



ADLER bleibt weiter deutlich über dem Branchendurchschnitt

Neunmonatsumsatz steigt um 5,5%

Prognose für das Gesamtjahr 2015 bekräftigt

Haibach bei Aschaffenburg, 12. November 2015: Die Adler Modemärkte AG – einer der größten Textileinzelhändler in Deutschland – konnte in den ersten neun Monaten 2015 ihren Wachstumskurs weiter erfolgreich gegen den schlechten Branchentrend fortsetzen. Der Konzernumsatz legte um 5,5% auf € 398,6 Mio. zu, während der deutsche Textileinzelhandel ein Minus von 2% verzeichnete. Auch auf vergleichbarer Fläche (like-for-like) konnte ADLER ein leichtes Wachstum von 0,1% erreichen. Im dritten Quartal fiel der Umsatzzuwachs mit 6,8% auf € 130,2 Mio. noch deutlicher aus. Das like-for-like-Wachstum betrug hier 1,8%.

„ADLER ist eine starke Marke mit einer erfolgreichen Strategie und straffem Kostenmanagement. Deshalb wachsen wir auch in dem sich gegenwärtig konsolidierenden Branchenumfeld“, so Lothar Schäfer, Vorstandsvorsitzender der Adler Modemärkte AG. „Dank unserer starken Finanzkraft werden wir unsere Wettbewerbsposition durch strategische Neueröffnungen weiter ausbauen.“

Anlaufkosten der akquirierten Modemärkte belasten Ergebnis planmäßig

In den ersten neun Monaten hat ADLER insgesamt zwölf Modemärkte neu an sein Vertriebsnetz angeschlossen. Neben den acht Anfang des Jahres von Kressner übernommenen Märkten, die nunmehr unter dem Namen ADLER Orange firmieren, waren dies die beiden ehemaligen hefa-Märkte in Mömmlingen und Lollar sowie zwei Neueröffnungen. Ergebnisbelastend wirkten sich in den ersten neun Monaten die Kosten für die Integration der neuen Modemärkte, deutlich unter den Erwartungen liegende Geschäfte mit Konzessionslieferanten und höhere Marketingausgaben aus.

Der Materialaufwand erhöhte sich durch den höheren Wareneinsatz der neuen Märkte überproportional um 9% auf € 188,6 Mio., der Rohertrag konnte um 3% auf € 210,1 Mio. gesteigert werden. Die Rohertragsmarge lag bei 52,7% (nach 54,2% im Vorjahreszeitraum). Der Anstieg im Personalaufwand von 8,5% auf € 77,0 Mio. ist vor allem auf die Neuerwerbe der Kressner- und hefa-Märkte zurückzuführen. Durch Abfindungen und personelle Restrukturierungen fielen bei ADLER Orange Sonderausgaben in Höhe von € 1,1 Mio. an.

Aufgrund der höheren Aufwendungen sank das betriebliche Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisation (EBITDA) in den ersten neun Monaten planmäßig auf € 4,6 Mio. (Vorjahr: € 18,3 Mio.). Das betriebliche Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) sank von € 6,8 Mio. im Vorjahr auf € -7,5 Mio. im Neunmonatszeitraum 2015. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit vor Steuern (EBT) verringerte sich in den ersten neun Monaten 2015 von € 3,1 Mio. auf € -11,1 Mio. ADLER weist somit zum 30. September 2015 einen Konzernfehlbetrag von € -9,3 Mio. aus, gegenüber einem Konzernüberschuss in Höhe von € 1,4 Mio. in der Vorjahresperiode. Das bereinigte Ergebnis je Aktie beträgt € -0,50 nach € 0,08 im Vorjahreszeitraum.

Deutliches Umsatzplus im dritten Quartal

Im dritten Quartal 2015 konnte ADLER eine deutliche Steigerung des Konzernumsatzes von 6,8% auf € 130,2 Mio. erzielen. Auf vergleichbarer Fläche (like-for-like) lag das Plus bei 1,8%. Das EBITDA verringerte sich im Wesentlichen aufgrund gesteigener Marketingausgaben auf € 0,1 Mio. Auf EBIT-Basis wurde ein Verlust von € -4,0 Mio. erzielt.

Prognose bestätigt – weiteres profitables Wachstum erwartet

Auf Basis der Umsatzentwicklung in den ersten neun Monaten 2015 bleibt der Vorstand für das Gesamtjahr weiter bei seiner Prognose, wonach ein Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich erzielt werden soll. Beim EBITDA bleibt ADLER bei der Aussage, dass hier aufgrund der Vorleistungen und des Aufwands für die Integration der übernommenen Kressner-Bekleidungshäuser bestenfalls mit einer Stagnation auf dem erreichten hohen Niveau, eventuell auch mit einer temporären Verringerung gerechnet werden muss. Für das laufende vierte Quartal 2015 rechnet das Unternehmen mit einem ausgewiesenen EBITDA, das deutlich über dem des Vorjahresquartals liegen wird. Mittelfristig geht der Vorstand davon aus, dass die jetzt vorgenommenen Expansionsschritte ADLER stärken und zu weiterem profitablen Wachstum führen werden.

Der vollständige Quartalsbericht der Adler Modemärkte AG steht ab sofort zur Einsicht oder zum Download auf der Homepage des Unternehmens unter <http://www.adlermode-unternehmen.com/investor-relations/berichte-publikationen/quartalsberichte/> bereit.

Wichtige Kennzahlen des ADLER-Konzerns

(in € Mio.)	9 Monate 2015	9 Monate 2014	Veränd.	Q3-2015	Q3-2014	Veränd.
Umsatzerlöse	398,6	377,9	+5,5%	130,2	122,0	+6,8%
Rohertrag	210,1	204,8	+2,1%	67,0	64,7	+3,6%
Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisation (EBITDA)	4,6	18,3	-74,9%	0,1	5,4	-98,1%
Betriebsergebnis (EBIT)	-7,5	6,8	> - 100%	-4,0	1,5	> - 100%
Vorsteuerergebnis (EBT)	-11,1	3,1	> - 100%	-5,3	0,3	> - 100%
Ergebnis je Aktie (in €)	-0,50⁽¹⁾	0,08 ⁽²⁾	> - 100%	-0,22⁽¹⁾	0,00 ⁽¹⁾	> - 100%

⁽¹⁾Basis: 18.510.000 Stück Aktien ⁽²⁾Basis: 18.446.163 Stück Aktien

	30. September 2015	31. Dezember 2014	Veränd.
Bilanzsumme (in € Mio.)	250,0	244,3	+2,3%
Eigenkapital (in € Mio.)	86,9	105,6	-17,7%
Eigenkapitalquote (in %)	34,8	43,3	-8,5pp
Verschuldungsgrad (Fremdkapital zu Eigenkapital; in %)	1,88	1,31	
Zahlungsmittel (in € Mio.)	34,8	69,7	-50,0%
Mitarbeiter	4.209	4.154	+1,3%
Märkte gesamt	179	170	+5,3%

Über Adler Modemärkte:

Die Adler Modemärkte AG mit Sitz in Haibach bei Aschaffenburg gehört zu den größten und bedeutendsten Textileinzelhändlern in Deutschland. Die Gruppe setzte im Jahr 2014 mit rund 4.150 Mitarbeitern € 535,3 Mio. um und erzielte ein EBITDA von € 41,5 Mio. ADLER betreibt derzeit 179 Modemärkte, davon 155 in Deutschland, 21 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 Fremddmarken ein breitgefächertes Warensortiment an. ADLER ist dank seiner mehr als 60-jährigen 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:

Katrin Schreyer

GFD Finanzkommunikation

Telefon: +49 (0) 69 971 247 17

E-Mail: schreyer@gfd-finanzkommunikation.de