



ADLER MODEMÄRKTE AG

LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2019

JAHRESABSCHLUSS ZUM 31. DEZEMBER 2019

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES UNABHÄNGIGEN ABSCHLUSSPRÜFERS

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2019

der Adler Modemärkte AG, Haibach

WESENTLICHE EREIGNISSE IM GESCHÄFTSJAHR

Im August 2019 gab die Adler Modemärkte AG ein Strategie-Update für den Ausbau des Online-Geschäfts bekannt. Dieses sieht beispielsweise die Implementierung eines neuen Online-Shop-Systems vor, welches spätestens 2021 den Kunden zur Verfügung stehen soll. Ziel ist es, ADLER mittel- bis langfristig als Netzwerk-Plattform für die ADLER-Zielgruppen zu etablieren. Dabei spielen auch Kooperationen mit bereits etablierten Online-Playern eine Rolle. So entwickeln sich die im Jahr 2019 etablierten Absatzkanäle für ADLER-Produkte auf den Plattformen Otto.de und Amazon positiv.

Im September 2019 konnte die Adler Modemärkte AG ihre im März 2019 kommunizierten Pläne hinsichtlich der Einführung des Service-Roboters „TORY“ vollumfänglich umsetzen. Im Zeitraum von April 2019 bis August 2019 wurde der Roboter für die automatisierte Bestandsaufnahme in 40 weiteren ADLER-Modemärkten eingeführt, sodass nun in Summe 45 Roboter im produktiven Einsatz sind. „TORY“ übernimmt die permanente und komplette Aufnahme des gesamten RFID-Warenbestandes, um die Bestandssicherheit in den Modemärkten zu gewährleisten.

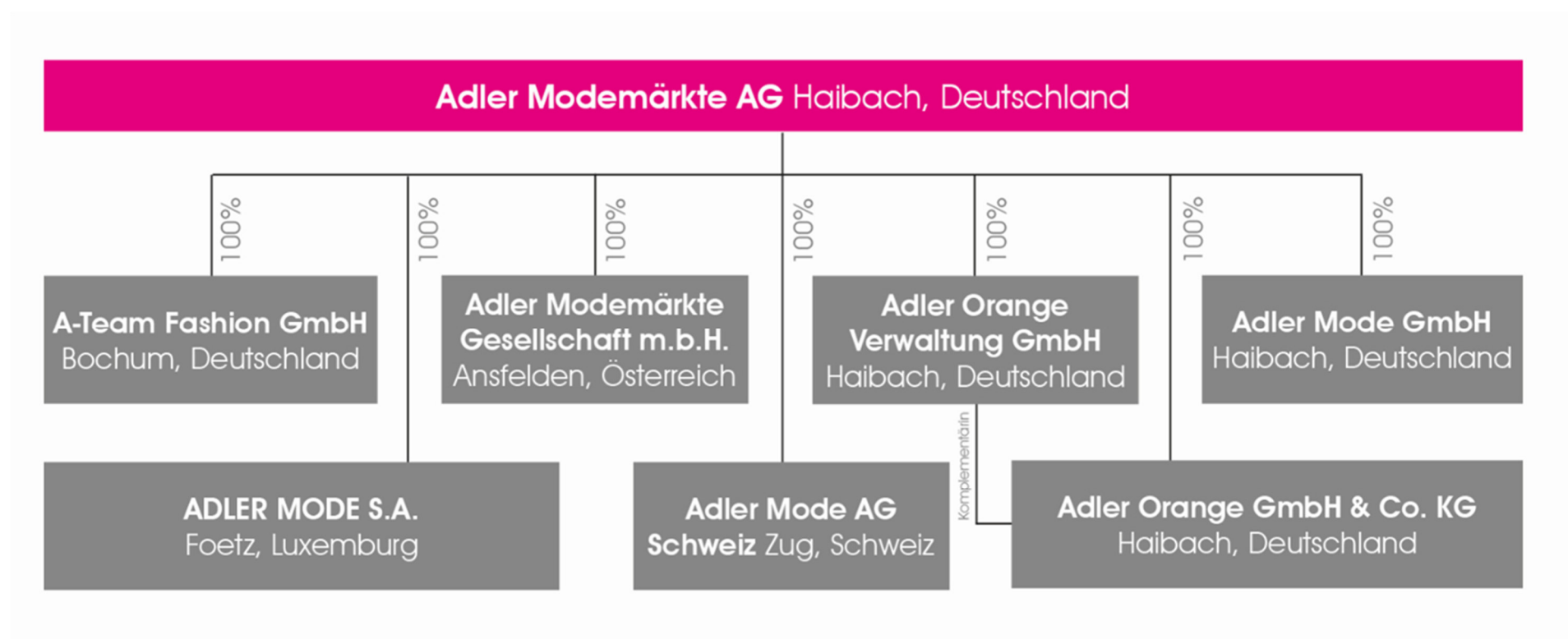
GESCHÄFTS- & RAHMENBEDINGUNGEN

KONZERNSTRUKTUR UND UNTERNEHMENSORGANISATION

Die Adler Modemärkte AG mit Sitz in Haibach bei Aschaffenburg ist die strategische und operativ tätige Führungsgesellschaft des ADLER-Konzerns. In Deutschland betreibt ADLER die Modemärkte selbst oder über die 100-prozentigen Tochtergesellschaften Adler Mode GmbH, Haibach, und Adler Orange GmbH & Co. KG, Haibach. In Luxemburg, Österreich und der Schweiz betreibt ADLER seine Modemärkte über die jeweils 100-prozentigen Tochtergesellschaften ADLER MODE S.A., Foetz, Luxemburg, Adler Modemärkte Gesellschaft m.b.H., Ansfelden, Österreich, und Adler Mode AG Schweiz, Zug, Schweiz. Die A-Team Fashion GmbH, Bochum, dient als Gesellschaft im Wesentlichen für die vertikale Produktveredelung, insbesondere dem Design und der Produktionsabwicklung des Steilmann-Sortiments. Die GBS Grundstücksverwaltungsgesellschaft m.b.H., Wien, Österreich, gehört seit 3. Mai 2017 zum ADLER-Konzern und wurde rückwirkend zum 31.12.2018 verschmolzen auf die Adler Modemärkte Gesellschaft m.b.H., Ansfelden, Österreich. Im Rahmen ihrer Funktion als Führungsgesellschaft des Konzerns nimmt die Adler Modemärkte AG für die

Konzerngesellschaften übergreifende Verantwortungsbereiche wahr. Dazu gehören der Wareneinkauf und das Marketing, die Sicherstellung und Betreuung der IT-Infrastruktur, das Finanz- und Rechnungswesen, die Revision und das Controlling sowie die Bearbeitung und Abwicklung rechtlicher Fragestellungen.

Die Struktur des ADLER-Konzerns stellt sich zum Bilanzstichtag wie folgt dar:



ALLGEMEINE BESCHREIBUNG DER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Die Adler Modemärkte AG gehört zu den führenden Textileinzelhandelsketten in Deutschland. Im Top-100-Ranking des Branchenmagazins TextilWirtschaft für das Jahr 2018 wird das Unternehmen auf Platz 22 geführt (2017: Platz 23). Ende 2019 betrieb die Unternehmensgruppe insgesamt 172 Modemärkte (2018: 178), davon 143 (2018: 150) in Deutschland und 24 (2018: 23) in Österreich, drei in Luxemburg und zwei in der Schweiz. Darüber hinaus betreibt das Unternehmen unter www.adlermode.com einen Online-Shop.

Das Produktsortiment von ADLER ist bezüglich Passform, Modegrad, Funktionalität und Qualität in erster Linie auf die Altersgruppe der über 55-Jährigen zugeschnitten, die innerhalb der kommenden Dekade um etwa 10 % auf rund 33 Mio. Menschen anwachsen wird. Für diese Zielgruppe bietet ADLER im unteren Mittelpreissegment qualitativ hochwertige Produkte zu einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis an. Das Produktsortiment beinhaltet ein umfassendes Angebot an Damen- und Herrenoberbekleidung sowie Wäsche. Mit einem Ergänzungssortiment aus Accessoires, Schuhen, Kinder- und Babybekleidung, Trachtenmode sowie Hartwaren bietet ADLER ein gut abgerundetes Warenportfolio und nutzt auf diese Weise auch Cross-Selling-Potenziale in den Modemärkten.

Die Hauptumsatzträger von ADLER sind die Eigenmarken des Konzerns. Zum Ende des Geschäftsjahres 2019 waren dies Bexleys, Malva, Thea, My Own, Via Cortesa, Viventy by Bernd Berger und Steilmann für Damen sowie Bexleys, Senator, Eagle No.7, Big Fashion, Via Cortesa und Bernd Berger für Herren. Mit ihnen erwirtschaftet das Unternehmen rund 85 % des Umsatzes und den überwiegenden Teil des Ertrags. In vielen Modemärkten bietet ADLER darüber hinaus national und international bekannte Fremdmarken im Bereich Damen, Herren- und Kinderbekleidung an.

Im Zuge seiner strategischen Neuausrichtung wird ADLER den Produktfokus künftig noch stärker auf die margenstarken Eigenmarken richten und das Fremdmarkensortiment schrittweise reduzieren. So stellt ADLER sicher, dass die angebotene Ware dem Bedarf der Zielgruppe entspricht und vermeidet zudem eine Kannibalisierung der Eigenmarken.

UNTERNEHMENSSTEUERUNG

Der ADLER-Konzern und die Adler Modemärkte AG werden durch den Gesamtvorstand gesteuert, der insbesondere die strategische Ausrichtung des Konzerns festlegt. Die operative Umsetzung der Konzernstrategie erfolgt in enger Zusammenarbeit mit den Verkaufsleitern und Bereichsleitern der Zentralfunktionen. Die Organisations- und Führungsstruktur ordnet Befugnisse und Verantwortlichkeiten unternehmensintern eindeutig zu und definiert die Berichtslinien. Sie richtet alle Unternehmensressourcen auf die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts aus.

UMSATZ UND EBITDA ALS WICHTIGSTE STEUERUNGSGRÖSSEN

Als wachstumsorientiertes Unternehmen misst ADLER der profitablen Steigerung des Umsatzes besondere Bedeutung zu. Alle Aktivitäten zur Umsatzsteigerung werden an ihrem Potenzial gemessen, das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) sowie die EBITDA-Marge langfristig zu steigern. Das EBITDA wurde gewählt, da es am besten Auskunft über die Rentabilität des eigentlichen operativen Geschäfts gibt, ohne Beeinflussung durch Sondereffekte. Der wesentliche Treiber des EBITDA ist die Rohertragsmarge. Verbesserungen in der Beschaffung sowie die Optimierung der Warensteuerung und Rabattpolitik bilden in diesem Zusammenhang die wichtigsten Maßnahmen. Darüber hinaus erfolgt eine strikte Kontrolle der sonstigen betrieblichen Aufwendungen.

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Der Jahresverlauf 2019 war geprägt von einigen globalen wirtschafts- und geopolitischen Unsicherheiten. Der Handelskonflikt zwischen den USA und China und der Brexit blieben über das ganze Jahr die dominierenden Themen und haben in vielen Regionen das Wachstum gedämpft. Hinzu kam vor allem in Deutschland, das wegen der großen Bedeutung des Exports von den Entwicklungen der Weltkonjunktur besonders abhängig ist, eine aufkommende Rezessionsangst hervorgerufen durch abgeschwächte Konjunkturaussichten. Der Internationale Währungsfonds (IWF) hat im Januar

2020 seine Prognose für das globale Wirtschaftswachstum für das Jahr 2019 auf 2,9 % reduziert. Im Jahr 2018 lag das weltweite Wirtschaftswachstum noch bei 3,6 %. 2019 wurde somit voraussichtlich das schwächste Wachstum der Weltwirtschaft seit einer Dekade verzeichnet. Für die Eurozone sieht der IWF das Wachstum für 2019 mit 1,2 % deutlich unter den 1,9 %, die für 2018 ausgewiesen wurden. Seit Herbst 2019 gab es bedingt durch sich abzeichnende Entspannung beim Handelskonflikt zwischen den USA und China Hoffnung auf eine konjunkturelle Aufhellung. Auch in Deutschland, den für den ADLER-Konzern wichtigsten Markt, zeigte sich dies in einer Verbesserung des Ifo-Geschäftsklimaindex im Dezember 2019 auf 96,3 Punkten, dem höchsten Stand seit sechs Monaten. Das Bruttoinlandsprodukt ist laut Statistischem Bundesamt 2019 auch im zehnten Jahr in Folge gewachsen. Das Wachstum hat mit 0,6 % gegenüber 1,5 % im Vorjahr jedoch deutlich an Dynamik verloren.

KONSUMLAUNE IN DEUTSCHLAND MIT LEICHT NEGATIVER TENDENZ

Das Meinungsforschungsinstitut GfK sieht für 2019 beim Konsumklima eine leicht negative Tendenz. Der Konsumklimaindex lag zum Abschluss des Jahres bei 9,7 Punkten und somit einen Punkt unter dem Niveau des Vorjahres. Dass sich die Verbraucher ihre Kauflaune trotz aufkommender Rezessionsängste nicht haben verderben lassen, ist laut GfK auch auf die Niedrigzinspolitik der Europäischen Zentralbank und der damit verbundenen sinkenden Sparneigung zurückzuführen. Das Institut prognostiziert für das Gesamtjahr einen Anstieg des privaten Konsums von 1,5 %. Das von der GfK herausgegebene Konsumklima bezieht sich dabei explizit auf die gesamten privaten Konsumausgaben. Der Einzelhandel macht – je nach Abgrenzung – etwa 30 % der privaten Konsumausgaben aus. Den Rest bilden Dienstleistungen, Reisen, Mieten, Gesundheitsdienstleistungen sowie der gesamte Wellness-Bereich, der auf den Einzelhandel mittelbar Einfluss hat. Auch im Jahr 2019 sind die Umsätze im deutschen Einzelhandel wieder gestiegen und dies nun schon im zehnten Jahr in Folge. Das Statistische Bundesamt rechnet 2019 mit einem preisbereinigten Zuwachs der Umsätze zwischen 2,86 % und 3,01 % im Vergleich zum Vorjahr. Die Umsätze des Internet- und Versandhandels verzeichneten nach Angaben des Bundesamts zwischen Januar und November 2019 einen überdurchschnittlichen Zuwachs von 7,4 %. Somit wird der Anteil des E-Commerce am Gesamtumsatz auch im Berichtsjahr wieder zunehmen. Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel e.V. (bevh) gehen von einem Umsatz von rund € 70 Mrd. im E-Commerce aus.

STATIONÄRER MODEHANDEL

Der stationäre Modelhandel ist auch im Jahr 2019 weiter geschrumpft. Für das Gesamtjahr 2019 geht das Umfragepanels TW-Testclub der Branchenzeitschrift TextilWirtschaft von einem Minus von 2 % aus. Dies entspricht einem Rückgang in dieser Höhe für das vierte Jahr in Folge. Im Gesamtjahr lagen in sieben von zwölf Monaten die Erlöse unter dem Vorjahresniveau. Obwohl der stationäre Modelhandel laut dem Umfragepanel mit einem Umsatzminus von 3 % im Januar in das Jahr 2019 gestartet ist, konnten sich seine Umsätze im ersten Quartal 2019 auf Vorjahresniveau halten. Das erste Halbjahr fiel jedoch insgesamt schwach aus, so sanken die Umsätze um im Schnitt 1 % im Vergleich zum Vorjahr. Laut Aussagen eines Großteils der am TW-Testclub teilnehmenden Händler lagen die Ursachen hierfür an der mangelnden Kundenfrequenz, den Wetterkapiolen und der sich eintrübenden Konsumstimmung. Positiv entwickelten sich im ersten Halbjahr dagegen nach Aussagen der Befragten die Erträge. Nach einem im dritten Quartal 2019 in Summe leichten Umsatzwachstum musste der Textileinzelhandel laut TW-Testclub in den darauffolgenden Monaten wieder Umsatzeinbußen hinnehmen. Der Dezember hat auch in diesem Jahr für den stationären Modehandel an Bedeutung verloren. Er wies einen Umsatzrückgang von 6 % auf.

UMSATZ-, ERTRAGSENTWICKLUNG & ANALYSE

UMSATZENTWICKLUNG

Im Geschäftsjahr 2019 sank der Umsatz um 2 % auf € 414,6 Mio. (Vorjahr: € 423,2 Mio.). Dem schwachen Branchenumfeld mit Absatzrückgängen über die gesamte Textileinzelhandelsbranche hinweg konnte sich ADLER nicht entziehen. Im ersten Halbjahr wirkten sich Wetterkapriolen und eine mäßige Konsumstimmung belastend aus. Zudem verliert das Weihnachtsgeschäft an Bedeutung.

ERTRAGSLAGE

Aufgrund einer effizienteren Einkaufspolitik, einem etablierten Produkt-Lifecycle-Management und verringerter Inventurdifferenzen ging der Materialaufwand überproportional von € 203,3 Mio. im Vorjahr um 3,9 % auf € 195,3 Mio. zurück. Die Materialaufwandsquote sank um 0,9 Prozentpunkte auf 47,1 % (Vorjahr: 48,0 %). Der Rohertrag (Umsatzerlöse abzüglich Materialaufwand) belief sich im Jahr 2019 auf € 219,3 Mio. (Vorjahr: € 219,9 Mio.).

ADLER wird auch weiterhin auf exzessive Rabattierung verzichten. Die Bestandsführung soll weiter optimiert und der Anteil der Direktbeschaffung kontinuierlich erhöht werden.

Der Personalaufwand stieg 2019, aufgrund von Lohn- und Gehaltssteigerungen aus der freiwilligen Tarifierhöhung und Aufwendungen für die Transformation um 2,3 % auf € 78,5 Mio. (Vorjahr: € 76,7 Mio.). Darin enthalten sind Abfindungen für personelle Veränderungen durch Schließungen unrentabler Standorte und Transformation der Verwaltung im Rahmen der Strategie 2020 eingeleiteten Restrukturierung und strategischen Neuausrichtung.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sanken im Vergleich zum Vorjahr von € 148,2 Mio. auf € 143,3 Mio. Diese enthalten vor allem die Gebäudeaufwendungen, die Kosten für Marketing und Werbung, die Ausgaben für Logistik und Transport sowie für technische Einrichtungen, darunter auch für die Modernisierung von Bestandsmärkten. Im Berichtszeitraum sind Wertberichtigungen auf Forderungen gegenüber Tochtergesellschaften in Höhe von € 1,9 Mio. (Vorjahr: € 2,5 Mio.) enthalten. Die Aufwandsquote der sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Relation zum Umsatz liegt bei 34,6 % (Vorjahr: 35,0 %).

Das EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) sank von € 7,7 Mio. auf € 7,2 Mio. und damit um 6,5 %.

Die Abschreibungen lagen im Berichtsjahr mit € 6,3 Mio. unter dem Vorjahresniveau mit € 7,8 Mio. Abschreibungen wurden zum einen auf immaterielle Vermögensgegenstände vorgenommen, vorwiegend auf Lizenzen, IT-Investitionen und Markenrechte; zum anderen auf Sachanlagen, vorrangig aus der Einrichtung und Modernisierung von Modemärkten und auf IT-Hardware-Investitionen. Das betriebliche Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) belief sich auf € 0,9 Mio. (Vorjahr: € -0,1 Mio.). Das Finanzergebnis sank von € -0,3 Mio. auf € -0,4 Mio. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) lag bei € 0,6 Mio. (Vorjahr: € -0,4 Mio.). Nach einem Steueraufwand von € 1,3 Mio. (Vorjahr: € 2,0 Mio.) belief sich der Jahresfehlbetrag auf € -0,8 Mio. (Vorjahr: € -2,4 Mio.).

FINANZLAGE

Die liquiden Mittel stiegen um € 14,6 Mio. auf € 43,6 Mio. (2018: € 29,0 Mio.). Der Grund der Steigerung erfolgte im Wesentlichen durch Verbesserung des Working Capitals und Kosteneinsparungen.

VERMÖGENSLAGE

Die Bilanzsumme der Adler Modemärkte AG ist zum 31. Dezember 2019 gegenüber dem Vorjahresstichtag um 1,4 % von € 154,0 Mio. auf € 156,1 Mio. gestiegen.

Das Eigenkapital summierte sich zum 31. Dezember 2019 auf € 90,9 Mio., womit es € 0,8 Mio. unter dem Vorjahreswert von € 91,7 Mio. lag. Die Eigenkapitalquote sank von 59,6 % im Vorjahr auf 58,3 % zum Bilanzstichtag 2019.

Das Fremdkapital (inklusive Rechnungsabgrenzungsposten) in der Adler Modemärkte AG stieg zum Jahresende 2019 auf € 65,1 Mio. (Vorjahr: € 62,3 Mio.). Der Verschuldungsgrad (Fremdkapital/Eigenkapital) stieg von 0,68 auf 0,72.

Die Rückstellungen stiegen um € 2,8 Mio. im Wesentlichen aufgrund des Anstiegs der Rückstellung für Leistungstantieme.

Mit € 35,3 Mio. lag das Working Capital (Vorräte zzgl. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzgl. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen) zum Bilanzstichtag um € 7,5 Mio. unter dem Vorjahreswert, vor allem bedingt durch die Reduzierung der Vorräte.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sanken um € 4,6 Mio. auf € 24,8 Mio., im Wesentlichen aufgrund der Reduzierung der Forderungen gegen verbundene Unternehmen um € 2,4 Mio. Darin enthalten ist ein Anstieg der Wertberichtigungen auf Forderungen gegen verbundene Unternehmen in Höhe von € 1,9 Mio.

Die Vorratsintensität (Vorräte/Bilanzsumme) sank auf 35,6 % (Vorjahr: 39,4 %), die Lagerumschlagshäufigkeit (Umsatz/Vorräte) stieg auf 7,5 (Vorjahr: 7,0).

Die Finanzanlagen erhöhten sich leicht auf € 13,0 Mio. (Vorjahr: € 12,8 Mio.), während die Sachanlagen mit € 14,8 Mio. (Vorjahr: € 17,5 Mio.) und die immateriellen Vermögensgegenstände mit € 2,9 Mio. (Vorjahr: € 3,5 Mio.) jeweils unter dem Vorjahresniveau lagen. Die Anlageintensität (Anlagevermögen/Bilanzsumme) sank um 2,3 Prozentpunkte auf 19,7 %.

INVESTITIONEN

Die Investitionen der Adler Modemärkte AG beliefen sich im Geschäftsjahr 2019 auf insgesamt € 3,8 Mio. (Vorjahr: € 4,9 Mio.). Hiervon entfielen € 2,8 Mio. (Vorjahr: € 3,3 Mio.) auf Sachanlagen und € 1,0 Mio. (Vorjahr: € 1,4 Mio.) auf immaterielle Vermögenswerte. Diese enthalten in erster Linie IT-Investitionen.

In den Investitionen des Berichtsjahres wurden die Modernisierung bestehender Märkte berücksichtigt.

BESCHAFFUNG

Der ADLER-Konzern verfügt derzeit über keine eigenen Produktionsstätten. Stattdessen werden die Sortimente über Direktimporte aus Asien und Indien, der Türkei und Griechenland sowie Nordafrika und Osteuropa kostengünstig eingekauft. Hinzukommt der indirekte Bezug über Importeure und Markenproduzenten. Beschaffung und Logistik sind darauf ausgerichtet, hohe Qualität zu einem günstigen Preis einzukaufen, die Ware sicher anliefern zu lassen und sie optimal für die Kunden in den eigenen Modemärkten zu präsentieren.

ADLER besitzt eine langjährige Erfahrung im Einkauf von Textilien in Asien. Die Produktion der Textilien erfolgt größtenteils durch Stammlieferanten, auf die im Geschäftsjahr 2019 68,2 % des Einkaufsvolumens entfielen.

ADLER vermarktet Produkte unter ihren Eigenmarken oder als Markenartikel von Fremdmarken. Die Direktbeschaffung der Eigenmarken erfolgt im asiatischen Raum seit dem zweiten Quartal 2018 in Kooperation mit der Agentur OI (OTTO International). Diese bündelt die Beschaffungsaktivitäten der Otto-Gruppe sowie weiterer namhafter Textilhandelsunternehmen in Deutschland und dem europäischen Ausland.

Daneben arbeiten die ADLER-Einkaufsabteilungen auch direkt mit Produzenten in der Türkei, in Osteuropa und Griechenland zusammen. Seit dem Erwerb der Marke Steilmann im Jahr 2016 und der Verpflichtung des entsprechenden Teams verfügt ADLER darüber hinaus über eine weitreichende Expertise in der osteuropäischen Fertigung und der vertikalen Direktbeschaffung.

ADLER hatte im Geschäftsjahr 2019 insgesamt Waren im Wert von € 199 Mio. eingekauft. Hiervon entfielen 20,3 % auf den Einkauf von Waren des strategischen Fremdmarken Portfolios. Damit erfüllte ADLER im Geschäftsjahr 2019 das strategische Ziel, die Fremdmarken weiter zu konsolidieren. Bei den Eigenmarken wurden Waren in Höhe von € 98,7 Mio. über Agenturen in Asien beschafft und in Höhe von € 10,6 Mio. über Direktproduzenten.

Die Steigerung des Rohertrags gehört zu den strategischen Zielen des Unternehmens. Hierzu wird der Anteil der Direktbeschaffung in Asien und Europa stetig ausgebaut, wohingegen der Anteil der Beschaffung bei Importeuren sukzessive reduziert wird. Der Anteil der EU-Importeure lag im Geschäftsjahr 2019 bei nur noch 18,2 % bzw. € 36,2 Mio. Somit wurden auch hier die Ziele des initiierten Kurswechsels hin zur direkten Beschaffung erreicht.

Im Jahr 2019 hat ADLER weitere Optimierungen im Einkaufsprozess vorgenommen und eine eigene Lieferanten-Bewertung eingeführt. Mit der Lieferantenkonsolidierung wurden strategische Partnerschaften gestärkt und das Unternehmen konnte seine Relevanz in den einzelnen Beschaffungsmärkten deutlich steigern.

Um Risiken zu streuen und nicht in Abhängigkeit von einzelnen Beschaffungsmärkten zu geraten, achtet ADLER darauf, das Einkaufsvolumen gleichmäßig über ein weltweites Netz von Lieferanten zu verteilen.

Ein optimierter Beschaffungsmix zwischen asiatischen und europäischen Produktionsländern soll zur bedarfsgerechten Warenbelieferung beitragen und auch kurzfristige Reaktionen auf Nachfrageänderungen sowie eine kontinuierliche Warenbereitstellung von NOS (Never-out-of-Stock)-Artikeln ermöglichen.

ABSATZPOLITIK, VERTRIEB & MARKETING

Im Jahr 2019 hat ADLER konsequent weiter an der strategischen Ausrichtung entlang der Wertschöpfungskette gearbeitet. Im Zentrum aller strategischen Maßnahmen steht das Bestreben, das gesamte Produkt- und Leistungsangebot noch konsequenter auf die Zielgruppe zuzuschneiden. ADLER hat Frauen und Männer ab 55 Jahren im Blick, die Wert auf qualitativ hochwertige Kleidung zu attraktiven Preisen legen. In dieser Bevölkerungsgruppe hat ADLER in der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz und Luxemburg) eine langjährig etablierte Marktposition, die das Unternehmen weiter festigen und ausbauen möchte. Ziel ist es, eine stationäre und digitale Plattform für „Best Ager“ zu schaffen und die Nr. 1 in der Umsetzung ihrer Modebedürfnisse hinsichtlich Mode, Passform, Qualität und Service zu werden.

Die ADLER-Zielgruppe der Frauen und Männer ab 55 Jahren wird in den nächsten Jahren mindestens ein Drittel der Bevölkerung in Deutschland ausmachen (Basis: Statistisches Bundesamt). Die auf ein profitables Wachstum ausgerichtete Strategie von ADLER zielt darauf, diesen Wachstumsmarkt künftig noch besser zu durchdringen. Dabei konzentriert sich ADLER vorrangig darauf, bestehende Kunden enger an die Marke ADLER zu binden, um den sogenannten „Share of Wallet“ (Anteil der Gesamtausgaben, die ein Kunde für eine bestimmte Produktgruppe ausgibt) zu erhöhen, ohne den Neukundenfokus zu verlieren.

ADLER verfolgt hierbei eine Multi-Channel-Strategie, bei der Kunden sowohl im stationären wie auch im Online-Handel ein konsistent positives Markenerlebnis erfahren. Ein Beleg dafür ist der im Jahr 2019 eingeführte In-Store-Assistent (ISA) mit dem Kunden Artikel online bestellen können, die aktuell nicht in der Filiale vorhanden sind. Damit entsteht eine direkte Verbindung beider Vertriebskanäle. Der bereits etablierte Click&Collect-Service, bei dem Ware online bestellt und im Modemarkt abgeholt und zurückgegeben werden kann, lenkt zudem Kundenströme in die stationären Märkte. Darüber hinaus startete im 2. Halbjahr 2019 mit der Bestell-Hotline ein weiterer Vertriebskanal, der sich primär an Kunden richtet, die keine Möglichkeit haben, online oder stationär einzukaufen.

Stationäre Vertriebsstrategie

Im stationären Verkauf konzentriert sich ADLER auf Großflächenkonzepte: Die Fläche der betriebenen Filialen beträgt in der Regel zwischen 1.500 m² und 4.000 m². Großzügige Platzverhältnisse mit breiten Gängen, geräumigen Umkleiden und Ruhezeiten kennzeichnen die besondere Kundenorientierung der Modemärkte. Der stationäre Vertrieb erfolgte zum Jahresende 2019 über ein breites Netz von 124 Filialen in Deutschland.

Entscheidend für die Standortauswahl sind neben wirtschaftlichen Faktoren und der Größe des Einzugsgebietes eine gute Erreichbarkeit für die Kunden sowie kostenfreie Parkplätze. Daher liegen die ADLER-Filialen zum Großteil in Fachmarktzentren und „auf der grünen Wiese“. Ebenso ein wichtiges Standbein für ADLER sind die Filialen in Einkaufszentren und in City-Lagen.

Im Rahmen des Optimierungsprogramms wurden im Jahr 2019 sechs Filialen geschlossen (Herne, Neumünster, Peine, Neustadt, München und Heilbronn) sowie Mietverträge neu verhandelt, um die Kostenstrukturen zu verbessern. Zugleich wurden zwei Filialen nach Umbau an den Standorten Freiburg und Leipzig-Seehausen wiedereröffnet, die ein hohes Umsatzpotential bieten.

ADLER sieht das größte Potenzial zur kurz- und mittelfristigen Umsatzsteigerung in der gezielten Ansprache bestehender Kunden (Steigerung des „Share of Wallet“) sowie in der Reaktivierung ausgewählter früherer Kunden und in der Akquise neuer Kunden.

Laut Kunden-Befragungen legen ADLER-Kunden großen Wert auf Service und eine persönliche Beratung. Daher spielt ein gut geschultes, motiviertes und jederzeit ansprechbares Verkaufspersonal im stationären Vertrieb für ADLER eine Schlüsselrolle. Durch eine optimal auf die Stoßzeiten abgestimmte Personaleinsatzplanung sowie die permanente Erweiterung der Vertriebskompetenz der Mitarbeiter wird ADLER diesen Kundenbedürfnissen gerecht.

Der Einsatz innovativer Technologien trägt dazu bei, Kostenvorteile zu erzielen und interne Prozesse optimieren. So bot beispielsweise die im Jahr 2014 umgesetzte flächendeckende Einführung von RFID (Radio Frequency Identification) die Grundlage für den im Jahr 2019 realisierten Rollout des Service-Roboters „TORY“, der nun in 45 ADLER-Filialen im Einsatz ist. „TORY“ übernimmt dort die permanente und komplette Aufnahme des gesamten RFID-Warenbestandes, um die Bestandssicherheit in den Modemärkten zu gewährleisten und für eine Entlastung der Mitarbeiter in den Filialen zu sorgen. ADLER prüft permanent, wie die RFID-Technologie für weitere Entwicklungen eingesetzt werden kann. Voraussetzung jeglicher Überlegungen ist ein angemessenes Kosten-Nutzen-Verhältnis.

Online-Vertriebsstrategie

Im Rahmen der Multi-Channel-Strategie betreibt ADLER unter www.adlermode.com einen Online-Shop in Deutschland, Österreich und Luxemburg. Lieferungen sind auch in die Niederlande und nach Belgien möglich.

Im Geschäftsjahr 2019 verzeichnete der ADLER Online-Shop 11,7 Mio. Besucher, das sind rund 11 % mehr als im Vorjahr. Der über den Online-Shop generierte Umsatz wuchs im Jahr 2019 um 3,1 % auf € 9,9 Mio., was einem Umsatzanteil von rund 2 % entspricht (2018: 1,9 %). Im Jahr 2019 wurde das Marktplatzgeschäft sowie die Bestell-Hotline ausgebaut.

Der Online-Shop präsentiert sich als ADLER-Schaufenster und zeigt vorrangig schnell wechselnde Angebote im klassischen Damen-Konfektionsbereich bei Blusen, Jacken und Kleidern. Darüber hinaus bietet er Herrenmode und Nischenangebote wie große Größen oder Trachten. Der durchschnittliche Online-Kunde war im Berichtsjahr mit 57,1 Jahren jünger als die Filial-Kunden, die im Schnitt 63,1 Jahre alt waren. Damit erfüllt das Online-Geschäft eine wichtige Funktion bei der Ansprache und Bindung jüngerer Kunden.

Auch innerhalb der Online-Welt differenzieren sich die digitalen Bestellwege weiter. So griffen rund 54 % der Kunden im Jahr 2019 über mobile Endgeräte auf den ADLER Online-Shop zu. Die Zugriffe über mobile Endgeräte überstiegen damit das Niveau des Vorjahres. In dem Zusammenhang kommt auch der im Frühjahr 2017 gestarteten ADLER-App eine wachsende Rolle zu. Ihre Funktionalitäten wurden im Rahmen der strategischen Neuausrichtung 2019 deutlich erweitert, um Anwendern weiteren Zusatznutzen zu bieten und die Markenbindung zu erhöhen. Eine kontinuierliche Weiterentwicklung steht im Fokus.

In Ergänzung zum eigenen Online-Shop bietet ADLER ausgewählte Eigenmarken stärker als bisher auch über digitale Verkaufsplattformen Dritter an. Seit März 2019 sind ADLER-Produkte zusätzlich zu Amazon auch auf Otto.de erhältlich. Dieser Schritt soll ebenfalls dazu dienen, den Bekanntheitsgrad weiter zu erhöhen und den Umsatz zu steigern.

MARKETING

Als Betreiber von Großflächen, die sich überwiegend in Randlagen befinden, ist ADLER auf den intensiven Einsatz von Marken- und Produktwerbung angewiesen, um Kunden auf das Warenangebot in den Märkten aufmerksam zu machen und sie zum Filialbesuch anzuregen. Im Geschäftsjahr 2019 beliefen sich die Ausgaben für Werbung auf € 33,5 Mio. und lagen damit u.a. aufgrund des Verzichts auf TV-Werbung 5,2 % unter dem Niveau des Vorjahres.

ADLER-Kundenkarte

Ein zentrales Marketinginstrument ist die ADLER-Kundenkarte. Das System geht auf das Jahr 1974 zurück und ist damit seit 45 Jahren etabliert. Damit ist es eines der ältesten und erfolgreichsten Kundenbindungsprogramme Deutschlands. Das Prinzip der ADLER-Kundenkarte funktioniert so: ADLER-Kundenkartenbesitzer erhalten auf ihren jeweiligen Warenkorb eine Punkte-Gutschrift in Höhe von 3 Punkten pro ausgegebenem Euro. Diese Gutschrift kann beim nächsten Einkauf mit dem Gegenwert von 1 Punkt = 1 Cent geltend gemacht werden. Im Geschäftsjahr 2019 setzten rund 2,5 Mio. Kunden die Karte ein, mit der insgesamt etwa 91 % der Umsätze erfasst wurden.

Werbung

Im Rahmen der neuen strategischen Ausrichtung hat ADLER seine Kommunikationsstrategie angepasst und konzentriert sich nun in erster Linie auf die gezielte Ansprache von Bestandskunden, ohne dabei die Neukundenakquise zu vernachlässigen. Vor diesem Hintergrund wurden die bislang eingesetzten Formate der Kundenansprache einer neuerlichen detaillierten Kosten-Nutzen-Analyse unterzogen. Zur Erzielung einer größeren Reichweite hat ADLER im Jahr 2019 verstärkt auf das Thema Funkwerbung gesetzt. ADLER steuert und allokiert das Marketing-Budget performanceorientiert auf die jeweiligen Marketing-Kanäle.

Im Berichtsjahr setzte ADLER zur Produkt- und Imagewerbung auf Mailings, Beilagen, Radio sowie Werbung in Publikumszeitschriften. Im Jahr 2019 verschickte ADLER per Post Mailings mit einer Gesamtauflage von 56 Mio. Stück. Im selben Zeitraum lag die Gesamtauflage aller Beilagen bei etwa 106 Mio. Stück.

Im Jahr 2019 wurde die bereits seit 2009 bestehende Zusammenarbeit mit der Markenbotschafterin Birgit Schrowange um weitere zwei Jahre verlängert.

Digitales Marketing

Die Online-Werbung in Form von Bannern, Suchmaschinenoptimierung und Partner-/Affiliate Marketing sowie die Social Media-Präsenz wurde ausgebaut. Gleichzeitig setzt ADLER nun erstmalig auch auf ausgewählte Influencer. Die E-Commerce-Strategie wird flankiert durch einen angemessenen Online-Marketing-Etat, der besonders für die digitale Ansprache des bestehenden ADLER-Kundenstammes eingesetzt wird, ohne den Fokus auf die Neukundengewinnung zu vernachlässigen. Die Online-Marketing-Maßnahmen umfassen einen Mix aus performanceorientierten Marketinginstrumenten, wie zum Beispiel einem breit angelegten E-Mail- und Mobile-Marketing.

Personalisierte Kundenkommunikation und Kampagnenmanagement

Der auf Basis der Kundenkarte erzeugte Datenbestand wird unter strengster Beachtung der DSGVO zur intelligenten und personalisierten Ansprache der Kunden genutzt. Mit modernster Software für Data Mining und Kampagnenmanagement ist eine gezielte Werbemittelanprache der Kunden nach Relevanz sowie Affinität des einzelnen Kunden möglich. Auch im Bereich der Print

Kommunikation können so die Vorteile der Digitalisierung hinsichtlich eines hohen Individualisierungsgrades der Werbeansprache als auch hinsichtlich der Kampagneneffizienz in Bezug auf die Auflage genutzt werden. So ist die aktivierende Marketingkommunikation bereits wesentlicher Bestandteil für ein umfassend positives Kundenerlebnis.

Elektronische Terminals zur Kundenbefragung

Durch systematische Kundenbefragungen in den Filialen vor Ort erhält ADLER zusätzliche Informationen und Einblicke in die Kundenbedürfnisse, die das Unternehmen zur Verbesserung der Service- und Produktqualität nutzt. Zur besseren Erfassung der Kundenmeinungen hat das Unternehmen flächendeckend elektronische Terminals in den Filialen installiert. Das Befragungssystem ermöglicht es Kundinnen und Kunden, das Einkaufserlebnis anonym zu bewerten und weitere Anmerkungen in freien Textfeldern zu ergänzen.

Auszeichnung „Deutschlands Kundenchampions“

Zum zwölften Mal in Folge gehörte ADLER 2019 zu „Deutschlands Kundenchampions“, einem vom Marktforschungs- und Beratungsunternehmen 2HMforum sowie dem Verein „Deutsche Gesellschaft für Qualität e. V.“ und dem F.A.Z.-Institut verliehenen Preis. Mit dem Titel werden Unternehmen ausgezeichnet, denen es in besonderem Maße gelingt, Kunden sowohl leistungsmäßig als auch emotional anzusprechen, sie an sich zu binden und somit zu Fans zu machen. Der Schlüsselfaktor der Kundenbindung bei ADLER ist die Verzahnung von maßgeschneidertem Marketing, attraktivem Sortiment und persönlichem Service in den Modemärkten vor Ort.

MITARBEITER

Zum Ende des Geschäftsjahres 2019 waren insgesamt 2.724 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (31. Dezember 2018: 2.907) bei ADLER beschäftigt. Neben der effizienten Aufgabenerfüllung in der Zentrale spielt für ADLER die Kundennähe im Verkauf eine herausragende Rolle. Hier kommt es besonders auf ein gutes Gespür für die Wünsche, Bedarfe und Vorlieben der Zielgruppe an. Ein wichtiges Ziel der Personalentwicklung ist es daher, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch Schulungen und Trainings kontinuierlich und wiederkehrend für die individuellen Kundenerwartungen zu sensibilisieren. Zugleich sollen Eigenmotivation und Beratungskompetenz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie der ADLER-Teamspirit gestärkt und stetig weiterentwickelt werden. Dies geschieht in regelmäßigen dezentralen Schulungen mit internen und externen Trainern.

UNTERNEHMENSKULTUR

ADLER ist ein Unternehmen mit einer mehr als 70-jährigen Tradition und einer solide gewachsenen Unternehmenskultur. Die zentralen Säulen der Unternehmenskultur sind eine ausgeprägte Serviceorientierung, Teamgeist, Kreativität, Offenheit und Transparenz. Großes Augenmerk liegt auf der Schaffung eines Arbeitsklimas, in dem sich die Mitarbeiter mit ihren individuellen Fähigkeiten optimal einbringen können. Für ADLER ist ein solches Arbeitsklima Grundlage für Kundenorientierung und Servicequalität, die es immer weiter zu verbessern gilt, um auch aktuelle Entwicklungen aufzugreifen und vorantreiben zu können.

Im Jahr 2019 hat ADLER erneut eine konzernweite Mitarbeiterbefragung durchgeführt. Hierbei waren die Mitarbeiter aufgefordert, ihre Ideen, Wünsche und Kritikpunkte anonym zu äußern. Auf Basis der Ergebnisse werden im Jahr 2020 umfangreiche Maßnahmen erarbeitet, die dazu beitragen sollen, die Arbeitsqualität in den Modemärkten und in der Zentrale zu verbessern und weitere Potenziale zu heben.

Zudem hat ADLER das betriebliche Vorschlagswesen reaktiviert, um noch stärker auf die Ideen und Erfahrungen der Mitarbeiter zurückgreifen zu können.

MITARBEITERKOMMUNIKATION

Die erfolgreiche Umsetzung der ADLER „Strategie 2020“ bedeutet einen weitreichenden Transformationsprozess im gesamten Unternehmen. Um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mitzunehmen, wurde die interne Kommunikation weiter ausgebaut und die neue Strategie einfach und verständlich dargestellt. Am Anfang steht ein Kultur- und Wertewandel, der Mut belohnt, das Wohl des Kunden in den Mittelpunkt stellt, Silostrukturen auflöst und die bereichsübergreifende Zusammenarbeit fördert. Um dabei insbesondere die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Modemärkten optimal zu erreichen, wurde neben dem normalen Intranet im Jahr 2019 außerdem die „Wochen-News“ ins Leben gerufen, ein wöchentlicher Bericht, der auf einen Blick alle wesentlichen Themen und Neuerungen erfasst. Daneben wurde ein ADLER-Blog, den jeder Mitarbeiter mit Inhalten füllen kann, eingeführt. Zudem wurde die Mitarbeiterzeitung „WIR“ reaktiviert, eine „echte“ Zeitung mit Beiträgen von Mitarbeitern, die drei Mal im Jahr in die Modemärkte geschickt wird.

ERFAHRENES MANAGEMENT VOR ORT

Das ADLER-Management stellt die Organisation und Personalplanung so auf, dass jeder einzelne Modemarkt von erfahrenen Mitarbeitern vor Ort geführt wird. Diese Mitarbeiter sind auf den Verkaufsflächen präsent und mit tätigkeitsspezifischen Entscheidungsfreiräumen ausgestattet. Besondere Bedeutung hat dabei, dass die Geschäftsleiter die örtlichen Gegebenheiten und regionalen Besonderheiten kennen. Für die Standortexpansion und das Management vor Ort konnte ADLER bislang stets sehr qualifizierte und erfahrene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den eigenen Reihen gewinnen, aber auch von Wettbewerbern rekrutieren. Um die kontinuierliche Entwicklung aus den eigenen Reihen zu fördern, wurde Ende 2019 ein Talent Management aufgesetzt, bei dem Mitarbeiter in einem ein- bis 1,5-jährigen Führungsprogramm gezielt zu Geschäftsleitern oder auch Erstkräften (Stellvertretenden Geschäftsleitern) entwickelt werden. So soll sukzessive ein interner Talent Pool aufgebaut werden.

Darüber hinaus wurde im Jahr 2019 die Entwicklung der Führungskräfte neu ausgerichtet. Um Führungskompetenz, Sozialkompetenz, Veränderungsbereitschaft und Fachkompetenz der Führungskräfte bei ADLER kontinuierlich zu verbessern, wurde eine jährliche Führungskräftebeurteilung etabliert. Neben den Entwicklungsmaßnahmen, die auf Basis der individuellen Führungskräftebeurteilung durchgeführt werden, hat sich das Führungsteam einem 360-Grad-Feedback unterzogen. Es ist vorgesehen, dieses ganzheitliche Feedback-Tool künftig auf weitere Führungsebenen auszuweiten.

FLUKTUATION

Die Fluktuationsrate lag im Berichtsjahr bei rund 14,1 % (Vorjahr: 11,6 %) und blieb damit auf einem moderaten Niveau. ADLER hat viele sehr langfristige Mitarbeiter, die bereits seit Jahren im ADLER-Konzern tätig sind. Somit betrug die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit weiterhin mehr als elf Jahre. Durch die lange Betriebszugehörigkeit haben viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter persönliche Beziehungen zu den Kunden aufgebaut, was sich positiv auf den hohen Anteil an Stammkunden auswirkt.

VIELFALT BEI ADLER

ADLER beschäftigt und beurteilt Mitarbeiter und Bewerber unabhängig von Nationalität, Geschlecht, Herkunft, Religion, Alter, Behinderung oder sexueller Neigung. Mit Blick auf den demografischen Wandel will ADLER das gesamte Bewerberspektrum ausschöpfen. Bei der Auswahl achtet das Unternehmen ausschließlich auf fachliche Qualifikationen, persönliche Integrität und Leistungsbereitschaft. Vielfalt innerhalb der Belegschaft ist für ADLER ein Wettbewerbsvorteil, da so komplementäre Fähigkeiten und Talente im Unternehmen fruchtbar zusammenwirken. Zum Jahresende 2019 waren bei ADLER Menschen aus 45 unterschiedlichen Nationen beschäftigt.

Der Frauenanteil bei ADLER ist seit Gründung des Unternehmens sehr hoch. Auf den Ebenen der leitenden Angestellten ist mehr als die Hälfte der Positionen mit Frauen besetzt. Im Aufsichtsrat stellen Frauen aktuell ein Drittel der Mitglieder. Insgesamt beträgt der Frauenanteil an der ADLER-Belegschaft 89 %. Um Eltern im Alltag eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu ermöglichen, arbeitet ADLER ständig an einer Verbesserung der Arbeitsbedingungen. ADLER setzt sich ebenfalls dafür ein, dass Menschen mit Schwerbehinderung gleichberechtigt am Arbeitsleben teilhaben können.

Mitarbeiter zum Geschäftsjahresende / Köpfe (31. Dezember 2019):

AG – ohne Vorstand	31.12.2019	in %
Mitarbeiter gesamt	2.724	100
Männer	307	11,3
Frauen	2.417	88,7
Durchschnittsalter in Jahren	46,6	

AG – ohne Vorstand	31.12.2019	31.12.2018
Mitarbeiter gesamt	2.724	2.907
davon Leitende Angestellte	147	155
davon Nicht-Leitende Vollzeit	468	507
davon Nicht-Leitende Teilzeit	1.886	1.997
davon Auszubildende/Praktikanten	223	248

Umgerechnet auf Vollzeitkräfte, belief sich die Zahl der Mitarbeiter am Ende des Geschäftsjahres 2019 auf 1.726 (Vorjahr: 1.837), einschließlich der ruhenden Beschäftigungsverhältnisse. Im Jahresdurchschnitt waren bei ADLER 1.729 Mitarbeiter/innen in Vollzeit (inkl. Auszubildende) beschäftigt. Die Anzahl (Köpfe Durchschnitt) der Mitarbeiter (inkl. Auszubildende) lag bei insgesamt 2.765 (Stand 31. Dezember 2019).

AUS- UND WEITERBILDUNG

Auch in Zukunft ist ADLER auf qualifiziertes und serviceorientiertes Personal angewiesen. Daher fördert das Unternehmen gezielt den Nachwuchs aus den eigenen Reihen. Die Ausbildung bei ADLER ist grundsätzlich bedarfsorientiert. Zurzeit bildet ADLER folgende Berufe aus: Kaufmann/-frau im Einzelhandel, Kaufmann/-frau für Büromanagement, Groß- und Außenhandelskaufmann/-frau, Fachinformatiker/-in, Kaufmann/-frau für Marketingkommunikation, Kaufmann/-frau für e-Commerce, Gestalter/-in für visuelles Marketing.

Von den 223 Auszubildenden und Praktikanten waren am 31. Dezember 2019 145 als eigene Auszubildende beschäftigt, 52 als überbetriebliche Auszubildende, zwei als Auszubildende mit Einstiegsqualifikation und 24 als Praktikanten. Die Auszubildenden bekommen bei ADLER schnell die Chance, Verantwortung zu übernehmen. So haben z.B. Auszubildende die Neueröffnung einer Filiale als Projekt geleitet. Ebenso wurde ein Foto-Shooting durchgeführt. Die Auszubildenden sind auf Plakaten für Recruiting etc. zum Gesicht von ADLER geworden.

Zur Gewinnung externer Fach- und Führungskräfte setzt ADLER eine gezielte Recruiting-Strategie ein. Auch neue Medien wie Facebook und Instagram werden hier zunehmend genutzt. Ebenso setzt ADLER auf die Erhöhung der Arbeitgeber-Attraktivität. Dazu ist ein mannigfaltiges Programm aufgesetzt worden. Mit allen Geschäftsleitern wurden dazu Workshops durchgeführt. Um den neuen Mitarbeitern den Einstieg leicht zu machen und angenehm zu gestalten sowie eine schnelle Identifikation mit ADLER herbeizuführen, findet ein individuell auf die Position abgestimmter Onboarding-Prozess statt. Ein Bestandteil davon ist der „Zentraldurchlauf“, bei dem alle neuen Mitarbeiter in der Zentrale und in Führungspositionen zwei bis drei Tage alle Abteilungen durchlaufen, um so ein bestmögliches Gesamtbild von ADLER zu erlangen.

Ziel der Personalentwicklung ist es, auch für die Zukunft den spezifischen Weiterbildungsbedarf der einzelnen Mitarbeiter zu evaluieren und diese entsprechend ihrer Fähigkeiten und Kompetenzen weiterzuentwickeln. In diesem Rahmen wurde das Instrument „High Potential Programm der Zentrale“ etabliert, welches Mitarbeiter auf Führungs- bzw. Spezialistenpositionen im Bereich Einkauf vorbereitet. Dadurch soll unter anderem die gezielte Nachfolgeplanung sichergestellt werden. Dieses Programm soll 2020 auf die gesamte Zentrale ausgeweitet werden. Als weiterer wichtiger Meilenstein in der Personalentwicklung wurde im Jahr 2019 die Qualifizierung von Verkaufspersonal in den Fokus gestellt. Dies geschah vornehmlich in sogenannten „Kompetenzwerkstätten“, wo interne Trainer aus den eigenen Reihen das Verkaufspersonal geschult haben. Eine Fortführung ist für 2020 geplant.

Das Leben einer offenen und transparenten Feedback-Kultur ist für ADLER ein sehr wichtiges Thema. In diesem Zusammenhang wurden Feedback-Boxen in allen Modemärkten installiert, um die Feedback-Kultur zu fördern.

NACHHALTIGKEIT & UMWELT (UNGEPRÜFT)

Die Beschaffung und der Verkauf von Textilbekleidung stehen im Zentrum der Geschäftstätigkeit von ADLER. Dabei bilden gesellschaftliche Verantwortung, Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein das Fundament für den langfristigen unternehmerischen Erfolg. Das Thema Nachhaltigkeit wird bei allen strategischen und operativen Entscheidungen sowie in der Zusammenarbeit mit den Geschäftspartnern berücksichtigt.

INTEGRIERTES NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

Ziel des Nachhaltigkeitsmanagements von ADLER ist es, dem Kunden ein ökologisch und sozial einwandfreies Produkt anzubieten und gleichzeitig im Sinne der Mitarbeiter, Lieferanten und anderen Stakeholdern gesellschaftlich untadelig und wirtschaftlich erfolgreich zu handeln.

ADLER verfolgt den Ansatz eines integrierten Nachhaltigkeitsmanagements. Das bedeutet, dass eine Unternehmenskultur verankert und gepflegt wird, in der die Grundsätze nachhaltigen Handelns von jedem Mitarbeiter gelebt werden. Hierzu entwickelt und implementiert ADLER Qualifizierungsmaßnahmen für die Mitarbeiter und leitet Managementprozesse mit entsprechenden operativen Instrumenten für die jeweiligen Fachabteilungen ab.

EINHALTUNG DER BSCI-STANDARDS BEI LIEFERANTEN UND PRODUZENTEN

Die von ADLER gehandelten Produkte sind Eigenmarken und Fremdmarken („Markenartikel“). Bei Eigenmarken trägt ADLER die direkte Produktverantwortung. Neben den verwendeten Rohstoffen zur Herstellung der Produkte ist das Wissen und die Dokumentation, unter welchen sozialen und ökologischen Bedingungen diese hergestellt werden, essenziell. Die Einkaufsbedingungen von ADLER erlauben keinen Einkauf von Produkten, die unter ausbeuterischen, gesundheitsschädigenden oder sonstigen die Menschenwürde verletzenden Bedingungen wie Kinderarbeit oder Zwangsarbeit hergestellt werden.

ADLER fordert von allen Lieferanten, die in einem Risikoland produzieren (nach Definition der Business Social Compliance Initiative, BSCI), ein gültiges Audit nach den Kriterien der BSCI. Die Audits werden dabei auf Ebene der Produktionsstätten durchgeführt. Dies gilt sowohl für die europäischen Lieferanten, als auch für die Beschaffungsagenturen in Asien. Dort arbeitet ADLER seit dem zweiten Quartal 2018 mit OTTO International (OI) zusammen. Durch die Zusammenarbeit mit OI wurden alle Produzenten erneut explizit zur Einhaltung des BSCI Code of Conduct angehalten. Im dritten Quartal 2019 hat ADLER ein gemeinsames Umweltmanagementprogramm mit den wichtigsten Lieferanten in seinen Hauptbeschaffungsländern gestartet. (Mehr Informationen dazu sind im Nachhaltigkeitsbericht zu finden.)

Zum Zwecke des Monitorings hat ADLER im Jahr 2015 das Vendor Compliance System (Lieferantenmanagementsystem) OSCA eingeführt. Diese Software ermöglicht, dass die Daten und Dokumente zu Produktionsstätten und Audits sowohl von den Lieferanten und Agenturen als auch von ADLER verwaltet und gepflegt werden können. Durch dieses System wird gewährleistet, dass bei Ablauf eines Audits rechtzeitig Maßnahmen zur Überprüfung der Produktionsstätten und Erneuerung des Audits ergriffen werden können.

Neben BSCI sind seitens ADLER auch Zertifizierungen wie SA 8000, WRAP und GOTS zulässig, die sich ebenfalls auf die einschlägigen Normen der Vereinten Nationen und der International Labour Organisation (ILO) berufen.

BAUMWOLLE

Derzeit wird Baumwolle aus zertifiziertem Bio-Anbau (Global Organic Textile Standard, GOTS, oder Organic Cotton Standard, OCS), der Better Cotton Initiative (BCI) und von Fairtrade beschafft. Diese Standards achten auf eine geringe Wassernutzung, einen niedrigen Energieverbrauch, einen ausreichenden Nährstoffgehalt im Boden und dass toxische und bleibende Pestizide nur moderat oder gar nicht eingesetzt werden. Bei Fairtrade-Baumwolle wird den Bauern zudem ein fairer Arbeitslohn gezahlt, der über dem regionalen Durchschnitt liegt. Hinzu kommt eine Fairtrade-Prämie, die zur Verbesserung der Infrastruktur eingesetzt wird.

Durch die Zusammenarbeit mit den verschiedenen Initiativen wirkt ADLER darauf hin, dass die Lieferanten den Einkäufern immer Produkte aus nachhaltiger Baumwolle anbieten können. Somit werden die Einkäufer dabei unterstützt, den Anteil nachhaltiger Artikel im Sortiment zu steigern und damit ihre diesbezüglichen Zielvorgaben zu erreichen.

RECYCLING VON ALTKLEIDUNG

ADLER sieht in der textilen Kreislaufwirtschaft unverändert ein wirksames Instrument nachhaltigen Wirtschaftens, sofern zurückgegebene Kleidungsstücke auch wieder zu hochwertigen und nicht zu minderwertigen Textilien wie zu Dämmstoffen oder Putzlappen verarbeitet werden. In letzterem Falle stehen Aufwand (Transport und Energie für Wiederverwertung) und Nutzen (Einsparen neuer Ressourcen) aus Nachhaltigkeitssicht in keinem sinnvollen Verhältnis. Aktuell ist eine ausreichende Quote an Recycling für höherwertige Textilprodukte leider nicht zu gewährleisten.

Vor diesem Hintergrund hat ADLER das im Jahr 2009 gestartete Rücknahmeprogramm I:CO für getragene Bekleidung und Schuhe auslaufen lassen und empfiehlt Kunden, nicht mehr getragene Textilien an lokale Wohlfahrtsorganisationen zu spenden. Dies erspart einerseits den CO₂-intensiven Transport, andererseits wird Bekleidung ihrer ursprünglich zgedachten Verwendungsform zugeführt und andere Menschen profitieren ohne nennenswerten Aufwand direkt davon. Unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten ist dies aus Sicht von ADLER die bessere Lösung.

BÜNDNIS FÜR NACHHALTIGE TEXTILIEN

Das im Jahr 2014 auf Initiative des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung gegründete Bündnis für nachhaltige Textilien umfasst Vertreter von Unternehmen, gemeinnützigen Organisationen und Gewerkschaften. Ziel ist, die Kraft und Expertise der Mitglieder zu bündeln, um soziale, ökonomische und ökologische Verbesserungen entlang der textilen Wertschöpfungskette zu erreichen. Das Textilbündnis versteht sich hierbei als Plattform, auf der die beteiligten Akteure die Umsetzung der Bündnisziele gemeinsam überprüfen, ihre Erfahrungen teilen, sich über sogenannte Best Practices austauschen und voneinander lernen, um auf diese Weise die Rahmenbedingungen in den Produktionsländern der Textilindustrie zu verbessern.

ADLER hat das Textilbündnis von Beginn an begleitet und den Prozess hin zu einem mehrheitsfähigen Bündnis mitgestaltet. ADLER ist dem Textilbündnis im Juni 2015 neben den Spitzenverbänden von Handel und Herstellern sowie weiteren Unternehmen beigetreten. In diesem Rahmen hat ADLER auch eine Selbstverpflichtung unterzeichnet, Kunststoff-Tragetaschen nicht mehr kostenfrei abzugeben, und verkauft seit Juli 2016 in allen deutschen Modemärkten Tragetaschen zu 10 bzw. 20 Cent, die das Umweltzeichen „Blauer Engel“ tragen. In Zukunft wird ADLER ausschließlich Tragetaschen aus recyceltem Kunststoff verwenden, die ebenfalls das Umweltzeichen „Blauer Engel“ tragen.

Im Jahr 2017 wurde vom Textilbündnis die Roadmap eingeführt. Hierbei handelt es sich um jährliche Ziele, die sich aus den Anforderungen des Textilbündnisses ergeben. Als Bündnismitglied hat sich ADLER auch im Jahr 2019 entsprechende Ziele gesetzt und umgesetzt. Ausführlichere Informationen hierzu sind im nichtfinanziellen Bericht (Nachhaltigkeitsbericht) zu finden.

CHANCEN- & RISIKOBERICHT

CHANCENBERICHT

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE CHANCEN

Der ADLER-Konzern ist als einer der größten Anbieter der Modebranche konsequent auf die modischen Bedürfnisse der wachsenden Gruppe von Kundinnen und Kunden ab 55 Jahren fokussiert. Damit ist ADLER nicht nur klar positioniert, sondern profitiert auch von der demografischen Entwicklung in Deutschland und Europa: Die Zielgruppe, und damit das Umsatzpotenzial, wird in Zukunft weiter wachsen. Dieses starke Fundament wird durch eine behutsame Sortimentsergänzung gefestigt. Mit ihr spricht ADLER potenzielle Neukunden an, die in die Hauptzielgruppe hineinwachsen und so dem Geschäft weitere Impulse verleihen können.

BRANCHENBEZOGENE CHANCEN

Aufgrund des dynamischen Branchenumfelds und des Strukturwandels im Textileinzelhandel hat ADLER sein Tempo für das organische und anorganische Wachstum kurzfristig reduziert. Der Fokus des ADLER-Managements liegt neben der Steigerung der Profitabilität durch Senkung der Kostenbasis und der Erhöhung der Effizienz auf der Neuausrichtung des Unternehmens und der Überprüfung der Unternehmensstrategie. Im Rahmen dieser Neuausrichtung wurden unter anderem die Zielkundengruppe und deren Marktpotenzial untersucht sowie die Produktstrategie, die Kanalstrategie und die Kommunikationsstrategie neu definiert. Mit diesen und weiteren Maßnahmen wurden wichtige Schritte umgesetzt bzw. eingeleitet, um mittelfristig den geplanten Wachstumskurs auf einer stabilen und zukunftsfähigen Basis weiter zu verfolgen.

UNTERNEHMENSSTRATEGISCHE CHANCEN

Im Rahmen der Kanalstrategie setzt ADLER in Zukunft verstärkt auf den Online-Shop als Bestandteil der Multi-Channel-Ausrichtung. Auf die zunehmende Bedeutung des Online-Handels und das geänderte Kaufverhalten seiner Kunden hat ADLER im Jahr 2010 mit dem erfolgreichen Aufbau des Online-Shops reagiert. Der Online-Shop wird seither kontinuierlich ausgebaut und optimiert, um den steigenden Ansprüchen der Konsumenten gerecht zu werden und das Einkaufserlebnis weiter zu verbessern. Durch die Verbindung von stationärem Handel und Online-Handel macht sich ADLER Cross-Selling-Effekte zunutze: Zum einen über das Click&Collect-System, bei dem online bestellte Ware in einem ADLER-Modemarkt abgeholt und zurückgegeben werden kann; zum anderen über so genannte RoPo-Effekte (research online, purchase offline). So zeigt die Auswertung des Nutzerverhaltens von über 10 Mio. Besuchern, dass Produkte online ausgewählt, aber anschließend in den stationären Modemärkten gekauft wurden. In beiden Fällen werden Kunden durch den Besuch eines Marktes zum Kauf weiterer Teile animiert, wodurch zusätzliche Umsätze generiert werden können.

Durch langjährige Erfahrung, ein großes Netzwerk an Produzenten in Asien, Indien, der Türkei, Nordafrika und Osteuropa sowie auch durch die zunehmende Globalisierung kann ADLER Chancen bei der Beschaffung nutzen und seine Beschaffungsstrukturen und Einkaufskonditionen kontinuierlich verbessern.

Zur Steigerung der Effizienz wurde 2017 der Unternehmensbereich Supply Chain Management implementiert, um Prozesse, Warenallokation und Abschriftenmanagement zu optimieren. Dabei wurde Ende 2017 der bestehende Vertrag mit dem bisherigen Logistikdienstleister BLG gekündigt und ein neuer Vertrag mit der Firma Meyer & Meyer abgeschlossen. Vom Wechsel des Logistikpartners erwartet sich ADLER eine besser planbare und kosteneffizientere Warenanlieferung und -verteilung.

RISIKO- UND CHANCENMANAGEMENTSYSTEM

ADLER ist bei der Ausübung der geschäftlichen Tätigkeit einer Vielzahl von Risiken und Chancen ausgesetzt. Es besteht jederzeit das Risiko, dass geplante Ziele aufgrund von unvorhergesehenen Ereignissen oder negativen Marktentwicklungen nicht oder nur teilweise erfüllt bzw. aufgrund positiver Abweichungen (Chancen) übertroffen werden.

Das Chancen- und Risikomanagement bei ADLER ist daher ein Instrument des Managements zur frühzeitigen Identifizierung, Klassifizierung und Steuerung von Chancen und Risiken, um die Unternehmensziele kurz-, mittel- und langfristig zu erreichen und somit den Fortbestand des Unternehmens und dessen Ertragskraft zu sichern sowie den Unternehmenswert zu steigern.

Das Risikomanagementsystem (RMS) erstreckt sich grundsätzlich über sämtliche Bereiche des Unternehmens und seine Tochtergesellschaften. Als Risiken werden strategische sowie operative Faktoren, Ereignisse und Handlungen betrachtet, die wesentlichen Einfluss auf die Existenz und die wirtschaftliche Lage des Unternehmens haben. Auch externe Faktoren wie die Wettbewerbssituation, die demografische Entwicklung und andere, die das Erreichen der Unternehmensziele gefährden könnten, werden erfasst und bewertet. Das Risikomanagementsystem umfasst strategische Entscheidungen des Vorstands genauso wie das Tagesgeschäft.

Die Organe des Konzerns haben sich Grundregeln für die Übernahme von Risiken gesetzt. Dazu gehört, dass ADLER gezielt unternehmerische Risiken eingehen kann, soweit die damit verbundenen Chancen eine Steigerung des Unternehmenswerts erwarten lassen.

Der Vorstand von ADLER trägt die Gesamtverantwortung für ein effizientes Chancen- und Risikomanagement innerhalb des ADLER-Konzerns. Der Risikobeauftragte koordiniert und definiert die Verantwortlichkeiten und Prozesse, schafft verbindliche Richtlinien und formale Regeln. Der Risikobeauftragte berichtet direkt an den Vorstand und einmal jährlich an den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats. Risiken werden grundsätzlich am Ort des Entstehens gemanagt. Jeder Fachbereichsvorgesetzte ist gleichzeitig Risikoverantwortlicher, da er in seiner Führungsverantwortung täglich bei seinen Entscheidungen und Handlungen zwischen Risiken und Chancen abzuwägen und den entsprechenden Umgang damit zu entscheiden hat.

Das Risikohandbuch ist zentrales Medium des RMS. In ihm werden die zentralen Themen des Risikomanagements im Unternehmen festgelegt. Dabei werden die Risikofelder, die Bewertung der Risiken sowie der organisierte Umgang mit ihnen definiert. Durch die Festlegung der Prozesskette für den Umgang mit Risiken sind deren schnelle Erkennung und die systematische Durchführung von Gegenmaßnahmen jederzeit gewährleistet.

Im operativen Alltag bedeutet Risikomanagement, zwischen der identifizierten Chance und dem Steuerungsaufwand für die damit verbundenen Risiken abzuwägen sowie die eingegangenen Risiken und deren Steuerungsmaßnahmen kontinuierlich zu überwachen. Um einen koordinierten Maßnahmen Einsatz zu ermöglichen, bedarf es klarer Verantwortlichkeiten und Gestaltungsrahmen. Insofern gehört das Risikomanagement zu den obersten Führungsaufgaben und wird regelmäßig verfolgt.

RISIKOERKENNUNG UND -ANALYSE

Die gesetzliche Anforderung an ein funktionierendes Risikomanagementsystem ist die möglichst vollständige Erfassung aller wesentlichen Risiken, also aller strategischen und operativen Faktoren, die Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben können. Um dieser Anforderung gerecht zu werden, gibt es zwei zentrale Instrumente zur Risikoerkennung und deren Analyse.

Ziel der Risikoinventur ist die möglichst vollständige Erfassung sämtlicher Risiken in den Fachbereichen. Bei der erstmaligen Durchführung der Risikoinventur werden mögliche und bereits bekannte Risiken in Form eines Fragebogens erfragt und zusammen mit den Fachbereichsvorgesetzten ggf. ergänzt, analysiert sowie abschließend die Verantwortlichkeiten geklärt. Ziel der erstmaligen Durchführung der Risikoinventur ist neben der umfassenden Aufnahme von Risiken die Sensibilisierung des Risikobewusstseins der Führungskräfte, die Klärung von Verantwortlichkeiten sowie die Beratung über das Beseitigen oder die Steuerung von Risiken, wie z. B. die Installation von Kontrollinstrumenten. Getroffene Maßnahmen zur Risikobewältigung werden in geeigneter Form prozessbegleitend dokumentiert und ihre Effektivität vom Risikobeauftragten überwacht.

Nach der erstmaligen Durchführung der Risikoinventur wird diese regelmäßig in jedem Fachbereich durchgeführt und anhand der vom Risikobeauftragten gelieferten Fragebögen dokumentiert und zentral im Risikoinventar erfasst.

Das Risikoinventar stellt das zentrale Dokument dar, in dem das gesamte aus der Risikoinventur resultierende Risikoportfolio des Unternehmens festgehalten ist. Deshalb wird das Risikoinventar auch zu Berichtszwecken an den Vorstand bzw. die Muttergesellschaft genutzt. Da aus dem Dokument die Risikosituation schnell, eindeutig und umfassend hervorzugehen hat, sind die erfassten Risiken knapp beschrieben, damit sie in übersichtlicher Form einem Risikofeld sowie einem Risikoverantwortlichen zugeordnet werden können.

Bei der Risikoanalyse werden die Tragweite der erkannten Risiken in Bezug auf Einflussfaktoren und die quantitativen Auswirkungen beurteilt. Das Bewertungsschema soll einfach und praktikabel sein. Ziel ist es nicht, eine möglichst genaue monetäre Einschätzung des Risikos zu geben, sondern vielmehr in der Risikoinventur die Relevanz des angegebenen Risikos zu verdeutlichen.

Dementsprechend wird nur dann eine genaue Quantifizierung von Risiken erforderlich, wenn dies nach anerkannten und verlässlichen Methoden möglich und wirtschaftlich vertretbar ist und die quantitative Angabe eine entscheidungsrelevante Information darstellt. Schwer quantifizierbar sind insbesondere immaterielle Schäden oder mögliche finanzielle Schäden für in der Zukunft entgehende Gewinne und nur selten eintretende Ereignisse, für die es keine Erfahrungswerte gibt.

RISIKOBERICHTERSTATTUNG

Die Risikoberichterstattung dient der permanenten Überwachung. Hierdurch wird sichergestellt, dass bestehende Risiken erfasst, analysiert und bewertet sowie risikobezogene Informationen in systematisch geordneter Weise an die zuständigen Entscheidungsträger weitergeleitet werden. Mithilfe von Indikatoren werden Risiken beobachtet, und bei Überschreiten von Schwellenwerten wird das Management auf relevante Entwicklungen aufmerksam gemacht. Die Risikoberichte fassen die Ergebnisse der Risikoinventuren zusammen und werden für jede operative Gesellschaft einzeln und für den Konzern gesamt erstellt.

Im Rahmen des monatlichen Reportings nach HGB und IFRS werden basierend auf dem Budget Abweichungen überprüft und deren Auswirkungen auf die Zielerreichung prognostiziert. Als wichtige Kenngrößen dienen dabei der Umsatz, die Aufwandspositionen und als Ergebnis das EBITDA. Daneben werden weitere KPIs wie Besucherfrequenz, Kaufabschlussquote, durchschnittlicher Warenkorb sowie Liquiditätsentwicklung und Entwicklung der Vorratsbestände und -bewertung zur Bewertung der Unternehmenslage herangezogen.

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE UND POLITISCHE RISIKEN

Die Konjunkturlage kann sich jederzeit verschlechtern. Dafür gibt es theoretisch wie praktisch zahlreiche Ursachen und Auslöser mit der Auswirkung, dass die Verbraucher ihren Konsum reduzieren oder auf einem geringeren Niveau halten. Eine deutliche Verschlechterung der Weltwirtschaftslage hätte auch negative Folgen für die Europäische Union und die Lage in den ADLER-Absatzmärkten. Der Eintritt der vorgenannten Risiken könnte die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des ADLER-Konzerns und entsprechend der Adler Modemärkte AG negativ beeinflussen.

MARKTRISIKEN

Geschäftsentwicklung und Wachstum des ADLER-Konzerns sind von der allgemeinen Entwicklung der Nachfrage im Bekleidungseinzelhandel sowie der ADLER-Kundenzielgruppe im Besonderen abhängig. Dabei ist die Nachfrageentwicklung im Heimatmarkt Deutschland, in dem der Konzern den überwiegenden Anteil des Umsatzes erwirtschaftet, von zentraler Bedeutung. Aber auch die übrigen Absatzmärkte Österreich, Luxemburg und die Schweiz haben für ADLER wirtschaftliches Gewicht. Die Nachfrage hängt wesentlich von der konjunkturellen Lage und dem Verbraucherverhalten ab.

Eine konjunkturelle Schwächephase in den Absatzmärkten von ADLER oder eine Verminderung des für Bekleidung verfügbaren Einkommens der ADLER-Kundenzielgruppe erhöhen das Risiko einer negativen Absatzentwicklung. Dies könnte einerseits zu verstärktem Preisdruck auf die von ADLER vertriebenen Waren und damit zu geringeren Margen führen. Andererseits können Einkommensverschiebungen bei ganzen Bevölkerungsgruppen dafür sorgen, dass Menschen, die früher teurer eingekauft haben, künftig ihren Bekleidungsbedarf bei ADLER decken.

Die Veränderung des Kaufverhaltens beispielsweise weg vom stationären hin zum Online-Handel erhöht das Risiko einer negativen Absatzentwicklung bzw. Margenverschlechterung.

Angebots- und Nachfrageschwankungen bei Lieferanten oder auf Rohstoffmärkten können zu Lieferengpässen, Qualitätsmängeln sowie erhöhten Logistik- und Herstellungskosten führen. Diese könnten nicht oder nicht vollständig über höhere Preise kompensiert werden. ADLER begegnet solchen Risiken durch eine relativ breit diversifizierte Beschaffungspolitik bei gleichzeitiger Konzentration auf verlässliche Partner. Durch die gleichzeitige Expansion des Retail-Geschäfts wird eine höhere Flexibilität in den Margen gewährleistet und eine Kompensationsmöglichkeit von Preisschwankungen auf Zuliefermärkten geschaffen.

Länderrisiken bestehen hauptsächlich bei der internationalen Beschaffung. Darunter versteht ADLER mögliche volkswirtschaftliche, politische und andere unternehmerische Risiken im Ausland. Dem begegnet das Unternehmen durch die beschriebene Diversifizierung der Lieferantenstruktur. Im Vertrieb werden Länderrisiken kompensiert, indem die ADLER-Produkte vor allem in angrenzenden, deutschsprachigen Ländern mit einem stabilen ökonomischen und politischen Umfeld vertrieben werden. Wie für alle Unternehmen besteht eine Gefahr für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens durch mögliche terroristische Anschläge und Umweltkatastrophen.

Der wirtschaftliche Erfolg von ADLER beruht nicht zuletzt auf dem Markenimage der Dachmarke ADLER und ihrer langfristig starken Positionierung im Kundensegment der über 55-Jährigen. Daher genießen Schutz und Erhalt des Markenimages von ADLER höchste Priorität. Umgekehrt besteht theoretisch das Risiko, dass ADLER durch eigene falsche Entscheidungen oder Handlungen die Dachmarke beschädigt. Ein solcher Fall könnte die Wachstumsperspektiven des Unternehmens beeinträchtigen.

Aktuelle Trends in der Kundenzielgruppe erfasst ADLER schnell und setzt sie bedarfsorientiert in Design, Beschaffung und Vertrieb um. Sollte ADLER wichtige Trends verpassen und den Geschmack der Kunden verfehlen, könnte sich dies nachteilig auf die Wettbewerbsposition, die Wachstumschancen und die Profitabilität des Konzerns auswirken. Das Gleiche gilt für die Preisstellung oder Produktentwicklung.

FINANZ- UND LIQUIDITÄTSRISIKEN

Die langfristige Unternehmensfinanzierung von ADLER wird durch die Verfügbarkeit eigener liquider Mittel und ausreichender Kreditorenzahlungsziele sichergestellt. Gleichwohl stehen dem Unternehmen genügend Kreditlinien zur Verfügung, um Liquiditätsengpässe auszuschließen. Durch die Unternehmensfinanzplanung mit wöchentlich rollierender Liquiditätsplanung ist sichergestellt, dass stets Liquiditätsreserven vorhanden sind. Aufgrund der verfügbaren Mittel und der zu erwartenden positiven Geschäftsentwicklung vermeidet ADLER das Risiko der

Unterfinanzierung.

Das Unternehmen finanziert sich überwiegend über Eigenkapital. Daher ist ADLER nur bedingt von Zinsänderungen betroffen. Zinssicherungsgeschäfte werden nicht getätigt.

WÄHRUNGSRISENEN

Direkte Währungsrisiken sind für ADLER kaum vorhanden, da Umsatz und Wareneinkäufe überwiegend in Euro erfolgen. Allerdings sind die Beschaffungsmärkte der Textilindustrie, die hauptsächlich in Asien liegen, generell am US-Dollar ausgerichtet. Indirekte Währungsrisiken bestehen darin, dass Importeure Währungsschwankungen, die aus der aktuellen Schwäche des Euro resultieren, über den Warenverkaufspreis an ADLER weitergeben. Damit ergibt sich für ADLER ein Margenrisiko, wie für alle anderen Textilunternehmen mit einem hohen Importanteil auch. ADLER bezieht die Lieferware jedoch in der Regel zu vorab fixierten Preisen, auf denen die Verkaufspreiskalkulation aufsetzt.

WARENBEZUGSRISIKEN

ADLER bezieht Waren sowohl aus Europa als auch aus Fernost. Zu den innereuropäischen Bezugsquellen zählen mehr als 80 Lieferanten für verschiedene Modebereiche. Dabei ist ADLER von keinem Lieferanten in einer Weise abhängig, dass die Umsatzentwicklung spürbar beeinträchtigt werden könnte. Sollte es zu einem Ausfall von Lieferanten kommen, stehen Ersatzquellen zur Verfügung. Der Warenbezug aus Fernost wird größtenteils über die Einkaufsagentur von ADLER, OI, abgewickelt. OI arbeitet wiederum mit einer Vielzahl von Herstellern zusammen. Es bestehen keine Abhängigkeiten oder größere Risiken beim Ausfall einzelner OI-Lieferanten.

Neben allgemeinen wie geografischen und politischen Risiken beinhalten Lohnerhöhungen in aufstrebenden Regionen und steigende Rohstoffpreise stets das Risiko steigender Produktionskosten und damit geringerer Margen. Der ADLER-Konzern reagiert darauf mit einer margenbasierten Kollektionsplanung, um eine frühzeitige Reaktion auf steigende Produktionskosten zu ermöglichen. Negative Auswirkungen auf die Rohertragsmarge werden durch den Ausbau und die fortgesetzte Professionalisierung des operativen Geschäfts, durch unternehmensweite Maßnahmen zur Effizienzsteigerung, die Verbesserung des Materialeinsatzes sowie eine konsequente Umsetzung der Preispolitik verringert.

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt sind die finanziellen Auswirkungen des Corona-Virus auf das aktuelle Geschäftsjahr 2020 noch nicht abzusehen. ADLER bezieht einen Großteil seiner Produkte aus der Region Ost- und Südostasien, sodass die Warenbeschaffung bei einer Verschärfung der Situation im Jahresfortgang grundsätzlich beeinträchtigt werden kann. ADLER ist derzeit jedoch mit ausreichend neuer Ware für die Frühjahrs- und Sommerkollektionen versorgt. Darüber hinaus verfügt das Unternehmen über Optionen, durch den Warenbezug bei Zulieferern aus anderen Weltregionen gegebenenfalls gegensteuern zu können.

BEURTEILUNG DER RISIKEN DURCH DEN VORSTAND

Einzelne oder aggregierte Risiken, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten, sind nach derzeitiger Informationslage nicht erkennbar.

INTERNES KONTROLL- UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEM

Internes Kontroll- und Risikomanagementsystem (IKS), bezogen auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess (Bericht gemäß §§ 289 Abs. 4, 315 Abs. 2 Nr. 5 Handelsgesetzbuch [HGB]).

Das Interne Kontroll- und Risikomanagementsystem hat geeignete Strukturen und definierte Prozesse, die in der Organisation verankert sind. Es ist so konzipiert, dass eine zeitnahe, einheitliche und korrekte buchhalterische Erfassung aller geschäftlichen Prozesse und Transaktionen gewährleistet ist. Zur Konsolidierung der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen stellt das IKS bei ADLER sicher, dass verpflichtende gesetzliche Normen, Rechnungslegungsvorschriften und interne Anweisungen zur Rechnungslegung eingehalten werden. Änderungen darin werden fortlaufend bezüglich Relevanz und Auswirkungen auf den Konzernabschluss analysiert und gegebenenfalls in die konzerninternen Richtlinien und Systeme integriert.

Der zentrale Finanzbereich ist bei ADLER neben der aktiven Unterstützung aller Geschäftsbereiche und Konzerngesellschaften auch für die Erarbeitung und Aktualisierung von einheitlichen Richtlinien und Arbeitsanweisungen für rechnungslegungsrelevante Prozesse verantwortlich. Neben festgelegten Kontrollmechanismen bestehen die Grundlagen des IKS aus systemtechnischen und manuellen Abstimmungsprozessen, der Trennung zwischen ausführenden und kontrollierenden Funktionen sowie der Einhaltung von Richtlinien und Arbeitsanweisungen.

Die Abschlüsse der ausländischen Konzerngesellschaften werden zentral erstellt. Die Konzerngesellschaften verantworten die Einhaltung der konzernweit gültigen Richtlinien und Verfahren sowie den ordnungsgemäßen und zeitgerechten Ablauf ihrer rechnungslegungsbezogenen Prozesse und Systeme. Im gesamten Rechnungslegungsprozess werden die lokalen Gesellschaften durch zentrale Ansprechpartner unterstützt. Zur Sicherstellung eines regelungskonformen Konzernabschlusses sind im Rechnungslegungsprozess entsprechende Maßnahmen implementiert. Insbesondere dienen die Maßnahmen der Identifikation und Bewertung von Risiken sowie der Begrenzung und Überprüfung erkannter Risiken.

Grundsätzlich ist zu berücksichtigen, dass ein IKS, unabhängig von der Ausgestaltung, keine absolute Sicherheit liefert, dass wesentliche Fehlaussagen in der Rechnungslegung vermieden oder aufgedeckt werden. Es dient jedoch dazu, mit ausreichender Sicherheit zu verhindern, dass sich Unternehmensrisiken wesentlich auswirken.

VERGÜTUNGSBERICHT

Der Vergütungsbericht beschreibt die Grundsätze, die auf die Festsetzung der Gesamtvergütung der Mitglieder des Vorstands Anwendung finden, und erläutert die Struktur sowie die Höhe der Vergütung der Vorstandsmitglieder. Zudem fasst der Bericht die Grundsätze und die Höhe der Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrates zusammen. Der Bericht enthält die nach den deutschen Gesetzen (Handelsgesetzbuch (HGB) und Aktiengesetz (AktG), jeweils unter Nutzung der Übergangsvorschriften des Gesetzes zur Umsetzung der zweiten Aktionärsrichtlinie (ARUG II)), den International Financial Reporting Standards (IFRS) und im Rahmen der Entsprechenserklärung nach den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 7. Februar 2017 erforderlichen Angaben.

Leistungsbezogenes Vergütungssystem für den Vorstand

Das System der Vergütung des Vorstands ist bei ADLER seit Beginn darauf ausgerichtet, einen angemessenen Anreiz für eine erfolgreiche und nachhaltige Unternehmensführung zu schaffen. Die unter Berücksichtigung des Umfelds vergleichbare und übliche Vergütung orientiert sich an der Größe und der wirtschaftlichen Lage des Unternehmens und soll sowohl besondere Leistungen angemessen honorieren als auch Zielverfehlungen spürbar berücksichtigen. Die Vorstandsmitglieder sind gehalten, sich langfristig bei ADLER zu engagieren. Diesem Anspruch, der eng mit dem Interesse der Aktionäre an einem attraktiven Investment verbunden ist, wird durch eine Koppelung der Vergütung an die mehrjährige und somit nachhaltige Wertsteigerung des Unternehmens auf Basis des Kurses der ADLER-Aktie nachgekommen.

Gemäß den gesetzlichen Grundlagen, insbesondere dem Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung (VorstAG; § 87 Abs. 1 AktG a.F.), sowie einer entsprechenden Regelung in der Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat ist für die Festlegung und regelmäßige Überprüfung der individuellen Vorstandsvergütung das Aufsichtsratsplenum nach Vorbereitung durch den Personalausschuss zuständig. Das Vorstandsvergütungssystem, welches in seinen Grundzügen auch in 2019 fortbestand, wurde zuletzt von der ordentlichen Hauptversammlung am 9. Mai 2018 gemäß § 120 Abs. 4 AktG a.F. gebilligt.

Die Vergütung für die Vorstandsmitglieder besteht auch weiterhin aus einer erfolgsunabhängigen Grundvergütung und erfolgsbezogenen Komponenten. Die erfolgsbezogenen Komponenten sind die Tantieme „Short Term Incentive“ (STI) und der auf eine mehrjährige Bemessungsgrundlage abstellende Bonus „Long Term Incentive“ (LTI):

Grundvergütung

Die Grundvergütung für die Mitglieder des Vorstands besteht aus einem jährlichen Fixum und wird monatlich in zwölf gleichen Teilen als Gehalt ausgezahlt. Zusätzlich erhalten die Vorstandsmitglieder Nebenleistungen in Form von Sachbezügen, die im Wesentlichen aus Dienstwagennutzung, Telefon und Versicherungsprämien bestehen. Die Gesellschaft erstattet den Vorstandsmitgliedern grundsätzlich 50 % der vom jeweiligen Vorstandsmitglied nachzuweisenden Aufwendungen für die Kranken- und Pflegeversicherung, höchstens aber die Summe des von der Gesellschaft im Falle des Bestehens eines sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnisses zu tragenden Anteils der Beiträge.

Tantieme (STI)

Die Tantieme ist erster Bestandteil der auf den geschäftlichen Erfolg des Unternehmens bezogenen Vergütung und richtet sich auch weiterhin nach dem abgelaufenen Geschäftsjahr. Für das Geschäftsjahr 2019 wird bei den derzeitigen Vorstandsmitgliedern der STI auf Basis des Ergebnisses vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA) nach IFRS gemäß testiertem Konzernabschluss des abgelaufenen Geschäftsjahres und auf spätestens am Jahresanfang zu definierende Zielwerte sowie weitere Kennzahlen, die in Abhängigkeit des Erreichungsgrades den STI nach oben aber auch unten bedingen, festgestellt. Die Begrenzung des individuellen STI beträgt bis zu T€ 750 pro Jahr.

Der Aufsichtsrat kann die Tantieme (STI) angemessen kürzen, wenn sie auf Umständen beruht, die nicht in entsprechendem Umfang auf der Leistung der Vorstandsmitglieder oder auf außerordentlichen Entwicklungen beruhen. Die Tantieme (STI) für das abgelaufene Geschäftsjahr wird zwei Wochen nach dem Ende der ordentlichen Hauptversammlung fällig. Bestand die Bestellung zum Mitglied des Vorstands der Gesellschaft nur während eines Teils des Geschäftsjahres, wird die Tantieme (STI) entsprechend zeitanteilig gezahlt.

Bonus (LTI)

Der auf einer mehrjährigen Bemessungsgrundlage beruhende Bonus (LTI) soll den Beitrag der Vorstandsmitglieder zur Wertsteigerung des Unternehmens honorieren. Der Bonus (LTI) bestimmt sich auf Basis des EBITDA nach IFRS gemäß testiertem und gebilligtem Konzernabschluss des abgelaufenen Geschäftsjahres. Die Höhe steht in Abhängigkeit zur Wertentwicklung der ADLER-Aktie (Vergleich des gewichteten Durchschnittskurses für Aktien der Gesellschaft in dem Geschäftsjahr, für das der Bonus (LTI) berechnet wird, mit dem des vorangegangenen Geschäftsjahres). Der auf einer mehrjährigen Bemessungsgrundlage basierende, Bonus (LTI) ist begrenzt auf einen Gesamtbetrag von derzeit T€ 1.500 und entfällt, sollte keine entsprechende Wertentwicklung der ADLER-Aktie erfolgt sein. Der Bonus (LTI) für das jeweils abgelaufene Geschäftsjahr wird zwei Wochen nach dem Ende der ordentlichen Hauptversammlung fällig. Bestand die Bestellung zum Mitglied des Vorstands der Gesellschaft nur während eines Teils des Geschäftsjahres, wird der Bonus (LTI) entsprechend zeitanteilig gezahlt.

Höchstgrenze für die Vergütung insgesamt

Zusätzlich zu den betragsmäßigen Höchstgrenzen für die variablen Vergütungsbestandteile STI und LTI ist eine betragsmäßige Höchstgrenze für die Vergütung insgesamt vereinbart.

Zusagen in Zusammenhang mit der Beendigung der Tätigkeit im Vorstand

Für den Fall der vorzeitigen Beendigung der Vorstandstätigkeit bzw. des Dienstvertrags ohne wichtigen Grund sehen die derzeitigen Vorstandsverträge eine Ausgleichszahlung vor. Die Höhe der Zahlungen an das jeweilige Vorstandsmitglied einschließlich Nebenleistungen ist auf den Wert von bis zu zwei Jahresvergütungen begrenzt („Abfindungs-Cap“) und darf nicht mehr als die Restlaufzeit des Dienstvertrags betragen. Für die Festlegung des Abfindungs-Caps wird entweder auf einen individuellen Wert oder auf die Gesamtvergütung des abgelaufenen Geschäftsjahres und auf die voraussichtliche Gesamtvergütung für das laufende Geschäftsjahr abgestellt. Zusagen an Vorstandsmitglieder für Leistungen aus Anlass der vorzeitigen Beendigung der Vorstandstätigkeit infolge eines Kontrollwechsels („Change of Control“) bestehen nicht.

Pensionen

Für aktive Mitglieder des Vorstands bestehen keine vertraglichen Pensionsansprüche.

Gesamtvergütung für das Geschäftsjahr 2019

Die Hauptversammlung vom 4. Mai 2016 hat gemäß §286 Absatz 5 HGB a. F. für einen Zeitraum von fünf Jahren beschlossen, auf die individualisierte Offenlegung der Vorstandsvergütung zu verzichten. Die Bezüge des Vorstands beliefen sich im Geschäftsjahr 2019 auf insgesamt T€ 2.322 (Vorjahr: T€ 1.471). Die Bezüge können wie folgt untergliedert werden:

T€	2019	2018
Fixbezüge	1.162	1.081
Sachbezüge	34	29
Tantiemen	1.126	50
Summe kurzfristig fällige Leistungen an Vorstände	2.322	1.160
Bonus (LTI)	0	0
Summe aus Leistungen aus mehrjährigem Bonus (LTI) an Vorstände	0	0
Abfindungen	0	311
Leistungen aus Anlass der Beendigung der Vorstandstätigkeit	0	311
Gesamt	2.322	1.471

Künftige regulatorische Änderungen

Die Vorstandsvergütung und darauf bezogene Berichterstattungspflichten sind Gegenstand regulatorischer Änderungen, wie dem Gesetz zur Umsetzung der zweiten Aktionärsrichtlinie (ARUG II) als auch der von der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex beschlossenen Neufassung des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK). Nachdem sich der Aufsichtsrat bereits mit den Änderungen auseinandergesetzt hat, wird er seiner Auffassung nach die abschließende Analyse zu den regulatorischen Änderungen und vor allem auch des Handlungsbedarfs in Bezug auf das bestehende Vorstandsvergütungssystem erst im Laufe des Geschäftsjahrs 2020 durchführen können, nachdem das ARUG II am 1. Januar 2020 in Kraft getreten und der neue DKGK wirksam geworden ist

Vergütung des Aufsichtsrates

Das Vergütungssystem für den Aufsichtsrat wurde zuletzt durch den Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung am 13. Juni 2013 angepasst. Das Vergütungssystem ist in § 14 der Satzung der Adler Modemärkte AG niedergelegt. Die Aufsichtsratsvergütung bei ADLER ist als reine Festvergütung ausgestaltet. Ebenso wie die Vorstandsvergütung orientiert sich die Vergütung des Aufsichtsrats an der Größe des Unternehmens und soll sowohl dem Tätigkeitsaufwand als auch der Verantwortung Rechnung tragen.

Demnach erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats für ihre Tätigkeit eine nach Ablauf des Geschäftsjahres zahlbare Jahresvergütung in Höhe von T€ 20. Der Vorsitzende erhält das Doppelte, dessen Stellvertreter das 1,5-fache der Vergütung. Die Beträge erhöhen sich um 10 % je Mitgliedschaft in einem Ausschuss des Aufsichtsrats. Dies setzt voraus, dass der jeweilige Ausschuss in dem Geschäftsjahr mindestens zweimal getagt hat. Ausgenommen von dieser Vergütungsregelung ist die Mitgliedschaft im Vermittlungsausschuss gem. § 27 Abs. 3 MitbestG. Aufsichtsratsmitglieder, die dem Aufsichtsrat oder einem Ausschuss nicht während eines vollen Geschäftsjahres angehört oder jeweils den Vorsitz innegehabt haben, erhalten die Vergütung zeitanteilig. Die Vergütung wird fällig nach Ablauf der Hauptversammlung, die über die Entlastung des Aufsichtsrats beschließt. Daneben erhält jedes Aufsichtsratsmitglied ein Sitzungsgeld von € 300 für jede Sitzung des Aufsichtsrats, an der es teilnimmt. Der Vorsitzende erhält das Doppelte, dessen Stellvertreter das 1,5-fache des Sitzungsgeldes. Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten ferner Ersatz aller Auslagen sowie Ersatz der etwa auf ihre Vergütung und Auslagen zu entrichtenden Umsatzsteuer. Über andere Vergütungsarten für die Mitglieder des Aufsichtsrats und Leistungen mit Vergütungscharakter entscheidet die Hauptversammlung durch Beschluss.

Die Gesamtbezüge der Aufsichtsratsmitglieder betragen im Geschäftsjahr 2019 insgesamt T€ 302 (Vorjahr: T€ 325) und können wie folgt untergliedert werden:

Vergütung des Aufsichtsrates in T€

	2019				2018			
	Feste Vergütung	Ausschusstätigkeit	Sitzungsgeld	Gesamtvergütung	Feste Vergütung	Ausschusstätigkeit	Sitzungsgeld	Gesamtvergütung
Zum 31. Dezember 2019 amtierende Aufsichtsratsmitglieder								
Massimiliano Monti, Vorsitzender ¹	40,0	4,0	2,4	46,4	40,0	8,0	4,2	52,2
Majed Abu-Zarur ¹ , stellv. Vorsitzender	30,0	3,0	2,3	35,3	30,0	6,0	3,2	39,2
Wolfgang Burgard ¹	20,0	2,0	1,2	23,2	20,0	4,0	1,8	25,8
Cosimo Carbonelli D'Angelo ¹	20,0	-	0,3	20,3	20,0	2,0	0,6	22,6
Kirsten Fox (seit 09.05.2018)	20,0	-	1,5	21,5	13,0	-	0,6	13,6
Jochen Gröning ¹ (seit 09.05.2018)	20,0	2,0	1,5	23,5	13,0	2,6	0,9	16,5
Corinna Groß	20,0	-	1,5	21,5	20,0	-	1,2	21,2
Peter König ¹	20,0	-	1,5	21,5	20,0	1,4	2,1	23,5
Giorgio Mercogliano	20,0	-	0,6	20,6	20,0	-	1,5	21,5
Paola Viscardi-Giazzi ¹	20,0	2,0	1,2	23,2	20,0	2,0	2,1	24,1
Jürgen Vogt ¹ (seit 09.05.2018)	20,0	2,0	1,5	23,5	13,0	1,3	0,9	15,2
Beate Wimmer ¹	20,0	-	1,5	21,5	20,0	1,3	2,1	23,4

Ehemalige Aufsichtsratsmitglieder

Frank König (bis 09.05.2018)	-	-	-	-	7,1	-	1,2	8,3
Georg Linder ¹ (bis 09.05.2018)	-	-	-	-	7,1	1,4	1,2	9,7
Dott. Michele Puller (bis 09.05.2018)	-	-	-	-	7,1	-	1,2	8,3
Insgesamt	270,0	15,0	17,0	302,0	270,2	30,0	24,8	324,9

1) Der Vorsitzende und der stellvertretende Vorsitzende des Aufsichtsrates erhalten eine erhöhte feste Vergütung und ein erhöhtes Sitzungsgeld. Nach Maßgabe der Satzung der Adler Modemärkte AG erhöhen sich die Beträge der Aufsichtsratsvergütung um 10 % je Mitgliedschaft in einem Ausschuss des Aufsichtsrates und sind gesondert als Vergütung der Ausschusstätigkeit ausgewiesen.

Sonstiges

Die Gesellschaft hat insbesondere für die Organmitglieder eine Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung („D&O“) abgeschlossen. Die Versicherung umfasst für die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats einen dem § 93 Abs. 2 S. 3 AktG und dem Deutschen Corporate Governance Kodex entsprechenden Selbstbehalt.

RECHTLICHE ANGABEN

Der nachfolgende Abschnitt enthält im Wesentlichen Angaben und Erläuterungen nach § 289a HGB a.F., § 289b HGB, § 289f HGB a.F., § 315a HGB a.F., § 315b HGB und § 315d HGB, soweit anwendbar jeweils unter Nutzung der Übergangsvorschriften des Gesetzes zur Umsetzung der zweiten Aktionärsrichtlinie (ARUG II). Diese Angaben betreffen gesellschaftsrechtliche Strukturen und sonstige Rechtsverhältnisse; sie sollen einen besseren Überblick über das Unternehmen und etwaige Übernahmehindernisse ermöglichen.

ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f HGB a.F. und § 315d HGB ist Bestandteil des Lageberichts. Gemäß § 317 Absatz 2 Satz 6 HGB ist die Prüfung der Angaben nach § 289f HGB a.F. und § 315d HGB darauf beschränkt, ob diese gemacht wurden. Die gemäß § 289f Absatz 2 Satz 2 HGB a.F. und § 315d Satz 2 HGB i.V.m. § 289f Absatz 2 Satz 2 HGB a.F. auf der Internetseite von ADLER (www.adlermode-unternehmen.com) in der Rubrik Investor Relations / Corporate Governance veröffentlichte Erklärung enthält insbesondere die Entsprechenserklärung, Angaben zu Unternehmensführungspraktiken, die Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Angaben zur Festlegung von Zielgrößen gemäß §§ 76 Absatz 4, 111 Absatz 5 AktG.

GESONDERTER NICHTFINANZIELLER BERICHT NACH § 289B ABSATZ 3 HGB UND § 315B ABSATZ 3 HGB

Die Adler Modemärkte AG erstellt für das Geschäftsjahr 2019 einen gesonderten nichtfinanziellen Bericht nach § 289b Absatz 3 HGB und § 315b Absatz 3 HGB außerhalb des Lageberichts. Dieser wird in Form eines gesonderten Nachhaltigkeitsberichts bis zum 30. April 2020 auf der Internetseite des Unternehmens veröffentlicht und wird dort mindestens zehn Jahre zur Verfügung stehen. Der Bericht kann über die Internetseite des Unternehmens (www.adlermode-unternehmen.com) unter der Rubrik „Nachhaltigkeit“ eingesehen und heruntergeladen werden.

BERICHT ÜBER BEZIEHUNGEN ZU VERBUNDEN UNTERNEHMEN

Im gesamten Berichtsjahr war die S&E Kapital GmbH, München, mit einer Mehrheitsbeteiligung an der Gesellschaft beteiligt. Ein Beherrschungs- oder Gewinnabführungsvertrag der Adler Modemärkte AG mit der S&E Kapital GmbH besteht nicht.

Der Vorstand der Adler Modemärkte AG hat daher gemäß § 312 AktG einen Abhängigkeitsbericht über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen erstellt. Der Vorstand hat am Ende des Berichts die Erklärung abgegeben, „[...] dass die Adler Modemärkte AG und ihre Tochtergesellschaften nach den Umständen, die dem Vorstand zu dem Zeitpunkt bekannt waren, zu dem die Rechtsgeschäfte vorgenommen wurden, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhielten. Maßnahmen im Interesse oder auf Veranlassung des herrschenden Unternehmens oder der mit ihm verbundenen Unternehmen sind nicht getroffen und auch nicht unterlassen worden.“

ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN NACH § 289A HGB A.F. UND § 315A HGB A.F. ZUM 31. DEZEMBER 2019 SOWIE ERLÄUTERNDER BERICHT

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das aktuell gezeichnete Kapital (Grundkapital) der Adler Modemärkte AG beträgt unverändert € 18.510.000,00 und ist in 18.510.000 auf den Inhaber lautende Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von jeweils € 1,00 eingeteilt. Jede Aktie gewährt gleiche Rechte und verleiht in der Hauptversammlung je eine Stimme.

Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen, auch wenn sie sich aus Vereinbarungen zwischen Gesellschaftern ergeben können, soweit sie dem Vorstand des Mutterunternehmens bekannt sind

Etwaige Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen, bestehen nicht.

10 % der Stimmrechte überschreitende Kapitalbeteiligungen

Zum 31. Dezember 2019 bestanden nach Kenntnis von ADLER nach dem Wertpapierhandelsgesetz („WpHG“) gemeldete direkte und indirekte Beteiligungen am Kapital der Gesellschaft, die 10 % der Stimmrechte überschreiten: Direkte Beteiligung der S&E Kapital GmbH, München, in Höhe von 52,81 % der Stimmrechtsanteile an der Gesellschaft.

Indirekte Beteiligungen über die Zurechnung der Stimmrechtsanteile der S&E Kapital GmbH, München, nach dem WpHG in Höhe von 52,81 % der Stimmrechtsanteile an der Gesellschaft: STB Fashion Holding GmbH i.l., Herne; Steilmann SE i.l., Bergkamen; Miro Radici Hometextile GmbH i.l., Bergkamen; Steilmann Holding AG i.l., Bergkamen; Excalibur I S.A., Luxemburg; Equinox Two S.C.A., Luxemburg und Equinox S.A., Luxemburg. Nach dem Stichtag können sich Änderungen ergeben haben, die der Gesellschaft gegenüber nicht meldepflichtig waren. Die vollständigen Mitteilungen sind im Anhang („Stimmrechtsmitteilung“) abgedruckt. Ferner sind sämtliche bei der Gesellschaft eingegangene Stimmrechtsmitteilungen auf der Internetseite von ADLER (www.adlermode-unternehmen.com) in der Rubrik Investor Relations / News & Mitteilungen / Stimmrechtsmitteilungen einsehbar.

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, bestehen nicht.

Art der Stimmrechtskontrolle, wenn Arbeitnehmer am Kapital beteiligt sind und ihre Kontrollrechte nicht unmittelbar ausüben

Die Gesellschaft hat derzeit keine Aktien an Mitarbeiter im Rahmen eines Mitarbeiteraktienprogramms ausgegeben.

Bestellung und Abberufung der Vorstandsmitglieder, Satzungsänderungen

Die Bestellung und die Abberufung von Mitgliedern des Vorstands der Adler Modemärkte AG sind in den §§ 84 und 85 AktG sowie in § 31 MitbestG in Verbindung mit § 6 der Satzung geregelt. Danach werden Vorstandsmitglieder vom Aufsichtsrat auf höchstens fünf Jahre bestellt. Eine wiederholte Bestellung oder Verlängerung der Amtszeit, jeweils für höchstens fünf Jahre, ist zulässig. Nach § 31 Abs. 2 MitbestG ist für die Bestellung von Vorstandsmitgliedern eine Mehrheit von mindestens zwei Dritteln der Mitglieder des Aufsichtsrats erforderlich. Kommt hiernach eine Bestellung nicht zustande, hat der Vermittlungsausschuss des Aufsichtsrats innerhalb eines Monats nach der Abstimmung dem Aufsichtsrat einen Vorschlag für die Bestellung zu machen. Der Aufsichtsrat bestellt dann die Mitglieder des Vorstands mit der Mehrheit der Stimmen seiner Mitglieder. Kommt auch hiernach eine Bestellung nicht zustande, hat bei einer erneuten Abstimmung der Aufsichtsratsvorsitzende zwei Stimmen. Gemäß § 6 Abs. 1 der Satzung besteht der Vorstand aus mindestens zwei Personen; die Zahl der Vorstandsmitglieder wird vom Aufsichtsrat bestimmt. Der

Aufsichtsrat kann gemäß § 84 AktG und § 6 Abs. 1 der Satzung einen Vorsitzenden des Vorstands sowie einen stellvertretenden Vorsitzenden ernennen. Fehlt ein erforderliches Vorstandsmitglied, wird das Mitglied nach § 85 AktG in dringenden Fällen auf Antrag eines Beteiligten gerichtlich bestellt. Der Aufsichtsrat kann gemäß § 84 Abs. 3 AktG die Bestellung zum Vorstandsmitglied und die Ernennung zum Vorsitzenden des Vorstands widerrufen, wenn ein wichtiger Grund vorliegt.

Die Änderung der Satzung wird von der Hauptversammlung mit einer Mehrheit von mindestens drei Vierteln des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals beschlossen; die §§ 179 ff. AktG sind anwendbar. Nach § 16 der Satzung ist der Aufsichtsrat ermächtigt, Satzungsänderungen zu beschließen, die nur die Fassung betreffen. Der Aufsichtsrat ist ferner ermächtigt, die Fassung des § 4 der Satzung (Höhe und Einteilung des Grundkapitals) entsprechend der jeweiligen Ausnutzung des genehmigten bzw. bedingten Kapitals anzupassen.

Befugnisse des Vorstands zur Aktienausgabe oder zum Aktienrückkauf

Befugnisse des Vorstands zur Aktienausgabe oder zum Aktienrückkauf bestehen nicht.

Wesentliche Vereinbarungen des Mutterunternehmens, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots stehen

Die Adler Modemärkte AG verfügt über drei Kreditrahmenvereinbarungen von insgesamt € 15 Mio. und drei Avalkreditlinien über insgesamt € 7 Mio., von denen vier ein außerordentliches Kündigungsrecht im Falle eines Kontrollwechsels vorsehen. Im Wesentlichen sehen die Verträge ein Kündigungsrecht des Darlehensgebers für den Fall vor, dass durch eine Übernahme der direkten oder indirekten Kontrolle über die Gesellschaft durch eine oder mehrere Rechtspersonen nach begründeter Ansicht des Darlehensgebers seine berechtigten Belange beeinträchtigt werden oder eine negative Entwicklung der Adler Modemärkte AG zur Folge hätte. Auch wird eine Kündigung des Darlehensgebers ermöglicht, wenn ein Kontrollwechsel eintritt und zwischen den Parteien eine Einigung über die Fortsetzung zu gegebenenfalls veränderten Konditionen, z. B. hinsichtlich der Verzinsung, der Besicherung oder sonstiger Absprachen, nicht binnen einer angemessenen Frist oder rechtzeitig vor Eintritt erzielt wird.

Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft, die für den Fall eines Übernahmeangebots mit Vorstandsmitgliedern oder Arbeitnehmern getroffen sind

Zusagen an Vorstandsmitglieder oder Arbeitnehmer für Leistungen aus Anlass der vorzeitigen Beendigung der Vorstandstätigkeit infolge eines Kontrollwechsels („Change of Control“) bestehen nicht.

PROGNOSEBERICHT

MODERATES WELTWIRTSCHAFTSWACHSTUM

Die globale Wirtschaft wird sich im Jahr 2020 nach Einschätzung des Internationalen Währungsfonds (IWF) stabilisieren und moderat wachsen. Der IWF rechnet jedoch vorerst nicht mit einer Rückkehr zu den teils hohen Wachstumsraten früherer Jahre. Hierfür spricht auch, dass die Experten einen Teil ihrer Prognosen für einzelne Länder und Regionen im Vergleich zur letzten Vorhersage im Oktober 2019 noch einmal leicht nach unten korrigiert haben. Die Wachstumserwartungen für das globale Bruttoinlandsprodukt liegen nach einem Plus von 2,9 % im Jahr 2019 bei 3,3 % für 2020. Im Oktober 2019 waren die IWF-Experten noch von einem geringfügig höheren Wachstum von 3,4 % für 2020 ausgegangen. Positiv auf die Entwicklung der Weltwirtschaft im laufenden Jahr wirkt sich nach Aussage der Experten die weiterhin lockere Geldpolitik der führenden Notenbanken, eine erste Teileinigung im Handelskonflikt zwischen den USA und China sowie die Aussicht auf einen geordneten Brexit aus. Risiken sieht der IWF dagegen in der Möglichkeit eines wieder aufflammenden Handelskonflikts der USA mit China und der EU, in weiteren geopolitischen Konflikten wie zwischen den USA und dem Iran, klimabedingten Naturkatastrophen und sozialen Spannungen. In der Eurozone wird sich die Dynamik der Wirtschaftsentwicklung laut IWF im Vergleich zum Vorjahr leicht erholen. Der IWF rechnet hier von einem Zuwachs um 1,3 % (nach 1,2 % im Jahr 2019). Auch für diesen Wirtschaftsraum waren die Experten noch im Oktober von 0,1 Prozentpunkten mehr ausgegangen. Für Deutschland hat der IWF seine Prognose seit Oktober 2019 nochmals um 0,1 Prozentpunkte leicht gesenkt und prognostiziert nun ein Plus von 1,1 %. Für Österreich wird im Jahr 2020 ein Wachstum von 1,7 % erwartet. Der IWF sagt für die chinesische Volkswirtschaft ein Plus von 6,0 % für 2020 voraus. Für die US-amerikanische Wirtschaft sieht der IWF eine weitere Eintrübung. Das Wachstum dort soll auch 2020 wieder sinken, und mit 2,0 % um 0,3 Prozentpunkte unter dem Wirtschaftswachstum von 2,3 % im Vorjahr liegen.

VERHALTENE KAUFKRAFT

Das nominal verfügbare Nettoeinkommen der Deutschen wird laut einer Studie des Nürnberger Marktforschungsinstituts GfK im Jahr 2020 pro Kopf um 2,9 % auf € 23.766 steigen. Wie viel vom nominalen Kaufkraftzuwachs real übrig bleibt, hängt allerdings davon ab, wie sich 2020 die Verbraucherpreise entwickeln werden, heißt es. Für das gesamte Jahr 2020 prognostiziert GfK einen realen Zuwachs der privaten Konsumausgaben in Deutschland in Höhe von lediglich 1 %.

WEITER ANHALTENDER PESSIMISMUS BEI STATIONÄREN MODEHÄNDLERN

Die von der Branchenzeitschrift TextilWirtschaft befragten Händler starten zum Großteil eher skeptisch ins neue Jahrzehnt. Für das laufende Jahr 2020 rechnen 68 % der Befragten damit, dass sich das Konsumklima für Textilien und Bekleidung im Jahresverlauf verschlechtern wird. Dies ist jedoch im Vergleich zu 70 % im Vorjahr eine leichte positive Tendenz. 76 % der Befragten gehen von einer Verschlechterung der politischen Rahmenbedingungen aus und 67 % rechnen mit einer Verschlechterung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung. Konkret erwarten 35 % der Befragten zudem eine negative Entwicklung ihrer Umsätze für 2020. Dies ist auch auf einen weiteren Rückgang der Kundenfrequenz im stationären Modehandel zurückzuführen.

PROGNOSE UND GESAMTAUSSAGE

Für das Geschäftsjahr 2019 hatte der ADLER-Vorstand aufgrund des schwierigen Branchenumfelds im Textileinzelhandel und der Anpassung der Standorte einen Umsatzrückgang, der noch nicht durch die Effizienzsteigerungen kompensiert werden kann, prognostiziert. Im Geschäftsjahr 2019 sank der Umsatz entsprechend um 2 % auf € 414,6 Mio. (Vorjahr: € 423,2 Mio.).

Die EBITDA Erwartung für das Geschäftsjahr 2019 lag bei € 2-5 Mio. inklusive Kosten für Restrukturierung. Wie erwartet wirkten sich die Effekte aus der Umstellung des Logistikdienstleisters und des Wechsels der Einkaufsagentur erstmals positiv auf Marge und Kosten aus. Entsprechend wurde ein EBITDA von € 7,2 Mio. trotz einer Forderungswertberichtigung einer Tochtergesellschaft erzielt.

Auch für das Geschäftsjahr 2020 sieht der ADLER-Vorstand keine Aufhellung des schwierigen Branchenumfelds im Textileinzelhandel. Hierauf reagiert das Management wie schon in den vergangenen Jahren mit unterschiedlichen Instrumenten zur Stabilisierung der operativen Entwicklung. Diese umfassen Maßnahmen zur Kosteneffizienz in der Warenbeschaffung genauso wie beim Personal. Die 2019 begonnene Standortoptimierung wird wie avisiert fortgesetzt. Die Schließung von sechs Standorten im Jahr 2019 und die geplante Schließung von weiteren Standorten 2020 wird sich negativ auf die Umsatzerwartungen auswirken. Durch den geplanten Verkaufsstart von weiteren Modefilialen im laufenden Geschäftsjahr 2020 kann dies nicht kompensiert werden. Zielvorgabe ist es vor diesem Hintergrund, die Umsätze im neuen Berichtsjahr auf vergleichbarer Fläche leicht zu verbessern und in absoluten Zahlen in etwa den Vorjahreswert von € 411 Mio. zu erreichen. Den zu erwartenden positiven Effekten aus den bereits eingeleiteten bzw. umgesetzten Effizienzsteigerungsmaßnahmen stehen im Jahr 2020 voraussichtlich höhere Marketing- und Vertriebsaufwendungen zur nachhaltigen Umsatzsicherung, etwa im Onlinehandel, entgegen. Inklusiv möglicher negativer Einmaleffekte insbesondere für Standortschließungen prognostiziert der Vorstand ein EBITDA zwischen € 3-7 Mio. Der Managementfokus liegt auch 2020 auf der Sicherung der hohen Liquiditätsreserve und der Generierung eines substanziiell positiven Free Cashflows.

In der Prognose berücksichtigt ist bereits der zu erwartende tarifbedingte Anstieg der Personalkosten und Restrukturierungskosten. Beim Wechselkurs von Euro zu US-Dollar geht ADLER von allenfalls geringfügigen Änderungen aus. Dies gilt ebenso für die Entwicklung der wichtigsten Rohstoffpreise.

Nach Abschluss der Standortoptimierung und als Folge der verstärkten Marketinginitiativen sieht ADLER unter der Prämisse, dass sich die Rahmenbedingungen nicht weiter deutlich verschlechtern, realistische Chancen auf eine Rückkehr zu einem kontinuierlichen Umsatzwachstum ab dem Geschäftsjahr 2021. Dies und die Realisierung der genannten Kosteneinsparungen soll dann auch zu einer sukzessiven Verbesserung der Profitabilität führen.

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt sind die finanziellen Auswirkungen des Corona-Virus auf das aktuelle Geschäftsjahr 2020 noch nicht abzusehen. ADLER bezieht einen Großteil seiner Produkte aus der Region Ost- und Südostasien, sodass die Warenbeschaffung bei einer Verschärfung der Situation im Jahresfortgang grundsätzlich beeinträchtigt werden kann. ADLER ist derzeit jedoch mit ausreichend neuer Ware für die Frühjahrs- und Sommerkollektionen versorgt. Darüber hinaus verfügt das Unternehmen über Optionen, durch den Warenbezug bei Zulieferern aus anderen Weltregionen gegebenenfalls gegensteuern zu können.

ZUKUNFTSBEZOGENE AUSSAGEN

Dieser Lagebericht enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen zur Adler Modemärkte AG, zu ihren Tochter- und Beteiligungsgesellschaften sowie zum wirtschaftlichen Umfeld. Diese Aussagen basieren auf Annahmen, welche die Geschäftsführung anhand der ihr zum Berichtszeitpunkt vorliegenden Kenntnisse und Informationen getroffen hat. Sofern diese Annahmen nicht oder nur teilweise eintreffen oder zusätzliche Risiken eintreten, kann die tatsächliche von der erwarteten Geschäftsentwicklung abweichen. Eine feste Gewähr für die Zukunftsprognosen im Lagebericht kann daher nicht übernommen werden.

**JAHRESABSCHLUSS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR
VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2019**

der Adler Modemärkte AG, Haibach

Adler Modemärkte AG, Haibach

**Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr
vom 1. Januar bis 31. Dezember 2019**

	2019		2018
	€	€	€
1. Umsatzerlöse		414.574.279,73	423.189.874,01
2. Sonstige betriebliche Erträge		9.676.218,46	12.645.433,63
		424.250.498,19	435.835.307,64
3. Materialaufwand			
a) Aufwendungen für bezogene Waren		-195.308.932,91	-203.285.294,79
		228.941.565,28	232.550.012,85
4. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	-65.919.903,72		-64.351.001,35
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung (davon für Altersversorgung € 333.921,42; Vorjahr T€ 221)	-12.539.526,37		-12.323.132,22
		-78.459.430,09	-76.674.133,57
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		-6.293.622,18	-7.777.152,12
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		-143.277.113,84	-148.211.311,18
		911.399,17	-112.584,02
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge (davon aus verbundenen Unternehmen € 170.421,46; Vorjahr T€ 222)	199.523,11		227.802,48
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen (davon Aufwendungen aus Aufzinsung € 283.864,00; Vorjahr T€ 288)	-562.603,23		-480.311,14
		-363.080,12	-252.508,66
9. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		-1.266.411,49	-1.961.076,01
10. Ergebnis nach Steuern		-718.092,44	-2.326.168,69
11. Sonstige Steuern		-36.123,21	-44.035,28
12. Jahresfehlbetrag (-)		-754.215,65	-2.370.203,97
13. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr		-2.370.203,97	925.500,00
14. Entnahme aus den Gewinnrücklagen		2.370.203,97	0,00
15. Dividendenzahlung		0,00	-925.500,00
16. Bilanzverlust (-)		-754.215,65	-2.370.203,97

Bilanz zum 31. Dezember 2019

Aktiva		
	31.12.2019	31.12.2018
	€	€
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. Lizenzen und EDV-Software	2.793.627,00	3.184.553,00
2. Geleistete Anzahlungen	102.880,00	361.610,12
	2.896.507,00	3.546.163,12
II. Sachanlagen		
1. Bauten auf fremden Grundstücken	9.307.013,00	11.148.328,00
2. Betriebs- und Geschäftsausstattung	5.525.874,00	6.109.369,50
3. Geleistete Anzahlungen	0,00	264.436,60
	14.832.887,00	17.522.134,10
III. Finanzanlagen		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	11.407.711,55	11.407.711,55
2. Sonstige Ausleihungen	1.556.466,99	1.390.672,38
	12.964.178,54	12.798.383,93
	30.693.572,54	33.866.681,15
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
1. Hilfs- und Betriebsstoffe	443.135,44	443.802,09
2. Waren	55.069.311,66	60.257.630,61
	55.512.447,10	60.701.432,70
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	902.466,25	1.094.109,26
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	20.371.786,65	22.776.745,36
3. Sonstige Vermögensgegenstände (davon aus Steuern € 370.025,42 ; Vorjahr T€ 3.359)	3.566.847,64	5.566.000,84
	24.841.100,54	29.436.855,46
III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	43.617.155,78	28.998.607,51
	123.970.703,42	119.136.895,67
C. Rechnungsabgrenzungsposten	1.432.630,06	982.912,83
	156.096.906,02	153.986.489,65

Passiva		
	31.12.2019	31.12.2018
	€	€
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	18.510.000,00	18.510.000,00
II. Kapitalrücklage	62.148.762,34	62.148.762,34
III. Gewinnrücklagen	11.043.629,73	13.413.833,70
IV. Bilanzverlust (-)	-754.215,65	-2.370.203,97
	90.948.176,42	91.702.392,07
B. Rückstellungen		
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	3.343.742,00	3.225.023,00
2. Steuerrückstellungen	51.886,13	788.000,00
3. Sonstige Rückstellungen	17.208.293,67	13.770.700,32
	20.603.921,80	17.783.723,32
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	21.116.486,24	18.989.217,54
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	10.800.059,86	11.976.833,72
3. Sonstige Verbindlichkeiten (davon aus Steuern € 5.387.807,07 ; Vorjahr T€ 5.651) (davon im Rahmen der sozialen Sicherheit € 16.560,23; Vorjahr T€ 15)	9.892.357,33	10.349.240,22
	41.808.903,43	41.315.291,48
D. Rechnungsabgrenzungsposten	2.735.904,37	3.185.082,78
	156.096.906,02	153.986.489,65

ANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2019

I. ALLGEMEINE ANGABEN

Die Adler Modemärkte AG ist eine Kapitalgesellschaft nach deutschem Recht und hat ihren Sitz in der Industriestraße Ost 1-7, Haibach, Bundesrepublik Deutschland. Das zuständige Registergericht befindet sich in Aschaffenburg (registriert unter der Nummer HRB 11581).

Die Gesellschaft hat ihren Jahresabschluss nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuchs in der Fassung des Bilanzrichtlinie-Umsetzungsgesetzes (BilRUG) unter Beachtung der für große Kapitalgesellschaften geltenden Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen des Aktiengesetzes aufgestellt.

Die Gewinn- und Verlustrechnung wurde wie im Vorjahr nach dem Gliederungsschema des Gesamtkostenverfahrens gemäß § 275 Abs. 2 HGB erstellt.

II. BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN SOWIE ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

ANLAGEVERMÖGEN

IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE

Die immateriellen Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige lineare Abschreibungen, entsprechend der betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer, angesetzt. Sie betreffen im Wesentlichen EDV-Software, die über fünf Jahre abgeschrieben wird.

SACHANLAGEN

Die Sachanlagen werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige lineare Abschreibungen, entsprechend der betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer, angesetzt. Außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von T€ 334 (Vorjahr: T€ 263) wurden für durchgeführte und geplante Modemarktschließungen notwendig.

Geringwertige Wirtschaftsgüter wurden seit 2008 in einen geschäftsjahresbezogenen Sammelposten (Pool) eingestellt und jährlich zu einem Fünftel abgeschrieben. Mit Anhebung der gesetzlichen Wertgrenzen für geringwertige Wirtschaftsgüter ab dem 1.1.2018 wurden alle geringwertigen Wirtschaftsgüter mit Anschaffungskosten zwischen € 250 und € 1.000 in diesen Sammelposten eingestellt und geringwertige Wirtschaftsgüter mit Anschaffungskosten unter € 250 grundsätzlich sofort als Aufwand erfasst.

FINANZANLAGEN

Bei den Finanzanlagen erfolgt die Bewertung der Anteile an verbundenen Unternehmen zu Anschaffungskosten. Ist der beizulegende Zeitwert niedriger als die fortgeführten Anschaffungskosten, erfolgt eine außerplanmäßige Abschreibung bei einer voraussichtlich dauerhaften Wertminderung. Die sonstigen Ausleihungen sind zum Nominalwert bzw. zu einem gegebenenfalls niedrigeren beizulegenden Wert angesetzt. Die Zusammensetzung und Entwicklung des Anlagevermögens ergibt sich aus dem folgenden Anlagenspiegel:

Entwicklung des Anlagevermögens

Adler Modemärkte AG

T€	Anschaffungskosten					Abschreibungen				Restbuchwerte	
	Stand 01.01.2019	Zugänge des GJ	Um- buchungen des GJ	Abgänge des GJ	Stand 31.12.2019	Stand 01.01.2019	Zugänge des GJ	Abgänge des GJ	Stand 31.12.2019	31.12.2019	31.12.2018
I. Immaterielle Vermögensgegenstände											
1. Lizenzen und EDV-Software	30.932	885	50	1	31.866	27.748	1.326	1	29.073	2.794	3.185
2. Geleistete Anzahlungen	362	69	-50	278	103	0	0	0	0	103	362
	31.294	954	0	279	31.969	27.748	1.326	1	29.073	2.897	3.546
II. Sachanlagen											
1. Bauten auf fremden Grundstücken	50.256	592	16	482	50.382	39.107	2.330	362	41.075	9.307	11.148
2. Betriebs- und Geschäftsausstattung	50.870	1.930	168	1.225	51.742	44.760	2.638	1.182	46.216	5.526	6.109
3. Geleistete Anzahlungen	264	228	-184	308		0	0	0	0		264
	101.390	2.750	0	2.015	102.124	83.868	4.968	1.544	87.291	14.833	17.522
III. Finanzanlagen											
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	11.408	0	0	0	11.408	0	0	0	0	11.408	11.408
2. Wertpapiere des Anlagevermögens											
3. Sonstige Ausleihungen	1.391	166	0	0	1.556	0	0	0	0	1.556	1.391
	12.798	166	0	0	12.964	0	0	0	0	12.964	12.798
	145.482	3.870	0	2.294	147.057	111.615	6.294	1.545	116.364	30.694	33.867

Bei den direkten und indirekten Anteilen an verbundenen Unternehmen handelt es sich um folgende Gesellschaften:



	Nominal-/Festkapital 31.12.2019	Anteil Eigenkapital	Eigenkapital	Jahresergebnis
Adler Modemärkte Gesellschaft m.b.H. Ansfelden/Österreich	1.500 T€	100%	28.021 T€	642 T€
ADLER MODE S.A., Foetz/Luxemburg	31 T€	100%	9.789 T€	762 T€
Adler Mode GmbH, Haibach	25 T€	100%	-9.789 T€	-451 T€
Adler Orange GmbH & Co. KG, Haibach	4.000 T€	100%	-7.454 T€	-1.040 T€
Adler Orange Verwaltung GmbH, Haibach	1.040 T€	100%	778 T€	14 T€
Adler Mode AG Schweiz, Zug/Schweiz	100 TCHF	100%	-3.929 TCHF	-54 TCHF
A-Team Fashion GmbH, Bochum	25 T€	100%	-70 T€	433 T€

Die GBS Grundstücksverwaltungsgesellschaft m.b.H., Wien/Österreich, wurde mit Verschmelzungsvertrag vom 25. September 2019 rückwirkend zum 31. Dezember 2018 auf die Adler Modemärkte Gesellschaft m.b.H., Ansfelden/Österreich, verschmolzen. Die Verschmelzung wurde am 10. Oktober 2019 im Firmenbuch eingetragen.

UMLAUFVERMÖGEN

VORRÄTE

Die Vorräte sind zu Anschaffungskosten unter Beachtung des Niederstwertprinzips bewertet; hierbei werden auf Saisonwaren angemessene Abschläge vorgenommen. Es kommt die gewogene Durchschnittsmethode als Bewertungsvereinfachungsverfahren zur Anwendung. Direkt zurechenbare Kosten des Warenhandlings werden aktiviert.

FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE

Die Forderungen, sonstigen Vermögensgegenstände, Kassenbestände und Bankguthaben werden zum Nennwert oder zum niedrigeren beizulegenden Zeitwert angesetzt. Alle erkennbaren Risiken werden durch angemessene Bewertungsabschläge berücksichtigt. Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände sind innerhalb eines Jahres fällig. Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen in Höhe von T€ 20.372 (Vorjahr: T€ 22.777) setzen sich zusammen aus Forderungen aus Finanzverrechnung sowie Lieferungen und Leistungen verbundener Unternehmen T€ 18.147 und Forderungen aus Darlehensverträgen mit verbundenen Unternehmen T€ 2.225.

Im Geschäftsjahr 2019 wurden Forderungen gegen verbundene Unternehmen in Höhe von T€ 1.932 wertberichtigt, sie entfallen auf die Adler Orange GmbH & Co. KG, Haibach.

AKTIVE RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

Der Posten enthält Ausgaben vor dem Abschlussstichtag, die Aufwand für eine bestimmte Zeit nach dem Stichtag darstellen und beläuft sich zum 31. Dezember 2019 auf T€ 1.433 (Vorjahr: T€ 983).

EIGENKAPITAL

GRUNDKAPITAL

Zum Bilanzstichtag beträgt das Grundkapital T€ 18.510. Es ist in 18.510.000 auf den Inhaber lautende Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von jeweils € 1,00 eingeteilt.

KAPITALRÜCKLAGE

Die Kapitalrücklage beträgt zum Bilanzstichtag T€ 62.149 (Vorjahr: T€ 62.149).

GEWINNRÜCKLAGEN

Die Gewinnrücklagen betragen T€ 11.044 (Vorjahr: T€ 13.414).

ERGEBNISVERWENDUNG

Der Vorstand der Adler Modemärkte AG schlägt vor, den in der Bilanz zum 31. Dezember 2019 ausgewiesenen Bilanzverlust in Höhe von T€ 754 auf neue Rechnung vorzutragen.

RÜCKSTELLUNGEN

RÜCKSTELLUNGEN FÜR PENSIONEN UND ÄHNLICHE VERPFLICHTUNGEN

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden auf der Grundlage versicherungsmathematischer Berechnung nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected Unit Credit Method) unter Berücksichtigung der Richttafeln 2018 G von Dr. Klaus Heubeck bewertet. Gemäß Art. 75 Abs. 6 S. 1 EGHGB n.F. i.V.m. § 253 Abs. 2 S. 1 HGB n.F. sind Altersversorgungsverpflichtungen (Rückstellungen für Pensionen) unter Zugrundelegung des von der Deutschen Bundesbank veröffentlichten durchschnittlichen Marktzinssatzes der vergangenen zehn Geschäftsjahre, für eine vereinfachend angenommene durchschnittliche Laufzeit von 15 Jahren, bewertet worden. Dieser Zinssatz beträgt 2,71% (Vorjahr: 3,21%). Der Unterschiedsbetrag nach § 253 Abs. 6 S. 1 HGB n. F. im Vergleich zur Abzinsung mit dem 7-Jahres-Durchschnitt zum 31. Dezember 2019 beträgt T€ 263. Gemäß § 253 Abs. 6 S. 2 HGB n.F. dürfen Gewinne nur ausgeschüttet werden, wenn die nach einer Ausschüttung verbleibenden frei verfügbaren Rücklagen zuzüglich eines Gewinnvortrags abzüglich eines Verlustvortrags mindestens dem Unterschiedsbetrag entsprechen. Bei der Ermittlung der Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen wurden Rentensteigerungen von jährlich 1,75% (Vorjahr: 1,75%) zugrunde gelegt sowie eine Fluktuation in Höhe von 1,8% p.a. unterstellt.

Rückstellungen für die Verpflichtungen aus Jubiläumszuwendungen wurden auf der Grundlage der Gesamtbetriebsvereinbarung vom 10. Juni 2010 sowie des Manteltarifvertrags vom 1. Juni 2005 gebildet. Die Bewertung der Rückstellungen für Jubiläumsverpflichtungen erfolgt unter Zugrundelegung eines Rechnungszinssatzes von 1,97% p.a. (Vorjahr: 2,32% p.a.) und auf der Grundlage der Richttafeln 2018 G von Dr. Klaus Heubeck nach versicherungsmathematischen Grundsätzen. Bei der Ermittlung der Rückstellungen für Jubiläumszuwendungen wurden jährliche Lohn- und Gehaltssteigerungen von 2,5% sowie eine Fluktuation in Höhe von 1,8% p.a. unterstellt.

Rückstellungen für die Verpflichtungen aus Gehaltsfortzahlungen im Todesfall wurden auf der Grundlage des Manteltarifvertrags vom 1. Juni 2005 gebildet. Die Bewertung der Rückstellungen für Gehaltsfortzahlungen im Todesfall erfolgt unter Zugrundelegung eines Rechnungszinssatzes von 1,97% p.a. (Vorjahr: 2,32% p.a.) und auf der Grundlage der Richttafeln 2018 G von Dr. Klaus Heubeck nach versicherungsmathematischen Grundsätzen. Bei der Ermittlung der Rückstellungen für Gehaltsfortzahlungen im Todesfall wurden jährliche Lohn- und Gehaltssteigerungen von 2,5% p.a. sowie eine Fluktuation in Höhe von 1,8% (Vorjahr: 1,8%) p.a. unterstellt.

STEUERRÜCKSTELLUNGEN

Die Steuerrückstellungen in Höhe von T€ 52 (Vorjahr: T€ 788) beinhalten Rückstellungen für mögliche ausstehende Verpflichtungen für Gewerbesteuer für die Jahre 2017-2019, welche sich auf Basis der laufenden Betriebsprüfung für die Jahre 2013-2016 ergaben.

SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Die Rückstellungen tragen den erkennbaren Risiken und sonstigen ungewissen Verbindlichkeiten Rechnung; sie sind in der Höhe bemessen, die nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung als Erfüllungsbetrag notwendig ist. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden zum Stichtag mit dem von der Deutschen Bundesbank veröffentlichten durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Jahre abgezinst.

Die sonstigen Rückstellungen beinhalten im Wesentlichen Rückstellungen für Verpflichtungen aus dem Kundenkartenprogramm T€ 4.072 (Vorjahr: T€ 4.001), Mieten und Mietnebenkosten T€ 1.980 (Vorjahr: T€ 1.660), Abfindungen T€ 1.373 (Vorjahr: T€ 1.406), Urlaubs- und Freizeitverpflichtungen T€ 1.461 (Vorjahr: T€ 1.274), Leistungsantien T€ 3.262 (Vorjahr: T€ 855), Werbekosten T€ 561 (Vorjahr: T€ 229) sowie Energie/Strom/Gas/Wasser T€ 749 (Vorjahr: T€ 432).

Zum 31. Dezember 2019 wurde die Wahrscheinlichkeit der Inanspruchnahme aus Verpflichtungen aus dem Kundenkartentreueprogramm überprüft. Anhand der Auswertung der Inanspruchnahmen der letzten vier Geschäftsjahre wurde die Wahrscheinlichkeit der Inanspruchnahme gesenkt. Zum 31.12.2019 beträgt die Rückstellung T€ 4.072.

Ein ehemaliger Geschäftspartner hat im ersten Quartal 2019 eine Klage auf Einsicht in bestimmte Unterlagen und Schadensersatz in noch unbezifferter Höhe gegen die Adler Modemärkte AG eingereicht. ADLER hält es nach Abstimmung mit den hinzugezogenen Experten für überwiegend wahrscheinlich, noch konkret zu beziffernde Schadensersatzansprüche jedenfalls weit überwiegend abzuwehren. Für die Verteidigung/Rechtsanwaltskosten gegen die Klage wurde eine angemessene Rückstellung gebildet.

VERBINDLICHKEITEN

Verbindlichkeiten sind zum Erfüllungsbetrag angesetzt. Es besteht eine Verbindlichkeit mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr und weniger als 5 Jahren in Höhe von T€ 50 (Vorjahr: T€ 100) aus einer Mietkaufverpflichtung für ein Markenrecht. Die übrigen Verbindlichkeiten haben, wie im Vorjahr, eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr. Es bestehen die branchenüblichen Eigentumsvorbehalte. Verpfändungen liegen nicht vor.

Wie im Vorjahr bestehen keine Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von T€ 10.800 (Vorjahr: T€ 11.977), setzen sich zusammen aus Verbindlichkeiten aus Finanzverrechnung von T€ 10.800 (Vorjahr: T€ 9.727) und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von T€ 0 (Vorjahr: T€ 2.250).

PASSIVE RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

Als passive Rechnungsabgrenzungsposten werden Einzahlungen vor dem Abschlussstichtag ausgewiesen, soweit sie Erträge für eine bestimmte Zeit nach diesem Tag darstellen. Diese belaufen sich auf T€ 2.736 (Vorjahr: T€ 3.185). Die Senkung ist im Wesentlichen auf aufgelöste Baukostenzuschüsse zurückzuführen.

FREMDWÄHRUNGSUMRECHNUNG

Forderungen und Verbindlichkeiten in fremder Währung werden mit dem Kurs am Tag des Geschäftsvorfalles bzw. des Buchungstages bewertet. Die Umrechnung von kurzfristigen Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten zum Bilanzstichtag erfolgt zum Devisenkassamittelkurs.

LATENTE STEUERN

Latente Steuern werden auf die Unterschiede in den Bilanzansätzen der Handelsbilanz und der Steuerbilanz angesetzt, sofern sich diese in späteren Geschäftsjahren voraussichtlich abbauen. Aktive und passive latente Steuern werden saldiert ausgewiesen.

Der Berechnung der latenten Steuern liegt ein effektiver Steuersatz von 29,57% zugrunde (15,825% für die Körperschaftsteuer einschließlich Solidaritätszuschlag und 13,74% für die Gewerbesteuer), der sich voraussichtlich im Zeitpunkt des Abbaus der Differenzen ergeben wird. Der Steuersatz für die Gewerbesteuer ergibt sich aus dem Gewerbesteuerhebesatz von 393%.

Zum Bilanzstichtag ergibt sich nach Saldierung der aktiven und passiven latenten Steuern (Gesamtdifferenzbetrachtung) ein Aktivüberhang der latenten Steuern von T€ 2.160 (Vorjahr: T€ 1.606). Die Gesellschaft macht von dem Aktivierungswahlrecht des § 274 Abs. 1 Satz 2 HGB keinen Gebrauch, so dass keine latenten Steuern in der Bilanz angesetzt werden.

Die ermittelten aktiven und passiven latenten Steuern resultieren aus folgenden temporären Differenzen:

in T€	Differenz	Steuersatz	Latente
	Handels- vs. Steuerbilanz	in %	Steuern
Geschäfts-/Firmenwert	-502	15,83%	79
Sonstige Forderungen	16	29,57%	-5
Bauten auf fremden Grundstücken	-150	29,57%	44
Vorräte	-4.811	29,57%	1.423
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1.139	29,57%	337
Sonstige Rückstellungen	953	29,57%	282

Die Differenzen zwischen Handels- und Steuerbilanz, welche zu latenten Steuern führen, resultieren im Wesentlichen aus

- Unterschieden in der handels- und steuerrechtlichen Bewertung von Rückstellungen (insbesondere langfristige personalbezogene Rückstellungen sowie aus Rückstellungen für Restrukturierungen).
- Unterschieden in der handels- und steuerrechtlichen Bewertung von Vorräten

III. ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

UMSATZERLÖSE

Die Umsatzerlöse in Höhe von T€ 414.574 wurden im Wesentlichen im Inland mit Textilwaren erzielt.

Umsatzerlöse in Höhe von T€ 21.262 (Vorjahr: T€ 23.034) entfallen auf Bekleidungswarenbeschaffung für die verbundenen Unternehmen Adler Modemärkte Gesellschaft m.b.H., Ansfelden, Österreich, ADLER MODE S.A., Foetz, Luxemburg, und Adler Mode AG Schweiz, Zug, Schweiz sowie weitere T€ 9.008 (Vorjahr: T€ 10.093) für die Adler Mode GmbH, Haibach, die Adler Orange GmbH & Co. KG, Haibach, und die A-Team Fashion GmbH, Bochum.

Umsätze in Höhe von T€ 10.261 (Vorjahr: T€ 11.084) wurden mit Verwaltungs- und anderen Umlagen sowie Lizenzen von verbundenen Unternehmen erzielt. Auf die verbundenen Unternehmen Adler Modemärkte Gesellschaft m.b.H., Ansfelden, Österreich, ADLER MODE S.A., Foetz, Luxemburg, und Adler Mode AG Schweiz, Zug, Schweiz, entfallen dabei T€ 6.881 und T€ 3.380 auf die Adler Mode GmbH, Haibach, die Adler Orange GmbH & Co. KG, Haibach, und die A-Team Fashion GmbH, Bochum. Mit Miet- und Pachteinahmen erzielte die Adler Modemärkte AG T€ 2.209 (Vorjahr: T€ 889). Andere sonstige Umsätze in Höhe von T€ 1.281 (Vorjahr: T€ 972) ergeben sich hauptsächlich aus Lizenz- und Provisionseinnahmen.

SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

Die sonstigen betrieblichen Erträge umfassen im Wesentlichen Erträge aus Einkaufsvergütungen, Baukostenzuschüssen und Auflösung von Rückstellungen. Periodenfremde Erträge entstanden im Wesentlichen aus der Auflösung von Rückstellungen; hierbei im Wesentlichen für Personal und für Verpflichtungen aus dem Kundenkartenprogramm sowie aus Guthaben aus der Abrechnung von Mietnebenkosten früherer Jahre in Höhe von T€ 2.480 (Vorjahr: T€ 6.260). Erträge aus der Währungsumrechnung sind in unwesentlicher Höhe (Vorjahr: T€ 4) angefallen. Im Vorjahr ist ein Einmaleffekt aus der Umstellung der Rückstellung für Verpflichtungen aus dem Kundenkartentreueprogramm in Höhe von T€ 4.001 enthalten.

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen umfassen hauptsächlich Miet-, Werbe-, Energie- und Instandhaltungsaufwendungen sowie Kosten der Warenbewirtschaftung. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten periodenfremde Aufwendungen in Höhe von T€ 5 (Vorjahr: T€ 6), die sich im Wesentlichen aus Forderungsverlusten der Vorjahre ergeben. Außergewöhnliche Aufwendungen lagen in 2019 in Höhe von T€ 230 für eine vorzeitige Vertragsbeendigung für defizitäre Modemärkte vor.

Aufwendungen aus der Währungsumrechnung sind in unwesentlicher Höhe angefallen.

FINANZERGEBNIS

Im Finanzergebnis sind im Wesentlichen Zinserträge aus kurzfristigen Forderungen in Höhe von T€ 5 (Vorjahr: T€ 5), aus Krediten/Forderungen gegen verbundene Unternehmen in Höhe von T€ 170 (Vorjahr: T€ 222) und Zinserträgen aus Steuererstattungen in Höhe von T€ 23 (Vorjahr: T€ 1 enthalten). Der Zinsaufwand für die Aufzinsung von langfristigen Rückstellungen betrug im Berichtsjahr T€ 284 (Vorjahr: T€ 288). Die Bürgschafts- und Kreditprovisionen betragen in 2019 T€ 278 (Vorjahr: T€ 189).

STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

In den Steuern vom Einkommen und Ertrag sind periodenfremde Körperschaft- und Gewerbesteuernachzahlungen in Höhe von T€ 106 (Vorjahr: T€ 21) enthalten.

SONSTIGE STEUERN

Die sonstigen Steuern enthalten periodenfremde Umsatzsteuererstattungen in Höhe von T€ 2 (Vorjahr: T€ 1).

IV. SONSTIGE ANGABEN

SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Der Gesamtbetrag aller sonstigen finanziellen Verpflichtungen bis zum Ende der jeweiligen Vertragslaufzeit beträgt T€ 255.422. Diese setzen sich wie folgt zusammen:

Bestehende Verpflichtungen aus langfristigen Miet- und Pachtverträgen. Diese belaufen sich für die verbleibende Mietlaufzeit auf T€ 243.355. Darüber hinaus bestehen Verpflichtungen aus langfristigen Miet- und Pachtverträgen für die Adler Mode GmbH. Diese belaufen sich für die verbleibende Mietlaufzeit auf T€ 5.458.

Bestehende Verpflichtung aus einem Leasingvertrag für Großrechner und Speicher. Diese beläuft sich für die vertraglich vereinbarte Restlaufzeit auf T€ 3.020.

Es bestehen Verpflichtungen aus Miet- und Wartungsverträgen für Kopiergeräte, Drucker und Kassen. Diese belaufen sich auf T€ 484 für Kopierer, T€ 1.770 für Drucker und Kassen.

Aus KFZ-Leasingverträgen bestehen Aufwendungen für die verbleibende Mietlaufzeit in Höhe von T€ 1.335.

Die Vorteile aus den dargestellten Leasing-, Miet- und Pachtverträgen liegen insbesondere in der geringeren Kapitalbindung im Vergleich zum Erwerb. Risiken könnten sich ggf. aus nicht vorzeitig kündbaren Vertragslaufzeiten ergeben.

Zum Stichtag bestehen offene Bestellungen im Wareneinkauf von T€ 15.338 gegenüber Lieferanten.

Das Investitionsobligo zum Stichtag beträgt T€ 390.

IMMOBILIEN-LEASING

Es besteht ein langfristiges Gebäude-Leasing-Verhältnis mit der ALASKA GmbH & Co. KG, Pullach im Isartal, mit einer vertraglich vereinbarten Restlaufzeit bis zum 31. Juli 2024. Die hieraus erwachsenden Aufwendungen für die Restlaufzeit belaufen sich auf T€ 898 für Miete sowie auf T€ 910 für Mieterdarlehen. Das Gebäude wurde 2004 an die ALASKA GmbH & Co. KG, Pullach im Isartal, veräußert und wird seitdem von dieser zurückgemietet. Für das Objekt besteht eine Kaufoption zum Ende der Leasinglaufzeit. Der Vorteil dieses Vertrags liegt in der geringeren Kapitalbindung im Vergleich zum Erwerb. Risiken könnten sich aus der nicht vorzeitig kündbaren Vertragslaufzeit ergeben.

HAFTUNGSVERHÄLTNISSE

Im Zusammenhang mit einem Mietvertrag der ADLER MODE S.A., Foetz, Luxemburg, hat die Adler Modemärkte AG eine Schuldbeitrittserklärung abgegeben; die Mietverpflichtungen belaufen sich über die verbleibende Mietrestlaufzeit auf T€ 1.216 (Vorjahr: T€ 1.825).

Im Zusammenhang mit Mietverträgen der Adler Modemärkte Gesellschaft m.b.H., Ansfelden, Österreich, hat die Adler Modemärkte AG drei Mietgarantieerklärungen abgegeben; die Verpflichtungen daraus belaufen sich über die verbleibende Restlaufzeit auf T€ 11.338.

Im Zusammenhang mit der Sicherung des operativen Geschäfts der Adler Modemärkte Gesellschaft m.b.H., Ansfelden, Österreich, hat die Adler Modemärkte AG eine Patronatserklärung abgegeben. Hierin verpflichtet sich die Adler Modemärkte AG, die Tochtergesellschaft finanziell so auszustatten, dass sie stets in der Lage ist, ihren gegenwärtigen und zukünftigen Verbindlichkeiten unter Einschluss auch etwaiger Verzugszinsen rechtzeitig nachzukommen.

Im Zusammenhang mit der Sicherung des operativen Geschäfts der Adler Mode GmbH, Haibach, hat die Adler Modemärkte AG eine Patronatserklärung abgegeben. Hierin verpflichtet sich die Adler Modemärkte AG,

- die Adler Mode GmbH, Haibach, finanziell so auszustatten, dass sie stets in der Lage ist, ihren gegenwärtigen und zukünftigen Verbindlichkeiten unter Einschluss auch etwaiger Verzugszinsen rechtzeitig nachzukommen;
- bei Bedarf die Tochtergesellschaft mit ausreichend Eigenkapital auszustatten;
- mit eigenen Forderungen hinter alle anderen gegenwärtigen und zukünftigen Gläubiger der Adler Mode GmbH, Haibach, zurückzutreten.

Die Patronatserklärung kann, sobald eine Überschuldung und eine Zahlungsunfähigkeit der Adler Mode GmbH im Sinne der Insolvenzordnung nicht mehr besteht und auch nicht mehr droht, mit einer Frist von 3 Monaten zum Ende eines Kalendermonats gekündigt werden, erstmals jedoch zum 31. Dezember 2021. Am 18. Februar 2020 gab die Alleingesellschafterin Adler Modemärkte AG, Haibach, Deutschland, eine unbefristete Patronatserklärung zugunsten der Adler Mode AG Schweiz, Zug ab, in der erklärt wird, dass

- derzeit nicht geplant ist, die Eigentumsverhältnisse der Adler Mode AG Schweiz zu ändern,
- die derzeit bestehenden Verbindungen zu der Tochtergesellschaft, der Adler Mode AG Schweiz, nicht verändert werden,
- das derzeitige Interesse an der Adler Mode AG Schweiz beibehalten sowie die finanzielle und operative Beziehung zur Tochtergesellschaft aufrechterhalten wird und keinerlei Ansprüche, die gegenüber der Tochtergesellschaft gegeben sind, an Dritte übertragen werden,
- die Adler Mode AG Schweiz finanziell so ausgestattet wird, dass sie stets in der Lage ist, ihren gegenwärtigen und zukünftigen Verbindlichkeiten unter Einschluss auch etwaiger Verzugszinsen rechtzeitig nachzukommen,

- bei Bedarf die Tochtergesellschaft ausreichend mit Eigenkapital ausgestattet wird,
- die Forderungen gegenüber der Adler Mode AG Schweiz hinter alle anderen gegenwärtigen und zukünftigen Gläubiger der Adler Mode AG Schweiz zurückgetreten werden,
- im Fall der Liquidation, des Konkurses oder Vergleiches von der Geltendmachung aller Forderungen so lange abgesehen wird, bis sämtliche Gläubiger der Adler Mode AG Schweiz befriedigt worden sind.

Diese Patronatserklärung kann nur aufgehoben werden, wenn sich aus einer von der Revisionsstelle geprüften Bilanz ergibt, dass auch unter Berücksichtigung der von dieser Patronatserklärung erfassten Forderungen keine Besorgnis der Überschuldung mehr vorliegt und die gesetzlichen Voraussetzungen für einen Bericht der Revisionsstelle ohne Hinweis auf Art. 725. Abs. 2 OR (Schweizer Obligationenrecht) gegeben sind.

Im Zusammenhang mit der Sicherung des Geschäfts der Adler Orange GmbH & Co. KG, Haibach, hat die Adler Modemärkte AG eine Patronatserklärung abgegeben. Hierin verpflichtet sich die Adler Modemärkte AG,

- die Adler Orange GmbH & Co. KG, Haibach, finanziell so auszustatten, dass sie stets in der Lage ist, ihren gegenwärtigen und zukünftigen Verbindlichkeiten unter Einschluss auch etwaiger Verzugszinsen rechtzeitig nachzukommen;
- bei Bedarf die Tochtergesellschaft mit ausreichend Eigenkapital auszustatten;
- mit eigenen Forderungen hinter alle anderen gegenwärtigen und zukünftigen Gläubiger der Adler Orange GmbH & Co. KG, Haibach, zurückzutreten.

Die Patronatserklärung kann, sobald eine Überschuldung und eine Zahlungsunfähigkeit der Adler Orange GmbH & Co. KG, Haibach, im Sinne der Insolvenzordnung nicht mehr besteht und auch nicht mehr droht, mit einer Frist von 3 Monaten zum Ende eines Kalendermonats gekündigt werden, erstmals jedoch zum 31. Dezember 2021.

Im Zusammenhang mit der Sicherung des operativen Geschäfts der A-Team Fashion GmbH, Bochum, hat die Adler Modemärkte AG eine Patronatserklärung abgegeben. Hierin verpflichtet sich die Adler Modemärkte AG:

- die A-Team Fashion GmbH, Bochum, finanziell so auszustatten, dass sie stets in der Lage ist, ihren gegenwärtigen und zukünftigen Verbindlichkeiten unter Einschluss auch etwaiger Verzugszinsen rechtzeitig nachzukommen;
- bei Bedarf die Tochtergesellschaft mit ausreichend Eigenkapital auszustatten;
- mit eigenen Forderungen hinter alle anderen gegenwärtigen und zukünftigen Gläubiger der A-Team Fashion GmbH, Bochum, zurückzutreten.

Die Patronatserklärung kann, sobald eine Überschuldung und eine Zahlungsunfähigkeit der A-Team Fashion GmbH im Sinne der Insolvenzordnung nicht mehr besteht und auch nicht mehr droht, mit einer Frist von 3 Monaten zum Ende eines Kalendermonats gekündigt werden, erstmals jedoch zum 31. Dezember 2021.

Es besteht ein Avalrahmen in Höhe von T€ 7.000 (Vorjahr: T€ 7.000) bei diversen Kreditinstituten. Am 31. Dezember 2019 war der Avalrahmen in Höhe von T€ 3.887 (Vorjahr: T€ 4.170) ausgenutzt.

Die Ausnutzung gliedert sich in eine Zollbürgschaft in Höhe von T€ 1.500 (Vorjahr: T€ 1.500), eine Warenbesicherung von T€ 120 (Vorjahr: T€ 120) und Mietbürgschaften von T€ 2.266 (Vorjahr: T€ 3.090). Darüber hinaus bestehen branchenübliche Verpfändungen von Bankguthaben für Warenkreditversicherungen in Höhe von T€ 8.500 (Vorjahr: T€ 4.270).

Die angeführten eingegangenen Verpflichtungen sind nicht zu passivieren, weil mit einer Inanspruchnahme oder Belastung der Gesellschaft nicht gerechnet wird.

Neben den dargelegten sonstigen finanziellen Verpflichtungen sowie Haftungsverhältnissen existieren keine außerbilanziellen Geschäfte, die für die Finanzlage der Gesellschaft von Bedeutung wären.

BESCHÄFTIGTE

Im Geschäftsjahr 2019 waren durchschnittlich 2.553 angestellte Mitarbeiter beschäftigt.

	2019	2018
Leitende Angestellte	150	160
Vollzeitbeschäftigte	477	502
Teilzeitbeschäftigte	1.926	2.015
Gesamtbelegschaft	2.553	2.677

AUFSICHTSRAT

Der Aufsichtsrat der Adler Modemärkte AG setzte sich im Geschäftsjahr 2019 wie folgt zusammen:

Massimiliano Monti ^{1*,2,3*,4*}, Mailand, Italien, Vorsitzender des Aufsichtsrats, Partner Equinox S.A., weitere Aufsichtsratsmandate und vergleichbare Mandate: Beirat der S&E Kapital GmbH

Majed Abu-Zarur^{1,2,4}, Viernheim, stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats, Vorsitzender des Gesamtbetriebsrates Adler Modemärkte AG

Wolfgang Burgard ^{1,2*,3}, Dortmund, Geschäftsführer Bund Getränkeverpackungen der Zukunft GbR

Cosimo Carbonelli D'Angelo ¹, Neapel, Italien, Vorsitzender der Geschäftsführung G.&C. Holding S.p.A., weitere Aufsichtsratsmandate und vergleichbare Mandate: Beirat der S&E Kapital GmbH

Kirsten Fox, München, Steuerberaterin und Partnerin Kantenwein Zimmermann Fox Kröck & Partner Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschaftsprüfer

Jochen Gröning ^{1,2,4}, Aschaffenburg, IT-Organisator und Vorsitzender des Betriebsrats Haibach der Adler Modemärkte AG

Corinna Groß, Neuss, Gewerkschaftssekretärin ver.di Nordrhein-Westfalen

Peter König, Rottendorf, Gewerkschaftssekretär ver.di

Giorgio Mercogliano ^{3,4}, Montagnola – Lugano, Schweiz, Partner Equinox S.A., weitere Aufsichtsratsmandate und vergleichbare Mandate: Beirat der S&E Kapital GmbH

Paola Viscardi-Giazzi ², Dortmund, Vorstand Steilmann Holding AG i.l., weitere Aufsichtsratsmandate und vergleichbare Mandate: Beirat der S&E Kapital GmbH

Jürgen Vogt ², Essen, Verkaufsleiter Adler Modemärkte AG

Beate Wimmer ¹, Mönchengladbach, Fachberaterin Info, Kasse und Verkauf Adler Modemärkte AG

Mitgliedschaften in (Stand 31.12.2019): ¹ Personalausschuss, ² Prüfungsausschuss, ³ Nominierungsausschuss, ⁴ Vermittlungsausschuss,
*Vorsitzender des Ausschusses

Die Gesamtbezüge der Aufsichtsratsmitglieder für Sitzungsgelder betragen im Geschäftsjahr insgesamt T€ 302 (Vorjahr: T€ 325).

VORSTAND

Im Geschäftsjahr 2019 und bis zum Zeitpunkt der Bilanzaufstellung übten folgende Personen eine Vorstandstätigkeit aus:

Thomas Freude, Wiesbaden, Vorsitzender des Vorstands, Vorstand für die Bereiche Strategie, Marketing, Einkauf, Mergers & Acquisitions, Expansion, Transformation, Führungskräfteentwicklung und Public Relations, weitere Aufsichtsratsmandate und vergleichbare Mandate: LSG Lufthansa Service Holding AG.

Karsten Odemann, Lenggries, Vorstand und Arbeitsdirektor, Vorstand für die Bereiche Finanzen, Controlling, Revision, Recht, IT, Personal, Asset-Management, Logistik, Nachhaltigkeit und Investor Relations.

Carmine Petraglia, Bad Honnef, Vorstand, Vorstand für die Bereiche Vertrieb und E-Commerce.

Die Hauptversammlung vom 4. Mai 2016 hat gemäß § 286 Absatz 5 HGB a.F. für einen Zeitraum von 5 Jahren beschlossen, auf die individualisierte Offenlegung der Vorstandsvergütung zu verzichten. Die Bezüge des Vorstands beliefen sich im Geschäftsjahr 2019 auf insgesamt T€ 2.322 (Vorjahr: T€ 1.471). Die Bezüge können wie folgt untergliedert werden:

T€	2019	2018
Fixbezüge	1.162	1.081
Sachbezüge	34	29
Tantiemen	1.126	50
Summe kurzfristig fällige Leistungen an Vorstände	2.322	1.160
Bonus (LTI)	0	0
Summe aus Leistungen aus mehrjährigem Bonus (LTI) an Vorstände	0	0
Abfindungen	0	311
Leistungen aus Anlass der Beendigung der Vorstandstätigkeit	0	311
Gesamt	2.322	1.471

Für die Mitglieder des Vorstands der Adler Modemärkte AG wurde vom Aufsichtsrat ein Long-Term Incentive Bonus (im Folgenden LTI Bonus) verabschiedet. Der auf einer mehrjährigen Bemessungsgrundlage beruhende Bonus (LTI) soll den Beitrag der Vorstandsmitglieder zur Wertsteigerung des Unternehmens honorieren.

Dieser Bonus (LTI) bestimmt sich auf Basis des EBITDA nach IFRS gemäß testiertem und gebilligtem Konzernabschluss des abgelaufenen Geschäftsjahres. Die Höhe steht in Abhängigkeit zur Wertentwicklung der ADLER-Aktie (Vergleich des gewichteten Durchschnittskurses für Aktien der Gesellschaft in dem Geschäftsjahr, für das der Bonus (LTI) berechnet wird, mit dem des vorangegangenen Geschäftsjahres). Der auf einer mehrjährigen Bemessungsgrundlage basierende Bonus (LTI) ist begrenzt auf einen Gesamtbetrag von derzeit T€ 1.500 (Vorjahr: T€ 1.500) und entfällt, sollte keine entsprechende Wertentwicklung der ADLER-Aktie erfolgt sein. Der Bonus (LTI) für das jeweils abgelaufene Geschäftsjahr wird zwei Wochen nach dem Ende der ordentlichen Hauptversammlung fällig. Bestand die Bestellung zum Mitglied des Vorstands der Gesellschaft nur während eines Teils des Geschäftsjahrs, wird der neue Bonus (LTI) entsprechend zeitanteilig gezahlt.

Die Gesamtbezüge der früheren Organmitglieder und ihrer Hinterbliebenen betragen T€ 162 (Vorjahr: T€ 469). Darunter fallen Bezüge früherer Geschäftsführer T€ 162 (Vorjahr: T€ 158) und früheren Vorstandsmitgliedern T€ 0 (Vorjahr: T€ 311). Für frühere Mitglieder der Geschäftsführung und ihre Hinterbliebenen wurden Pensionsrückstellungen in Höhe von T€ 1.905 (Vorjahr: T€ 1.845) gebildet.

MITTEILUNGEN ÜBER BETEILIGUNGEN

Der Gesellschaft wurden folgende zum 31. Dezember 2019 bestehende Beteiligungen nach § 33 Abs. 1 WpHG (§ 21 Abs. 1 WpHG a.F., gültig bis zum 02.01.2018) mitgeteilt (die entsprechenden Prozent- und Aktienzahlen beziehen sich auf das zum Zeitpunkt der jeweiligen Mitteilung vorhandene Grundkapital und sind der letzten Stimmrechtsmitteilung an die Gesellschaft entnommen und können daher zwischenzeitlich überholt sein):

Herr Gerhard Wöhr, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 27.03.2013 mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der Adler Modemärkte AG, Haibach, Deutschland am 26.03.2013 die Schwelle von 5% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 5,033% (das entspricht 931611 Stimmrechten) betragen hat. 2,999% der Stimmrechte (das entspricht 555200 Stimmrechten) sind Herrn Wöhr gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Die S&E Kapital GmbH, Bergkamen, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 26.04.2013 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Adler Modemärkte AG, Haibach, Deutschland am 25.04.2013 die Schwelle von 3%, 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 30% und 50% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 54,76% (das entspricht 10136250 Stimmrechten) betragen hat. 4,80% der Stimmrechte (das entspricht 888803 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG von der Adler Modemärkte AG zuzurechnen.

Die Steilmann-Boecker Fashion Point GmbH & Co. KG, Herne, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 26.04.2013 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Adler Modemärkte AG, Haibach, Deutschland am 25.04.2013 die Schwelle von 3%, 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 30% und 50% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 54,76% (das entspricht 10136250 Stimmrechten) betragen hat. 54,76% der Stimmrechte (das entspricht 10136250 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG und gleichzeitig auch gemäß § 22 Abs.

2 WpHG zuzurechnen. Die Kette der kontrollierten Unternehmen lautet wie folgt: S&E Kapital GmbH und Adler Modemärkte AG. Die Stimmrechte gemäß § 22 Abs. 2 WpHG sind von der S&E Kapital GmbH zuzurechnen.

Die Miro Radici Hometextile GmbH, Bergkamen, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 26.04.2013 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Adler Modemärkte AG, Haibach, Deutschland am 25.04.2013 die Schwelle von 3%, 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 30% und 50% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 54,76% (das entspricht 10136250 Stimmrechten) betragen hat. 54,76% der Stimmrechte (das entspricht 10136250 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG und gleichzeitig auch gemäß § 22 Abs. 2 WpHG zuzurechnen. Die Kette der kontrollierten Unternehmen lautet wie folgt: Steil-mann-Boecker Verwaltungs- und Geschäftsführungs GmbH, Steilmann-Boecker Fashion Point GmbH & Co. KG, S&E Kapital GmbH und Adler Modemärkte AG. Die Stimmrechte gemäß § 22 Abs. 2 WpHG sind von der S&E Kapital GmbH zuzurechnen.

Die Steilmann Holding AG, Bergkamen, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 26.04.2013 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Adler Modemärkte AG, Haibach, Deutschland am 25.04.2013 die Schwelle von 3%, 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 30% und 50% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 54,76% (das entspricht 10136250 Stimmrechten) betragen hat. 54,76% der Stimmrechte (das entspricht 10136250 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG und gleichzeitig auch gemäß § 22 Abs. 2 WpHG zuzurechnen. Die Kette der kontrollierten Unternehmen lautet wie folgt: Miro Radici Hometextile GmbH, Steilmann-Boecker Verwaltungs- und Geschäftsführungs GmbH, Steilmann-Boecker Fashion Point GmbH & Co. KG, S&E Kapital GmbH und Adler Modemärkte AG. Die Stimmrechte gemäß § 22 Abs. 2 WpHG sind von der S&E Kapital GmbH zuzurechnen.

Die Excalibur I S.à r.l., Luxemburg, Luxemburg hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 26.04.2013 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Adler Modemärkte AG, Haibach, Deutschland am 25.04.2013 die Schwelle von 3%, 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 30% und 50% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 54,76% (das entspricht 10136250 Stimmrechten) betragen hat. 54,76% der Stimmrechte (das entspricht 10136250 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 2 WpHG von der S&E Kapital GmbH zuzurechnen.

Die Equinox Two S.C.A., Luxemburg, Luxemburg hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 26.04.2013 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Adler Modemärkte AG, Haibach, Deutschland am 25.04.2013 die Schwelle von 3%, 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 30% und 50% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 54,76% (das entspricht 10136250 Stimmrechten) betragen hat. 54,76% der Stimmrechte (das entspricht 10136250 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 2 WpHG von der S&E Kapital GmbH zuzurechnen.

Die Equinox S.A., Luxemburg, Luxemburg hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 26.04.2013 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Adler Modemärkte AG, Haibach, Deutschland am 25.04.2013 die Schwelle von 3%, 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 30% und 50% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 54,76% (das entspricht 10136250 Stimmrechten) betragen hat. 54,76% der Stimmrechte (das entspricht 10136250 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 2 WpHG von der S&E Kapital GmbH zuzurechnen.

Die STB Fashion Holding GmbH, Herne, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Adler Modemärkte AG, Haibach, Deutschland am 11.09.2014 die Schwelle von 3%, 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 30% und 50% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 52,81% (das entspricht 9774493 Stimmrechten) betragen hat. 52,81% der Stimmrechte (das entspricht 9774493 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG und gleichzeitig auch gemäß § 22 Abs. 2 WpHG von der S&E Kapital GmbH zuzurechnen.

Die Steilmann SE, Bergkamen, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Adler Modemärkte AG, Haibach, Deutschland am 24.07.2015 die Schwelle von 3%, 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 30% und 50% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 52,81% (das entspricht 9774493 Stimmrechten) betragen hat. 52,81% der Stimmrechte (das entspricht 9774493 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG und gleichzeitig auch gemäß § 22 Abs. 2 WpHG zuzurechnen. Die Kette der kontrollierten Unternehmen lautet wie folgt: STB Fashion Holding GmbH und S&E Kapital GmbH. Die Stimmrechte gemäß § 22 Abs. 2 WpHG sind von der S&E Kapital GmbH zuzurechnen.

Wolfgang Stolz, Geburtsdatum: 26.03.1963, hat uns gemäß WpHG mitgeteilt, dass sein Gesamtstimmrechtsanteil an der Adler Modemärkte AG, Haibach, Deutschland, am 08.02.2019 5,12% (das entspricht 947413 Stimmrechten) betragen hat. Davon entfallen sämtliche Stimmrechtsanteile (5,12%, das entspricht 947413 Stimmrechten) auf Stimmrechte (§§ 33, 34 WpHG) von denen wiederum sämtliche Stimmrechte (5,12%, das entspricht 947413 Stimmrechten) gemäß § 34 WpHG zugerechnet werden. Aktionäre mit 3% oder mehr Stimmrechten: Prime Capital Debt SCS, SICAV-FIS. Die vollständige Kette der Tochterunternehmen, beginnend mit der obersten beherrschenden Person oder dem obersten beherrschenden Unternehmen: Wolfgang Stolz, WGS Verwaltungs GmbH, Prime Capital AG, Prime Capital (GP) S.a.r.l., Prime Capital Debt SCS, SICAV-FIS (3,54% der Stimmrechte); Wolfgang Stolz, WGS Verwaltungs GmbH, Prime Capital AG, Prime AIFM Lux S.A. (5,12% der Stimmrechte, Summe 5,12%). Datum der Mitteilung: 14.02.2019.

Die Hauck & Aufhaeuser Fund Services S.A., Munsbach, Luxemburg, hat uns gemäß WpHG mitgeteilt, dass ihr Gesamtstimmrechtsanteil an der Adler Modemärkte AG, Haibach, Deutschland, am 20.03.2019 5,02% (das entspricht 929783 Stimmrechten) betragen hat. Davon entfallen sämtliche Stimmrechtsanteile (5,02%, das entspricht 929783 Stimmrechten) auf Stimmrechte (§§ 33, 34 WpHG) von denen wiederum sämtliche Stimmrechte (5,02%, das entspricht 929783 Stimmrechten) von der Gesellschaft gemäß § 33 WpHG direkt gehalten werden. Die Hauck & Aufhaeuser Fund Services S.A. wird weder beherrscht noch beherrscht die Hauck & Aufhaeuser Fund Services S.A. andere Unternehmen mit melderelevanten Stimmrechten der Adler Modemärkte AG. Die Aktien sind im Bestand der folgenden durch die Hauck & Aufhaeuser Fund Services S.A. verwalteten Fonds enthalten: Robus Mid-Market Value Bond Fund; Robus Cross Capital-Structure Fund; MB Fund - Max Value. Datum der Mitteilung: 22.03.2019.

Die Prime Capital Access S.A., SICAV-FIS, Luxemburg, Luxemburg, hat uns gemäß WpHG mitgeteilt, dass ihr Gesamtstimmrechtsanteil an der Adler Modemärkte AG, Haibach, Deutschland, am 24.07.2019 3,08% (das entspricht 570803 Stimmrechten) betragen hat. Davon entfallen sämtliche Stimmrechtsanteile (3,08%, das entspricht 570803 Stimmrechten) auf Stimmrechte (§§ 33, 34 WpHG) von denen wiederum sämtliche Stimmrechte (3,08%, das entspricht 570803 Stimmrechten) von der Gesellschaft gemäß § 33 WpHG direkt gehalten werden. Die Prime Capital Access S.A., SICAV-FIS wird weder beherrscht noch beherrscht die Prime Capital Access S.A., SICAV-FIS andere Unternehmen mit melderelevanten Stimmrechten der Adler Modemärkte AG. Datum der Mitteilung: 29.07.2019.

Nach dem Geschäftsjahr 2019 wurden der Gesellschaft folgende bestehenden Beteiligungen nach § 33 Abs. 1 WpHG mitgeteilt.

Die Prime Capital Access S.A., SICAV-FIS, Luxemburg, Luxemburg, hat uns gemäß WpHG mitgeteilt, dass ihr Gesamtstimmrechtsanteil an der Adler Modemärkte AG, Haibach, Deutschland, am 07.02.2020 5,12% (das entspricht 948124 Stimmrechten) betragen hat. Davon entfallen sämtliche Stimmrechtsanteile (5,12%, das entspricht 948124 Stimmrechten) auf Stimmrechte (§§ 33, 34 WpHG) von denen wiederum sämtliche Stimmrechte (5,12%, das entspricht 948124 Stimmrechten) von der Gesellschaft gemäß § 33 WpHG direkt gehalten werden. Die Prime Capital Access S.A., SICAV-FIS wird weder beherrscht noch beherrscht die Prime Capital Access S.A., SICAV-FIS andere Unternehmen mit melderlevanten Stimmrechten der Adler Modemärkte AG. Datum der Mitteilung: 19.02.2020.

GESAMTHONORAR DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Die Abschlussprüfungsleistungen beinhalten im Wesentlichen Honorare für die Konzernabschlussprüfung, die gesetzlich vorgeschriebenen Prüfungen der Adler Modemärkte AG und der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen. Daneben sind Honorare für die prüferische Durchsicht des Halbjahresabschlusses enthalten. Im Berichtsjahr sind in Abschlussprüfungsleistungen Leistungen für die Prüfung der Umstellung auf IFRS 16 enthalten, im Vorjahr waren Aufwendungen für eine DPR Prüfung enthalten. Die Honorare für andere Bestätigungsleistungen umfassen Umsatzbescheinigungen und freiwillige Prüfungen von IT-Systemen. In den Honoraren für Steuerberatungsleistungen sind insbesondere Honorare für die Erstellung von Steuererklärungen sowie für allgemeine Steuerberatung enthalten.

Die Angabe über das Abschlussprüferhonorar im Sinne von § 285 Nr. 17 HGB unterbleibt, da diese Angabe im Konzernabschluss der Adler Modemärkte AG enthalten ist.

KONZERN

Die S&E Kapital GmbH, München, erstellt als Mutterunternehmen den Konzernabschluss für den größten und gleichzeitig kleinsten Kreis von Unternehmen. Dieser Abschluss ist am Sitz der Gesellschaft in München erhältlich. Die Adler Modemärkte AG, Haibach, erstellt ebenfalls einen Konzernabschluss. Dieser Abschluss ist im Bundesanzeiger sowie am Sitz der Gesellschaft in Haibach erhältlich.

Als verbundene Unternehmen werden alle Tochtergesellschaften der Adler Modemärkte AG betrachtet.

NACHTRAGSBERICHT

Zwischen Abschluss der Berichtsperiode bis zur Drucklegung des vorliegenden Berichts (Anfang März 2020) hat es keine Ereignisse gegeben, die im Rahmen einer Nachtragsberichterstattung zu erwähnen wären.

ENTSPRECHENSERKLÄRUNG ZUM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX

Vorstand und Aufsichtsrat der Adler Modemärkte AG haben am 11. Dezember 2019 gemeinsam die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 7. Februar 2017 abgegeben. Die Entsprechenserklärung ist den Aktionären auf der Website der Gesellschaft (<http://www.adlermode-unternehmen.com/investor-relations/corporate-governance/entsprechenserklaerung>) in Form und Inhalt dauerhaft zugänglich.

Haibach, den 3. März 2020

Thomas Freude

Vorsitzender des Vorstands

Karsten Odemann

Vorstand

Carmine Petraglia

Vorstand

Wiedergabe des Bestätigungsvermerks

1. Nach dem abschließenden Ergebnis unserer Prüfung haben wir mit Datum vom 3. März 2020 den folgenden uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt:

"BESTÄTIGUNGSVERMERK DES UNABHÄNGIGEN ABSCHLUSSPRÜFERS

An die Adler Modemärkte AG, Haibach

VERMERK ÜBER DIE PRÜFUNG DES JAHRESABSCHLUSSES UND DES LAGEBERICHTS

Prüfungsurteile

Wir haben den Jahresabschluss der Adler Modemärkte AG, Haibach, – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2019 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2019 sowie dem Anhang, einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Lagebericht der Adler Modemärkte AG für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2019 geprüft. Die im Abschnitt "Sonstige Informationen" unseres Bestätigungsvermerks genannten Bestandteile des Lageberichts haben wir in Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften nicht inhaltlich geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Jahresabschluss in allen wesentlichen Belangen den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft zum 31. Dezember 2019 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2019 und
- vermittelt der beigefügte Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Lagebericht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar. Unser Prüfungsurteil zum Lagebericht erstreckt sich nicht auf den Inhalt der im Abschnitt "Sonstige Informationen" genannten Bestandteile des Lageberichts.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Jahresabschlusses und des Lageberichts geführt hat.

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-Abschlussprüferverordnung (Nr. 537/2014; im Folgenden „EU-APrVO“) unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den europarechtlichen sowie den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Darüber hinaus erklären wir gemäß Artikel 10 Abs. 2 Buchst. f) EU-APrVO, dass wir keine verbotenen Nichtprüfungsleistungen nach Artikel 5 Abs. 1 EU-APrVO erbracht haben. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht zu dienen.

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte in der Prüfung des Jahresabschlusses

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemäßen Ermessen am bedeutsamsten in unserer Prüfung des Jahresabschlusses für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2019 waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung des Jahresabschlusses als Ganzem und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu berücksichtigt; wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab.

Aus unserer Sicht war folgender Sachverhalt am bedeutsamsten in unserer Prüfung:

❶ Werthaltigkeit der Anteile an verbundenen Unternehmen und Forderungen gegen verbundene Unternehmen

Unsere Darstellung dieses besonders wichtigen Prüfungssachverhalts haben wir wie folgt strukturiert:

- ① Sachverhalt und Problemstellung
- ② Prüferisches Vorgehen und Erkenntnisse
- ③ Verweis auf weitergehende Informationen

Nachfolgend stellen wir den besonders wichtigen Prüfungssachverhalt dar:

❶ **Werthaltigkeit der Anteile an verbundenen Unternehmen und Forderungen gegen verbundene Unternehmen**

- ① Im Jahresabschluss der Gesellschaft werden die Bilanzposten Anteile an verbundenen Unternehmen in Höhe von T € 11.408 und Forderungen gegen verbundene Unternehmen in Höhe von T € 20.372 ausgewiesen. Die handelsrechtliche Bewertung von Anteilen an verbundenen Unternehmen und Forderungen gegen verbundene Unternehmen richtet sich nach den Anschaffungskosten und dem niedrigeren beizulegenden Wert. Die beizulegenden Werte werden als Barwerte der erwarteten künftigen Zahlungsströme, die sich aus den von den gesetzlichen Vertretern erstellten Planungsrechnungen ergeben, mittels Discounted-Cashflow-Modellen ermittelt. Hierbei werden auch Erwartungen über die zukünftige Marktentwicklung und Annahmen über die Entwicklung makroökonomischer Einflussfaktoren berücksichtigt. Die Diskontierung erfolgt mittels der individuell ermittelten Kapitalkosten des jeweiligen verbundenen Unternehmens. Auf Basis der ermittelten Werte sowie weiterer Dokumentationen ergab sich für das Geschäftsjahr ein Abwertungsbedarf auf die Forderungen gegen verbundene Unternehmen von insgesamt T€ 1.932. Das Ergebnis dieser Bewertung ist in hohem Maße abhängig davon, wie die gesetzlichen Vertreter die künftigen Zahlungsströme einschätzen, sowie von den jeweils verwendeten Diskontierungszinssätzen und Wachstumsraten. Die Bewertung ist daher mit wesentlichen Unsicherheiten behaftet. Vor diesem Hintergrund und aufgrund der hohen Komplexität der Bewertung und der wesentlichen Bedeutung für die Vermögens- und Ertragslage der Gesellschaft war dieser Sachverhalt im Rahmen unserer Prüfung von besonderer Bedeutung.

- ② Im Rahmen unserer Prüfung haben wir unter anderem das methodische Vorgehen zur Bewertung nachvollzogen. Wir haben insbesondere beurteilt, ob die beizulegenden Werte der wesentlichen Anteile an verbundenen Unternehmen und der Forderungen gegen diese Unternehmen sachgerecht mittels Discounted-Cashflow-Modellen unter Beachtung der relevanten Bewertungsstandards ermittelt wurden. Dabei haben wir uns unter anderem auf einen Abgleich mit allgemeinen und branchenspezifischen Markterwartungen sowie auf umfangreiche Erläuterungen der gesetzlichen Vertreter zu den wesentlichen Werttreibern gestützt, die den erwarteten Zahlungsströmen zugrunde liegen. Mit der Kenntnis, dass bereits relativ geringe Veränderungen des verwendeten Diskontierungszinssatzes wesentliche Auswirkungen auf die Höhe des auf diese Weise ermittelten Unternehmenswerts haben können, haben wir uns intensiv mit den bei der Bestimmung des verwendeten Diskontierungszinssatzes herangezogenen Parametern beschäftigt und das Berechnungsschema nachvollzogen. Die von den gesetzlichen Vertretern angewandten Bewertungsparameter und zugrunde gelegten Bewertungsannahmen sind unter Berücksichtigung der verfügbaren Informationen aus unserer Sicht insgesamt geeignet, um die Bewertung der Anteile an verbundenen Unternehmen und Forderungen gegen verbundene Unternehmen sachgerecht vorzunehmen.
- ③ Die Angaben der Gesellschaft zu den Finanzanlagen und Forderungen gegen verbundene Unternehmen sind in Textziffer II des Anhangs enthalten.

Sonstige Informationen

Die gesetzlichen Vertreter sind für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen die folgenden nicht inhaltlich geprüften Bestandteile des Lageberichts:

- die in Abschnitt „Rechtliche Angaben“ des Lageberichts enthaltene Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f HGB und § 315d HGB
- den gesonderten nichtfinanziellen Bericht nach § 289b Abs. 3 HGB und § 315b Abs. 3 HGB
- den Abschnitt „Nachhaltigkeit & Umwelt“ des Lageberichts.

Unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht erstrecken sich nicht auf die sonstigen Informationen, und dementsprechend geben wir weder ein Prüfungsurteil noch irgendeine andere Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu ab.

Im Zusammenhang mit unserer Prüfung haben wir die Verantwortung, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen

- wesentliche Unstimmigkeiten zum Jahresabschluss, zum Lagebericht oder unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder
- anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für den Jahresabschluss und den Lagebericht

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses, der den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Jahresabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Lageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Lageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen, und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Lagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses der Gesellschaft zur Aufstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und ob der Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-APrVO unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses und Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Jahresabschluss und im Lagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.
- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme der Gesellschaft abzugeben.
- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben.
- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen

können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss und im Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann.

- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Jahresabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Jahresabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt.
- beurteilen wir den Einklang des Lageberichts mit dem Jahresabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage der Gesellschaft.
- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Wir geben gegenüber den für die Überwachung Verantwortlichen eine Erklärung ab, dass wir die relevanten Unabhängigkeitsanforderungen eingehalten haben, und erörtern mit ihnen alle Beziehungen und sonstigen Sachverhalte, von denen vernünftigerweise angenommen werden kann, dass sie sich auf unsere Unabhängigkeit auswirken, und die hierzu getroffenen Schutzmaßnahmen.

Wir bestimmen von den Sachverhalten, die wir mit den für die Überwachung Verantwortlichen erörtert haben, diejenigen Sachverhalte, die in der Prüfung des Jahresabschlusses für den aktuellen Berichtszeitraum am bedeutsamsten waren und daher die besonders wichtigen Prüfungssachverhalte sind. Wir beschreiben diese Sachverhalte im Bestätigungsvermerk, es sei denn, Gesetze oder andere Rechtsvorschriften schließen die öffentliche Angabe des Sachverhalts aus.

SONSTIGE GESETZLICHE UND ANDERE RECHTLICHE ANFORDERUNGEN

Übrige Angaben gemäß Artikel 10 EU-APrVO

Wir wurden von der Hauptversammlung am 8. Mai 2019 als Abschlussprüfer gewählt. Wir wurden am 15. Juli 2019 vom Vorsitzenden des Prüfungsausschusses beauftragt. Wir sind ununterbrochen seit dem Geschäftsjahr 1993 als Abschlussprüfer der Adler Modemärkte AG, Haibach, tätig.

Wir erklären, dass die in diesem Bestätigungsvermerk enthaltenen Prüfungsurteile mit dem zusätzlichen Bericht an den Prüfungsausschuss nach Artikel 11 EU-APrVO (Prüfungsbericht) in Einklang stehen.

VERANTWORTLICHE WIRTSCHAFTSPRÜFERIN

Die für die Prüfung verantwortliche Wirtschaftsprüferin ist Angelika Kraus."