



AHLERS AG

QUARTALSMITTEILUNG Q1 2016/17

(1. Dezember 2016 bis 28. Februar 2017)

ENTWICKLUNG IN DEN ERSTEN DREI MONATEN DES GESCHÄFTSJAHRES 2016/17

Q1 2016/17 - Highlights

- Weiter leicht steigender Umsatz der Marken Pierre Cardin, Baldessarini und Pioneer Authentic Jeans in einem stark rückläufigen Marktumfeld im ersten Quartal 2016/17
- Umsatzminus von 3,1 Mio. EUR durch Auslaufaktivitäten sowie Umsatzverschiebungen in das zweite Quartal 2017
- Konzernergebnis sinkt umsatzbedingt um 0,6 Mio. EUR oder 17 Prozent trotz leicht verbesserter Rohertragsmarge und niedrigerem Personalaufwand
- Solide Finanzlage mit 56 Prozent Eigenkapitalquote
- Forecast für das Gesamtjahr unverändert: stabile Umsätze und leicht steigendes Ergebnis erwartet

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

„Die Wintersaison 2016/17 von Dezember bis Februar war für den Bekleidungseinzelhandel nicht erfreulich und die Branchenumsätze sind weiter zurückgegangen. Trotzdem konnten wir im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2016/17 bereinigt mit 1,5 Prozent leicht wachsen. Das erste Quartal war aber auch durch Umsatzverschiebungen vom ersten in das zweite Quartal und dem Wegfall der aufgegebenen Aktivitäten geprägt. Nach dem ersten Quartal bewegen sich deshalb unsere Umsatz- und Ertragszahlen innerhalb der Planungen für das gesamte Geschäftsjahr 2016/17 und wir können die im Geschäftsbericht veröffentlichte Jahresprognose bestätigen. Wir sind überzeugt, dass unser Ansatz der Stärkung unserer bestehenden Marken zusammen mit einem konsequenten Kostenmanagement zum Erfolg führen wird.“

1. ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Bereinigter Umsatz wächst um 1,5 Prozent

In einem Umfeld mit starken Rückgängen im deutschen Facheinzelhandel (-5,3 Prozent für Dezember 2016 bis Februar 2017, Quelle Textilwirtschaft) wuchsen die Umsätze von Ahlers im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2016/17 bereinigt um 1,5 Prozent oder 1,0 Mio. EUR. Getragen wurde der Trend von der positiven Entwicklung der Marken Baldessarini, Pierre Cardin und Pioneer Authentic Jeans.

Umsatzrückgang durch Saisonverschiebung und Aufgabe von Geschäftsaktivitäten

Das erste Quartal 2016/17 war durch Umsatzverschiebungen vom ersten in das zweite Quartal und dem Wegfall der aufgegebenen Aktivitäten geprägt. Die Umsatzverschiebungen machten 2,9 Mio. EUR (4,4 Prozent vom Vorjahresumsatz) aus und entstanden u.a. wegen späterer Liefertermine und zunehmenden Konsignationsgeschäfts. Zum Ende des Monats März 2017 ist bereits die Hälfte des Rückstandes aufgeholt worden. Wie schon im vorigen Geschäftsjahr wurde der Umsatz in den ersten drei Monaten auch durch die beendeten Aktivitäten mit Gin Tonic und des Private Label-Geschäfts beeinflusst (zusammen -1,2 Mio. EUR oder 1,8 Prozent vom Vorjahresumsatz).

Wegen der beiden Einflüsse und trotz des positiven Grundtrends sank der Konzernumsatz zusammengenommen im ersten Quartal des Geschäftsjahres um 3,1 Mio. EUR bzw. 4,7 Prozent von 66,2 Mio. EUR auf 63,1 Mio. EUR.

Wenn auch die Auslieferung allgemein später erfolgte, gab es in Russland und der Ukraine einen gegenläufigen Trend und die Umsätze legten dort deutlich zu. Zusammengenommen stiegen sie um über 30 Prozent bzw. 0,6 Mio. EUR. Auch im gesamten Geschäftsjahr 2016/17 sollte sich dieser Trend fortsetzen und die Geschäfte mit russischen und ukrainischen Kunden sich positiv entwickeln.

In Deutschland konnte Ahlers bereinigt um die Auslieferverschiebungen und die aufgegebenen Aktivitäten um 2,4 Prozent wachsen. Auch ohne Bereinigung der Auslieferverschiebungen lag die Entwicklung mit -1,8 Prozent oberhalb des negativen Markttrends von -5,3 Prozent.

Umsatzplus im eigenen Einzelhandel, eCommerce mit Anlaufphase nach Dienstleisterwechsel

Die Umsätze im eigenen Einzelhandel stiegen im Berichtszeitraum um 3,6 Prozent. Ihr Anteil am Gesamtumsatz betrug damit 12,0 Prozent (Vorjahr 11,1 Prozent). Auf vergleichbarer Fläche gingen die Umsätze leicht um 0,9 Prozent zurück.

Ahlers setzt auf den wachsenden Vertriebskanal eCommerce. Um zukünftig für die Internationalisierung und technische Entwicklungen gerüstet zu sein, wurden im Herbst 2016 die eigenen eShops von Baldessarini und Otto Kern auf eine neue Software umgestellt und der Dienstleister gewechselt. Außerdem wurde der Pierre Cardin eShop neu eröffnet. Im Zuge dieses umfassenden Transfers der Onlineaktivitäten und der sich anschließenden Anlaufphase stagnierten die Onlineumsätze erwartungsgemäß. Für das laufende Geschäftsjahr erwarten wir aber zweistellig wachsende Umsätze in diesem für die Zukunft wichtigen Geschäftsfeld.

Bereinigtes Umsatzplus von Pierre Cardin und Baldessarini, leicht rückläufige Umsätze im Premium Segment durch Umsatzverschiebung

Die Umsätze der drei Premiummarken Baldessarini, Pierre Cardin und Otto Kern gingen im Berichtsquartal leicht von 45,2 Mio. EUR auf 44,8 Mio. EUR zurück (-0,4 Mio. EUR bzw. -0,9 Prozent). Dies lag alleine an der Verschiebung von Pierre Cardin-Umsätzen vom ersten in das zweite Quartal 2016/17, wodurch der Markenumsatz in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres um 1,1 Prozent sank. Ohne diesen Effekt von insgesamt 1,4 Mio. EUR, der sich im zweiten Quartal bereinigen dürfte, wuchsen die Segmentumsätze im ersten

Quartal um 2,2 Prozent. Besonders Pierre Cardin mit +2,1 Prozent und Baldessarini mit +6,9 Prozent erzielten erfreuliche Zuwächse. Bei Otto Kern wurden unwirtschaftliche Kundenbeziehungen beendet, weshalb die Umsätze zurückgingen. Der Umsatzanteil des Premium Segments am Gesamtumsatz des ersten Quartals 2016/17 stieg auf 71,0 Prozent gegenüber 68,2 Prozent im Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Pioneer Jeans mit starkem Zuwachs, Umsatzrückgang im Jeans, Casual & Workwear Segment durch zwei Sondereinflüsse

Bereinigt um die Umsatzverschiebungen von etwa 1,5 Mio. EUR in das zweite Quartal

2016/17 erzielten die Marken im Jeans, Casual & Workwear Segment im ersten Quartal stabile Umsätze. Insbesondere Pioneer Authentic Jeans erzielte ein gutes Plus von bereinigt 9,9 Prozent und unbereinigt 2,9 Prozent. Neben der Saisonverschiebung sank der Umsatz des Jeans, Casual & Workwear Segments durch die beendeten Aktivitäten mit Gin Tonic und dem letzten Private Label Kunden (-1,2 Mio. EUR). Zusammengekommen ging der Segmentumsatz in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres um 2,7 Mio. EUR auf 18,3 Mio. EUR zurück (-12,9 Prozent). Der Anteil des Segments am Gesamtumsatz betrug zum Quartalsstichtag 29,0 Prozent (Vorjahr 31,8 Prozent).

UMSATZ NACH SEGMENTEN

Mio. EUR		Q1 2016/17	Q1 2015/16	Veränderung in %
Premium Brands*		44,8	45,2	-0,9
Jeans, Casual & Workwear	Gesamt	18,3	21,0	-12,9
	fortgeführte Aktivitäten**	18,1	19,6	-7,7
Summe	Gesamt	63,1	66,2	-4,7
Summe	fortgeführte Aktivitäten**	62,9	64,8	-2,9

* inkl. Sonstige 0,1 Mio. EUR (Vorjahr 0,1 Mio. EUR)

** bereinigt um Auslaufaktivitäten Gin Tonic und Private Label

ERTRAGSLAGE

Umsatzbedingter Ergebnisrückgang trotz leicht verbesserter Rohertragsmarge und Cost Savings

Aufgrund des Wegfalls von margenschwachem Geschäft verbesserte sich die Rohertragsmarge leicht um 0,4 Prozentpunkte von 51,7 Prozent auf 52,1 Prozent und dämpfte damit den Umsatzeffekt auf den Rohertrag. Einen positiven Einfluss auf die nachfolgenden Ergebnisebenen hatten auch die niedrigeren betrieblichen Aufwendungen bestehend aus Personal- und sonstigen betrieblichen Aufwendungen sowie Abschreibungen, die mit 28,6 Mio. EUR um 0,3 Mio. EUR bzw. 1,0 Prozent unter dem Wert der Vorjahresperiode lagen (28,9 Mio. EUR). Vor allem geringere Personalaufwendungen waren für diese

Kosteneinsparungen maßgeblich. Das umsatzbedingte Rohertragsminus von 1,3 Mio. EUR bzw. 3,8 Prozent wurde dadurch aber nicht ausgeglichen, so dass das EBIT vor Sondereffekten um 1,0 Mio. EUR von 5,3 Mio. EUR auf 4,3 Mio. EUR zurückging (-18,9 Prozent). Sonderaufwendungen gab es im Berichtszeitraum nicht, während in der Vorjahresperiode noch 0,1 Mio. EUR vor allem für Abfindungen von Mitarbeitern anfielen. Das Finanzergebnis lag auf Höhe des Vorjahreswerts und war wie auch die Ertragsteuern nicht von Sondereffekten beeinflusst. Die Steuerquote war in beiden Jahren vergleichbar. Das Konzernergebnis nach Steuern ging in den ersten drei Monaten 2016/17 um 0,6 Mio. EUR oder 17 Prozent von 3,5 Mio. EUR auf 2,9 Mio. EUR zurück.

ERTRAGSLAGE

Mio. EUR	Q1 2016/17	Q1 2015/16	Veränderung in %
Umsatzerlöse	63,1	66,2	-4,7
Rohertrag	32,9	34,2	-3,8
in % vom Umsatz	52,1	51,7	
Personalaufwand*	-12,6	-12,9	2,3
Saldo sonstige betr. Aufwendungen/Erträge*	-14,7	-14,8	0,7
EBITDA*	5,6	6,5	-13,8
Abschreibungen	-1,3	-1,2	-8,3
EBIT*	4,3	5,3	-18,9
Sondereffekte	0,0	-0,1	
Finanzergebnis	-0,2	-0,2	0,0
Ergebnis vor Ertragsteuern	4,1	5,0	-18,0
Ertragsteuern	-1,2	-1,5	20,0
Konzernergebnis	2,9	3,5	-17,1

* vor Sondereffekten

Segmentergebnisse

Die Ergebnisse der im Premium Segment enthaltenen Marken Baldessarini, Pierre Cardin und Otto Kern wurden einerseits durch den umsatzbedingt niedrigeren Rohertrag und andererseits durch moderat gestiegene sonstige betriebliche Aufwendungen beeinflusst. Insgesamt sank das Q1-Ergebnis des Premium-segments um 0,3 Mio. EUR von 3,5 Mio. EUR auf 3,2 Mio. EUR.

Durch den niedrigeren Umsatz sank der Rohertrag des Jeans, Casual & Workwear Segments bei einer leicht verbesserten Rohertragsmarge um 1,2 Mio. EUR. Die Kosteneinsparungen bei Personal und sonstigen betrieblichen Aufwendungen von insgesamt 0,5 Mio. EUR bzw. 7,6 Prozent konnten das Rohertragsminus nur mindern aber nicht kompensieren. Das EBIT vor Sondereffekten des Segments ging somit um 0,7 Mio. EUR von 1,8 Mio. EUR auf 1,1 Mio. EUR zurück.

EBIT vor Sondereffekten nach Segmenten

Mio. EUR	Q1 2016/17	Q1 2015/16	Veränderung in %
Premium Brands	3,2	3,5	-8,6
Jeans, Casual & Workwear	1,1	1,8	-38,9
Gesamt	4,3	5,3	-18,9

FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Solide Finanzlage mit 56 Prozent Eigenkapitalquote

Die Eigenkapitalquote lag zum Quartalsstichtag mit 56,2 Prozent auf gewohnt hohem Niveau und leicht unter dem Wert des Vor-

jahresstichtags von 57,1 Prozent. Ursache für den moderaten Rückgang war das Verhältnis von leicht niedrigerem Eigenkapital (-1,1 Mio. EUR) bei gleichzeitig etwas höherer Bilanzsumme. Die Bilanzsumme lag am Quartalsstichtag mit 190,1 Mio. EUR um 0,7 Mio. EUR über der am Stichtag des Vorjahres

(189,4 Mio. EUR). Insbesondere die im Zuge der Saisonverschiebung gestiegenen Vorräte (+3,8 Mio. EUR) bei umsatzbedingt geringeren Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (-2,4 Mio. EUR) haben zur Ver-

längerung der Bilanz geführt. Die Mittelbindung im Net Working Capital stieg durch die höheren Vorräte und trotz der niedrigeren Forderungen aus Lieferung und Leistungen kurzfristig um 2,0 Mio. EUR an.

Steuerungsgrößen und Kennzahlen

		Q1 2016/17	Q1 2015/16
Umsatzerlöse	Mio. EUR	63,1	66,2
Rohertragsmarge	in %	52,1	51,7
EBITDA*	Mio. EUR	5,6	6,5
EBIT-Marge*	in %	8,9	9,8
EBIT*	Mio. EUR	4,3	5,3
EBIT-Marge*	in %	6,8	8,0
Konzernergebnis	Mio. EUR	2,9	3,5
Umsatzrendite vor Steuern	in %	6,4	7,5
Umsatzrendite nach Steuern	in %	4,6	5,3
Ergebnis je Aktie			
Stammaktie	in EUR	0,19	0,23
Vorzugsaktie	in EUR	0,24	0,28
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	Mio. EUR	-9,6	-7,7
Net Working Capital**	Mio. EUR	102,5	100,5
Eigenkapitalquote	in %	56,2	57,1
Mitarbeiter zum Stichtag		2.122	2.048

* vor Sondereffekten

** Vorräte, Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

2. NACHTRAGSBERICHT

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

3. PROGNOSEBERICHT

Im Jahr 2017 unverändert anspruchsvolles Marktumfeld für Bekleidung in Europa

Für die Eurozone prognostizieren Volkswirte einen weiterhin stetigen Anstieg des BIP 2017 (Bruttoinlandsprodukt) von 1,8 Prozent (2016: 1,7 Prozent; alle Werte Commerzbank Research März 2017). Für Deutschland und Frankreich wird mit jeweils 1,6 Prozent eine BIP-Zunahme leicht unterhalb des Mittels des Euroraums erwartet. Der private Konsum dürfte sowohl in Deutschland als auch in den für Ahlers wichtigen europäischen Märkten

eine Stütze der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung bleiben. In Deutschland liegt die Konsumstimmung der Verbraucher nach wie vor auf einem hohen Niveau. Die Ausgaben der Verbraucher werden im laufenden Jahr voraussichtlich um 1,5 Prozent steigen (GfK Konsumklima, 23. März 2017). Wie in den beiden vorangegangenen Jahren konnte der deutsche Bekleidungseinzelhandel in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres nicht von diesen grundsätzlich positiven Rahmenbedingungen profitieren. Der Onlinehandel mit Mode wuchs auch nur sehr verhalten (+0,6 Prozent, Quelle GfK Fashion & Lifestyle) und glich den rückläufigen Trend des stationären Bekleidungseinzelhandels nicht aus. Auch wenn die Marktentwicklung im ersten Quartal deutlich rückläufig war, dürfte im gesamten Jahr eine stabile bis leicht rückläufige Marktentwicklung in Deutschland und Westeuropa noch möglich sein. Im März 2017, dem ersten vollständigen Monat der Sommersaison 2017, meldete der Facheinzelhandel wieder positive Entwicklungen.

Für Russland wird 2017 ein BIP-Zuwachs von 1,3 Prozent und damit ein Ende der zweijährigen Rezession erwartet. Auch für die anderen Länder Osteuropas prognostizieren die Volkswirte Zuwächse, sodass der Bekleidungseinzelhandel der gesamten Region entsprechend der durchschnittlichen BIP-Zuwachsrate von etwas über 2 Prozent leicht wachsen dürfte.

Weitgehend stabile Umsatzentwicklung erwartet

Das Umsatzwachstum im Geschäftsjahr 2016/17 sollte vor allem durch die Premiummarken Baldessarini und Pierre Cardin aber auch durch Pioneer Authentic Jeans getragen werden. Vollständig entfallen werden der Gin Tonic-Umsatz durch die Geschäftseinstellung sowie der Private-Label-Umsatz. Wie im Geschäftsbericht 2015/16 prognostiziert, dürfte das Wachstum der bestehenden Marken die entfallenden Umsätze etwa kompensieren. Die Auftragslage für die Frühjahr-/Sommersaison 2017 und die bislang erhaltenen Aufträge für Herbst/Winter 2017 stützen diese Annahmen.

Forecast bestätigt: stabiles bis leicht steigendes Ergebnis im Geschäftsjahr 2016/17 prognostiziert

Ahlers bestätigt den im Geschäftsbericht veröffentlichten Forecast eines stabilen bis leicht steigenden Konzernergebnisses nach Steuern im Geschäftsjahr 2016/17. Die Erwartung einer moderat steigenden Rotertragsmarge zeichnet sich bereits im ersten Quartal ab. Die Kosten für Personal und sonstigen betrieblichen Aufwand dürften im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres stabil bleiben oder leicht steigen. Die Sondereffekte dürften dagegen unter denen des Vorjahres liegen. Die Steuerquote und das Finanzergebnis sollten weiterhin etwa unverändert sein.

Unveränderte Bilanzstrukturen und Verbesserung des operativen Cashflows angestrebt

Das Management arbeitet intensiv an der Reduzierung des Net Working Capitals. Der kurzfristige Vorratsaufbau dürfte im Laufe des Jahres 2016/17 wieder mindestens auf Vorjahresniveau reduziert werden oder die Bestände dürften sich sogar verringern. Zusammen mit höheren Abschreibungen und dem erwarteten Ergebnis dürfte dies zu einem gestiegenen Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit führen. Die Bilanz sollte ihre sehr solide Struktur kaum verändern und sich im Geschäftsjahresverlauf strukturell eher verbessern.

Herford, im April 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	28.02.2017		29.02.2016	
	Mio. EUR	in %	Mio. EUR	in %
Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	40,8	21,5	40,3	21,3
Sonstige langfristige Vermögenswerte	19,7	10,4	20,2	10,7
Latente Steueransprüche	1,1	0,6	1,1	0,6
Langfristige Vermögenswerte	61,6	32,5	61,6	32,6
Vorräte	76,4	40,1	72,6	38,3
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	40,3	21,2	42,7	22,5
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	6,7	3,5	5,5	2,9
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	5,1	2,7	7,0	3,7
Kurzfristige Vermögenswerte	128,5	67,5	127,8	67,4
Summe Aktiva	190,1	100,0	189,4	100,0

Passiva	28.02.2017		29.02.2016	
	Mio. EUR	in %	Mio. EUR	in %
Eigenkapital	106,9	56,2	108,0	57,0
Pensionsrückstellungen	4,2	2,2	4,5	2,4
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	24,3	12,8	24,3	12,8
Latente Steuerverbindlichkeiten	2,4	1,3	2,5	1,3
Langfristige Schulden	30,9	16,3	31,3	16,5
Laufende Ertragsteuerverbindlichkeiten	1,3	0,7	1,5	0,9
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	51,0	26,8	48,6	25,6
Kurzfristige Schulden	52,3	27,5	50,1	26,5
Schulden	83,2	43,8	81,4	43,0
Summe Passiva	190,1	100,0	189,4	100,0

KONZERN-SEGMENTINFORMATIONEN

Per 28. Februar 2017 (Vorjahr per 29. Februar 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	21.309	21.434	11.709	13.013	94	109	33.112	34.556
Vermögenswerte	97.283	92.753	24.098	26.091	18.286	18.303	139.667	137.147
Westeuropa								
Umsatzerlöse	13.972	14.153	4.971	6.281	-	-	18.943	20.434
Vermögenswerte	13.277	11.928	9.255	11.651	-	-	22.532	23.579
Mittel-/ Osteuropa/ Sonstiges								
Umsatzerlöse	9.443	9.480	1.594	1.755	-	-	11.037	11.235
Vermögenswerte	20.706	21.061	4.438	5.047	16	16	25.160	26.124

Finanzkalender

Quartalsmitteilung Q1 2016/17	11. April 2017
Analystenkonferenz in Frankfurt am Main	12. April 2017
Hauptversammlung in Düsseldorf	3. Mai 2017
Halbjahresbericht 2016/17	12. Juli 2017
Quartalsmitteilung Q3 2016/17	11. Oktober 2017
Analystenkonferenz in Frankfurt am Main	12. Oktober 2017

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 über 67 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®