DEN ERSTEN NEUN MONATEN DES GESCHÄFTSJAHRES 2017/18

Q3 2017/18 - Highlights

- Umsatztrend des ersten Halbjahres mit rückläufigem Anzug- und Jacken-Geschäft hat sich fortgesetzt. Konzernumsatz sinkt um 6,5 Prozent auf 168,0 Mio. EUR
- Robuste, leicht wachsende Jeans-Umsätze von Pierre Cardin und Pioneer Authentic Jeans in den ersten neun Monaten 2017/18
- Eigener Retail mit Umsatzplus von 2,1 Prozent durch Übernahme russischer Stores
- Konzernergebnis sinkt umsatzbedingt trotz rückläufiger betrieblicher Aufwendungen um 3,9 Mio. EUR
- Solide Finanzlage mit 52 Prozent Eigenkapitalquote
- Aufsichtsrat und Vorstand haben umfangreiche Maßnahmen mit dem Ziel der mittelfristigen nachhaltigen Ergebnisverbesserung beschlossen
- Forecast für das Gesamtjahr: leicht verbesserter Umsatztrend als in den ersten neun Monaten 2017/18 (-6,5 Prozent). Leicht negatives EBIT vor Sondereffekten (Vorjahr +3,5 Mio. EUR). Konzernergebnis belastet durch einmalige Sonderaufwendungen von etwa 5 Mio. EUR.

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

„In dem sich schnell verändernden Markt wollen wir unsere Kräfte bündeln und uns auf unser Kerngeschäft und unsere Kernmarken Baldessarini, Otto Kern, Pierre Cardin und Pioneer konzentrieren. Um auf die großen Herausforderungen der fortschreitenden Digitalisierung und des Onlinehandels reagieren zu können, brauchen wir starke Marken und agile Strukturen. Deshalb steht für uns bei den geplanten Maßnahmen das Ziel im Vordergrund, uns organisatorisch zu verschlanken und die Komplexität im Unternehmen zu reduzieren“, so umschreibt die Vorstandsvorsitzende Dr. Stella A. Ahlers das Maßnahmenpaket, das Vorstand und Aufsichtsrat im September 2018 beschlossen haben. So sollen die Sportswear-Aktivitäten der Marke Jupiter eingestellt werden. Zudem wird sich Ahlers in Zukunft auf Männermode konzentrieren. Teile der Logistik werden ab

Mitte des Jahres 2019 nach Polen verlagert. Vom Maßnahmenpaket werden 130 Mitarbeiter in Deutschland (100 Mitarbeiter) und Polen (30 Mitarbeiter) betroffen sein. „Mit den Kernmarken werden wir unsere Wholesalestrategie, stationär und im eCommerce, fortsetzen“, erläutert Dr. Stella A. Ahlers. Konsequenterweise wird der eCommerce Vertrieb weiter auf Multi-Marken-eCommerce Händler ausgerichtet.

1. ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Umsatz der ersten neun Monate 2017/18 geprägt durch rückläufiges Geschäft mit Anzügen und Sportswear

Das zähe Geschäft mit Anzügen und Jacken setzte sich im dritten Quartal von Juni bis August 2017/18 fort und beeinflusste die Umsatzentwicklung maßgeblich. Aufgelaufen führte dieser durch Casualisierung und durchgehend sommerliche Temperaturen beeinflusste Trend zu einem Umsatzrückgang von 7,2 Mio. EUR. Die saisongerechtere Auslieferung und das steigende Konsignationsgeschäft sorgte für eine Umsatzverlagerung vom dritten in das vierte Quartal 2017/18 in Höhe von weiteren 1,6 Mio. EUR. Darüber hinaus wurden die Verkäufe durch die schwierige Marktsituation in Russland und der Ukraine gebremst. In Russland belasten neue US-Sanktionen den Rubelkurs und damit die Kaufkraft der Konsumenten. Der Umsatz sank hier um rund 22 Prozent (-1,7 Mio. EUR). Zusammengenommen ging der Konzernumsatz in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres um 11,7 Mio. EUR bzw. 6,5 Prozent auf 168,0 Mio. EUR zurück.

Robuste Umsatzentwicklung von Pierre Cardin und Pioneer Jeans

Robust und leicht im Plus entwickelten sich die Jeans-Verkäufe von Pierre Cardin mit einem Plus von 1,2 Prozent. Pioneer Authentic Jeans erzielte einen Umsatz auf Vorjahresniveau und punktete vor allem auf dem Heimatmarkt mit einem Umsatzzuwachs von 1,0 Prozent.

Positive regionale Einzelentwicklungen der Premiummarken

Sowohl das schwierige Geschäft mit Anzügen, Sakkos und Jacken als auch die angespannte Marktsituation in Russland und der Ukraine treffen vor allem die Umsätze der Premiummarken Baldessarini und Pierre Cardin. Erfreuliche Akzente konnten die Premiummarken im Neunmonatszeitraum dagegen in wichtigen westeuropäischen Märkten wie Frankreich (Segmentumsatz +3,8 Prozent), den Niederlanden (+9,8 Prozent) und der Schweiz (+6,8 Prozent) setzen. Die positiven regionalen Entwicklungen glichen den rückläufigen Gesamttrend allerdings nicht aus. Zusammengenommen sank der Segmentumsatz im Berichtszeitraum um 6,5 Prozent bzw. 8,2 Mio. EUR auf 117,9 Mio. EUR (Vorjahr 126,1 Mio. EUR). Der Anteil des Premium Segments am Gesamtumsatz lag wie im Vorjahr bei 70 Prozent.

Jeans, Casual & Workwear Segment: Pioneer Authentic Jeans mit Pari, Segmentumsatz rückläufig

Im Jeans, Casual & Workwear Segment lag der Umsatz von Pioneer Authentic Jeans in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2017/18 auf Höhe des Vorjahreswerts. Bereinigt um die Auslieferungsverschiebung stieg der Markenumsatz um 0,8 Prozent. Besonders in Deutschland (+1,0 Prozent), in Polen (+7,9 Prozent) und der Schweiz (+14,7 Prozent) legte die Marke zu. Pionier Workwear erzielte einen Umsatz etwa auf dem Niveau des Vorjahreswerts. Vor allem die Jupiter-Umsätze waren rückläufig. Zusammengenommen reduzierte sich dadurch der Umsatz des Jeans, Casual & Workwear Segments um 3,5 Mio. EUR von 53,6 Mio. EUR auf 50,1 Mio. EUR (-6,5 Prozent). Der Anteil des Segments am Gesamtumsatz lag auf dem Vorjahresniveau von 30 Prozent.

Umsatz nach Segmenten

Mio. EUR	Q1-Q3 2017/18	Q1-Q3 2016/17	Veränderung in %
Premium Brands*	117,9	126,1	-6,5
Jeans, Casual & Workwear	50,1	53,6	-6,5
Gesamt	168,0	179,7	-6,5

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

Eigener Retail mit Umsatzplus durch die Übernahme von russischen Stores

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2017/18 legten die Umsätze des eigenen Einzelhandels um 2,1 Prozent zu. Maßgeblich dafür war die Übernahme von russischen Stores durch die Ahlers RUS. Damit betrug der Anteil des eigenen Retail am Gesamtumsatz 13,7 Prozent (Vorjahr 12,6 Prozent). Flächenbereinigt gingen die Umsätze im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 4,3 Prozent zurück.

ERTRAGSLAGE

Umsatzeffekt maßgeblich für Ergebnisrückgang trotz niedrigerer betrieblicher Aufwendungen

Aufgrund von höheren Retouren und Warenabschriften ging die Rohertragsmarge im Berichtszeitraum leicht um 0,6 Prozentpunkte von 51,6 Prozent auf 51,0 Prozent zurück. Vor allem aber wegen des Umsatzrückgangs sank der Rohertrag von 92,7 Mio. EUR auf 85,6 Mio. EUR um 7,1 Mio. EUR bzw. 7,7 Prozent. Der Personalaufwand stieg durch den Aufbau des Joint Ventures Ahlers RUS planmäßig um 0,2 Mio. EUR. Der Saldo aus sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträgen konnte überwiegend durch niedrigere vertriebsvariable Kosten sowie den Kunstverkauf im zweiten Quartal 2018 um 1,8 Mio. EUR bzw. 4,1 Prozent gesenkt werden. Zusammen mit den etwas niedrigeren Abschreibungen lagen die betrieblichen Aufwendungen um 1,8 Mio. EUR bzw. 2,1 Prozent unter dem Vergleichswert des Vorjahres. Die Kostenreduktion dämpfte den Umsatzeffekt auf den Rohertrag, glich diesen jedoch nicht aus. In der Neunmonatsperiode ging daher das EBITDA um 51 Prozent und das EBIT vor Sondereffekten um 79 Prozent zurück. Die Sonderaufwendungen lagen wie im Vorjahreszeitraum bei 0,4 Mio. EUR. Darin enthalten sind Kosten für Mitarbeiterabfindungen und Vertragsauflösungen sowie für Store-Schließungen. Gegenläufig wirkte sich im laufenden Geschäftsjahr der Verkaufserlös eines Grundstücks in Sri Lanka aus. Das Finanzergebnis lag etwa auf Höhe des Vorjahreswerts. Das Konzernergebnis nach Steuern ging in den ersten neun Monaten 2017/18 umsatzbedingt um 3,9 Mio. EUR von 4,1 Mio. EUR auf 0,2 Mio. EUR zurück.

Ertragslage

Mio. EUR	Q1-Q3 2017/18	Q1-Q3 2016/17	Veränderung in %
Umsatzerlöse	168,0	179,7	-6,5
Rohertrag	85,6	92,7	-7,7
in % vom Umsatz	51,0	51,6	
Personalaufwand*	-38,4	-38,2	-0,5
Saldo sonstige betr. Aufwendungen/Erträge*	-41,8	-43,6	4,1
EBITDA*	5,4	10,9	-50,5
Abschreibungen*	-4,0	-4,2	4,8
EBIT*	1,4	6,7	-79,1
Sondereffekte	-0,4	-0,4	
Finanzergebnis	-0,6	-0,5	-20,0
Ergebnis vor Ertragsteuern	0,4	5,8	-93,1
Ertragsteuern	-0,2	-1,7	88,2
Konzernergebnis	0,2	4,1	-95,1

* vor Sondereffekten

SEGMENTERGEBNISSE

Bei den drei Marken des Premiumsegments Baldessarini, Pierre Cardin und Otto Kern konnten die vertriebsvariablen Kosten um 11,4 Prozent gesenkt werden. Dies glich den Umsatzeffekt auf den Rohertrag jedoch nicht aus. Die Rohertragsmarge lag mit -0,4 Prozentpunkten leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Daher führten maßgeblich die Umsatzrückgänge bei den Premiummarken zu einem deutlich gesunkenen Segmentergebnis. Einschließlich dem Segment ‚Sonstige‘ fiel das Ergebnis der Premiummarken um 3,8 Mio. EUR von 4,6 Mio. EUR auf 0,8 Mio. EUR.

Bei einer leicht niedrigeren Rohertragsmarge (-0,9 Prozentpunkte) und einer Kostenstruktur, die etwa auf Vorjahresniveau lag, wurde auch das Ergebnis des Jeans, Casual & Workwear Segments mit den Marken Pioneer Authentic Jeans, Pionier Jeans & Casuals, Pionier Workwear und Jupiter maßgeblich durch den Umsatzeffekt beeinflusst. Das Ergebnis des Jeans, Casual & Workwear Segments sank deshalb um 1,5 Mio. EUR von 2,1 Mio. EUR auf 0,6 Mio. EUR.

EBIT vor Sondereffekten nach Segmenten

Mio. EUR	Q1-Q3 2017/18	Q1-Q3 2016/17	Veränderung in %
Premium Brands	0,8	4,6	-82,6
Jeans, Casual & Workwear	0,6	2,1	-71,4
Gesamt	1,4	6,7	-79,1

* inkl. Sonstige 0,6 Mio. EUR (Vorjahr 0,0 Mio. EUR)

FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Stabile, unveränderte Finanzsituation mit ähnlichen Bilanzstrukturen

Zum Berichtsstichtag lagen sowohl das Anlagevermögen als auch die kurzfristigen Vermögenswerte auf Höhe der jeweiligen Vorjahreswerte. Dies führte zu einer Bilanzsumme, die mit 193,8 Mio. EUR ebenfalls auf dem Niveau des Vorjahresstichtags lag (31. August 2017 193,5 Mio. EUR). Wegen höherer Herbst-/Winter- und Altwaren-Bestände (+2 Mio. EUR bzw. +3 Mio. EUR) hatte das Unternehmen zum Berichtsstichtag mit 84,7 Mio. EUR mehr Vorräte als im Vorjahr (79,5 Mio. EUR). Die umsatzbedingt gesunkenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (-3,4 Mio. EUR) und die wegen der Verbesserung der Zahlungskonditionen gestiegenen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (+4,4 Mio. EUR) führten zur Verringerung der im Net Working Capital gebundenen Finanzmittel um 2,5 Mio. EUR. Die Eigenkapitalquote lag mit 51,8 Prozent auf gewohnt hohem Niveau und leicht unter dem Vorjahreswert von 53,9 Prozent. Grund für den moderaten Rückgang war das ergebnisbedingt niedrigere Eigenkapital (-3,9 Mio. EUR). Die Nettoverschuldung lag zum Berichtsstichtag bei 47,1 Mio. EUR und war damit weitgehend stabil (Vorjahreswert 46,3 Mio. EUR).

Steuerungsgrößen und Kennzahlen

		Q1-Q3 2017/18	Q1-Q3 2016/17
Umsatzerlöse	Mio. EUR	168,0	179,7
Rohertragsmarge	in %	51,0	51,6
EBITDA*	Mio. EUR	5,4	10,9
EBITDA-Marge*	in %	3,2	6,1
EBIT*	Mio. EUR	1,4	6,7
EBIT-Marge*	in %	0,8	3,7
Konzernergebnis	Mio. EUR	0,2	4,1
Ergebnis je Aktie	in EUR	0,02	0,30
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	Mio. EUR	-11,0	-7,9
Net Working Capital**	Mio. EUR	104,0	106,5
Eigenkapitalquote	in %	51,8	53,9
Mitarbeiter zum Stichtag***		2.154	2.061

* vor Sondereffekten

** Vorräte, Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

*** Aufbau vor allem durch Ahlers RUS (+79 Mitarbeiter)

2. NACHTRAGSBERICHT

Nach dem Ende des dritten Quartals haben Vorstand und Aufsichtsrat am 13. September 2018 ein umfangreiches Maßnahmenpaket verabschiedet. Davon abgesehen sind bis zur Veröffentlichung keine weiteren Vorgänge von wesentlicher Bedeutung für den Ahlers Konzern eingetreten.

3. PROGNOSEBERICHT

Marktumfeld für Bekleidung bleibt schwierig

Die meisten volkswirtschaftlichen Institute erwarten im Jahr 2018 für den Euroraum ein BIP-Wachstum (Bruttoinlandsprodukt) von 2,0 Prozent (alle Prognosen Commerzbank Research August 2018). Damit dürfte sich der wirtschaftliche Aufschwung der Eurozone fortsetzen, wenn auch etwas langsamer als im Vorjahr (2,5 Prozent BIP-Plus). Der private Konsum bleibt ein Treiber für die gute Konjunktorentwicklung. Dieser profitiert von der steigenden Beschäftigung (Prognose der Arbeitslosenquote im Euroraum 2018: 8,2 Prozent, Vorjahr 9,1 Prozent) und Einkommenszuwächsen. Dies führt zu realen Kaufkraftzuwächsen und guter Konsumstimmung bei den Verbrauchern. In Deutschland wird der stationäre Bekleidungseinzelhandel voraussichtlich nicht davon profitieren und erneut Umsatzeinbußen verzeichnen. In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2017/18 war der Umsatz des deutschen stationären Bekleidungseinzelhandels rückläufig. Die anhaltend warmen Temperaturen bis weit in den September hinein verzögerten auch den Verkaufsstart der Herbst-/Winterware.

Umsatzprognose für 2017/18

Die Umsatzverschiebung vom dritten ins vierte Quartal und das wachsende Konsignationsgeschäft dürften die Umsätze der letzten drei Monate des laufenden Geschäftsjahres stärken. Deshalb sollten sich die Umsätze moderater als in den Vormonaten entwickeln. Für das Gesamtjahr 2017/18 erwartet der Vorstand daher eine Umsatzentwicklung, die prozentual etwas besser ist als die der ersten neun Monate (-6,5 Prozent, Gesamtumsatz 2016/17: 235,9 Mio. EUR).

Hohe Sonderaufwendungen für Maßnahmenpaket zur Ergebnisverbesserung belasten das Konzernergebnis des laufenden Geschäftsjahres

Die Rohertragsmarge dürfte sich im Gesamtgeschäftsjahr 2017/18 etwa auf dem Niveau des Vorjahreswerts bewegen. Die betrieblichen Aufwendungen sollten in den letzten drei Monaten 2018 nicht steigen. Daher dürfte das EBIT vor Sondereffekten des Gesamtjahres durch den Umsatzeffekt auf den Rohertrag leicht negativ sein (Vorjahr +3,5 Mio. EUR). Im Geschäftsjahr 2017/18 werden einmalige Sonderaufwendungen von etwa 5 Mio. EUR anfallen, die im Wesentlichen durch die beschlossenen Maßnahmen entstehen und zusammen das Konzernergebnis belasten.

Weitgehend unveränderte Bilanzstrukturen erwartet

Der Vorstand erwartet im Vergleich mit dem Vorjahr ähnliche Bilanzstrukturen zum Geschäftsjahresende. So sollte das Net Working Capital etwa stabil sein, mit etwas niedrigeren Forderungen und leicht gestiegenen Vorräten aus Altware der Sommersaison. Da sich auch das Anlagevermögen kaum verändert, sollte die Bilanzsumme auf dem Niveau des Vorjahres liegen. Durch das erwartete negative Ergebnis werden sich das Eigenkapital und der Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit reduzieren. Aufgrund des Ergebnisses des Geschäftsjahres 2017/18 wird voraussichtlich keine Dividende ausgeschüttet werden.

Herford, im Oktober 2018

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	31.08.2018		31.08.2017	
	Mio. EUR	in %	Mio. EUR	in %
Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	42,7	22,0	41,9	21,7
Sonstige langfristige Vermögenswerte	18,9	9,8	19,6	10,1
Latente Steueransprüche	1,2	0,6	1,1	0,6
Langfristige Vermögenswerte	62,8	32,4	62,6	32,4
Vorräte	84,7	43,7	79,5	41,1
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	36,9	19,0	40,3	20,8
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	4,8	2,5	5,6	2,9
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	4,6	2,4	5,5	2,8
Kurzfristige Vermögenswerte	131,0	67,6	130,9	67,6
Summe Aktiva	193,8	100,0	193,5	100,0

Passiva	31.08.2018		31.08.2017	
	Mio. EUR	in %	Mio. EUR	in %
Eigenkapital	100,4	51,8	104,3	53,9
Pensionsrückstellungen	3,7	1,9	4,1	2,1
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	23,3	12,0	21,9	11,3
Latente Steuerverbindlichkeiten	1,7	0,9	2,2	1,1
Langfristige Schulden	28,7	14,8	28,2	14,5
Laufende Ertragsteuerverbindlichkeiten	0,6	0,3	1,1	0,6
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	64,1	33,1	59,9	31,0
Kurzfristige Schulden	64,7	33,4	61,0	31,6
Schulden	93,4	48,2	89,2	46,1
Summe Passiva	193,8	100,0	193,5	100,0

KONZERN-SEGMENTINFORMATIONEN

Per 31. August 2018 (Vorjahr per 31. August 2017)

nach geografischen

Regionen	Premium Brands		Jeans, Casual & Workwear		Sonstiges		Gesamt	
	2017/18	2016/17	2017/18	2016/17	2017/18	2016/17	2017/18	2016/17
TEUR								
Deutschland								
Umsatzerlöse	55.181	58.950	35.168	36.482	247	275	90.596	95.707
Vermögenswerte	98.651	102.091	23.678	23.579	18.223	18.275	140.552	143.945
Westeuropa								
Umsatzerlöse	35.866	36.383	10.349	11.881	-	-	46.215	48.264
Vermögenswerte	14.169	12.863	7.692	8.418	-	-	21.861	21.281
Mittel-/ Osteuropa/ Sonstiges								
Umsatzerlöse	26.549	30.462	4.605	5.218	-	-	31.154	35.680
Vermögenswerte	24.488	20.731	4.762	5.092	13	15	29.263	25.838

Finanzkalender

Zwischenmitteilung Q3 2017/18	10. Oktober 2018
Analystenkonferenz in Frankfurt am Main	11. Oktober 2018
Bilanzpressekonferenz	28. Februar 2019
Zwischenmitteilung Q1 2018/19	10. April 2019
Hauptversammlung in Düsseldorf	17. April 2019
Halbjahresbericht 2018/19	10. Juli 2019
Zwischenmitteilung Q3 2018/19	14. Oktober 2019

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 sieben Marken Mode maßgeschneidert für verschiedene Zielgruppen her
- erwirtschaftet 70 Prozent der Umsätze mit Premium Brands
- produziert 7.000.000 Modeartikel im Jahr
- fertigt ein Drittel des Produktionsvolumens in eigenen Betrieben
- beschäftigt rd. 2.000 Mitarbeiter
- erwirtschaftet 13 Prozent des Umsatzes mit eigenen Retailaktivitäten

Die Marken



BALDESSARINI



OTTO KERN



JUPITER®