



Wir liefern!

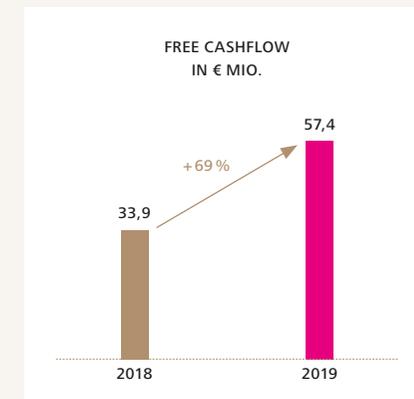
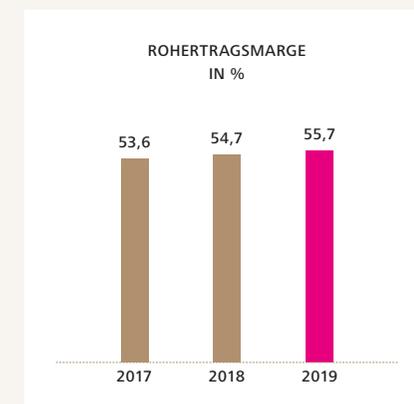
GESCHÄFTSBERICHT 2019



FINANZ-HIGHLIGHTS 2019

		2018	2019	Veränderung 2019 zu 2018	
				absolut	relativ
Umsatzerlöse	€ Mio.	507,1	495,4	-11,7	-2,3 %
Warenrohertrag	€ Mio.	277,3	275,9	-1,4	-0,5 %
Rohertagsmarge		54,7 %	55,7 %		+ 100 BP
EBITDA	€ Mio.	68,8*	70,3	1,5	2,2 %
EBIT	€ Mio.	21,0*	24,5	3,5	16,7 %
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	€ Mio.	2,6*	7,9	5,3	>> 100 %
Konzernjahresüberschuss	€ Mio.	0,4*	5,1	4,7	>> 100 %
Ergebnis je Aktie	€	0,02*	0,28	0,3	>> 100 %
Cashflow					
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	€ Mio.	39,9*	61,7	21,8	54,6 %
Free Cashflow	€ Mio.	33,9*	57,4	23,5	69,3 %
Bilanzsumme	€ Mio.	415,9*	409,4	-6,5	-1,6 %
Zahlungsmittel	€ Mio.	54,9	70,1	15,2	27,7 %
Eigenkapital	€ Mio.	61,6*	66,1	4,5	7,3 %
Eigenkapitalquote		14,8 %*	16,1 %		+ 1,3 PP
Anzahl Mitarbeiter zum 31. Dezember		3.786	3.612	-174,0	-4,6 %
Anzahl Modemärkte Gesamt		178	172	-6	

*angepasst nach ab 2019 geltenden Regularien von IFRS 16



INHALTSVERZEICHNIS

UNTERNEHMEN

05	VORSTANDSINTERVIEW
09	WIR LIEFERN!
22	BERICHT DES AUFSICHTSRATS
26	AUFSICHTSRAT
27	ADLER-AKTIE
30	CORPORATE GOVERNANCE BERICHT

KONZERNLAGEBERICHT

36	WESENTLICHE EREIGNISSE IM GESCHÄFTSJAHR
36	GESCHÄFTS- & RAHMENBEDINGUNGEN
38	GESAMTWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN
39	UMSATZENTWICKLUNG & -ANALYSE
40	ERTRAGSLAGE
40	FINANZ- & VERMÖGENSLAGE
41	BESCHAFFUNG
42	ABSATZPOLITIK, VERTRIEB & MARKETING
44	MITARBEITER
46	NACHHALTIGKEIT & UMWELT
48	CHANCEN- & RISIKOBERICHT
52	VERGÜTUNGSBERICHT
55	RECHTLICHE ANGABEN
57	PROGNOSEBERICHT

KONZERNABSCHLUSS

61	KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG
62	KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG
63	KONZERN-BILANZ
65	KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG
66	KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG
67	KONZERNANHANG ZUM 31. DEZEMBER 2019
112	VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER
113	BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS
118	WEITERE INFORMATIONEN

Wir liefern!

DIE UMFANGREICHEN MASSNAHMEN
DER ADLER „STRATEGIE 2020“ TRAGEN 2019 FRÜCHTE.

- UMSATZSTABILISIERUNG AUF € 495,4 MIO.
- OPERATIVES EBITDA AUF € 70,3 MIO. VERBESSERT
- FREE CASHFLOW BEI € 57,4 MIO. (+69%)
- LIQUIDIÄT MIT € 70,1 MIO.
UM € 15,2 MIO. ÜBER VORJAHR
- MASSNAHMEN ZUR SICHERUNG
NACHHALTIG PROFITABLEN WACHSTUMS
WERDEN KONSEQUENT UMGESETZT





Wir liefern!

Die ADLER „Strategie 2020“ trägt zunehmend Früchte.



THOMAS FREUDE, CEO

Thomas Freude ist seit dem 11. September 2017 Vorstandsvorsitzender der Adler Modemärkte AG. Er ist Vorstand für die Bereiche Strategie, Marketing, Einkauf, Mergers & Acquisitions, Expansion, Transformation, Führungskräfteentwicklung und Public Relations.



KARSTEN ODEMANN, CFO

Seit seiner Bestellung zum Finanzvorstand im Jahr 2011 ist Karsten Odemann Vorstand für die Bereiche Finanzen, Controlling, Revision, Recht, Logistik, IT, Personal, Asset-Management, Nachhaltigkeit und Investor Relations.



CARMINE PETRAGLIA, CCO

Carmine Petraglia ist seit dem 1. Juni 2018 Vorstand für die Bereiche Vertrieb und E-Commerce.

ADLER hat im Jahr 2019 auf den unterschiedlichsten Ebenen geliefert. Dies betrifft die Entwicklung des operativen Ergebnisses, aber auch die unterschiedlichen Maßnahmenpakete der 2018 gestarteten „Strategie 2020“. Die Früchte der Anstrengungen beginnen sich mehr und mehr zu zeigen. Um das angestrebte, nachhaltig profitable Wachstum zu erreichen, muss ADLER angesichts des anhaltend herausfordernden Branchenumfelds weitere Hausaufgaben erledigen. Wie das Top-Management das Geschäftsjahr 2019 bewertet und wie es ab 2020 weitergeht, lesen Sie im Interview mit den drei Konzernvorständen ...

Herr Freude, der aktuelle Geschäftsbericht steht unter dem Motto: „Wir liefern!“

Worauf basiert diese selbstbewusste Aussage?

FREUDE ADLER hat 2019 in vielerlei Hinsicht geliefert. Darauf sind wir stolz. Zum einen bei der Profitabilität, die wir trotz des anhaltend schwierigen Umfelds operativ deutlich verbessert haben. Gleiches gilt auch für die wichtigen Kennzahlen Liquidität und Cashflow. Zum anderen bei der Umsetzung unserer ADLER „Strategie 2020“ bei der wir deutliche Fortschritte auf allen Ebenen gemacht haben.

Was heißt das konkret, was haben Sie besser gemacht als andere in der Branche?

FREUDE Wir bei ADLER scheinen, wie der Blick auf die Zahlen zeigt, vieles richtig gemacht zu haben. Vor rund zwei Jahren haben wir mit Bekanntgabe unserer neuen Strategie ein Maßnahmenpaket für mehr Kundennähe, mehr Digitalisierung und mehr Effizienz verabschiedet und kommuniziert. Seitdem haben wir unsere gesamte Wertschöpfungskette angepasst und optimiert. Jetzt sehen wir, dass unsere Maßnahmen Früchte tragen. So konnten wir unsere Bruttomarge im Berichtsjahr 2019 um 100 Basispunkte auf 55,7% steigern. Das EBITDA inklusive Einmalaufwendungen lag 2019 mit € 70,3 Mio. deutlich über dem Vorjahr und oberhalb des Zielkorridors von € 64–69 Mio.

Aber beim Umsatz haben ihre Maßnahmen noch nicht richtig gefruchtet?

PETRAGLIA Das ist nicht ganz richtig. Vom anhaltend schwierigen Branchenumfeld – und dies haben wir immer gesagt – können wir uns natürlich nicht gänzlich abkoppeln. Wohl aber deutlich besser performen als die Branche. Diese hat 2019 ein Minus von 2% ausgewiesen; bei uns war der Rückgang auf vergleichbarer Fläche mit knapp einem Prozent deutlich geringer. Dennoch haben wir noch Luft nach oben: Einige Maßnahmen greifen erst ab 2020 in vollem Umfang. Positiv macht sich immer mehr unser verbesserter

Marketingmix und die Fähigkeit, unsere Kunden individuell mit ihren Bedürfnissen abzuholen, bemerkbar. Um die Kundenfrequenz weiter zu erhöhen, werden wir zukünftig die Informationen, die uns die rund 3,1 Millionen aktiven ADLER-Kundenkartennutzer liefern, noch besser einsetzen. Mit diesen generieren wir derzeit rund 92% unserer Umsätze.

**+ 69% AUF EUR 57,4 MIO.
LEGTE DER FREE CASHFLOW ZU**

Stichwort Luft nach oben. Wo sehen Sie konkret noch Stellschrauben für weitere Verbesserungen?

FREUDE Unser Marketing wird noch digitaler, noch individueller und auf die Kunden zugeschnitten. Beim Einkauf und den Produkten gibt es weiteres Potenzial durch ein effizient gesteuertes Einkaufsvolumen, und dementsprechend bei der Vorratshaltung, sowie bei den Logistikkosten. Die Wertschöpfungskette wird gemeinsam mit unseren Partnern in Zukunft komplett digital vernetzt. Bei den Produkten haben wir den Eigenmarkenanteil in Richtung 85% erhöht und wir werden das in den beiden letzten Jahren angestoßene Standortoptimierungsprogramm auch 2020 und darüber hinaus konsequent vorantreiben.

ODEMANN Abgerundet wird unsere Weiterentwicklung bei unseren bislang noch überschaubaren E-Commerce-Aktivitäten. Hier werden wir 2020 ein neues Shopsystem aufsetzen, noch enger mit etablierten Onlinepartnern zusammenarbeiten und unsere ADLER App noch besser nutzen. So soll der Onlineumsatz bis 2023 auf mehr als € 30 Mio. ansteigen. Wie von Thomas adressiert wird uns dies nur mit verstärkten Investitionen in die Digitalisierung ge-

lingen. Hier planen wir € 3–4 Mio. jährlich für den IT-Ausbau ein, vor allem für ein verbessertes Produktinformationsmanagement, eine effiziente Produktallokation, aber auch den Rollout unseres Roboters TORY.

Auf das Thema TORY möchte ich später noch eingehen, zunächst jedoch die Frage: Und wie finanziert ADLER dies alles?

ODEMANN Wir sind in der glücklichen Lage – und hier differenzieren wir uns zum Teil grundlegend von Wettbewerbern – sehr konservativ mit unserem Geld zu haushalten. Unser Credo für eine hohe Liquidität, einen soliden Free Cashflow und ohne Bankschulden auskommen zu wollen, zahlt sich definitiv aus. Wir haben 2019 einen um 69% auf € 57,4 Mio. verbesserten Free Cashflow erwirtschaftet, unsere Liquidität ist auf ein Rekordniveau von € 70,1 Mio. gestiegen. Da würden wahrscheinlich viele gerne mit uns tauschen. Das heißt, wir können die notwendigen Investitionen in die Zukunft und damit zur Generierung eines nachhaltig profitablen Wachstums aus eigener Kraft stemmen und behalten weiter ausreichende Reserven und, wie man so schön sagt, Wasser unter dem Kiel.

Lassen Sie uns noch etwas detaillierter in die Zukunft blicken und die von Ihnen angerissenen strategischen Themen ansprechen. Fangen wir beim Marketing an ...

FREUDE Wir haben das Glück, dass unsere Kunden sehr loyal sind, dennoch hat sich in den letzten Jahren auch das Einkaufsverhalten der typischen ADLER-Kunden verändert. Darauf reagieren wir. Ziel ist es, die Kundenfrequenz in unseren Filialen zu erhöhen und den Share of Wallet zu steigern. Wir wollen den Anteil der Bekleidungs- ausgaben für ADLER von bislang rund 15% auf zunächst 16% steigern, dies bedeutet eine Umsatzerhöhung von rund € 30 Mio. Wir werden dies schaffen, weil wir aufgrund des Datenschatzes aus den Kundenkarten die Bedürfnisse unserer Kunden genau kennen. Auf dieser Basis werden unsere Marketingmaßnahmen immer individueller und von Loyalitäts-Incentives flankiert. Um unsere

Kunden noch besser zu erreichen, wollen wir die Zahl der ADLER-App-Nutzer und die der E-Mail-Kontakte sehr stark ausbauen. Die Marketingausgaben werden zukünftig anders verteilt. Neben den Digitalthemen, hier besonders Social Media, steht auch das Thema Radiowerbung im Fokus. Neukunden wollen wir darüber hinaus auch durch eventbasierte Einkaufserlebnisse an den Standorten gewinnen.

Wie muss man sich die digitale Wertschöpfungskette genau vorstellen?

PETRAGLIA Ziel ist es, dass unsere Kunden ihr präferiertes Kleidungsstück in der richtigen Größe zum richtigen Zeitpunkt verfügbar haben. Klingt banal, ist aber angesichts der globalen Lieferkette im Detail sehr komplex. Entsprechend muss die Wertschöpfungskette perfekt abgestimmt sein. Von der Kollektionsplanung, über u. a. unseren Einkaufspartner OTTO International in Hongkong und über unseren neuen Logistikpartner Meyer & Meyer bis zum Vertrieb in jede einzelne Filiale und den Online-Shop. Die digitale Vernetzung umfasst auch das Monitoring der wichtigsten Kennziffern, um sofort reagieren zu können, wenn die Key-Performance-Indikatoren (KPIs) nicht passen.

Apropos Vertrieb, wie kommt ADLER mit seiner Standortoptimierung voran?

PETRAGLIA Auch hier haben wir geliefert, sogar besser als avisiert. So wurden 2019 acht unprofitable Standorte sozialverträglich geschlossen. Die erfolgreichen Nachverhandlungen mit Vermietern in zwei weiteren Modemärkten haben dazu geführt, dass wir beide in die Gewinnzone drehen können und entsprechend beibehalten. Wir expandieren aber weiter in attraktiven Lagen und haben 2019 in Österreich zwei neue Standorte eröffnet, im März und April 2020 folgten weitere in Deutschland. 2020 werden wir im Saldo aber die Zahl der Standorte weiter reduzieren. Spätestens 2022 dürften wir dann wieder insgesamt bei den Märkten wachsen.

Und dann fahren durch alle Modemärkte die TORY-Roboter?

ODEMANN Bei allen Standorten wird dies nicht sinnvoll umsetzbar sein, da bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein müssen. Im Jahr 2019 haben wir jedoch den Rollout unseres Inventurroboters auf 45 Standorte erweitert, für 2020 planen wir die Anschaffung der Torsys für weitere 40 Standorte. ADLER ist hier ganz klar technologischer Vorreiter der Branche. Die Investitionen hierfür amortisieren sich bereits nach 1,5 Jahren.

85 TORY-ROBOTER SOLLEN ENDE 2020 INSTALLIERT SEIN

Kein Interview ohne das Thema Nachhaltigkeit, welchen Stellenwert misst ADLER diesem zum?

ODEMANN Hier möchte ich zwei Themen besonders adressieren. ADLER ist sich seiner gesellschaftlichen Verantwortung sehr bewusst, entsprechend hoch ist das Thema Nachhaltigkeit beim Vorstand aufgehängt. Gemeinsam mit unseren Partnern arbeiten wir daran, alle Ebenen der Wertschöpfungskette nach strengen Nachhaltigkeitskriterien zukunftsgerichtet zu optimieren. Das verlangen auch unsere Kunden von uns in zunehmendem Maße. Die stärkere Verwendung nachhaltiger Rohstoffe, Artenschutz, die Förderung von Fairtrade-Initiativen, die Einhaltung hoher arbeitsrechtlicher Standards, die kontinuierliche Fort- und Weiterbildung unserer Mitarbeitenden sind selbstverständlich für uns. Nachhaltigkeit geht bei ADLER bis zur Verwendung unverkäuflicher Ware. Hier sind wir mit einem Anteil von 0,2 bis 0,3 % Totalabschriften im textilen Einzelhandel sicherlich vorbildlich.

Wie lauten Ihre konkreten Ziele für 2020 und darüber hinaus?

FREUDE Die zentralen Maßnahmen unserer „Strategie 2020“ werden bis Ende 2020 ausgerollt sein und ab 2021 und darüber hinaus in vollem Umfang spürbar werden. In diesem Geschäftsjahr wollen wir den Umsatz auf vergleichbarer Fläche verbessern; hierdurch und durch die Neueröffnungen wollen wir den Wegfall der Umsätze aus den geschlossenen bzw. noch zu schließenden Modemärkten kompensieren und streben absolut ein ähnliches Umsatzniveau wie 2019 an. Den positiven Effekten aus den Effizienzsteigerungsmaßnahmen stehen im Jahr 2020 höhere Marketing- und Vertriebsaufwendungen zur nachhaltigen Umsatzsicherung, etwa im Onlinehandel, entgegen. Inklusiv negativer Einmaleffekte, insbesondere für die Standortschließungen, von insgesamt € 5–6 Mio. prognostiziert der Vorstand ein EBITDA zwischen € 66 und 69 Mio. Sie können sich darauf verlassen, dass wir auch 2020 einen klaren Fokus auf die Sicherung der hohen Liquiditätsreserve und die Erreichung eines substanzial positiven Free Cashflows legen werden. Ab 2021 sind wir nach Abschluss der Standortoptimierung zuversichtlich, sowohl beim Konzernumsatz als auch beim Ergebnis Verbesserungen zu erzielen. Dann werden wir uns auch wieder sehr ernsthaft mit dem Thema Dividendenzahlungen an unsere Aktionäre beschäftigen können.

Herr Freude, Herr Odemann, Herr Petraglia, herzlichen Dank für das Gespräch!





Wir liefern ...

ein optimiertes und ertragsstärkeres Angebot



Die Mission von ADLER ist, Menschen im besten Alter perfekt zu kleiden. Dazu wurde eine ganze Reihe von speziell auf die Kundenbedürfnisse ausgerichteten Eigenmarken fest etabliert. Herausragende Merkmale der 11 starken Eigenmarken (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) sind die optimale Passform verbunden mit einer gleichbleibend hohen Qualität und einem fairen Preis. Diese Eigenschaften bilden die Grundlage für die hohe Kundenzufriedenheit und daraus entstandene Loyalität der ADLER-Fans.

Dabei ergibt sich für die Kunden und das Unternehmen eine klassische Win-Win-Situation: Die Kundschaft kann sich darauf verlassen, dass die von ihnen gewohnten und geschätzten Produkte langfristig erhältlich sind und ADLER profitiert von der höheren Profitabilität der Eigenmarken im Vergleich zu den Fremdmarken.

*„Wir stärken unsere Eigenmarken,
denn sie sind der Grund,
warum viele Kunden immer wieder
bei uns einkaufen.“*

Zentraler Baustein des ADLER-Sortiments sind die sogenannten Never-out-of-Stock-Artikel (NOS), die permanent in allen gängigen Größen und Farben verfügbar sein sollen. Im Zuge der ADLER „Strategie 2020“ hat ADLER das strategische Ziel ausgegeben, sich stärker auf die ertragsstarken Eigenmarken zu konzentrieren.

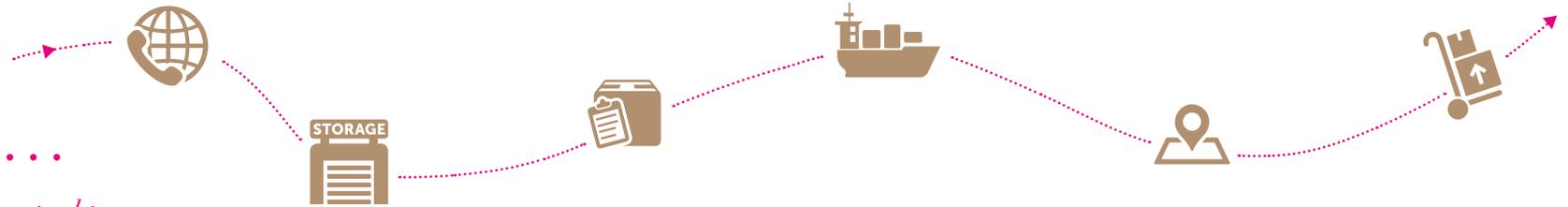
Hier haben wir im Jahr 2019 geliefert: Der Anteil der strategischen Fremdmarken sank auf rund 15%. Gleichzeitig wurde die Zahl der Fremdmarken von mehr als 40 Marken auf 22 deutlich reduziert.

11 STARKE
EIGENMARKEN

Nun liegt der Fokus auf 10 strategischen Fremdmarken, von denen teilweise das Sortiment erweitert wurde. Dies hat auch den Vorteil, dass ADLER sich auf die Entwicklung und Positionierung dieser Fremdmarken konzentrieren kann. Nicht zuletzt wird auch der Rohertrag innerhalb des Fremdmarkensortiments nachhaltig gesteigert, da mit den strategischen Marken bessere Konditionen geschlossen wurden.

Wir liefern ...

eine optimierte Beschaffungsstruktur



Durch die strategische Partnerschaft mit OI, OTTO International, Hongkong, im Einkauf in Asien hat ADLER die Produktqualität im Berichtsjahr weiter verbessert. Die Einkaufsagentur übernimmt wichtige Funktionen für ADLER, um das Sortiment noch passgenauer auf die Bedürfnisse der Zielgruppe der über 55-Jährigen auszurichten und die geforderte ADLER-Qualität zu gewährleisten. Das beginnt schon bei der Wahl der Rohstofflieferanten, reicht über die anschließende Weiterverarbeitung bis hin zur Veredelung.

Auf Basis der von ADLER vorgegebenen Qualitätsanforderungen findet die Lieferantenselektion statt, um Passform, Farbabstimmung und Liefertreue sicherzustellen. Die Einkaufsagentur schlägt Produzenten vor, führt Audits durch, begleitet die Preisverhandlungen und kümmert sich um die Auftragsplatzierung. Auch die finale Begutachtung aller Bestellungen fällt in den Aufgabenbereich. Selbstverständlich spielen bei der Lieferantenwahl auch Nachhaltigkeitskriterien eine elementare Rolle.

Durch die hohen Volumina, die von der Generaleinkaufsagentur abgenommen werden, können attraktive Kommissionsvorteile erzielt werden. Im Vergleich zum Vorjahr wurde zudem die Anzahl der aktiven Lieferanten im Jahresverlauf um rund 25% reduziert. Die geringere Komplexität trug ebenfalls zu Kosteneinsparungen und einer Verbesserung des Netto-Eingangs-Rohertrags bei.



ottointernational



ADLER profitiert dabei von der Vor-Ort-Expertise von OTTO International, in den für ADLER relevanten Beschaffungsmärkten. Die lokale Präsenz ermöglicht eine reibungslose Kommunikation und dient bei möglichen Fehlentwicklungen als Frühwarnsystem. Zudem ermöglichen die schlanken Prozesse ggf. zeitnah auf aktuelle Trends zu reagieren und die Produktpalette entsprechend anpassen.

UM 25% SANK DIE ZAHL
DER LIEFERANTEN IM JAHR 2019

Mit der Warenlogistik hat ADLER den Dienstleister Meyer & Meyer beauftragt, um schneller und flexibler die Digitalisierung voranzutreiben. Das Hauptziel einer gut funktionierenden Logistik ist für ADLER, die richtigen Produkte zur rechten Zeit in den gewünschten Mengen, Größen und Farben in den Märkten verfügbar zu haben. Dabei kommt es maßgeblich auf das Zusammenspiel zwischen den Lieferanten, OI, dem Zentrallager und den Filialen sowie dem Online-Shop an. Automatisierte Prozesse erhöhen dabei den Warendurchsatz und die Liefergeschwindigkeit. Dadurch werden die Unter- und Überversorgung der Standorte mit Ware vermieden. Sowohl Umsatzeinbußen aufgrund nicht verfügbarer Ware als auch Abschriften auf unverkaufte oder herabgesetzte Artikel werden verringert. Insgesamt sind die Stückkosten für logistische Dienstleistungen im Berichtszeitraum signifikant zurückgegangen.

Die im Dezember 2019 in Betrieb genommene automatische Sortier- und Förderanlage am Standort Peine wird nach abgeschlossener Hochlaufphase im Frühjahr 2020 mit allen Funktionalitäten zur Verfügung stehen. So verfügt der Standort über eine Matrix-Sortieranlage für Hängeware, die die Ware mittels Fördertechniken bis zum Warenausgang zur Verladung automatisiert zuführt. Durch die Automation für Liege- und Hängeware wird auch die Warenanlieferung für die ADLER-Modemärkte effizienter gestaltet. Durch die Vorsortierung wird in den Märkten ein schnelleres und einfacheres Einräumen ermöglicht.





„Das Ziel für 2023 steht: Die Umsätze im Bereich E-Commerce sollen sich mehr als verdreifachen. Dazu implementieren wir bis spätestens 2021 ein neues Shop-System.“

Wir liefern ...

ein neues, wachstumsstarkes E-Commerce Geschäft

Die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche betrifft auch ADLER. Die Kundschaft nutzt zunehmend die digitalen Kommunikationskanäle. In diesem Umfeld stellt ADLER den stationären und den Online-Handel als komplementäre Partner auf, die sich ergänzen und gegenseitig stärken. In erster Linie ist das Unternehmen dabei der Zielgruppe der 55-Jährigen und älter verbunden und möchte gewährleisten, dass sie sich langfristig bei der Marke ADLER mit den von ihr angebotenen Artikeln und Service-Leistungen wohlfühlen. Diese Kundengruppe optimal zu bedienen, unabhängig davon, ob sich der Kunde in einer ADLER-Filiale, im Online-Store oder in der App aufhält, lautet das Ziel.

Der Online-Auftritt ist im Rahmen der Multi-Channel-Strategie ein wichtiges Instrument, um die wachsende Online-Kundschaft zu bedienen, neue Kunden auf Angebote aufmerksam zu machen und auch die Frequenz in den Modemärkten zu erhöhen. Im Berichtsjahr konnte der Umsatz im E-Commerce-Geschäft leicht zulegen. Damit hat sich die behutsame Reallokation der Marketingausgaben, etwa zugunsten von Rundfunkwerbung, als richtig erwiesen. Die Zahl der versendeten Bestellungen stieg im Jahr 2019 auf einen neuen Rekordwert von 342.600 Bestellungen. Damit wurde der bisherige Höchstwert aus dem Jahr 2017 von 322.000 Bestellungen klar überschritten.

Bezüglich der Besucher- und Kundenzahlen des Online-Shops wurden signifikante Zuwächse erzielt. Positiv entwickelt hat sich auch die Positionierung auf weiteren Absatzkanälen und wichtigen Online-Marktplätzen wie auf der Plattform Otto.de sowie bei Amazon. Auch die ADLER-App fand im Berichtszeitraum mehr Freunde und Follower, was sich an gestiegenen Download-Zahlen zeigt. Wenig überraschend lag das Durchschnittsalter im Online-Shop mit 57,1 Jahren im Jahr 2019 erneut unter dem Durchschnittsalter der gesamten ADLER-Kunden, das bei 63 Jahren lag.

**~ € 10 MIO. WERDEN IN DEN
 E-COMMERCE-AUSBAU INVESTIERT**

Um weitere Effizienzsteigerungen zu erreichen und mit Blick auf das Ziel, bis zum Jahr 2023 die E-Commerce-Umsätze mehr als zu verdreifachen, soll im Jahr 2020 damit begonnen werden, das dahinterliegende Shop-System auszutauschen und zu modernisieren. Eine zentrale Anforderung an das neue Shop-System ist die nahtlose Vernetzung zwischen Modemärkten, Online-Shop und ADLER-App, damit von allen Vertriebskanälen flexibel auf die Warenbestände zugegriffen werden kann. Auch soll die neue Plattform die ADLER-Kundenkarte einbinden und den Kunden personalisierte Angebote machen können. Hinzu kommen die Anforderungen an ein hoch flexibles Kampagnenmanagement sowie



die Fähigkeit zur Internationalisierung. Spätestens im Jahr 2021 sollen die Kunden das neue Shop-System nutzen können. Insgesamt sind bis zum Jahr 2023 Investitionen von rund € 10 Mio. für den Ausbau der E-Commerce-Aktivitäten vorgesehen.

Der bereits etablierte Click&Collect-Service erlaubt, Online-Bestellungen im Modemarkt abzuholen, zu bezahlen und zurückzugeben. Dies erhöht die Kundenfrequenz und bietet den beratenden Verkäufern die Möglichkeit, ergänzende Artikel und Accessoires zu empfehlen. Mit der Bestell-Hotline gibt es seit dem zweiten Halbjahr 2019 einen weiteren Vertriebskanal, der sich primär an Kunden richtet, die keine Möglichkeit haben, online oder stationär einzukaufen.

Wir liefern ...

eine konsistente Digitalisierungsstrategie

Die Digitalisierung und die digitale Transformation sind für ADLER kein Selbstzweck und führen neben dem unbestreitbaren Nutzen auch zu Befürchtungen, dass ein negativer Einfluss auf die Arbeitnehmer entstehen könnte. Das ist nicht die Vorstellung von ADLER. ADLER nutzt die Digitalisierung, um Prozesse effektiver und schlanker zu machen, und Tätigkeiten durch Technologien zu unterstützen, die für die Mitarbeiter eher lästig sind. Das ermöglicht Freiräume für den direkten Kundenkontakt, eröffnet die Möglichkeit, sich dem Kunden kompetent zu widmen und die Prozesse in den Filialen professionell abzuwickeln.

Mit TORY hat ADLER sehr früh Neuland betreten und ist weiterhin ein absoluter Technologieführer im Einsatz von Robotern bei der Warenbestandskontrolle. Im Berichtsjahr hat ADLER das Ziel erreicht, dass TORY den Proof-of-Concept-Status verlässt und den Rollout in die Fläche durchgeführt. Per Ende 2019 waren TORYs in 45 Filialen im Einsatz. Durch Weiterentwicklungen des Service-Roboters liegt die Erfassungsgenauigkeit mittlerweile bei einem sehr guten Wert von mehr als 99%. Bei einer erwarteten durchschnittlichen Nutzungsdauer von fünf bis sieben Jahren und aufgrund der positiven Effekte, wie Mehrumsatz durch bessere Waren- und Verkäuferverfügbarkeit, rechnet ADLER mit einem Return on Invest (ROI) von knapp 1,5 Jahren.

Zentral für die Abwicklung ist die technische Nutzung der RFID-Technologie. Die Auszeichnung der Artikel mit RFID-fähigen Etiketten findet für alle Eigenmarken bereits beim Produzenten statt. TORY scannt nach Ladenschluss selbstständig den gesamten RFID-Warenbestand im Markt und trägt damit dazu bei, Bestands-



**ENDE 2019 WAREN
 BEREITS
 45 INVENTURROBOTER
 IM EINSATZ**



lücken frühzeitig aufzudecken, die Nachbestellung anzustoßen bzw. erstellt einen Vorschlag, Ware vom Lager auf die Fläche zu bringen. Bei den Never-out-of-Stock-Artikeln erfolgt der Nachorderprozess vollautomatisiert als Abgleich zu den Verkäufen im jeweiligen Modemarkt.

Der Einsatz der RFID-Technologie beginnt nicht erst in den Modemärkten. Bereits im Wareneingang in dem von Meyer & Meyer betreuten Logistikzentrum wird RFID zur Erkennung und zur beschleunigten Vereinnahmung der Bestellungen genutzt und ermöglicht die vollautomatische Kommissionierung und Verteilung auf die Modemärkte. Im weiteren Prozess können die Lieferungen aus dem Zentrallager an die Modemärkte ohne umständliche Zählung direkt vereinnahmt und auf die Verkaufsfläche gebracht werden, da RFID eine enorme Transparenz schafft.

Der Grad der Digitalisierung spielt für ADLER auch bei der Auswahl von strategischen Partnern eine Rolle. Die Generaleinkaufsagentur OTTO International nutzt beispielsweise zur Produktpräsentation einen digitalen Showroom und 3D-Fitting, bei dem die Produkte auf einem entsprechend den Kundenwünschen erstellten Avatar angepasst werden. Damit werden schon in der Produktentwicklung Ressourcen, Zeit und Kosten gespart, da sich der physische Versand zwischen Lieferanten, Einkaufsagentur und ADLER vielfach erübrigt.



Wir liefern ...

eine individualisierte Kundenansprache

Werbung ist immer ein Kampf um Aufmerksamkeit. Damit die Werbebotschaften von ADLER aus der Vielzahl von Werbemailings, Anzeigen, Spots und Bannern hervorstechen und für die Kunden relevant werden, stimmt ADLER sie zielgenau auf die Interessen und Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden ab.

Die Grundlage dazu sind die CRM-Daten, die sich aus dem ADLER-Kundenkartenprogramm ergeben. Das ADLER-Kundenbindungsprogramm wurde im Jahr 1974 gestartet und ist eines der ältesten und erfolgreichsten Loyalitätsprogramme Deutschlands. In seiner mehr als 45-jährigen Historie haben bereits mehrere Generationen an Kundinnen und Kunden die ADLER-Kundenkarte beim Einkauf genutzt. Selbstverständlich erfüllt ADLER alle Anforderungen an Datenschutz und Informationssicherheit und beachtet die Richtlinien der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO).



ADLER erzielt mit der ADLER-Kundenkarte mehr als 90% vom Gesamtumsatz des Unternehmens. ADLER kennt daher seine Kunden sehr gut. Das ermöglicht dem Unternehmen, aus der Kaufhistorie die Vorlieben der Kundinnen und Kunden abzulesen und zu erkennen. Dadurch kann ADLER die Kunden gezielt und individuell auf ergänzende Produkte, exklusive regionale Veranstaltungen oder filialbezogene Rabattaktionen hinweisen.

„ADLER-Kunden vertrauen dem Unternehmen. Das schätzen wir und schützen ihre Daten.“

Diese Kundenkenntnis ermöglichte es, im Berichtsjahr 26,2 Mio. komplett individualisierte Print-mailings zu versenden, die genau auf die Interessen und Kaufgewohnheiten der einzelnen Kunden abgestimmt waren und für sie relevante Informationen und Angebote enthielten. Hinzu kamen im Jahr 2019 mehr als 123,8 Mio. Newsletter-Anstöße. Neben einer hohen Relevanz der Mailinginhalte für die Empfänger erhöhte die digitale Ansprache auch die Marketingeffizienz. Die Response-Quote liegt bei der persönlichen, individualisierten Ansprache höher als bei Standardaussendungen in Form klassischer Mailings, bei denen alle Kundinnen und Kunden das gleiche Angebot erhalten.

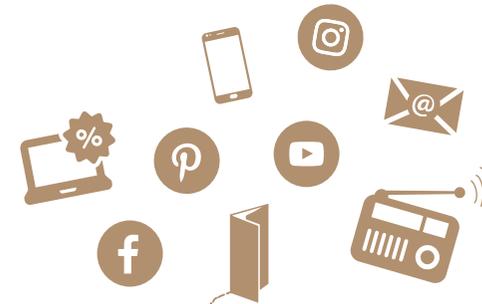
Wir liefern ...

einen zielgruppeneigneten Marketing-Mix

ADLER verfügt über eine loyale Stammkundschaft und hat sich mit der Fokussierung auf die Zielgruppe 55+ in einem Wachstumssegment positioniert. Denn die Bevölkerungsgruppe der Menschen im Alter von 55+ wird in den nächsten Jahren weiter stark wachsen und ADLER ist der einzige Textilhändler, der sein Angebot speziell auf diese Zielgruppe ausrichtet.

ADLER setzt weiter auf die Zusammenarbeit mit der Markenbotschafterin Birgit Schrowange, die über eine hohe Akzeptanz nicht nur bei den ADLER Kunden, sondern speziell in der Zielgruppe verfügt.

Ein großer Vorteil von ADLER ist darüber hinaus, dass die ADLER-Eigenmarken hervorragend in der Kundschaft verwurzelt sind und das Sortiment durch NOS-Artikel ergänzt wird. Daher liegt ein besonderer Schwerpunkt der Marketing-Aktivitäten darauf, Kunden, die schon einmal bei ADLER gekauft haben und über eine Kundenkarte verfügen, zu aktivieren. Die mehr als 3 Millionen aktiven Kundenkarten mit regelmäßigem jährlichen Umsatz sind ein starkes Zeichen für die enge Markenbindung und Loyalität der ADLER-Kunden. Im allgemein wettbewerbsintensiven Marktumfeld des textilen Einzelhandels sieht ADLER in der Mobilisierung von Bestandskunden ein wesentliches Potenzial, um Umsatzsteigerungen zu erzielen.



Weiter setzt ADLER auf Beilagen, um Bestandskunden und Neukunden zu erreichen. Daneben wird über Anzeigen in Publikumszeitschriften ein spezielles „Angebot des Monats“ beworben, das aus dem regulären ADLER-Sortiment heraussticht und zusätzliche Kaufinteressenten ansprechen soll. Diese speziellen Angebote für Neu- und Bestandskunden finden sich in den Modemärkten prominent platziert häufig direkt im Eingangsbereich wieder. Insbesondere zur Neukundengewinnung, aber natürlich auch zur Ansprache bestehender Kunden, wurde im Berichtsjahr erfolgreich verstärkt auf Rundfunk-Werbung gesetzt.

Selbstverständlich kommuniziert ADLER auch über digitale Kanäle mit der Zielgruppe. Die ADLER-Kunden erhalten beispielsweise regelmäßig Informationen per Newsletter oder per Push-Nachricht. ADLER setzt auch im digitalen Bereich auf personalisierte und automatisierte Ansprache. Hervorzuheben ist hier die persönliche Produktempfehlung, die den bevorzugten und gekauften Kleidungsstücken entspricht.

Zudem ist ADLER auf Facebook präsent, einer der favorisierten Social Media-Kanäle der Kernzielgruppe 55+. Aber auch Instagram, YouTube und Pinterest werden zunehmend mit Inhalten bespielt. Da ADLER Social Media nicht als Einbahnstraße versteht, arbeitet das Unternehmen kontinuierlich daran, mit den Kundinnen und Kunden in Austausch zu treten. Auch das Thema Influencer ist fester Bestandteil der digitalen Marketing-Strategie.



Wir liefern...

eine effizientere Standortstruktur und Modemärkte mit neuem Look-and-feel



Im Rahmen der ADLER „Strategie 2020“ wurde das gesamte Filialnetz im Detail analysiert und Optimierungsmaßnahmen bestimmt. Dazu gehörte die Fokussierung auf attraktive Standorte, die langfristig positive Ergebnisbeiträge leisten, sowie die Entscheidung, bis zu 17 unprofitable Standorte zu schließen. Die Restrukturierung des Filialnetzes trägt maßgeblich zu notwendigen Effizienzsteigerungsmaßnahmen des Unternehmens bei, die das Ziel verfolgen, die Kostenbasis nachhaltig zu senken und ADLER langfristig wettbewerbsfähig aufzustellen.

**+ 100 BASISPUNKTE BESSERE ROHERTRAGSMARGE
(U. A. DURCH STANDORTOPTIMIERUNG)**

Nach fünf Filialschließungen im Jahr 2018 wurden im Berichtsjahr 2019 sieben Filialen in Deutschland und eine Filiale in Österreich geschlossen sowie an weiteren Standorten die Mietkonditionen neu verhandelt, um eine bessere Kostenstruktur zu erzielen. Die einmaligen Restrukturierungsaufwendungen für die Standortschließungen lagen bei rund €6 Mio. Daneben wurden selektiv Wachstumschancen genutzt und vier Filialen, die ein hohes Umsatzpotenzial bieten, an lukrativen Standorten neu oder wiedereröffnet.

Zudem wurde ein neues Standortkonzept erarbeitet, um den Filialen ein attraktives und modernes Look-and-feel zu verleihen. Die Eigenmarken, wie beispielsweise My Own, Thea und Via Cortesa werden deutlicher in Szene gesetzt und gewinnen an Attraktivität. Die neue Waren-Präsentation folgt einer klaren, einheitlichen Struktur und sorgt damit für einen Wiedererkennungseffekt. Dabei werden die Kleidungsstücke in ein Umfeld mit farblich und stilistisch genau abgestimmten Taschen, Schmuck und Halstüchern sowie Einrichtungsgegenständen, wie Bilderrahmen oder Vasen, eingebettet. ADLER präsentiert damit der Kundschaft Vorschläge für ein neues Outfit, die in Kombination für ein frisches Auftreten sorgen.

Zum neuen Konzept gehören auch die neu gestalteten Ruhe-zonen, die ebenfalls durch einen Motivteppich mit ADLER-Logo gekennzeichnet sind. Ziel ist es, insgesamt die Verweildauer in den Märkten zu erhöhen, um Zusatzverkäufe zu erzielen.

Wir liefern ... unseren Kunden ein Einkaufserlebnis



ADLER ist mehr als ein Modeanbieter. Wer gerne mit Bekannten und Freunden shoppen geht weiß, dass es nicht nur auf das gekaufte Kleidungsstück ankommt, sondern auf das Gesamterlebnis und das gute Gefühl, sich etwas Neues gegönnt zu haben. Umgekehrt kann es „Einkaufsmuffeln“ leichter fallen, sich neu einzukleiden, wenn sie gut beraten werden. Dieses gute Gefühl sollen Kunden bei ADLER erleben. Sie sollen sich aufgehoben und mit ihren Bedürfnissen verstanden wissen und der Einkauf soll über die neue Kleidung hinaus zum Erlebnis werden.

**270 EVENTS FANDEN 2019
AN ADLER-STANDORTEN STATT**



Die ADLER-Modemärkte sind vornehmlich außerhalb von Innenstädten angesiedelt. Dafür verfügen die Modemärkte „auf der grünen Wiese“ üblicherweise über eine hervorragende Verkehrsanbindung für Pkw, bieten ausreichend Parkplätze und lassen sich mit komplementären Einkaufsangeboten und Dienstleistungen wie Drogeriemärkte oder Friseure verbinden. Zudem werden besondere Anreize geschaffen, Kunden zum Besuch einer Filiale anzuregen. Hierfür bieten attraktive und exklusive Veranstaltungen, wie Lesungen, Farb- und Stilberatungen oder Konzerte und Shows, hervorragende Gelegenheiten. Schließlich verfügen ADLER-Kunden, die im Schnitt 63 Jahre alt sind, in der Regel über mehr Zeit und suchen abwechslungsreiche Freizeitangebote.

Im Berichtsjahr wurde eine dreistellige Zahl an Events veranstaltet, die zu substantziellen Zusatzumsätzen und zahlreichen Neukunden



fürten. Die beliebten ADLER-Bustouren, die in ausgewählten Filialen angeboten werden, bieten ein attraktives Ausflugsprogramm mit Frühstück und Modenschauen, tollen Geschenken und Rabattaktionen. Auf besonders große Resonanz stoßen die exklusiven Autogrammstunden mit der langjährigen Markenbotschafterin Birgit Schrowange.

Sollte es vorkommen, dass ein Produkt nicht mehr im Modemarkt vorhanden, aber im Online-Shop oder einem anderen Standort verfügbar ist, kann es dank dem digitalen In-Store-Assistent direkt vor Ort bestellt und nach Hause geschickt werden. Flankiert wird das Gesamterlebnis ADLER auch vom ADLER-Magazin, das in den Märkten ausliegt und auch online verfügbar ist. Neben Informationen zu Produkten enthält es zusätzliche Themen wie Modetipps, Kochen, Reisen, Horoskop oder Rätsel.



Wir liefern ...

eine gute Qualifizierung für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter



Die herausragende Beratungskompetenz der ADLER-Mitarbeiter leistet einen ganz wesentlichen Beitrag zur hohen Kundenzufriedenheit der ADLER-Kunden und trägt dazu bei, sie für einen Kauf in einem ADLER-Modemarkt zu begeistern. Ein solch hohes Qualitätsniveau in der Kundenbetreuung kommt aber nicht automatisch, sondern basiert auf dem überdurchschnittlichen Eigenengagement der Vertriebsmitarbeiter. Sie

sind das Gesicht und die Stimme von ADLER im Kontakt mit den Kunden, weshalb ihnen permanent Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen angeboten werden.

Zu diesem Zweck hat ADLER beispielsweise die Kompetenzwerkstatt ins Leben gerufen. Dabei werden interne Kollegen ausgebildet, die im Rahmen des Konzepts „von Kollegen für Kollegen“ wiederum Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu verschiedenen Themen schulen. Dabei geht es u. a. darum, wie schwierige Kundensituationen gelöst werden können.

**> 11 JAHRE BETRÄGT DIE DURCHSCHNITTLICHE
BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT**

Grundlage für die optimale Kundenbetreuung bildet die frequenzorientierte Personaleinsatzplanung, um zu gewährleisten, dass die Mitarbeiter unsere Kunden auch in Stoßzeiten ausführlich beraten und individuell bedienen können. Daher hat sich ADLER auch auf die Suche nach „Zeitfressern“ gemacht, indem die Arbeitsprozesse in den Filialen durchleuchtet wurden. Sie sollen nun mit entsprechenden Maßnahmen eliminiert werden. Generell setzt ADLER beim Verkaufspersonal auf eine gute Mischung der Mitarbeiter zwischen erfahrenen Experten und neuen Gesichtern. Die

zahlreichen Jubilare, die seit 30 oder 40 Jahren für ADLER tätig sind, beweisen den starken Zusammenhalt der ADLER-Familie. Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beträgt mehr als 11 Jahre.

Und das Engagement der Mitarbeiter zahlt sich aus. ADLER bietet als Arbeitgeber seiner Belegschaft einiges, wie beispielsweise eine tarifliche Vergütung, Urlaubs- und Weihnachtsgeld, großzügige Mitarbeiterrabatte, eine betriebliche Altersvorsorge, Geburtstagsgutscheine, Obstkörbe in allen Filialen und ein betriebliches Vorschlagswesen mit entsprechenden Prämien.

Nicht zuletzt ist natürlich auch ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement essenziell. Hier gibt es mannigfaltige Aktivitäten wie z. B. Vorträge zu Gesundheit, Impfungen im Betrieb, Workshops zu Themen wie „Work-Life-Balance“, aber auch die Teilnahme am hiesigen JP Morgan Lauf in Frankfurt als ADLER-Team.

*„Wir etablieren
moderne
Arbeitsformen.“*

Wir liefern ...

ein neues Nachwuchs- und Führungskräfteprogramm mit Rekrutierung aus den eigenen Reihen

Ein ganz entscheidender Erfolgsfaktor sind auch gut ausgebildete und empathische Führungskräfte. Aus diesem Grund erfolgt die Weiterentwicklung bestehender Führungskräfte kontinuierlich und strukturiert, angefangen beim Top-Management-Team. Dieses unterzieht sich 1 x pro Jahr einem sogenannten 360°-Feedback. Diese Methode soll 2020 auf die nächste Führungsebene ausgeweitet werden. Darüber hinaus ist im Jahr 2019 eine Führungskräftebeurteilung für alle Führungskräfte ins Leben gerufen worden. Hier beschäftigen wir uns ganz klar mit den Potenzialen, aber auch den Lernfeldern jeder einzelnen Führungskraft. Dazu sollen im Jahr 2020 Führungswerkstätten implementiert werden, die alle ADLER-Führungskräfte durchlaufen werden.

ADLER setzt in Zukunft noch stärker auf Nachwuchsförderung aus den eigenen Reihen. Dazu wurde Ende August 2019 ein neues Nachwuchsförderprogramm im Vertrieb gestartet, das ausgewählte Mitarbeiter gezielt auf eine Führungslaufbahn bei ADLER vorbereitet. Darüber hinaus wird ein High Potential-Programm für die Zentralfunktionen ins Leben gerufen.

Alle Ausbildungsmodule beinhalten einen Mix aus Seminaren und Praxiserfahrungen. So arbeiten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer beispielsweise ein bis zwei Wochen in einem anderen Modemarkt. Dies erweitert ihre regionalen Kenntnisse, und sie müssen ihre Flexibilität und Sozialkompetenz bei der Einarbeitung in ein neues Umfeld mit neuen Kolleginnen und Kollegen unter Beweis

stellen. Neben Schulungen im Arbeitsrecht, zur Analyse von Kennzahlen und zum Thema Führung durchlaufen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Programms außerdem an drei Tagen alle zentralen Einheiten des Unternehmens – Stichwort „Netzwerken“.

AZUBIS HABEN 2019 DIE NEUERÖFFNUNG EINES MARKTES GELEITET

Selbstverständlich werden die absolvierten Fortbildungen dokumentiert und zertifiziert. Zum Erwerb des Zertifikats gehört auch die Erstellung und Präsentation eines selbstverantworteten Abschlussprojekts inkl. einer Präsentation vor dem Top-Management.

Ein herausragendes Beispiel für das Engagement des Unternehmens für junge Leute war der Aufruf an Auszubildende, sich als Models für ADLER-Mode zur Verfügung zu stellen. Authentischer lässt sich für eine Marke nicht werben als mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die mit Stolz und Überzeugung die eigenen Produkte tragen. Dass Auszubildende 2019 die Neueröffnung eines Marktes geplant und geleitet haben, zeigt auch, dass ADLER es wirklich ernst meint mit der Nachwuchsförderung. Engagement und Motivation der ADLER-Auszubildenden zeigt sich auch beim Blick auf den eigenen Instagram-Kanal, den ADLER-Azubis eigenständig aus der Taufe gehoben haben und bespielen.

Vor allem in der Zentrale sieht ADLER sich mit Anforderungen konfrontiert, die an jeden modernen Arbeitgeber gestellt werden. Daher führt das Unternehmen sukzessive Konzepte zu modernen Arbeitsformen, wie zum Beispiel flexible Arbeitszeiten oder Home Office-Angebote, ein. Aber auch in den Filialen probieren wir neue Konzepte aus. So wird z. B. seit Anfang 2020 eine Filiale in Österreich von zwei Teilzeit-Geschäftsleiterinnen geführt. Doppelpositionen in Führungsrollen sind sicherlich noch eher selten anzutreffen. Insofern ist ADLER auch auf diesem Gebiet ein innovativer Vorreiter.

Mit unserer jährlich stattfindenden Mitarbeiterbefragung bekommen wir Rückmeldung zur aktuellen Mitarbeiter-Zufriedenheit und zu Handlungsfeldern.

WIR SIND ADLER

GRUNDSÄTZE FÜR FÜHRUNG UND ZUSAMMENARBEIT

				
1.	2.	3.	4.	5.
ADLER GEMEINSAM ZUM ERFOLG FÜHREN!	ZIELE ERREICHEN UND LEISTUNG ANERKENNEN!	RESPEKT UND WERT- SCHÄTZUNG VORLEBEN!	DISZIPLINIERT ENTSCHEIDEN UND UMSETZEN!	WEITER- ENTWICKLUNG FORDERN UND FÖRDERN!



Wir liefern...

eine Wertschöpfungskette, die Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigt

Sorgen um den Klimawandel treiben zahlreiche Menschen auf die Straße und die Bundesregierung hat ein Klimaschutzprogramm 2030 vorgelegt – nur zwei deutliche Zeichen dafür, dass Handlungsbedarf besteht und das Thema Nachhaltigkeit in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist. Als verantwortungsvolles Unternehmen gegenüber den Mitarbeitern, der Gesellschaft und der Umwelt leistet ADLER hierzu seinen Beitrag und hat dazu ein integriertes Nachhaltigkeitsmanagement etabliert. Dieses folgt der Maxime, dass bei ADLER eine Unternehmenskultur geschaffen und gepflegt wird, in der die Grundsätze nachhaltigen Handelns verankert sind und von jedem Mitarbeiter gelebt werden. Dazu werden Qualifizierungsmaßnahmen angeboten und mit den Bereichs- und Abteilungsleitern persönliche Ziele, die Nachhaltigkeitsaspekte enthalten, vereinbart.

ADLER konzentriert seine Nachhaltigkeitsaktivitäten auf Felder, die sich aus dem gesellschaftlichen Diskurs mit Interessengruppen und aus der speziellen Verantwortung eines Textileinzelhändlers ergeben. Basierend auf den drei Säulen der Nachhaltigkeit Soziales, Umwelt und Wirtschaft berücksichtigt ADLER insbesondere die Belange der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens und von Zulieferern, achtet auf möglichst energieeffiziente und ressourcenschonende Produktion und zielt auf ein nachhaltiges Wirtschaften, das langfristig beständige Erträge liefert und dadurch Arbeitsplätze sichert.



Als verantwortungsvoller Arbeitgeber fördert ADLER Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch Fort- und Weiterbildungsangebote. Bezüglich der Produktionsverhältnisse in den Bezugsmärkten arbeitet ADLER u. a. eng mit der Einkaufsagentur Otto International zusammen, um zu gewährleisten, dass international gültige soziale und arbeitsrechtliche Standards in den Produktionsbetrieben eingehalten werden. Dazu werden die Lieferanten von unabhängigen Prüforganisationen nach den Social Audit-Standards der Business Social Compliance Initiative (BSCI) oder nach vergleichbaren Siegeln überprüft.



Zudem arbeitet ADLER kontinuierlich daran, den Anteil zertifizierter, nachhaltiger Baumwolle, die aus kleinbäuerlichen Betrieben stammt und/oder mit geringem Einsatz von Pestiziden und wassersparend hergestellt wird, zu erhöhen. Die dazu verwendeten verschiedenen Nachhaltigkeits-Siegel, wie Fairtrade Cotton oder Better Cotton Initiative (BCI) hat ADLER für die Kunden im haus-eigenen „Feel Good“-Label zusammengefasst, das den Käufern beim Einkauf eine nachhaltige Wahl ermöglicht. Grundsätzlich verkauft ADLER aus Gründen des Artenschutzes keine Produkte aus Angorawolle oder Naturpelzen.

„Mit unserem Nachhaltigkeits-Reporting setzen wir auf Transparenz und suchen den Dialog mit der Öffentlichkeit.“

ADLER denkt in allen Schritten der Wertschöpfungskette und den dahinter liegenden Prozessen nachhaltig: Das Unternehmen ist bestrebt, Transport- und Standortemissionen zu senken, Transportverpackungen zu reduzieren oder Kunden eine digitale Kundenkarte zur Verfügung zu stellen – lauter Stellschrauben, um Ressourcen und Klima zu schonen. Insgesamt verfolgt das integrierte Nachhaltigkeitsmanagement das Ziel, dem Kunden ein ökologisch und sozial einwandfreies Produkt anzubieten und gleichzeitig im Sinne der Mitarbeiter, Lieferanten und anderer Interessengruppen gesellschaftlich untadelig und wirtschaftlich erfolgreich zu handeln.

„ADLER
bekennt sich zum
nachhaltigen
Handeln.“

Wir liefern ...

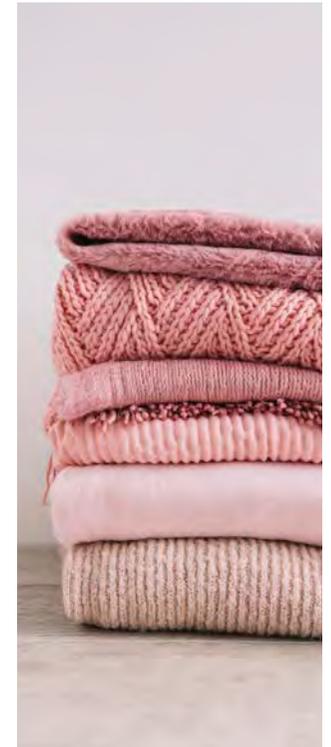
eine Bedarfsplanung mit minimalen Restbeständen

ADLER zählt nicht zu den sogenannten Fast Fashion-Unternehmen, sondern zeichnet sich im Gegenteil durch große Beständigkeit und Langlebigkeit des Produktangebots aus. Zudem legt ADLER Wert darauf, Warenüberschüsse zu vermeiden und die gefertigten Textilien möglichst genau am Bedarf, also der tatsächlichen Kundennachfrage, auszurichten. Dazu wurde im Jahr 2018 ein entsprechendes Life Cycle-Konzept aufgesetzt.

Das ADLER-Sortiment besteht zu einem hohen Anteil aus sogenannten Never-out-of-Stock-Artikeln, die längerfristig im Sortiment bleiben und sich auch in der Folgesaison noch gut beim Kunden platzieren lassen. Dadurch ergibt sich nur ein sehr geringer Anteil an unverkäuflichen Produkten. Die Quote der als Totalabschriften bezeichneten Ware, die wirklich nicht mehr verkauft werden kann, liegt bei ADLER bei geringen 0,2% bis 0,3%. Im Berichtsjahr konnte ADLER erfolgreich Bekleidung aus den Vorkollektionen mit Preisnachlässen an die Kunden verkaufen. Dadurch sanken auch die Lagerbestände, was in der Folge auch einen positiven Einfluss auf den Cashflow hatte.

**BEI NUR 0,2% BIS 0,3%
LAG DIE QUOTE DER TOTALABSCHRIFTEN**

Von den Restanten spendet ADLER einen nicht unbeträchtlichen Teil an karitative Einrichtungen und nur eine sehr geringe Zahl an Artikeln wird unter der Maßgabe einer möglichst großen Rohstoff-Wiederverwertung entsorgt. ADLER ist bestrebt, die Produktionsmengen so effizient zu steuern, dass so gut wie keine Restbestände in den Lagern bleiben und hat diese Maßgabe auch 2019 sehr erfolgreich umgesetzt.



UNTERNEHMEN

—

22 BERICHT DES AUFSICHTSRATS

26 AUFSICHTSRAT

27 ADLER-AKTIE

30 CORPORATE GOVERNANCE BERICHT



MASSIMILIANO MONTI

Vorsitzender des Aufsichtsrats

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

das abgelaufene Geschäftsjahr 2019 war ein Jahr der Herausforderungen und maßgeblich gekennzeichnet von anhaltenden Absatzschwierigkeiten im Textileinzelhandel. Die konstruktive Zusammenarbeit von Aufsichtsrat und Vorstand trug dazu bei, bereits in den Vorjahren eingeleitete Maßnahmen zur Steigerung der Effizienz weiter zu forcieren und erfolgreich die Profitabilität der Gesellschaft im Berichtsjahr zu steigern.

Der Aufsichtsrat hat im Jahr 2019 die ihm nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben wahrgenommen. Der Aufsichtsrat hat den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens regelmäßig beraten und die strategische Ausrichtung des Unternehmens mit ihm abgestimmt. Der Vorstand ist seinen Informationspflichten nachgekommen und hat den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend in schriftlicher und mündlicher Form über die für das Unternehmen relevanten Vorkommnisse und Maßnahmen unterrichtet. Anhand dieser Berichte sowie im Rahmen gemeinsamer Erörterungen mit den Mitgliedern des Vorstands hat der Aufsichtsrat die Geschäftsführung kontinuierlich und sorgfältig überwacht. Soweit dies nach Gesetz und Satzung erforderlich war, hat das Plenum sein Votum abgegeben. In begründeten Fällen wurden Beschlüsse außerhalb der Sitzungen gefasst. Zu einzelnen Geschäftsvorgängen hat der Aufsichtsrat seine Zustimmung erteilt, soweit dies nach Gesetz, Satzung oder Geschäftsordnung für den Vorstand erforderlich war. Über die Aufsichtsratssitzungen hinaus standen der Aufsichtsratsvorsitzende sowie der Vorsitzende des Prüfungsausschusses mit dem Vorstand in regelmäßigem Kontakt und haben sich über die aktuelle Entwicklung der Geschäftslage informiert.

Vorbereitend zu den Sitzungen des Plenums haben die Anteilseigner- und die Arbeitnehmervertreter in getrennten Vorgesprächen über die Themen der Tagesordnung beraten. Insgesamt fanden vier turnusgemäße und eine außerordentliche Sitzung mit einer durchschnittlichen Präsenz von mehr als 86 % statt. Die Ausschüsse tagten mit einer durchschnittlichen Präsenz von 75 %.

EFFEKTIVE ARBEIT IN DEN AUSSCHÜSSEN

Zur effektiven Wahrnehmung seiner Aufgaben hat der Aufsichtsrat vier Ausschüsse gebildet. Die Ausschüsse bereiten vom Plenum zu behandelnde Themen und Beschlüsse vor. In geeigneten Einzelfällen kann das Plenum im Rahmen der gesetzlich zulässigen Möglichkeiten Beschlusszuständigkeiten auf Ausschüsse übertragen; hiervon wurde im Jahr 2019 Gebrauch gemacht. Der Aufsichtsrat wurde durch die Ausschussvorsitzenden jeweils in der anschließenden Sitzung über die Inhalte und die Ergebnisse der Sitzungen umfassend informiert. Mit Ausnahme des Prüfungsausschusses führt der Aufsichtsratsvorsitzende in allen Ausschüssen den Vorsitz. Die Zusammensetzung der Ausschüsse ist dem Kapitel „Unternehmen, Aufsichtsrat“ zu entnehmen.

Der *Personalausschuss* trat im Berichtsjahr nicht zusammen.

Der Prüfungsausschuss hielt im Berichtsjahr vier Sitzungen ab. Er befasste sich in Gegenwart des Abschlussprüfers sowie des Vorsitzenden des Vorstands und des Finanzvorstands mit den Abschlüssen und den Lageberichten für die Adler Modemärkte AG und den Konzern. Zudem gab er dem Plenum seine Empfehlung für den

Vorschlag des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung zur Wahl des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2019. Die Zwischenberichte wurden jeweils vor ihrer Veröffentlichung ausführlich erörtert. Der Abschlussprüfer berichtete über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Vorkommnisse, die sich bei der Durchführung der Abschlussprüfung bzw. der prüferischen Durchsicht des Halbjahresfinanzberichts ergeben haben. Gegenstand ausführlicher Beratungen waren die Unabhängigkeit und Qualifikation des Abschlussprüfers sowie die von ihm erbrachten zusätzlichen Leistungen. Auf Grundlage dieser Erörterungen und der eingeholten Unabhängigkeitserklärung des Abschlussprüfers erteilte er diesem den Prüfungsauftrag für das Geschäftsjahr 2019 und legte unter Berücksichtigung der Anregungen des Plenums Prüfungsschwerpunkte fest. Weiter befasste sich der Ausschuss mit den Anforderungen der Verordnung (EU) 537/2014 vom 16. April 2014 über spezifische Anforderungen an die Abschlussprüfung bei Unternehmen von öffentlichem Interesse sowie dem nationalen Abschlussprüfungsreformgesetz. In diesem Zusammenhang fasste der Ausschuss im Oktober 2019 einen Beschluss über die Billigung von Nichtprüfungsleistungen durch den Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2020. Darüber hinaus befasste sich der Prüfungsausschuss mit der Umsetzung des ab 2019 neu eingeführten Rechnungslegungsstandards IFRS 16, dem Rechnungslegungsprozess und dem Risikomanagementsystem des Unternehmens sowie der Wirksamkeit der internen Revision und des internen Kontrollsystems. Im Rahmen seiner Überwachungsaufgaben ließ sich der Prüfungsausschuss sowohl von der Risikobeauftragten als auch von der Leiterin der Revision über die Schwerpunkte und Ergebnisse der durchgeführten Prüfungen sowie über die Organisation und die Prüfungsvorgaben berichten. Zudem informierte der Compliance Officer über die Compliance des Unternehmens.

Der *Nominierungsausschuss* musste im Berichtsjahr nicht zusammentreten.

Der gesetzlich zu bildende *Vermittlungsausschuss* (§ 27 Abs. 3 MitbestG) musste im Berichtsjahr nicht zusammentreten.

SITZUNGEN UND BESCHLÜSSE DES AUFSICHTSRATSPLENUMS

Gegenstand regelmäßiger Beratungen im Plenum waren die Umsatz-, Ergebnis- und Beschäftigungsentwicklung der Adler Modemärkte AG und des Konzerns, die Finanzlage sowie die Warenbeschaffung und der Stand der Effizienzsteigerungsmaßnahmen. Der Aufsichtsrat wurde vom Vorstand regelmäßig und umfassend über die Unternehmensplanung, die strategische Weiterentwicklung, den Gang der Geschäfte sowie die aktuelle Lage des Konzerns unterrichtet.

Am 19. Februar 2019 fand eine außerordentliche Sitzung statt. Neben der aktuellen Geschäftsentwicklung war wesentlicher Gegenstand die Prüfung und Billigung des vom Vorstand aufgestellten Budgets für das Geschäftsjahr 2019 und die Vorstellung einer Mehrjahresplanung durch den Vorstand.

Schwerpunkte der Bilanzsitzung am 11. März 2019 waren der Jahres- und Konzernabschluss zum 31. Dezember 2018, der Lage- und Konzernlagebericht sowie der Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen. Darüber hinaus befasste sich der Aufsichtsrat mit der Tagesordnung für die Hauptversammlung 2019 einschließlich der Beschlussvorschläge, dem Bericht des Aufsichts-

rats und des Geschäftsberichts 2018 einschließlich des darin enthaltenen Corporate Governance Berichts. Das Plenum beriet sich zu den Investitionen der Gesellschaft im laufenden Geschäftsjahr und befasste sich zudem mit den aktuellen Finanzkennzahlen.

Im Wege eines Beschlusses außerhalb einer Sitzung entschied der Aufsichtsrat über die Prüfung des Nachhaltigkeitsberichts. So hat die Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2018 im Nachgang zum Jahres- und Konzernabschluss einen gesonderten nichtfinanziellen Bericht nach § 289b Absatz 3 HGB und § 315b Absatz 3 HGB außerhalb des Lageberichts erstellt. Dieser wurde in Form eines gesonderten Nachhaltigkeitsberichts vom Vorstand aufgestellt, vom Aufsichtsrat geprüft und ohne Einwendungen zu erheben, genehmigt.

Wesentliche Inhalte der Sitzung des Aufsichtsrats vom 7. Mai 2019 waren die aktuellen Finanzkennzahlen der Gesellschaft, des ADLER-Onlineshops und der Tochtergesellschaften sowie dem Status des im Geschäftsjahr 2019 bekanntgemachten Standortoptimierungsprogramms. In diesem Zusammenhang traf das Plenum auch Beschlüsse zu geplanten zustimmungspflichtigen Geschäften. Weiter befasste sich der Aufsichtsrat mit der Prüfung der Umsetzung der Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) und beschloss über die Abgabe einer neuen Entsprechenserklärung von Vorstand und Aufsichtsrat gemäß § 161 AktG.

Eine weitere ordentliche Sitzung des Aufsichtsrats fand am 31. Juli 2019 statt. Neben der Berichterstattung des Vorsitzenden des Prüfungsausschusses zum Halbjahresfinanzbericht und der im Rahmen einer prüferischen Durchsicht ergangenen Prüfungsergebnisse hierzu setzte sich das Plenum mit der Entwicklung des Onlinegeschäfts

auseinander. Zudem befasste sich der Aufsichtsrat mit dem aktuellen Stand der Maßnahmen des Standortoptimierungsprogramms einschließlich neuer Konzepte und Standortneueröffnungen in Österreich.

Wesentliche Inhalte der Sitzung am 11. Dezember 2019 waren die intensive Befassung mit der aktuellen Geschäftsentwicklung der Gesellschaft sowie die Prüfung und Billigung des vom Vorstand aufgestellten Budgets für das Geschäftsjahr 2020 und die Vorstellung einer Mehrjahresplanung durch den Vorstand. In diesem Zusammenhang erteilte der Aufsichtsrat nach ausführlicher Erörterung dem Vorstand seine Zustimmung zu verschiedenen Maßnahmen und Geschäften. Darüber hinaus befasste sich der Aufsichtsrat mit der Berichterstattung des Vorsitzenden des Prüfungsausschusses zum Quartalsfinanzbericht und den Prüfungsfeststellungen und -ergebnissen des Ausschusses zur Wirksamkeit des internen Kontrollsystems sowie der internen Revision. Weitere Themen waren die Auswertung der Ergebnisse der jährlichen Effizienzprüfung des Aufsichtsrats, die Berichterstattung und Beratung zu Themen aus den Bereichen Einkauf, Supply Chain Management, Marketing sowie dem Onlineshop. Auch setzte sich der Aufsichtsrat mit den Auswirkungen der bevorstehenden Änderungen durch das Gesetz zur Umsetzung der zweiten Aktionärerrechterichtlinie (ARUG II) sowie eines neuen DCGK auseinander. Mit Blick auf die Vorstandsvergütung und die darauf bezogenen Berichterstattungspflichten gelangte der Aufsichtsrat zu der Auffassung, dass er eine 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. Darüber hinaus beschloss das Plenum über die Abgabe einer neuen Entsprechenserklärung von Vorstand und Aufsichtsrat gemäß § 161 AktG.

CORPORATE GOVERNANCE UND ENTSPRECHENSERKLÄRUNG

Der Aufsichtsrat hat sich mit den Inhalten des Deutschen Corporate Governance Kodex intensiv befasst. Nachdem Vorstand und Aufsichtsrat am 8. Mai 2018 eine Entsprechenserklärung abgegeben hatten, beschlossen der Vorstand und der Aufsichtsrat jeweils am 7. Mai und 11. Dezember 2019, eine aktualisierte Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG abzugeben. Diese wurden auf der Internetseite des Unternehmens dauerhaft zugänglich gemacht. Demnach entspricht die Gesellschaft den Empfehlungen des Kodex seit dem 11. Dezember 2019 bis auf vier Ausnahmen und wird dies auch künftig tun.

Wie bereits dargelegt, zeichnete sich die Arbeit des Aufsichtsrats im Berichtsjahr durch eine hohe Sitzungspräsenz der Mitglieder aus, die für das Plenum und die Ausschüsse insgesamt mehr als 83 % betrug. Mit Ausnahme der Mitglieder Cosimo Carbonelli D'Angelo und Giorgio Mercogliano hat kein Mitglied des Aufsichtsrats nur an der Hälfte oder weniger der Sitzungen des Aufsichtsrats und der Ausschüsse, denen es angehört, teilgenommen. Neben ihrer Funktion als Organmitglieder und den im Anhang des Jahres- bzw. Konzernabschlusses beschriebenen Geschäften und Rechtsbeziehungen zu nahestehenden Personen stehen die Aufsichtsratsmitglieder in keinen sonstigen Rechtsbeziehungen zur Gesellschaft. Das Aufsichtsratsmitglied Paola Viscardi-Giazzi steht in beruflichen oder vertraglichen Verbindungen zu Gesellschaften, die verbundene Unternehmen der S&E Kapital GmbH, München, sind. Gleiches gilt für Kirsten Fox, die Partnerin von Kantenwein Zimmermann Fox Kröck & Partner Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschaftsprüfer ist und Dienstleistungen gegenüber der S&E Kapital GmbH erbringt. Daher sind diese zwei Aufsichtsratsmitglieder auch den Interessen dieser Gesellschaften verpflichtet. Die Interessen dieser Unternehmen könnten nicht identisch sein mit

den Interessen der Adler Modemärkte AG, so dass sich daraus in Einzelfällen Konflikte ergeben könnten. Davon abgesehen bestanden keine Anhaltspunkte für Interessenskonflikte von Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern in Bezug auf ihre Verpflichtungen gegenüber der Adler Modemärkte AG.

Die Corporate Governance des Unternehmens wird über diesen Bericht hinaus im Geschäftsbericht unter dem Kapitel „Unternehmen, Corporate Governance Bericht“ dargestellt. Dieser Bericht wurde gemeinsam von Vorstand und Aufsichtsrat abgegeben und enthält zudem den vollständigen Wortlaut der Entsprechenserklärung vom 11. Dezember 2019 einschließlich der Erläuterungen zu den vier Abweichungen von den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex.

PRÜFUNG VON JAHRES- UND KONZERNABSCHLUSS

Die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, hat den vom Vorstand nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften aufgestellten Jahresabschluss und den Konzernabschluss der Adler Modemärkte AG zum 31. Dezember 2019 sowie den mit dem Lagebericht zusammengefassten Konzernlagebericht geprüft und jeweils mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Der Konzernabschluss wurde nach den internationalen Rechnungslegungsstandards IFRS, wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften aufgestellt.

Der vom Vorstand vorgelegte Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen für das Geschäftsjahr 2019 war ebenfalls Gegenstand der Prüfung durch den Abschlussprüfer. Der Bericht

über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen des Vorstands wurde mit folgendem uneingeschränktem Vermerk versehen: „Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass 1. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind, 2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war.“

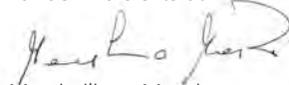
Die genannten Unterlagen und der Vorschlag des Vorstands für die Verwendung des Bilanzgewinns sind vom Vorstand rechtzeitig an den Aufsichtsrat verteilt worden. In seiner Sitzung am 3. März 2020 hat sich zunächst der Prüfungsausschuss eingehend mit den genannten Unterlagen befasst. In der Sitzung am 11. März 2020 wurden im Plenum sodann die genannten Vorlagen des Vorstands intensiv erörtert und geprüft, nachdem der Ausschussvorsitzende über die Sitzung des Prüfungsausschusses berichtet hatte. An beiden Sitzungen nahmen Vertreter des Abschlussprüfers teil und berichteten über wesentliche Ergebnisse der Prüfung. Festgestellt wurde auch, dass keine wesentlichen Schwächen des internen Kontrollsystems und des Risikofrüherkennungssystems bezogen auf den Rechnungslegungsprozess vorliegen. Zudem beantworteten die Vertreter des Abschlussprüfers Fragen der Aufsichtsratsmitglieder und bestätigten, dass das vom Vorstand eingerichtete Risikofrüherkennungssystem geeignet ist, den Fortbestand der Gesellschaft gefährdende Entwicklungen frühzeitig zu erkennen. Der Abschlussprüfer ging ferner auf den Umfang und die Kosten

sowie die vom Prüfungsausschuss festgelegten Schwerpunkte der Abschlussprüfung ein. Nach Prüfung und Diskussion des Jahresabschlusses, des Konzernabschlusses, des Lage- und Konzernlageberichts sowie des Berichts des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen im Prüfungsausschuss und eigener Prüfung im Aufsichtsrat sind keine Einwendungen zu erheben. Der Aufsichtsrat hat dem Ergebnis der Prüfung durch den Abschlussprüfer zugestimmt und den Jahresabschluss und Konzernabschluss einstimmig gebilligt. Der Jahresabschluss ist damit festgestellt. Insoweit schloss sich der Aufsichtsrat im Rahmen der Feststellung des Jahresabschlusses dem Vorschlag des Vorstands, keine Dividende auszuschütten, an.

Der Aufsichtsrat dankt den aktuellen Mitgliedern des Vorstands, allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie den Arbeitnehmervertretungen der Adler Modemärkte AG für ihre im zurückliegenden, von einem erneut sehr herausfordernden Marktumfeld geprägten Jahr geleistete Arbeit.

Haibach, den 11. März 2020

Für den Aufsichtsrat



Massimiliano Monti

Vorsitzender

AUFSICHTSRAT

Massimiliano Monti ^{1*, 2, 3*, 4*} *Mailand, Italien,*
Vorsitzender des Aufsichtsrats, Partner Equinox S.A.

Majed Abu-Zarur ^{1, 2, 4} *Viernheim,*
Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats,
Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats 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.

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.

Paola Viscardi-Giazzi ² *Dortmund,*
Vorstand Steilmann Holding AG i.I.

Jürgen Vogt ² *Essen,*
Verkaufsleiter Adler Modemärkte AG

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

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

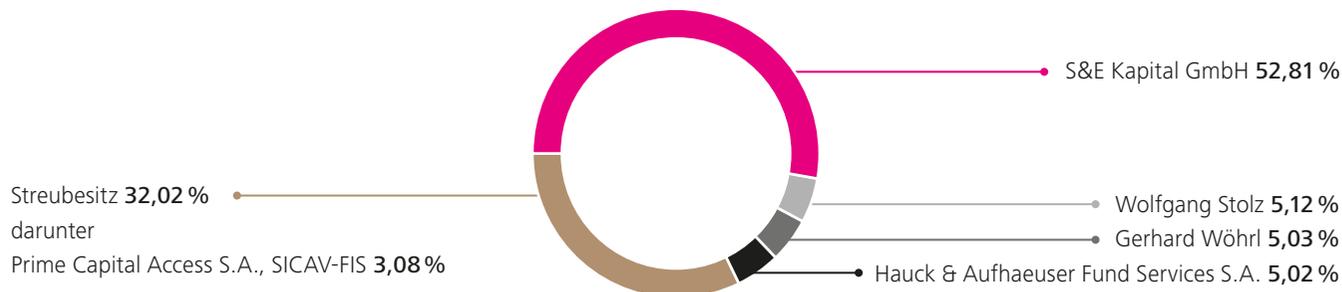
ADLER-AKTIE

Die ADLER-Aktie wird seit dem 22. Juni 2011 im regulierten Markt an der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelt. Das Grundkapital der Adler Modemärkte AG ist in 18.510.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von € 1,00 je Aktie eingeteilt. Die ADLER-Aktien sind zum Handel im regulierten Markt sowie im Teilbereich mit weiteren Zulassungs-folgepflichten (Prime Standard) zugelassen. Die Aktie ist in mehreren Indizes der Deutschen Börse AG enthalten, darunter der CDAX, der Classic All Share, der DAXsector Consumer sowie der DAX Subsector Clothing & Footwear. Ihr Handelskürzel an der Börse lautet ADD, bei Reuters ist sie unter dem Code ADDG.DE notiert.

ENTWICKLUNG DER ADLER-AKTIE

Die ADLER-Aktie konnte das Jahr 2019 mit einem Plus von 18,2 % abschließen. Kursvolatilitäten an den Börsen wurden 2019 insbesondere durch den anhaltenden Handelskonflikt zwischen den USA und China, die Verzögerungen rund um den Brexit sowie eine schwächelnde Konjunktur und gestiegene Rezessionsängste verursacht. Dennoch war 2019 insgesamt ein starkes Börsenjahr. Dabei profitierten die Aktienmärkte von einer weiterhin expansiven Geldpolitik der Notenbanken und positiven Unternehmensergebnissen. Trotz des für textile Einzelhändler weiterhin schwierigen Marktumfeldes und des vom TW-Testclub des Fachmagazins Textilwirtschaft ermittelten Umsatzrückgangs im stationären Textileinzel-

AKTIONÄRSSTRUKTUR*



* meldepflichtige Bestände, Stand 31. Dezember 2019

handel von 2 % im Jahr 2019, konnte die ADLER-Aktie auf Jahres-sicht ein deutliches Plus verbuchen. Ausgehend vom Jahresendkurs 2018 von € 3,18 stieg die Aktie im Verlauf des Jahres auf € 3,76 am 30. Dezember 2019. Zu Beginn des Jahres bewegte sich der Titel im Vergleich zur negativen Entwicklung im Jahr 2018 zunächst aufwärts und entwickelte sich kurzzeitig sogar besser als der DAX. Die ADLER-Aktie gab dann bis Ende Juni leicht nach und schloss am 5. Juli 2019 mit € 2,94 den Handel auf ihrem niedrigsten Stand des

Jahres 2019. Die Bekanntgabe der Halbjahresergebnisse Ende Juli stabilisierte den Aktienkurs. Im weiteren Verlauf entwickelte sich die ADLER-Aktie seitwärts bevor sie sich ab Mitte Oktober kontinuierlich aufwärts bewegte bis zu einem Höchststand von € 4,04 am 21. November 2019. Nach leichten, daraufhin zu verzeichnenden Rückgängen stabilisierte sich der Kurs auf einem im Vergleich zum Jahresanfang höheren Niveau und verzeichnete auf Jahressicht einen Kursgewinn von 18,2 %.

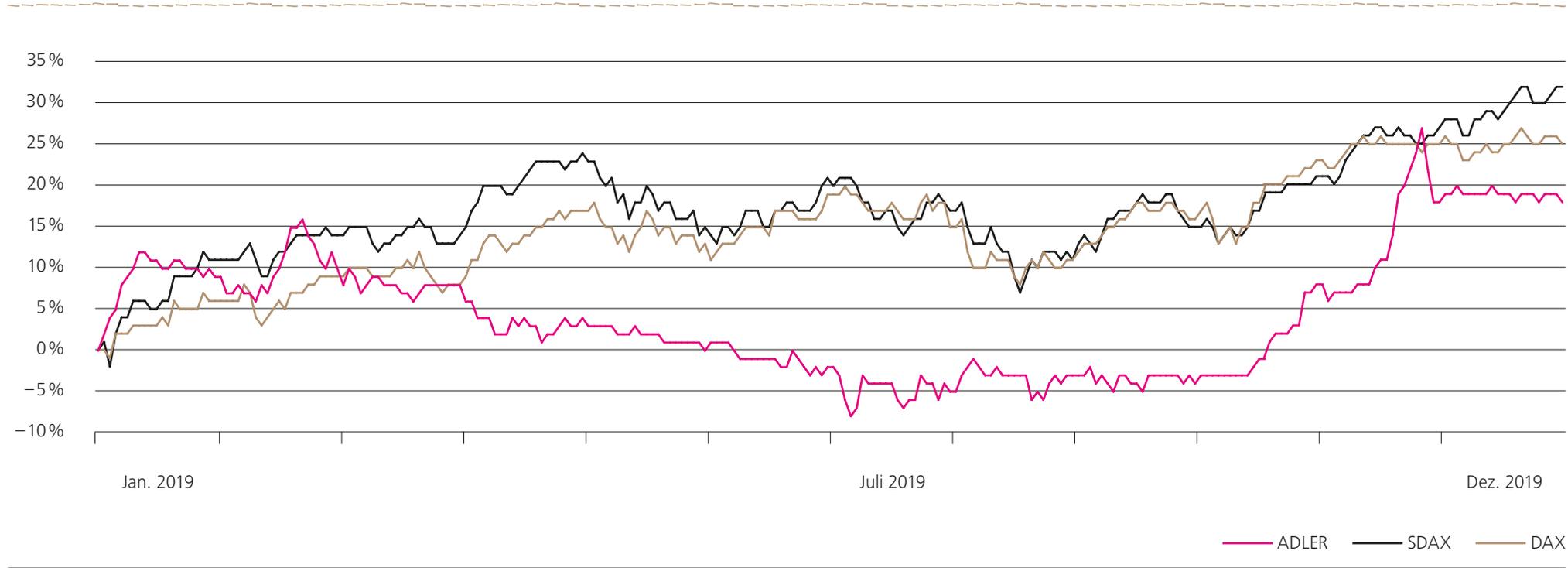
ADLER-AKTIENKURS IM VERGLEICH ZU DAX UND SDAX

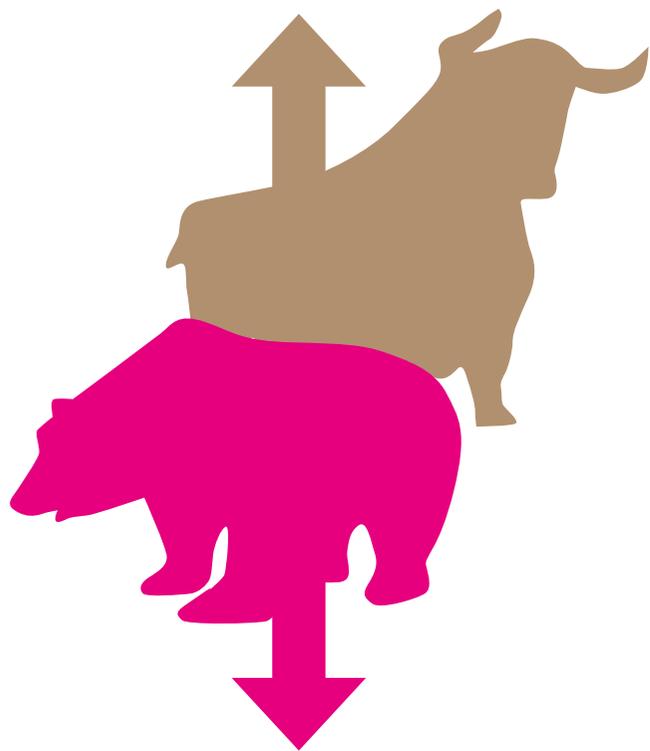
Der deutsche Aktienmarkt wies 2019 eine sehr gute Wertentwicklung auf – trotz eines nicht einfachen fundamentalen Umfelds, dass von Unsicherheiten wie dem Handelsstreit zwischen den USA und China, dem ungeklärten Brexit sowie von einer schwächeren globalen Wirtschaftsentwicklung und Rezessionsängsten in Deutschland

geprägt war. Nach einer massiven Korrektur zum Jahresende 2018 startete der deutsche Aktienmarkt zum Jahresbeginn 2019 – der DAX lag bei 10.580 und der SDAX bei 9.569 Punkten – nur leicht über dem Niveau von Ende 2018. Das niedrigere Ausgangsniveau beider Indizes sowie die weiterhin expansive Geldpolitik der Notenbanken und die positiven Unternehmensergebnisse waren ausschlaggebend für die im Jahr 2019 überaus starke Entwicklung der deutschen Aktienindizes. Der DAX schloss am 30. Dezember 2019 bei

13.249 Punkten, was einem Plus von 25,5% im Jahresverlauf 2019 entspricht. Während sich der SDAX 2019 um 31,6% verbesserte und den Handel bei 12.512 Punkten beendete, konnte die ADLER-Aktie im gleichen Zeitraum einen Kursanstieg von 18,2% verzeichnen und schloss bei €3,76. Während sich die Aktie im ersten Quartal besser als der DAX entwickelte, kehrte sich dieses Verhältnis im Verlauf des Jahres um, ehe gegen Ende des Jahres wieder eine Annäherung an die DAX- und SDAX-Entwicklung zu verzeichnen war.

ADLER-AKTIE IM VERGLEICH ZU DAX UND SDAX (INDEX 30. DEZEMBER 2018 = 100)





DIVIDENDENZAHLUNG

Vorstand und Aufsichtsrat der Adler Modemärkte AG sind bestrebt, die Aktionäre der Adler Modemärkte AG angemessen am Gewinn des Unternehmens teilhaben zu lassen. Im vergangenen Jahr musste ADLER jedoch angesichts des ausgewiesenen Jahresfehlbetrags für das Geschäftsjahr 2018 auf den Vorschlag einer Dividendenzahlung verzichten; auch, um die Finanzierung des zukünftigen Wachstums aus eigener Kraft abbilden zu können. Entsprechend wurde 2019 für das Geschäftsjahr 2018 keine Dividende an die Aktionäre ausgezahlt.

INVESTOR RELATIONS

Der Vorstand der Adler Modemärkte AG hat seinen aktiven und offenen Dialog mit Investoren, Analysten und Wirtschaftsmedien im Berichtsjahr fortgeführt. Ziel der intensiven Investor-Relations-Arbeit von Vorstand und IR-Abteilung ist es, den Bekanntheitsgrad von ADLER weiter zu steigern und die unterschiedlichen Zielgruppen über die Geschäftsentwicklung, die Geschäftspolitik sowie die Strategien und Ziele des Managements zu informieren. Durch diese

Transparenz möchte der Vorstand zu einer angemessenen Bewertung der Aktie und einer ausreichenden Liquidität an der Börse beitragen. Ein Höhepunkt war der Anfang Mai 2019 am Firmensitz in Haibach veranstaltete Capital Markets Day, bei dem das Führungsteam der Adler Modemärkte AG die Fortschritte der ADLER „Strategie 2020“ erläuterte und neben einem Rundgang durch die neugestaltete ADLER-Filiale am Standort für Fragen und für Diskussionen zur Verfügung stand. Wie auch in den Vorjahren war das Unternehmen auf dem „ODDO BHF Forum“ in Lyon, auf der Baader Investment Conference in München sowie auf dem Eigenkapitalforum in Frankfurt präsent. Darüber hinaus fanden auch im Jahr 2019 zahlreiche Einzelgespräche mit Analysten und Investoren statt.

DESIGNATED SPONSORS

Im Geschäftsjahr 2019 waren die Baader Bank und M.M. Warburg & CO mit dem Designated Sponsoring für die ADLER-Aktie betraut. Insgesamt beobachteten und analysierten fünf Investmenthäuser die Adler Modemärkte AG und fertigten Berichte über die Entwicklung des Unternehmens an: Baader Bank, Kepler Cheuvreux, Warburg Research, Pareto Securities und Sphene Capital.

CORPORATE GOVERNANCE BERICHT

Wirkungsvolle Corporate Governance, die hohen Werten und Standards entspricht, ist bei ADLER Teil des Selbstverständnisses. Dabei steht Corporate Governance für eine verantwortungsvolle, transparente und auf nachhaltige Wertschöpfung ausgelegte Führung und Kontrolle des Unternehmens. Seit der Börsennotierung im Juni 2011 steht sie aber auch für effiziente Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat, die Achtung der Aktionärs- und Mitarbeiterinteressen sowie Respekt vor den grundlegenden Werten und Anliegen der Gesellschaft. Offenheit und Transparenz der Unternehmenskommunikation sind ebenfalls Aspekte guter Corporate Governance und gelten für sämtliche Bereiche des Unternehmens. Mit der Befolgung und Weiterentwicklung dieser Grundsätze will ADLER das Vertrauen von Mitarbeitern, Aktionären, Investoren sowie der Öffentlichkeit in das Unternehmen fortwährend stärken. Im Folgenden berichten Vorstand und Aufsichtsrat gemeinsam gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 7. Februar 2017 über Maßnahmen und Umsetzung im Geschäftsjahr 2019.

UMSETZUNG DES DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX

Als deutsche, im Teilbereich Prime Standard des regulierten Marktes der Frankfurter Wertpapierbörse notierte Aktiengesellschaft orientiert sich ADLER im Hinblick auf Corporate Governance maßgeblich an den im Inland geltenden Gesetzen sowie den Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK). Im Geschäftsjahr 2019 haben sich Vorstand und Aufsichtsrat erneut intensiv mit den Vorgaben des in 2019 unverändert gebliebenen Kodex in dessen am 7. Februar 2017 beschlossener und am 24. April 2017 bekannt gemachter Fassung befasst. Dabei waren in 2019 unter anderem die Empfehlungen zur Vorstandsvergütung, die Zusammensetzung des Aufsichtsrats, die Berücksichtigung der Eigentümerstruktur sowie die Diversity im Unternehmen Gegenstand der Beratungen im Aufsichtsrat. 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 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.

Nachdem Vorstand und Aufsichtsrat am 8. Mai 2018 eine Entsprechenserklärung abgegeben hatten, erfolgten am 7. Mai 2019 sowie am 11. Dezember 2019 Aktualisierungen der Entsprechenserklärung, die auf der Internetseite von ADLER veröffentlicht und am Ende dieses Berichts enthalten ist. Danach befolgt die Adler Modemärkte AG seit dem 11. Dezember 2019 bis auf vier Ausnahmen sämtliche Empfehlungen des Kodex (siehe Entsprechenserklärung).

VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Vorstand und Aufsichtsrat von ADLER arbeiten zum Wohle des Unternehmens eng zusammen und stehen in regelmäßigem Kontakt. Ein intensiver Dialog zwischen beiden Gremien ist die Basis für eine effiziente Unternehmensführung. Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen bedeutsamen Fragen. Dazu gehören die Geschäftsentwicklung, die Planung, die Risikosituation, das Risikomanagement, die Einhaltung der Compliance-Richtlinien sowie etwaige Abweichungen der Geschäftsentwicklung von der ursprünglichen Planung. Der Aufsichtsrat hat die Berichtspflichten des Vorstands über die gesetzlichen Verpflichtungen hinausgehend konkretisiert. Ferner findet ein regelmäßiger Informationsaustausch zwischen dem Vorstandsvorsitzenden und dem Aufsichtsratsvorsitzenden statt.

Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt, bei der Zusammensetzung des Aufsichtsrats und des Vorstands sowie bei

der Besetzung von Führungsfunktionen auf Vielfalt und eine angemessene Berücksichtigung von Frauen zu achten.

Der *Vorstand* der Adler Modemärkte AG besteht derzeit aus drei männlichen Mitgliedern. Der Aufsichtsrat hat bei seinen bisherigen Entscheidungen stets die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex berücksichtigt. Er wird im Rahmen der Tätigkeit des Personalausschusses auch weiterhin unter Berücksichtigung der Unternehmensinteressen und -verhältnisse sowie der gemäß § 111 Abs. 5 AktG zum zweiten Mal festgelegten und in der Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f Abs. 2 Nr. 4 HGB a. F. wiedergegebenen Zielgröße und Frist für deren Erreichung auf größtmögliche Vielfalt sowie eine angemessene Berücksichtigung von Frauen achten.

Es gehört seit jeher zum Grundverständnis des ADLER-Vorstands, bei der Besetzung von *Führungsfunktionen* im Unternehmen neben der fachlichen Qualifikation auch auf eine größtmögliche Vielfalt sowie angemessene Berücksichtigung von Frauen zu achten. So erfolgten auch im Geschäftsjahr 2019 getroffene Personalentscheidungen unter Beachtung dieses Grundverständnisses. Weil Vielfalt Chancen bedeutet, wird der ADLER-Vorstand dieses Prinzip auch künftig im Rahmen der gemäß § 76 Abs. 4 AktG wieder festgelegten und in der Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f Abs. 2 Nr. 4 HGB a.F. wiedergegebenen Zielgrößen und Fristen berücksichtigen.

Der aus insgesamt zwölf Personen bestehende *Aufsichtsrat* ist gemäß dem deutschen Mitbestimmungsgesetz zu gleichen Teilen mit Vertretern der Aktionäre und der Arbeitnehmer besetzt. Dem Aufsichtsrat gehört nach eigener Einschätzung eine angemessene Zahl unabhängiger Mitglieder an. Die Mitglieder sollen über sich ergänzende berufliche Erfahrungen und Fähigkeiten verfügen, um ihre

Aufgaben ordnungsgemäß zu erfüllen. Die Mitglieder sind in ihrer Gesamtheit auch mit dem Sektor, in dem die Gesellschaft tätig ist, vertraut. Jedoch sieht der Aufsichtsrat auch weiterhin davon ab, konkrete Ziele hinsichtlich seiner Zusammensetzung zu nennen, da dies die Flexibilität des Aufsichtsrats bei der Suche nach Kandidaten mit der erforderlichen Kompetenz und Erfahrung zu stark einschränken würde. Aus demselben Grund verzichtet die Gesellschaft auch auf die Festlegung einer Altersgrenze für Mitglieder des Aufsichtsrats sowie eine Regelgrenze für die Zugehörigkeitsdauer zum Aufsichtsrat. Der Aufsichtsrat hat jedoch am 8. Mai 2018 ein Kompetenzprofil für das Gesamtgremium verabschiedet, das künftig bei Wahlvorschlägen des Aufsichtsrats berücksichtigt werden wird. Die derzeitige Zusammensetzung des Aufsichtsrats wird den Anforderungen aus Gesetz und Satzung gerecht. Der Frauenanteil im Aufsichtsrat entspricht mit einem Drittel den Vorgaben des § 96 Absatz 2 AktG.

Informationen über die Aufgabenbereiche sowie Lebensläufe der Organmitglieder sind auf der Internetseite des Unternehmens in der Rubrik Investor Relations/Unternehmen/Organe verfügbar. Die Vergütung der Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder finden Sie im Kapitel „Vergütungsbericht“, der Bestandteil des Lageberichts ist.

VERMEIDUNG VON INTERESSENSKONFLIKTEN

Die Verpflichtung auf das Unternehmensinteresse in Ausübung ihrer Organtätigkeit gilt sowohl für die Mitglieder des Vorstands als auch des Aufsichtsrats. Demnach dürfen bei Entscheidungen weder persönliche Interessen verfolgt noch Dritten gegenüber Vorteile gewährt werden. Im Geschäftsjahr 2019 hat es keine dem Aufsichtsrat unverzüglich offenzulegenden Interessenkonflikte gegeben. Geschäfte zwischen der Gesellschaft und ihren Organen so-

wie nahestehenden Angehörigen haben stets einem Drittvergleich standzuhalten und bedürfen bei Überschreitung einer Wesentlichkeitsschwelle der Zustimmung des Aufsichtsrats. Im Geschäftsjahr 2019 erbrachte kein Aufsichtsratsmitglied gesonderte Beratungs- oder sonstige Dienstleistungen an die Gesellschaft.

Die von den Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern wahrgenommenen Mandate in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten bzw. vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen können dem Anhang zum Konzernabschluss entnommen werden. Demnach nimmt derzeit ein Vorstandsmitglied ein Aufsichtsratsmandat in konzernexternen, börsennotierten Gesellschaften oder in Aufsichtsgremien von konzernexternen Gesellschaften wahr. Die Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen sind im Anhang des Konzernabschlusses dargestellt.

SELBSTBEHALT BEI DER D&O-VERSICHERUNG

Unter Berücksichtigung der gesetzlichen Vorgaben des § 93 Absatz 2 Satz 3 AktG hat die Gesellschaft für ihre Organe eine Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung (sogenannte D&O-Versicherung) abgeschlossen. Der darin vorgesehene, angemessene Selbstbehalt ist für Mitglieder des Vorstands und auch für Mitglieder des Aufsichtsrats vereinbart worden.

MELDEPFLICHTIGE WERTPAPIERGESCHÄFTE UND AKTIENBESITZ

Personen, die Führungsaufgaben wahrnehmen, sowie in enger Beziehung zu ihnen stehende Personen im Sinne der Marktmiss-

brauchsverordnung (MMVO), zu denen insbesondere Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats zählen, sind nach Art. 19 MMVO verpflichtet, meldepflichtige Geschäfte insbesondere mit Anteilen oder Schuldtiteln der Adler Modemärkte AG oder damit verbundener Derivate oder anderen damit verbundenen Finanzinstrumenten offenzulegen, wenn der Wert der Geschäfte innerhalb eines Kalenderjahres die Summe von 5.000 € (ab dem 1. Januar 2020: 20.000 €) erreicht oder übersteigt. Der Gesellschaft wurden für das Geschäftsjahr 2019 keine Geschäfte gemeldet. Detailangaben darüber sind auf der ADLER-Website veröffentlicht.

Neben den aktienbezogenen Vergütungsanteilen der Vorstandsbezüge, über die im Vergütungsbericht ausführlich berichtet wird, gewährt die Gesellschaft derzeit keine weiteren wertpapierorientierten Anreizsysteme.

AKTIONÄRE UND HAUPTVERSAMMLUNG

Die Aktionäre der Adler Modemärkte AG nehmen ihre Rechte in der Hauptversammlung der Gesellschaft wahr, in der jede ADLER-Aktie eine Stimme gewährt. Die ordentliche Hauptversammlung findet einmal jährlich statt und dient der umfassenden Information der Aktionäre. Ihr Stimmrecht können die Anteilseigner in der Hauptversammlung entweder selbst ausüben oder durch einen Bevollmächtigten ihrer Wahl oder einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter der Gesellschaft ausüben lassen. Zudem konnten die Aktionäre im Rahmen der Hauptversammlung 2019 ihre Stimme – ohne Bevollmächtigung eines Vertreters – schriftlich durch Briefwahl abgeben. Ferner stehen alle wesentlichen Informationen und Dokumente zur Hauptversammlung rechtzeitig auf der Internetseite von ADLER zur Verfügung.

KONTROLL- UND RISIKOMANAGEMENT

Eine professionelle Unternehmensführung nach guter Corporate Governance beinhaltet für ADLER auch ein kontinuierliches und systematisches Management von unternehmerischen Chancen und Risiken. Dabei trägt ein vom Vorstand sicherzustellendes Risikomanagement und Risikocontrolling wesentlich dazu bei, dass Risiken frühzeitig erkannt und bewertet werden. So können Risikopositionen wirksam reduziert und gesteuert werden. Der vom Aufsichtsrat eingerichtete Prüfungsausschuss befasst sich neben der Überwachung der Rechnungslegung, des Rechnungslegungsprozesses und der Abschlussprüfung auch regelmäßig mit der Wirksamkeit des internen Kontroll-, Risikomanagement- und Revisionssystems sowie der Compliance. Die Systeme werden kontinuierlich weiterentwickelt und sich ändernden Rahmenbedingungen angepasst. Einzelheiten können interessierte Aktionäre dem Risikobericht entnehmen.

CORPORATE COMPLIANCE ALS LEITUNGS-AUFGABE DES VORSTANDS

Corporate Compliance als Maßnahme zur Einhaltung von gesetzlichen und behördlichen Vorschriften aber auch unternehmensinternen Richtlinien sieht ADLER als Leitungs- und Überwachungsaufgabe. Mit dem erstmals im Jahr 2016 veröffentlichten Nachhaltigkeitsbericht untermauert die Gesellschaft ihre Verpflichtung zu sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit. Darüber hinaus beinhaltet Corporate Compliance auch die Beachtung der Vorschriften des Kapitalmarkt-, Korruptions- und Kartellrechts. ADLER hat das Verständnis von Corporate Compliance in seinen Geschäfts- und Verhaltensgrundsätzen (Code of Conduct) zusam-

mengefasst. Der konzernweit implementierte Code of Conduct ist auf der ADLER-Website einsehbar. Diese Grundsätze zur Vermeidung von Korruption, Wettbewerbs- und Kartellrechtsverstößen haben jedoch auch den korrekten und respektvollen Umgang mit Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten und Unternehmenseigentum zum Inhalt. Basierend auf den bestehenden Grundsätzen wurde und wird das Verständnis von Corporate Compliance im Unternehmen durch regelmäßige Mitarbeiterschulungen gefördert. Daneben tragen auch Überprüfungen und Risikoanalysen sowie die nachhaltige Umsetzung erkannter Themen zur positiven Weiterentwicklung der Corporate Compliance bei. Unterstützt wird das Programm durch ein Hinweisgebersystem, welches die Mitarbeiter ermutigt, ihre Anliegen offen anzusprechen und auf Umstände hinzuweisen, die auf eine Verletzung von Gesetzen oder internen Richtlinien hindeuten.

RECHNUNGSLEGUNG UND ABSCHLUSSPRÜFUNG

Der Konzernabschluss und die Quartalsberichte von ADLER werden nach den *International Financial Reporting Standards (IFRS)* aufgestellt, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Der gesetzlich vorgeschriebene Einzelabschluss der Adler Modemärkte AG wird nach den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuches (HGB), soweit anwendbar unter Nutzung der Übergangsvorschriften des Gesetzes zur Umsetzung der zweiten Aktionärsrichtlinie (ARUG II), erstellt. Für das Berichtsjahr hat der Aufsichtsrat mit dem Abschlussprüfer PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, vereinbart, dass der Vorsitzende des Prüfungsausschusses über während der Prüfung auftretende mögliche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe sofort unterrichtet wird, soweit diese nicht unverzüglich

beseitigt werden können. Der Abschlussprüfer hat unverzüglich über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Feststellungen und Vorkommnisse zu berichten, die bei der Durchführung der Abschlussprüfung zu seiner Kenntnis gelangen. Außerdem hat der Abschlussprüfer den Aufsichtsrat zu informieren bzw. es im Prüfungsbericht zu vermerken, wenn er bei Durchführung der Abschlussprüfung Tatsachen feststellt, die eine Unrichtigkeit in der von Vorstand und Aufsichtsrat nach § 161 AktG abgegebenen Entsprechenserklärung ergeben. Der Aufsichtsrat hat ferner eine Unabhängigkeitserklärung des Abschlussprüfers gemäß Ziffer 7.2.1 des Deutschen Corporate Governance Kodex eingeholt. Die gesetzlichen Vorgaben und Rotationsverpflichtungen aus den §§ 319 und 319a HGB werden erfüllt.

TRANSPARENTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

ADLER sieht sich auch weiterhin in seinem Anspruch bestärkt, mit zeitnaher, umfassender und regelmäßiger Information über die Lage des Unternehmens sowie die wesentlichen geschäftlichen Veränderungen größtmögliche Transparenz zu gewährleisten. Nur so lässt sich das bislang gewonnene Vertrauen der Investoren und Kapitalgeber sowie der Medien und interessierten Öffentlichkeit in ADLER langfristig sicherstellen. Mit dem Ziel in noch engerer Verbindung mit dem Kapitalmarkt zu stehen, forcierte ADLER auch in 2019 die Weiterentwicklung der Investor-Relations-Tätigkeit. Darüber hinaus erfolgt weiterhin ein intensiver Dialog bei Analysen- und Investorenkonferenzen sowie im Rahmen von Telefon-

konferenzen und Roadshows. Sie finden regelmäßig zum Jahresabschluss, bei der Veröffentlichung von Zwischenberichten sowie aus aktuellen Anlässen statt. Zudem veröffentlicht das Unternehmen die hierzu vorbereiteten Präsentationen auf der Internetseite von ADLER.

Die Informationen über aktuelle Entwicklungen des ADLER-Konzerns sowie alle Publikationen stehen den Aktionären und potenziellen Anlegern im Internet unter www.adlermode-unternehmen.com zur Verfügung. In der Rubrik „Investor Relations“ werden unter „News & Mitteilungen“ sämtliche Presse- und Ad-hoc-Mitteilungen der Adler Modemärkte AG in deutscher und englischer Sprache publiziert. Neben Ad-hoc-Meldungen gemäß Art. 17 MMVO gewährleistet ADLER durch die Bereitstellung von Presseinformationen, Mitteilungen über Stimmrechtsänderungen und meldepflichtige Eigengeschäfte von Führungspersonen eine transparente und zeitgleiche Informationspolitik. Die Satzung der Gesellschaft sowie Informationen zur Umsetzung der Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex sind im Bereich „Corporate Governance“ zu finden, die Konzernabschlüsse, Zwischenfinanzberichte und Präsentationen unter dem Stichwort „Berichte & Publikationen“.

Ferner bietet die ADLER-Internetseite unter der Rubrik „Finanzkalender“ umfangreiche und aktuelle Informationen über wiederkehrende Termine sowie das Datum der Hauptversammlung, die Veröffentlichungstermine der Finanzberichte und der Präsenz auf Kapitalmarktforen.

ENTSPRECHENSERKLÄRUNG

Vorstand und Aufsichtsrat der Adler Modemärkte AG haben die folgende Erklärung abgegeben:

„Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats der Adler Modemärkte Aktiengesellschaft zu den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ gemäß § 161 Aktiengesetz:

Vorstand und Aufsichtsrat der Adler Modemärkte AG erklären, dass im Zeitraum seit Abgabe der letzten Entsprechenserklärung am 7. Mai 2019 den vom Bundesministerium der Justiz am 24. April 2017 im amtlichen Teil des Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 7. Februar 2017 („Kodex“) mit den nachfolgenden Ausnahmen entsprochen wurde und zukünftig entsprochen wird:

Darstellung Vorstandsvergütung (Ziffer 4.2.5 Abs. 3 des Kodex)

Die Hauptversammlung der Gesellschaft hat am 30. Mai 2011 und 4. Mai 2016 beschlossen, auf die individualisierte Offenlegung der Vorstandsvergütung zu verzichten. Deshalb setzt die Gesellschaft auch die Empfehlungen in Ziffer 4.2.5 Abs. 3 des Kodex, die sich auf die Darstellung der Vergütung für jedes Vorstandsmitglied und die Verwendung von Mustertabellen hierfür beziehen, nicht um.

Wiederbestellung Vorstandsmitglieder**(Ziffer 5.1.2 Abs. 2 Satz 2 des Kodex)**

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat in einem Urteil vom 17. Juli 2012 (Az. II ZR 55/11) die vorzeitige Wiederbestellung nach einvernehmlicher Amtsniederlegung eines Vorstandsmitglieds früher als ein Jahr vor Ablauf der ursprünglichen Amtszeit für grundsätzlich zulässig erklärt. Dies gilt nach Ansicht des BGH grundsätzlich auch dann, wenn für diese Vorgehensweise keine besonderen Gründe vorliegen. Vor dem Hintergrund dieser Entscheidung sowie des Erfordernisses eines Beschlusses des Aufsichtsrats, der im Interesse der Gesellschaft zu handeln hat, halten wir zusätzliche Voraussetzungen („besondere Umstände“) nicht für erforderlich und erklären daher vorsorglich eine Abweichung von der Empfehlung in Ziffer 5.1.2 Abs. 2 Satz 2 des Kodex.

Zusammensetzung Aufsichtsrat**(Ziffer 5.4.1 Abs. 2 und 4 des Kodex)**

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft hat keine konkreten Ziele hinsichtlich seiner Zusammensetzung benannt; aus diesem Grund gibt es im Corporate Governance Bericht auch keine Veröffentlichung der Zielsetzung bzw. des Stands der Umsetzung sowie über die nach Einschätzung des Aufsichtsrats angemessene Zahl unabhängiger Mitglieder der Anteilseigner und deren Namen. Zwar strebt der Aufsichtsrat an, dass seine Mitglieder über verschiedene, sich ergänzende berufliche Erfahrungen und Fähigkeiten verfügen. Die Festlegung von konkreten Zielen würde allerdings nach Ansicht

des Aufsichtsrats die Flexibilität des Aufsichtsrats bei der Suche nach Kandidaten mit der erforderlichen Kompetenz und Erfahrung zu stark einschränken. Aus demselben Grund verzichtet die Gesellschaft auch auf die Festlegung einer Altersgrenze für Mitglieder des Aufsichtsrats sowie eine Regelgrenze für die Zugehörigkeitsdauer zum Aufsichtsrat. Der Aufsichtsrat hat jedoch am 8. Mai 2018 ein Kompetenzprofil für das Gesamtgremium verabschiedet, das künftig bei Wahlvorschlägen des Aufsichtsrats berücksichtigt werden wird.

Berücksichtigung der Eigentümerstruktur im Aufsichtsrat**(Ziffer 5.4.2 Satz 1, 2. Hs. des Kodex)**

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft ist paritätisch mitbestimmt. Daher gehören ihm jeweils sechs Anteilseigner- und Arbeitnehmervertreter an. Nach Einschätzung des Aufsichtsrats verfügt dieser über eine angemessene Anzahl unabhängiger Mitglieder und betrachtet seine Zusammensetzung daher als angemessen und interessen gerecht. Unter den gegebenen Umständen sieht der Aufsichtsrat daher keine Notwendigkeit, die Eigentümerstruktur bei seiner Zusammensetzung weitergehender zu berücksichtigen.

Haibach, den 11. Dezember 2019

Adler Modemärkte Aktiengesellschaft

Der Vorstand

Der Aufsichtsrat“

ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Weitere Informationen zur Corporate Governance des Unternehmens, insbesondere zur Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat, Festlegung von Zielen gemäß §§76 Absatz 4, 111 Absatz 5 AktG, sowie zu wesentlichen Unternehmensführungspraktiken enthält die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f HGB a. F. bzw. § 315d HGB i. V. m. § 289f HGB a. F., die auf der Internetseite von ADLER (www.adlermode-unternehmen.com) in der Rubrik Investor Relations/Corporate Governance veröffentlicht ist.

KONZERNLAGEBERICHT

- 36 WESENTLICHE EREIGNISSE
IM GESCHÄFTSJAHR
- 36 GESCHÄFTS- & RAHMENBEDINGUNGEN
- 38 GESAMTWIRTSCHAFTLICHE
RAHMENBEDINGUNGEN
- 39 UMSATZENTWICKLUNG & -ANALYSE
- 40 ERTRAGSLAGE
- 40 FINANZ- & VERMÖGENSLAGE
- 41 BESCHAFFUNG
- 42 ABSATZPOLITIK,
VERTRIEB & MARKETING
- 44 MITARBEITER
- 46 NACHHALTIGKEIT & UMWELT
- 48 CHANCEN- & RISIKOBERICHT
- 52 VERGÜTUNGSBERICHT
- 55 RECHTLICHE ANGABEN
- 57 PROGNOSEBERICHT



KONZERNLAGEBERICHT

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 Bestandsicherheit 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. Dezember 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 ist ein großer deutscher Textileinzelhändler, der im Top-100-Ranking des Branchenmagazins Textilwirtschaft für das Jahr 2018 auf Platz 22 geführt wird (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 Ausrichtung 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 wird 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.

KERNELEMENTE DES UNTERNEHMENSINTERNEN STEUERUNGSSYSTEMS

Die Planungs-, Steuerungs- und Überwachungsaktivitäten des Konzerns sind auf die Optimierung der beschriebenen zentralen Steuerungsgrößen ausgerichtet. Kernelemente des unternehmensinternen Steuerungssystems sind die Konzernplanung, das konzernweite und IT-gestützte Berichtswesen sowie das Investitionscontrolling.

Das Management der Vorräte und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen liegt in der Verantwortung des Vorstands, des Controllings sowie des Einkaufs. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen spielen bei ADLER kaum eine Rolle, da die Ware direkt an Endverbraucher verkauft und bar bzw. mit EC- oder Kreditkarte bezahlt wird.

Der Ausbau und die Modernisierung der Einzelhandelsaktivitäten bilden den Schwerpunkt der Investitionstätigkeit des Konzerns. Beim Investitionscontrolling wird erst das Investitionsvolumen abgeschätzt und anschließend im Rahmen einer Wirtschaftlichkeitsberechnung der Return on Investment (ROI) ermittelt. Auf dieser Grundlage wird in regelmäßigen bereichsübergreifenden Investitionsmeetings über zu tätige Investitionen entschieden.

REGELMÄSSIGE AKTUALISIERUNG DER KONZERNPLANUNG UND HOCHRECHNUNGEN

Die Konzernplanung bezieht sich auf einen Dreijahreszeitraum sowie regelmäßige Hochrechnungen für das laufende Geschäftsjahr. Die Dreijahresplanung wird im Rahmen des unternehmensweiten Budgetprozesses jährlich unter Berücksichtigung der aktuellen Geschäftslage erstellt. Im Rahmen des Planungsprozesses legt der Vorstand auf Basis zentraler Zielvorgaben Planungs- und Geschäftsziele für die operativen Einheiten fest. Auf dieser Grundlage

entwickeln diese eine Ergebnisplanung und ermitteln den notwendigen Investitionsbedarf.

Die Jahresplanung wird in regelmäßigen Abständen vor dem Hintergrund der tatsächlichen Geschäftsentwicklung und der bestehenden Chancen und Risiken überarbeitet, um zu einer Hochrechnung des zu erwartenden Konzernergebnisses im laufenden Jahr zu gelangen. Auf Basis der erwarteten Entwicklung des Konzerns erstellt zudem das Controlling wöchentliche Projektionen zur Entwicklung der Liquiditätssituation. So können finanzielle Risiken frühzeitig erkannt und Maßnahmen hinsichtlich des Finanzierungsbedarfs getroffen werden.

Detaillierte Angaben zur Steuerung der finanziellen Risiken sind im Risikobericht aufgeführt.

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, der im Dezember 2019 auf 96,3 Punkte stieg, den 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. Auch in Österreich, wo ADLER mit 24 Modemärkten vertreten ist, verlor das Wirtschaftswachstum 2019 laut dem Österreichischen Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO) weiter an Schwung. Grund hierfür ist laut WIFO das außenwirtschaftliche Umfeld, das die heimischen Exporte dämpft. Anhaltend günstige Finanzierungsbedingungen, fiskalische Impulse sowie eine robuste Konsumnachfrage sorgten jedoch für eine Expansion des österreichischen BIP um 1,7% (Vorjahr: 2,4%).

Für die Schweiz und Luxemburg sieht die OECD einen Anstieg des Bruttoinlandsprodukts von 1,0% bzw. 2,3%. Diese Länder haben für ADLER allerdings bislang eine eher untergeordnete Bedeutung, da der Konzern dort mit lediglich drei bzw. zwei Märkten vertreten ist.

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 preisbedingten Zuwachs der Umsätze preisbereinigt 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) geht von einem Umsatz von rund € 70 Mrd. im E-Commerce aus.

In Österreich sind nach Schätzungen von Statistik Austria und dem Österreichischen Institut für Wirtschaftsforschung die privaten Konsumausgaben im Jahr 2019 um 1,5% im Vergleich zum Vorjahr gestiegen.

STATIONÄRER MODEHANDEL

Der stationäre Modelhandel ist auch im Jahr 2019 weiter geschrumpft. Für das Gesamtjahr 2019 geht das Umfragepanel 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 Wetterkapriolen 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.

UMSATZENTWICKLUNG & -ANALYSE

UMSATZENTWICKLUNG

Im Geschäftsjahr 2019 sank der Konzernumsatz um 2,3% auf €495,4 Mio. (2018: €507,1 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.

Auch auf vergleichbarer Fläche (like-for-like) blieb der Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr mit minus 1,0% unter dem Vorjahreswert.

SAISONALE QUARTALSBEACHTUNG

Im Laufe eines Geschäftsjahres schwanken der Nettoumsatz und das EBITDA des ADLER-Konzerns branchenbedingt von Quartal zu Quartal. Im zweiten und vierten Quartal kann die Ware in der Regel zum kalkulierten Verkaufspreis abgesetzt werden. Dies gilt insbesondere für die ersten Wochen und beeinflusst Umsatz und Ergebnis positiv. Vor allem das vierte Quartal ist für ADLER aufgrund der höher gepreisten Winterware und des belebenden Weihnachtsgeschäfts mit Abstand das margenstärkste. Demgegenüber prägen Abverkäufe der Saisonware jeweils das erste und dritte Quartal eines Kalenderjahres. Dies wirkt sich sowohl auf den erzielbaren Umsatz als auch auf das jeweilige Ergebnis aus.

UMSATZENTWICKLUNG DER EINZELNEN QUARTALE

Bei quartalsweiser Betrachtung ergibt sich folgendes Bild: Im Jahr 2019 konnte sich ADLER nicht vom negativen Branchentrend im Textileinzelhandel absetzen. Im traditionell schwachen ersten Quartal fiel der Umsatz um 3,3% auf €99,3 Mio. (Q1 2018: €102,7 Mio.). Im zweiten Quartal reduzierte sich der Umsatz um 2,6% auf €136,7 Mio. (Q2 2018: €140,4 Mio.). Im dritten Quartal wurde ein Umsatzplus von 0,3% auf €117,6 Mio. (Q3 2018: €117,3 Mio.) erzielt. Im vierten Quartal 2019 sank der Umsatz um 3,4% auf €141,7 Mio. (Q4 2018: €146,7 Mio.).

Auf vergleichbarer Fläche (like-for-like) ging der Umsatz in drei Quartalen zurück und zwar im ersten Quartal um 2,8%, im zweiten um 1,0% und im vierten Quartal um 1,9%. Im dritten Quartal konnte ein Plus von 1,9% erzielt werden.

UMSATZANALYSE NACH LÄNDERN

Im traditionellen Kernmarkt Deutschland erwirtschaftete ADLER im Geschäftsjahr 2019 mit €406,6 Mio. 82,1% des Konzernumsatzes (2018: €417,8 Mio.). In Österreich erzielte die Gesellschaft einen Umsatz von €67,8 Mio. und damit 13,7% des gesamten ADLER-Umsatzes (2018: €68,2 Mio.). Der Umsatz in Luxemburg sank auf €17,1 Mio. (2018: €17,8 Mio.). Der Anteil am Gesamtumsatz betrug wie im Vorjahr 3,5%. Die beiden ADLER-Modemärkte in der Schweiz konnten den Umsatz 2019 erhöhen und erwirtschafteten €3,8 Mio. nach €3,4 Mio. im Jahr 2018.

ERTRAGSLAGE

ROHERTRAGSMARGE STEIGT

Der Materialaufwand des ADLER-Konzerns sank durch eine effizientere Einkaufspolitik, ein etabliertes Produkt-Lifecycle-Management und geringere Inventurdifferenzen überproportional zum Umsatzrückgang um 4,5 % auf €219,5 Mio. (2018: €229,8 Mio.). Der Rohertrag (Umsatzerlöse abzüglich Materialaufwand) im Geschäftsjahr 2019 fiel zwar absolut mit €275,9 Mio. geringer aus als im Vorjahr (2018: €277,3 Mio.), dabei verbesserte sich aber die Rohertragsmarge von 54,7 % auf 55,7 %.

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

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthielten im Wesentlichen Mieterträge, Auflösungen von Rückstellungen, Baukostenzuschüsse, Erträge aus Sonderprojekten und Erträge aus dem Bügelkreislauf. Sie betragen €5,7 Mio. nach €6,1 Mio. im Geschäftsjahr 2018.

PERSONALAUFWAND

Der Personalaufwand stieg 2019 aufgrund von Lohn- und Gehaltssteigerungen aus der freiwilligen Tarifierhöhung und Aufwendungen für die Transformation um 2,1 % auf €99,5 Mio. (2018: €97,5 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 in Höhe von €3,2 Mio. (Vorjahr: €2,4 Mio.). Zusätzlich sind €2,4 Mio. höhere Aufwendungen durch Rückstellungen für Tantieme enthalten.

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sanken 2019 auf €111,9 Mio., bereinigt auf €111,3 Mio. (2018: €117,1 Mio./bereinigt €114,1 Mio.), und machten 22,6 % (2018: 23,1 %) des Konzernumsatzes aus. Sie enthielten vor allem Gebäudeaufwendungen, Ausgaben für Marketing und Werbung, Aufwendungen für Fracht und Transport und Kosten für technische Einrichtungen. Bereinigt wurden Transformationskosten in Höhe von €0,6 Mio. Im Vorjahr wurden Beratungskosten im Rahmen der strategischen Neuausrichtung sowie Schließungskosten und Einmalaufwendungen im Zusammenhang mit dem Wechsel des Logistikdienstleisters in Höhe von rund €3,1 Mio. bereinigt.

ERGEBNIS

Insgesamt konnte im Geschäftsjahr 2019 ein EBITDA von €70,3 Mio. (bereinigt €74,1 Mio.) erzielt werden (2018: €68,8 Mio./bereinigt €74,3 Mio.). Die Bereinigung des EBITDA umfasst im Geschäftsjahr 2019 Sonderbelastungen aus der strategischen Neuausrichtung – vor allem der Transformation in der Verwaltung und des Filialnetzes in Höhe von €3,8 Mio. (2018: Transformation- und Beratungskosten €5,5 Mio.).

Die Abschreibungen lagen im Geschäftsjahr 2019 bei €45,8 Mio. und damit €1,9 Mio. unter dem Vorjahreswert (€47,7 Mio.). Die Senkung beruhte auf der Beendigung mehrerer Leasing-Verträge und geringeren Sachanlagen. Sondereffekte fielen bei den Abschreibungen in Höhe von €0,5 Mio. (2018: €0,8 Mio.) aus Wertberichtigungen für Sachanlagen an.

Das EBIT stieg von €21,0 Mio. (bereinigt €27,0 Mio.) auf €24,5 Mio. (bereinigt €28,8 Mio.). Die EBIT-Marge betrug demnach 5,0 % (bereinigt 5,8 %) im Vergleich zu 4,2 % (bereinigt 5,3 %) im Vorjahr.

Das Finanzergebnis lag bei €–16,7 Mio. (Vorjahr: €–18,5 Mio.). Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT) betrug im Berichtsjahr €7,9 Mio. (bereinigt €12,1 Mio.) (Vorjahr: €2,6 Mio./bereinigt €8,6 Mio.).

Die Steuern vom Einkommen und Ertrag überstiegen im Geschäftsjahr 2019 mit €–2,7 Mio. (bereinigt €–4,0 Mio.) den Vergleichswert des Vorjahres (2018: €–2,2 Mio.). Der Konzernjahresüberschuss stieg von €0,4 Mio. im Jahr 2018 auf €5,1 Mio. im Jahr 2019 (bereinigt €8,2 Mio.).

ERGEBNIS JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie betrug netto €0,28 (bereinigt: €0,44 Basis: 18.510.000 Stück Aktien). Im Vorjahr lag das Ergebnis je Aktie bei €0,02 (bereinigt: €0,25 Basis: 18.510.000 Stück Aktien).

FINANZ- & VERMÖGENSLAGE

VERMÖGENSLAGE

Die Bilanzsumme des ADLER-Konzerns sank zum 31. Dezember 2019 gegenüber dem Vorjahresstichtag auf €409,4 Mio. (2018: €415,9 Mio.). Das Sachanlagevermögen und Nutzungsrechte gingen auf €231,0 Mio. zurück (2018: €244,4 Mio.). Dies beinhaltete Aufwendungen für die Modernisierung von Bestandsmärkten und die damit verbundene Anschaffung sonstiger Geschäftsausstattungen für den Ladenbau sowie Leasing-Verträge. Bei den Nutzungsrechten handelte es sich im Wesentlichen um angemietete Gebäude für Modemärkte, welche dem Konzern auf Basis der zugrundeliegenden Vertragsgestaltung als wirtschaftliches Eigentum zuzurechnen sind.

Die Vorräte sanken durch den Umsatzrückgang zum Bilanzstichtag um €5,3 Mio. auf €73,4 Mio. (2018: €78,7 Mio.).

Die liquiden Mittel des ADLER-Konzerns stiegen von €54,9 Mio. auf €70,1 Mio.

Das Konzern-Eigenkapital stieg auf €66,1 Mio. (2018: €61,6 Mio.). Die Eigenkapitalquote übertraf mit 16,1 % das Niveau des Vorjahres (2018: 14,8%). Für das Geschäftsjahr 2018 wurde keine Dividende an die Aktionäre der Adler Modemärkte AG ausbezahlt, nachdem im Vorjahr eine Dividende in Höhe von €0,9 Mio. ausgeschüttet wurde.

VERSCHULDUNGSGRAD

Zum 31. Dezember 2019 sanken die Schulden von ADLER um €11,1 Mio. auf €343,3 Mio. (2018: €354,4 Mio.). ADLER hat zum Bilanzstichtag weiterhin keine Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten. Die Schulden bestanden insbesondere aus Verbindlichkeiten aus dem Leasing in Höhe von €264,7 Mio. (2018: €275,6 Mio.), Verbindlichkeiten aus dem Kundenkartentreueprogramm in Höhe von €11,7 Mio. (2018: €9,8 Mio.) sowie lang- und kurzfristigen Finanzschulden in Höhe von €1,9 Mio. (2018: €2,3 Mio.).

Die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen erhöhten sich um €0,4 Mio. auf €5,6 Mio. (2018: €5,2 Mio.), die Ertragsteuerschulden betragen €0,3 Mio. (2018: €0,3 Mio.). Der Verschuldungsgrad (Fremdkapital zu Eigenkapital) lag mit 5,19 unter dem Vorjahresniveau (2018: 5,75).

WORKING CAPITAL

Das Working Capital (Vorräte zzgl. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzgl. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen) sank zum Bilanzstichtag um €6,1 Mio. auf €47,5 Mio. (2018: €53,6 Mio.). Die Working-Capital-Quote (Working Capital in Relation zu den Umsatzerlösen) stieg auf 16,0 % (2018: 14,8 %).

CASHFLOW – KAPITALFLUSSMANAGEMENT

Als einem der Indikatoren für die operative Ertragsstärke von ADLER kommt dem Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit (Netto-Cashflow) hohe Bedeutung zu. Der Netto-Cashflow stieg im Berichtsjahr von €39,9 Mio. auf €61,7 Mio. Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit lag bei €4,2 Mio. (2018: €5,9 Mio.).

Der Free Cashflow erhöhte sich 2019 um €23,5 Mio. auf €57,4 Mio. (2018: €33,9 Mio.).

Der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit lag mit insgesamt €–42,3 Mio. auf Vorjahresniveau.

Die liquiden Mittel des ADLER-Konzerns beliefen sich zum Bilanzstichtag auf €70,1 Mio. und lagen damit um €15,2 Mio. über dem Stand zum 31. Dezember 2018 von €54,9 Mio.

INVESTITIONEN

Die Investitionen des ADLER-Konzerns ohne Nutzungsrechte aus Leasingverträge betragen im Geschäftsjahr 2019 insgesamt €4,7 Mio. (2018: €6,2 Mio.). Davon entfielen €3,7 Mio. (2018: €4,4 Mio.) auf Sachanlagen (Grundstücke, Gebäude und Betriebs- und Geschäftsausstattung). Die Investitionen in immaterielle Vermö-

genswerte beliefen sich auf €1,0 Mio. (2018: €1,8 Mio.). Hierin enthalten waren im Wesentlichen IT-Investitionen. Das Investitionsobligo beinhaltete Investitionen, die zum Stichtag bereits beauftragt waren. In den Investitionen des Berichtsjahres wurden die Neueröffnungen sowie die Modernisierung bestehender Märkte berücksichtigt.

Im Bereich immaterielle Vermögenswerte ist der Rückgang bedingt durch den Trend „Software-as-a-Service“-Verträge abzuschließen.

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 Warenlieferung beitragen und ermöglicht auch kurzfristige Reaktionen auf Nachfrageänderungen sowie eine kontinuierliche Warenbereitstellung von NOS (Never-out-of-Stock)-Artikeln.

ABSATZPOLITIK, VERTRIEB & MARKETING

Im Jahr 2019 hat ADLER konsequent weiter an der strategischen Neuausrichtung 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 Ruhezonen kennzeichnen die besondere Kundenorientierung der Modemärkte. Der stationäre Vertrieb erfolgte zum Jahresende 2019 über ein breites Netz von 172 Filialen, davon 143 in Deutschland, 24 in Österreich, 3 in Luxemburg und der 2 in der Schweiz.

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 sieben Filialen in Deutschland und eine Filiale in Österreich geschlossen (Herne, Neumünster, Worms, Peine, Neustadt, München, Wörgl und Heilbronn) sowie Mietverträge neu verhandelt, um die Kostenstrukturen zu verbessern. Zugleich wurden vier Filialen an attraktiven Standorten neu eröffnet, die ein hohes Umsatzpotenzial bieten. Darunter waren die beiden Wiedereröffnungen nach Umbau an den Standorten Freiburg und Leipzig-Seehausen sowie zwei Neueröffnungen in Fohnsdorf und Zell am See in Österreich.

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 €42,5 Mio. und lagen damit u. a. aufgrund des Verzichts auf TV-Werbung 2,1 % 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 3,1 Mio. Kunden die Karte ein, mit der insgesamt etwa 92 % 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 Neukun-

dengewinnung 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 Werbemittelsprache 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 ZHMforum 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 3.612 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (31. Dezember 2018: 3.786) 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 voranzutreiben 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 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 1- 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 Füh-

rungskräfte 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 langjährige 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 rund 90%. 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 IM ADLER-KONZERN ZUM GESCHÄFTSJAHRESENDE (31. DEZEMBER 2019):

	31.12.2019	31.12.2018
Mitarbeiter gesamt	3.612	3.786
davon leitende Angestellte	206	198
davon Nicht-Leitende in Vollzeit	618	682
davon Nicht-Leitende in Teilzeit	2.535	2.629
davon Auszubildende/Praktikanten	253	277
Durchschnittsalter in Jahren	47,0	46,7
Anteil Männer	10,1%	10,0%
Anteil Frauen	89,9%	90,0%

Der Personalaufwand des ADLER-Konzerns betrug 2019 €99,5 Mio., ein Plus von €2,0 Mio. im Vergleich zum Vorjahr.

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. Zum 31. Dezember 2019 beschäftigte ADLER 253 Auszubildende und Praktikanten. Hiervon waren 166 eigene Auszubildende, 59 überbetriebliche Auszubildende, 3 Auszubildende mit Einstiegsqualifikation und 25 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 nichtfinanziellen Bericht (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 Maßnahmeneinsatz 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 be-

obachtet, 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 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 Liquiditätspässe 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. Zinsicherungsgeschäfte werden nicht getätigt.

WÄHRUNGSRISIKEN

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 Absatz 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 Absatz 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 Geschäftsjahrs, 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 Geschäftsjahrs, 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:

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	46,6	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 9. Mai 2018)	20,0	–	1,5	21,5	13,0	–	0,6	13,6
Jochen Gröning ¹ (seit 9. Mai 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 9. Mai 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 9. Mai 2018)	–	–	–	–	7,1	–	1,2	8,3
Georg Linder ¹ (bis 9. Mai 2018)	–	–	–	–	7,1	1,4	1,2	9,7
Dott. Michele Puller (bis 9. Mai 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 Aufsichtsrates 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 VERBUNDENEN 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. I., Herne; Steilmann SE i. I., Bergkamen; Miro Radici Hometextile GmbH i. I., Bergkamen; Steilmann Holding AG i. I., Bergkamen; sowie Excalibur I S.A., Luxemburg; Equinox Two S.C.A., Luxemburg und der 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 KAUF LAUNE

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, hänge 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 Konzernumsatz knapp unterhalb von €500 Mio. und ein EBITDA (nach Einmaleffekten) in einer Spanne zwischen €64 und 69 Mio. prognostiziert. Diese Zielvorgaben wurden beim Umsatz vor dem Hintergrund eines nochmals schwächer als erwarteten Weihnachtsgeschäfts mit €495,4 Mio. nicht ganz erreicht, wohingegen das EBITDA mit €70,3 Mio. oberhalb der Prognose lag.

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 Instrumente zur Stabilisierung der operativen Entwicklung. Diese umfassen Maßnahmen zur Kosteneffizienz in der Warenbeschaffung genauso wie beim Personal. Die 2018 begonnene Standortoptimierung wird wie avisiert fortgesetzt. Die Schließung von acht Standorten im Jahr 2019 und die geplante Schließung von weiteren Standorten 2020 wird sich negativ auf die Umsatzerwartungen auswirken. Durch die Neueröffnung von zwei Standorten im Jahr 2019 und den geplanten Verkaufstart von weiteren Modefilialen im laufenden Geschäftsjahr 2020 kann dies nicht kompensiert werden. Zielvorgabe ist es vor diesem Hintergrund, die Konzernumsätze im neuen Berichtsjahr auf vergleichbarer Fläche leicht zu verbessern (2019: – 1%) und in absoluten Zahlen in etwa den Vorjahreswert von rund €495 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. Inklusive möglicher negativer Einmaleffekte, insbesondere für Standortschließungen von insgesamt

€5–6 Mio., prognostiziert der Vorstand ein EBITDA zwischen €66–69 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.

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.

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.

ADLER wird auch in Zukunft an der etablierten konservativen Bilanzierungs- und Finanzierungsstrategie festhalten. Entsprechend steht die Erwirtschaftung nachhaltig positiver Free Cashflows und der Ausweis einer soliden positiven Netto-Liquiditätsposition un-

verändert im Fokus. Hieraus soll das zukünftige Unternehmenswachstum, aber auch die zeitnahe Rückkehr zu einer Dividendenausschüttung finanziert werden.

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.

KONZERNABSCHLUSS

- 61 KONZERN-
GEWINN- & VERLUSTRECHNUNG
- 62 KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG
- 63 KONZERN-BILANZ
- 65 KONZERN-
EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG
- 66 KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG
- 67 KONZERNANHANG
- 67 I. VORBEMERKUNG
- 67 II. ERLÄUTERUNGEN ZU GRUNDLAGEN UND
METHODEN DES KONZERNABSCHLUSSES
- 83 III. ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND
VERLUSTRECHNUNG
- 87 IV. ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ



KONZERNABSCHLUSS

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

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

T €	Anhang Nr.	2019	2018 angepasst
Umsatzerlöse	1	495.363	507.093
Sonstige betriebliche Erträge	2	5.732	6.127
Materialaufwand	3	-219.454	-229.777
Personalaufwand	4	-99.448	-97.532
Sonstige betriebliche Aufwendungen	5	-111.851	-117.137
EBITDA		70.342	68.775
Abschreibungen und Wertberichtigung	6	-45.834	-47.728
EBIT		24.508	21.047
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	7	41	13
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	7	-16.694	-18.475
Finanzergebnis	7	-16.653	-18.462
Konzernjahresüberschuss vor Steuern		7.856	2.585
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	8	-2.722	-2.217
Konzernjahresüberschuss		5.134	369
davon Anteile der Aktionäre der Adler Modemärkte AG am Konzernjahresüberschuss		5.134	369
Unverwässert in €	33	0,28	0,02
Verwässert in €	33	0,28	0,02

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

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

T €	Anhang Nr.	2019	2018 angepasst
Konzernjahresüberschuss		5.134	369
Währungsumrechnung ausländischer Tochtergesellschaften		- 144	- 130
Umbewertung aus leistungsorientierten Pensionszusagen und ähnlichen Verpflichtungen	18	- 700	15
Latente Steuern		197	- 6
Posten, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden		- 647	- 120
Änderungen des beizulegenden Zeitwerts von Finanzinvestitionen in Eigenkapitalinstrumente, die zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden		18	- 23
Posten, die anschließend in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden		18	- 23
Sonstiges Ergebnis		- 629	- 143
Konzerngesamtergebnis		4.505	225
davon entfallend auf Anteile der Aktionäre der Adler Modemärkte AG		4.505	225

KONZERN-BILANZ**ZUM 31. DEZEMBER 2019**

VERMÖGENSWERTE IN T €	Anhang Nr.	31.12.2019	31.12.2018 angepasst
Langfristige Vermögenswerte			
Immaterielle Vermögenswerte	9	4.104	4.797
Sachanlagen	10	23.824	27.050
Nutzungsrechte	10	207.173	217.370
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	11	0	413
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	14	381	146
Latente Steueransprüche	16	22.855	22.819
Summe langfristige Vermögenswerte		258.337	272.595
Kurzfristige Vermögenswerte			
Vorratsvermögen	12	73.358	78.706
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	13	102	2
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	14	7.210	9.450
Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte	14	281	263
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	15	70.089	54.933
Summe kurzfristige Vermögenswerte		151.041	143.353
SUMME VERMÖGENSWERTE		409.378	415.948

KONZERN-BILANZ**ZUM 31. DEZEMBER 2019**

EIGENKAPITAL UND SCHULDEN IN T€	Anhang Nr.	31.12.2019	31.12.2018 angepasst
Kapital und Rücklagen			
Gezeichnetes Kapital	17	18.510	18.510
Kapitalrücklage	17	127.408	127.408
Übriges kumuliertes Eigenkapital	17	-2.858	-2.229
Negative Gewinnrücklage	17	-76.971	-82.105
Summe Eigenkapital	17	66.089	61.584
SCHULDEN			
Langfristige Schulden			
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	18	5.585	5.202
Sonstige Rückstellungen	19	1.282	1.378
Finanzschulden	20	1.627	1.949
Verbindlichkeiten aus Leasing	24	223.287	237.965
Übrige Verbindlichkeiten	23	3.245	3.867
Latente Steuerschulden	16	33	34
Summe langfristige Schulden		235.058	250.394
Kurzfristige Schulden			
Sonstige Rückstellungen	18	5.160	5.560
Verbindlichkeiten aus Kundenkartentreueprogramm	21	11.664	9.776
Finanzschulden	20	322	319
Verbindlichkeiten aus Leasing	24	41.456	41.330
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	22	25.966	25.094
Übrige Verbindlichkeiten	23	23.319	21.622
Ertragsteuerschulden	25	343	269
Summe kurzfristige Schulden		108.230	103.970
Summe Schulden		343.288	354.364
SUMME EIGENKAPITAL und SCHULDEN		409.378	415.948

KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

VOM 1. JANUAR 2018 BIS 31. DEZEMBER 2019

T€	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Übriges kumuliertes Eigenkapital		Negative Gewinnrücklage	Eigenkapital gesamt	
			Wertpapiere	Währungs- umrechnung			Übrige Veränderung ²
Stand am 1.1.2018 vor IFRS 16	18.510	127.408	22	72	-2.180	-43.886	99.947
Anpassung durch IFRS 16	0	0	0	0	0	-37.661	-37.661
Stand am 1.1.2018	18.510	127.408	22	72	-2.180	-81.547	62.286
Auszahlung Dividende ¹	0	0	0	0	0	-926	-926
Transaktionen mit Anteilseignern	0	0	0	0	0	-926	-926
Konzernjahresüberschuss	0	0	0	0	0	369	369
Sonstiges Ergebnis	0	0	-23	-130	9	0	-143
Konzerngesamtergebnis	0	0	-23	-130	9	369	225
Stand am 31.12.2018	18.510	127.408	-1	-58	-2.171	-82.105	61.584
Stand am 1.1.2019	18.510	127.408	-1	-58	-2.171	-82.105	61.584
Auszahlung Dividende ¹	0	0	0	0	0	0	0
Transaktionen mit Anteilseignern	0	0	0	0	0	0	0
Konzernjahresüberschuss	0	0	0	0	0	5.134	5.134
Sonstiges Ergebnis	0	0	18	-144	-503	0	-629
Konzerngesamtergebnis	0	0	18	-144	-503	5.134	4.505
Stand am 31.12.2019	18.510	127.408	17	-202	-2.674	-76.971	66.089

¹ Im Geschäftsjahr wurde eine Dividende von €0,0 pro Aktie ausgeschüttet (Vorjahr: €0,05).

² Bei den übrigen Veränderungen handelt es sich um versicherungsmathematische Gewinne und Verluste abzüglich latenter Steuern.

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

VOM 1. JANUAR 2018 BIS 31. DEZEMBER 2019

T €	Anhang Nr.	2019	2018 angepasst
Konzernüberschuss vor Steuern		7.856	2.585
(+) Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte		45.363	46.937
(+) Wertminderungen		471	791
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Pensionsrückstellungen		-316	-277
Gewinn (-)/Verlust (+) aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten		-12	-114
Gewinn (-)/Verlust (+) aus der Währungsumrechnung		-134	-136
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen (+)/Erträge (-)		340	993
Zinsergebnis		16.653	18.462
Erhaltene Zinsen		7	7
Gezahlte Zinsen		-16.599	-18.380
Gezahlte Ertragsteuern		-20	-4.443
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte		5.531	-5.817
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen		-1.565	4.624
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, sonstigen Verbindlichkeiten sowie sonstigen Rückstellungen		4.111	-5.363
Zunahme (+)/Abnahme (-) der sonstigen Bilanzpositionen		-3	0
Mittelzu- (+)/-abfluss (-) aus laufender Geschäftstätigkeit (Netto-Cashflow)	25	61.681	39.867
Einzahlungen aus dem Verkauf von Anlagevermögen		492	309
Auszahlungen für Investitionen des Anlagevermögens		-4.724	-6.254
Mittelzu- (+)/-abfluss (-) aus Investitionstätigkeit	25	-4.232	-5.945
Free Cashflow	25	57.449	33.921
Auszahlungen aus der Rückführung von Darlehensverbindlichkeiten		-319	-316
Dividendenzahlungen		0	-926
Auszahlungen im Zusammenhang mit Verbindlichkeiten aus Leasing		-41.974	-41.088
Mittelzu- (+)/-abfluss (-) aus Finanzierungstätigkeit	25	-42.293	-42.330
Nettoab- (-)/-zunahme (+) von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	25	15.156	-8.409
Finanzmittelfonds am Beginn der Periode		54.933	63.342
Finanzmittelfonds am Ende der Periode		70.089	54.933
Nettoab- (-)/-zunahme (+) von Zahlungsmitteln	25	15.156	-8.409

KONZERNANHANG ZUM 31. DEZEMBER 2019

I. VORBEMERKUNG

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

Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr. Die Geschäftsjahre aller in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen enden ebenfalls am 31.12. des Kalenderjahres.

Der Konzernabschluss wurde durch den Vorstand am 3. März 2020 aufgestellt.

Der ADLER-Konzern (Adler Modemärkte AG und ihre Tochtergesellschaften) ist im Textileinzelhandel tätig und betreibt Bekleidungsfachmärkte in den Ländern Deutschland, Luxemburg, Österreich und der Schweiz. Unter der Bezeichnung „ADLER“ werden „Stand-Alone“-Bekleidungsfachmärkte oder Bekleidungsfachmärkte als Bestandteil von Fachmarkt- oder Einkaufszentren sowie an Verbundstandorten mit anderen Einzelhändlern betrieben. Das Sortiment der ADLER-Märkte schließt Damen-, Herren- und Kinderbekleidung ein.

Die Berichtswährung und gleichzeitig die funktionale Währung im ADLER-Konzern ist der Euro (€). Die Zahlen im Konzernanhang sind in Tausend Euro (T€) angegeben.

Die S&E Kapital GmbH, München, erstellt als Mutterunternehmen den Konzernabschluss für den größten Kreis 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 beim Bundesanzeiger und am Sitz der Gesellschaft in Haibach erhältlich.

II. ERLÄUTERUNGEN ZU GRUNDLAGEN UND METHODEN DES KONZERNABSCHLUSSES

GRUNDLAGEN DER RECHNUNGSLEGUNG

Der Konzernabschluss der Adler Modemärkte AG wurde nach den Vorschriften des International Accounting Standards Board (IASB), London, und in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, aufgestellt. Die Interpretationen des IFRS Interpretations Committee (IFRIC und SIC) wurden dabei angewendet. Der Konzernabschluss steht im Einklang mit den Richtlinien der Europäischen Union zur Konzernrechnungslegung (Richtlinie 83/349/EWG). Zur Erzielung der Gleichwertigkeit mit einem nach dem Handelsgesetzbuch aufgestellten Konzernabschluss sind sämtliche über die Vorschriften des IASB hinausgehenden Angaben und Erläuterungen nach § 315e Handelsgesetzbuch (HGB) gemacht worden. Der Konzernabschluss entspricht in der vorliegenden Fassung der Vorschrift des § 315e HGB; diese Vorschrift bildet die Rechtsgrundlage für die Konzernrechnungslegung nach internationalen Standards in Deutschland zusammen mit der Verordnung (EG) Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Juli 2002, betreffend die Anwendung internationaler Rechnungslegungsstandards.

Es wurden diejenigen Bestimmungen der International Financial Reporting Standards (IFRS) angewendet, die bis zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2019 zwingend anzuwenden waren. Von einer vorzeitigen Anwendung noch nicht verpflichtend per 31. Dezember 2019 anzuwendender Standards wurde abgesehen.

STANDARDS UND INTERPRETATIONEN, DIE ERSTMALIG ANZUWENDEN WAREN

Beginnend mit dem Geschäftsjahr 2019 waren folgende durch das IASB überarbeitete bzw. neu herausgegebene Standards und Interpretationen erstmalig verpflichtend anzuwenden:

Standards und Interpretationen

IFRS 16	Leasingverhältnisse
Änderungen an IFRS 9	Vorfälligkeitsregelungen mit negativer Ausgleichsleistung
IFRIC 23	Unsicherheiten bezüglich der ertragssteuerlichen Behandlung
Jährliche Verbesserungen der IFRS	Jährliche Verbesserungen der IFRS (Zyklus 2015–2017)
Änderungen an IAS 19	Leistungen an Arbeitnehmer (Planänderungen, -kürzungen und -abgeltungen)
Änderungen an IAS 28	Langfristige Anteile an assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen

IFRS 16 Leasingverhältnisse

Der neue Standard IFRS 16 ersetzt die Standards IAS 17 „Leasingverhältnisse“ und IFRIC 4 „Beurteilung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis enthält“. In den Anwendungsbereich fallen grundsätzlich Nutzungsüberlassungen von Vermögenswerten, Mietverträge, Untermietverhältnisse sowie Sale-and-Lease-back-Transaktionen. Bei bestimmten immateriellen Vermögenswerten besteht ein Wahlrecht der Anwendung. Da keine immateriellen Nutzungsrechte vorliegen war das Wahlrecht nicht anzuwenden. Gemäß IFRS 16 besteht ein Leasingverhältnis, wenn ein Vertrag das Recht einräumt, den Nutzen eines identifizierten Vermögenswerts über einen festgelegten Zeitraum gegen Entgelt zu kontrollieren.

IFRS 16 Leasing sieht vor, dass durch den Leasingnehmer alle Leasingverhältnisse in der Bilanz als Leasingverbindlichkeit zu erfassen sind. Auf der Aktivseite hat der Leasingnehmer ein Nutzungsrecht am zugrunde liegenden Vermögenswert zu aktivieren, welches dem Barwert künftiger Leasingzahlungen zuzüglich direkt zurechenbarer Kosten entspricht. Eine Unterscheidung in Operating Leasing und Finanzierungsleasing entfällt.

Im Wesentlichen erfolgte eine Umstellung der Bilanzierung von Mietverträgen, Kfz- und IT-Leasingverträgen. Alle Verträge wurden unter Berücksichtigung von IFRS 16 neu bewertet. Die Adler Modemärkte AG hat von dem Wahlrecht Gebrauch gemacht, den Right-of-Use Ansatz bei Leasingverhältnissen, deren zugrunde liegender Vermögenswert von geringem Wert ist und kurzfristigen Leasingverträgen (Laufzeit maximal ein Jahr), nicht anzuwenden. Das Wahlrecht zur Trennung von Leasing- und Nichtleasingkomponenten in einem Vertrag wurde nicht ausgeübt. Für vor dem Übergangszeitpunkt abgeschlossene Leasingverträge wurde das Wahlrecht ausgeübt, die bisherige unter IAS 17 und IFRIC 4 getroffene Einschätzung, ob es sich um ein Leasingverhältnis handelt, beizubehalten und nicht neu zu überprüfen.

Als Übergangsmethode wurde die voll retrospektive Methode nach IFRS 16.C5(a) ausgewählt. Gemäß IAS 8 ist bei dieser Methode eine rückwirkende Anwendung und somit eine Anpassung der Vergleichsperiode sowie eine dritte Bilanz zum 1. Januar 2018 erforderlich. Es wurden alle Leasingverträge, die am 1. Januar 2018 existierten berücksichtigt. Als Diskontierungssatz wurde der Zinssatz zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses angewendet. Abweichungen zwischen Restbuchwert der Nutzungsrechte und Leasingverbindlichkeiten werden im Eigenkapital zum 1. Januar 2018 dargestellt.

Die Umstellung hatte keine Auswirkung auf den Cash-Flow Wert der Adler Modemärkte AG. Es erfolgen Umgliederungen; Auszahlungen für den Tilgungsanteil der Leasingverbindlichkeit werden als Finanzierungstätigkeit eingestuft. Auszahlungen für den Zinsanteil der Leasingverbindlichkeiten sind nach IAS 7 als gezahlte Zinsen ausgewiesen.

Die Auswirkungen der Umstellung auf IFRS 16 auf den Konzernabschluss der Adler Modemärkte AG sind in Kapitel 28 dargestellt.

Änderungen an IFRS 9 Vorfälligkeitsregelungen mit negativer Ausgleichsleistung

Die Änderungen an IFRS 9 ermöglichen es Unternehmen, bestimmte finanzielle Vermögenswerte mit negativer Ausgleichsleistung bei vorzeitiger Rückzahlung zu fortgeführten Anschaffungskosten zu bewerten. Diese Vermögenswerte, zu denen einige Kredit- und Schuldtitel gehören, wären ansonsten erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert zu bewerten. Um für die Bewertung zu fortgeführten Anschaffungskosten infrage zu kommen, muss die negative Ausgleichszahlung ein angemessenes Entgelt für die vorzeitige Beendigung des Vertrags darstellen und der finanzielle Vermögenswert dem Geschäftsmodell „Halten“ zugeordnet sein. Diese Änderung hat keine Auswirkung auf die Bilanzierung der Adler Modemärkte AG.

IFRIC 23 Unsicherheiten bezüglich der ertragsteuerlichen Behandlung

Mit IFRIC 23 wird die Bilanzierung von Unsicherheiten in Bezug auf Ertragsteuern klargestellt. Die Anwendung von IFRIC 23 erfolgt auf zu versteuernde Gewinne und Verluste, steuerliche Basen, nicht genutzte steuerliche Verluste, nicht genutzte Steuergutschriften und Steuersätze, wenn Unsicherheit bezüglich der Behandlung nach IAS 12 Ertragssteuern besteht. Es konnten keine Auswirkungen auf die Bilanzierung der Adler Modemärkte AG identifiziert werden.

Jährliche Verbesserungen der IFRS (Zyklus 2015–2017)

- IFRS 3: Sofern ein Unternehmen durch den Erwerb weiterer Anteile Beherrschung i. S. d. IFRS 10 über eine vormals gemeinschaftliche Tätigkeit erlangt, die einen Geschäftsbetrieb („business“) darstellt, handelt es sich um einen sukzessiven Unternehmenszusammenschluss. Der zuvor gehaltene Anteil an der gemeinschaftlichen Tätigkeit ist daher neu zu bewerten.
- IFRS 11: Erlangt ein Unternehmen durch den Erwerb weiterer Anteile gemeinschaftliche Führung über eine vormals gemeinschaftliche Tätigkeit, die einen Geschäftsbetrieb darstellt, erfolgt keine Neubewertung des zuvor gehaltenen Anteils.
- IAS 12: Klarstellung, dass die ertragsteuerlichen Konsequenzen von Dividendenzahlungen auf als Eigenkapital klassifizierte Finanzinstrumente entsprechend der Behandlung der für die Steuerwirkung ursächlichen Transaktionen zu behandeln sind.

- IAS 23: Klarstellung, dass noch nicht zurückbezahlte Fremdmittel, die ursprünglich konkret zur Beschaffung eines qualifizierten Vermögenswerts aufgenommen wurden, ab dem Zeitpunkt, ab dem dieser qualifizierte Vermögenswert im Wesentlichen für seinen beabsichtigten Gebrauch oder Verkauf hergerichtet ist, mit in die Bestimmung des allgemeinen Fremdkapitalkostensatzes für andere qualifizierte Vermögenswerte, für die keine speziellen Fremdmittel aufgenommen wurden, einzubeziehen sind.

Diese Verbesserungen haben keine Auswirkung auf die Bilanzierung der Adler Modemärkte AG.

Änderungen an IAS 19

Die Änderungen an IAS 19 beinhalten Vorgaben zur Bilanzierung von Plananpassungen, -kürzungen und -abgeltungen. Hiernach müssen Unternehmen:

- Aktualisierte versicherungsmathematische Annahmen und die Nettoschuld (bzw. den Nettovermögenswert) im Zeitpunkt des Eingriffs verwenden, um den laufenden Dienstzeitaufwand und die Nettozinsen für den restlichen Zeitraum der Berichtsperiode nach einer Plananpassung, -kürzung oder -abgeltung zu bestimmen.
- Etwaige Änderungen einer Überdeckung als Teil des nachzuberechnenden Dienstzeitaufwands oder als Gewinn bzw. Verlust aus der Abgeltung erfolgswirksam erfassen, selbst wenn diese Überdeckung infolge des Effekts der Vermögensobergrenze zuvor nicht ausgewiesen wurde.

- Die Auswirkungen von Veränderungen der Vermögensgrenze im sonstigen Ergebnis erfassen.

Diese Änderungen haben keine Auswirkung auf die Bilanzierung der Adler Modemärkte AG.

Änderungen an IAS 28

Die Änderungen von IAS 28 stellen klar, dass IFRS 9 auf langfristige Anteile an assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen anzuwenden ist, deren Bilanzierung nicht nach der Equity-Methode erfolgt. Diese Änderung hat keine Auswirkung auf die Bilanzierung der Adler Modemärkte AG.

STANDARDS, INTERPRETATIONEN UND ÄNDERUNGEN ZU VERÖFFENTLICHTEN STANDARDS, DIE NOCH NICHT ZWINGEND ANZUWENDEN SIND

Folgende Standards sind noch nicht verpflichtend anzuwenden. Der ADLER-Konzern wird diese ab dem vorgeschriebenen Datum anwenden und hat die voraussichtlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der einzelnen Standards, Änderungen zu Standards und Interpretationen eingeschätzt, sofern diese Abschätzung bereits möglich war.

IASB Anwendungs- verpflichtend/ voraussichtlich im Geschäftsjahr*	Standards und Interpretationen	Beschreibung	Übernahme durch EU- Kommission
2020	Änderungen an IFRS 3	Definition eines Geschäftsbetriebs	Nein
	Änderungen an IAS 1 und IAS 8	Definition von „Wesentlichkeit“	Nein
	Änderungen an IFRS 9, IAS 39 und IFRS 7	Reform der Referenzzinssätze	Nein
	Änderungen am Rahmenkonzept	Änderungen der Verweise auf das Rahmenkonzept in den IFRS Standards	Nein
	Jährliche Verbesserungen der IFRS (Zyklus 2018–2020)	Änderungen IFRS 1, IFRS 9, IAS 41 und IFRS 16	Nein
2021	IFRS 17	Versicherungsverträge	Nein
2022	Änderungen an IAS 1	Klassifizierung von Verbindlichkeiten als kurz- oder langfristig	Nein
Unbestimmt	Änderungen an IFRS 10 und IAS 28	Veräußerung von Vermögenswerten eines Investors an bzw. Einbringung in ein assoziiertes Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen	Nein

*Erstanwendungspflicht seitens des IASB. Falls eine Übernahme durch die EU-Kommission bereits erfolgt ist, versteht sich die Anwendungspflicht seitens der EU.

Änderungen an IFRS 3

Die Änderungen betreffen die Definition eines Geschäftsbetriebs („business“) und beinhalten klarere Anwendungsleitlinien zur Unterscheidung eines Geschäftsbetriebs von einer Gruppe von Vermögenswerten im Rahmen der Anwendung des IFRS 3. Die Bilanzierungsvorschriften für Geschäfts- oder Firmenwerte, Erwerbskosten und latente Steuern beim Erwerb eines Geschäftsbetriebs sind anders als beim Erwerb einer Gruppe von Vermögenswerten. Diese Änderung hat keine Auswirkung auf die Bilanzierung der Adler Modemärkte AG.

IAS 1 und IAS 8 Definition Wesentlichkeit

Die Änderungen des IAS 1 und IAS 8 schärfen die Definition von „wesentlich“, dadurch werden die verschiedenen Definitionen im Rahmenkonzept und in den Standards vereinheitlicht. Informationen sind wesentlich, wenn vernünftigerweise zu erwarten ist, dass ihre Auslassung, fehlerhafte Darstellung oder Verschleierung die Entscheidungen der primären Adressaten von Mehrzweckabschlüssen, die diese auf Grundlage eines solchen Abschlusses, der Finanzinformationen eines bestimmten Unternehmens bietet, treffen, beeinflussen können.

Änderungen an IFRS 9, IAS 39 und IFRS 7

Die Änderungen zielen darauf ab, dass bilanzielle Sicherungsbeziehungen (Hedge Accounting) trotz der erwarteten Ablösung verschiedener Referenzzinssätze fortbestehen bzw. weiterhin designiert werden können. Hierdurch sollen Auswirkungen, die sich durch die sog. IBOR-Reform auf die Finanzberichterstattung ergeben, gemildert werden. Diese Änderung hat keine Auswirkung auf die Bilanzierung der Adler Modemärkte AG.

Änderungen am Rahmenkonzept

Das Rahmenkonzept ist kein neuer IFRS-Standard und setzt auch keine Standardregelungen außer Kraft. Das überarbeitete Rahmenkonzept wird jedoch in Zukunft bei der Entwicklung neuer Standards und Interpretationen verwendet werden. Enthalten sind überarbeitete Definitionen von Vermögenswerten und Schulden und neue Leitlinien zu Bewertung und Ausbuchung, Ausweis und Angaben. Diese Änderung hat keine Auswirkung auf die Bilanzierung der Adler Modemärkte AG.

Jährliche Verbesserungen der IFRS (Zyklus 2018–2020)

IFRS 1 Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards

Erleichterung der Anwendung zur Regelung zur Bewertung kumulierter Umrechnungsdifferenzen von Tochtergesellschaften, die nach ihrer Muttergesellschaft Erstanwender werden.

IFRS 9 Finanzinstrumente

Klarstellung, welche Gebühren bei dem sogenannten „10%-Test“ nach IFRS 9.B.3.3.6 einzubeziehen sind. Bei diesem wird eingeschätzt, ob eine finanzielle Verbindlichkeit ausgebucht werden muss.

IAS 41 Landwirtschaft

Die vorgeschlagene Änderung würde die Vorschrift in Textziffer 22 von IAS 41 beseitigen, dass Unternehmen steuerliche Cashflows bei der Bemessung des beizulegenden Zeitwerts eines biologischen Vermögenswertes unter Verwendung der Barwertmethode ausschließen. Die vorgeschlagene Änderung würde die Übereinstimmung mit den Vorschriften in IFRS 13 sicherstellen.

IFRS 16 Leasingverhältnisse

Die vorgeschlagene Änderung des erläuternden Beispiels 13 zu IFRS 16 würde die Darstellung der Erstattung von Mietereinbauten durch den Leasinggeber aus dem Beispiel entfernen. Die vorgeschlagene Änderung würde jede potenzielle Verwirrung in Bezug auf die Behandlung von Leasinganreizen beseitigen, die sich aus der Darstellung von Leasinganreizen in diesem Beispiel ergeben könnte.

IFRS 17 Versicherungsverträge

IFRS 17 soll die einheitliche Darstellung und Bewertung von Versicherungsverträgen sicherstellen und erfordert eine Bewertung von Versicherungsverbindlichkeiten mit einem aktuellen Erfüllungsbetrag. IFRS 17 ersetzt IFRS 4 Versicherungsverträge. Diese Änderung hat keine Auswirkung auf die Bilanzierung der Adler Modemärkte AG.

Änderungen an IAS 1

Die Änderungen betreffen die Klassifizierung von Verbindlichkeiten als kurz- oder langfristig. Eine Verbindlichkeit ist als langfristig einzustufen, wenn das Unternehmen am Abschlussstichtag über ein Recht verfügt, die Erfüllung der Schuld um mindestens 12 Monate nach dem Bilanzstichtag zu verschieben. Das reine Vorhandensein eines Rechts genügt, es muss keine Absicht des Unternehmens vorliegen, dieses auch auszuüben. Bei Rechten, die von dem Vorhandensein bestimmter Bedingungen abhängig sind, ist darauf abzustellen, ob die Bedingungen am Abschlussstichtag erfüllt sind. Die Auswirkung auf die Bilanzierung der Adler Modemärkte AG wird überprüft.

Änderungen an IFRS 10 und IAS 28

Inhalt der Änderung an IFRS 10 und IAS 28 ist eine Klarstellung, wonach der Gewinn oder Verlust aus der Übertragung von Vermögenswerten auf ein assoziiertes Unternehmen oder ein Gemeinschaftsunternehmen in vollem Umfang zu erfassen ist, wenn ein Geschäftsbetrieb („business“) im Sinne des IFRS 3 übergeht. Demgegenüber ist der Gewinn oder Verlust aus einer solchen Transaktion nur anteilig zu erfassen, wenn die übertragenen Vermögenswerte keinen Geschäftsbetrieb darstellen. Die Änderungen sollen prospektiv anwendbar sein. Im Dezember 2015 wurde der verpflichtende Erstanwendungszeitpunkt der Änderungen auf einen noch zu bestimmenden Zeitpunkt nach Abschluss des Forschungsprojekts zur Equity-Methode verschoben.

KONSOLIDIERUNGSKREIS / ANTEILSBESITZ

In den Konzernabschluss sind neben der Adler Modemärkte AG vier inländische und drei ausländische Tochterunternehmen einbezogen. Diese Tochterunternehmen sind in der folgenden Aufstellung ersichtlich.

Name, Sitz	Anteil am Kapital in %	Währung	Gezeichnetes Kapital/Kommanditkapital in Landeswährung in Tausend
Adler Modemärkte Gesellschaft m.b.H., Ansfelden/Österreich	100	€	1.500
ADLER MODE S.A., Foetz/Luxemburg	100	€	31
Adler Mode GmbH, Haibach	100	€	25
Adler Mode AG Schweiz, Zug/Schweiz	100	CHF	100
Adler Orange GmbH & Co. KG, Haibach	100	€	4.000
Adler Orange Verwaltung GmbH, Haibach	100	€	1.040
A-Team Fashion GmbH, Bochum	100	€	25

Durch den vollständigen Anteilsbesitz an den Tochtergesellschaften bestehen keine Minderheitenanteile (nicht beherrschende Anteile).

Die ALASKA GmbH & Co. KG, Pullach im Isartal, deren Anteile zu 100 % in konzernfremdem Besitz gehalten werden, wird aufgrund eines Mietvertrags für ein Verwaltungsgebäude mit der Adler Modemärkte AG, Haibach, gemäß IFRS 10 als strukturiertes Unternehmen in den Konzernabschluss einbezogen.

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.

KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

Tochterunternehmen sind alle Unternehmen (inklusive strukturierter Unternehmen), bei denen der Konzern die Kontrolle über die Finanz- und Geschäftspolitik besitzt, in der Regel begleitet von einem Stimmrechtsanteil von mehr als 50%. Tochterunternehmen werden von dem Zeitpunkt in den Konzernabschluss einbezogen, an welchem die Kontrolle auf den Konzern übergegangen ist (Vollkonsolidierung). Sie werden zu dem Zeitpunkt entkonsolidiert, an dem die Kontrolle endet.

Die in die Konsolidierung einbezogenen Abschlüsse der in- und ausländischen Tochterunternehmen werden gemäß IFRS 10 nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgestellt.

Konzerninterne Gewinne und Verluste, Umsatzerlöse, Aufwendungen und Erträge sowie zwischen konsolidierten Tochterunternehmen bestehende Forderungen und Verbindlichkeiten werden eliminiert. Sofern die Voraussetzungen für eine Konsolidierung von Drittschuldverhältnissen vorliegen, wird hiervon Gebrauch gemacht. Zwischengewinne werden eliminiert. Auf temporäre Unterschiede aus Konsolidierungsmaßnahmen werden die nach IAS 12 „Ertragsteuern“ erforderlichen latenten Steuern ermittelt.

Neben der Adler Modemärkte AG werden in den Konzernabschluss alle wesentlichen in- und ausländischen Tochterunternehmen einschließlich strukturierter Unternehmen einbezogen, die die Adler Modemärkte AG unmittelbar oder mittelbar beherrscht. Dies ist der Fall, wenn die Adler Modemärkte AG unmittelbar oder mittelbar die Verfügungsgewalt aufgrund von Stimmrechten oder anderen Rechten über das potenzielle Tochterunternehmen besitzt, an positiven oder negativen variablen Rückflüssen aus dem potenziellen Tochterunternehmen partizipiert und diese Rückflüsse beeinflussen kann. Es liegen keine maßgeblichen Beschränkungen vor.

KAPITALKONSOLIDIERUNG

Die Bilanzierung erworbener Tochterunternehmen erfolgt nach der Erwerbsmethode. Die Anschaffungskosten des Erwerbs entsprechen dem beizulegenden Zeitwert der hingegebenen Vermögenswerte, der ausgegebenen Eigenkapitalinstrumente und der entstandenen bzw. übernommenen Schulden zum Transaktionszeitpunkt. Im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses identifizierbare Vermögenswerte, Schulden und Eventualverbindlichkeiten werden bei der Erstkonsolidierung mit ihren beizulegenden Zeitwerten im Erwerbszeitpunkt bewertet, unabhängig vom Umfang der nicht beherrschenden Anteile.

Der Überschuss der Anschaffungskosten des Erwerbs über den Anteil des Konzerns an dem zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Nettovermögen wird als Firmenwert angesetzt; sind die Anschaffungskosten geringer als das zum beizulegenden Zeitwert bewertete Nettovermögen des erworbenen Tochterunternehmens, wird der Unterschiedsbetrag direkt in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

UNTERNEHMENSERWERBE

Der ADLER-Konzern verwendet die Erwerbsmethode zur Bilanzierung von Unternehmenszusammenschlüssen. Die übertragene Gegenleistung entspricht dem beizulegenden Zeitwert der übertragenen Vermögenswerte, der übernommenen Schulden und der ausgegebenen Eigenkapitalanteile im Erwerbszeitpunkt. Anschaffungsnebenkosten werden als Aufwand erfasst. Im Rahmen des Unternehmenszusammenschlusses identifizierbare Vermögenswerte, Schulden und Eventualverbindlichkeiten werden bei der Erstkonsolidierung mit ihren beizulegenden Zeitwerten im Erwerbszeitpunkt bewertet. Der Überschuss der übertragenen Gegenleistung, dem Betrag aller nicht beherrschenden Anteile und dem Zeitwert des zuvor gehaltenen Eigenkapitalanteils an dem erworbenen Unternehmen über den Saldo der zum Erwerbszeitpunkt bestehenden zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Nettovermögen wird als Geschäfts- oder Firmenwert angesetzt. Ist die übertragene Gegenleistung geringer als das zum beizulegenden Zeitwert bewertete Nettovermögen des erworbenen Tochterunternehmens, wird der Unterschiedsbetrag nach nochmaliger Überprüfung direkt in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

WÄHRUNGSUMRECHNUNG

In den Einzelabschlüssen der Tochterunternehmen, die in Euro geführt werden, werden Geschäftsvorfälle in fremder Währung mit dem Kurs zum Transaktionszeitpunkt bewertet. Bis zum Bilanzstichtag eingetretene Kursgewinne und Kursverluste aus der Umrechnung von Forderungen und Verbindlichkeiten wird Rechnung getragen. Gewinne und Verluste aus Kursänderungen werden erfolgswirksam berücksichtigt. Der Jahresabschluss der ausländischen Konzerngesellschaft wird in die Berichtswährung des ADLER-Konzerns umgerechnet. Die funktionale Währung ist die Landeswährung. Funktionale Währung und Berichtswährung der Muttergesellschaft und damit des Konzernabschlusses ist der Euro.

Vermögenswerte und Schulden ausländischer Konzerngesellschaften, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, rechnet ADLER zum Stichtagskurs am Periodenende um. Aufwendungen, Erträge und das Ergebnis werden hingegen zu Durchschnittskursen umgerechnet. Alle sich ergebenden Umrechnungsdifferenzen werden als eigener Posten im Eigenkapital erfasst.

Die für die Währungsumrechnung zugrunde gelegten Wechselkurse sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

Währung	Stichtagskurse je €		Durchschnittskurse je €	
	31.12.2019	31.12.2018	2019	2018
Schweizer Franken (CHF)	1,085	1,1269	1,113	1,1549

BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Die im Folgenden dargestellten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden kamen bei der Erstellung des Konzernabschlusses zur Anwendung.

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wurden grundsätzlich stetig angewendet.

ANLAGEVERMÖGEN UND ABSCHREIBUNGEN

Geschäfts- oder Firmenwert

Der im Rahmen der Konsolidierung anfallende Geschäfts- oder Firmenwert stellt den Überschuss der Anschaffungskosten eines Unternehmenserwerbs über den Anteil des Konzerns am beizulegenden Zeitwert der identifizierbaren Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden eines Tochterunternehmens dar. Firmenwerte werden gemäß IFRS 3 „Unternehmenszusammenschlüsse“ nicht planmäßig abgeschrieben. Stattdessen werden sie gemäß IAS 36 „Wertminderungen von Vermögenswerten“ einem jährlichen und zusätzlich auch bei Vorliegen eines entsprechenden Anhaltspunktes einem Wertminderungstest unterzogen und gegebenenfalls auf ihren erzielbaren Betrag abgewertet. Jede Wertminderung wird sofort erfolgswirksam erfasst. Eine spätere Wertaufholung findet nicht statt. Der Geschäfts- oder Firmenwert wird zum Zweck des Werthaltigkeitstests auf zahlungsmittelgenerierende Einheiten verteilt. Die Verteilung erfolgt auf die zahlungsmittelgenerierenden Einheiten oder Gruppen dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheiten, von welchen erwartet wird, dass sie aus dem zugrundeliegenden Unternehmenszusammenschluss einen Nutzen ziehen werden.

Die Werthaltigkeit des Geschäfts- und Firmenwerts auf Ebene der zahlungsmittelgenerierenden Einheit (Cash Generating Unit, CGU) wird regelmäßig zum Jahresende und bei Hinweisen auf eine Wertminderung durch eine Bestimmung des Nutzungswertes mittels einer auf der Mehrjahresplanung basierenden Discounted Cashflow Berechnung unter Zugrundelegung eines gewogenen Kapitalkostensatzes (Weighted Average Cost of Capital, WACC) nach Steuern überprüft. Die Ermittlung der Kapitalkostensätze basiert auf dem Zinssatz für risikofreie Anlagen, der Marktrisiko-prämie und einem für ADLER geltenden Fremdkapitalzinssatz. Darüber hinaus werden spezifische Peer-Group-Informationen für Beta-Faktoren und Verschuldungsgrade berücksichtigt.

Sonstige immaterielle Vermögenswerte

Erworbene und selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte werden mit ihren Anschaffungskosten bzw. Herstellungskosten angesetzt. Alle erworbenen immateriellen Vermögenswerte mit einer bestimmbareren Nutzungsdauer werden planmäßig linear abgeschrieben. Den planmäßigen Abschreibungen liegen konzern-einheitlich folgende wirtschaftliche Nutzungsdauern zugrunde:

Anlagenklasse	Abschreibungszeitraum
Konzessionen, Rechte, Lizenzen	3 bis 7 Jahre oder ggf. kürzere Vertragslaufzeit
Software	3 bis 5 Jahre

Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte umfassen im Wesentlichen Software. Kosten, die mit dem Betrieb oder der Aufrechterhaltung von Software verbunden sind, werden im Zeitpunkt ihres Anfalls als Aufwand erfasst. Kosten, die direkt mit der Herstellung identifizierbarer einzelner, in der Verfügungsmacht des

Konzerns stehender Softwareprodukte anfallen, werden als immaterieller Vermögenswert angesetzt, sofern es als wahrscheinlich betrachtet wird, dass der immaterielle Vermögenswert einen künftigen wirtschaftlichen Nutzen erzielt, technisch durchführbar ist und die Kosten verlässlich ermittelt werden können. Die direkt zurechenbaren Kosten umfassen unter anderem die Personalkosten für die an der Entwicklung beteiligten Mitarbeiter sowie weitere der Softwareentwicklung direkt zurechenbare Kosten. Aktivierte Entwicklungskosten für Computersoftware, die eine beschränkte Nutzungsdauer aufweisen, werden linear über die Zeit ihres erwarteten Nutzens, maximal jedoch über fünf Jahre, abgeschrieben.

Immaterielle Vermögenswerte, die noch nicht in ihrem nutzungsreifen Zustand sind, werden mindestens einmal jährlich auf eine mögliche Wertminderung untersucht. Ein Werthaltigkeitstest wird bei immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer mindestens einmal jährlich durchgeführt. Bei in Nutzung befindlichen Vermögenswerten und anderen immateriellen Vermögenswerten mit begrenzter Nutzungsdauer erfolgt ein Werthaltigkeitstest nur bei Vorliegen konkreter Anhaltspunkte. Zur Ermittlung der Werthaltigkeit von immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer wird grundsätzlich der höhere Wert aus Nutzungswert und beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten der betreffenden Zahlungsmittelgenerierenden Einheit herangezogen. Basis für die Bewertung des Nutzungswerts ist die vom Management erstellte aktuelle Planung. Diese Planung basiert auf Erwartungen im Hinblick auf die zukünftige, weltwirtschaftliche Entwicklung sowie daraus abgeleiteten Annahmen hinsichtlich Textileinzelhandelsmärkten, Marktanteilen und Profitabilität der Produkte. Dabei werden angemessene An-

nahmen zu makroökonomischen Trends (Währungs-, Zins- und Rohstoffpreisentwicklung) sowie historische Entwicklungen berücksichtigt. Bezüglich der Annahmen im Detailplanungszeitraum wird auf den Prognosebericht, der Teil des Lageberichts ist, verwiesen. Für die Folgejahre werden plausible Annahmen über die künftige Entwicklung getroffen. Die Planungsprämissen werden jeweils an den aktuellen Erkenntnisstand angepasst.

In der Berichtsperiode gab es keine sonstigen immateriellen Vermögenswerte und Nutzungsrechte mit unbestimmter Nutzungsdauer.

Sachanlagen

Vermögenswerte des Sachanlagevermögens mit Einzelanschaffungskosten unter €250 (Vorjahr: €250) werden in der Regel direkt als Aufwand erfasst. Im Berichtsjahr zugewandene, für den Zweck des ADLER-Konzerns wesentliche Vermögenswerte des Anlagevermögens (z. B. Schaufensterpuppen und Ladeneinrichtungen) werden im Berichtsjahr, sofern diese im Geschäftsbetrieb länger als ein Jahr genutzt werden, unabhängig von der Höhe ihrer Anschaffungskosten, insbesondere unabhängig von vorgenannter Wertgrenze zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen, entsprechend der wirtschaftlichen Nutzungsdauer angesetzt und im Sachanlagevermögen ausgewiesen. Wesentliche Komponenten einer Sachanlage werden einzeln angesetzt und abgeschrieben. Nachträgliche Anschaffungskosten werden nur dann als Teil der Anschaffungskosten des Vermögenswerts berücksichtigt, wenn es wahrscheinlich ist, dass daraus dem Konzern zukünftig wirtschaftlicher Nutzen zufließen wird und die Kosten des Vermögenswerts zuverlässig ermittelt werden können. Alle anderen Reparaturen und Wartungen

werden in dem Geschäftsjahr aufwandswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst, in dem sie angefallen sind. Grundstücke werden nicht planmäßig abgeschrieben. Bei allen weiteren Vermögenswerten erfolgt die Abschreibung linear, wobei die Anschaffungskosten über die erwartete Nutzungsdauer der Vermögenswerte wie folgt abgeschrieben werden:

Anlagenklasse	Abschreibungszeitraum
Gebäude	33 Jahre
Betriebseinrichtungen	3 bis 10 Jahre
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 bis 10 Jahre
Fahrzeuge	4 bis 6 Jahre
Mietereinbauten	10 Jahre

Die Restbuchwerte und wirtschaftlichen Nutzungsdauern werden mindestens zu jedem Bilanzstichtag überprüft und gegebenenfalls angepasst. Übersteigt der Buchwert eines Vermögenswerts seinen geschätzten erzielbaren Betrag, so wird er sofort auf Letzteren abgeschrieben. Gewinne und Verluste aus den Abgängen von Vermögenswerten des Sachanlagevermögens werden als Unterschiedsbetrag zwischen den Veräußerungserlösen und dem Restbuchwert ermittelt und erfolgswirksam erfasst.

NUTZUNGSRECHTE

Nach IFRS 16 besteht ein Nutzungsrecht, wenn ein Vertrag das Recht einräumt, den Nutzen eines Vermögenswerts über einen festgelegten Zeitraum gegen Entgelt zu kontrollieren.

Auf der Aktivseite wird ein Nutzungsrecht am zugrunde liegenden Vermögenswert aktiviert, welches dem Barwert künftiger Leasingzahlungen zuzüglich direkt zurechenbarer Kosten entspricht. Direkt zurechenbare Kosten des Nutzungsrechts umfassen alle bei oder vor der Bereitstellung geleisteten Leasingzahlungen abzüglich aller etwaiger erhaltener Leasinganreize sowie alle dem Leasingnehmer entstandenen anfänglichen direkten Kosten.

Der Vermögenswert wird entsprechend seiner wirtschaftlichen Nutzungsdauer bzw. der Vertragslaufzeit abgeschrieben. Für die Folgebewertung der Nutzungsrechte wurde das Anschaffungskostenmodell gewählt.

Anlagenklasse	Abschreibungszeitraum
Nutzungsrechte Gebäude	Wirtschaftliche Nutzungsdauer bzw. Vertragslaufzeit, i. d. R. 1 bis 15 Jahre
Nutzungsrechte Betriebs- und Geschäftsausstattung	Wirtschaftliche Nutzungsdauer bzw. Vertragslaufzeit, 2 bis 4 Jahre

Bei der Bestimmung der Laufzeit von Leasingverhältnissen berücksichtigt der Vorstand sämtliche Tatsachen und Umstände, die einen wirtschaftlichen Anreiz zur Ausübung von Verlängerungsoptionen oder Nicht-Ausübung von Kündigungsoptionen bieten. Sich aus der Ausübung von Verlängerungs- oder Kündigungsoptionen ergebende Laufzeitänderungen werden nur dann in die Vertragslaufzeit einbezogen, wenn eine Verlängerung oder Nichtausübung einer Kündigungsoption hinreichend sicher ist. Werden bestehende Leasingverhältnisse verlängert bzw. verändert, erhöht bzw. vermindert die durch die Vertragsanpassung resultierende Veränderung der Leasingverbindlichkeit das Nutzungspotenzial des Leasingobjekts.

ADLER ist möglichen zukünftigen Steigerungen variabler Leasingzahlungen ausgesetzt, welche sich aus einer Änderung eines In-

dexes ergeben können. Diese möglichen Änderungen der Leasingraten sind bis zu deren Wirksamwerden nicht in der Leasingverbindlichkeit berücksichtigt. Sobald Änderungen eines Indexes sich auf die Leasingraten auswirken, wird die Leasingverbindlichkeit gegen das Nutzungsrecht angepasst.

ADLER als Leasingnehmer erfasst alle Leasingverhältnisse in der Bilanz als Leasingverbindlichkeit. Die entsprechende Verbindlichkeit gegenüber dem Leasinggeber wird in der Bilanz als Verpflichtung aus Leasing unter den Verbindlichkeiten aus Leasing ausgewiesen. Die Leasingzahlungen werden so auf Zinsaufwendungen und Tilgung der Leasingverpflichtung aufgeteilt, dass eine konstante Verzinsung der verbleibenden Verbindlichkeit erzielt wird.

Eine Trennung von Leasing- und Nichtleasingkomponenten in einem Vertrag erfolgt nicht.

ADLER nutzt das Wahlrecht, den Right-of-Use Ansatz bei Leasingverhältnissen, deren zugrundeliegender Vermögenswert von geringem Wert ist, und bei kurzfristigen Leasingverträgen (Laufzeit unter einem Jahr), nicht anzuwenden.

Leasingverhältnisse, bei denen ein wesentlicher Teil der mit dem Eigentum verbundenen Chancen und Risiken nicht an ADLER übergehen, werden nach IFRS 16 nicht als Leasingverhältnisse klassifiziert. Zahlungen im Rahmen dieser Verträge werden linear über die Laufzeit erfolgswirksam als Aufwand erfasst.

Nutzungsrechte, die einer planmäßigen Abschreibung unterliegen, werden auf Wertminderungsbedarf geprüft, wenn entsprechende Ereignisse bzw. Änderungen der Umstände anzeigen, dass der Buchwert gegebenenfalls nicht mehr erzielbar ist. Ein Wertminderungsverlust wird in Höhe des den erzielbaren Betrag übersteigenden Buchwerts erfasst. Der erzielbare Betrag ist der höhere Betrag

aus dem beizulegenden Zeitwert des Vermögenswertes abzüglich Veräußerungskosten und dem Nutzungswert. Für den Werthaltigkeitstest werden Vermögenswerte auf der niedrigsten Ebene zusammengefasst, für die Cashflows separat identifiziert werden können (zahlungsmittelgenerierende Einheiten).

Bei anschließender Umkehrung einer Wertminderung wird der Buchwert des Vermögenswertes (der zahlungsmittelgenerierenden Einheit) auf den neu geschätzten erzielbaren Betrag erhöht. Die Erhöhung des Buchwerts ist dabei auf den fortgeführten Wert beschränkt, der bestimmt worden wäre, wenn für den Vermögenswert (der zahlungsmittelgenerierenden Einheit) in Vorjahren kein Wertminderungsaufwand erfasst worden wäre. Eine Umkehrung des Wertminderungsaufwands wird sofort erfolgswirksam erfasst.

ADLER untervermietet in geringem Umfang Teilflächen seiner Modemärkte. Für diese Untervermietung wird gemäß IFRS 16.63 überprüft, ob es sich um eine Operating-Leasingvereinbarung oder um eine Finanzierungsleasingvereinbarung handelt. Bei den von ADLER unvermieteten Teilflächen handelt es sich ausschließlich um Operating-Leasingvereinbarungen.

VORRÄTE

Die als Vorräte bilanzierten Handelswaren werden grundsätzlich zum niedrigeren Wert aus Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten und Nettoveräußerungswert angesetzt. Der Nettoveräußerungswert ist der geschätzte, im normalen Geschäftsverlauf erzielbare Verkaufserlös abzüglich der notwendigen variablen Veräußerungskosten. Die Herstellungskosten beinhalten neben Material- und Fertigungseinzelkosten auch alle direkt zurechenbaren Kosten und angemessene Teile der notwendigen Gemeinkosten und Abschreibungen. Die Anschaffungs- oder Herstellungskosten werden auf Basis der gewogenen Durchschnittsmethode bestimmt.

ALS FINANZINVESTITION GEHALTENE IMMOBILIEN

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien umfassen Grundstücke und Gebäude, die zur Erzielung von Mieteinnahmen und/oder zum Zwecke der Wertsteigerung gehalten und nicht im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit genutzt werden. Diese werden zu ihrem beizulegenden Zeitwert bewertet. Der beizulegende Zeitwert wird von einem Immobilien-Sachverständigen ermittelt.

FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE

Ab 1. Januar 2018 stuft ADLER seine finanziellen Vermögenswerte in Abhängigkeit davon, ob es sich um Eigen- oder Fremdkapitalinstrumente handelt, in die folgenden Bewertungskategorien ein:

- solche, die in der Folge erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, und
- solche, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden.

Die Klassifizierung der Fremdkapitalinstrumente ist abhängig vom Geschäftsmodell des Unternehmens für die Steuerung der finanziellen Vermögenswerte und von den vertraglichen Zahlungsströmen.

Die Buch- und beizulegenden Zeitwerte der finanziellen Vermögenswerte werden je Bewertungskategorie nach IFRS 9 dargestellt. Der beizulegende Zeitwert eines Finanzinstruments ist der Betrag, zu dem zwischen sachverständigen, vertragswilligen und voneinander unabhängigen Geschäftspartnern ein Vermögenswert getauscht wird.

Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Vermögenswerte

		Anhang Nr.
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	13	ADLER bewertet seine Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zu fortgeführten Anschaffungskosten, da die folgenden Bedingungen erfüllt sind: <ul style="list-style-type: none"> • Der finanzielle Vermögenswert wird im Rahmen eines Geschäftsmodells gehalten, dessen Zielsetzung darin besteht, finanzielle Vermögenswerte zur Vereinnahmung der vertraglichen Cashflows zu halten, und • die Vertragsbedingungen führen zu Cashflows, die ausschließlich Tilgungs- und Zinszahlungen auf den ausstehenden Kapitalbetrag darstellen. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden anfänglich zum beizulegenden Zeitwert angesetzt und in der Folge zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Abzug von Wertminderungen bewertet.
Übrige finanzielle Vermögenswerte	14	ADLER bewertet die in dem Posten übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte enthaltenen finanziellen Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten, da die Bedingungen, wie oben bereits aufgeführt, erfüllt sind: Die in den übrigen Forderungen und sonstigen Vermögenswerte enthaltenen finanziellen Vermögenswerte sind anfänglich zum beizulegenden Zeitwert angesetzt und in der Folge zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Verwendung der Effektivzinsmethode bei langfristigen Forderungen bewertet. Sofern Risiken bestehen, sind diese durch angemessene Wertberichtigungen berücksichtigt. Wertminderungen sind bereits zum Zeitpunkt der erstmaligen Erfassung des finanziellen Vermögenswerts zu berücksichtigen. Diese sind als erwartete Verluste aus Kreditausfällen zu ermitteln, die in den folgenden zwölf Monaten eintreten. Wenn ein finanzieller Vermögenswert eine wesentliche Erhöhung des Kreditrisikos seit dem Zeitpunkt der erstmaligen Erfassung verzeichnet, ist auf die erwarteten Ausfälle über die gesamte Restlaufzeit abzustellen. Eine Ausbuchung erfolgt, wenn keine Zahlungsströme mehr zu erwarten sind.
Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalent	15	Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente umfassen Bargeld, Sichteinlagen und andere kurzfristige hochliquide finanzielle Vermögenswerte mit einer ursprünglichen Laufzeit von maximal drei Monaten. In Anspruch genommene Kontokorrentkredite werden als Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten unter den kurzfristigen Finanzschulden gezeigt. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente unterliegen den Wertminderungsvorschriften von IFRS 9. Es wurde kein Wertminderungsaufwand identifiziert.

Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte

Wertpapiere	14	Eigenkapitalinstrumente (Wertpapiere), die als Investition für langfristige, strategische Beteiligung und nicht zu Handelszwecken gehalten werden und deren Veräußerung kurz- bis mittelfristig nicht zu erwarten ist. ADLER bewertet diese gehaltenen Eigenkapitalinstrumente in der Folge zum beizulegenden Zeitwert (Level 1). Der beizulegende Zeitwert beruht auf notierten Marktpreisen am Ende der Berichtsperiode. Es erfolgt nach der Ausbuchung des Instruments keine spätere Umgliederung dieser Gewinne und Verluste in den Gewinn oder Verlust. Dividenden aus dem Instrument werden weiterhin im Gewinn oder Verlust unter den sonstigen Erträgen erfasst, da der Anspruch auf Erhalt von Zahlungen begründet wird. Bei Verkauf dieser Eigenkapitalinstrumente werden alle in der Rücklage für „Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte“ enthaltenen zugehörigen Salden in die Gewinnrücklage umgegliedert. Es gab im Berichtsjahr keine Veräußerung von „Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewerteten“ Wertpapieren. ADLER bewertet diese gehaltene Eigenkapitalinstrument in der Folge zum beizulegenden Zeitwert.
-------------	----	---

ÖFFENTLICHE ZUWENDUNGEN

Zuwendungen der öffentlichen Hand werden zu ihrem beizulegenden Zeitwert erfasst, wenn mit großer Sicherheit davon auszugehen ist, dass die Zuwendung erfolgen wird und der Konzern die notwendigen Bedingungen für den Erhalt der Zuwendungen erfüllt. Öffentliche Zuschüsse für Kosten werden über den Zeitraum erfasst, in dem die entsprechenden Kosten, für deren Kompensation sie gewährt wurden, anfallen.

BAUKOSTENZUSCHÜSSE

Baukostenzuschüsse werden entweder seitens der Konzerngesellschaft an den Vermieter zur Verbesserung der Objekteigenschaften eingesetzt oder vom Vermieter für eigenständige Baumaßnahmen zur Herrichtung des Modemarktes gewährt. Bilanziell erfolgt bei Zahlung von Baukostenzuschüssen der Ausweis innerhalb der sonstigen Vermögenswerte und wird über die verbleibende Mindestvertragslaufzeit ergebniswirksam verbraucht. Erhaltene Baukostenzuschüsse werden als sonstige Verbindlichkeiten ausgewiesen und über die Mindestvertragslaufzeit oder gemäß vertraglichen Vereinbarungen erfolgswirksam aufgelöst. Siehe Punkt „Sonstige betriebliche Erträge“.

LAUFENDE ERTRAGSTEUERN

Laufende Ertragsteuern für die Berichtsperiode und frühere Perioden sind mit dem Betrag zu bemessen, in dessen Höhe eine Zahlung an bzw. Erstattung durch die Steuerbehörden erwartet wird. Sie werden anhand der am Bilanzstichtag geltenden gesellschaftsbezogenen Steuersätze ermittelt. Ungewisse Steuerforderungen und -verpflichtungen werden angesetzt, sobald die Ein-

trittswahrscheinlichkeit aus Sicht des ADLER-Managements höher als 50% ist. Bilanzierte unsichere Ertragsteuerpositionen werden mit dem wahrscheinlichsten Wert angesetzt.

LATENTE STEUERN

Latente Steuern werden gem. IAS 12 für alle temporären Differenzen zwischen der Steuerbasis der Vermögenswerte/Verbindlichkeiten (Tax Base) und ihren Buchwerten im IFRS-Konzernabschluss angesetzt (sog. Verbindlichkeiten-Methode). Latente Steuern werden unter Anwendung der Steuersätze und Steuervorschriften bewertet, die am Bilanzstichtag gelten oder im Wesentlichen gesetzlich verabschiedet sind und deren Geltung zum Zeitpunkt der Realisierung der latenten Steuerforderung bzw. der Begleichung der latenten Steuerverbindlichkeit erwartet wird. Latente Steuerforderungen werden in dem Umfang angesetzt, in dem es wahrscheinlich ist, dass ein zu versteuernder Gewinn verfügbar sein wird, gegen den die temporäre Differenz verwendet werden kann. Ist der zukünftige steuerliche Vorteil aus Verlustvorträgen mit hinreichender Sicherheit in künftigen Perioden (fünf Jahre) nutzbar, wird hierfür eine latente Steuer aktiviert.

Nach IAS 12.39 sind latente Steuern auf temporäre Unterschiede in Verbindung mit Anteilen an Tochterunternehmen („Outside Basis Differences“) im Konzernabschluss nur dann anzusetzen, wenn die folgenden Kriterien nicht erfüllt sind:

- Das Mutterunternehmen, der Anteilseigner oder das Partnerunternehmen sind in der Lage, den zeitlichen Verlauf der Auflösung der temporären Differenz zu steuern; und
- es ist wahrscheinlich, dass sich die temporäre Differenz in absehbarer Zeit nicht auflösen wird.

Dies ist im ADLER-Konzern nicht gegeben. Die temporäre Differenz löst sich in aller Regel erst bei Verkauf der Gesellschaft auf. Zum aktuellen Zeitpunkt plant der ADLER-Konzern keine Unternehmensverkäufe, wäre aber auch in der Lage, den Zeitpunkt des Verkaufs zu steuern. Im Konzernabschluss des ADLER-Konzerns werden keine latenten Steuern auf temporäre Unterschiede in Verbindung mit Anteilen an Tochterunternehmen gebildet.

Latente Steuerforderungen und -verbindlichkeiten werden saldiert, wenn ein einklagbares Recht besteht, dass die laufenden Steuerforderungen gegen die laufenden Steuerverbindlichkeiten aufzurechnen sind, und wenn die latenten Steuern gegen dieselbe Steuerbehörde bestehen.

EIGENKAPITAL

Das Eigenkapital besteht aus gezeichnetem Kapital, Kapitalrücklage, Übrigem kumuliertem Eigenkapital und Negativen Gewinnrücklagen. Das gezeichnete Kapital stellt das nominelle Kapital der Muttergesellschaft, ggf. vermindert um den Anteil zurückerwerbener Aktien, dar. Der Nennwert der Aktien beträgt € 18.510.000. In der Kapitalrücklage sind alle der Gesellschaft von außen zugeführten Beträge des Eigenkapitals, die nicht gezeichnetes Kapital sind, dargestellt.

Das Übrige kumulierte Eigenkapital enthält, neben geringen Wechselkurseffekten aus der Konsolidierung von Tochterunternehmen mit einer anderslautenden funktionalen Währung als die Konzernberichtswährung, die Wertentwicklung von erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete Eigenkapitalinstrumente und versicherungsmathematische Gewinne und Verluste aus Pensionsverpflichtungen sowie die dazugehörigen latenten Steuern.

RÜCKSTELLUNGEN

Rückstellungen werden gebildet, wenn der Konzern eine gegenwärtige rechtliche oder faktische Verpflichtung hat, die aus einem vergangenen Ereignis resultiert und es wahrscheinlich ist, dass die Begleichung der Verpflichtung zu einer Vermögensbelastung führen wird, und die Höhe der Rückstellung verlässlich ermittelt werden kann. Wenn eine Anzahl gleichartiger Verpflichtungen besteht, wird die Wahrscheinlichkeit einer Vermögensbelastung auf Basis der Gruppe dieser Verpflichtungen ermittelt. Die Rückstellungen werden unter Berücksichtigung aller daraus erkennbaren Risiken zum voraussichtlichen Erfüllungsbetrag angesetzt und nicht mit Rückgriffsansprüchen verrechnet.

Langfristige Rückstellungen sind mit ihrem auf den Bilanzstichtag abgezinsten Erfüllungsbetrag angesetzt, soweit der Zinsanteil wesentlich ist. Der dabei zum Ansatz kommende Zinssatz ist ein Zinssatz vor Steuern, welcher der momentanen wirtschaftlichen Situation des Marktumfelds entspricht und das Risiko der Verpflichtung berücksichtigt.

LEISTUNGEN AN ARBEITNEHMER

Pensionsverpflichtungen

Im ADLER-Konzern liegen unterschiedliche Versorgungspläne vor. Diese beinhalten sowohl leistungsorientierte als auch beitragsorientierte Pläne. Beitragsorientierte Pläne sind Pläne für Leistungen nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses, bei denen das Unternehmen festgelegte Beiträge an eine eigenständige Einheit (etwa einen Fonds oder eine Versicherung) entrichtet und weder rechtlich noch faktisch zur Zahlung darüber hinausgehender Bei-

träge verpflichtet ist, auch wenn der Fonds oder die Ansprüche aus dem abgeschlossenen Versicherungsvertrag nicht über ausreichende Vermögenswerte verfügt, um alle Leistungen in Bezug auf Arbeitsleistungen der Arbeitnehmer in der Berichtsperiode und früheren Perioden zu erbringen. Ein leistungsorientierter Plan ist ein Plan, der kein beitragsorientierter Plan ist.

Die den leistungsorientierten Plänen zugrunde liegenden Vereinbarungen sehen im Konzern abhängig von der Tochtergesellschaft unterschiedliche Leistungen vor. Diese umfassen im Wesentlichen

- Pensionszusagen ab Erreichen des jeweiligen Rentenalters,
- Einmalzahlungen bei Auflösung von Dienstverhältnissen.

Die Rückstellung, die aus leistungsorientierten Plänen in der Konzernbilanz angesetzt wird, ergibt sich aus dem Barwert der Pensionsverpflichtung zum Bilanzstichtag abzüglich des beizulegenden Zeitwerts eventuell vorhandenen Planvermögens und nachzuverrechnenden Dienstzeitaufwands.

Die versicherungsmathematische Bewertung der Pensionsrückstellungen für die betriebliche Altersversorgung erfolgt gemäß der in IAS 19 „Leistungen an Arbeitnehmer“ vorgeschriebenen Methode der laufenden Einmalprämien (Projected-Unit-Credit-Methode), wobei zu jedem Bilanzstichtag eine versicherungsmathematische Bewertung durch unabhängige versicherungsmathematische Gutachter durchgeführt wird. Im Rahmen dieses Anwartschaftsbarwertverfahrens werden die am Bilanzstichtag bekannten Renten und erworbenen Anwartschaften und die künftig zu erwartenden Steigerungen der Gehälter und Renten berücksichtigt. Grundlage der Bewertungen sind die rechtlichen, wirtschaftlichen und steuerlichen Gegebenheiten des jeweiligen Landes sowie dessen spezifische demographische Gegebenheiten. Die ausschließlich im

europäischen Wirtschaftsraum bestehenden Verpflichtungen werden mit einem Rechnungszins von 0,8% (Vorjahr: 1,6%), einem Lohn- und Gehaltstrend von 2,5% (Vorjahr: 2,5%) und mit einem Rententrend von 1,75% (Vorjahr: 1,75%) bewertet. Die Mitarbeiterfluktuation ist betriebspezifisch ermittelt und alters-/dienstzeitabhängig berücksichtigt. Den versicherungsmathematischen Bewertungen liegen überwiegend länderspezifische Sterbetafeln zugrunde. Die Rückstellung setzt sich aus dem Anwartschaftsbarwert abzüglich des beizulegenden Zeitwertes des Planvermögens abzüglich/zuzüglich versicherungsmathematischer Gewinne und Verluste zusammen.

Die kumulierten versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste resultieren aus der Abweichung zwischen planmäßig erwarteten und tatsächlich am Jahresende eingetretenen Pensionsverpflichtungen und Planvermögen über die Jahre. Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden unmittelbar im sonstigen Ergebnis erfasst. Darüber hinaus erfolgte die Verzinsung des Planvermögens in Höhe des Diskontierungszinssatzes.

Angaben zur Finanzierungsstrategie und zu Risiken der Pensionspläne sowie eine Sensibilitätsanalyse bei Änderungen wesentlicher Bewertungsannahmen gemäß IAS 19.145 werden gemäß IAS 19.173 in Kapitel 18 dargestellt.

Der Zinsanteil der Rückstellungszuführung (Zinskosten für Pensionsverpflichtungen und erwarteter Ertrag aus Planvermögen) wird als Zinsaufwand innerhalb des Finanzergebnisses ausgewiesen.

Zahlungen aus einem beitragsorientierten Versorgungsplan werden in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst und innerhalb der Personalaufwendungen ausgewiesen.

Abfertigungsverpflichtungen

Arbeitnehmer, deren Dienstverhältnis in Österreich am oder nach dem 1. Januar 2003 begonnen hat, unterliegen einem beitragsorientierten Versorgungsplan. Verpflichtungen aus Abfertigungen für Arbeitnehmer, deren Dienstverhältnis vor dem 1. Januar 2003 begonnen hat, werden durch leistungsorientierte Pläne abgedeckt. Bei Beendigung des Dienstverhältnisses durch die Gesellschaft, bei Pensionsantritt, bei Invalidität oder Tod erhalten berechnete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine Abfertigung, die – abhängig von ihrer Dienstzeit – ein Mehrfaches ihres monatlichen Grundgehalts, maximal aber zwölf Monatsgehälter, beträgt. Bei Beendigung des Dienstverhältnisses werden maximal drei Monatsgehälter sofort, darüber hinausgehende Beträge über einen Zeitraum von mehreren Monaten verteilt ausgezahlt. Im Falle des Todes haben die Erben der berechtigten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Anspruch auf 50 % der Abfertigung.

Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses

Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses werden geleistet, wenn ein Mitarbeiter vor dem regulären Renteneintritt entlassen wird, oder wenn ein Mitarbeiter gegen eine Abfindungsleistung freiwillig aus dem Arbeitsverhältnis ausscheidet. Der Konzern erfasst Abfindungsleistungen sofort, wenn er nachweislich und unausweichlich verpflichtet ist, das Arbeitsverhältnis von gegenwärtigen Mitarbeitern entsprechend eines detaillierten formalen Plans, der nicht rückgängig gemacht werden kann, zu beenden, oder wenn er nachweislich Abfindungen bei freiwilliger Beendigung des Arbeitsverhältnisses durch Mitarbeiter zu leisten hat. Leistungen, die mehr als zwölf Monate nach dem Bilanzstichtag fällig werden, werden auf ihren Barwert abgezinst. Die Ansprüche auf Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses werden unter den Personalrückstellungen ausgewiesen.

SCHULDEN

Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten

Anhang Nr.		
Finanzschulden	20	Finanzschulden werden anfänglich zum beizulegenden Zeitwert angesetzt und in der Folge zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert. Bei langfristigen Verbindlichkeiten werden Differenzen zwischen historischen Anschaffungskosten und dem Rückzahlungsbetrag entsprechend der Effektivzinsmethode berücksichtigt. Der Erstansatz der Finanzschulden, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden, erfolgt zum beizulegenden Zeitwert unter Berücksichtigung der Transaktionskosten. Darlehensverbindlichkeiten werden als kurzfristig klassifiziert, sofern die Rückzahlung innerhalb der nächsten zwölf Monate zu erfolgen hat.
Verbindlichkeiten aus Kundenkartentreueprogramm	21	Die von Kunden noch nicht in Anspruch genommenen Rabattansprüche werden als separater Posten „Verbindlichkeiten aus Kundenkartentreueprogramm“ ausgewiesen. Kunden erwerben Rabattansprüche, wenn sie ihren Einkauf unter Vorlage der ADLER-Kundentreuekarte tätigen. Innerhalb eines genau definierten Zeitraums, kürzer als ein Jahr, kann der Kunde diese Rabattansprüche bei einem Folgeeinkauf verrechnen oder sich den Betrag in bar auszahlen lassen. Der als Verbindlichkeit angesetzte Betrag entspricht dem zum Bilanzstichtag noch nicht in Anspruch genommenen Rabattanspruch der Kunden. Gemäß IFRS 9 ist der zum Bilanzstichtag noch nicht in Anspruch genommene Betrag in voller Höhe als Verbindlichkeit auszuweisen.
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	22	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen werden bei ihrem erstmaligen Ansatz zum beizulegenden Zeitwert und in der Folge zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt.
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	23	Übrige finanzielle Verbindlichkeiten werden bei ihrem erstmaligen Ansatz zum beizulegenden Zeitwert und in der Folge zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt.
Verbindlichkeiten aus Leasing	24	Verbindlichkeiten aus Leasingverträgen werden passiviert, sofern das wirtschaftliche Eigentum hinsichtlich der geleasten bzw. gemieteten Leasinggegenstände den Unternehmen des ADLER-Konzerns zuzurechnen ist und diese unter den Sachanlagen aktiviert sind. Beim erstmaligen Ansatz der Leasingverpflichtungen wird der beizulegende Zeitwert des Leasinggegenstands bzw. der niedrigere Barwert der Leasingraten angesetzt. Die Finanzierungskosten werden dabei so über die Laufzeit des Leasingverhältnisses verteilt, dass sich im Zeitablauf ein konstanter Zinssatz auf die verbleibende Leasing-Verbindlichkeit ergibt. Als Zinssatz wird dabei der Grenzfremdkapitalzinssatz von ADLER verwendet.

EVENTUALVERBINDLICHKEITEN

Eventualverbindlichkeiten sind mögliche oder bestehende Verpflichtungen, die auf vergangenen Ereignissen beruhen, bei denen ein Ressourcenabfluss jedoch als nicht wahrscheinlich eingeschätzt wird. Solche Verpflichtungen sind nach IAS 37 nicht in der Bilanz zu erfassen, sondern im Anhang zu nennen. Die Darstellung erfolgt in Kapitel 29 unter „Sonstige finanzielle Verpflichtungen“.

ERTRAGS- UND AUFWANDSREALISIERUNG

Die Umsatzerlöse umfassen den beizulegenden Zeitwert der für den Verkauf von Waren und Dienstleistungen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit erhaltenen bzw. zu erhaltenden Gegenleistung. Umsatzerlöse werden ohne Umsatzsteuer abzüglich Rabatte und Preisnachlässe ausgewiesen. Warenwirtschaftliche Vergütungsansprüche werden nach erfolgter Rechnungsprüfung ergebniswirksam erfasst.

Erwerben Kunden beim Kauf mit der ADLER-Kundentreuekarte oder durch Erwerb von Zusatzpunkten aus Kundenkartentreueprogrammen einen bestimmten Rabattanspruch, so wird dieser als Umsatzminderung erfasst. Die Abgrenzung erfolgt über die Position „Verbindlichkeiten aus Kundenkartentreueprogramm“. Die Auflösung erfolgt mit Inanspruchnahme des Rabattguthabens.

Die Erfassung von Umsatzerlösen und sonstigen Erträgen erfolgt grundsätzlich erst dann, wenn die Leistungen erbracht bzw. die Waren oder Erzeugnisse geliefert worden sind und der Gefahren-

übergang auf den Kunden erfolgt ist. Die stationären Einzelhandelsverkäufe werden bar oder per EC- bzw. Kreditkarte abgewickelt. Online-Shopverkäufe werden per Rechnung, Kreditkarte oder Online-Bezahldienste abgewickelt. Die Kartengebühren werden in den Sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst. Die Geschäftspolitik des Konzerns sieht vor, dass der Endverbraucher seine Produkte mit einem gesetzlichen Rückgaberecht erwirbt.

Aufwendungen werden mit Inanspruchnahme der Leistung bzw. zum Zeitpunkt ihrer Verursachung als Aufwand erfasst. Dies gilt auch für die Erfassung von Werbekosten. Diese werden dann erfasst, wenn die Leistung – hier die Erbringung der Werbedienstleistungen – gegenüber dem ADLER-Konzern erbracht wurde und nicht erst, wenn die entsprechenden Werbeaktionen durch den ADLER-Konzern stattfinden.

Mieterträge und Mietaufwendungen, sofern nicht gemäß IFRS 16 als Leasing klassifiziert, werden periodengerecht als Ertrag oder Aufwand erfasst.

FINANZERGEBNIS

Zinserträge und Zinsaufwendungen werden periodengerecht unter Berücksichtigung der ausstehenden Darlehenssumme und des anzuwendenden Zinssatzes nach der Effektivzinsmethode abgegrenzt. Der anzuwendende Zinssatz entspricht dem Zinssatz, der die geschätzten künftigen Zahlungsmittelzuflüsse über die Laufzeit des finanziellen Vermögenswertes auf den Nettobuchwert des Vermögenswertes abzinst.

Beim Vorliegen eines Nutzungsrechts bzw. Leasingvertrags werden die erhaltenen Zahlungen mit finanzmathematischen Methoden in einen Zins- und Tilgungsanteil aufgeteilt.

Zinserträge aus der erwarteten Renditeentwicklung des Planvermögens fließen ebenso in das Finanzergebnis ein wie Zinsaufwendungen aus der Aufzinsung von Pensionsverpflichtungen. Die dabei zugrundegelegten Zinssätze werden im Rahmen der Bilanzierung der Pensionsverpflichtungen erläutert.

Fremdkapitalkosten werden in der Periode erfolgswirksam erfasst, in der sie anfallen, sofern es sich nicht um aktivierungspflichtige Fremdkapitalkosten für qualifizierte Vermögenswerte handelt.

SONSTIGES ERGEBNIS

Gemäß der Änderungen IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“ wurden die Posten des Sonstigen Ergebnisses entsprechend dargestellt. Die Posten des Sonstigen Ergebnisses werden in Abhängigkeit, ob diese in der Zukunft über die Gewinn- und Verlustrechnung gebucht werden, getrennt dargestellt.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Mit IFRS 8 erfolgt die Segmentierung in operative Teilbereiche gemäß der internen Organisations- und Berichtsstruktur. Ein operatives Segment wird als „Unternehmensbestandteil“ definiert, der aus seiner Geschäftstätigkeit Erträge und Aufwendungen

generiert, dessen Ertragslage durch die verantwortliche Unternehmensinstanz im Rahmen der Ressourcenallokation sowie der Performancebeurteilung regelmäßig analysiert wird und für den eigenständige Finanzdaten vorliegen. Die verantwortliche Unternehmensinstanz ist der Vorstand der Adler Modemärkte AG.

In der Segmentberichterstattung werden die Segmente nach den Hauptaktivitäten strukturiert. Im Geschäftsjahr 2019 existierte – wie im Vorjahr – mit dem Segment „Modemärkte“ lediglich ein berichtspflichtiges Segment.

ERGEBNIS JE AKTIE

Die Ermittlung des Ergebnisses je Aktie erfolgt nach den Vorgaben des IAS 33 „Ergebnis je Aktie“ mittels Division des Konzernergebnisses durch die durchschnittliche gewichtete Anzahl der während des Geschäftsjahres ausstehenden Aktien. Ein verwässertes Ergebnis je Aktie entsteht, wenn aus dem Stammkapital neben Stamm- und Vorzugsaktien auch Eigenkapitalinstrumente ausgegeben werden, die zukünftig zu einer Erhöhung der Aktienzahl führen könnten. Ein Verwässerungseffekt liegt im vorliegenden Konzernabschluss jedoch nicht vor.

RECHTSSTREITIGKEITEN UND SCHADENERSATZANSPRÜCHE

Die Gesellschaften des ADLER-Konzerns sind im Rahmen des allgemeinen Geschäftsbetriebs an verschiedenen Prozessen und behördlichen Verfahren beteiligt oder es könnten in der Zukunft solche eingeleitet oder geltend gemacht werden. Auch wenn der Ausgang der einzelnen Verfahren im Hinblick auf die Unwägbarkeiten, mit denen Rechtsstreitigkeiten behaftet sind, nicht mit Bestimmtheit vorhergesagt werden kann, wird sich nach derzeitiger

Einschätzung über die im Abschluss als Verbindlichkeiten oder Rückstellungen berücksichtigten Risiken hinaus kein erheblich nachteiliger Einfluss auf die Ertragslage des Konzerns ergeben.

VERWENDUNG VON ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind Annahmen getroffen und Schätzungen verwendet worden, die sich auf Ausweis und Höhe der bilanzierten Vermögenswerte, Schulden, Erträge, Aufwendungen sowie der Eventualverbindlichkeiten ausgewirkt haben. Diese Annahmen und Schätzungen beziehen sich im Wesentlichen auf die konzerneinheitliche Festlegung wirtschaftlicher Nutzungsdauern, die Beurteilung der Werthaltigkeit der Warenvorräte, die Bewertung von Rückstellungen, Pensionen oder standortbezogenen Risiken sowie die Realisierbarkeit zukünftiger Steuerentlastungen insbesondere aus Verlustvorträgen. Die tatsächlichen Werte können in Einzelfällen von den getroffenen Annahmen und Schätzungen abweichen. Änderungen werden zum Zeitpunkt einer besseren Kenntnis berücksichtigt.

Schätzungen beruhen auf Erfahrungswerten und anderen Annahmen, die unter den gegebenen Umständen als zutreffend erachtet werden. Die tatsächlichen Werte können von den Schätzungen abweichen. Die Einschätzungen und Annahmen werden laufend überprüft. Der Grundsatz des „True And Fair View“ wird auch bei der Verwendung von Schätzungen gewahrt.

Nutzungsdauer von Anlagevermögen

Die Ermittlung und Festlegung von konzerneinheitlichen wirtschaftlichen Nutzungsdauern basiert auf Erfahrungswerten hinsichtlich der tatsächlich erwarteten Nutzungsdauer von Vermögenswerten des Anlagevermögens. Dabei wurde von einer gewöhnlichen Nutzung der Vermögenswerte ausgegangen.

Wertberichtigungen auf Vorräte

Die Wertberichtigungen auf Vorräte werden unter Berücksichtigung der Verhältnisse am Absatzmarkt festgelegt und beruhen zu einem gewissen Maße auf Erfahrungswerten.

Ertragsteuern

Der Konzern ist in verschiedenen Ländern zur Entrichtung von Ertragsteuern nach jeweils unterschiedlichen Bemessungsgrundlagen verpflichtet. Die weltweite Steuerrückstellung wird auf Basis einer nach den lokalen Steuervorschriften vorgenommenen Gewinnermittlung und den anwendbaren lokalen Steuersätzen gebildet.

Die Höhe der Steuerrückstellungen und -schulden basiert auf Schätzungen, ob und in welcher Höhe Ertragsteuern fällig werden. Etwaige Risiken aus einer abweichenden steuerlichen Behandlung werden, wenn nötig, in angemessener Höhe zurückgestellt.

Daneben sind Schätzungen vorzunehmen, um die Werthaltigkeit aktiver latenter Steuern beurteilen zu können. Ausschlaggebend für die Beurteilung der Werthaltigkeit aktiver latenter Steuern ist die Einschätzung der Wahrscheinlichkeit, ob künftig steuerliche Gewinne (zu versteuerndes Einkommen) zur Verfügung stehen. Im Übrigen bestehen Unsicherheiten hinsichtlich der Auslegung komplexer Steuervorschriften und der Höhe sowie des Zeitpunkts künftiger zu versteuernder Einkünfte. Insbesondere vor dem Hintergrund der internationalen Verflechtungen können Unterschiede zwischen den tatsächlichen Ergebnissen und den Annahmen oder künftige Änderungen dieser Annahmen Änderungen des Steuerergebnisses in künftigen Perioden zur Folge haben.

Die Gesellschaften des ADLER-Konzerns sind in mehreren Ländern ertragsteuerpflichtig. Bei der Beurteilung der Ertragsteuerforderungen und -verpflichtungen kann insbesondere die Interpretation von steuerlichen Vorschriften mit Unsicherheiten behaftet sein.

Eine unterschiedliche Sichtweise der jeweiligen Finanzbehörden bezüglich der richtigen Interpretation von steuerlichen Normen, z. B. aufgrund geänderter Rechtsprechung, fließt in die Bilanzierung der ungewissen Steuerforderungen und -verpflichtungen im entsprechenden Wirtschaftsjahr ein.

Rückstellungen

Bei der Ermittlung des Ansatzes von Rückstellungen sind Annahmen über die Wahrscheinlichkeit des Eintritts des Ressourcenabflusses zu treffen. Diese Annahmen stellen die bestmögliche Einschätzung der dem Sachverhalt zugrundeliegenden Situation dar, unterliegen jedoch durch die notwendige Verwendung von Annahmen einer gewissen Unsicherheit. Bei der Bemessung der Rückstellungen sind ebenfalls Annahmen über die Höhe des möglichen Ressourcenabflusses zu treffen. Eine Änderung der Annahmen kann somit zu einer abweichenden Höhe der Rückstellung führen. Demnach ergeben sich durch die Verwendung von Annahmen auch hier gewisse Unsicherheiten.

Die Ermittlung des Barwerts von Pensionsverpflichtungen ist maßgeblich abhängig von der Auswahl des Diskontierungszinssatzes und der weiteren versicherungsmathematischen Annahmen, welche zum Ende eines jeden Geschäftsjahres neu ermittelt werden. Der zugrunde liegende Diskontierungszinssatz ist dabei der Zinssatz von Industrieanleihen mit hoher Bonität, welche auf die Währung lauten, in der auch die Leistungen bezahlt werden, und welche laufzeitkongruent zu den Pensionsverpflichtungen sind. Änderungen dieser Zinssätze können zu wesentlichen Änderungen der Höhe der Pensionsverpflichtung führen.

Wertminderungen

Gemäß IAS 36 „Wertminderungen von Vermögenswerten“ und IAS 38 „Immaterielle Vermögenswerte“ wird der Geschäfts- oder Firmenwert jährlich auf eine mögliche Wertminderung geprüft. Falls sich Ereignisse oder veränderte Umstände ergeben, die auf eine mögliche Wertminderung hindeuten, ist die Werthaltigkeitsprüfung auch häufiger durchzuführen. Die planmäßige Abschreibung von Geschäfts- oder Firmenwerten ist untersagt. Im Rahmen der Überprüfung der Werthaltigkeit des Geschäfts- oder Firmenwerts wird der Restbuchwert der einzelnen zahlungsmittelgenerierenden Einheit, welcher der Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet ist, mit ihrem jeweiligen erzielbaren Betrag, d. h. dem höheren Wert aus Nettoveräußerungspreis und Nutzungswert, verglichen. In den Fällen, in denen der Buchwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit höher als ihr erzielbarer Betrag ist, liegt in der Höhe der Differenz ein Abwertungsverlust vor. In Höhe der so ermittelten aufwandswirksamen Wertminderungen wird im ersten Schritt der Geschäfts- oder Firmenwert der betroffenen strategischen Geschäftseinheit abgeschrieben. Ein eventuell verbleibender Restbetrag wird buchwertproportional auf die anderen Vermögenswerte der jeweiligen strategischen Geschäftseinheit verteilt, soweit im Anwendungsbereich des IAS 36. Bei der Ermittlung des erzielbaren Betrags wird der Barwert der künftigen Zahlungen, der aufgrund der fortlaufenden Nutzung der zahlungsmittelgenerierenden Einheit erwartet wird, zugrunde gelegt. Die Prognose der Zahlungen stützt sich auf die aktuellen Planungen der Gesellschaft. Die Kapitalkosten werden als gewichteter Durchschnitt der Eigen- und Fremdkapitalkosten berechnet, wobei die jeweiligen Anteile am Gesamtkapital ausschlaggebend

sind. Die Eigenkapitalkosten entsprechen den Renditeerwartungen der zahlungsmittelgenerierenden Einheit und werden aus einer geeigneten Peer Group abgeleitet. Als Fremdkapitalkosten werden die durchschnittlichen Fremdkapitalkosten, wie sich diese aus Anleihen mit einer durchschnittlichen Restlaufzeit von 30 Jahren ergeben, zugrundegelegt.

Bei der Berücksichtigung von Standortrisiken (im Wesentlichen Einschätzung von drohenden Verlusten aus Leasingverträgen bzw. Wertminderung bei Leasingverträgen) werden für Standorte mit nachhaltigen Verlusten Schätzungen eines bereinigten EBIT für einen Planungshorizont zu einem Vergleich mit objektivierten Mieten herangezogen, um eine mögliche zukünftige Mietunterdeckung, bzw. die Buchwerte zu ermitteln, deren erzielbarer Betrag, deren unter den Annahmen zum einen der Fortführung der derzeitigen Nutzung oder zum anderen einer Umnutzung bestimmt wird.

Der beizulegende Zeitwert von Grundstücken und Gebäuden, die einem Wertminderungstest unterzogen werden, wird in der Regel von einem unabhängigen Sachverständigen bewertet. Gutachten über die Marktwerte von Sachanlagevermögen unterliegen durch die Verwendung notwendiger Annahmen gewissen Unsicherheiten.

Zum Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses wurden im Rahmen der zugrunde gelegten Annahmen und Schätzungen alle erkennbaren Risiken berücksichtigt.

III. ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

1. UMSATZERLÖSE

Die Umsatzerlöse (netto) resultieren fast ausschließlich aus Warenverkäufen und verteilen sich geografisch wie folgt:

T€	2019	2018
Deutschland	406.604	417.652
Österreich	67.831	68.234
Luxemburg	17.108	17.758
Schweiz	3.819	3.449
	495.363	507.093

2. SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

T€	2019	2018
Weiterberechnete Kosten/Kostenerstattungen	1.823	1.915
Mieten	1.032	1.022
Erträge aus der Auflösung von sonstigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen	948	1.205
Personalbedingte öffentliche Zuwendungen	398	435
Werbekostenzuschüsse	322	0
Erträge aus Schadenersatz	234	361
Wechselkurs	139	47
Lizenzträge	137	182
Ertrag aus Ausbuchung verjährter Verbindlichkeiten	136	224
Erträge aus abgeschriebenem Forderungen	64	72
Restaurant	39	48
Provisionen	36	46
Lieferantengutschriften	27	23
Erträge Bügelkreislaufprojekt	18	207
Erträge aus dem Abgang von Anlagevermögen	3	7
Übrige	376	333
	5.732	6.127

Weiterberechnete Kosten und Kostenerstattungen beinhalten im Wesentlichen Erträge aus Baukostenzuschüssen. Bei den Erträgen aus der Auflösung von sonstigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen handelt es sich im Wesentlichen um Personalarückstellungen sowie Tantiemen und Miet- und Nebenkosten. Die Mieterträge wurden durch Untervermietungen an Ladenkonzessionäre

erzielt. Die Mieterträge aus als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien betragen T€ 25 (Vorjahr: T€ 27). Die Erträge aus Schadenersatz resultieren im Wesentlichen aus Versicherungserstattungen für Kfz-Schäden und Schäden in Modemärkten. Erträge aus der Ausbuchung von verjährten Verbindlichkeiten beinhalten im Wesentlichen Ausbuchungen verjährter Modeschecks.

3. MATERIALAUFWAND

Der Materialaufwand in Höhe von T€ 219.454 (Vorjahr: T€ 229.777) setzt sich vollständig aus bezogenen Waren zusammen. Der Rückgang des Materialaufwands ist im Wesentlichen volumenbedingt, aber auch bedingt durch verbesserte Einkaufs- und Logistikprozesse.

4. PERSONALAUFWAND

T€	2019	2018
Löhne und Gehälter (Inklusive Tantieme und Abfindungen)	82.525	80.699
Übrige soziale Abgaben	9.035	8.715
Arbeitgeberanteil zur gesetzlichen Rentenversicherung	7.345	7.533
Aufwendungen für Altersversorgung	393	471
Aufwendungen für Sterbegeld/Jubiläen	150	114
	99.448	97.532

Der Personalaufwand stieg trotz geringeren Mitarbeiterzahlen im Wesentlichen aufgrund von höheren erfolgsabhängigen Tantiemen und Tariferhöhungen.

In der Berichtsperiode waren durchschnittlich im Konzern beschäftigt:

Mitarbeiter	2019	2018
Leitende Angestellte	195	205
Vollzeitbeschäftigte	643	672
Teilzeitbeschäftigte	2.553	2.656
Auszubildende	240	247
	3.631	3.780

5. SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

T€	2019	2018 angepasst
Werbekosten	42.507	43.434
Gebäudeaufwendungen	20.770	21.292
Fracht- und Transportkosten	16.619	17.626
Technische Einrichtungen	11.764	11.793
Fremdreinigungskosten	4.518	4.665
Verwaltungsaufwendungen	3.816	4.214
Beratungsaufwendungen	2.843	5.148
Verbrauchsmaterialien	2.314	2.856
Büroaufwendungen	1.557	1.608
Nebenkosten Geldverkehr	1.288	1.323
GWG	328	386
Verluste aus Anlagenabgängen	67	67
Übrige	3.459	2.725
	111.851	117.137

Die Senkung der Werbekosten ist im Wesentlichen auf geringere Kosten für strategische Marketingprojekte sowie TV-Werbung zurückzuführen.

Die Gebäudeaufwendungen beinhalten im Wesentlichen Aufwendungen für nicht-aktivierbare Nebenleistungen T€ 12.378 (Vorjahr: T€ 12.538) und bedingte Mietzahlungen aus Leasingverträgen T€ – 146 (Vorjahr: T€ – 206).

Der Rückgang der Fracht- und Transportkosten resultierte im Wesentlichen aus Verbesserungen im Bereich Logistik.

Der Rückgang der Aufwendungen für technische Einrichtungen resultierte im Wesentlichen aus geringeren Modemarkt-Modernisierungen, denen jedoch Erträge aus Baukostenzuschüssen in Höhe von T€ 352 (Vorjahr: T€ 700) gegenüberstanden.

Die Senkung der Beratungskosten ist im Wesentlichen durch die im Vorjahr enthaltene Beratung für die strategische Ausrichtung des Unternehmens und Beratung zur Umsetzung bedingt.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten in Höhe von T€ 47 (Vorjahr: T€ 63) Aufwendungen im Zusammenhang mit kurzfristigen Leasingverhältnissen und in Höhe von T€ 147 (Vorjahr: T€ 185) Aufwendungen im Zusammenhang mit Leasingverhältnissen über Vermögenswerte mit geringem Wert.

6. ABSCHREIBUNGEN UND WERTMINDERUNGEN

Die planmäßigen Abschreibungen können dem Konzernanlagenspiegel entnommen werden. Im Geschäftsjahr erfolgten Wertberichtigungen auf langfristige Vermögenswerte in Höhe von T€ 471 (Vorjahr: T€ 791).

7. FINANZERGEBNIS

Das Finanzergebnis setzte sich aus den folgenden Posten, unterteilt nach der Entstehung, zusammen:

T €	2019	2018 angepasst
Zinsertrag		
Forderungen gegen Kreditinstitute	1	1
Übrige	40	12
	41	13
Zinsaufwand		
Leasing	16.279	18.148
Zinseffekt Pensionsverpflichtungen und Jubiläumsrückstellungen	96	94
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	20	26
Übrige	299	207
	16.694	18.475
Finanzergebnis	16.653	18.462

Die Zinserträge von Kreditinstituten resultierten aus laufenden Kontokorrentguthaben. Die Positionen werden der Kategorie „Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet“ zugeordnet. Aufgrund der Negativzinspolitik der Kreditinstitute ist der Ertrag

gering. Die Position „Übrige“ enthält Zinserträge auf Steuererstattungen aus Vorjahren. Alle Zinserträge und Zinsaufwendungen, die aus finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten resultierten, wurden nach der Effektivzinsmethode errechnet. Sie enthalten im Geschäftsjahr Negativzinsen von Kreditinstituten für Guthaben. Der Zinsaufwand Leasing enthält Zinsen für Nutzungsrechte gemäß IFRS 16.

Die im Nettoergebnis enthaltenen Zinsen entsprechen den Gesamtzinserträgen und -aufwendungen, die nach der Effektivzinsmethode berechnet wurden.

8. STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

Der Ertragsteueraufwand setzt sich wie folgt zusammen:

T €	2019	2018 angepasst
Tatsächlicher Steueraufwand (-)/-ertrag (+)	-2.560	-2.517
Latenter Steueraufwand (-)/-ertrag (+)	-162	300
	-2.722	-2.217

Als Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind die in den einzelnen Ländern gezahlten bzw. geschuldeten Ertragsteuern sowie die latenten Steuerabgrenzungen ausgewiesen.

Der für die deutsche Gesellschaft berücksichtigte Ertragsteuersatz von 29,571 % (Vorjahr: 29,571 %) setzt sich zusammen aus der Körperschaftsteuer in Höhe von 15,825 % (Vorjahr: 15,825 %) (inkl. Solidaritätszuschlag von 5,500 %) und der Gewerbesteuer mit 13,746 % (Vorjahr: 13,746 %). Die Berechnung ausländischer Ertragsteuern basiert auf den in den einzelnen Ländern gültigen Gesetzen und Verordnungen. Insgesamt ergibt sich für den ADLER-Konzern ein anzuwendender Ertragsteuersatz von 29,570 % (Vorjahr: 29,570 %).

Der Ermittlung der latenten Steuern liegen die in den einzelnen Ländern zum Realisierungszeitpunkt erwarteten Steuersätze zugrunde; diese basierten grundsätzlich auf den am Bilanzstichtag gültigen bzw. verabschiedeten gesetzlichen Regelungen.

In der nachfolgenden Überleitungsrechnung werden die Unterschiede zwischen dem tatsächlich gebuchten Ertragsteueraufwand und dem erwarteten Ertragsteueraufwand ausgewiesen. Der erwartete Ertragsteueraufwand ergibt sich aus dem Konzernergebnis vor Ertragsteuern multipliziert mit dem anzuwendenden Ertragsteuersatz.

T€	2019	2018 angepasst
Konzernergebnis vor Ertragsteuern	7.856	2.585
Anzuwendender Ertragsteuersatz	29,57 %	29,57 %
Erwarteter Ertragsteueraufwand	2.323	764
Effekte aus abweichenden ausländischen Steuersätzen	-114	-71
Effekte aus abweichenden inländischen Steuersätzen	-4	-4
Steuerwirkungen		
Gewerbsteuerhinzurechnungen/-kürzungen	872	882
Nichtansatz laufender steuerlicher Verluste	140	214
Steuerlich nicht abzugsfähige Aufwendungen	60	852
Erstmaliger Ansatz aktiver latenter Steuern aus Verlustvorträgen	-487	-284
Periodenfremder Steuerertrag (-)/-aufwand (+)	747	0
Steuerfreie Erträge	-28	-33
Effekte aus Betriebsprüfung	-794	0
Sonstige Abweichungen	8	-104
Summe Steuerauswirkungen	518	1.527
Tatsächlicher Steueraufwand (+)/-ertrag (-)	2.722	2.217
Effektive Steuerquote	34,64 %	85,76 %

Die erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Wertpapiere werden nach lokalem Steuerrecht wie auch nach IFRS zum beizulegenden Zeitwert erfasst, so dass hieraus keine temporären Differenzen im Sonstigen Ergebnis entstehen.

IV. ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

9. IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Die immateriellen Vermögenswerte beinhalten erworbene Software, Rechte und Lizenzen sowie den Geschäfts- oder Firmenwert. Die selbst erstellten immateriellen Vermögenswerte umfassen dabei aktivierte Entwicklungskosten für eine Logistiksoftware.

T€	Software, Rechte, Lizenzen	Geschäfts- oder Firmenwert	Selbst erstellte Vermögens- werte	Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaffungskosten 1.1.2019	40.279	900	2.258	375	43.811
Zugänge	922	0	0	84	1.006
Abgänge	-1	0	0	-278	-279
Umbuchung	50	0	0	-50	0
Stand am 31.12.2019	41.250	900	2.258	131	44.539
Abschreibungen 1.1.2019	-36.309	0	-892	0	-37.200
Zugänge	-1.421	0	0	0	-1.421
Abgänge	1	0	0	0	1
Stand am 31.12.2019	-37.729	0	-892	0	-38.621
Wertminderungen 1.1.2019	-448	0	-1.366	0	-1.814
Stand am 31.12.2019	-448	0	-1.366	0	-1.814
Nettobuchwert 1.1.2019	3.522	900	0	375	4.797
Nettobuchwert 31.12.2019	3.073	900	0	131	4.104

Die Zugänge bei „Software, Rechte und Lizenzen“ betreffen im Wesentlichen Software für verbesserte Warenallokation, Dokumenten-Management, RFID und Kassensysteme. In Software, Rechte und Lizenzen ist die Position Lizenzen Leasing, welche Markenrechte betrifft, enthalten.

Die Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte im Geschäftsjahr 2018 stellt sich wie folgt dar:

T€	Software, Rechte, Lizenzen	Geschäfts- oder Firmenwert	Selbst erstellte Vermögens- werte	Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaffungskosten 1.1.2018	38.845	900	2.258	39	42.042
Zugänge	1.399	0	0	375	1.774
Abgänge	-5	0	0	0	-5
Umbuchung	39	0	0	-39	0
Stand am 31.12.2018	40.279	900	2.258	375	43.811
Abschreibungen 1.1.2018	-33.755	0	-892	0	-34.647
Zugänge	-2.558	0	0	0	-2.558
Abgänge	5	0	0	0	5
Stand am 31.12.2018	-36.309	0	-892	0	-37.200
Wertminderungen 1.1.2018	-448	0	-1.367	0	-1.815
Stand am 31.12.2018	-448	0	-1.367	0	-1.815
Nettobuchwert 1.1.2018	4.641	900	0	39	5.581
Nettobuchwert 31.12.2018	3.522	900	0	375	4.797

Aus Gründen der Wesentlichkeit wurde auf eine Angabe der in IAS 36.134 dargestellten Anhangangaben verzichtet. Aus der Prüfung der Werthaltigkeit des Firmenwerts ergaben sich im Berichtsjahr keine Wertminderungen.

10. SACHANLAGEN UND NUTZUNGSRECHTE

Die Entwicklung des Sachanlagevermögens im Geschäftsjahr 2019 stellt sich wie folgt dar:

T€	Grundstücke und grundstücksgleiche Rechte	Gebäude (inkl. Gebäude auf fremdem Grund)	Sonstige Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen/ Anlagen im Bau	Sachanlagen Gesamt	Nutzungsrechte Gebäude	Nutzungsrechte Betriebs- und Geschäftsausstattung	Nutzungsrechte Gesamt
Anschaffungskosten 1.1.2019	690	72.765	64.955	337	138.746	351.341	4.352	355.693
Zugänge	0	842	2.618	258	3.718	26.617	680	27.297
Abgänge	0	-736	-1.894	-308	-2.939	-19.061	0	-19.061
Umgliederung	79	540	240	-256	603	0	0	0
Währungskursdifferenzen	0	31	18	0	49	128	0	128
Stand am 31.12.2019	769	73.442	65.936	31	140.177	359.025	5.032	364.057
Abschreibungen 1.1.2019	0	-53.431	-56.144	0	-109.576	-137.215	-1.107	-138.322
Zugänge	0	-2.955	-3.397	0	-6.352	-36.309	-1.281	-37.590
Abgänge	0	598	1.785	0	2.383	19.061	0	19.061
Umgliederung	0	-227	0	0	-227	0	0	0
Währungskursdifferenzen	0	-14	-12	0	-27	-32	0	-32
Stand am 31.12.2019	0	-56.030	-57.768	0	-113.798	-154.495	-2.389	-156.884
Wertminderungen 1.1.2019	-296	-1.497	-328	0	-2.121	0	0	0
Zugänge	0	-345	-120	-6	-471	0	0	0
Abgänge	0	0	0	0	0	0	0	0
Umgliederung	0	0	0	0	0	0	0	0
Währungskursdifferenzen	-34	71	0	0	37	0	0	0
Stand am 31.12.2019	-330	-1.770	-448	-6	-2.555	0	0	0
Nettobuchwert 31.12.2018	393	17.836	8.483	337	27.050	214.126	3.245	217.370
Nettobuchwert 31.12.2019	438	15.641	7.719	25	23.824	204.530	2.643	207.173

Die Entwicklung des Sachanlagevermögens im Geschäftsjahr 2018 (angepasst) stellt sich wie folgt dar:

T €	Grundstücke und grundstücksgleiche Rechte	Gebäude (inkl. Gebäude auf fremdem Grund)	Sonstige Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen/ Anlagen im Bau	Sachanlagen Gesamt	Nutzungsrechte Gebäude	Nutzungsrechte Betriebs- und Geschäftsausstattung	Nutzungsrechte Gesamt
Anschaffungskosten 1.1.2018	690	72.557	64.426	99	137.772	145.332	0	145.332
Anpassung IFRS 16*	0	0	0	0	0	201.844	597	202.441
Zugänge	0	1.634	2.439	337	4.410	4.098	3.755	7.853
Abgänge	0	-1.525	-1.930	-29	-3.483	0	0	0
Umgliederung	0	68	2	-71	0	0	0	0
Währungskursdifferenzen	0	30	17	0	47	67	0	67
Stand am 31.12.2018	690	72.765	64.955	337	138.746	351.341	4.352	355.693
Abschreibungen 1.1.2018	0	-51.599	-53.965	0	-105.564	-101.108	0	-101.108
Zugänge	0	-3.209	-3.968	0	-7.177	-36.095	-1.107	-37.202
Abgänge	0	1.387	1.798	0	3.185	0	0	0
Währungskursdifferenzen	0	-11	-10	0	-20	-12	0	-12
Stand am 31.12.2018	0	-53.431	-56.144	0	-109.576	-137.215	-1.107	-138.322
Wertminderungen 1.1.2018	-296	-944	-217	0	-1.457	0	0	0
Zugänge	0	-658	-133	0	-791	0	0	0
Abgänge	0	104	22	0	127	0	0	0
Stand am 31.12.2018	-296	-1.497	-328	0	-2.121	0	0	0
Nettobuchwert 31.12.2017	393	20.015	10.244	99	30.752	44.224	0	44.224
Anpassung IFRS 16	0	0	0	0	0	201.844	597	202.441
Nettobuchwert 1.1.2018	393	20.015	10.244	99	30.752	246.068	597	246.665
Nettobuchwert 31.12.2018	393	17.836	8.483	337	27.050	214.126	3.245	217.370

*Aus Vereinfachungsgründen wurden die Zugangswerte der Nutzungsrechte als Nettowerte (abzüglich Abschreibungen) dargestellt.

Im Anlagevermögen sind geleaste Grundstücke und Gebäude sowie Kraftfahrzeuge als Nutzungsrechte ausgewiesen, die wegen der Gestaltung der ihnen zugrunde liegenden Leasingverträge dem Konzern als wirtschaftlichem Eigentümer zuzurechnen sind. Im Hinblick auf eine angemessene Bewertung der Nutzungsrechte (ehemals: „Finanzierungsleasing“) wurden diese auf die Notwendigkeit von ggf. erforderlichen Abwertungen aufgrund fehlender Ertragsaussichten im Rahmen von IAS 36 untersucht. Anzeichen liegen vor, wenn das interne Berichtswesen substantielle Hinweise dafür liefert, dass die wirtschaftliche Ertragskraft eines Modemarktes schlechter ist oder sein wird als erwartet. Es ergaben sich bei der Prüfung der einzelnen Modemärkte mit Leasingverhältnissen keine substantiellen Hinweise dafür, dass die wirtschaftliche Ertragskraft eines Modemarktes schlechter ist oder sein wird als erwartet. Daher wurden im Geschäftsjahr 2019 wie im Vorjahr keine Wertminderungen auf Nutzungsrechte vorgenommen.

Sonstiges Sachanlagevermögen mit Einzelanschaffungskosten unter €250 (Vorjahr: €250) werden aktiviert. Die gesamten Anschaffungskosten der hiervon betroffenen Vermögenswerte belaufen sich im Geschäftsjahr auf T€328 (Vorjahr: T€386).

Im Geschäftsjahr 2019 wurden Wertminderungen auf Einrichtungen zu schließender Modemärkte oder nicht rentabler Modemärkte in Höhe von T€471 (Vorjahr: T€791) vorgenommen.

Das Sachanlagevermögen dient in Höhe von T€3.152 (Vorjahr: T€2.869) als Sicherheit für Finanzverbindlichkeiten.

11. ALS FINANZINVESTITION GEHALTENE IMMOBILIEN

Bei den als Finanzinvestitionen ausgewiesenen Immobilien handelt es sich um ein Grundstück und ein Gebäude des konsolidierten strukturierten Unternehmens ALASKA GmbH & Co. KG. Das Gebäude wurde bis November 2019 nicht vollständig vom ADLER-Konzern genutzt, sondern zum Teil vermietet. Der vermietete Teil war als eine „als Finanzinvestition gehaltene Immobilie“ klassifiziert und dementsprechend ausgewiesen. Der Ansatz erfolgte mit dem beizulegenden Zeitwert, welcher von einem sachverständigen Gutachter auf Basis von Marktdaten ermittelt wurde. Im Geschäftsjahr 2019 wurden Mieterträge in Höhe von T€25 (Vorjahr: T€27) erzielt. Zum Bilanzstichtag wurde die Immobilien zu 100% durch ADLER genutzt und entsprechend im Sachanlagevermögen ausgewiesen und ab diesem Zeitpunkt planmäßig abgeschrieben. Die geänderte Klassifizierung und entsprechende Auswirkung auf das Sachanlagevermögen wurde als Umgliederung im Anlagevermögen dargestellt.

T€	2019	2018
Buchwert 1.1.	413	413
Buchwert 31.12.	0	413

Die als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien dienten bis November 2019 in voller Höhe als Sicherheit für Finanzverbindlichkeiten. Aufwendungen für Instandhaltungen und Reparaturen sind im Geschäftsjahr 2019 in Höhe von T€29 (Vorjahr: T€11) angefallen.

12. VORRATSVERMÖGEN

T€	31.12.2019	31.12.2018
Inland	62.864	68.390
Ausland	10.494	10.316
	73.358	78.706

Die Bewertung des Vorratsvermögens erfolgt jeweils zum niedrigeren Betrag aus Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten und am Bilanzstichtag realisierbarem Nettoveräußerungspreis. Gemäß IAS 2.34 lagen im Geschäftsjahr 2019 Wertminderungen vor, die im Sinne einer Risikoverminderung zu berücksichtigen sind.

In 2019 bestanden mit T€9.596 um T€181 geringere Wertminderungen auf Vorräte (Vorjahr: T€9.775). Die Wertminderungen wurden vor allem für Ware aus vorhergehenden Saisons und Langsamdreher vorgenommen. Der Buchwert der zum Nettoveräußerungspreis bewerteten Vorräte beträgt T€66.027 (Vorjahr: T€71.392).

Die Vorräte beinhalten im Wesentlichen Handelswaren.

Forderungen und Vermögenswerte

Die Forderungen und Vermögenswerte zum 31. Dezember 2019 stellen sich wie folgt dar:

€	Anhang Nr.	Finanzielle Vermögenswerte						Sonstige nicht finanzielle Vermögensgegenstände			Gesamt		
		Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Vermögenswerte			Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte			Kurzfristig	Langfristig	Gesamt	Kurzfristig	Langfristig	Gesamt
		Kurzfristig	Langfristig	Gesamt	Kurzfristig	Langfristig	Gesamt						
		31.12.19	31.12.19	31.12.19	31.12.19	31.12.19	31.12.19	31.12.19	31.12.19	31.12.19	31.12.19	31.12.19	31.12.19
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	13	102		102							102		102
Forderungen Kreditkartenunternehmen	14	1.433		1.433							1.433		1.433
Debitorische Kreditoren	14	1.114		1.114							1.114		1.114
Sonstige Forderungen	14	1.605		1.605			119		119		1.723		1.723
Forderungen aus Mieten	14	791		791							791		791
Kautionen	14	10	256	266							10	256	266
Forderungen Personal	14						123		123		123		123
Sonstige Steuern	14						314		314		314		314
Ertragssteuerforderungen	14						376		376		376		376
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	14						1.327	125	1.452		1.327	125	1.452
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	14	4.953	256	5.209			2.258	125	2.383		7.210	381	7.592
Wertpapiere	14				281		281				281		281
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	15	70.089		70.089							70.089		70.089
Aktive latente Steuern	16							22.855	22.855			22.855	22.855

Die Forderungen und Vermögenswerte zum 31. Dezember 2018 (angepasst) stellen sich wie folgt dar:

€	Anhang Nr.	Finanzielle Vermögenswerte						Sonstige nicht finanzielle Vermögensgegenstände			Gesamt		
		Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Vermögenswerte			Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte			Kurzfristig	Langfristig	Gesamt	Kurzfristig	Langfristig	Gesamt
		Kurzfristig	Langfristig	Gesamt	Kurzfristig	Langfristig	Gesamt						
		31.12.18	31.12.18	31.12.18	31.12.18	31.12.18	31.12.18	31.12.18	31.12.18	31.12.18	31.12.18	31.12.18	31.12.18
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	13	2		2							2		2
Forderungen Kreditkartenunternehmen	14	1.295		1.295							1.295		1.295
Debitorische Kreditoren	14	1.066		1.066							1.066		1.066
Sonstige Forderungen	14	1.950		1.950			99		99		2.049		2.049
Forderungen aus Mieten	14	903		903							903		903
Kautionen	14	37	146	183							37	146	183
Forderungen Personal	14						110		110		110		110
Sonstige Steuern	14						279		279		279		279
Ertragssteuerforderungen	14						3.615		3.615		3.615		3.615
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	14						96		96		96		96
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	14	5.251	146	5.397			4.199		4.147		9.450	146	9.596
Wertpapiere	14				263		263				263		263
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	15	54.933		54.933							54.933		54.933
Aktive latente Steuern	16							22.819	22.819			22.819	22.819

Die beizulegenden Zeitwerte der Wertpapiere werden zu dem an einem aktiven Markt verfügbaren Marktpreis ermittelt. Die Ermittlung des beizulegenden Zeitwertes ist gemäß IFRS 7 der Hierarchiestufe 1 (Level 1) für die Ermittlung beizulegender Zeitwerte zuzuordnen.

Aufgrund der kurzfristigen Laufzeiten der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, der kurzfristigen sonstigen finanziellen Vermögenswerte und der Zahlungsmittel wird unterstellt, dass die beizulegenden Zeitwerte näherungsweise den Buchwerten entsprechen.

13. FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Alle Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr. Der ADLER-Konzern hat weder im laufenden noch im vorherigen Geschäftsjahr Sicherheiten oder sonstige Bonitätsverbesserungen für die Besicherung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhalten oder für die Sicherung noch offener Rechnungen akzeptiert.

Überfällige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden regelmäßig überprüft und wertberichtigt. Die Wertberichtigung belief sich auf T€ 184 (Vorjahr: T€ 222). Die Forderungen bestehen fast vollständig in Euro. Bei den nicht wertberichtigten Forderungen liegen zum Bilanzstichtag keine Anhaltspunkte vor, dass die Zahlungen bei Fälligkeit nicht geleistet werden. Wir verweisen hierzu auf die ergänzenden Ausführungen unter Kapitel 29.

14. ÜBRIGE FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE

Sonstige zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Vermögenswerte

Die Position „Sonstige Forderungen“ umfasst im Wesentlichen debitorische Kreditoren in Höhe von T€ 1.114 (Vorjahr: T€ 1.066).

Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte

Innerhalb der zum beizulegenden Zeitwert bewertete Eigenkapitalinstrumente in Höhe von T€ 281 (Vorjahr: T€ 263) werden Wertpapiere erfasst. Die Position umfasst in voller Höhe Fondsanteile.

Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte

Liegen im Berichtszeitraum nicht vor.

Sonstige nicht finanzielle Vermögensgegenstände

Die Steuerforderungen umfassen im Wesentlichen Ertragsteuervorauszahlungen in- und ausländischer Gesellschaften. Die aktiven Rechnungsabgrenzungsposten wurden im Wesentlichen für Mietvorauszahlungen und abgegrenzte Mietzahlungen in Verbindung mit Wartungsverträgen gebildet.

15. ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente setzen sich wie folgt zusammen:

T€	31.12.2019	31.12.2018
Guthaben bei Kreditinstituten	65.519	51.367
Kassenbestand	4.570	3.566
	70.089	54.933

Wie im Vorjahr liegen zum Bilanzstichtag keine Verpfändung von Bankguthaben für Warenkreditversicherer oder andere verfügbungsbeschränkten Zahlungsmittel vor. Die Guthaben bei Kreditinstituten sind – wie im Vorjahr – in voller Höhe über spezifische Einlagensicherungen der jeweiligen Finanzinstitute abgesichert. Im Berichtsjahr wurde kein Bedarf einer Wertminderung festgestellt.

16. LATENTE STEUERANSPRÜCHE UND -SCHULDEN

Latente Steuerforderungen und -verbindlichkeiten werden saldiert, wenn ein einklagbares Recht besteht, die laufenden Steuerforderungen gegen die laufenden Steuerverbindlichkeiten aufzurechnen und wenn die latenten Steuern gegen dieselbe Steuerbehörde bestehen.

Die latenten Steuerschulden bzw. die latenten Steueransprüche beziehen sich auf folgende Positionen:

T€	31.12.2019	31.12.2018 angepasst
Latente Steueransprüche		
Immaterielle Vermögenswerte	242	264
Als Finanzinvestitionen gehaltene Immobilien	0	70
Sachanlagen	166	161
Finanzanlagen	2	0
Vorratsvermögen	983	489
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	97	116
Aktive Rechnungsabgrenzung	23	2
Rückstellungen	1.436	1.311
Übrige Schulden	77.348	80.863
Steuerliche Verlustvorträge	1.588	1.236
Summe latente Steueransprüche	81.885	84.511
davon kurzfristig	4.363	3.539
davon langfristig	77.523	80.972
Latente Steuerschulden		
Immaterielle Vermögenswerte	227	217
Als Finanzinvestitionen gehaltene Immobilien	0	70
Sachanlagen	14	11
Nutzungsrechte	58.643	61.332
Vorratsvermögen	96	91
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	6	6
Rückstellungen	78	0
Summe latente Steuerschulden	59.063	61.726
davon kurzfristig	1.604	1.526
davon langfristig	57.459	60.200
Saldierung aktiver und passiver latenter Steuern	-59.030	-61.691
Bilanzansatz Latente Steueransprüche	22.855	22.819
Bilanzansatz Latente Steuerschulden	33	34

Die Veränderung der latenten Steuern betrifft in Höhe von T€ 197 (Vorjahr: T€ -6) die erfolgsneutrale Umbewertung der Verpflichtungen aus Pensionszusagen und wurde daher im Sonstigen Ergebnis erfasst. Die übrigen Veränderungen der sonstigen latenten Steuern zum Vorjahr wurden erfolgswirksam erfasst.

Die hier angeführten körperschaftsteuerlichen und gewerbesteuerlichen Verlustvorträge entfallen auf Konzerngesellschaften. Auf zusätzlich bestehende körperschaftsteuerliche und gewerbesteuerliche Verlustvorträge, im Wesentlichen von der Adler Orange GmbH & Co. KG, Haibach, der Adler Mode AG Schweiz, Zug, Schweiz, und der Adler Mode GmbH, Haibach, in Höhe von T€ 14.797 (Vorjahr: T€ 15.586) wurden keine aktiven latenten Steuern angesetzt.

Die Ermittlung der latenten Steuern führte zu einem Überhang an latenten Steueransprüchen. Wenn in solchen Fällen aufgrund nicht ausreichender Ergebnisse aus den lokalen Steuerplanungen Unsicherheit bezüglich der Realisierung der latenten Steuererstattungsansprüche bestand, wurden die latenten Steueransprüche nur bis zur Höhe der latenten Steuerschulden angesetzt.

Auf temporäre Unterschiede im Zusammenhang mit Anteilen an Tochterunternehmen in Höhe von T€ 1.408 (Vorjahr: T€ 2.224) wurden keine latenten Steuerschulden angesetzt.

Im Übrigen verweisen wir auf die Ausführungen bei den Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen und die Erläuterungen unter Punkt 8.

17. EIGENKAPITAL

Gezeichnetes Kapital

Das ausgewiesene gezeichnete Kapital beträgt zum Stichtag unverändert T€ 18.510. Es ist in 18.510.000 Stückaktien mit einem Nennwert in Höhe von € 1 eingeteilt.

Die Kapitalanteile der Aktionäre sind voll einbezahlt.

Übriges kumuliertes Eigenkapital

Bezüglich der Veränderung des Übrigen kumulierten Eigenkapitals verweisen wir auf die Darstellung in der Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung.

Ausschüttungsbeschränkungen

In der Satzung der Adler Modemärkte AG sind keine über das gesetzliche Mindestmaß hinausgehenden Ausschüttungsbeschränkungen vereinbart.

Kapitalsteuerung

Die Ziele des ADLER-Konzerns im Hinblick auf das Kapitalmanagement liegen zum einen in der langfristigen Sicherstellung der Unternehmensfortführung und Erwirtschaftung angemessener Renditen für die Gesellschafter, zum anderen in der Aufrechterhaltung einer optimalen Kapitalstruktur, um die Kapitalkosten zu reduzieren.

Die Kapitalstruktur wird dahingehend gesteuert, dass sie den Änderungen der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie Risiken aus den zugrunde liegenden Vermögenswerten Rechnung trägt. Durch operativen Cashflow befindet sich die Gesellschaft in der Lage, die eigenen Finanzmittel optimal einsetzen zu können. Dabei wird bei Investitionen regelmäßig überprüft, ob die

zur Verfügung stehenden eigenen Finanzmittel durch (Leasing-) Finanzierungen zugunsten verbesserter Warenbezugspreise (z. B. Skontierung) und Ausnutzung sich kurzfristig bietender, positiver Absatzchancen ersetzt werden können. Im Rahmen dessen wird die Fremdkapitalbeschaffung anhand einer Ziel-Fremdkapitalstruktur gesteuert. Bei der Auswahl der Finanzinstrumente steht eine fristenkongruente Finanzierung im Vordergrund, die über die Steuerung der Laufzeiten erreicht wird.

Das Kapital wird auf Basis des Verschuldungsgrades überwacht, berechnet aus dem Verhältnis von Fremdkapital zu Eigenkapital.

T€	31.12.2019	31.12.2018 angepasst
Eigenkapital	66.089	61.584
Fremdkapital (inkl. passiver Rechnungsabgrenzungsposten)	343.288	354.364
Verschuldungsgrad	5,19	5,75

Der Verschuldungsgrad vor der Anwendung von IFRS 16 hätte zum 31. Dezember 2019 bei 1,30 und im Vorjahr bei 1,36 gelegen.

18. RÜCKSTELLUNGEN FÜR PENSIONEN UND ÄHNLICHE VERPFLICHTUNGEN

Bei den Rückstellungen für Pensionen handelt es sich zum einen um Kapitalzusagen an Mitarbeiter, welche vor dem Jahr 1980 bei der Adler Modemärkte AG ein Beschäftigungsverhältnis begonnen haben sowie um Einzelzusagen an die Firmengründer bzw. einige ehemalige Führungskräfte. Der Betrag der bilanzierten Rückstellung lässt sich wie folgt aufteilen:

T€	31.12.2019	31.12.2018
Defined Benefit Obligation (nicht fondsfinanziert)	5.232	4.923
Defined Benefit Obligation (ganz oder teilweise fondsfinanziert)	1.994	1.938
Zwischensumme	7.225	6.862
abzüglich Marktwert des Planvermögens	-1.640	-1.659
Rückstellung für betriebliche Altersvorsorge Stand 31.12.	5.585	5.202

Der bei den Gesellschaften des ADLER-Konzerns aufgrund von Leistungszusagen (Defined Benefit Plans) bestehende Anwartschaftsbarwert der Pensionsverpflichtungen (DBO) entwickelte sich wie folgt:

T€	2019	2018
Stand zum 1.1.	6.861	7.247
Laufender Dienstaufwand	89	96
Zinsaufwand	106	105
Gezahlte Renten	-533	-555
Versicherungsmathematische Gewinne (-)/Verluste (+)		
aus der Änderung demographischer Annahmen	0	-71
aus der Änderung finanzieller Annahmen	548	-68
erfahrungsbedingte Anpassungen	154	108
Stand zum 31.12.	7.225	6.862

Entwicklung des dazugehörigen Planvermögens:

T€	2019	2018
Stand zum 1.1.	1.660	1.754
Zuwendungen (Arbeitgeber)	128	128
Erwarteter Zinsertrag	27	27
Rentenzahlungen (Abfertigungen)	-173	-229
Verwaltungskosten Versicherung	-4	-4
Erfahrungsbedingte Anpassungen (Gewinne (+)/Verluste (-))	2	-17
Marktwert des Planvermögens zum 31.12.	1.640	1.659

Das Planvermögen besteht aus einer Direktversicherung, welche zur Deckung der Verpflichtungen aus Abfertigungen abgeschlossen wurde. Der hieraus resultierende Anspruch gegenüber dem Versicherungsunternehmen wird gemäß IAS 19 als Planvermögen gegen die zu bilanzierende Abfertigungsrückstellung aufgerechnet. Die Prämienzahlungen werden im jeweiligen Kalenderjahr geleistet.

Die erwartete Rendite wird unter IAS rev. 2011 auf Basis des Rechnungszinses ermittelt. Der tatsächliche Ertrag aus Planvermögen im Geschäftsjahr betrug T€29 (Vorjahr: Ertrag in Höhe von T€10).

Zukünftige Zahlungsströme in T€	31.12.2019	31.12.2018
Voraussichtliche Auszahlungen von Pensionen und Abfertigungen im Folgejahr	512	422
Summe der voraussichtlichen Auszahlungen in den Folgejahren 2 bis 5	2.021	2.177
Summe der voraussichtlichen Auszahlungen in den Folgejahren 6 bis 10	1.972	2.015
Erwartete Zuwendungen in das Planvermögen im Folgejahr	-128	-128

Die gewichtete durchschnittliche Laufzeit der Verpflichtungen beträgt 10,3 Jahre (Vorjahr: 10,1 Jahre).

Sensitivitätsanalyse bezüglich der Defined Benefit Obligation für Pensionen und Abfertigungen:

Bei Anpassung jeweils nur eines Bewertungsparameters, bei sonst gleichen Bedingungen, zeigen sich die folgenden Auswirkungen. Die Sensitivitätsanalyse berücksichtigt jeweils die Änderungen einer Annahme, wobei die übrigen Annahmen unverändert bleiben. Somit bleiben mögliche Korrelationseffekte zwischen den einzelnen Prämissen unberücksichtigt.

Bewertungsparameter	Ausgangswert	Sensitivität	Auswirkung auf die DBO in T€
Rechnungszins	0,8 %	+1,00 Prozentpunkte	-674
Rechnungszins	0,8 %	-1,00 Prozentpunkte	804
Rententrend	1,75 %	+0,25 Prozentpunkte	114
Rententrend	1,75 %	-0,25 Prozentpunkte	-109
Gehaltstrend	2,50 %	+0,50 Prozentpunkte	85
Gehaltstrend	2,50 %	-0,50 Prozentpunkte	-79

Die laufenden Beitragszahlungen für Arbeitgeberbeiträge in die gesetzliche Rentenversicherung sind als Aufwand des jeweiligen Jahres im operativen Ergebnis ausgewiesen und beliefen sich im Geschäftsjahr 2019 im Konzern insgesamt auf T€7.347 (Vorjahr: T€7.533).

19. SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN (LANG- UND KURZFRISTIG)

T €	Transformation/ Abfindungen	Miete und Mietnebenkosten	Sonstige Personal- rückstellungen	Übrige Rückstellungen	Gesamt
Stand 1.1.2018	2.097	1.647	1.031	900	5.675
Inanspruchnahme	-1.860	-562	-168	-396	-2.987
Zuführung	2.151	1.294	195	1.608	5.249
Auflösung	-237	-418	0	-75	-730
Umgliederung	0	0	0	-278	-278
Aufzinsung	0	0	9	0	9
Stand 31.12.2018	2.151	1.961	1.067	1.759	6.938
Langfristig	161	0	1.067	150	1.378
Kurzfristig	1.990	1.961	0	1.609	5.560
Stand 1.1.2019	2.151	1.961	1.067	1.759	6.938
Inanspruchnahme	-2.143	-780	-76	-756	-3.756
Zuführung	2.314	1.136	132	884	4.466
Auflösung	-267	-244	0	-53	-565
Umgliederung		118	0	-769	-651
Aufzinsung	0	0	9	0	9
Stand 31.12.2019	2.055	2.192	1.132	1.064	6.442
Langfristig	0	0	1.132	150	1.282
Kurzfristig	2.055	2.192	0	914	5.160

Die Verpflichtungen aus Transformation umfassen neben zurückgestellten Abfindungskosten auch Aufwendungen im Rahmen der Schließung von Modemärkten. Die Rückstellung für Miete und Mietnebenkosten bezieht sich auf Nachforderungen aus Mietindexierungen sowie eventuelle Nachzahlungen aus Betriebsabrechnungen. Die sonstigen Personalrückstellungen betreffen Jubiläums- und Sterbegeld unter Berücksichtigung von versicherungsmathematischen Annahmen und laufzeitadäquater Abzinsung.

In den übrigen Rückstellungen sind Rückstellungen für Aufbewahrungen mit einem Langfristanteil in Höhe von T€ 150 (Vorjahr: T€ 150) enthalten.

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 und diese im dritten Quartal 2019 auf die Adler Modemärkte Gesellschaft m. b. H., Österreich, erweitert. 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, in den übrigen Rückstellungen, gebildet.

Schulden

Schulden zum 31.12.2019 stellen sich wie folgt dar:

	Finanzielle Verbindlichkeiten			Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten			Gesamt	
	Kurzfristig < 1 Jahr	Langfristig > 1 Jahr	Gesamt	Kurzfristig < 1 Jahr	Langfristig > 1 Jahr	Gesamt	31.12.2019	31.12.2018
T€	31.12.2019	31.12.2019	31.12.2019	31.12.2019	31.12.2019	31.12.2019	31.12.2019	31.12.2018
Finanzschulden – Verbindlichkeiten gegenüber METRO Finance B.V.	322	1.627	1.949				1.949	2.268
Verbindlichkeiten aus ADLER Kundenkartentreueprogramm	11.664		11.664				11.664	9.776
Verbindlichkeiten aus Leasing	41.456	223.287	264.743				264.743	279.294
Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	23.736		23.736				23.736	23.588
Verbindlichkeiten für ausstehende Rechnungen Lieferungen und Leistungen	2.230		2.230				2.230	1.506
Übrige Verbindlichkeiten ohne passive Abgrenzungsposten	5.986		5.986	16.249		16.249	22.235	20.558
Ertragsteuerverbindlichkeiten				343		343	343	269
Passive Rechnungsabgrenzungsposten				1.085	3.245	4.330	4.330	4.930
Latente Steuerschulden					33	33	33	34

Schulden zum 31.12.2018 (angepasst) stellen sich wie folgt dar:

	Finanzielle Verbindlichkeiten			Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten			Gesamt	
	Kurzfristig < 1 Jahr	Langfristig > 1 Jahr	Gesamt	Kurzfristig < 1 Jahr	Langfristig > 1 Jahr	Gesamt	31.12.2018	31.12.2017
T€	31.12.2018	31.12.2018	31.12.2018	31.12.2018	31.12.2018	31.12.2018	31.12.2018	31.12.2017
Finanzschulden – Verbindlichkeiten gegenüber METRO Finance B.V.	319	1.949	2.268				2.268	2.583
Verbindlichkeiten aus ADLER Kundenkartentreueprogramm	9.776		9.776				9.776	10.380
Verbindlichkeiten aus Leasing	41.330	237.965	279.294				279.294	312.454
Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	23.588		23.588				23.588	26.082
Verbindlichkeiten für ausstehende Rechnungen Lieferungen und Leistungen	1.506		1.506				1.506	1.526
Übrige Verbindlichkeiten ohne passive Abgrenzungsposten	6.573		6.573	13.986		13.986	20.558	22.913
Ertragsteuerverbindlichkeiten				269		269	269	3.180
Passive Rechnungsabgrenzungsposten				1.063	3.867	4.930	4.930	6.696
Latente Steuerschulden					34	34	34	29

Die Bilanzpositionen „Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen“, „Verbindlichkeiten aus Kundenkartentreueprogramm“ und die übrigen Verbindlichkeiten ohne passive Abgrenzungsposten ent-

halten grundsätzlich Verbindlichkeiten mit regelmäßig kurzen Restlaufzeiten, so dass annahmegemäß die beizulegenden Zeitwerte näherungsweise den ausgewiesenen Buchwerten entsprechen.

ZU FORTGEFÜHRTEN ANSCHAFFUNGSKOSTEN BEWERTETE FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN

20. FINANZSCHULDEN

Die folgende Tabelle zeigt die Fälligkeitsstruktur der vertraglichen, nicht diskontierten Zahlungsströme aus Finanzschulden. Die nicht diskontierten Zahlungsabflüsse unterliegen der Bedingung, dass die Tilgung von Verbindlichkeiten auf den frühesten Fälligkeitstermin bezogen ist.

Fälligkeiten der Finanzschulden- Verbindlichkeiten gegenüber METRO Finance B.V.:

T€	2019	2018
Zeitbändern Fälligkeit:		
< 30 Tage	0	0
30–90 Tage	85	85
90–180 Tage	85	85
180 Tage–1 Jahr	169	169
> 1 Jahr	1.662	2.000
Gesamt	2.000	2.338

Bei der Verbindlichkeit gegenüber der METRO Finance B.V. handelt es sich um ein Darlehen mit einem derzeit geltenden Festzins seit 1. April 2019 von 0,900 % p.a. (bis zum 31. März 2019: 0,900 % p.a.). Die Zinsbindung besteht vom 1. April 2019 bis zum 31. März 2021. Das Darlehen hat eine Laufzeit bis zum 31. Juli 2024 und wird vierteljährlich getilgt.

Die Finanzschulden sind zum 31. Dezember 2019 durch Sachanlagevermögen mit einem Buchwert von T€3.152 (Vorjahr: T€2.869) und durch als Finanzinvestition gehaltene Immobilien mit einem Buchwert von T€0 (Vorjahr: T€413) besichert.

Die Finanzschulden sind in Euro zurückzuführen. Der beizulegende Zeitwert der Verbindlichkeit beträgt T€3.850 (Vorjahr: T€3.970).

21. VERBINDLICHKEITEN AUS KUNDENKARTEN-TREUEPROGRAMM

Die Verbindlichkeiten aus der ADLER-Kundentreuekarte resultieren aus noch nicht in Anspruch genommenen Rabattansprüchen von Kunden, die ihre Einkäufe über die ADLER-Kundentreuekarte abgewickelt haben. Die Kunden können sich den bei einem Einkauf erworbenen Rabatt bei einem nächsten Einkauf verrechnen oder aber den Betrag in bar auszahlen lassen. Da die Ansprüche spätestens zum 31.12. des Folgejahres verfallen, wird der Posten als kurzfristig klassifiziert. Die Guthaben der Kunden werden nicht verzinst. Gemäß den Vorschriften des IFRS 9 ist der zum Bilanzstichtag noch nicht in Anspruch genommene Betrag in voller Höhe als Verbindlichkeit auszuweisen. Die Verbindlichkeit wird zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Die Verbindlichkeiten aus dem Kundenkartentreueprogramm sind sofort fällig, da die Kunden innerhalb von zwölf Monaten ihr Guthaben jederzeit einlösen können. Gemäß IFRS 7 sind solche jederzeit zahlbaren Verbindlichkeiten dem kürzesten Zeitband zuzuordnen.

T€	31.12.2019	31.12.2018
Verbindlichkeiten aus ADLER Kundenkartentreueprogramm	11.664	9.776

Bis auf Verbindlichkeiten aus Kundenkartentreueprogramm der Adler Mode AG Schweiz in Höhe von TCHF 116 sind die Verbindlichkeiten in Euro zurückzuführen.

22. VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen bestehen zum Bilanzstichtag, wie im Vorjahr, in voller Höhe gegenüber konzernfremden Dritten. Ebenfalls unverändert zum Vorjahr sind sämtliche Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen innerhalb eines Jahres fällig. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind im Wesentlichen, wie in den Vorjahren, in Euro fällig.

Für die ausgewiesenen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind keine Sicherheiten vom ADLER-Konzern hinterlegt. Die Belieferung durch die Lieferanten erfolgt unter länderspezifischem Eigentumsvorbehalt.

Basierend auf den üblichen Zahlungsvereinbarungen mit Lieferanten und sonstigen Geschäftspartnern, stellen sich die Fälligkeiten und damit der Mittelabfluss der kurzfristigen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen wie folgt dar:

T€	31.12.2019	31.12.2018
Buchwert	25.966	25.094
davon in den folgenden Zeitbändern fällig:		
< 30 Tage	18.239	17.159
30–90 Tage	7.245	7.516
90–180 Tage	128	98
180 Tage–1 Jahr	354	321

23. ÜBRIGE VERBINDLICHKEITEN

In den übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten sind finanzielle Verbindlichkeiten in Höhe von T€5.986 (Vorjahr: T€6.573) enthalten.

Innerhalb der übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten wird in Höhe von T€26 (Vorjahr: T€26) der Abfindungsanspruch der Kommanditisten der ALASKA GmbH & Co. KG ausgewiesen, welcher auf diese Höhe begrenzt ist.

Die nicht diskontierten Zahlungsabflüsse unterliegen der Bedingung, dass die Tilgung von Verbindlichkeiten auf den frühesten Fälligkeitstermin bezogen ist. Die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten umfassen im Wesentlichen Verbindlichkeiten an Kunden aus verkauften Geschenkgutscheinen.

24. VERBINDLICHKEITEN AUS LEASING

In der Bilanzposition Verbindlichkeiten aus Leasing des ADLER-Konzerns sind Grundstücke und Gebäude sowie Kraftfahrzeuge Vermögenswerte enthalten, die wegen der Gestaltung der ihnen zugrunde liegenden Leasingverträge dem Konzern als wirtschaftlichem Eigentümer zuzurechnen sind.

Bei den Leasingverträgen handelt es sich im Wesentlichen um angemietete Gebäude für Modemärkte. Die Leasingverträge beinhalten in der Regel Verlängerungsklauseln sowie Preisanpassungsklauseln in Bezug auf Änderungen im Mietpreisindex. Zu-

sätzlich bedingen die in den einzelnen Märkten erzielten Umsätze variable Mietbestandteile. Im Geschäftsjahr 2019 beliefen sich die bedingten Mietzahlungen aus Leasingverträgen auf T€146 (Vorjahr: T€206).

Die Reduzierung im Bereich Leasing ist im Wesentlichen auf Beendigung von Mietverträgen sowie Mietvertragsänderungen zurückzuführen. Die Laufzeiten betragen in der Regel fünf bis zwanzig Jahre mit Mietverlängerungsoptionen. Sämtliche Verbindlichkeiten aus Leasing sind in Euro zurückzuführen. Die Fälligkeiten und damit der Mittelabfluss der Verbindlichkeiten aus Leasing „bis 1 Jahr“ stellen sich wie folgt dar:

T€	31.12.2019	31.12.2018 angepasst
Gesamt innerhalb eines Jahres fällig	57.277	58.847
davon in den folgenden Zeitbändern fällig:		
< 30 Tage	4.786	4.914
30 – 90 Tage	9.571	9.829
90 – 180 Tage	14.307	14.701
180 Tage – 1 Jahr	28.613	29.403

25. ERTRAGSTEUERSCHULDEN

Die Ertragsteuerschulden in Höhe von T€343 (Vorjahr: T€269) betreffen Körperschaftsteuer- und Gewerbesteuerverbindlichkeiten.

26. KAPITALFLUSSRECHNUNG

Die Kapitalflussrechnung zeigt, wie sich der Finanzmittelfonds des ADLER-Konzerns im Berichtsjahr und Vorjahr verändert hat. Der Finanzmittelfonds ist dabei als Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten abzüglich der Zahlungsmittel mit eingeschränkter Verfügbarkeit definiert.

Entsprechend IAS 7 werden die Zahlungsströme nach dem Mittelzu-/abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit, aus der Investitionstätigkeit und aus der Finanzierungstätigkeit gegliedert.

T€	2019	2018 angepasst
Mittelzu- (+)/-abfluss (-) aus laufender Geschäftstätigkeit (Netto-Cashflow)	61.681	39.867
Mittelzu- (+)/-abfluss (-) aus Investitionstätigkeit	-4.232	-5.946
Free Cashflow	57.449	33.921
Mittelzu- (+)/-abfluss (-) aus Finanzierungstätigkeit	-42.293	-42.330
Nettozunahme (+)/-abnahme (-) von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	15.156	-8.409

Der Finanzmittelfonds zum 31. Dezember 2019 beträgt T€70.089 (Vorjahr: T€54.933) und umfasst sofort verfügbares Guthaben bei Kreditinstituten, kurzfristiges Festgeld mit einer Laufzeit unter drei Monaten, Schecks sowie Kassenbestände. Zahlungsmittel mit eingeschränkter Verfügbarkeit bestanden im Berichtszeitraum, wie im Vorjahr, nicht.

Im Geschäftsjahr 2019 sind die folgenden wesentlichen nicht zahlungswirksamen Transaktionen erfolgt: Die sonstigen nicht zahlungswirksamen Erträge und Aufwendungen in Höhe von T€340 (Vorjahr: T€993) enthalten im Wesentlichen die Veränderung der Vorräte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

In Höhe von T€27.297 (Vorjahr: T€7.853) haben sich das Anlagevermögen und in gleicher Höhe die Verbindlichkeiten aus Leasing durch Zugang neuer Leasingverträge bzw. Verlängerungen bestehender Verträge zahlungsunwirksam erhöht.

Die Rückführung von Darlehensverbindlichkeiten beinhaltet die Rückführung des Darlehens für die Immobilie Alaska.

Die gezahlten Zinsen setzen sich in den Geschäftsjahren wie folgt zusammen:

T €	2019	2018 angepasst
Gezahlte Zinsen aus Leasing	16.278	18.148
Gezahlte Zinsen aus laufender Geschäftstätigkeit	321	232
Gesamt	16.599	18.380

Die Verbindlichkeiten aus Leasing setzen sich wie folgt zusammen:

T €	
Verbindlichkeiten aus Leasing Stand 31.12.2018	279.294
Zahlungswirksame Veränderung	-41.974
Zahlungsunwirksame Veränderung	27.423
Verbindlichkeiten aus Leasing Stand 31.12.2019	264.743

Die Entwicklung der Verbindlichkeiten aus Leasing in 2018 (angepasst) stellt sich wie folgt dar:

T €	
Verbindlichkeiten aus Leasing Stand 31.12.2018	55.951
Anpassung aus IFRS 16	256.502
Verbindlichkeiten aus Leasing Stand 1.1.2018 nach IFRS 16	312.454
Zahlungswirksame Veränderung	-41.088
Zahlungsunwirksame Veränderung	7.921
Verbindlichkeiten aus Leasing Stand 31.12.2018	279.294

Die Veränderung der Finanzschulden basiert ausschließlich auf zahlungswirksamen Erträgen.

27. SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

2019 in T €	Segment Modemärkte	Überleitung auf IFRS	ADLER-Gruppe
Umsatzerlöse gesamt (netto)	492.829	2.534	495.363
Sonstige betriebliche Erträge	8.517	-2.784	5.732
Materialaufwand	-240.399	20.945	-219.454
Personalaufwand	-102.108	2.661	-99.448
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-148.649	36.799	-111.851
EBITDA	10.188	60.154	70.342
Abschreibungen	-8.295	-37.539	-45.834
EBIT	1.894	22.615	24.508

2018 in T €	Segment Modemärkte	Überleitung auf IFRS	ADLER-Gruppe angepasst
Umsatzerlöse gesamt (netto)	502.564	4.529	507.093
Sonstige betriebliche Erträge	12.491	-6.364	6.127
Materialaufwand	-251.840	22.063	-229.777
Personalaufwand	-100.275	2.743	-97.532
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-153.336	36.200	-117.137
EBITDA	9.604	59.171	68.775
Abschreibungen	-10.032	-37.696	-47.728
EBIT	-428	21.475	21.047

Die Überleitung beinhaltet Differenzen aus unterschiedlichen Kontenzuordnungen für interne Kontrollzwecke sowie Unterschiede aus nationaler Rechnungslegung und Rechnungslegung nach IFRS.

Im Bereich Umsatz und sonstige betriebliche Erträge betrifft dies im Wesentlichen Kundenrabatte und Abgrenzungen nach IFRS 15, bei den Materialkosten betrifft dies Logistikdienstleistungen, Bestandsbewertungen und Abgrenzungen nach IFRS 15, bei den Personalkosten und sonstigen betrieblichen Aufwendungen betrifft es im Wesentlichen unterschiedliche Kontenzuordnungen und unterschiedliche Bilanzierungsvorschriften für Leasing und Pensionsrückstellungen nach HGB und IFRS. Die Abschreibungen nach IFRS beinhalten Abschreibungen für Nutzungsrechte nach IFRS 16 und teilweise von HGB abweichende Nutzungsdauern.

Die Segmentberichterstattung ist nach IFRS 8 „Geschäftssegmente“ aufgestellt. Die Segmentierung folgt der internen Steuerung und Berichterstattung des ADLER-Konzerns. Zum Berichtsstichtag besteht lediglich das Segment „Modemärkte“. Das Segment Modemärkte umfasst die gesamten Tätigkeiten der Gesellschaft bezüglich den vom ADLER-Konzern betriebenen Modemärkten. Aufgrund des Massengeschäfts in dem Segment „Modemärkte“ liegt kein Konzentrationsrisiko auf wichtige oder signifikante Kunden vor.

Da die interne Berichterstattung auf Basis der Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften des deutschen HGB erfolgt, sind die in der Segmentberichterstattung enthaltenen Informationen auf Basis des deutschen HGB aufbereitet. Gemäß den Anforderungen des IFRS 8.28 erfolgt eine Überleitung auf die im Konzernabschluss angewendeten Rechnungslegungsmethoden und somit zu den in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung enthaltenen Werten.

Die zentrale Steuerungsgröße der Entscheidungsträger des ADLER-Konzerns ist das intern berichtete EBITDA, was als Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte und vor Wertminderungen verstanden wird.

Die langfristigen Vermögenswerte, definiert als Summe der langfristigen Vermögenswerte ohne Finanzinstrumente und latente Steuern, gemäß IFRS 8.(33)b, verteilen sich wie folgt auf die Regionen. Es handelt sich um immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagen und Nutzungsrechte. Im Vorjahr waren als Investitionen gehaltene Immobilien enthalten:

T €	2019			2018 angepasst		
	Deutschland	Ausland	Konzern	Deutschland	Ausland	Konzern
Langfristige Vermögenswerte	193.974	41.126	235.101	206.193	43.436	249.629

28. ÜBERLEITUNGEN DURCH ANWENDUNGEN IFRS 16 LEASING

Durch die erstmalige Anwendung des neuen Rechnungslegungsstandards IFRS 16 Leasing mit der voll retrospektiven Übergangsmethode nach IFRS 16.C5(a) wurde gemäß IAS 8 eine rückwirkende Anwendung und somit eine Anpassung der Vergleichsperiode erforderlich. Im Folgenden sind die Anpassungen auf die Vorjahreswerte und die Effekte durch die Anwendung des neuen Standards dargestellt.

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG			31.12.2019		31.12.2018		31.12.2018	
T €	31.12.2019	IFRS 16	wie dargestellt	31.12.2018	IFRS 16	angepasst	angepasst	angepasst
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-159.294	47.443	-111.851	-165.197	48.060	-117.137		
EBITDA	22.984	47.358	70.342	20.714	48.061	68.775		
Abschreibungen	-14.827	-31.006	-45.834	-17.370	-30.358	-47.728		
EBIT	8.157	16.352	24.508	3.344	17.702	21.047		
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-4.571	-12.124	-16.694	-4.957	-13.518	-18.475		
Finanzergebnis	-4.529	-12.124	-16.653	-4.944	-13.518	-18.462		
Konzernjahresüberschuss vor Steuern	3.628	4.228	7.856	-1.600	4.185	2.585		
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-1.488	-1.233	-2.722	-975	-1.242	-2.217		
Konzernjahresüberschuss	2.139	2.995	5.134	-2.575	2.943	369		
Konzerngesamtergebnis	1.521	2.984	4.505	-2.712	2.938	225		

BILANZ- VERMÖGENSWERTE			31.12.2019		31.12.2018		01.01.2018	
T €	31.12.2019	IFRS 16	wie dargestellt	31.12.2018	IFRS 16	angepasst	01.01.2018	angepasst
Sachanlagen	59.203	-35.379	23.824	69.012	-41.962	27.050	74.975	-44.224
Nutzungsrechte	0	207.173	207.173	0	217.370	217.370	0	246.665
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	449	-68	381	242	-96	146	277	-131
Latente Steueransprüche	10.235	12.620	22.855	8.970	13.849	22.819	7.398	15.120
Summe langfristige Vermögenswerte	73.990	184.347	258.337	83.434	189.161	272.595	88.645	217.430
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	7.239	-28	7.210	9.483	-34	9.450	14.550	-30
Summe kurzfristige Vermögenswerte	151.069	-28	151.041	143.387	-34	143.353	152.488	-30
Summe Vermögenswerte	225.059	184.318	409.378	226.821	189.127	415.948	241.133	458.533

BILANZ- EIGENKAPITAL UND SCHULDEN

T€	31.12.2019	IFRS 16	31.12.2019 wie dargestellt	31.12.2018	IFRS 16	31.12.2018 angepasst	01.01.2018	IFRS 16	01.01.2018 angepasst
Übriges Kumuliertes Eigenkapital	-2.842	-16	-2.858	-2.223	-7	-2.230	-2.085	0	-2.085
Negative Kapitalrücklage	-45.247	-31.724	-76.971	-47.386	-34.720	-82.106	-43.886	-37.661	-86.597
Summe Eigenkapital	97.829	-31.740	66.089	96.309	-34.724	61.584	99.947	-37.661	62.283
Verpflichtungen aus Leasing	41.106	182.180	223.287	47.321	190.643	237.965	50.233	225.722	275.955
Übrige Verbindlichkeiten	3.952	-707	3.245	4.861	-994	3.867	5.359	-1.104	4.255
Latente Steuerschulden	107	-74	33	111	-76	35	75	-46	29
Summe langfristige Schulden	53.659	181.400	235.058	60.821	189.573	250.394	64.737	224.572	289.309
Verpflichtungen aus Leasing	6.215	35.241	41.456	6.729	34.601	41.330	5.718	30.780	36.498
Übrige Verbindlichkeiten	23.637	-318	23.319	21.944	-322	21.622	24.250	-289	23.961
Summe kurzfristige Schulden	73.571	34.659	108.230	69.691	34.279	103.970	76.449	30.491	106.940
Summe Schulden	127.230	216.058	343.288	130.512	223.852	354.364	141.186	255.063	396.249
Summe Eigenkapital und Schulden	225.059	184.318	409.378	226.821	189.127	415.948	241.133	217.400	458.533

KAPITALFLUSSRECHNUNG

T€	31.12.2019	IFRS 16	31.12.2019 wie dargestellt	31.12.2018	IFRS 16	31.12.2018 angepasst
Mittelzu- (+)/(-) -abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit (Netto-Cashflow)	30.592	31.089	61.681	9.893	29.973	39.867
Free Cashflow	26.360	31.089	57.449	3.948	29.973	33.921
Mittelzu- (+)/(-) -abfluss aus Finanzierungstätigkeit	-11.203	-31.090	-42.293	-12.356	-29.973	-42.330
Nettoab- (-)/(+) -zunahme von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	15.156	0	15.156	-8.409	0	-8.409

29. RISIKOMANAGEMENT

Der Finanzbereich der Adler Modemärkte AG überwacht und steuert die finanzwirtschaftlichen Risiken des gesamten ADLER-Konzerns. Diese sind speziell

- Liquiditätsrisiken
- Marktrisiken (Zins- und Währungsrisiken)
- Bonitätsrisiken

Aufgrund seiner Tätigkeit ist der ADLER-Konzern einer Vielzahl von finanziellen Risiken ausgesetzt. Darunter werden unerwartete Ereignisse und mögliche Entwicklungen verstanden, die sich negativ auf das Erreichen gesetzter Ziele und Erwartungen auswirken. Relevant sind Risiken mit wesentlichem Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage. Das Risikomanagementsystem des Konzerns analysiert unterschiedliche Risiken und versucht, negative Effekte auf die finanzielle Lage der Gesellschaft zu minimieren. Das Risikomanagement wird im Bereich Finanzen unter Berücksichtigung bestehender Richtlinien durchgeführt.

Für die Messung und Steuerung wesentlicher Einzelrisiken unterscheidet der Konzern zwischen Liquiditäts-, Kredit- und Marktrisiken.

Liquiditätsrisiken

Unter Liquiditätsrisiken im engeren Sinn wird das Risiko verstanden, gegenwärtigen oder künftigen Zahlungsverpflichtungen nicht oder nur zu ungünstigen Bedingungen nachkommen zu können. Die Gesellschaft generiert finanzielle Mittel überwiegend durch das operative Geschäft.

Die Adler Modemärkte AG fungiert für die Gesellschaften des ADLER-Konzerns als finanzwirtschaftlicher Koordinator, um eine möglichst kostengünstige und betragsmäßig stets ausreichende Deckung des Finanzbedarfs für das operative Geschäft und für Investitionen sicherzustellen. Die erforderlichen Informationen werden über eine Konzernfinanzplanung mit zusätzlicher wöchentlich rollierender 14-Tages-Liquiditätsplanung bereitgestellt und laufend analysiert.

Die langfristige Unternehmensfinanzierung des ADLER-Konzerns wird durch den laufenden Zahlungsstrom aus dem operativen Geschäft und langfristig abgeschlossenen Mietverhältnissen sichergestellt.

Durch den konzerninternen Finanzverrechnungsverkehr werden kurzfristige Liquiditätsüberschüsse einzelner Konzerngesellschaften zur internen Finanzierung des Geldbedarfs anderer Konzerngesellschaften genutzt. Dies trägt zu einer Reduzierung des externen Fremdmittelfinanzierungsvolumens und einer Optimierung der Geld- und Kapitalanlagen bei und hat somit positive Auswirkungen auf das Zinsergebnis des Konzerns.

Auf Ebene des ADLER-Konzerns wird eine konsolidierte und integrierte Liquiditätsplanung auf dem jeweils letzten Stand der Unternehmensplanung/-hochrechnung samt zusätzlich kurzfristig erkennbarer Sondereffekte erstellt.

Die Finanzierung des ADLER-Konzerns erfolgt im Wesentlichen durch die im operativen Geschäft erwirtschafteten liquiden Mittel des Konzerns. Die langfristigen Mietverhältnisse der Modemärkte werden nach IFRS als Leasing-Verhältnisse ausgewiesen. Die bilanzierte langfristige Verpflichtung aus Leasing beträgt am Bilanzstichtag T€223.287 (Vorjahr: T€237.965). Des Weiteren besteht

ein Darlehen gegenüber einem Unternehmen der METRO AG, welches für eine Immobilienfinanzierung verwendet wurde. Zum Bilanzstichtag beträgt der Darlehensstand T€1.949 (Vorjahr: T€2.267). Die kurzfristigen Darlehensverbindlichkeiten betragen zum Bilanzstichtag T€322 (Vorjahr: T€319). Die Verbindlichkeiten aus Kundenkartentreuprogramm betragen zum Bilanzstichtag T€11.664 (Vorjahr: T€9.776).

Weitere Informationen und Fälligkeitsanalysen der finanziellen Verbindlichkeiten sind im Kapitel Schulden Kapitel 20 – 24 dargestellt.

Kreditrisiken

Bonitätsrisiken entstehen durch den vollständigen oder teilweisen Ausfall eines Kontrahenten, beispielsweise durch Insolvenz, und im Rahmen von Geldanlagen. Das Ausfallrisiko beläuft sich maximal in Höhe der Buchwerte aller finanziellen Vermögenswerte. Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie auf übrige Forderungen und Vermögenswerte decken alle erkennbaren Bonitätsrisiken ab.

Im Zuge des Risikomanagements sind für alle Geschäftspartner des ADLER-Konzerns Mindestanforderungen an die Bonität und zudem individuelle Höchstgrenzen für das Engagement festgelegt. Die Höhe der Kreditobergrenze spiegelt die Kreditwürdigkeit einer Vertragspartei und die typische Größe des Transaktionsvolumens mit dieser Vertragspartei wider. Grundlage ist dabei eine in den Treasury-Richtlinien festgeschriebene Limitsystematik, die zum einen auf den Einstufungen internationaler Ratingagenturen und auf internen Bonitätsprüfungen basiert, zum anderen auf intern gewonnenen Erfahrungswerten mit den jeweiligen Vertragspartnern. Der ADLER-Konzern ist somit Bonitätsrisiken nur in sehr geringem Maße ausgesetzt. Erkennbare Ausfallrisiken im Forderungsbestand werden grundsätzlich durch Bildung von Wertberichtigungen in ausreichender Höhe berücksichtigt.

Von dem Gesamtbestand der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und übrigen sonstigen finanziellen Vermögenswerte in einer Gesamthöhe von T€ 2.673 (Vorjahr: T€ 2.731) (Gesamtbruttobuchwert) sind Forderungen in Höhe von T€ 2.650 (Vorjahr: T€ 2.509) als gering risikobehaftet (Risikoklasse I) und in Höhe von T€ 223 (Vorjahr: T€ 222) als hoch risikobehaftet (Risikoklasse II) einzustufen. Die Wertberichtigung belief sich auf T€ 223 (Vorjahr: T€ 222).

Der Bestand an im Konzern ausgewiesenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen finanziellen Vermögenswerten in Höhe von T€ 2.509 (Vorjahr: T€ 2.509) ist nicht besichert.

Nach unseren Erwartungen werden die weder überfälligen noch wertgeminderten Forderungen bei Fälligkeit beglichen. Für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ermöglicht IFRS 9 unter bestimmten Voraussetzungen die Anwendung eines vereinfachten Wertminderungsmodells. Dabei sind Wertberichtigungen unabhängig von der Veränderung des Ausfallrisikos (nicht-bonitätsbeeinträchtigt) seit Zugang stets in Höhe der über die gesamte Laufzeit erwarteten Kreditverluste („expected credit loss model“) vorzunehmen. Aus Wesentlichkeitsgründen wurden neben den bonitätsbeeinträchtigten Wertminderungen keine zusätzlichen nicht-bonitätsbeeinträchtigten Wertminderungen ermittelt.

Marktrisiken (Zins- und Währungsrisiken)

Unter Marktrisiken wird das Risiko eines Verlusts verstanden, der infolge einer Veränderung bewertungsrelevanter Marktparameter (Währung, Zins, Preis) entstehen kann.

Zins- und Währungsrisiken sind durch die in den internen Treasury-Richtlinien festgelegten Grundsätzen deutlich reduziert und limitiert. Darin ist konzerneinheitlich verbindlich geregelt, dass jede Absicherungsmaßnahme im Rahmen vorher definierter Limits erfolgen muss und in keinem Fall zu einer Erhöhung der Risiko-

position führen darf. Der ADLER-Konzern nimmt dabei bewusst in Kauf, dass die Möglichkeit, aktuelle oder erwartete Zins- beziehungsweise Wechselkursentwicklungen zur Ergebnisoptimierung zu nutzen, stark eingeschränkt ist.

Währungsrisiken sind innerhalb des ADLER-Konzerns im Wesentlichen nicht vorhanden, da im Berichtszeitraum der Konzernumsatz fast ausschließlich in Euro erfolgt und auch die Wareneinkäufe ausschließlich in Euro erfolgen. Forderungen, Darlehen und finanzielle Verbindlichkeiten lauten im Wesentlichen auf Euro.

Zinsänderungsrisiken können vorwiegend durch mögliche Wertschwankungen eines zinsensiblen Finanzinstruments aufgrund von Änderungen der Marktzinssätze entstehen, die zu Veränderungen der erwarteten Zahlungsströme führen. Um Zinsänderungsrisiken im ADLER-Konzern zu minimieren, werden, wenn notwendig, Kredite nur langfristig und Mietverhältnisse zu Festzinssätzen aufgenommen bzw. abgeschlossen. Der ADLER-Konzern hat mit Ausnahme der Verbindlichkeit gegenüber METRO Finance B.V. (siehe Punkt 24) keine variabel verzinslichen Finanzinstrumente abgeschlossen. Wäre das Zinsniveau bei Festlegung der neuen Zinsbindung für diese Verbindlichkeit im Geschäftsjahr 2019 um 100 BP höher gewesen, wäre der Zinsaufwand im Geschäftsjahr 2019 T€ 0,8 (Vorjahr: T€ 4) höher gewesen. Wäre das Zinsniveau bei Festlegung der neuen Zinsbindung für diese Verbindlichkeit im Geschäftsjahr 2019 um 100 BP niedriger gewesen, wäre der Zinsaufwand im Geschäftsjahr 2019 um T€ 8 (Vorjahr: T€ 11) niedriger gewesen. Da die Zinsbindung das gesamte Geschäftsjahr 2019 einschließt, bestand in diesem Zeitraum keine Zinssensitivität.

Sonstige wesentliche Risiken, die sich auf Preise von Finanzinstrumenten auswirken, bestehen für den ADLER-Konzern nicht. Zum Bilanzstichtag sind keine Anteile an börsennotierten Unternehmen im Bestand.

Eine Berechnung der Sensitivitäten für die erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerte führt zum 31. Dezember 2019 zu folgenden Veränderungen: Bei einem Anstieg des Marktpreises um 5 % hätte sich das Eigenkapital um T€ 11 (Vorjahr: T€ 10) erhöht. Bei einer Verringerung des Marktpreises um 5 % hätte sich das Eigenkapital um T€ 11 (Vorjahr: T€ 10) reduziert.

Buch- und beizulegende Zeitwerte finanzieller Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sind in den Übersichten Forderungen und Vermögenswerte Seite 91 und Schulden Seite 98 dargestellt.

Nettoergebnis aus Finanzinstrumenten nach Bewertungskategorien

Die folgende Tabelle stellt die in der Gewinn- und Verlustrechnung berücksichtigten Nettogewinne oder -verluste von Finanzinstrumenten nach Bewertungskategorien dar. Bei der Ermittlung der Nettoergebnisse waren lediglich Zinsen zu berücksichtigen.

2019 in T€	Darlehen und Forderungen	Sonstige Verbindlichkeiten	Gesamt
aus Zinsen	0	-322	-322
Gesamt	0	-322	-322

2018 in T€	Darlehen und Forderungen	Sonstige Verbindlichkeiten	Gesamt
aus Zinsen	0	-319	-319
Gesamt	0	-319	-319

Im Berichtszeitraum wurden keine Zinserträge aus wertberichtigten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen vereinnahmt.

Zum Nettoergebnis der zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerte wird auf Kapitel 11 verwiesen.

Sonstige Angaben

Zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2019 waren keine finanziellen Vermögenswerte und finanziellen Verbindlichkeiten als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert designiert. Es bestanden keine derivativen Finanzinstrumente.

Zum Bilanzstichtag besteht zudem ein Investitionsobligo in Höhe von T€956 (Vorjahr: T€139). Das Investitionsobligo enthält geplante Investitionen für 2019, welche zum Stichtag bereits vertraglich vereinbart waren.

30. HAFTUNGSVERHÄLTNISSE

Es besteht ein Avalrahmen in Höhe von T€7.000 (Vorjahr: T€7.000) bei diversen Kreditinstituten. Darüber hinaus können die bestehenden Kreditlinien in Höhe von T€15.000 auch in Form von Avalen in Anspruch genommen werden. Am 31. Dezember 2019 waren Avale in Höhe von T€14.079 (Vorjahr: T€4.650) herausgelegt. Darin enthalten sind Mietbürgschaften über T€3.809 (Vorjahr: T€3.880) und Warenlieferungen über T€8.770 (Vorjahr: T€4.270) sowie eine Zollbürgschaft in Höhe von T€1.500 (Vorjahr: T€1.500).

31. VERGÜTUNG

Die Hauptversammlung vom 4. Mai 2016 hat, 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

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 auf einer mehrjährigen Bemessungsgrundlage beruhende Bonus (Long Term Incentive, 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 Geschäftsjahrs, wird der 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.

Die Aufsichtsratsmitglieder sind ebenfalls Personen in Schlüsselpositionen des ADLER-Konzerns gem. IAS 24. Die Gesamtbezüge der Aufsichtsratsmitglieder betragen im Geschäftsjahr T€302 (Vorjahr: T€325).

Im Geschäftsjahr 2019 sowie im Vorjahr erbrachte kein Aufsichtsratsmitglied und keine Gesellschaft, in der ein Aufsichtsratsmitglied eine Schlüsselposition einnimmt, Beratungsleistungen an die Gesellschaft.

32. BEZIEHUNGEN ZU NAHE STEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Seit 25. April 2013 ist die Adler Modemärkte AG ein verbundenes Unternehmen der S & E Kapital GmbH, München, und mittelbar ein verbundenes Unternehmen der Steilmann Holding AG i. I., Bergkamen. Die Steilmann Holding AG i. I. und ihre Tochtergesellschaften sind somit als nahe stehende Unternehmen zu betrachten.

Die Geschäftsbeziehungen zu nahe stehenden Unternehmen sind vertraglich vereinbart und werden zu Preisen erbracht, wie sie auch mit Dritten vereinbart werden.

Die folgenden Geschäfte wurden mit nahe stehenden Unternehmen getätigt:

T€	2019	2018
Bezug von Lieferung und Leistung-/ Dienstleistungen von nahe stehenden Unternehmen:		
Steilmann Gruppe	14.893	28.920
Verkauf von Waren, Dienstleistungen und Anlagevermögen an nahe stehenden Unternehmen:		
Steilmann Gruppe	0	4

Die folgenden ausstehenden Salden mit nahe stehenden Unternehmen bestehen zu den Bilanzstichtagen:

T€	31.12.2019	31.12.2018
Forderungen aus Lieferung und Leistung-/Dienstleistungen gegen nahe stehenden Unternehmen:		
Steilmann Gruppe	0	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen-/Dienstleistungen gegen nahe stehenden Unternehmen:		
Steilmann Gruppe	0	2.250

Familienmitglieder der Personen in Schlüsselpositionen erbringen keine Dienstleistungen (Vorjahr: T€0) an den ADLER-Konzern. In der Berichtsperiode wurden keine Sachanlagen an oder von Familienmitgliedern in Schlüsselpositionen kontrollierter Gesellschaften verkauft oder erworben.

Im Berichtsjahr wurden von der Firma Elan PVT Limited, Hongkong, Waren in Höhe von T€0 (Vorjahr: T€14) bezogen. Das Unternehmen steht in Verbindung mit einem Aufsichtsratsmitglied und wird deshalb nach IAS 24 als nahe stehendes Unternehmen betrachtet. Zum Stichtag bestanden keine offenen Verbindlichkeiten für Warenlieferungen gegenüber Elan PVT Limited, Hongkong.

Die Bezüge der Aufsichtsratsmitglieder in ihrer Funktion als Arbeitnehmer beliefen sich im Berichtsjahr auf T€243 (Vorjahr: T€268).

Es bestehen keine Verpflichtungen aus Leasingverträgen an nahe stehende Unternehmen und Personen.

33. ERGEBNIS JE AKTIE

Die Ermittlung erfolgt durch Division des Konzernergebnisses, untergliedert in fortgeführte und nicht fortgeführte Aktivitäten, mit dem gewogenen Mittel der bestehenden Aktien.

Ausstehende Aktien werden im Berichtszeitraum für den Zeitraum, in dem sie sich in Umlauf befinden, zeitanteilig gewichtet. Die ausstehenden Aktien entwickelten sich wie folgt:

		2019	2018
Ausstehende Aktien	per 1.1.	18.510.000	18.510.000
Unterjährig verkaufte Aktien		0	0
Ausstehende Aktien	per 31.12.	18.510.000	18.510.000
Konzernjahresüberschuss (T€)		5.134	369
Gewichteter Durchschnitt ausstehender Aktien	per 31.12.	18.510.000	18.510.000
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	€	0,28	0,02
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€	0,28	0,02

Das Ergebnis je Aktie vor IFRS 16, unverwässert und verwässert, vor Anwendung IFRS 16 lag bei 0,12€ (Vorjahr: -0,14€). In den dargestellten Berichtsperioden gab es keine Verwässerungseffekte.

34. GEWINNVERWENDUNG DES BILANZGEWINNS – DIVIDENDE

Die Dividendenausschüttung richtet sich nach dem handelsrechtlichen Jahresabschluss der Adler Modemärkte AG. Auf die Zahlung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2019 wird verzichtet.

35. RECHTSSTREITIGKEITEN UND SCHADENERSATZ-ANSPRÜCHE

Ein ehemaliger Geschäftspartner hat im ersten Quartal 2019 eine Klage auf Einsicht in bestimmte Unterlagen und Schadenersatz in noch unbezifferter Höhe gegen die Adler Modemärkte AG eingereicht und diese im dritten Quartal 2019 auf die Adler Modemärkte Gesellschaft m.b.H., Österreich, erweitert. ADLER hält es nach Abstimmung mit den hinzugezogenen Experten für überwiegend wahrscheinlich, noch konkret zu beziffernde Schadensersatzansprüche jedenfalls weit überwiegend abzuwehren. Auch im Übrigen sind Gesellschaften des ADLER-Konzerns nicht an Gerichts- oder Schiedsverfahren beteiligt, die nach derzeitiger Einschätzung von ADLER einen erheblichen Einfluss auf die Lage des Konzerns haben werden.

36. HONORARE ABSCHLUSSPRÜFER

Für Dienstleistungen des Abschlussprüfers im Sinne von § 318 HGB sind im Geschäftsjahr 2019 Honorare in einer Gesamthöhe von T€368 (Vorjahr: T€359) angefallen:

T€	2019	2018
Abschlussprüfungsleistungen (inklusive Halbjahresabschluss)	320	273
Andere Bestätigungsleistungen	7	25
Steuerberatungsleistungen	41	61
Gesamt	368	359

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.

37. EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Es haben sich nach Abschluss des Geschäftsjahres bis zum Aufstellungszeitpunkt des Konzernabschlusses keine weiteren Sachverhalte mit wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Geschäftsjahres 2019 ergeben.

38. 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.

39. ORGANE DER GESELLSCHAFT

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

Thomas Freude, *Wiesbaden*, Vorsitzender des Vorstands, Vorstand für die Bereiche Strategie, Marketing, Einkauf, Merger & Acquisition, 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

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 Gesamtbetriebsrats Adler Modemärkte AG

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

Cosimo Carbonelli D'Angelo¹, *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-Giazzì², *Dortmund*, Vorstand Steilmann Holding AG i.l., weitere Aufsichtsratsmandate und vergleichbare Mandate: Beirat der S&E Kapital GmbH

Jürgen Vogt², *Essen*, Verkaufsleiter Adler Modemärkte AG

Beate Wimmer¹, *Mönchengladbach*, Fachberaterin Info, Kasse und Verkauf Adler Modemärkte AG

Mitgliedschaften in (Stand 31. Dezember 2019):

¹ *Personalausschuss*, ² *Prüfungsausschuss*, ³ *Nominierungsausschuss*,

⁴ *Vermittlungsausschuss*, * *Vorsitzender des Ausschusses*

40. BEFREIENDE WIRKUNG DIESES IFRS KONZERNABSCHLUSSES 31. DEZEMBER 2019

Die folgenden Tochtergesellschaften werden von der Befreiungsmöglichkeit nach § 264 Abs. 3 bzw. nach § 264 b HGB in Bezug auf die Aufstellung von Anhang und Lagebericht, die Offenlegung und die Prüfung des handelsrechtlichen Jahresabschlusses für das Geschäftsjahr 2019 Gebrauch machen:

- Adler Mode GmbH, Haibach
- Adler Orange GmbH & Co. KG, Haibach
- A-Team GmbH, Bochum

Die Mitteilungen über die Inanspruchnahme der Befreiungsmöglichkeiten werden im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

Haibach, den 3. März 2020



Thomas Freude
Vorsitzender des Vorstands



Karsten Odemann
Vorstand

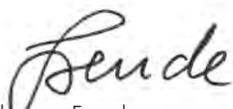


Carmine Petraglia
Vorstand

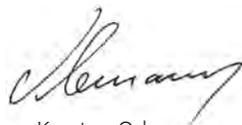
VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Jahresabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt und im Lagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage der Gesellschaft so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung der Gesellschaft beschrieben sind.

Haibach, den 3. März 2020



Thomas Freude
Vorsitzender des Vorstands



Karsten Odemann
Vorstand



Carmine Petraglia
Vorstand

WIEDERGABE DES BESTÄTIGUNGSVERMERKS

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 KONZERNABSCHLUSSES UND DES KONZERNLAGEBERICHTS

Prüfungsurteile

Wir haben den Konzernabschluss der Adler Modemärkte AG, Haibach, und ihrer Tochtergesellschaften (der Konzern) – bestehend aus der Konzernbilanz zum 31. Dezember 2019, der Konzerngesamtergebnisrechnung, der Konzerngewinn- und Verlustrechnung, der Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung und der Konzernkapitalflussrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2019 sowie dem Konzernanhang, einschließlich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Konzernlagebericht 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 Konzernlageberichts 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 Konzernabschluss in allen wesentlichen Belangen den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns zum 31. Dezember 2019 sowie seiner Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2019 und
- vermittelt der beigefügte Konzernlagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Konzernlagebericht in Einklang mit dem Konzernabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar. Unser Prüfungsurteil zum Konzernlagebericht erstreckt sich nicht auf den Inhalt der im Abschnitt „Sonstige Informationen“ genannten Bestandteile des Konzernlageberichts.

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

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts 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 Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von den Konzernunternehmen 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 Nichtprüfungleistungen 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 Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht zu dienen.

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte in der Prüfung des Konzernabschlusses

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemäßen Ermessen am bedeutendsten in unserer Prüfung des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2019 waren.

Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung des Konzernabschlusses 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:

- 1 Auswirkungen aus der Erstanwendung des IFRS 16 auf die Bilanzierung von Leasingverhältnissen
- 2 Werthaltigkeit aktiver latenter Steuern

Unsere Darstellung dieser besonders wichtigen Prüfungssachverhalte haben wir jeweils 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:

- 1 Auswirkungen aus der Erstanwendung des IFRS 16 auf die Bilanzierung von Leasingverhältnissen
- 1 In dem Konzernabschluss der Gesellschaft werden unter den langfristigen Vermögenswerten Nutzungsrechte an Gebäuden und Betriebs- und Geschäftsausstattung in Höhe von €207,2 Mio. (50,6% der Bilanzsumme) und unter den lang- und kurzfristigen Schulden Leasingverbindlichkeiten von €264,7 Mio. (64,7% der Bilanzsumme) ausgewiesen. Im Geschäftsjahr ergaben sich aus der Erstanwendung des neuen Rechnungslegungsstandards zu Leasingverhältnissen (IFRS 16) wesent-

liche Auswirkungen auf die Eröffnungsbilanzwerte und deren Fortschreibung im Geschäftsjahr. Die Umstellung auf IFRS 16 erfolgte nach der voll retrospektiven Methode. Die Vergleichszahlen der Vorjahresperiode wurden entsprechend angepasst. Der neue Rechnungslegungsstandard IFRS 16 bedingt für bestimmte Bereiche Schätzungen und Ermessensentscheidungen durch die gesetzlichen Vertreter, deren Angemessenheit im Rahmen unserer Prüfung zu beurteilen war. Dies trifft insbesondere auf Einschätzungen zur Ausübung von Optionen mit Auswirkungen auf die Laufzeit des Leasingverhältnisses zu. Vor diesem Hintergrund, der insgesamt wesentlichen betragsmäßigen Auswirkungen der Leasingverhältnisse auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Adler-Modemärkte-Konzerns sowie aufgrund der Komplexität der neuen Anforderungen des IFRS 16 war die Bilanzierung der Leasingverhältnisse im Rahmen unserer Prüfung von besonderer Bedeutung.

- 2 Im Rahmen unserer Prüfung haben wir unter anderem die Angemessenheit der Ausgestaltung und Wirksamkeit interner Prozesse und Kontrollen zur Erfassung der Leasingverhältnisse gewürdigt. Darüber hinaus haben wir mit Unterstützung unserer internen Spezialisten die Auswirkungen aus der Erstanwendung des IFRS 16 beurteilt. Hierbei haben wir auf Basis von Stichproben Einsicht in Leasingverträge genommen, die Identifizierung von Leasingkomponenten nachvollzogen und gewürdigt, ob diese vollständig und zutreffend erfasst wurden. Dabei haben wir insbesondere die Einschätzung zur Ausübung von Optionen mit Auswirkungen auf die Laufzeit des Leasingverhältnisses anhand von Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und der gesetzlichen Vertreter und durch Einsicht in geeignete Nachweise beurteilt. Auf Basis unserer Prüfungshandlungen konnten wir uns davon überzeugen, dass die eingerichteten Prozesse und Kontrollen angemessen sind und die

von den gesetzlichen Vertretern vorgenommenen Einschätzungen und getroffenen Annahmen hinreichend dokumentiert und begründet sind, um die sachgerechte Bilanzierung der Leasingverhältnisse unter erstmaliger Anwendung des IFRS 16 zu gewährleisten.

- 3 Die Angaben der Gesellschaft zu der Bilanzierung von Leasingverhältnissen und den Auswirkungen der Erstanwendung von IFRS 16 sind in Textziffer 28 des Konzernanhangs enthalten.
- 2 Werthaltigkeit aktiver latenter Steuern
 - 1 In dem Konzernabschluss der Gesellschaft werden nach Saldierungen aktive latente Steuern in Höhe von €22,9 Mio. ausgewiesen. Vor Saldierung mit kongruenten passiven latenten Steuern sind aktive latente Steuern in Höhe von €81,9 Mio. bilanziert. Die Bilanzierung erfolgte in dem Umfang, in dem es nach den Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter wahrscheinlich ist, dass in absehbarer Zukunft zu versteuernde Ergebnisse anfallen, durch die die abzugsfähigen temporären Differenzen und noch nicht genutzten steuerlichen Verluste genutzt werden können. Dazu werden, soweit nicht ausreichend passive latente Steuern vorhanden sind, Prognosen über die künftigen steuerlichen Ergebnisse ermittelt, die sich aus der verabschiedeten Planungsrechnung ergeben. Insgesamt wurden auf abzugsfähige temporäre Differenzen und noch nicht genutzte steuerliche Verluste in Höhe von €14,8 Mio. keine aktiven latenten Steuern angesetzt, da eine steuerliche Nutzung aus der Verrechnung mit steuerlichen Gewinnen nicht wahrscheinlich ist. Aus unserer Sicht war die Bilanzierung latenter Steuern im Rahmen unserer Prüfung von besonderer Bedeutung, da sie in hohem Maße von Einschätzungen und Annahmen der gesetzlichen Vertreter abhängig und daher mit Unsicherheiten behaftet ist.

2 Im Rahmen unserer Prüfung haben wir unter anderem die internen Prozesse und Kontrollen zur Erfassung von Sachverhalten und das methodische Vorgehen zur Ermittlung, Bilanzierung und Bewertung der latenten Steuern beurteilt. Weiterhin haben wir die Werthaltigkeit der aktiven latenten Steuern auf abzugsfähige temporäre Differenzen und noch nicht genutzte steuerliche Verluste auf Basis unternehmensinterner Prognosen über die zukünftige Ertragssituation der Gesellschaft beurteilt und die Angemessenheit der zugrunde liegenden Einschätzungen und Annahmen gewürdigt. Auf Basis unserer Prüfungshandlungen konnten wir uns davon überzeugen, dass die von den gesetzlichen Vertretern vorgenommenen Einschätzungen und getroffenen Annahmen begründet und hinreichend dokumentiert sind.

3 Die Angaben der Gesellschaft zu den latenten Steuern sind in Textziffer 16 des Konzernanhangs enthalten.

Sonstige Informationen

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

- die in Abschnitt „Rechtliche Angaben“ des Konzernlageberichts 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 Konzernlageberichts.

Die sonstigen Informationen umfassen zudem die übrigen Teile des Geschäftsberichts – ohne weitergehende Querverweise auf externe Informationen –, mit Ausnahme des geprüften Konzernabschlusses, des geprüften Konzernlageberichts sowie unseres Bestätigungsvermerks.

Unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht 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 Konzernabschluss, zum Konzernlagebericht oder unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder
- anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Konzernabschlusses, der den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Konzernabschluss unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig

bestimmt haben, um die Aufstellung eines Konzernabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit des Konzerns 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, es sei denn, es besteht die Absicht den Konzern zu liquidieren oder der Einstellung des Geschäftsbetriebs oder es besteht keine realistische Alternative dazu.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Konzernlageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss 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 Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen, und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Konzernlagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses des Konzerns zur Aufstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Konzernabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und ob der Konzernlagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss 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 Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht 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 Konzernabschlusses und Konzernlageberichts 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 Konzernabschluss und im Konzernlagebericht, planen und füh-

ren 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 Konzernabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Konzernlageberichts 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 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 bedeutende Zweifel an der Fähigkeit des Konzerns 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 Konzernabschluss und im Konzernlagebericht 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 der Konzern seine Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann.

- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Konzernabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Konzernabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Konzernabschluss unter Beachtung der IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt.
- holen wir ausreichende geeignete Prüfungsnachweise für die Rechnungslegungsinformationen der Unternehmen oder Geschäftstätigkeiten innerhalb des Konzerns ein, um Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht abzugeben. Wir sind verantwortlich für die Anleitung, Überwachung und Durchführung der Konzernabschlussprüfung. Wir tragen die alleinige Verantwortung für unsere Prüfungsurteile.
- beurteilen wir den Einklang des Konzernlageberichts mit dem Konzernabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage des Konzerns.

- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Konzernlagebericht 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 Sach-

verhalte, die in der Prüfung des Konzernabschlusses 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 Konzernabschlussprüfer gewählt. Wir wurden am 15. Juli 2019 vom Vorsitzenden des Prüfungsausschusses beauftragt. Wir sind ununterbrochen seit dem Geschäftsjahr 2009 als Konzernabschlussprüfer 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 Frau Angelika Kraus.“

WEITERE INFORMATIONEN

FINANZKALENDER

12. März 2020	Geschäftsbericht 2019
5. Mai 2020	Bericht über das erste Quartal 2020
6. Mai 2020	Hauptversammlung 2020
1. Aug. 2020	Bericht über das erste Halbjahr 2020
5. Nov. 2020	Bericht über die ersten neun Monate 2020

ANSPRECHPARTNER

Investor Relations
Adler Modemärkte AG
Industriestraße Ost 1–7, 63808 Haibach
Telefon: + 49 (0) 6021 633-1828
Fax: + 49 (0) 6021 633-1417
E-Mail: InvestorRelations@adler.de

REDAKTION & PROJEKTMANAGEMENT

GFD – Gesellschaft für Finanzkommunikation mbH
Frankfurt am Main

Adler Modemärkte AG
Industriestraße Ost 1–7, 63808 Haibach

HERAUSGEBER

Adler Modemärkte AG
Industriestraße Ost 1–7, 63808 Haibach
Telefon: + 49 (0) 6021 633-0
E-Mail: InvestorRelations@adler.de

KONZEPTION & GESTALTUNG

Ligaturas – Reportdesign, Hamburg

MEHRJAHRESÜBERSICHT

		2015	2016	2017	2018	2019	Veränderung 2019 zu 2018	
							absolut	relativ
Umsatzerlöse	€ Mio.	566,1	544,6	525,8	507,1	495,4	- 11,7	- 2,3 %
Materialaufwand	€ Mio.	- 261,2	- 256,5	- 244,1	- 229,8	- 219,5	10,3	- 4,5 %
Warenrohertrag	€ Mio.	304,9	288,1	281,8	277,3	275,9	- 1,4	- 0,5 %
Rohertragsmarge		53,9 %	52,9 %	53,6 %	54,7 %	55,7 %		+ 100 BP
EBITDA	€ Mio.	33,3	23,3	32,0	68,8*	70,3	1,5	2,2 %
EBITDA-Marge		5,9 %	4,3 %	6,1 %	13,6 %*	14,2 %	0,6	
Abschreibungen	€ Mio.	- 16,3	- 16,7	- 16,5	- 47,7*	- 45,8	1,9	- 4,0 %
EBIT	€ Mio.	17,0	6,6	15,6	21,0*	24,5	3,5	16,7 %
EBIT-Marge		3,0 %	1,2 %	3,0 %	4,2 %*	5,0 %	0,8	
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	€ Mio.	12,1	1,7	10,7	2,6*	7,9	5,3	>> 100 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	€ Mio.	- 4,2	- 1,3	- 6,8	- 2,2*	- 2,7	- 0,5	22,7 %
Konzernjahresüberschuss	€ Mio.	7,9	0,4	3,9	0,4*	5,1	4,7	>> 100 %
Ergebnis je Aktie	€	0,43	0,02	0,21	0,02*	0,28	0,3	>> 100 %
Cashflow								
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	€ Mio.	19,5	22,2	21,2	39,9*	61,7	21,8	54,6 %
Cashflow aus Investitionstätigkeit	€ Mio.	- 16,6	- 10,8	14,8	- 5,9	- 4,2	1,7	- 28,8 %
Free Cashflow	€ Mio.	2,9	11,4	36,0	33,9*	57,4	23,5	69,3 %
Bilanzsumme	€ Mio.	243,4	222,6	241,1	415,9*	409,4	- 6,5	- 1,6 %
Langfristige Vermögenswerte	€ Mio.	99,7	95,5	88,6	272,6*	258,3	- 14,3	- 5,2 %
Kurzfristige Vermögenswerte	€ Mio.	143,7	127,1	152,5	143,4	151,0	7,6	5,3 %
Vorräte	€ Mio.	81,3	75,4	73,7	78,7	73,4	- 5,3	- 6,7 %
Zahlungsmittel	€ Mio.	52,1	42,8	63,3	54,9	70,1	15,2	27,7 %
Eigenkapital	€ Mio.	104,9	95,8	100	61,6*	66,1	4,5	7,3 %
Eigenkapitalquote		43,1 %	43,0 %	41,5 %	14,8 %*	16,1 %		+ 1,3 PP
Langfristige Schulden	€ Mio.	64,6	60,7	64,6	250,4*	235,1	- 15,3	- 6,1 %
Kurzfristige Schulden	€ Mio.	74,0	66,0	76,6	104,0*	108,2	4,2	4,0 %
Verschuldungsgrad		1,32	1,32	1,41	5,75*	5,19	- 0,6	- 9,7 %
Mitarbeiter								
Anzahl Mitarbeiter zum 31. Dezember		4.203	3.984	3.866	3.786	3.612	- 174,0	- 4,6 %
Personalaufwand	€ Mio.	- 102,5	- 102,3	- 96,9	- 97,5	- 99,5	- 2,0	2,1 %
Anzahl Modemärkte Gesamt		177	183	183	178	172	- 6	
davon Deutschland		153	156	156	150	143	- 7	
davon Österreich		21	22	22	23	24	1	
davon Luxemburg		2	3	3	3	3	0	
davon Schweiz		1	2	2	2	2	0	

*Nach Anpassung