

„Strategie 2020“ stellt Weichen für profitables Wachstum:

Vorstand strebt EBITDA-Wachstum von mehr als 50% bis 2020 an

Vorschlag zur Wiederaufnahme der Dividendenzahlung in Höhe von € 0,05 pro Stückaktie verabschiedet

Haibach, 15. März 2018: Die Adler Modemärkte AG hat das Geschäftsjahr 2017 trotz eines schwächeren Umsatzes mit einer deutlichen Ergebnisverbesserung abschließen können. Vor dem Hintergrund eines weiterhin schwierigen Branchenumfeldes gingen die Umsatzerlöse mit € 525,8 Mio. erwartungsgemäß leicht zurück (Vorjahr: € 544,6 Mio.). Das bereinigte operative EBITDA stieg demgegenüber um 7,2% auf € 25,4 Mio. (2016 bereinigt: € 23,8 Mio.). Das ausgewiesene EBITDA lag aufgrund eines Sondereffektes aus Immobilienverkäufen bei € 32,0 Mio. und damit 37,3% über dem ausgewiesenen Vorjahreswert von € 23,3 Mio. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) erhöhte sich um € 9,1 Mio. auf € 15,6 Mio. Der Konzernjahresüberschuss verbesserte sich mit einem Wert von € 3,9 Mio. ebenfalls deutlich gegenüber dem Vorjahresergebnis von € 0,4 Mio.

Zentrale Kosteneffizienzmaßnahmen zeigen Wirkung – Rohertragsmarge deutlich gestiegen

Die seit 2016 eingeleiteten Maßnahmen zur Senkung der Kosten und Steigerung der Effizienz haben im abgelaufenen Geschäftsjahr weitere Wirkung gezeigt. So verringerten sich die Personalkosten vor allem durch eine bessere Personaleinsatzplanung im Vorjahresvergleich um 5,3% auf € 96,9 Mio. (2016: € 102,3 Mio.). Der Materialaufwand konnte durch eine Anpassung der Einkaufsvolumina, eine optimierte Bestandführung und eine effizientere Altwarenvermarktung um € 12,4 Mio. auf € 244,1 Mio. reduziert werden. In der Folge verbesserte sich die Rohertragsmarge um 70 Basispunkte auf 53,6% (2016: 52,9%). Mit dem Wechsel des Logistikdienstleisters zum 1. Januar 2019 hat ADLER Ende 2017 zudem die Basis für weitere signifikante Einsparungen im unteren bis mittleren einstelligen Millionenbereich ab dem Jahr 2019 gelegt.

Free Cashflow auf Rekordniveau und hohe Liquidität

ADLER konnte den Free Cashflow im abgelaufenen Geschäftsjahr substantiell verbessern. Mit € 35,9 Mio. lag die Kennziffer € 24,5 Mio. über dem Vorjahreswert von € 11,4 Mio. Entsprechend positiv entwickelten sich die Liquiditätsreserven des finanziell sehr solide aufgestellten Unternehmens: Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente summierten sich zum 31. Dezember 2017 auf einen Wert von € 63,3 Mio., womit sie sehr deutlich über dem Wert von € 42,8 Mio. zum Jahresende 2016 lagen. Die Bilanzqualität ist mit einer Eigenkapitalquote von 41,5% weiterhin hoch.

Dividendenvorschlag von € 0,05 pro Stückaktie

Vor dem Hintergrund der positiven Ergebnisentwicklung und der sehr soliden finanziellen Basis sprechen sich Vorstand und Aufsichtsrat dafür aus, die Dividendenzahlung auf einem den schwierigen Rahmenbedingungen angemessenen Niveau wiederaufzunehmen. Auf der Jahreshauptversammlung am 9. Mai 2018 wird der Vorstand den Aktionären des Unternehmens für das Geschäftsjahr 2017 die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von € 0,05 pro dividendenberechtigter Stückaktie vorschlagen.

Weiterentwickelte Strategie soll ab 2019 für nachhaltig profitables Wachstum sorgen

Für das Geschäftsjahr 2018 erwartet der ADLER-Vorstand ein weiterhin schwieriges Branchenumfeld im Textileinzelhandel und geht daher von einem Umsatz in etwa auf Vorjahresniveau (€ 525,8 Mio.) aus. Für das EBITDA wird mit einer Steigerung gegenüber dem bereinigten EBITDA 2017 (€ 25,4 Mio.) auf eine Spanne von € 26-29 Mio. gerechnet. Es wird erwartet, dass die Effizienzsteigerungsmaßnahmen insbesondere in den Bereichen Einkauf und Vertrieb positive Wirkung zeigen werden.

Mit der Verabschiedung der „**Strategie 2020**“, über die das Unternehmen am 28. Februar dieses Jahres berichtet hatte, hat sich ADLER das Ziel gesetzt, den Umsatz bis zum Jahr 2020 um mindestens 5% gegenüber 2017 zu steigern. Das EBITDA soll deutlich überdurchschnittlich um mindestens 50% wachsen. Bereits in 2019 werden substantielle Verbesserungen erwartet. Ziel der neuen Strategie es, ADLER zu einer realen und digitalen Plattform für Menschen ab 55 Jahren zu machen, um damit sowohl die Frequenz, die Kundenbindung als auch den Umsatz je ADLER-Kunde zu erhöhen. In diesem Zusammenhang richtet ADLER seine Produkt- und Vertriebsstrategie sowie die Bereiche Kommunikation und Marketing noch stärker auf die Kundenbedürfnisse aus.

Den vollständigen Bericht über das Geschäftsjahr 2017 mit einer detaillierten Darstellung der neuen Strategie 2020 finden sich im Internet unter www.adlermode-unternehmen.com

Wichtige Kennzahlen des ADLER-Konzerns

(in € Mio.)	2017	2016	Veränderung
Umsatzerlöse	525,8	544,6	-3,5%
Warenrohertrag	281,8	288,1	-2,2%
Gewinn vor Zinsen, Steuern, und Abschreibungen (EBITDA)	32,0	23,3	+37,3%
Gewinn vor Zinsen, Steuern, und Abschreibungen (bereinigt)	25,4	23,8	+6,7%
Betriebsergebnis (EBIT)	15,6	6,5	+140,0%
Vorsteuerergebnis (EBT)	10,7	1,7	+529,4%
Konzernjahresüberschuss	3,9	0,4	+875,0%
Ergebnis je Aktie (in €) ¹⁾	0,21	0,02	+950,0%
Operativer Cashflow	21,2	22,2	-4,5%
Free Cashflow	35,9	11,4	+215,8%

¹⁾ Basis: 18.510.000 Aktien

	31. Dez. 2017	31. Dez. 2016	Veränderung
Bilanzsumme (in € Mio.)	241,1	222,6	+8,3%
Eigenkapital (in € Mio.)	100,0	95,8	+4,4%
Eigenkapitalquote	41,5%	43,1%	-1,6pp
Verschuldungsgrad (Fremdkapital zu Eigenkapital)	1,41	1,32	
Liquide Mittel (in € Mio.)	63,3	42,8	+47,9%
Mitarbeiter	3.866	3.984	-3,0%
Märkte gesamt	182	183	-1

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 2017 € 525,8 Mio. um und erzielte ein EBITDA von € 32,0 Mio. (bereinigt: € 25,4 Mio.). ADLER beschäftigte zum 31. Dezember 2017 rund 3.800 Mitarbeiter und betreibt derzeit 182 Modemärkte, davon 155 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 fast 70-jährigen Tradition mit hoher Kundenbindung nach eigenen Erhebungen der Marktführer in dem kaufkraftstarken Segment der Altersgruppe ab 55 Jahre.

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

Pressekontakt Adler Modemärkte AG

Katrin Schreyer

Investor Relations

Tel.: +49 6021 633 1828

Email: investorrelations@adler.de