



Roadshow

Ahlers AG – Geschäftsjahr 2006/07

Frankfurt, 12. März 2008

- Status, Vision und Strategische Ziele
- Unternehmensbereiche und ihre Entwicklungen
- Finanzinformationen Geschäftsjahr 2006/07
- Ausblick
- Allgemeine Informationen

Status

Ahlers ist einer der führenden europäischen Männermoden-Spezialisten mit einer hohen Produktkompetenz und namhaften Marken

Vision

Ahlers entwickelt sich zu einer Fashionholding mit international erfolgreichen Marken, mit professionellem Brandmanagement und einer exzellenten logistischen Plattform

Strategische Ziele

Premium

Unsere Premium-Marken werden gestärkt, der Anteil des Premium-Geschäfts ausgeweitet und das Markenportfolio optimiert.

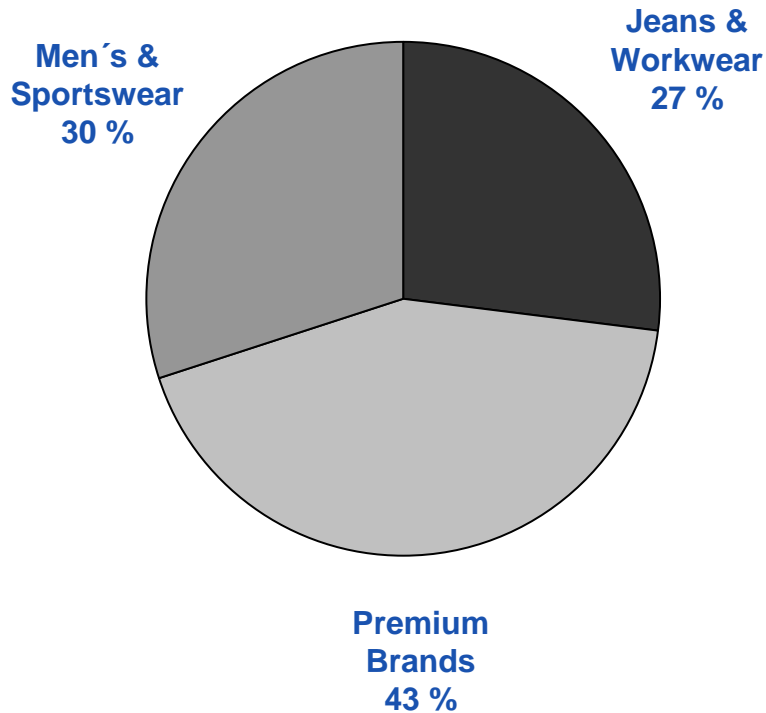
Ziel: 50% Premiumanteil im Konzern

Flächenkonzepte

Unsere Marken werden in Flächenkonzepten präsentiert und damit weiter gestärkt

Internationalisierung

Unsere Marken wachsen verstärkt in den internationalen Märkten



Drei Unternehmenssegmente

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

1. Marken

Drei äußerst bekannte Marken



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



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



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

Baldessarini

BALDESSARINI



- **Hauptmärkte:** Russland, Deutschland, Frankreich
- Hohe internationale **Markenbekanntheit** durch das Parfüm
- **Mitbewerber:** Brioni, Canali, Zegna
- **Premiumline** mit Launch im Juli 2008



OTTO KERN

captured by style

- **Hauptmärkte:** Deutschland, Osteuropa
- Wichtige **Kunden:** P&C, Anson´s, Pohland, Appelrath & Cüpper
- **Mitbewerber:** JOOP, BOSS, Strellson



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
- **Neue Lizenzgebiete** in Nachfolgestaaten Jugoslawiens, neue Produktlizenzen in Schweiz und Niederlanden

2. Finanz- und Ertragslage

in Mio. EUR	per November		% vs. Vorjahr
	2007	2006	
Umsatzerlöse	112,7	97,2	15,9
Deutschland	48,7	44,8	8,7
Ausland	64,0	52,4	22,1
Segmentergebnis*	3,2	(1,8)	

- Erfolgreiche Entwicklung der pierre cardin-Produkte
- pierre cardin-Bereich übertrifft Ertragsvorgaben
- Entwicklungs- und Wachstumsfelder für Baldessarini und Otto Kern

* Ergebnis vor Steuern

1. 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

Jeans & Workwear



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





Pionier[®]
workwear

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



PIONIER® SPORTIVE



- **Hauptmärkte:** Deutschland, Frankreich, Benelux
- Einige **Kunden:** Weingarten, Otto, Quelle
- **Mitbewerber:** Hattric, Meyer, Brühl

2. Finanz- und Ertragslage

in Mio. EUR	per November		% vs. Vorjahr
	2007	2006	
Umsatzerlöse	70,1	67,0	4,6
Deutschland	50,0	47,6	5,0
Ausland	20,1	19,4	3,6
Segmentergebnis*	9,2	8,4	9,5

- Solide Ertragsbasis
- Teilsegmente erreichen Ertragsvorgaben

* Ergebnis vor Steuern

1. 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
- **Neue Lizenzen** Duft, Brillen, Schuhe



JUPITER® 



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

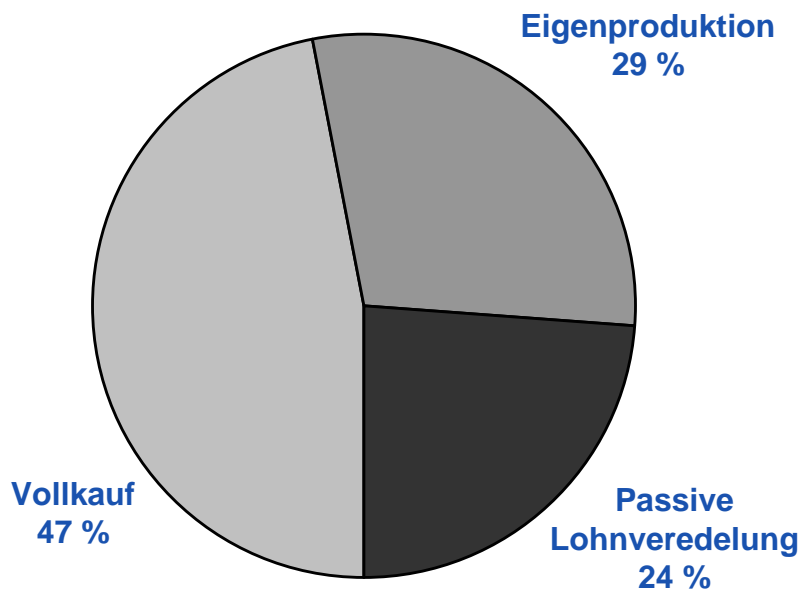
2. Finanz- und Ertragslage

in Mio. EUR	per November		% vs. Vorjahr
	2007	2006	
Umsatzerlöse	76,8	81,5	(5,8)
Deutschland	39,3	43,5	(9,7)
Ausland	37,5	38,0	(1,3)
Segmentergebnis*	(0,4)	0,1	-

- Beide Marken nahe der Gewinnschwelle
- Gute Markenpositionierung von Gin Tonic, schlanke Kostenstruktur

* Ergebnis vor Steuern

(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%

Finanzinformationen Geschäftsjahr 2006/07

Umsatzerlöse nach Regionen



in Mio. EUR	2007	2006	% vs. Vorjahr	Anteil am Gesamtumsatz
Deutschland	138,4	136,2	1,6	53%
Westeuropa	70,9	71,6	(1,0)	28%
Mittel-/Osteuropa/ Sonstiges	50,6	38,1	32,8	19%
Insgesamt	259,9	245,9	5,7	100%

Gewinn- und Verlustrechnung



in Mio. EUR	2007	2006	% vs. Vorjahr
Umsatzerlöse	259,9	245,9	5,7
Rohhertrag	125,9	118,6	6,2
in % vom Umsatz	48,4	48,2	
Personalaufwand	(54,4)	(50,6)	7,5
Sonstiger Aufwand	(54,2)	(49,4)	9,7
Abschreibungen	(4,8)	(4,9)	(2,0)
EBIT vor Wertminderung IAS 36	12,5	13,7	(8,8)
Wertminderung nach IAS 36	(0,5)	(9,3)	(94,6)
EBIT nach Wertminderung IAS 36	12,0	4,4	172,7
Finanzergebnis	(0,3)	(0,8)	(62,5)
Ertragsteuern	(2,0)	(3,7)	(45,9)
Konzernergebnis*	9,7	(0,1)	

* 2006: ohne 93,0 Mio. EUR Ergebnis aus aufgegebenem Geschäftsbereich

Bilanzkennzahlen



in Mio. EUR	30. November		% vs. Vorjahr
	2007	2006	
Bilanzsumme	248,4	245,0	1,4
Eigenkapital	131,2	164,7	(20,3)
Eigenkapitalquote in %	52,8	67,2	
Finanzmittelbestand	18,9	73,3	(74,2)
Net Working Capital	88,3	74,8	18,0
Investitionen	6,3	5,9	6,8
Cash Flow*	12,8	112,0	

* inkl. aufgegebenem Geschäftsbereich

Free Cashflow



in Mio. EUR	2007	2006
Konzernergebnis	9,7	92,9
Abschreibungen	5,3	15,2
Nettoein-/auszahlungen zum Anlagevermögen		
– Sach- und immat. Vermögenswerte	(6,2)	91,5
– Sonst. langfr. Vermögenswerte	(2,4)	(12,8)
Gewinne aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen	-	(90,5)
Veränderungen Working Capital	(13,5)	4,7
Veränderung der latenten und lfd. Steuern	(2,1)	0,0
Tilgung v. langfr. finanziellen Vermögenswerten	(2,2)	(5,5)
Veränderung d. verbleibenden Nettovermögens	1,5	(2,0)
Veränderung langfr. Rückstellungen und Fremdwährungsumrechnungseffekte	(1,7)	3,7
Free Cashflow vor Dividende	(11,6)	97,2
Dividendenzahlungen	(42,8)	(14,0)
Free Cashflow	(54,4)	83,2

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

Kalender

Bilanzpressekonferenz	11. März 2008
Zwischenbericht Q1	14. April 2008
DVFA Konferenz, Frankfurt/Main	17. April 2008
Hauptversammlung	15. Mai 2008
Zwischenbericht Q2	15. Juli 2008
Zwischenbericht Q3	14. Oktober 2008

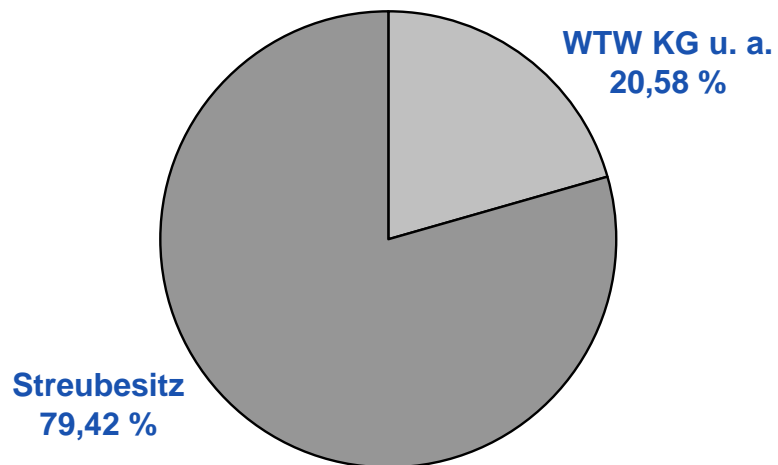
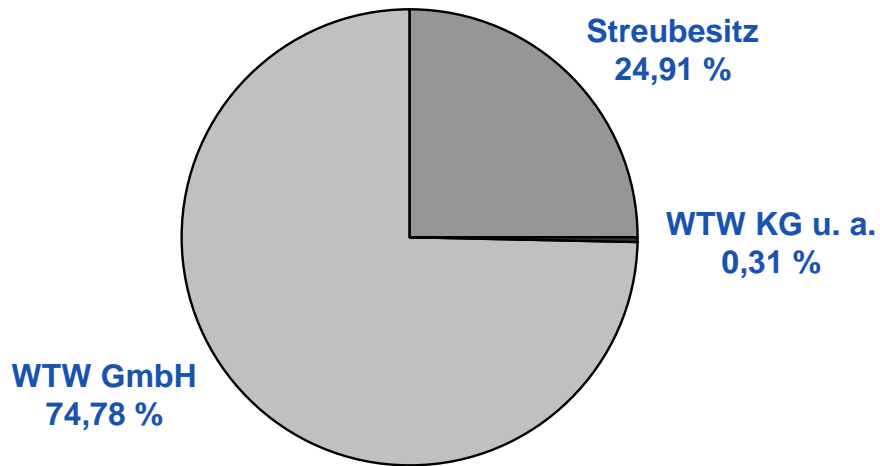
Kontakt

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 November 2007)



- Anteil WTW GmbH / KG u. a. am Gesamtkapital: 50,87 %

- 8,0 Mio. Stammaktien

- 6,4 Mio. Vorzugsaktien

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.

Baldessarini
BALDESSARINI



pierre cardin

OTTO KERN
captured by style



PIONEER[®]
NO. 31206402
AUTHENTIC JEANS

PIONIER[®]
SPORTIVE

Pionier[®]
workwear

JUPITER[®] 

GIN TONIC[®]

GIN FIZZ[®]
— WOMAN —