



*Schwaches Branchenquartal beeindruckt ADLER kaum*

## **ADLER-Ergebnis entspricht voll den saisonalen Erwartungen**

### **Geschäft in den Modemärkten zog im April wieder stark an**

Haibach bei Aschaffenburg, 15. Mai 2013. Die Adler Modemärkte AG hat das branchentypisch ertragsschwache erste Quartal 2013 mit einem Ergebnis im Bereich der Erwartungen abgeschlossen. Das Geschäft in diesem Zeitraum war weitgehend geprägt vom Abverkauf der Wintersaisonware, zumal durch den überaus langen Winter jegliche Frühjahrsimpulse für neues Saisongeschäft ausblieben. Der Umsatz sank nicht zuletzt wegen des anhaltend kalten Wetters leicht um -2,0% von € 106,5 Mio. im Vorjahr auf € 104,4 Mio. Im gesamten deutschen Textileinzelhandel brachen jedoch die Kundenfrequenz im Berichtszeitraum um 3,8% und die Umsätze sogar um 6,0% (Quelle: TextilWirtschaft) gegenüber Vorjahr ein. Vor diesem Hintergrund betrachtet, hat sich die Adler Modemärkte AG in dieser schwierigen Phase ausgesprochen gut behauptet. Inzwischen hat ein außergewöhnlich umsatzstarker Monat April mit einem Absatzzuwachs von rund 30% gegenüber April 2012 dafür gesorgt, dass der ADLER-Umsatz in den ersten vier Monaten dieses Jahres kumulativ wieder im Plus liegt.

Während der Umsatz im Berichtszeitraum einschließlich der neu eröffneten Märkte um -2,0% zurückging, sank er bei den Bestandsmärkten (Like-for-Like-Umsatz) um -5,3%. Hier zeigt sich, dass auch ADLER sich nicht ganz vom negativen Branchentrend im ersten Quartal loslösen konnte. Im Berichtszeitraum hat ADLER sein Retailnetz moderat um einen Standort in Hilden bei Düsseldorf erweitert. In Linz wurde im selben Zeitraum ein Standort geschlossen.

Der Rohertrag überstieg mit € 51,7 Mio. das Vorjahresniveau von € 49,6 Mio. um € 2,1 Mio. Die Rohertragsmarge kletterte damit im ersten Quartal um 2,9 Prozentpunkte und liegt mit 49,5% deutlich über dem Vorjahresniveau (46,6%). Diese positive Entwicklung ist auf drei Maßnahmen zurückzuführen: Den Verzicht auf exzessive Rabatte im Saisonschlussverkauf, die gezielte Analyse und Anpassung der Preislagenstruktur sowie die gesteigerte Quote bei der Warendirektbeschaffung. Insbesondere letztere Maßnahmen sind dauerhafter Natur und werden nachhaltig positive Auswirkungen auf die Ertragssituation bei ADLER haben.

Der Personalaufwand von ADLER stieg im 1. Quartal 2013 von € 22,1 Mio. im Vorjahr auf € 23,3 Mio. an. Dieser Effekt ist auf den ausgelaufenen Sanierungstarifvertrag und gestiegene

Lohnkosten zurückzuführen. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen im Berichtszeitraum auf € 39,0 Mio. (Vorjahr: € 36,7 Mio.). Dies resultiert aus gezielt gesteigerten Marketing- und Werbeausgaben für Mailings und Beilagen. Außerdem hat ADLER zum Ende des ersten Quartals eine neue, aufmerksamkeitsstarke TV-Werbekampagne in Verbindung mit Anzeigen in Publikumszeitschriften gestartet, um die Dachmarke ADLER noch bekannter zu machen sowie die Kundenfrequenz und den Umsatz nachhaltig zu steigern.

Wie vom Unternehmen erwartet, lag das EBITDA im Berichtszeitraum mit € -9,1 Mio. im unteren einstelligen Bereich und unterschritt das EBITDA des Vorjahrsquartals (€ -7,6 Mio.) um € -1,5 Mio. Dies resultiert in erster Linie aus dem gesunkenen Umsatz bei leicht gestiegenen operativen Kosten. Das betriebliche Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) belief sich auf € -12,6 Mio. (Vorjahr: € -11,2 Mio.). Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit vor Steuern (EBT) erreichte € -13,7 Mio. (Vorjahr: € -12,1 Mio.). Unter dem Strich betrug der Konzernjahresfehlbetrag nach Steuern € -10,6 Mio. (Vorjahr: € -9,6 Mio.). Das bereinigte Ergebnis je Aktie beträgt € -0,60 (Vorjahr: € -0,52).

Der ADLER-Konzern beschäftigte insgesamt 4.294 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Stichtag 31. März 2013. Dies sind 2,1% weniger als zum Vorjahreszeitpunkt. Umgerechnet auf Vollzeitstellen lag die Zahl der ADLER-Beschäftigten bei 2.694,7 gegenüber 2.762,1 vor einem Jahr (-2,5%).

**Die Adler Modemärkte AG** mit Sitz in Haibach bei Aschaffenburg gehört zu den größten und bedeutendsten Textileinzelhändlern in Deutschland. Die Gruppe setzte im Jahr 2012 mit rund 4.400 Mitarbeitern €506,1 Mio. um und erzielte ein EBITDA von €35,5 Mio. ADLER betreibt derzeit 170 Modemärkte, davon 142 in Deutschland, 25 in Österreich, zwei in Luxemburg, einen in der Schweiz sowie einen Online-Shop im Internet. Das Unternehmen konzentriert sich auf Großflächenkonzepte über 1.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und bietet mit zahlreichen Eigenmarken und ausgesuchten Fremdmarken ein breitgefächertes Warensortiment an. ADLER ist dank seiner mehr als 60 Jahre Tradition mit hoher Kundenbindung nach eigenen Erhebungen der Marktführer in dem kaufkraftstarken Segment der Altersgruppe ab 45 Jahre.

Weitere Informationen: [www.adlermode-unternehmen.com](http://www.adlermode-unternehmen.com) ; [www.adlermode.com](http://www.adlermode.com)

**Pressekontakt:**

Bruno Seifert  
Wirtschafts- und Unternehmenspresse  
**Adler Modemärkte AG**  
Industriestraße Ost 1-7  
D-63808 Haibach bei Aschaffenburg  
Telefon: +49 (0) 152 54 55 08 35  
Mobil: +49 (0) 171 33 22 434  
E-Mail: [bruno.seifert@adler.de](mailto:bruno.seifert@adler.de)