



DVFA – Analystenkonferenz

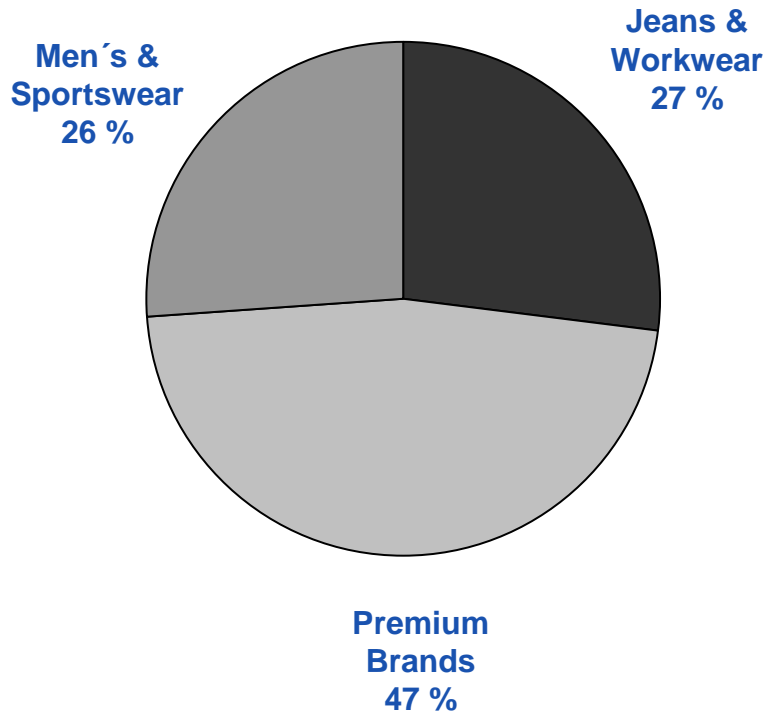
Ahlers AG

Q3 2007/08

Frankfurt, 15. Oktober 2008

- Überblick über die Unternehmenssegmente
- Finanzinformationen Q3 2007/08
- Strategische Ziele
- Restrukturierungsprogramm 2008
- Ausblick 2007/08
- Allgemeine Informationen

(Stand Q3 2007/08)



Drei Unternehmenssegmente

- **Premium Brands**
 - Baldessarini
 - Otto Kern
 - pierre cardin
- **Jeans & Workwear**
 - Pionier / Pioneer Familie
- **Men's & Sportswear**
 - Gin Tonic
 - Jupiter

Marken

Drei äußerst bekannte Marken



- Luxuriöse Modemarke mit „Sartoria“-Qualität
- Hohe Markenbekanntheit in Europa



- Eine der Top 5 Luxus-Weltmarken
- Ahlers als einer der größten europäischen Lizenznehmer mit Lizenzen der wichtigsten Männerbekleidungsprodukte und Damenjeans



- Moderne, informierte und tragbare Mode mit Qualitätsanspruch
- Hoher Bekanntheitsgrad der Marke



Baldessarini
BALDESSARINI

- Internationale bekannte Luxusmarke mit **bestem Image**
- **Hauptmärkte:** Russland, Deutschland, Frankreich
- Hohe internationale **Markenbekanntheit** durch das Parfüm
- **Mitbewerber:** Brioni, Canali, Zegna

Neues Brand Concept Baldessarini



- Fortführung der bestehenden Luxusmarke



- Gehobene Marktpositionierung
- Erfolgreicher Erstverkauf für Auslieferung Frühjahr 2009
- Wichtige Zielkunden ab 1. Saison (Hirmer, Anson´s, Royal Collection)



- Gehoben positionierte Jeanslinie




pierre cardin

- **Hauptmärkte:** Deutschland, Frankreich, Österreich, Osteuropa
- **Wichtige Kunden:** P&C, Galerie Lafayette, Hirmer, Engelhorn
- **Mitbewerber:** Daniel Hechter, Brax, BOSS
- **Denim Rags** als modische Teilkollektion





OTTO KERN

- **Hauptmärkte:** Deutschland, Osteuropa
- **Wichtige Kunden:** P&C, Anson's, Pohland, Appelrath & Cüpper
- **Mitbewerber:** JOOP, BOSS, Strellson
- Erfolgreicher Launch des **Signature Dufts** zum Herbstgeschäft 2008



Marken

Pionier / Pioneer Familie

Traditionelle Produkte mit hoher Markenbekanntheit und Qualitätsimage



- Traditionelle Qualitätsjeans mit entsprechenden Sportswear-Produkten



- Markenberufskleidung: „Blaue“ Arbeits- und Zunftkleidung, Corporate Wear



- Freizeithosen-Kollektion in allen Größen



AUTHENTIC JEANS



- **Hauptmärkte:** Deutschland, Russland, Niederlande
- Wichtige **Kunden:** Karstadt, Kaufhof, Engbers
- **Mitbewerber:** Mustang, Wrangler, Alberto



Pionier[®]
w o r k w e a r

- **Hauptmarkt:** Deutschland
- **Firmenkunden:** Polizei Niedersachsen
Audi
Deutsche Steinkohle
Warsteiner Bier
- **Mitbewerber:** Kansas, Mascot, Gottfried Schmitt



Marken

GIN TONIC®
GIN FIZZ
— WOMAN —

- Junge Sportswear für Männer and Frauen
Alle Größen

JUPITER®  • Solide Sports- und Outerwear für Männer



GIN TONIC®

GIN FIZZ®
— WOMAN —

- **Hauptmärkte:** Deutschland, Osteuropa, Schweiz
- **Wichtige Kunden:** Kaufhof, Ludwig Beck, Jelmoli
- **Mitbewerber:** Esprit, S. Oliver, Tom Tailor



JUPITER® 



- **Hauptmärkte:** Deutschland, Frankreich, Österreich, Italien
- Wichtige **Kunden:** Quelle, Kaufhof
- **Mitbewerber:** Bugatti, Bush, Bültel, Casa Moda, Seidensticker, Olymp
- **Kernprodukte:** Sportswear, Hemd

Finanzinformationen

Q3 2007/08

1. Dezember 2007 – 31. August 2008

Umsatzerlöse nach Segmenten



in Mio. EUR	per August		% vs. Vorjahr	Anteil am Gesamt- umsatz
	2008	2007		
Premium Brands*	94,7	81,1	16,8	47%
Jeans & Workwear	53,2	51,6	3,1	27%
Men´s & Sportswear	52,6	54,4	(3,3)	26%
Gesamt	200,5	187,1	7,2	100%

* inkl. Sonstige 0,2 Mio. EUR (Vorjahr 0,3 Mio. EUR)

Umsatzerlöse nach Regionen



in Mio. EUR	per August		% vs. Vorjahr	Anteil am Gesamt- umsatz
	2008	2007		
Deutschland	102,6	99,0	3,6	51%
Westeuropa	57,1	54,6	4,6	29%
Mittel-/Osteuropa/ Sonstiges	40,8	33,5	21,8	20%
Gesamt	200,5	187,1	7,2	100%

Gewinn- und Verlustrechnung



in Mio. EUR	per August		% vs. Vorjahr
	2008	2007	
Umsatzerlöse	200,5	187,1	7,2
Rohhertrag	96,2	90,5	6,3
in % vom Umsatz	48,0	48,4	
Personalaufwand	(44,3)	(40,5)	9,4
Sonstiger Aufwand	(40,9)	(39,5)	3,5
Abschreibungen	(4,0)	(3,6)	11,1
EBIT vor aperiodischen Effekten	7,0	6,9	1,4
Aperiodische Effekte	(0,5)	1,3	-
EBIT	6,5	8,2	(20,7)
Finanzergebnis	(1,3)	0,3	-
Ertragsteuern	(1,1)	(1,8)	(38,9)
Konzernergebnis	4,1	6,7	(38,8)

EBIT vor aperiodischen Effekten nach Segmenten



in Mio. EUR	per August		% vs. Vorjahr	Anteil am Gesamt- EBIT
	2008	2007		
Premium Brands	1,7	2,6	(34,6)	25%
Jeans & Workwear	6,4	6,0	6,7	91%
Men´s & Sportswear	(1,1)	(1,7)	35,3	(16%)
Gesamt	7,0	6,9	1,4	100%

Bilanzkennzahlen



in Mio. EUR	Ende August		% vs. Vorjahr
	2008	2007	
Bilanzsumme	254,1	248,8	2,2
Eigenkapital	126,1	128,1	(1,5)
Eigenkapitalquote in %	49,6	51,5	
Finanzmittelbestand	(4,8)	9,7	-
Net Working Capital	110,1	98,1	12,2
Investitionen	4,8	4,3	10,6
Cashflow	8,4	9,5	(11,0)

Free Cashflow



in Mio. EUR	per August	
	2008	2007
Konzernergebnis	4,1	6,7
Abschreibungen	4,0	3,5
Nettoein-/auszahlungen zum Anlagevermögen		
– Sach- und immat. Vermögenswerte	(4,1)	(3,9)
– Sonst. langfr. Vermögenswerte	(0,7)	(2,7)
Veränderungen Working Capital	(21,8)	(23,3)
Veränderung der latenten und lfd. Steuern	3,9	(1,1)
Tilgung langfristige finanzielle Vermögenswerte	(0,4)	(0,3)
Veränderung verbleibendes Nettovermögen	0,6	1,0
Veränderung langfr. Rückstellungen und Fremdwährungsumrechnungseffekte	0,3	(0,7)
Free Cashflow vor Dividende	(14,1)	(20,8)
Dividendenzahlungen	(9,7)	(42,8)
Free Cashflow	(23,8)	(63,6)

Strategische Ziele

Premium

Unsere Premium-Marken werden gestärkt, der Anteil des Premium-Geschäfts ausgeweitet und das Markenportfolio optimiert. Ziel: 50% Premiumanteil im Konzern

Flächenkonzepte

Unsere Marken werden in Store- und Shop-Konzepten präsentiert und damit weiter gestärkt

Internationalisierung

Unsere Marken wachsen verstärkt in den internationalen Märkten

Fortwährende Verbesserung der Beschaffung und der logistischen Prozesse

Akquisitionsfähigkeit

Restrukturierungsprogramm 2008

- Zentralisierung von Produktionsplanungs-Aktivitäten
- Verbesserung des Produktionsportfolios
- Outsourcing von Logistikfunktionen
- Dezentralisierung der Retailabteilungen
- Aufgabe von Randaktivitäten
- Aufgabe dezentraler Standorte
- Abbau zentraler Dienste, Bündelung von Innendienstfunktionen

Premiumbereich



- Zentrales Sourcing für die Premiumlinie



- Zusammenführung Innendienste und Produktsteuerung
- Günstigere Sourcingquellen



- Zugriff auf zentrales Sourcing
- Günstigere Sourcingquellen
- Kostenreduktion

Jeans & Workwear



- Verbesserte Sourcingquellen



- Zentralisierter Innendienst
- Kostenabbau



- Keine Veränderungen

Men´s & Sportswear

JUPITER® 

- Stärkere Betonung der Produktkompetenzen Hemd und Sportswear, Aufgabe von Randaktivitäten
- Wechsel der Geschäftsführung
- Abbau von Kosten

GIN TONIC®
GIN FIZZ
— WOMAN —

- Stärkerer Aufbau der Jeanskompetenz
- Ausbau des Retailnetzwerks
- Abbau von Kosten

- Einmalkosten im Geschäftsjahr 2007/08
- Einsparungen ab 2. Halbjahr 2008/09 bei Sourcing-, Personal- und Sachkosten
- Gestärkte Wettbewerbsfähigkeit durch

Günstigeres Sourcing

Einheitliche Markenführung

Umsatzvariable Kostenstruktur

Ausblick

Geschäftsjahr 2007/08

in Mio. EUR	Trend 2008	Ist 2007
Umsatzentwicklung		
Deutschland	+	+
Westeuropa	+	-
Mittel-/Osteuropa/ Sonstiges	++	++
Insgesamt	+	+
Ergebnis		
EBIT	+	++
Konzernergebnis	--	++
Investitionen	+	+

Kalender

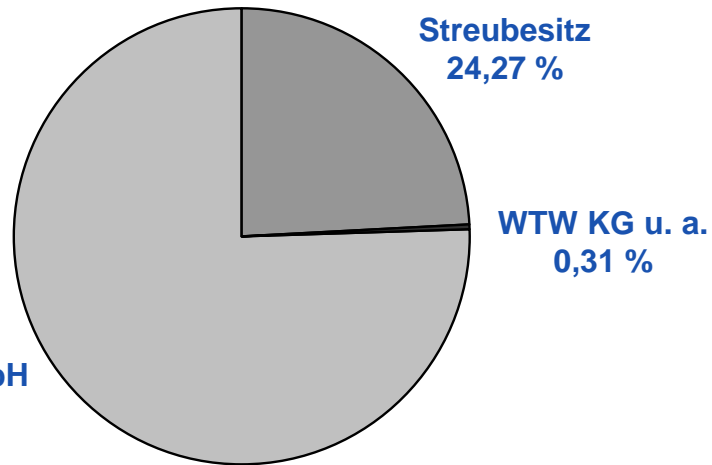
DVFA Konferenz, Frankfurt/Main	15. Oktober 2008
Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt/Main	10. November 2008
Bilanzpressekonferenz	26. Februar 2009
Hauptversammlung	6. Mai 2009

Kontakt

Dr. Stella Ahlers	Telefon: 05221 / 979 - 202
Dr. Karsten Kölsch	Telefon: 05221 / 979 - 214
Email	investor.relations@ahlers-ag.com
Internet	ahlers-ag.com

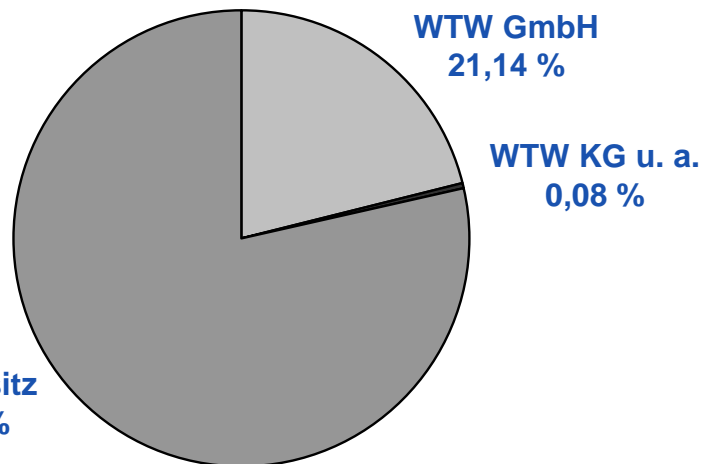
Aktionärsstruktur nach Gattungen

(Stand September 2008)



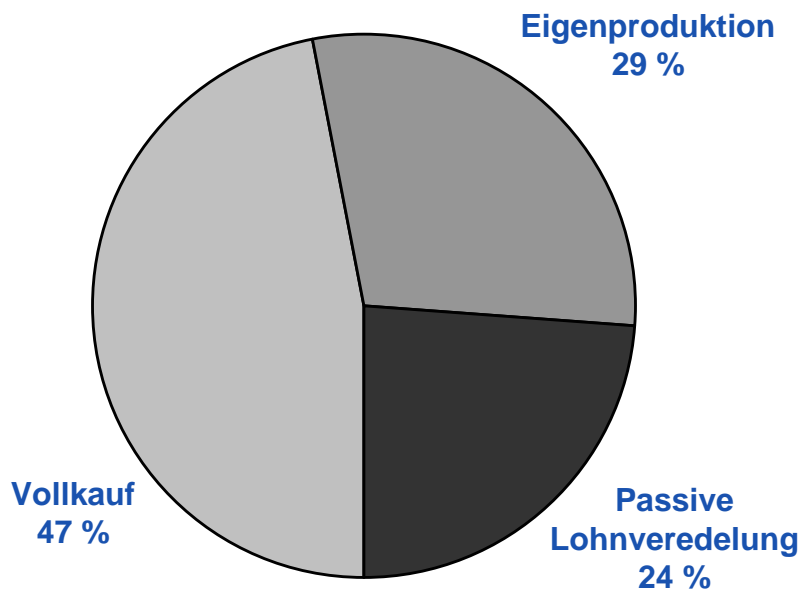
- Anteil WTW GmbH / KG u. a. am Gesamtkapital: 51,51 %

- 8,0 Mio. Stammaktien



- 6,4 Mio. Vorzugsaktien

(Stand 2007, Basis Stückzahl)



- Eigene Betriebe in Polen und Sri Lanka
- Passive Lohnveredelung in Osteuropa und Fernost
- Wichtigste Beschaffungsländer sind Polen und China mit 45%

Diese Präsentation der AHLERS AG stellt kein Angebot zum Verkauf und keine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf von Wertpapieren der AHLERS AG in den USA oder jedem anderen Staat, in dem ein solches Angebot oder eine solche Aufforderung rechtswidrig ist, dar. Die AHLERS AG übernimmt keine Haftung oder Garantie für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der in der Präsentation dargestellten Informationen oder sonstigen Inhalten.

Diese Präsentation enthält vorausschauende Aussagen, die nicht Tatsachen der Vergangenheit beschreiben, sondern zukünftige Annahmen und Erwartungen wiedergeben. Vorausschauende Aussagen beruhen auf Planungen, Schätzungen und Prognosen auf der Grundlage von Informationen, die der Geschäftsleitung des AHLERS-Konzerns derzeit zur Verfügung stehen. Sie unterliegen Risiken und Unsicherheiten, welche die endgültigen Ergebnisse unter Umständen stark von den vorausschauenden Aussagen abweichen lassen. Viele dieser Risiken und Unsicherheiten gründen auf Faktoren, welche nicht durch den AHLERS-Konzern beeinflusst oder präzise geschätzt werden können. Hierzu gehören unter anderem die gesetzlichen Rahmenbedingungen, die zukünftige Markt- und Wirtschaftslage, das Verhalten anderer Marktteilnehmer und die Fähigkeit, unternehmerische Ziele erfolgreich umzusetzen. Der Nutzer dieser Präsentation ist gehalten, kein zu hohes Vertrauen in die vorausschauenden Aussagen zu setzen, welche nur zum Datum ihrer Veröffentlichung gelten. Der AHLERS-Konzern übernimmt keine Verpflichtung, vorausschauende Aussagen angesichts neuer Informationen, zukünftiger Ereignisse oder einer geänderten Prognose der Geschäftsleitung zu korrigieren oder weiter zu entwickeln.

Marken



Baldessarini
BALDESSARINI


pierre cardin


OTTO KERN

PIONEER[®]

AUTHENTIC JEANS

PIONIER[®]
SPORTIVE

Pionier[®]
workwear

JUPITER[®] 

GIN TONIC[®]

GIN FIZZ[®]
— WOMAN —