



PRESSEMITTEILUNG

22. Juni 2016

- **Ahlers mit einem Umsatzplus von 3,5 Prozent im zweiten Quartal 2016 am oberen Rand der Erwartungen**
- **Wachstum mit Baldessarini, Pierre Cardin und Pioneer Authentic Jeans in rückläufigem Marktumfeld**
- **Dadurch im ersten Halbjahr 2015/16 deutliche Ergebniszuwächse**
- **Der Forecast für das Gesamtjahr 2015/16 bleibt im Wesentlichen unverändert: bei stabilen Umsätzen wird ein spürbar höheres Ergebnis durch sinkende Aufwendungen erwartet**

Ahlers hat im zweiten Quartal 2016 trotz auslaufender Aktivitäten bei Gin Tonic und im Private Label Geschäft ein Umsatzplus von 3,5 Prozent erzielt. Ursprünglich hatte der Vorstand mit stabilen bis leicht rückläufigen Umsätzen gerechnet. Durch das Plus im zweiten Quartal wurde das Minus der ersten Drei-Monatsperiode ausgeglichen. Der Umsatz lag im ersten Halbjahr 2015/16 bei 118,3 Mio. EUR, 0,2 Mio. EUR oder 0,2 Prozent mehr als im ersten Halbjahr 2014/15 (118,1 Mio. EUR).

Spürbare Umsatzzuwächse erzielte Ahlers im ersten Halbjahr mit seinen Kernmarken Baldessarini (+6 Prozent), Pierre Cardin (+2 Prozent) und Pioneer Authentic Jeans (+12 Prozent). Das Wachstum wurde gegen rückläufige Marktentwicklungen in Deutschland und im Ausland mit dem Facheinzelhandel (Wholesale-Geschäft) erzielt. Auch der eigene Einzelhandel legte um 6 Prozent zu. Die größte Zuwachsrate erreichte der eCommerce (+17 Prozent).

Durch die höheren Umsätze stiegen auch die Ergebnisse etwas kräftiger als erwartet: Ahlers erzielte im ersten Halbjahr 2015/16 ein EBIT vor Sondereffekten von 2,2 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahreswert von 0,7 Mio. EUR (+214 Prozent). Das Ergebnis nach Steuern wuchs im gleichen Zeitraum von 0,0 Mio. EUR auf 0,8 Mio. EUR. Maßgeblich für die Ergebnissteigerungen waren Kosteneinsparungen u.a. durch die Aufgabe von Gin Tonic.



Im zweiten Halbjahr 2016 dürften sich der Umsatztrend des ersten Halbjahrs fortsetzen und etwa stabile Umsätze erzielt werden. Bisher hatte der Vorstand stabile bis leicht rückläufige Umsätze erwartet. Damit dürfte das Modeunternehmen im Kerngeschäft mit den verbleibenden Segmenten Premium Brands (Pierre Cardin, Baldessarini, Otto Kern) und Jeans, Casual & Workwear um etwa 3 Prozent wachsen und den Wegfall der Auslaufaktivitäten ausgleichen. Die Ergebnisse im Geschäftsjahr 2015/16 sollten auf allen Ergebnisebenen spürbar über den Werten des Vorjahres liegen. Für den Konzern-Jahresüberschuss prognostiziert der Vorstand einen Zuwachs um einen hohen zweistelligen Prozentsatz gegenüber dem Vorjahreswert von 1,4 Mio. EUR. Die Ergebnisprognose für das Gesamtjahr bleibt damit unverändert.

Alle Zahlen sind noch vorläufig. Die endgültigen Zahlen des ersten Halbjahres 2015/16 veröffentlicht Ahlers am 14. Juli 2016.

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