

ADLER Modemärkte AG Capital Markets Day 2020

„New ADLER“: Große Potenziale für
nachhaltiges profitables Wachstum

> Haibach, 07.10.20

Strategie Update und Ausblick

Capital Markets Day 2020

- > Thomas Freude | CEO
- > Karsten Odemann | CFO

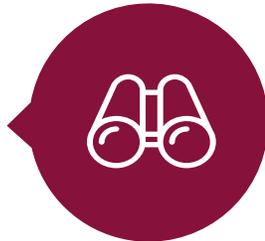
Coronajahr 2020: Auslöser für beschleunigte Veränderungen – Risiken wurden adressiert, Chancen werden genutzt

UMGEHENDE REAKTION DES MANAGEMENTS



- Fokus auf Sicherung der finanziellen Stabilität – 12. Mai umfassende Finanzierungszusagen erhalten
- Maßnahmen zur Kostensenkung auf allen Ebenen initiiert
- Umsatz und Ergebnis deutlich unter Vorjahr – solide Liquidität und Finanzausstattung

AUSBLICK 2020 BESTÄTIGT



- Konzernumsatz und Ergebnis deutlich unter Vorjahr erwartet
- Negativer Umsatztrend schwächt sich in H2-2020
- Substanzielle Verbesserung des EBITDA im H2-2020 prognostiziert

NOTWENDIGKEIT FÜR VERÄNDERUNG



- März bis August 2020: ADLER Management vollzieht Analyse sämtlicher Strukturen und Prozesse
- Definition eines umfassenden Maßnahmenpakets und einer neuen strategischen Ausrichtung
- 7. Oktober 2020: Kommunikation der neuen Strategie „New ADLER“

Mit New ADLER richten wir ADLER neu aus und machen ADLER zukunftsfähig



„New ADLER“ ermöglicht uns die Rückkehr zu einem nachhaltig profitablen Wachstum



... bis 2023 werden wir den Umsatz auf 560 Mio. € steigern

→ 500 Mio. € stationär und 60 Mio. € online

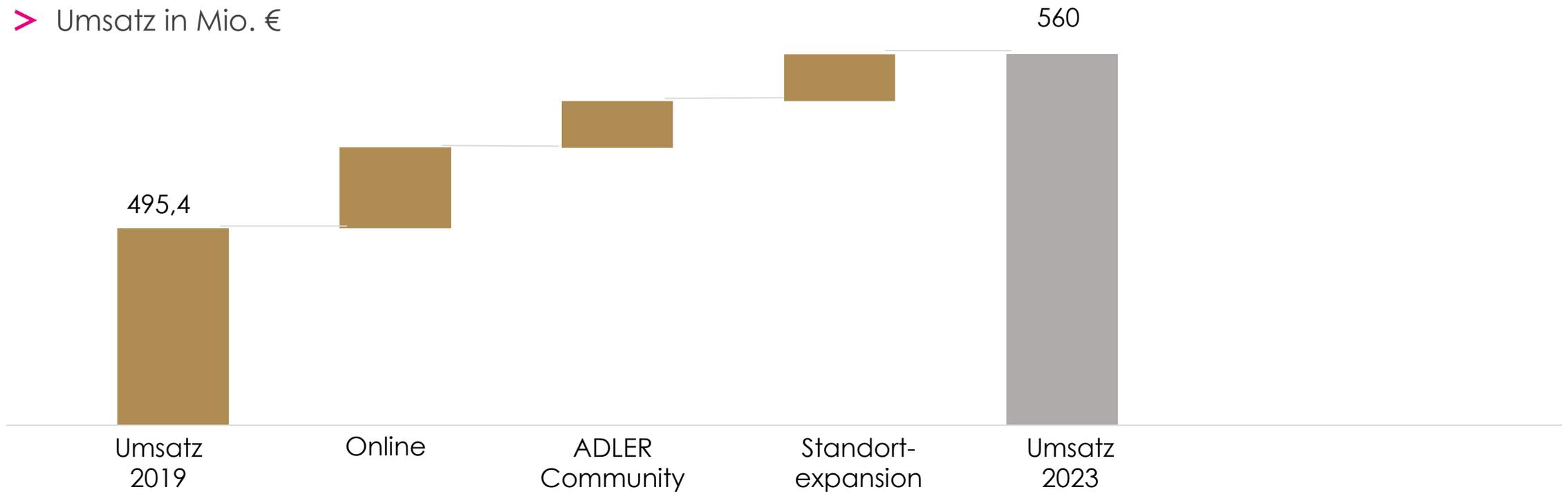
... und unsere Rentabilität nachhaltig verbessern,

→ EBITDA soll 2023 mindestens das Vorkrisenniveau erreichen

...zudem konzentrieren uns unverändert auf eine solide Finanzkraft und die Generierung nachhaltiger Free Cashflows

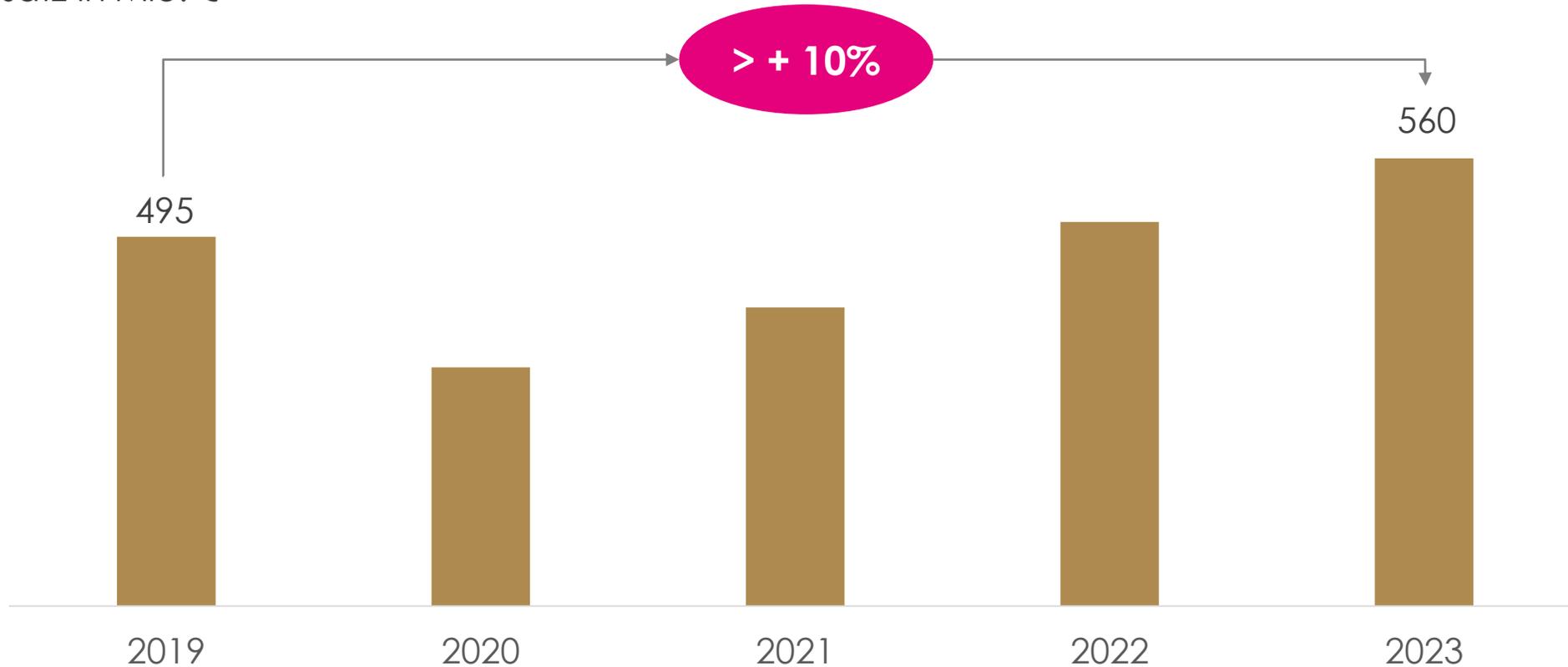
Wir haben zahlreiche Optionen für stationäres Wachstum und fokussieren uns auf ein dynamisches Online-Wachstum

> Umsatz in Mio. €



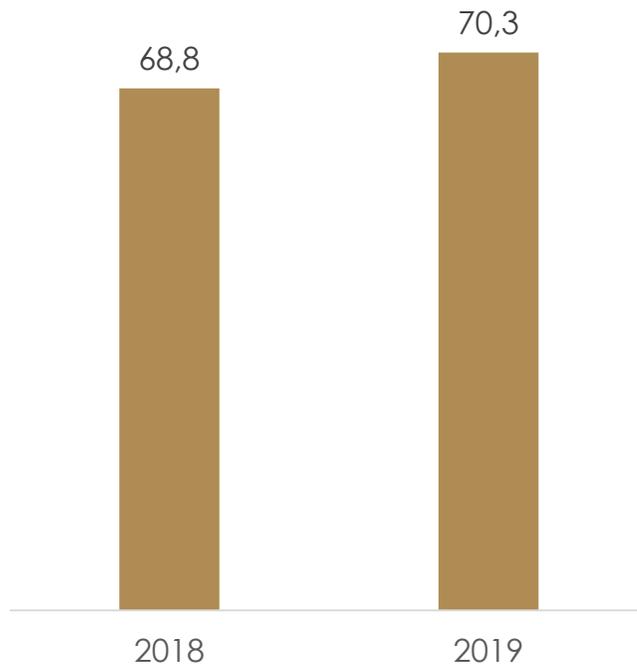
Wir haben zahlreiche Maßnahmen für stationäres Wachstum definiert und fokussieren uns auf ein dynamisches Online-Wachstum

> Umsatz in Mio. €



Unsere Hebel, um die Profitabilität nachhaltig zu verbessern

EBITDA in Mio.



- Angestrebtes Umsatzwachstum bis 2023
 - Onlinegeschäft soll sich bis 2023 der Gewinnschwelle nähern
- Effizienzgewinne durch Digitalisierung der gesamten Wertschöpfungskette
- Effizientes Working Capital Management
- Verschlinkung der Organisation und Prozesse
 - Bsp.: Reduzierung der Personalkostenquote bis 2023 um 200 BP
- Standorteffizienzprogramm



EBITDA 2023: mindestens auf Vorkrisenniveau von 2019

Wir sind solide finanziert, um Zielvorgaben 2023 zu erreichen Guter historischer Track Record auch in schwierigen Zeiten

Gesicherte Kredit-Fazilitäten



Hohe Finanzierungszusagen im Mai 2020

- Finanzierungszusagen über 69 Mio. € im Mai 2020 mit Landesbürgschaften von Bayern und Nordrhein-Westfalen
- Zum 30.06.2020 hatte ADLER hiervon erst 20,5 Mio. € gezogen
- Solide hoher Liquiditätsbestand für Ende 2020 prognostiziert

Erfolgreicher Track Record

- ADLER hat in der Vergangenheit die Fähigkeit bewiesen, hohe Free Cashflows zu schaffen (2019: 57,4 Mio. €)
- Liquide Mittel Ende 2019: 70,1 Mio. €
- Beibehaltung der konservativen Finanzierungspolitik

Zukünftiger Fokus auf Generierung eines nachhaltig positiven Free Cashflows ...

1

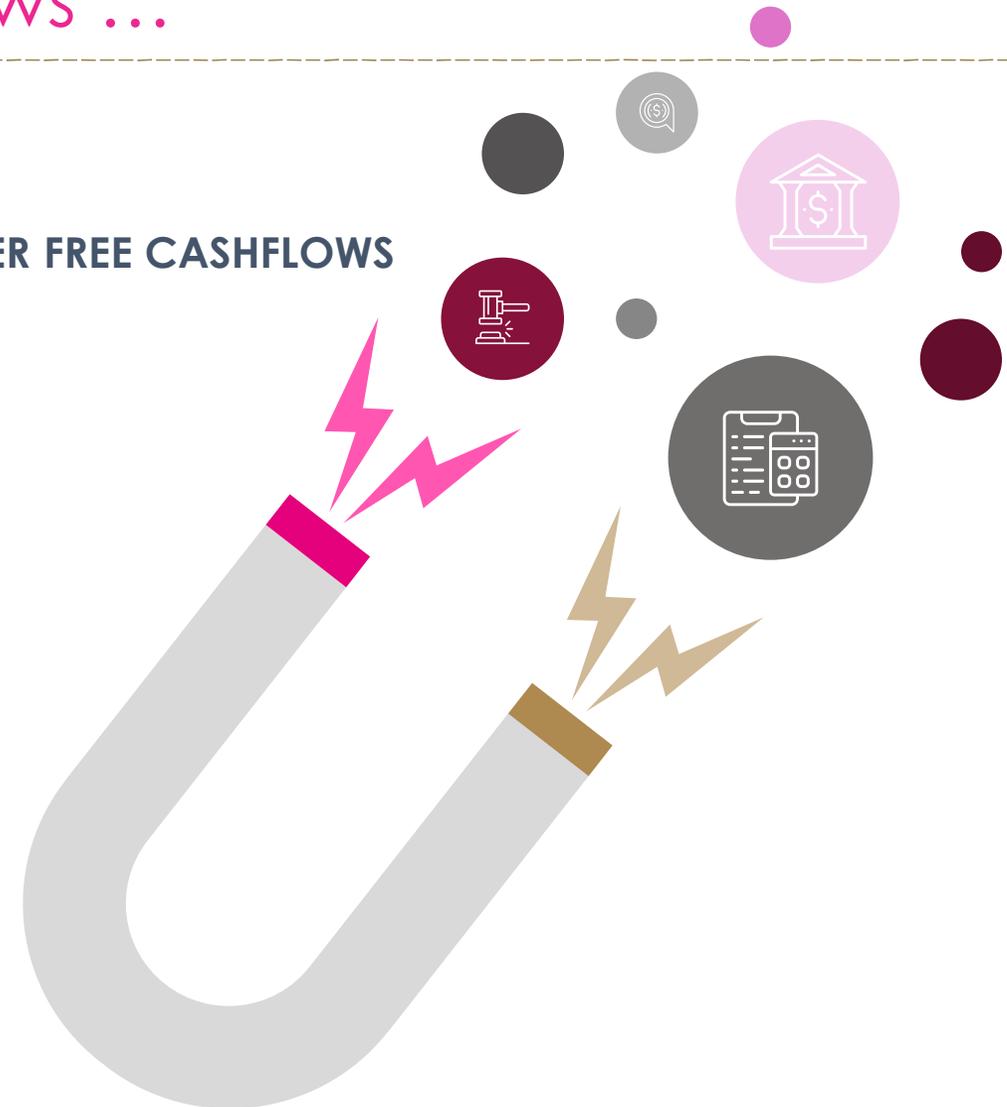
MAßNAHMEN ZUR GENERIERUNG NACHHALTIGER FREE CASHFLOWS

- Zukünftige Ertragsverbesserungen führen zu substanziiell positiven Nettoergebnissen
- Effizientes Working Capital Management (Umsatz / Bestandsquote +20 PP)

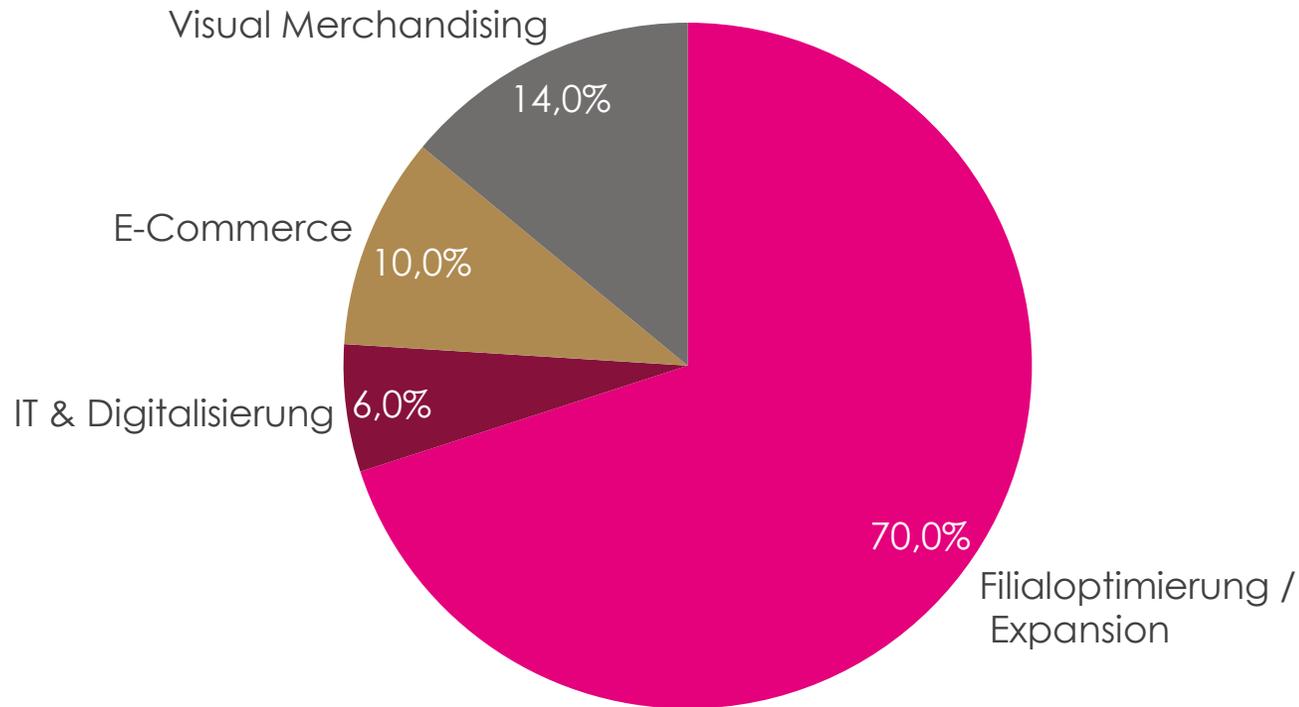
2

WIR HALTEN AN UNSERER KONSERVATIVEN FINANZIERUNGSPOLITIK FEST

- Verbesserung der Eigenkapitalquote langfristig wieder substanziiell auf mind. 15% (Eigenkapitalquote in Muttergesellschaft derzeit unverändert solide bei >40%)
- Reduzierung des Fremdkapitals so bald wie möglich



... ermöglicht ADLER die Finanzierung aller strategischen Maßnahmen



Zur Realisierung strategischer Maßnahmen und Ziele erfolgreiche Investitionen



Gesamtinvestitionen 2020 bis 2023: 35 – 40 Mio. €, relativ gleich verteilt über den Zeitkorridor



Weitere Investitionen in Digitalisierung und IT spiegeln sich in den Opex wider (Software as a Service)



Rund 20 Mio. € Marketingaufwand über die nächsten drei Jahre im E-Commerce geplant

„New ADLER“

Große Potenziale für nachhaltiges profitables Wachstum



- ADLER ist dank eines erfolgreichen Geschäftsmodells und einer konservativ, soliden Finanzierungspolitik bislang gut durch die Coronakrise gekommen
- Corona hat jedoch die Notwendigkeit für konsequente und sofortige Anpassungen offengelegt
- Das ADLER Management hat umgehend und umfassend reagiert
- Mit dem neuen Strategieprogramm “New ADLER” passt der Konzern sein etabliertes Geschäftsmodell auf die neue Welt im textilen Einzelhandel an
- Oberste Priorität genießen:
 - Der datenbasierte Fokus auf die Kundenbedürfnisse aus dem einmaligen Fundus von ~9 Mio. ADLER Kundenkarten
 - Ein wirklicher Omni Channel Ansatz mit enger Vernetzung zwischen stationärem und einem dynamisch wachsenden Online-Geschäft
 - Eine komplett digitale Wertschöpfung
 - Effizienz auf allen Ebenen und
 - Ein rigides Cashflow- und Finanzmanagement

ADLER hat die Grundlage geschaffen, um ab 2021 wieder deutlich profitabel zu wachsen!

Haftungsausschluss für zukunftsgerichtete Aussagen:

Diese Präsentation enthält zukunftsgerichtete Aussagen über die Adler Modemärkte AG, ihre Tochter- und Beteiligungsgesellschaften und das wirtschaftliche Umfeld. Alle diese Aussagen basieren auf Annahmen, die das Management auf der Grundlage des Wissens und der Informationen getroffen hat, die ihm zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts zur Verfügung standen. Sollten diese Annahmen nicht oder nur teilweise zutreffen oder sollten zusätzliche Risiken auftreten, kann der tatsächliche Geschäftsverlauf vom erwarteten Geschäftsverlauf abweichen. Daher wird keine besondere Verantwortung für die in dieser Präsentation gemachten zukunftsgerichteten Aussagen übernommen.