



Erfreulicher Jahresauftakt 2017:

Maßnahmen zur Optimierung der Effizienz und Liquidität zeigen deutliche Wirkung

Umsatzerlöse um 3,2% gesteigert – Ergebnis deutlich verbessert

Haibach bei Aschaffenburg, 11. Mai 2017: Die Adler Modemärkte AG ist erfreulich in das neue Geschäftsjahr gestartet und konnte die eigenen Vorgaben aus dem vergleichbaren Vorjahresquartal 2016 teilweise signifikant übertreffen. Neben den Umsatzerlösen verbesserten sich auch das Ergebnis und der Cashflow deutlich. Ausschlaggebend hierfür waren die im Jahr 2016 eingeleiteten umfangreichen Maßnahmen zur Steigerung der Effizienz und Profitabilität sowie zur Optimierung des Cashflows.

Entwicklung der Gesamtbranche deutlich übertroffen

ADLER konnte im ersten Quartal 2017 wieder an frühere Erfolge anknüpfen und die Umsatzentwicklung der Gesamtbranche übertreffen: Während der textile Einzelhandel laut des TW-Testclubs (Umfragepanel der Branchenzeitschrift TextilWirtschaft) Einbußen von 2 % hinnehmen musste, verbesserte ADLER seine Umsatzerlöse im ersten Quartal 2017 um 3,2 % auf € 108,7 Mio. (Q1 2016: € 105,3 Mio.). Auf vergleichbarer Fläche (like-for-like) wurde ein Wachstum von 1,5% erzielt. Vor allem der dynamische Geschäftsverlauf im März trug zu dem guten Ergebnis bei. Die Periode von Januar bis März ist durch den Abverkauf der Winterware traditionell das schwächste Geschäftsquartal für ADLER.

Ergebnis profitiert von verbesserter Kosteneffizienz

Der Materialaufwand des Konzerns erhöhte sich im Vergleich zu den Umsatzerlösen unterproportional um 2,1 % von € 54,9 Mio. auf € 56,0 Mio. Dadurch verbesserte sich der Rohertrag von € 50,5 Mio. auf € 52,7 Mio. Die Warenrohertragsmarge stieg entsprechend von 47,9 % auf 48,5 %.

Wie für das ADLER-Geschäftsmodell üblich, erfolgt der deutliche Sprung in die Gewinnzone auch in 2017 erst in der zweiten Geschäftsjahreshälfte. Bereits nach drei Monaten ist jedoch positiv hervorzuheben, dass der Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisation (EBITDA) signifikant von € –16,6 Mio. im Vorjahr auf € –12,5 Mio. verbessert wurde. Ausschlaggebend hierfür waren Einsparungen auf allen Ebenen des Konzerns, insbesondere bei den Personal- und Marketingausgaben. Das betriebliche Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) lag mit € –16,7 Mio. im Q1 2017 ebenfalls deutlich über dem des Vorjahres von € –20,6 Mio. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit vor Steuern (EBT) erhöhte sich in den ersten drei Monaten 2017 von € –21,9 Mio. auf € –18,0 Mio.

ADLER weist für das erste Quartal einen für die Saison typischen Nachsteuerfehlbetrag von € –13,2 Mio. aus (Q1 2016: € –15,0 Mio.). Das bereinigte Ergebnis je Aktie beträgt € –0,71 (Basis: 18.510.000 Stück Aktien) gegenüber € –0,81 im Vergleichszeitraum.

Mittelabfluss im Q1 durch gezielte Maßnahmen gebremst – Free Cashflow nur geringfügig im Minus

Die eingeleiteten Maßnahmen zur Optimierung des Cashflows spiegeln sich deutlich im Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit wider: Dieser summierte sich in den ersten drei Monaten 2017 auf € –11,8 Mio., während er im Vorjahr noch € –24,9 Mio. betragen hatte. Die Entwicklung liegt – neben dem höheren Konzernergebnis – zuvorderst in der konsequenten Verbesserung der Wareneinstellung begründet, durch die Altware abgebaut und Abschreibungen deutlich reduziert werden konnte. Dies führte zu einer im Vergleich zum Q1 2016 deutlich geringeren Zunahme der Vorräte um € 14,2 Mio. (Q1 2016: € 22,7 Mio.). Weiterhin wirkte sich eine Optimierung des Immobilien-Portfolios positiv auf den Cashflow aus. So führte der Verkauf zweier Immobilien in Österreich zu einem Mittelzufluss von netto rund € 10 Mio.

Dadurch lag der Free Cashflow mit € –4,4 Mio. sehr deutlich über dem Vorjahreswert (Q1 2016: € –28,1 Mio.). Ohne den Sondereffekt aus der Immobilienveräußerung beläuft sich der Free Cashflow auf rund –14,9 Mio., womit er weiterhin signifikant über dem Wert des ersten Quartals 2016 liegt.

Insgesamt konnte der für das erste Quartal typische Mittelabfluss im Vergleich zu den Vorjahren deutlich reduziert werden: Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente verringerten sich im Vergleich zum Jahresende 2016 um € 7,4 Mio. auf € 35,4 Mio. Im Vorjahresquartal hatte der Rückgang noch € 31 Mio. betragen.

Prognose für Gesamtjahr 2017 bestätigt

Angesichts des erfreulichen Jahresauftakts bestätigt ADLER trotz des weiterhin schwierigen Branchenumfelds im Textileinzelhandel die im Geschäftsbericht 2016 für das laufende Jahr abgegebene Prognose. So soll das EBITDA im Gesamtjahr 2017 deutlich auf eine Spanne von € 27–30 Mio. ansteigen (2016: € 23,3 Mio.). Es wird erwartet, dass die eingeleiteten Kosteneinsparungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen aus dem Jahr 2016 weitere Wirkung zeigen. Berücksichtigt in der Prognose sind ein leichter Anstieg der Personalkosten im Rahmen der tariflichen Erhöhungen sowie ebenfalls leicht höhere Transport- und Logistikkosten. Was den Wechselkurs von Euro zu Dollar betrifft, geht ADLER von allenfalls geringfügigen Änderungen aus. Dies gilt ebenso für die Entwicklung der wichtigsten Rohstoffpreise. Wegen des schwierigen Branchenumfelds wird weiterhin mit einem leichten Umsatzrückgang gegenüber dem Geschäftsjahr 2016 (€ 544,6 Mio.) gerechnet. Dabei wird davon ausgegangen, dass erneut eine substantielle Steigerung im Online-Shop gegenüber 2016 erzielt werden kann.

Der vollständige Bericht zum 1. Quartal 2017 steht unter <http://www.adlermode-unternehmen.com/investor-relations/berichte-publikationen/quartersberichte/> als Download zur Verfügung.

Pressekontakt Adler Modemärkte AG

Katrin Schreyer

Investor Relations

Tel.: +49 6021 633 1828

Email: investorrelations@adler.de

Über die Adler Modemärkte AG:

Die Adler Modemärkte AG mit Sitz in Haibach bei Aschaffenburg gehört zu den größten und bedeutendsten Textileinzelhändlern in Deutschland. Die Gruppe setzte im Jahr 2016 € 544,6 Mio. um und erzielte ein EBITDA von € 23,3 Mio. ADLER beschäftigte zum Jahresende rund 4.000 Mitarbeiter und betreibt derzeit 184 Modemärkte, davon 157 in Deutschland, 22 in Österreich, drei in Luxemburg, zwei in der Schweiz sowie einen Online-Shop. Das Unternehmen konzentriert sich auf Großflächenkonzepte über 1.400 m² Verkaufsfläche und bietet mit zahlreichen Eigenmarken und ausgesuchten Fremddmarken ein breitgefächertes Warensortiment an. ADLER ist dank seiner mehr als 60-jährigen Tradition mit hoher Kundenbindung nach eigenen Erhebungen der Marktführer in dem kaufkraftstarken Segment der Altersgruppe ab 45 Jahre.

Weitere Informationen: www.adlermode-unternehmen.com; www.adlermode.com

Wichtige Kennzahlen des ADLER-Konzerns

(in € Mio.)	Q1 2017	Q1 2016	Veränderung
Umsatzerlöse	108,7	105,3	3,2%
Rohertrag	52,7	50,5	4,4%
Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisation (EBITDA)	-12,5	-16,6	24,7%
Betriebsergebnis (EBIT)	-16,7	-20,6	18,9%
Konzernergebnis	-13,2	-15,0	12,0%
Ergebnis je Aktie (in €)*	-0,71	-0,81	12,3%

Basis: Stück 18.510.000 Aktien

	31. März 2017	31. Dez. 2016	Veränderung
Bilanzsumme (in € Mio.)	238,7	222,6	7,2%
Eigenkapital (in € Mio.)	82,7	95,8	-13,7%
Eigenkapitalquote (in %)	34,6%	43,1%	-8,4pp
Verschuldungsgrad (Fremdkapital zu Eigenkapital)	1,89	1,32	
Zahlungsmittel (in € Mio.)	35,4	42,8	-17,2%
Mitarbeiter	3.814	3.984	-4,3%
Märkte gesamt	183	183	-