



Wachstumsstrategie wird umgesetzt

ADLER geht Integration von Kressner an

Klarer Fokus auf Kundenorientierung; hohe Markenüberschneidung

Haibach bei Aschaffenburg, 19. Januar 2015. Die Adler Modemärkte AG – einer der größten Textileinzelhändler in Deutschland – geht die Integration der Kressner-Filialen entschlossen an. Weniger als eine Woche nach Freigabe der Transaktion durch das Kartellamt konnte in ersten Gesprächen mit den Marktleitern an den verschiedenen Standorten eine bereits heute sehr hohe Überschneidung des Markenangebots von Kressner und ADLER festgestellt werden. So werden aktuell von beiden im Damensortiment beispielsweise die Marken CECIL, Street One, TOM TAILOR, s.Oliver, Gelco, Mustang, Schiesser, Triumph und Schneider Sportswear geführt. Im Herrenangebot gibt es zum Beispiel Überschneidungen bei den Marken s.Oliver, LERROS, Mustang, Wrangler, Seidensticker, hattric, Marvelis, Schiesser, Schneider Sportswear sowie Conta. ADLER wird nach Umflaggung der Märkte zum nächsten Saisonstart im März an diesen Marken festhalten und das Sortiment um weitere attraktive Fremd- und Eigenmarken ergänzen. Dabei wird ADLER insbesondere Kundenpräferenzen und regionale Besonderheiten an den verschiedenen Standorten berücksichtigen. Mit weiteren Marken, die bislang nicht zum Sortiment von ADLER gehören, sondern lediglich von Kressner geführt werden, hat ADLER außerdem Gespräche angestoßen, um diese auch weiterhin den Kunden von Kressner anbieten zu können.

„Die Kressner-Kunden werden auch künftig ihre gewohnten Marken wiederfinden und darüber hinaus von einem das bisherige Angebot ergänzenden Sortiment profitieren“, fasst ADLER-Vorstandschef Lothar Schäfer die Situation zusammen.

Über das für Kunden künftig attraktiver gestaltete Filialangebot hinaus werden die Kressner-Kunden außerdem in den Genuss der Vorteile kommen, die sich aus dem Online-Angebot von ADLER ergeben. Dazu gehört beispielsweise eine Lieferung nach Hause sowie die Abholung vorbestellter Artikel im Markt („Click-and-Collect“).

Neben der Optimierung des Sortiments in den einzelnen Märkten wird es, insbesondere bedingt durch die Anbindung der Kressner-Märkte an die effizientere zentrale Logistik von ADLER und den daraus zu erwartenden Synergien, zu personellen Anpassungen an den

verschiedenen Standorten kommen. Diesbezügliche Gespräche mit den involvierten Personen wurden bereits aufgenommen.

In ADLER Modemärkten werden aktuell die folgenden Fremdmarken angeboten: CECIL, Street One, TOM TAILOR, Fransa, Gelco, Marcona, Fuchs & Schmitt, Gil Bret, MEXX, Mustang, Wrangler, H.I.S, Seidensticker, Schiesser, Triumph, Sloggi, PUNT ROMA, Marvelis, GIN TONIC, Steilmann, Schneider Sportswear, Jako, ROADSIGN, Götzburg, Stockerpoint, Triangle by s.Oliver, Viania, LERROS, PADDOCKS, PIONEER und Conta.

Daneben führt ADLER die erfolgreich und auf die Zielgruppe zugeschnittenen Eigenmarken My Own, Viventy, Via Cortesa, Steilmann Edition, Bexleys, Thea, Eagle No.7, Senator, Malva und Big Fashion sowie eibsee im Sportbereich und Alphorn für Trachten.

Die Übernahme aller Anteile der Bekleidungshaus Kressner GmbH & Co. KG und der geschäftsführenden Komplementärin Kressner GmbH von der REWE Beteiligungs-Holding National GmbH sowie der Familie Sanktjohanser wurde am 18. Dezember 2014 bekannt gegeben und konnte nach Zustimmung des Kartellamts mit Closing des Vertrags zum 12. Januar 2015 erfolgreich abgeschlossen werden. Über die Konditionen wurde Stillschweigen vereinbart.

Durch die Übernahme baut ADLER sein Filialnetz weiter aus und bringt das ertragsorientierte Wachstum des Unternehmens voran. Die Übernahme stellt ein enormes Potenzial für ADLER dar. So macht Kressner derzeit rund 70% der Umsätze mit der „Kressner Freunde“-Kundenkarte, die 2009 von ADLER-Mitarbeitern implementiert wurde. Derzeit sind ca. 100.000 Kunden Inhaber dieser Karte. Mit dem Kauf von Kressner, einer erneuten „Mom and Pop-shop“-Übernahme, erhält ADLER außerdem ein attraktives und innerhalb der Zielgruppe etabliertes Filial-Portfolio an großen Verkaufsflächen, auf denen hohe Umsätze erzielbar sind. ADLER übernimmt die bisherigen Mietverträge, die deutlich günstigere Konditionen aufweisen als derzeit marktüblich. Dadurch kann eine höhere Profitabilität erzielt werden. Die häufig direkte Nähe zu REWE-Märkten und die damit verbundene hohe Zahl an möglichen Neukunden machen die Standorte zusätzlich attraktiv, da die Frequenz potenzieller Käufer deutlich höher ist als an anderen Standorten. Entsprechend erwartet ADLER bereits 2016, also ein Jahr nach der Übernahme, einen positiven EBITDA-Beitrag. Der Break-Even der Gesamtinvestition soll 2018 erreicht werden.

Die Adler Modemärkte AG mit Sitz in Haibach bei Aschaffenburg gehört zu den größten und bedeutendsten Textileinzelhändlern in Deutschland. Die Gruppe setzte im Jahr 2013 mit rund 4.300 Mitarbeitern €528,6 Mio. um und erzielte ein EBITDA von €42,9 Mio. ADLER betreibt derzeit 178 Modemärkte, davon 145 in Deutschland, 22 in Österreich, zwei in Luxemburg, einen 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 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 ; www.adlermode.com

Pressekontakt:

Jasmin Dentz

GFD Finanzkommunikation

Telefon: +49 (0) 69 971 247 31

Mobil: +49 (0) 151 67204247

E-Mail: dentz@gfd-finanzkommunikation.de

Investor Relations Kontakt:

Jennifer Gaußmann

Adler Modemärkte AG

Industriestraße Ost 1-7

63808 Haibach

Telefon: +49 (0) 6021 633 12 19

Mobil: +49 (0) 152 54550967

E-Mail: jennifer.gaussmann@adler.de