



# AHLERS AG

## QUARTALSMITTEILUNG Q1 2018/19

(1. Dezember 2018 bis 28. Februar 2019)

### ENTWICKLUNG IN DEN ERSTEN DREI MONATEN DES GESCHÄFTSJAHRES 2018/19

#### Q1 2018/19 - Highlights

- Q1 2018/19: EBIT vor Sondereffekten steigt durch Wirkung des Maßnahmenpakets zur Ertrags- und Effizienzsteigerung um 18 Prozent auf 3,3 Mio. EUR (Vorjahr 2,8 Mio. EUR).
- Steigende Jeans-Umsätze von Baldessarini, Pierre Cardin und Pioneer, aber weiterhin zähes Geschäft mit Anzügen und Jacken
- Konzernumsatz sinkt mit 2,8 Prozent weniger als erwartet und liegt durch frühere Auslieferung der Frühjahr-/Sommerware 2019 am oberen Rand der Erwartungen
- Solide Finanzlage mit 54,3 Prozent Eigenkapitalquote und verbessertem Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit
- Forecast für das Gesamtjahr bestätigt: deutlich verbessertes Konzernergebnis erwartet trotz Umsatzrückgang im mittleren einstelligen Prozentbereich

#### Dr. Stella A. Ahlers, Vorstandsvorsitzende der Ahlers AG:

„Alle Maßnahmen des im September 2018 aufgelegten Effizienz- und Ertragssteigerungsprogramms sind eingeleitet. Die meisten sind bereits vertraglich geregelt und werden überwiegend im Verlauf des Jahres wirksam. Das Programm ist damit weitgehend abgeschlossen und wir schauen wieder nach vorne. Zwar gingen im ersten Quartal 2018/19 durch das schwierige Anzug- und Jackengeschäft noch Umsätze verloren, dennoch lag die Umsatz- und vor allem die Ertragsentwicklung der ersten drei Monate am oberen Rand unserer Erwartungen. Unsere Marken erzielten mit Jeans ein erfreuliches Umsatzplus und auch das stabile Sofortgeschäft ist nach dem schwierigen letzten Jahr ein positives Signal. Das Maßnahmenprogramm zur Ertrags- und Effizienzsteigerung zeigt schon im ersten Quartal erste Wirkung und reduziert Komplexität und Aufwand. Die im Geschäftsbericht veröffentlichte Jahresprognose bestätigen wir daher. Das erste Quartal des laufenden Geschäftsjahres bestärkt uns in der Überzeugung, mit Innovation, Digitalisierung und Effizienz die richtigen Antworten auf die derzeitigen Herausforderungen der Branche zu haben.“

## 1. ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

### **Q1 2018/19 mit erfreulichem Jeans-Umsatzplus und rückläufigen Verkäufen von Anzügen und Jacken**

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2018/19 hat sich die Geschäftslage normalisiert. Die Umsatzentwicklung lag über dem erwarteten Jahrestrend für 2018/19 (Umsatzrückgang im mittleren einstelligen Prozentbereich). Wie bereits im 4. Quartal des Vorjahres stabilisierten sich die Umsätze mit Anzügen und Jacken weiter, blieben jedoch mit einem Minus von 1,6 Mio. EUR hinter den Vorjahreswerten zurück. Die erfreulichen Zuwächse der Jeans-Verkäufe (+3,4 Prozent) unserer Marken Baldessarini, Pierre Cardin und Pioneer wirkten gegenläufig, glichen diesen Effekt aber nicht ganz aus. Positiv in einem weiterhin rückläufigen Markt waren auch die stabilen Sofortumsätze. Die Konzern-Umsatzentwicklung lag mit einem Rückgang um 2,8 Prozent auf 59,0 Mio. EUR (Vorjahr 60,7 Mio. EUR) am oberen Rand der Erwartungen und wurde von einer früheren Auslieferung der Frühjahr-/Sommer-Kollektion beeinflusst. Zum Ende des ersten Halbjahres 2018/19 dürften sich die Umsätze wieder dem erwarteten Trend der Jahresprognose annähern. Insbesondere auf dem Heimatmarkt blieb das Geschäft mit einem Umsatzrückgang von 7,8 Prozent bzw. 2,6 Mio. EUR im ersten Quartal 2018/19 herausfordernd. Im Ausland konnte das Modeunternehmen dagegen punkten. In Mittel- und Osteuropa legte Ahlers gegenüber dem Vorjahreszeitraum deutlich um 0,8 Mio. EUR bzw. 7,7 Prozent zu, überwiegend durch Umsatzsteigerungen in Polen (+7,1 Prozent) und Russland (+55 Prozent). Kräftige Zuwächse wurden zudem in Österreich (+13 Prozent) und der Schweiz (+24 Prozent) erzielt.

### **Zuwächse im eigenen Retail und im eCommerce**

Im Berichtszeitraum stiegen die Umsätze im eigenen Einzelhandel um 9,7 Prozent vor allem wegen der Übernahme russischer Stores durch die Ahlers RUS. Damit betrug ihr Anteil am Gesamtumsatz 12,9 Prozent (Vorjahr 11,4 Prozent). Auf vergleichbarer Fläche gingen die Umsätze leicht um 1,6 Prozent zurück. Das eCommerce Geschäft legte im ersten Quartal 2018/19 um kräftige 17,4 Prozent zu.

### **Premium Segment: Jeans im Plus – Anzüge und Jacken im Minus**

Sowohl Pierre Cardin als auch Baldessarini steigerten im ersten Quartal 2018/19 ihre Umsätze mit Jeans. Insbesondere das Umsatzplus der Pierre Cardin-Jeans von 5,7 Prozent dämpfte den Effekt rückläufiger Umsätze mit Anzügen und Jacken, konnte diesen jedoch nicht ausgleichen. In wichtigen Auslandsmärkten setzten die drei Premiummarken Baldessarini, Pierre Cardin und Otto Kern positive Akzente (u.a. Russland +50 Prozent, Polen +3,6 Prozent, Schweiz +23 Prozent, Österreich +10,2 Prozent). Zusammengenommen sank der Umsatz des Premiumsegments im Berichtszeitraum von 43,5 Mio. EUR um 1,1 Mio. EUR auf 42,4 Mio. EUR (-2,5 Prozent). Der Umsatzanteil des Segments am Gesamtumsatz lag am Berichtsstichtag weitgehend unverändert bei 71,9 Prozent (Vorjahr 71,7 Prozent).

### **Umsatzzuwächse bei Pioneer Jeans – schwieriges Geschäft mit Sportswear**

Die Umsätze des Jeans Casual & Workwear Segments gingen im Berichtszeitraum von 17,2 Mio. EUR auf 16,6 Mio. EUR um 0,6 Mio. EUR bzw. 3,5 Prozent zurück. Maßgeblich dafür war das schwierige Geschäft mit Sportswear, das für ein Umsatzminus bei Jupiter von 20 Prozent sorgte. Zudem führten zeitliche Verschiebungen von Verkäufen bei Pioneer Workwear zu rückläufigen Umsätzen mit Berufskleidung. Im Gegensatz dazu legte Pioneer um erfreuliche 4,0 Prozent zu. In der wichtigen DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) wuchs Pioneer um robuste 1,4 Prozent. In den Niederlanden konnte die Marke ihren Umsatz nahezu verdoppeln (+89 Prozent) und auch in Polen stieg der Umsatz um über 50 Prozent. Der Anteil des Segments am Gesamtumsatz ging zum Quartalsstichtag leicht von 28,3 Prozent auf 28,1 Prozent zurück.

## UMSATZ NACH SEGMENTEN

Mio. EUR	Q1 2018/19	Q1 2017/18	Veränderung in %
Premium Brands*	42,4	43,5	-2,5
Jeans, Casual & Workwear	16,6	17,2	-3,5
<b>Gesamt</b>	<b>59,0</b>	<b>60,7</b>	<b>-2,8</b>

\* inkl. Sonstige 0,1 Mio. EUR (Vorjahr 0,1 Mio. EUR)

## ERTRAGSLAGE

### Ergebnisplus durch Einfluss des Effizienzprogramms

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2018/19 lag die Rohertragsmarge mit 52,4 Prozent auf Höhe des Vorjahreswerts (52,6 Prozent). Maßgeblich für den Rohertragsrückgang von 1,0 Mio. EUR auf 30,9 Mio. EUR war daher der niedrigere Umsatz. Die betrieblichen Aufwendungen bestehend aus Personalkosten, dem Saldo aus betrieblichen Aufwendungen und Erträgen sowie den Abschreibungen sanken um 1,5 Mio. EUR bzw. 5,2 Prozent von 29,1 Mio. EUR auf 27,6 Mio. EUR. Der Personalaufwand ging überwiegend durch Veränderungen in Zentralbereichen im Rahmen des im September 2018 aufgelegten Maßnahmenpakets zur Ertrags- und Effizienzsteigerung zurück (-0,4 Mio. EUR bzw. -3,1 Prozent). Noch deutlicher wurden die sonstigen betrieblichen Aufwendungen durch konsequentes Kostenmanagement um 0,9 Mio. EUR bzw. 6,1 Prozent reduziert. Dazu trugen geringere Marketingausgaben für aufgegebene Aktivitäten, die verminderte Beschäftigung von Leiharbeitern sowie die Optimierung von Vertriebskosten bei. Das EBIT vor Sondereffekten stieg im Berichtszeitraum um 0,5 Mio. EUR bzw. 17,9 Prozent von 2,8 Mio. EUR auf 3,3 Mio. EUR. Während im Vorjahreszeitraum ein nicht genutztes Grundstück auf Sri Lanka für 0,2 Mio. EUR über dem sehr geringen Buchwert verkauft wurde, gab es in den ersten drei Monaten des aktuellen Geschäftsjahres 2018/19 keine nennenswerten Sondereffekte. Das Finanzergebnis lag auf Höhe des Vorjahreswerts. Die Steuerquote war in beiden Jahren weitgehend vergleichbar und nicht von Sondereffekten beeinflusst. Das Konzernergebnis nach Steuern wuchs im ersten Quartal 2018/19 um 0,1 Mio. EUR oder 5,0 Prozent von 2,0 Mio. EUR auf 2,1 Mio. EUR.

## ERTRAGSLAGE

Mio. EUR	Q1 2018/19	Q1 2017/18	Veränderung in %
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>59,0</b>	<b>60,7</b>	<b>-2,8</b>
Rohertrag	30,9	31,9	-3,1
in % vom Umsatz	52,4	52,6	
Personalaufwand *	-12,5	-12,9	3,1
Saldo sonstige betr. Aufwendungen/Erträge *	-13,9	-14,8	6,1
<b>EBITDA *</b>	<b>4,5</b>	<b>4,2</b>	<b>7,1</b>
Abschreibungen	-1,2	-1,4	14,3
<b>EBIT *</b>	<b>3,3</b>	<b>2,8</b>	<b>17,9</b>
Sondereffekte	0,0	0,2	-100,0
Finanzergebnis	-0,2	-0,2	0,0
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>3,1</b>	<b>2,8</b>	<b>10,7</b>
Ertragsteuern	-1,0	-0,8	-25,0
<b>Konzernergebnis</b>	<b>2,1</b>	<b>2,0</b>	<b>5,0</b>

\* vor Sondereffekten

### Beide Segmente mit gestiegenem EBIT vor Sondereffekten durch niedrigere betriebliche Aufwendungen

Das EBIT vor Sondereffekten der Premiummarken Baldessarini, Pierre Cardin und Otto Kern wuchs im ersten Quartal 2018/19 um 14,3 Prozent von 2,1 Mio. EUR auf 2,4 Mio. EUR. Neben den vertriebsvariablen Kosten wurden auch die direkten betrieblichen Aufwendungen sowie die Umlagen für Zentralbereichsfunktionen im Berichtszeitraum gesenkt. Zusammengefasst gingen die betrieblichen Aufwendungen im Premium Segment um 5,1 Prozent bzw. 1,1 Mio. EUR zurück und glichen das umsatzbedingte Rohertragsminus von 0,8 Mio. EUR mehr als aus.

Im Jeans, Casual & Workwear Segment wuchs die Rohertragsmarge u.a. wegen Zollvorteilen in der Beschaffung leicht um 0,8 Prozentpunkte und dämpfte damit den Umsatzeffekt auf den Rohertrag, der umsatzbedingt noch 0,2 Mio. EUR unter dem Vorjahreswert lag. Die rückläufigen betrieblichen Aufwendungen der im Segment enthaltenen Marken Pioneer Authentic Jeans, Pionier Workwear und Jupiter sanken um 0,4 Mio. EUR bzw. 5,3 Prozent. Daher wuchs das Segmentergebnis vor Sondereffekten in der ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2018/19 von 0,7 Mio. EUR um 0,2 Mio. EUR auf 0,9 Mio. EUR.

### EBIT vor Sondereffekten nach Segmenten

Mio. EUR	Q1 2018/19	Q1 2017/18	Veränderung in %
Premium Brands	2,4	2,1	14,3
Jeans, Casual & Workwear	0,9	0,7	28,6
<b>Gesamt</b>	<b>3,3</b>	<b>2,8</b>	<b>17,9</b>

## FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

### Kompaktere Bilanz mit solider Struktur und niedrigerem Net Working Capital

Die Ahlers Bilanzsumme lag am 28. Februar 2019 mit 174,9 Mio. EUR deutlich unter der Summe des Vorjahresstichtags (-17,8 Mio. EUR, Vorjahr 192,7 Mio. EUR). Maßgeblich dafür waren die niedrigeren kurzfristigen Vermögenswerte (-16,1 Mio. EUR) und hier vor allem die Forderungen. Durch den Abschluss eines Vertrags zum Verkauf von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (Factoring) verminderten sich die Forderungen zum Berichtsstichtag um 12,7 Mio. EUR. Insgesamt gingen die Forderungen sogar um 16,5 Mio. EUR (also über den Effekt des Factorings hinaus um zusätzliche 3,8 Mio. EUR) zurück. Die Vorräte lagen mit 76,2 Mio. EUR etwa auf Höhe des Vorjahreswerts (+0,3 Mio. EUR, Vorjahr 75,9 Mio. EUR). Mehr Vollgeschäft bei Jeans sorgte für einen kräftigen Rückgang des Rohwarenbestands, der den Zuwachs der Fertigwarenbestände fast vollständig ausglich. Zusammen mit geringeren Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (-2,7 Mio. EUR) sank das Net Working Capital (Saldo aus Vorräten, Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen) um kräftige 13,4 Mio. EUR bzw. 13,2 Prozent von 101,8 Mio. EUR auf 88,4 Mio. EUR. Die frei gewordene Liquidität wurde zur Rückführung der Nettoverschuldung um 15,7 Prozent bzw. 6,3 Mio. EUR auf 34,2 Mio. EUR genutzt.

Durch das Ergebnis des letzten Geschäftsjahres und die Dividende des Vorjahres lag das Eigenkapital am Berichtsstichtag mit 94,9 Mio. EUR 9,2 Mio. EUR unter dem Vorjahreswert (Vorjahr 104,1 Mio. EUR). Da aber die Bilanzsumme ebenfalls spürbar zurückging, lag die Eigenkapitalquote am 28. Februar 2019 mit 54,3 Prozent auf gewohnt hohem Niveau und leicht über dem Wert des Vorjahresstichtags (Vorjahr 54,0 Prozent). Durch den kräftigen Abbau des Net Working Capital im Vergleich zum Vorjahr lag der Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit mit -4,8 Mio. EUR deutlich oberhalb des Vorjahreswerts von -9,2 Mio. EUR.

## Steuerungsgrößen und Kennzahlen

		Q1 2018/19	Q1 2017/18
Umsatzerlöse	Mio. EUR	59,0	60,7
Rohertragsmarge	in %	52,4	52,6
EBITDA *	Mio. EUR	4,5	4,2
EBITDA-Marge *	in %	7,6	6,9
EBIT *	Mio. EUR	3,3	2,8
EBIT-Marge *	in %	5,6	4,6
Konzernergebnis	Mio. EUR	2,1	2,0
Umsatzrendite vor Steuern	in %	5,3	4,7
Umsatzrendite nach Steuern	in %	3,5	3,2
Ergebnis je Aktie		0,15	0,14
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	Mio. EUR	-4,8	-9,2
Net Working Capital **	Mio. EUR	88,4	101,8
Eigenkapitalquote	in %	54,3	54,0
Mitarbeiter zum Stichtag		2.106	2.079

\* vor Sondereffekten

\*\* Vorräte, Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

## 2. NACHTRAGSBERICHT

Nach dem Ende des ersten Quartals sind bis zur Veröffentlichung keine weiteren Vorgänge von wesentlicher Bedeutung für den Konzern eingetreten. Im Februar 2019 wurde der vorher noch mit Bedingungen behaftete Grundstücksverkauf erneut unterschrieben, dieses Mal unbeding, so dass der Verkauf im Verlauf des Geschäftsjahres abgewickelt werden dürfte. Aus dem Grundstücksverkauf sollte ein Nettomittelzufluss von 2,3 Mio. EUR und ein positiver Sondereffekt von 0,9 Mio. EUR erzielt werden.

## 3. AUSWIRKUNGEN DER ERSTMALIGEN ANWENDUNG NEUER IFRS STANDARDS

Mit Beginn des Geschäftsjahrs 2018/19 sind die neuen IFRS Standards IFRS 9 – ‚Finanzinstrumente‘ und IFRS 15 – ‚Erlöse aus Verträgen mit Kunden‘ im Ahlers Konzern im Geschäftsjahr 2018/19 erstmalig anzuwenden. Aus der Erstanwendung des IFRS 9 ergab sich keine wesentliche Auswirkung auf den Konzernabschluss. Mit der Anwendung des IFRS 15 ging eine Bilanzverlängerung in Höhe von 3,2 Mio. EUR einher (Vorjahr 2,9 Mio. EUR).

Ergänzend zu den Ausführungen im Konzernanhang zum 30. November 2018 zum IFRS 16 – ‚Leasingverhältnisse‘ wird der Ahlers Konzern die modifizierte retrospektive Erstanwendung wählen. Die Anpassung der Vorjahreszahlen entfällt somit.

## 4. PROGNOSEBERICHT

### **Weiterhin robuste Rahmenbedingungen – dennoch anspruchsvolles Marktumfeld für Bekleidung**

In den ersten Monaten des Jahres 2019 haben die meisten volkswirtschaftlichen Institute ihre Wachstumsprognosen für die Euroländer nach unten korrigiert. Die im Januar veröffentlichte Prognose für die Eurozone von 1,4 Prozent BIP-Plus im Jahr 2019 lag zum Berichtszeitpunkt noch bei 0,9 Prozent (Commerzbank Research März 2019). Die Prognosen für alle vier großen Euroländer Deutschland, Frankreich, Spanien und Italien spiegeln die sich eintrübende Entwicklung wider. Auch bei den deutschen Konsumenten ist die Konjunkturerwartung deutlich gefallen. Dennoch bewegt sich die Konsumstimmung der deutschen Verbraucher durch die gute Arbeitsmarktlage weiter auf robust hohem Niveau. Der hohe Beschäftigungsstand führt auch real zu steigenden Löhnen. Vorläufig bestätigt daher die Gesellschaft für Konsumforschung ihre Konsumprognose von 1,5 Prozent für das Jahr 2019 (GfK Konsumklima 26. März 2019). Bei diesen Rahmenbedingungen sorgte die rückläufige Vorjahresvorlage dafür, dass der Umsatz des deutschen Bekleidungseinzelhandels in den ersten drei Monaten des Ahlers Geschäftsjahres zumindest auf Vorjahresniveau lag. Das Marktumfeld für Bekleidung dürfte aber im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres 2018/19 unverändert anspruchsvoll und von der Grundtendenz weiter fallend bleiben. Die schwache Vorlage des letzten Jahres könnte bestenfalls dazu führen, dass sich die Umsätze im laufenden Jahr stabilisieren.

### **Forecast bestätigt – rückläufiger Umsatz und deutlich verbessertes Konzernergebnis 2018/19**

Das gerade begonnene Geschäftsjahr 2018/19 wird für Ahlers ein Transformationsjahr. Die im September 2018 beschlossenen Maßnahmen zur Ertrags- und Effizienzsteigerung dürften zu einem Umsatzrückgang von etwa 6 Mio. EUR führen. Aufgrund der Marktsituation dürften sich auch die Umsätze der fortgeführten Aktivitäten rückläufig entwickeln. Der Vorstand bestätigt die Gesamtjahresprognose eines Rückgangs des Konzernumsatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich.

Vor allem durch verminderte Sondereffekte erwartet das Management im Geschäftsjahr 2018/19 weiterhin ein deutlich verbessertes Konzernergebnis. Nachdem 2017/18 erhöhte Sonderaufwendungen von 5,0 Mio. EUR das Ergebnis belasteten, sollten im laufenden Geschäftsjahr wie in den Geschäftsjahren vor 2017/18 Sonderaufwendungen in normalem Maße anfallen. Umsatz- und Aufwands-Einflüsse auf das operative Ergebnis werden sich weitgehend ausgleichen. Das Konzernergebnis nach Steuern dürfte im hohen zweistelligen Prozentbereich wachsen, jedoch im Übergangsjahr 2018/19 noch negativ sein. Ziel ist es, im Jahr 2020 wieder in die Gewinnzone zu kommen, wenn alle eingeleiteten Maßnahmen greifen.

### **Weiter gestärkte Bilanzstrukturen und verbesserter Free Cashflow erwartet**

Die Reduzierung des Net Working Capitals bleibt auch im gerade begonnenen Geschäftsjahr ein wichtiges Ziel. Zusammen mit dem deutlich verbesserten Konzernergebnis dürfte der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit etwa auf dem Niveau des Vorjahres liegen. Niedrigere, unterhalb der Abschreibungen liegende Investitionen sollten den Free Cashflow erhöhen, der sich deshalb deutlich verbessern dürfte. Die Finanzposition dürfte zusätzlich durch den Verkauf von Kunstwerken und des nicht benötigten Grundstücks in Herford verbessert werden. Zusammengenommen müsste der Free Cashflow vor Finanzierungstätigkeit deshalb positiv sein und die Nettoverschuldung sich weiter reduzieren. Die Struktur der Bilanz dürfte sich deshalb eher verbessern.

Herford, im April 2019

Der Vorstand

### **Zukunftsbezogene Aussagen**

Wir weisen darauf hin, dass bei zukunftsbezogenen Aussagen die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den Erwartungen über die voraussichtliche Entwicklung abweichen können, wenn eine der genannten oder andere Unsicherheiten eintreten oder sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unzutreffend erweisen.

## BILANZSTRUKTUR

Aktiva	28.02.2019		28.02.2018	
	Mio. EUR	in %	Mio. EUR	in %
Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	41,6	23,8	42,8	22,2
Sonstige langfristige Vermögenswerte	19,1	10,9	19,5	10,1
Latente Steueransprüche	1,2	0,7	1,3	0,7
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>61,9</b>	<b>35,4</b>	<b>63,6</b>	<b>33,0</b>
Vorräte	76,2	43,6	75,9	39,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	24,6	14,1	41,1	21,3
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	7,6	4,3	7,6	4,0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	4,6	2,6	4,5	2,3
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>113,0</b>	<b>64,6</b>	<b>129,1</b>	<b>67,0</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>174,9</b>	<b>100,0</b>	<b>192,7</b>	<b>100,0</b>

Passiva	28.02.2019		28.02.2018	
	Mio. EUR	in %	Mio. EUR	in %
<b>Eigenkapital</b>	<b>94,9</b>	<b>54,3</b>	<b>104,1</b>	<b>54,0</b>
Pensionsrückstellungen	3,4	1,9	3,9	2,0
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	20,1	11,5	26,7	13,9
Latente Steuerverbindlichkeiten	1,9	1,1	1,6	0,8
<b>Langfristige Schulden</b>	<b>25,4</b>	<b>14,5</b>	<b>32,2</b>	<b>16,7</b>
Laufende Ertragsteuerverbindlichkeiten	0,7	0,4	1,4	0,7
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	53,9	30,8	55,0	28,6
<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>54,6</b>	<b>31,2</b>	<b>56,4</b>	<b>29,3</b>
<b>Schulden</b>	<b>80,0</b>	<b>45,7</b>	<b>88,6</b>	<b>46,0</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>174,9</b>	<b>100,0</b>	<b>192,7</b>	<b>100,0</b>

## KONZERN-SEGMENTINFORMATIONEN

Per 28. Februar 2019 (Vorjahr per 28. Februar 2018)

nach geografischen Regionen	Premium Brands		Jeans, Casual & Workwear		Sonstiges		Gesamt	
TEUR	2018/19	2017/18	2018/19	2017/18	2018/19	2017/18	2018/19	2017/18
<b>Deutschland</b>								
Umsatzerlöse	19.225	20.779	11.044	12.041	82	83	30.351	32.903
Vermögenswerte	86.790	98.256	21.941	23.417	18.160	18.266	126.891	139.939
<b>Westeuropa</b>								
Umsatzerlöse	13.598	13.783	3.975	3.683	-	-	17.573	17.466
Vermögenswerte	11.921	14.774	4.702	8.197	-	-	16.623	22.971
<b>Mittel-/ Osteuropa/ Sonstiges</b>								
Umsatzerlöse	9.534	8.816	1.559	1.484	-	-	11.093	10.300
Vermögenswerte	24.745	22.484	4.588	4.542	15	13	29.348	27.039

# Finanzkalender

Zwischenmitteilung Q1 2018/19	10. April 2019
Analystenkonferenz in Frankfurt am Main	11. April 2019
Hauptversammlung in Düsseldorf	17. April 2019
Halbjahresbericht 2018/19	10. Juli 2019
Zwischenmitteilung Q3 2018/19	14. Oktober 2019
Analystenkonferenz in Frankfurt am Main	15. Oktober 2019

## Die Ahlers AG

- wurde 1919 von Adolf Ahlers gegründet und ist seit 1987 eine börsennotierte Aktiengesellschaft
- ist familiengeführt in der dritten Generation durch Dr. Stella A. Ahlers
- ist einer der großen börsennotierten europäischen Männermodehersteller
- stellt unter fünf Marken Mode maßgeschneidert für verschiedene Zielgruppen her
- erwirtschaftet 69 Prozent der Umsätze mit Premium Brands
- produziert 7.000.000 Modeartikel im Jahr
- fertigt ein Drittel des Produktionsvolumens in eigenen Betrieben
- beschäftigt rd. 2.000 Mitarbeiter
- erwirtschaftet 86 Prozent des Umsatzes im Geschäft mit dem Facheinzelhandel und 14 Prozent des Umsatzes mit eigenen Retailaktivitäten

## Die Marken

BALDESSARINI

  
pierre cardin

OTTO KERN

**PIONEER**<sup>®</sup>  
AUTHENTIC JEANS

**Pionier**  
WORKWEAR