



Das Ergebnis war operativ gesehen deutlich besser als im Vorjahr

Jan A. Ahlers

Vorsitzender des Vorstands
der Ahlers AG

in der Hauptversammlung am 26. Juni 2003

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

sehr geehrte Aktionärsvertreter,
meine Damen und Herren!

Auch ich darf Sie herzlich willkommen heißen zu unserer Ordentlichen Hauptversammlung, der 16. seit unserem Börsengang im Jahre 1987.

Anlässlich unserer Bilanz-Pressekonferenz am 24. April hatten wir bereits berichtet, dass sich Ahlers in einem schwierigen Markt wiederum gut behauptet hat. Im abgelaufenen Geschäftsjahr vom 1. Dezember 2001 bis 30. November 2002, dem 83. Geschäftsjahr seit Gründung des Unternehmens, erzielte die Ahlers AG ein gutes Ergebnis. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit konnte wie prognostiziert mit € 23,5 Mio. auf Vorjahres-Höhe gehalten werden, trotz einem Umsatzrückgang von 7,7 Prozent. Der Auslandsanteil betrug 34,6 Prozent, die vorsteuerliche Umsatzrendite erhöhte sich von 6 Prozent auf 6,6 Prozent. Aber das Ergebnis war, operativ gesehen, deutlich besser als im Vorjahr, denn das Vorjahres-Ergebnis ent-

hielt einen Betrag von € 2,7 Mio. aus dem Verkauf von Kunstgegenständen. In jedem Fall war das Ergebnis viel besser als der Branchendurchschnitt,

**Das EBIT verringerte
sich um € 1,9 Mio.
bzw. 6,5 Prozent,
von € 29,0 Mio.
auf € 27,1 Mio.**

in einem äußerst schwierigen Markt hat sich Ahlers erneut gut behauptet. Das vorsteuerliche Ergebnis verringerte sich im Konzern nur um rd. 15 Prozent gegenüber dem besten Jahr unserer Firmengeschichte, das war das 81. Geschäftsjahr vom 1. Dezember 1999 bis 30. November 2000. Das EBIT verringerte sich um € 1,9 Mio. bzw. 6,5 Prozent, von € 29,0 Mio. auf € 27,1 Mio. Die EBIT-Marge erhöhte sich von 7,6 Prozent auf 7,7 Prozent. Das EBITDA verringerte sich um € 1,8 Mio. bzw. 4,5 Prozent, von € 41,0 Mio. auf € 39,2 Mio., die EBITDA-Marge erhöhte sich von

10,8 Prozent auf 11,2 Prozent und liegt damit gut über dem internationalen Branchendurchschnitt von im Vorjahr 10,1 Prozent. Die EBITDA-Marge unseres bisher so erfolgreichen Nachbarn lag bei 10,7 Prozent, die von unserem schwäbischen Mitbewerber bei 12,2 Prozent.

Unsere ehrgeizigen Ziele haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr nur in zwei von drei Produktsegmenten erreicht. Der Bereich hochwertige Markenbekleidung, die Premium-Brands, erfüllte die Erwartungen, hier stieg der Umsatz von rd. € 160,0 Mio. um 3 Prozent auf € 166 Mio. und stellt mit 47,4 Prozent, Vorjahr 42,5 Prozent, den größten Anteil. Neben dem hohen Qualitätsanspruch sind Marken-Bekanntheit und Marken-Sympathie von stetig wachsender Bedeutung. Deshalb sehen wir die Stärke der Marke als *den* entscheidenden Faktor des Erfolgs. Insbesondere unsere Lizenzmarke Pierre Cardin und unsere Marke Eterna entwickelten sich im derzeitigen Marktumfeld überdurchschnittlich, sie zählen zu den Top of the Best, mit zu den Bes-

ten der deutschen Top-Marken. Der Bereich Otto Kern liegt noch unter den Erwartungen, da sowohl die Pro-

**Unsere ehrgeizigen
Ziele haben wir im
abgelaufenen Geschäfts-
jahr nur in zwei von drei
Produktsegmenten erreicht.**

dukte der Lizenznehmer als auch die Produkte, die die Ahlers-Gruppe herstellt, sich am Markt neu positionieren und behaupten müssen. In unserem Premium-Bereich stieg das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit auf € 17,4 Mio., Vorjahr € 16,3 Mio., das entspricht einer Umsatzrendite von 10,5 Prozent, Vorjahr 10,1 Prozent. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der Bereich Otto Kern das Ergebnis mit einem Verlust von rd. € 3,1 Mio. belastet hat, im Vorjahr waren das noch € 3,9 Mio.

Der Umsatz des Bereichs Jeans und Berufsbekleidung (jeans & workwear) mit den Marken Pioneer, Pionier Sportive und Pionier Beruf verringerte sich um rd. 10 Prozent, auf € 73,3 Mio. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit ging um 8,2 Prozent von € 9,8 Mio. auf € 9,0 Mio. zurück. Die Umsatzrendite betrug dennoch 12 Prozent, Vorjahr ebenfalls 12 Prozent.

Der Umsatz des Bereichs klassische Bekleidung und Freizeitkleidung (men's und sportswear) mit den wichtigsten Marken Jupiter, B.S.M. und Gin Tonic ging um 18,8 Prozent bzw. um € 25,8 Mio. auf rd. € 110,0 Mio. zurück. Insbesondere waren davon die Umsätze der Marken Jupiter und B.S.M. betroffen. Wie im Vorjahr zeigte das Sportswear-Geschäft eine stark rückläufige Tendenz. Hinzu kam, dass wir bewusst auf renditeschwache Umsätze verzichtet haben. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit veränderte sich von minus € 5,0 Mio. auf minus € 2,5 Mio., der Verlust konnte um die Hälfte reduziert werden. Die negative Umsatzrendite betrug 2,2 Prozent, Vorjahr 3,6 Prozent.

Mit Vertrag vom 27. November 2002 hat die Ahlers AG von der Eterna Beteiligungs-Aktiengesellschaft, Passau, alle Anteile der Gin Tonic Special Mode GmbH, Stuttgart, für € 14,8 Mio. mit Wirkung zum 1. Dezember 2002 erworben. Ebenfalls mit Vertrag vom 27. November 2002 hat die Ahlers AG alle Anteile der Eterna Mode GmbH, Passau, von der Eterna Beteiligungs-Aktiengesellschaft, Passau, erworben – mit Wirkung zum 1. Dezember 2002, für € 108,6 Mio. auf Grundlage eines Gutachtens der Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft in Hamburg vom 15. November 2002. Die Veräußerung erfolgte, nachdem aufgrund der Unternehmenssteuerreform 2001 die Gewinne deutscher Kapitalgesellschaften aus der Veräußerung von Anteilen an in- und ausländischen Kapitalgesellschaften von der Besteuerung gemäß § 8 b Absatz 2 KStG befreit sind. Für die Steuerbefreiung ist Voraussetzung, dass der Anteilseigner die Beteiligung für einen durchgehenden Zeitraum von mindestens einem Jahr vor dem Verkauf gehalten hat.

**Die Bilanzstruktur des
Konzerns und der Ahlers
AG ist zum 30. November
2002 unverändert gut.**

Die Bilanzstruktur des Konzerns und der Ahlers AG ist zum 30. November 2002 unverändert gut. Im Vergleich zum Vorjahr verringerte sich die Bilanzsumme im Konzern von € 259,2 Mio. auf € 251,3 Mio., während die Bilanzsumme der Ahlers AG von € 243,9 Mio. auf € 297,4 Mio. anstieg. Der Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme betrug im Konzern 45,3 Prozent und in der Ahlers AG 61,6 Prozent. Die Eigenkapitalrendite vor Ertragsteuern lag im Konzern bei 20,3 Prozent und in der Ahlers AG bei 43,5 Prozent. Die Bilanzsumme, die Eigenkapitalquote und die Eigenkapitalrendite der Ahlers AG sind wesentlich beeinflusst durch den Kauf der Anteile der

Eterna Mode GmbH, Passau, in Verbindung mit dem Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrag mit der Eterna Beteiligungs-Aktiengesellschaft, Passau.

Der Gewinn je Aktie nach der Formel DVFA/SG (Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Anlageberatung/Schmalenbach-Gesellschaft) wurde für das Geschäftsjahr mit € 0,93 ermittelt, vergleichbar mit Vorjahr € 0,91. Der Cash-flow im Konzern hat sich gegenüber dem Vorjahr um € 0,8 Mio. auf € 23,0 Mio. verringert.

**Der Gewinn je
Aktie nach der Formel
DVFA/SG wurde für das
Geschäftsjahr mit € 0,93
ermittelt, vergleichbar
mit Vorjahr € 0,91.**

Erfreulich ist, dass mehr als zwei Drittel unseres Umsatzes ein Ergebnis mit zweistelligem Prozentsatz erzielten, d.h. mit einer vorsteuerlichen Umsatzrendite von mehr als 10 Prozent. Die Diversifikation der Marken hat sich ausgezahlt und wird auch künftig zur weiterhin positiven Entwicklung beitragen. Es sollte deshalb, trotz noch düsterer Wolken, ein optimistischer Ausblick erlaubt sein: Wir arbeiten daran, auch für das verbleibende Problem-Drittel wieder eine Umsatzrendite von 2 bis 3 Prozent zu erzielen – dies mit der Folge, dass sich unser Ergebnis dann deutlich verbessern könnte; ein Gewinn-Potential für die Zukunft, auch im Hinblick auf den Kurs unserer Aktie. Der Düsseldorfer Börsenbrief *Die Aktien-Börse* vom 31. Mai sieht für Textil-Aktien wie Boss, Weber und Ahlers, seit zwei Jahren die Kellerkinder der Index-Segmente, erhebliches Erholungspotential – von 35 bis 40 Prozent. Voraussetzung wird allerdings sein, dass die weltwirtschaftliche Beunruhigung bald endet und dass die Zahl der Arbeitslosen in unserem Land nicht weiter ansteigt. Jetzt ist die Zeit, zu den konservativen Tugen-

den zurückzufinden, mit Sparsamkeit und Fleiß die Rendite zu halten bzw. zu verbessern. An unserem ehrgeizigen Ertragsziel, das ist eine nachsteuerliche Eigenkapitalrendite von 20 Prozent, möchten wir festhalten und wollen dies in den nächsten vier bis fünf Jahren erreichen. Bedingt durch Sozialpläne und Abfindungen lag die Eigenkapitalrendite im abgelaufenen Geschäftsjahr zwar nur bei 10,6 Prozent, Vorjahr 11 Prozent. Vor Ertragssteuern und abzüglich Fremdkapitalzinsen lag die Gesamtkapitalrendite bei 10,7 Prozent, Vorjahr 11,1 Prozent. Unser vor gut acht Jahrzehnten im friesischen Jever gegründetes Unternehmen, im Jahre 1932 nach Herford verlegt, zählt auch weiterhin zu den Ertragsstärksten der europäischen Bekleidungsindustrie, sowohl hinsichtlich der Dividendenrendite als auch im Hinblick auf die nachsteuerliche Umsatzrendite, die sich im ab-

Unser Ziel ist eine Netto-Umsatzrendite von bald wieder 6 bis 7 Prozent.

gelaufenen Geschäftsjahr von 3,4 Prozent auf 3,5 Prozent erhöhte. Ohne Goodwill-Afa lag die nachsteuerliche Umsatzrendite bei 4,8 Prozent, Vorjahr 4,6 Prozent, bei unserem Nachbarn bei 4,0 Prozent. Unser Ziel ist eine Netto-Umsatzrendite von bald wieder 6 bis 7 Prozent. Mit zwei Drittel unseres Umsatzes haben wir bereits 7,2 Prozent erreicht, Vorjahr 6,5 Prozent. Unsere Hemden-Marke Eterna Excellent, für bügelfreie Hemden und Blusen, ist weiterhin unangefochten der Marktführer. Unsere Jeans-Marke Pioneer im Verbund mit Pionier Sportive und Pionier Berufskleidung, millionenfach bewährt, verfügt über einen sehr hohen Bekanntheitsgrad. Wir sind der größte europäische Lizenznehmer von Pierre Cardin, Paris – einer Marke, die weltweit zu den oberen fünf der bekanntesten Luxusmarken zählt. Beginnend 2004 erwarten wir auch die Jeans-Lizenz von Pierre Cardin für Italien und

werden diese dann europaweit ausbauen – und nicht nur die Jeans-Lizenz. Über einen hohen Bekanntheitsgrad verfügen auch unsere Marken Otto Kern und Gin Tonic; ferner auch unsere Marke Jupiter, die in ihrem Heimatland Frankreich traditionell stärker und bekannter ist als hier bei uns.

Die Ausschüttungssumme liegt unverändert bei € 11,9 Mio.

In den Vorstand neu eingetreten ist unser erfolgreicher Pioneer-Geschäftsführer Bruno Leder, 46 Jahre alt und seit dem Jahre 1983 für uns tätig. Sein Vorstandsressort sind die Bereiche Beschaffung, Materialwirtschaft und Technik. Hans Werkle ist aus dem Vorstand ausgeschieden, im beiderseitigen freundlichen Einvernehmen; ausschlaggebend für seine Entscheidung waren familiäre Gründe.

Wir wollen Ihnen, unseren Aktionären, heute vorschlagen, den Bilanzgewinn wie folgt zu verwenden: Zahlung einer Dividende von € 0,82 für die Stammaktie sowie Zahlung einer Dividende von € 0,87 für die Vorzugsaktie, unverändert wie im Vorjahr. Bezogen auf den früheren Nennwert der jetzt nennwertlosen Stückaktie entspricht das einer Dividende von 32 Prozent für die Stämme und 34 Prozent für die Vorzüge; der rechnerische Nennwert unserer Aktie beträgt jetzt € 3,- mit einer Dividende von 27,3 Prozent bzw. 29 Prozent. Die Ausschüttungssumme liegt unverändert bei € 11,9 Mio. Auch bei uns ist jetzt das Halbeinkünfte-Verfahren zur Anwendung gekommen, aber von einer Dividendenerhöhung möchten wir absehen – sicherlich zum Bedauern der Aktionäre, auch der Großaktionärin. Wir sind aber der Meinung, dass eine Dividenden-Erhöhung zurzeit nicht in die gesamtwirtschaftliche Landschaft passt, unsere Kunden und Mitarbeiter würden das nicht verstehen. Dennoch liegt die Dividendenrendite, bezogen auf den Kurs vom 20. Juni, bei 7,9

Prozent für die Stämme und bei 8,5 Prozent für die Vorzüge, also deutlich über der durchschnittlichen Dividendenrendite der börsennotierten deutschen Aktien. Als Zeichen dafür, dass wir auch in schwierigem Umfeld ertragsstark sind, erlaubt das Ergebnis wie im Vorjahr einen Betrag von € 6,5 Mio. für die Rücklagenbildung. Aber wir werden diesen Betrag zunächst unter Gewinnvortrag buchen, im Kontext mit den noch anzustellenden Überlegungen bezüglich der Verwendung des internen Veräußerungsgewinns wegen Eterna. Größere Investitionen oder Zukäufe sind in nächster Zukunft nicht geplant – aber bei günstiger Gelegenheit wollen wir jeder Zeit gerüstet sein. Vor allem aber werden wir in unsere Marke Otto Kern investieren, und für alle unsere Marken verstärkt in die Flächenvermarktung.

Wir sind der Meinung, dass eine Dividenden-Erhöhung zurzeit nicht in die gesamtwirtschaftliche Landschaft passt.

Der Beginn des neuen Geschäftsjahres, das 1. Quartal, verlief nicht nach unseren Vorstellungen. Die Umsatzentwicklung war nicht zufriedenstellend, mit einem Minus von 10 Prozent gegenüber Vorjahr – aber dieses Umsatz-Minus hat sich per Ende des 2. Quartals fast halbiert. Und der Umsatz im Premium-Bereich liegt etwa auf Vorjahres-Höhe, bei unserer Lizenzmarke Pierre Cardin mit 2,4 Prozent im Plus und bei Otto Kern mit rd. 8 Prozent im Plus. Für den Worst Case hatten wir einen Umsatzrückgang von bis zu 15 Prozent erwartet, mit einem Ergebnisrückgang um etwa ein Drittel. Aber wir sind jetzt ziemlich sicher, daß dieser Worst Case so nicht eintreten wird, und wir erwarten aus heutiger Sicht für das laufende Geschäftsjahr einen Umsatzrückgang nur etwa halb so hoch wie Anfang des Jahres prognostiziert. Das operative Ergebnis per Ende April lag fast auf

Vorjahres-Höhe, bei einem Umsatzrückgang von 7,2 Prozent. Zuverlässige Aussagen für die künftige Umsatz- und Ergebnisentwicklung sind jedoch angesichts des politischen und wirtschaftlichen Umfelds zurzeit nicht möglich. Unter den gegebenen Umständen erscheint Zurückhaltung geboten, nicht nur in Ost-Westfalen.

Betreffend Entwicklung unserer Aktie verweise ich auf Seite 22 des Geschäftsberichts. Trotz der überdurchschnittlich hohen Dividendenrendite war die Kursentwicklung unerfreulich. Dennoch war der prozentuale Rückgang geringer als bei prominenten DAX- und MDAX-Titeln. Und immerhin liegt unsere Aktie noch gut über ihrem damaligen Ausgabekurs, allerdings hat sie auch schon mal doppelt so viel gekostet. Andere Aktien liegen heute unter ihrem Ausgabekurs – für uns ein

Wir erwarten aus heutiger Sicht für das laufende Geschäftsjahr einen Umsatzrückgang nur etwa halb so hoch wie Anfang des Jahres prognostiziert.

schwacher Trost und dennoch Ansporn für die Zukunft. Auch bezüglich Umsatzentwicklung liegt Ahlers deutlich besser als die Branche. So hatte die deutsche Bekleidungsindustrie im abgelaufenen Dezennium einen Umsatzrückgang von mehr als 30 Prozent zu verzeichnen, Ahlers dagegen einen Umsatzzuwachs von gut 50 Prozent.

Zu den Empfehlungen betreffend Corporate Governance Kodex haben wir die Entsprechungserklärung gemäß § 161 Aktiengesetz abgegeben. Die Quartals-Berichterstattung werden wir beibehalten, auch in englischer Sprache. Die Ahlers AG wird die Transparenz-Anforderungen des Prime Standards freiwillig erfüllen. Aktionäre und zukünftige Aktionäre

werden wir aktuell und übersichtlich informieren, dafür haben wir im Internet den Bereich Finanzinformationen dargestellt. Und stolz sind wir darauf, dass wir im Härtestest der Februar-Ausgabe der Zeitschrift *Wertpapier*, in der Watch-List für 328 deutsche Standardaktien, auf Rang 149 liegen, in der oberen Hälfte – vor Top-Werten wie Indus (154), Siemens (166), Hugo Boss (167) oder SAP (191) und Deutsche Bank (195), unser Nachbar Gerry Weber auf Rang 173.

Die Ahlers AG wird die Transparenz-Anforderungen des Prime Standards freiwillig erfüllen.

Hinweisen möchte ich auf die Tagesordnung zu unserer heutigen Hauptversammlung, insbesondere auf Punkt 7 (Wahlen zum Aufsichtsrat), auf Punkt 12 (Erwerb eigener Aktien) und auf Punkt 13 (Wandelanleihe). Die beiden letzteren sind als vorsorgliche Maßnahme zu verstehen, wenn sich unvorhergesehen Handlungsbedarf ergeben sollte – dafür möchten wir den Instrumentenkoffer voll parat haben.

Auf die von Ihnen zu erwartende Frage, wann wir unsere Vorzüge kippen, also die Aktiegattungen zusammenlegen, möchte ich antworten: zum günstigsten Zeitpunkt, wenn wir unser Ergebnis um mindestens 30 bis 40 Prozent verbessert haben. Das sollte in drei bis vier Jahren zu erreichen sein, unter der dynamischen Führung meines designierten Nachfolgers Karl Adolf Gallig. Als langjähriger Finanzvorstand kennt er das Unternehmen in- und auswendig, und wenn er zusätzliche Informationen wünscht, stehe ich ihm im Aufsichtsrat jeder Zeit gern zur Verfügung. Allerdings nicht als Aufsichtsratsvorsitzender – denn die Empfehlung betreffend Corporate Governance ist ja so, dass ein scheidender Vorstandsvorsitzender nicht Aufsichtsratsvorsitzender wer-

den soll. Hier verhält sich die Ahlers AG also vorbildlich, im Gegensatz zu der Handhabung bei einigen anderen Gesellschaften.

Jetzt noch einmal, zusammengefasst, die Schwerpunkte für unsere strategische Dreijahres-Planung, bei der die Ergebnis-Optimierung wiederum im Vordergrund stehen wird:

- ▷ Erhöhung der Marktanteile im lukrativen Premium-Bereich, national wie international
- ▷ Fokussierung auf Retail-Management und Flächenbewirtschaftung, ergebnis-orientiert
- ▷ Ausbau der Marke Otto Kern, wachstumsstark mit Peer Group-Anspruch
- ▷ Rigoroses Kosten-Management und Lagerumschlag-Optimierung

Unsere Planungen werden wir halbjährlich überarbeiten und der jeweiligen Marktentwicklung anpassen. Unter Beibehaltung der aufgezeigten Schwerpunkte für die Ergebnis-Optimierung und unter strenger Beachtung altbewährter Grundsätze. Eine

Erste Priorität sollte immer die Liquidität sein, vor Umsatz und auch vor Ertrag.

Vanity Fair, einen Jahrmarkt der Eitelkeiten, wollen wir nicht. Kostbare Erfahrungswerte, dass der Kunde immer König ist und dass im Einkauf der Segen liegt, sollten auch für erfolgreiche Jung-Manager gelten. Insbesondere auch das nicht nur in Krisenzeiten bewährte Geschäftsprinzip, dass erste Priorität immer die Liquidität sein sollte, vor Umsatz und auch vor Ertrag. Wenn diese Grundsätze eingehalten werden, dann wird auch der Shareholder Value stimmen – und gewinnen.

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit. Wir freuen uns jetzt auf Ihre Fragen.