



PRESSEMITTEILUNG

12. Oktober 2016

Ahlers in der Neun-Monats-Periode 2015/16 mit wachsendem Kerngeschäft und deutlich gestiegenen Ergebnissen auf allen Ebenen

- Baldessarini, Pierre Cardin und Pioneer in der Neun-Monats-Periode 2015/16 mit bereinigtem Wachstum von 2,4 Prozent
- Durch Verschiebungen der Herbst/Winter-Auslieferung Umsatzminus im dritten Quartal 2016
- Höhere Ergebnisse vor und nach Steuern
- Solide, weiter verbesserte Finanzsituation mit gesunkener Nettoverschuldung und 56 Prozent Eigenkapitalquote
- Umsatz- und Ergebniserwartung für das Gesamtjahr 2015/16 bestätigt

Wachstum bei Pierre Cardin, Baldessarini und Pioneer, durch spätere Auslieferung aber rückläufiger Umsatz

Die Marken Pierre Cardin, Baldessarini und Pioneer wuchsen gegen einen rückläufigen Markttrend zusammen um 4,2 Mio. EUR oder 2,4 Prozent. In Russland und vor allem der Ukraine verbuchten die Premiummarken Pierre Cardin und Baldessarini erfreuliche Umsatzzuwächse von 6,6 Prozent. Auch in Frankreich, Spanien und Belgien stieg der Umsatz vor allem von Pierre Cardin um 5,2 Prozent. Pioneer konnte mit 14 Prozent Wachstum deutlich Marktanteile gewinnen. Gegenläufig wirkten die Aufgabe von Gin Tonic sowie der Auslauf des Geschäfts mit dem letzten Private-Label-Kunden mit einem Minus von zusammen 4,6 Mio. EUR oder 2,5 Prozent des Gesamtumsatzes. Zudem reduzierten sich die Umsätze im dritten Quartal um 2,5 Mio. EUR (1,3 Prozent vom Gesamtumsatz) durch die spätere Auslieferung der Herbst-/Wintersaison. Zusammengenommen ging der Umsatz der Neun-Monatsperiode 2015/16 um 1,5 Prozent von 187,4 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf 184,5 Mio. EUR zurück (-2,9 Mio. EUR).

„Ahlers ist mit seinen Marken gut aufgestellt und entwickelt sich in schwierigem Marktumfeld konsequent weiter. Wir fokussieren uns unverändert auf das Wholesale-Geschäft mit dem Einzelhandel. So konnten wir in diesem Geschäftsjahr in Deutschland 71 Shop-in-Shop Flächen und im Ausland 25 Flächen eröffnen. Gleichzeitig bauen wir den eCommerce entschlossen aus“, so die Vorstandsvorsitzende Dr. Stella A. Ahlers zur Entwicklung des Unternehmens.



Pierre Cardin mit neuem, eigenen Online-Shop – Relaunch der bestehenden Otto Kern und Baldessarini eStores

Ende August 2016, zum Beginn der Herbst-/Wintersaison, wurde in Deutschland ein eigener Pierre Cardin eShop eröffnet. Parallel wurden die Online-Shops von Baldessarini und Otto Kern umfassend überarbeitet. Darüber hinaus ist Baldessarini jetzt auch in Österreich und der Schweiz online verfügbar. In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015/16 wuchs der eCommerce mit einem Umsatzplus von 26 Prozent. In der gleichen Periode legte auch der eigene Einzelhandel um 6,3 Prozent zu. Flächenbereinigt betrug das Umsatzplus 1,4 Prozent.

Höhere Ergebnisse auf allen Ebenen durch kostensenkende Maßnahmen

Ahlers steigerte sein Konzernergebnis nach Steuern in der Neun-Monatsperiode 2015/16 um 13,3 Prozent oder 0,6 Mio. EUR auf 5,1 Mio. EUR (Vorjahr 4,5 Mio. EUR). Das EBIT vor Sondereffekten stieg um 0,6 Mio. EUR von 8,1 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf 8,7 Mio. EUR. Maßgeblich dafür waren die bereits im letzten Jahr eingeleiteten kostensenkenden Maßnahmen wie z.B. die Schließung von Gin Tonic. Durch diese Maßnahmen konnte der Sach- und Personalaufwand um 2,4 Mio. EUR oder 2,7 Prozent reduziert werden, wodurch das umsatzbedingte Rohertragsminus von 1,8 Mio. EUR mehr als ausgeglichen wurde.

Solide Finanzlage mit niedrigerer Nettoverschuldung und 56 Prozent Eigenkapitalquote

Das Net Working Capital bestehend aus Vorräten, Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen war am Bilanzstichtag 3,7 Prozent oder 4,0 Mio. EUR niedriger als vor einem Jahr. Vor allem deshalb sank die Netto-Verschuldung um 2,3 Mio. EUR unter die des Vorjahres. Die Eigenkapitalquote lag bei unverändert soliden 56 Prozent.

Umsatz- und Ergebnisprognose für das Gesamtjahr bestätigt

Der Vorstand rechnet für das vierte Quartal mit moderat steigenden Umsätzen, weil sich durch die spätere Auslieferung der Herbst-/Winterware Umsätze vom dritten in das vierte Quartal verschieben. Für das Gesamtjahr wird deshalb unverändert mit einem stabilen, vielleicht auch leicht rückläufigen Gesamtumsatz (Umsatz 2014/15: 241,9 Mio. EUR) gerechnet. Der Konzern-Jahresüberschuss sollte um einen hohen zweistelligen Prozentsatz gegenüber dem Vorjahreswert (1,4 Mio. EUR) wachsen. Die Bilanz dürfte ihre sehr solide Struktur kaum verändern und sich strukturell eher verbessern.



Die Ahlers Konzernzahlen im Überblick:

		Q1-Q3 2015/16	Q1-Q3 2014/15	Veränderung
Umsatzerlöse	in Mio. EUR	184,5	187,4	-1,5%
EBIT vor Sondereffekten	in Mio. EUR	8,7	8,1	7,4%
Konzernergebnis vor Ertragsteuern	in Mio. EUR	7,5	6,7	11,9%
nach Ertragsteuern	in Mio. EUR	5,1	4,5	13,3%
Eigenkapitalquote	in %	55,5	55,6	+/-
Mitarbeiter (31.08.)		2.051	2.059	-8

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