

## PRESSEMITTEILUNG

23. Februar 2022

**Trotz rückläufiger Umsätze aufgrund der europaweiten Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie deutliche Ergebnisverbesserung. Weiterhin solide Bilanzstruktur mit einer Eigenkapitalquote von 47 Prozent. Erste spürbare Veränderungen infolge des Performance-Programms „New Tomorrow“. Rückgang der Nettofinanzverschuldung um 13,1 Mio. EUR.**

- Rückläufige Umsatzentwicklung 2020/21 (-6,0 Prozent) verursacht durch coronabedingte Belastungen in den ersten acht Monaten des Geschäftsjahres und gestörte Lieferketten
- Quartale II bis IV/2021 verlaufen besser als Vorjahr, können jedoch coronabedingten Umsatzeinbruch im ersten Quartal nicht vollständig kompensieren
- Einsparungen bei betrieblichen Aufwendungen von 2,5 Mio. EUR bzw. 3,0 Prozent
- Konzernergebnis steigt um 9,6 Mio. EUR auf -8,9 Mio. EUR
- Verschuldung sinkt um 13,1 Mio. EUR
- Positiver Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit (+6,3 Mio. EUR) durch Abbau des Net Working Capitals
- Weiterhin solide Bilanzstruktur mit 47 Prozent Eigenkapitalquote (Vorjahr 46 Prozent)

„Quasi von Beginn des abgelaufenen Geschäftsjahres an war der Bekleidungseinzelhandel in Deutschland und in den meisten Ländern Europas geschlossen. Alles in allem waren acht Monate des Geschäftsjahres 2020/2021 von Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie geprägt. Entsprechend mussten wir erneut Umsatzeinbußen hinnehmen.“, sagt Dr. Stella A. Ahlers bei der Vorlage der Bilanz des Geschäftsjahres 2020/21. „Trotz des Umsatzrückgangs konnte das Konzernergebnis durch erhebliche Kostenreduzierungen und vor allem durch die staatlichen Überbrückungshilfen deutlich verbessert werden. Die Verschuldung des Unternehmens konnte zurückgeführt werden. Die Prognose für das abgelaufene Geschäftsjahr wurde deutlich übertroffen.“

### **Positive Kehrtwende nach coronabedingt schwachem Start**

Der Konzernumsatz fiel im Geschäftsjahr 2020/21 coronabedingt um 9,1 Mio. EUR bzw. 6,0 Prozent auf 142,5 Mio. EUR. Hauptursache waren dabei die europaweiten Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie, die im ersten Quartal durch europaweite Lockdowns mit Umsatzeinbußen im Vergleich zum Vorjahresquartal von 28,8 Mio. EUR bzw. 56,3 Prozent, den größten Einfluss hatten. Zudem fehlten weiterhin die gesellschaftlichen Anlässe zum Kauf von formeller Bekleidung und die

vermehrte Arbeit im Home-Office reduzierte die Nachfrage nach Business-Outfits. Regional betrachtet gab es Unterschiede im Hinblick auf Umfang und Dauer der Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie. In Deutschland waren die Umsatzrückgänge mit 11,4 Prozent am höchsten. Das westeuropäische Ausland lag mit -4,6 Prozent im Konzerntrend. Am wenigsten waren die Umsätze in Osteuropa tangiert, die um 10,3 Prozent stiegen.

### **eCommerce-Geschäft mit zweistelligem Umsatzplus – eigene Einzelhandelsumsätze erneut rückläufig**

Im eCommerce-Geschäft konnte ein kräftiges Umsatzplus von 34,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr erzielt werden, das über dem Branchendurchschnitt lag (20,7 Prozent). Zu diesem erfreulichen Wachstum haben sowohl unsere eigenen Onlineshops als auch die Marktplätze beigetragen, wobei insbesondere die Marktplätze ein Plus von über 40 Prozent verzeichnen konnten. Die Umsätze im eigenen Retail sanken um 5,5 Prozent. Flächenbereinigt fielen die Umsätze um ein Prozent. Der Umsatzanteil des eigenen Retail am Gesamtumsatz stieg inklusive des eCommerce-Geschäfts von 14,6 Prozent auf 15,9 Prozent.

### **Kurzfristige Kostensenkungsmaßnahmen führen zu gesunkenen betrieblichen Aufwendungen**

Sowohl die ersten Auswirkungen des Performance-Programms „New Tomorrow“, weitere kurzfristig eingeleitete Maßnahmen zur Kostensenkung als auch die coronabedingt niedrigeren Wholesale-Umsätze führten im Berichtsjahr zu geringeren betrieblichen Aufwendungen. So fiel der Personalaufwand von 38,4 Mio. EUR um 11,2 Prozent auf 34,1 Mio. EUR. Ursächlich dafür waren die im Vorjahr eingeleitete Beendigung von Aktivitäten, die Inanspruchnahme von Kurzarbeit sowie die Schließung des polnischen Produktionswerks. Gegenläufig stiegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 8,2 Prozent von 36,4 Mio. EUR auf 39,4 Mio. EUR. Maßgebliche Gründe dafür waren die höheren Kosten im eCommerce als Folge des starken Umsatzanstiegs in diesem Bereich, Kostensteigerungen für Frachten und Kommissionierung und höhere Marketingausgaben. Zusammen mit den geringeren Abschreibungen gingen die betrieblichen Aufwendungen damit um 3,0 Prozent bzw. 2,5 Mio. EUR von 84,1 Mio. EUR auf 81,6 Mio. EUR zurück. Die Einsparungen bei den Personalkosten konnten die Auswirkungen des Umsatzrückgangs auf das EBITDA vor Sondereffekten nicht ausgleichen. Daher ging das EBIT vor Sondereffekten um -1,4 Mio. EUR auf -13,8 Mio. EUR zurück (Vorjahr -12,4 Mio. EUR).

### **Hohe Sondererträge durch staatliche Subventionen**

Im Geschäftsjahr 2020/21 gab es insgesamt Sondereffekte in Höhe von +6,6 Mio. EUR. Dieser Wert beinhaltet u.a. die staatlichen Überbrückungshilfen III und III Plus sowie Erträge aus dem Verkauf einer nicht betriebsnotwendigen Immobilie und aus der Veräußerung von Kunstgegenständen in Höhe von insgesamt 14,7 Mio. EUR. Als Gegeneffekt wurden coronabedingte Preisnachlässe und damit verbundene Wertberichtigungen auf Vorräte in die Sondereffekte umgegliedert (-5,5 Mio. EUR). Das

Finanzergebnis ist gegenüber dem Vorjahr unverändert. Bei stabilem Finanzergebnis und positiven Effekten in den Ertragsteuern liegt das Konzernergebnis nach Steuern mit -8,9 Mio. EUR deutlich über dem Vorjahr (Vorjahr -18,5 Mio. EUR).

### **Solidere Bilanzstruktur mit reduziertem Net Working Capital und verbesserter Nettoverschuldung**

Das Net Working Capital (Saldo aus Vorräten, Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen) reduzierte sich im Berichtszeitraum um 14,4 Mio. EUR bzw. 19,5 Prozent von 73,8 Mio. EUR auf 59,4 Mio. EUR. Die Verkäufe aus den langfristigen Vermögenswerten, der Abbau des Net Working Capitals sowie die Einzahlungen aus den staatlichen Überbrückungshilfen führten trotz der coronabedingten Verluste zu einer um 13,1 Mio. EUR niedrigeren Nettofinanzverschuldung von 29,6 Mio. EUR (Saldo aus lang- und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten minus liquider Mittel, Vorjahr 42,7 Mio. EUR). Die Eigenkapitalquote ist leicht gestiegen und lag am 30. November 2021 bei weiterhin soliden 46,6 Prozent (Vorjahr 45,5 Prozent).

### **„New Tomorrow“ – Erste spürbare Veränderungen infolge des größten Performance-Programms der Unternehmensgeschichte**

Im Januar 2021 hat Ahlers das Performance-Programm „New Tomorrow“ aufgelegt. „Im Rahmen dieses Performance-Programms haben wir uns intensiv mit den für die gesamte Bekleidungsbranche relevanten Megatrends wie vor allem Digitalisierung, eCommerce, Nachhaltigkeit und Casualisierung beschäftigt. Wir haben die strategische und inhaltliche Ausrichtung unserer Marken und ihrer Vertriebskanäle neu justiert. Erste spürbare Veränderungen konnten bereits im vergangenen Sommer anlässlich der Orderrunde für Frühjahr/Sommer 2022 gezeigt werden und stießen auf sehr positive Resonanz. Für die Endverbraucher werden diese Veränderungen mit Auslieferung der Ware in diesem Frühjahr im Handel und im eCommerce sichtbar werden.“, so Dr. Stella A. Ahlers.

### **2021/22: Erwartung eines weiteren coronabedingten Transformationsjahrs**

Auf Basis der Annahme, dass in diesem Jahr keine längeren, flächendeckenden Lockdowns angeordnet werden und sich die Liefer- und Produktionsketten wieder normalisieren, geht der Vorstand für das laufende Geschäftsjahr 2021/22 von einem Konzernumsatz zwischen 180 Mio. EUR und 195 Mio. EUR (2020/21: 142,5 Mio. EUR) aus. Zudem wird eine erhebliche Verbesserung des operativen Ergebnisses vor Sondereffekten (EBIT vor Sondereffekten) hin zu einem niedrigen, einstelligen, negativen Millionenbetrag (2020/21: -13,8 Mio. EUR) erwartet. Sonderaufwendungen und Sondererträge dürften sich weitgehend ausgleichen, so dass im dritten Corona-Jahr das Konzernergebnis zwar erneut negativ sein wird, sich aber gegenüber dem Vorjahreswert deutlich verbessern dürfte. Der Vorstand geht daher von einem Konzernergebnis zwischen -2,0 Mio. EUR und -5,0 Mio. EUR aus (Geschäftsjahr 2020/21: -8,9 Mio. EUR).

Die Entwicklung der Rohertragsmarge und der Kostenstruktur wird jedoch weiterhin stark vom Ausmaß und der Dauer der Corona-Pandemie auf die Umsatzentwicklung abhängen. Dabei sollte das Performance-Programm „New Tomorrow“ mit gleichzeitiger Normalisierung der Marktbedingungen erste positive Ergebniseffekte liefern, während sich steigende Rohstoff-, Energie- und Transportkosten gegenläufig auf die Rohertragsmarge auswirken werden.

#### Die Ahlers Konzernzahlen im Überblick:

		2020/21	2019/20	Veränderung
Umsatzerlöse	in Mio. EUR	142,5	151,6	-6,0%
EBIT*	in Mio. EUR	-13,8	-12,4	-11,3%
Ergebnis vor Ertragsteuern	in Mio. EUR	-9,1	-17,2	47,1%
Konzernergebnis	in Mio. EUR	-8,9	-18,5	51,9%
Net Working Capital**	in Mio. EUR	59,4	73,8	-19,5%
Netto-Finanzverschuldung	in Mio. EUR	29,6	42,7	-30,7%
Eigenkapitalquote	in %	46,6	45,5	1,1 PP
Mitarbeiter (30.11.)		1.615	1.724	-6,3%

\*vor Sondereffekten

\*\*Vorräte, Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

#### Ihre Ansprechpartnerin bei Rückfragen:

Carla Henkel

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Ahlers AG

Tel. +49 (0) 5221 / 9792717

Email: [carla.henkel@ahlers-group.com](mailto:carla.henkel@ahlers-group.com)