



## **PRESSEINFORMATION**

### **der Adler Modemärkte AG**

#### **Positive Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2011 – Prognose bestätigt**

**Haibach, 9. August 2011** - Der ADLER-Konzern ist im ersten Halbjahr 2011 mit einem Umsatzanstieg um 9,9% auf EUR 216,5 Mio. schneller als die Branche gewachsen. Vom Konzernumsatz entfiel das Gros auf die ADLER Modemärkte in Deutschland. Mit EUR 172,4 Mio. wurde das Geschäftsvolumen des Vorjahres (EUR 158,6 Mio.) um 8,7% übertroffen. In der ersten Jahreshälfte 2011 wurden vier Märkte neu eröffnet. Damit verfügte ADLER zum 30. Juni 2011 im Inland insgesamt über 111 Märkte. In Österreich wurde mit unverändert 27 Märkten ein Umsatzanstieg um 15,3% auf EUR 36,6 Mio. (Vorjahr: EUR 31,8 Mio.) realisiert. In den beiden Märkten in Luxemburg legte der Umsatz um 13,1% auf EUR 7,4 Mio. (Vorjahr: EUR 6,6 Mio.) zu.

Die Ertragslage entwickelte sich vor dem Hintergrund der Anschubfinanzierungen im Zusammenhang mit den Neueröffnungen von Modemärkten erwartungsgemäß. Durch optimierten Wareneinsatz erhöhte sich die Warenrohertragsmarge bezogen auf den Konzernumsatz auf 51,1% (Vorjahr: 50,4%). Im Zuge der Integration zusätzlicher Modemärkte konnten in der Verwaltung Synergien gehoben und Skaleneffekte genutzt werden. Dies wirkte positiv auf die Entwicklung des operativen Ergebnisses EBIT, das sich trotz der Börsengang-bedingten Belastungen (per Saldo EUR 0,7 Mio.) leicht um EUR 0,1 Mio. auf EUR -2,2 Mio. verbesserte. Auf vergleichbarer Basis kam das EBIT um rund 36% voran. Nach Steuern ergab sich ein Ergebnis aus fortgeführten Geschäften von EUR -2,9 Mio. (Vorjahr: EUR -2,8 Mio.). In der Vorjahresvergleichszeit war darüber hinaus noch ein Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten enthalten, das nach Steuern EUR -1,1 Mio. betrug. Dieses Ergebnis stand im Zusammenhang mit dem zum 30. September 2010 erfolgten Verkauf der MOTEX Mode-Textil-Service Logistik und Management GmbH.

Die bilanzielle Verfassung des Konzerns ist solide. Bei einer Bilanzsumme, die sich zum 30. Juni 2011 auf EUR 181,1 Mio. (31. Dezember 2010: EUR 162,7 Mio.) erhöht hat, wuchs das Eigenkapital bedingt durch die Mittelzuflüsse durch die Kapitalerhöhung im Rahmen des

Börsengangs auf EUR 63,4 Mio. (31. Dezember 2010: EUR 41,2 Mio.). Die Eigenkapitalquote stieg folglich auf 35,0% (Vorjahr: 25,3%). Das Fremdkapital verringerte sich zum 30. Juni 2011 auf EUR 117,7 Mio. (31. Dezember 2010: EUR 121,5 Mio.). Damit errechnet sich der Verschuldungsgrad (Fremdkapital/Eigenkapital) Ende Juni 2011 auf 1,86 nach 2,95 zum Jahresultimo 2010.

Das Working Capital (Vorräte zzgl. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzgl. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen) nahm deutlich auf EUR 36,5 Mio. (31. Dezember 2010: EUR 30,3 Mio.) zu. Working Capital erhöhend wirkte vor allem die umsatzbedingte Aufstockung der Vorräte. Die liquiden Mittel vermehrten sich aufgrund der im Rahmen der Kapitalerhöhung und der durch den Börsengang zugeflossenen Gelder auf EUR 44,5 Mio. (31. Dezember 2010: EUR 33,0 Mio.). Die Vorratsintensität (Vorräte/Bilanzsumme) blieb mit 35,1% (31. Dezember 2010: 34,9%) nahezu unverändert, ebenso wie die Lagerumschlagshäufigkeit (Umsatz/Vorräte) mit 3,4 (30. Juni 2010: 3,8).

Unter der Voraussetzung, dass sich die aktuellen Entwicklungen auf den weltweiten Finanzmärkten, aber auch sonstige Ereignisse, nicht negativ auf die Beschaffungsseite als auch auf das Konsumverhalten auswirken, hält die Gesellschaft an ihren im Zuge des Börsengangs veröffentlichten Prognosen fest. Danach wird es für möglich gehalten, dass ADLER den Konzernumsatz auch im weiteren Verlauf des Jahres 2011 planmäßig gegenüber dem Vorjahr steigern und damit einhergehend auch ihr Ergebnis verbessern kann.

### **Über Adler Modemärkte AG:**

ADLER ist als einer der führenden Textileinzelhändler in Deutschland, Österreich und Luxemburg mit mehr als 60-jähriger Tradition sowie hoher Kundenbindung nach eigenen Erhebungen Marktführer der Textileinzelhändler für Kunden über 45 Jahre in Deutschland im unteren Mittelpreissegment. ADLER bietet ein sowohl breites als auch tiefes Produktsortiment an Damen- und Herrenoberbekleidung sowie Wäsche an. Mit einem Ergänzungssortiment bestehend aus Accessoires, Schuhen, Kinder- und Babybekleidung, Trachtenmode, Sportbekleidung sowie Hartwarenartikeln zielt ADLER darauf ab, ihr Produktportfolio abzurunden und in ihren Modemärkten vorhandenes Cross-Selling-Potenzial zu nutzen. ADLER konzentriert sich derzeit auf Großflächenkonzepte, d.h. die Fläche der von ihr betriebenen Modemärkte beträgt in der Regel mehr als 1000 m<sup>2</sup>.

ADLER verfügt über ein vertikal integriertes Geschäftsmodell mit vollständiger Informationskontrolle über alle Elemente der Wertschöpfungskette und kann so effektiv auf Nachfrageänderungen reagieren. ADLER hat darüber hinaus ein variables und modulares Flächenkonzept implementiert und ist dadurch in der Lage, flexibel auf das Angebot von Ladenflächen zu reagieren und standortindividuelle Marktnischen zu besetzen. Das Produktportfolio von ADLER besteht hauptsächlich aus Eigenmarken, deren Kollektionen von ADLER zu weiten Teilen selbst entworfen, zusammengestellt und sodann von externen Herstellern produziert werden. Ergänzt wird dies durch ein ausgewähltes Angebot an Fremddmarken. Der Vertrieb erfolgt über ein breites Netz von derzeit mehr als 140 Modemärkten in Deutschland, Österreich und Luxemburg sowie über einen Online-Shop. Das Unternehmen beschäftigte im Geschäftsjahr 2010 im Jahresdurchschnitt über 4.100 Mitarbeiter.

---

**Kontakt:**

Adler Modemärkte AG

Investor Relations

Tel.: +49 6021 633 1828

Fax: +49 6021 633 1417

Email: [investorrelations@adler.de](mailto:investorrelations@adler.de)