



## PRESSEMITTEILUNG

12. April 2016

### **Ahlers mit leicht gestiegenen Ergebnissen und deutlich verbessertem Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit im ersten Quartal des Geschäftsjahrs 2015/16**

- **Wachsendes Kerngeschäft und steigende Einzelhandelsumsätze in rückläufigem Mode-Markt**
- **Umsatzrückgang von 2,2 Prozent aufgrund der auslaufenden bzw. reduzierten Aktivitäten von Gin Tonic und letztem großen Private Label Kunden**
- **Leicht gestiegene Ergebnisse durch Cost Saving Maßnahmen**
- **Unverändert solide Finanzlage und gesunkene Nettoverschuldung**
- **Forecast für das Gesamtjahr unverändert: spürbar höheres Ergebnis durch sinkende Aufwendungen bei stabilen bis leicht sinkenden Umsätzen erwartet**

#### **Kernaktivitäten wachsen im 1. Quartal 2015/16 gegen rückläufigen Markt**

Der Umsatz der im Konzern verbleibenden Aktivitäten ist im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2015/16 um 0,4 Mio. EUR bzw. 0,6 Prozent gestiegen. Besonders erfolgreich waren die Marke Pioneer Authentic Jeans, die um kraftvolle 14 Prozent zulegte und die Pierre Cardin Konfektion, die mit ihren Anzügen 13 Prozent Zuwachs erzielte. Auch die rückläufige Umsatzentwicklung in Russland und der Ukraine wurde gestoppt. Die Verkäufe stiegen dort leicht um 0,6 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Darüber hinaus steigerte Ahlers seine Umsätze im ersten Quartal 2015/16 im übrigen Ost- und Mitteleuropa um 6,9 Prozent auf 9,3 Mio. EUR. Die Umsätze im eigenen Einzelhandel stiegen im Berichtszeitraum um 6,5 Prozent und machten damit 11,0 Prozent vom Gesamtumsatz aus (Vorjahr 10,2 Prozent). Auf vergleichbarer Fläche wuchsen die Umsätze trotz schwieriger Marktbedingungen um 2,4 Prozent. Weiterhin positiv entwickelte sich das eCommerce Geschäft, das ein Plus von 17 Prozent erzielte.

#### **Gesamtumsatz durch Auslaufaktivitäten wie erwartet leicht gesunken**

Insgesamt ist der Konzernumsatz in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2015/16 trotz wachsender Kernaktivitäten um 1,5 Mio. EUR von 67,7 Mio. EUR auf 66,2 Mio. EUR zurückgegangen. Ausschließliche Gründe für dieses Umsatzminus von 2,2 Prozent waren der Rückgang des Geschäfts mit Gin Tonic (-0,7 Mio. EUR) sowie die weitere Reduzierung der Umsätze mit dem letzten großen Private Label Kunden (-1,2 Mio. EUR).



### **Leicht verbesserte Ergebnisse durch Einsparungen aus der Geschäftsaufgabe von Gin Tonic und anderer Cost Saving Maßnahmen**

Das EBIT vor Sondereffekten lag mit 5,3 Mio. EUR um 1,9 Prozent höher als am Vorjahresstichtag (5,2 Mio. EUR). Das Konzernergebnis nach Steuern stieg leicht um 1,7 Prozent von 3,46 Mio. EUR im Vorjahr auf 3,52 Mio. EUR. Niedrigerer Umsatz und wechselkursbedingt teurere Einkäufe von Waren in Fernost führten zu einem Rückgang des Rohertrags. Das Minus von 1,2 Mio. EUR bzw. 3,4 Prozent wurde allerdings durch niedrigere betriebliche Aufwendungen mehr als ausgeglichen. Der Sachaufwand war in Q1 2015/16 mit 28,9 Mio. EUR um 1,3 Mio. EUR oder 4,3 Prozent niedriger als in der Berichtsperiode des Vorjahres (30,2 Mio. EUR).

### **Stark gesunkenes Net Working Capital und reduzierte Netto-Verschuldung**

Geringere Vorräte (-2,1 Mio. EUR), niedrigere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (-3,8 Mio. EUR) sowie höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (+3,5 Mio. EUR) entlasteten das Net Working Capital und ließen es um zusammen 9,4 Mio. EUR zurückgehen (-8,6 Prozent). Die dadurch freigesetzte Liquidität verbesserte den Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit um 26 Prozent bzw. 2,7 Mio. EUR und konnte zur Reduzierung von Finanzverbindlichkeiten genutzt werden. Die Nettoverschuldung zum Ende des ersten Quartals ging so von 37,7 Mio. EUR auf 33,6 Mio. EUR zurück (-4,1 Mio. EUR oder -11 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert). Die Eigenkapitalquote lag zum Stichtag bei soliden 57,1 Prozent (Vorjahreswert 58,2 Prozent).

### **Forecast bestätigt: Spürbares Ergebnisplus erwartet**

Sowohl die Auftragslage für die Frühjahr-/Sommersaison 2016 als auch die erfreulich abgeschlossene Vororder für Herbst/Winter 2016 stützen die Annahme eines wachsenden Kerngeschäfts, das in 2016 das Umsatzminus der auslaufenden bzw. reduzierten Aktivitäten mit Gin Tonic und Private Label weitgehend ausgleichen sollte. Ahlers bestätigt den im Geschäftsbericht veröffentlichten Forecast, dass die Ergebnisse im Geschäftsjahr 2015/16 auf den Ergebnisebenen EBIT nach Sondereffekten und Konzernergebnis nach Steuern durch Kostenreduzierungen spürbar über den Werten des Vorjahres liegen sollten.

### **Ihr Ansprechpartner bei Rückfragen:**

Ahlers AG  
Götz Borchert  
Leitung Marketing, Retail und Unternehmenskommunikation  
Telefon: +49 (0)5221/ 979 270  
E-Mail: [goetz.borchert@ahlers-ag.com](mailto:goetz.borchert@ahlers-ag.com)