

PRESSEMITTEILUNG

10. März 2016

Ahlers im Geschäftsjahr 2014/15 mit umsatzbedingt reduzierten Ergebnissen, aber gestiegenem Cashflow und unverändert solider Bilanz

Dividendenvorschlag von 0,25 EUR je Vorzugsaktie und 0,20 EUR je Stammaktie

Für 2015/16 steigendes Konzernergebnis erwartet

- Umsatzminus in 2014/15 von 5,9 Prozent durch starke Einbußen im Russlandgeschäft, verminderte Umsätze mit dem letzten großen Private Label Kunden und Gin Tonic
- Premium Segment nun mit 66 Prozent Umsatzanteil (Vorjahr 64 Prozent)
- Solide Entwicklung in Westeuropa sowie Polen
- 6 Prozent Umsatzplus im eigenen Einzelhandel
- EBIT und Konzernergebnis umsatzbedingt stark gesunken
- Unverändert solide Finanzsituation mit 58 Prozent Eigenkapitalquote und gestiegenem Cashflow

Drei Umsatztrends maßgeblich für den Umsatzrückgang in 2014/15

Der Umsatz ist im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014/15 von 257,1 Mio. EUR um 5,9 Prozent auf 241,9 Mio. EUR gesunken. Verantwortlich für diesen Rückgang waren im Wesentlichen drei Faktoren. Die Krise in Russland und der Ukraine führte zu einem Umsatzrückgang von 9,0 Mio. EUR. Hinzu kamen die Halbierung des Umsatzes mit dem letzten großen Private Label Kunden um 4,2 Mio. EUR und der Umsatzrückgang von Gin Tonic um 2,1 Mio. EUR.

Solide Entwicklung im rückläufigen europäischen Bekleidungsmarkt

Abgesehen von den drei Faktoren hat sich Ahlers in einem rückläufigen europäischen Bekleidungsmarkt gut behauptet. Unter den schwierigen Bedingungen des deutschen Markts zeigten sich die Premiummarken Baldessarini und Pierre Cardin robust und auch Pioneer Authentic Jeans entwickelte sich besser als der Markttrend. In wichtigen Märkten Westeuropas aber auch in Teilen Osteuropas wurden Umsatzsteigerungen erzielt und damit Marktanteile hinzugewonnen. Der Anteil des Premiumsegments am Gesamtumsatz stieg im Geschäftsjahr 2014/15 von 64 auf 66 Prozent.



Kräftiges Umsatzplus im eigenen Einzelhandel

Eröffnungen von Stores in Deutschland und Osteuropa sowie eine steigende Flächenleistung führten 2014/15 zu einem Umsatzplus im eigenen Einzelhandel von 5,7 Prozent. Der Umsatzanteil des eigenen Retail am Gesamtumsatz stieg von 10,5 Prozent auf 11,8 Prozent. Trotz der schwierigen Marktentwicklungen stiegen die Verkäufe auf vergleichbarer Fläche um 1,7 Prozent. Der eCommerce hat im Geschäftsjahr 2014/15 ein deutliches Plus von 26 Prozent erwirtschaftet.

Stark gesunkene Ergebnisse in Folge des Umsatzrückgangs

Der Einfluss des niedrigeren Umsatzes auf den Rohertrag hat sich trotz spürbarer Einsparungen von Personal-, Sach-, Finanz- und Steueraufwendungen stark ausgewirkt. Das EBITDA vor Sondereffekten ging um 44 Prozent von 16,8 Mio. EUR auf 9,5 Mio. EUR zurück. Das EBIT vor Sondereffekten sank um 65 Prozent von 11,7 Mio. EUR auf 4,1 Mio. EUR und das Konzernergebnis reduzierte sich um 77 Prozent von 6,0 Mio. EUR auf 1,4 Mio. EUR.

Höhere Eigenkapitalquote und positiver Free Cashflow

Durch konsequentes Net Working Capital Management gingen Vorräte und Forderungen um 9,0 Mio. EUR zurück. Die Eigenkapitalquote stieg von 57,9 Prozent auf 58,3 Prozent. Die Qualität der Ahlers Bilanzstruktur wurde damit in dem schwierigen Geschäftsjahr 2014/15 sogar weiter gestärkt. Durch das reduzierte Net Working Capital stieg der Cashflow aus der operativen Geschäftstätigkeit 2014/15 um 15,6 Prozent auf 12,6 Mio. EUR. Der Free Cashflow war mit 2,8 Mio. EUR klar positiv. Ahlers setzt auch in diesem Jahr seine kontinuierliche Dividendenpolitik mit verlässlichen Dividendenzahlungen und hohen Ausschüttungsquoten fort. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der diesjährigen Hauptversammlung eine Dividende von 0,20 EUR je Stamm- und 0,25 EUR je Vorzugsaktie vor. Auf Basis der Kurswerte am 9. März 2016 lagen die Dividendenrenditen bei 2,6 Prozent (Stammaktie) und 3,5 Prozent (Vorzugsaktie).

Steigendes Konzernergebnis für das Geschäftsjahr 2015/16 erwartet

Für das laufende Geschäftsjahr 2015/16 erwartet Ahlers spürbar steigende Umsätze mit den drei Premiummarken Pierre Cardin, Baldessarini und Otto Kern und auch die Umsätze von Pioneer sollten wachsen. Die Auftragslage für die Frühjahr-/Sommersaison 2016 stützt diese Annahme ebenso wie die Ergebnisse der jetzt laufenden Vororder für Herbst/Winter 2016. Dagegen wird der Umsatz mit Gin Tonic wegen der Einstellung der Vertriebstätigkeit nach der Sommersaison 2016 entfallen. Aus heutiger Sicht rechnet Ahlers mit einem sehr moderaten Minus im Gesamtumsatz gegenüber dem Vorjahr. Aufgrund von kostensenkenden Maßnahmen sollten die Ergebnisse im Geschäftsjahr 2015/16 auf den Ebenen EBIT nach Sondereffekten und Konzernergebnis nach Steuern deutlich über den Werten des Vorjahres liegen.



Die Ahlers Konzernzahlen im Überblick:

in Mio. EUR	2014/15	2013/14	Veränderung in %
Umsatz	241,9	257,1	-5,9
EBITDA vor Sondereffekten	9,5	16,8	-43,5
EBITDA Marge (in %) vor Sondereffekten	3,9	6,5	
Konzernergebnis nach Steuern	1,4	6,0	-76,7
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	12,6	10,9	15,6
Dividende*	3,0	5,8	-48,3
Dividende je Aktie (EUR)*			
Stammaktie	0,20	0,40	
Vorzugsaktie	0,25	0,45	
Mitarbeiter zum Stichtag	2.042	2.250	-9,2
Eigenkapitalquote (in %)	58,3	57,9	0,4 PP

* 2014/15: Dividendenvorschlag

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