



DIE ERSTEN NEUN MONATE AUF EINEN BLICK

		9M 2020	9M 2019	Veränderung absolut	relativ
Gewinn- und Verlustrechnung					
Umsatzerlöse	€ Mio.	238,9	353,6	-114,7	-32,4 %
EBITDA	€ Mio.	-19,2	33,3	-52,5	>>-100 %
EBITDA-Marge		-8,0 %	9,4 %	-17,5 PP	
EBIT	€ Mio.	-58,6	-0,7	-57,9	>>-100 %
EBIT-Marge		-24,5 %	-0,2 %	-24,3 PP	
Konzernergebnis	€ Mio.	-63,0	-10,3	-52,7	>>-100 %
Kennzahlen je Aktie					
Ergebnis je Aktie	€	-3,40	-0,56	-2,84	>>-100 %

		30.09.2020	31.12.2019	Veränderung absolut	relativ
Vermögenslage					
Bilanzsumme	€ Mio.	363,2	409,4	-46,2	-11,3 %
Eigenkapital	€ Mio.	3,2	66,1	-62,9	-95,2 %
Eigenkapitalquote*		0,9 %	16,1 %	-15,3 PP	

* Rückgang bedingt durch Belastung durch COVID-19 sowie hohen Anteil an Leasingverbindlichkeiten

		9M 2020	9M 2019	Veränderung absolut	relativ
Finanzlage					
Cashflow aus laufender Tätigkeit (Netto-Cashflow)	€ Mio.	-30,1	28,9	-59,0	>>100 %
Cashflow aus Investitionstätigkeit	€ Mio.	-3,0	-3,2	0,2	6,3 %
Free Cashflow	€ Mio.	-33,1	25,7	-58,8	>>100 %
Mitarbeiter					
Beschäftigte zum 30. September	Anzahl	3.356	3.617	-261	-7,2 %
Märkte					
Märkte zum 30. September	Anzahl	171	176	-5	-2,8 %



FINANZKALENDER (VORLÄUFIG)

5. November 2020
11. März 2021
11. Mai 2021
12. Mai 2021
5. August 2021
4. November 2021

Bericht über die ersten neun Monate 2020
Geschäftsbericht 2020
Bericht über das erste Quartal 2021
Hauptversammlung
Bericht über das erste Halbjahr 2021
Bericht über die ersten neun Monate 2021

KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT

ZUM 30. SEPTEMBER 2020

KEY FACTS

BERICHTSZEITRAUM

- Operative Entwicklung in den ersten neun Monaten massiv von Auswirkungen der COVID-19-Pandemie betroffen
- Umsatzlücke zu Vorjahren schließt sich im dritten Quartal: Umsatzrückgang um –14 % im Vergleich zu –40 % im ersten Halbjahr
- Starke Verbesserungen bei Online-Aktivitäten
- Positives EBITDA in Q3 von €0,5 Mio. – Ergebnis nach neun Monaten weiterhin deutlich negativ trotz umfangreicher Kostenanpassungen
- Solide Liquidität von €24,8 Mio. dank Sicherung eines zukunftsweisenden Konsortialkredits

AUSBLICK UND STRATEGIE

- Stark eingeschränkte Vorhersehbarkeit lässt belastbaren Ausblick für Gesamtjahr 2020 weiterhin nicht zu
- Solide Liquidität bis ins Jahr 2021 – zusätzliche Maßnahmen zur Liquiditätssicherung
- „New ADLER“ Strategie ebnet Weg zur Rückkehr zu profitablen Wachstum bis 2023
- Ziele für 2023 unverändert: Umsatzanstieg auf €560 Mio., EBITDA auf Vorkrisenniveau

WIRTSCHAFTLICHE LAGE & GESCHÄFTSVERLAUF

Das Jahr 2020 wird weltweit und damit auch in den Zielmärkten der Adler Modemärkte AG stark von der COVID-19-Pandemie und den daraus resultierenden behördlichen Einschränkungen geprägt, die zur Eindämmung der Verbreitung des Virus beitragen sollen. In der jüngsten Prognose vom Oktober 2020 sieht der Internationale Währungsfonds (IWF) den weltweiten Rückgang der Wirtschaft im Gesamtjahr 2020 bei 4,4 % und damit weniger stark als in der Juni-Prognose angenommen.

Zur Begründung nennt der IWF, dass sich viele Länder, besonders die entwickelten Märkte, schneller als erwartet nach dem weitreichenden Lockdown erholt haben. Dabei verweist der IWF auch auf Maßnahmen der Regierungen wie der Fiskal- und Geldpolitik, die dazu beigetragen haben, Haushaltseinkommen ebenso wie die Cashflows von Unternehmen und Kredite abzusichern. Allerdings bleiben viele Länder laut IWF aufgrund der weiteren Verbreitung von COVID-19 und deshalb angeordneter Restriktionen anfällig für Rückschläge. Für Deutschland erwartet der IWF im Jahr 2020 einen Rückgang der wirtschaftlichen Aktivität von 6,0 %. Für das Jahr 2021 wird dann ein Wachstum von 4,2 % prognostiziert.

COVID-19 beeinflusst das Verbraucherverhalten nach wie vor stark. Laut GfK hat sich die Kauflust der Verbraucher in Deutschland nach dem starken Einbruch im April dieses Jahres deutlich erholt – das Vorkrisenniveau jedoch noch nicht erreicht. Im September musste jedoch wieder gegenüber dem Vormonat ein deutlicher Rücksetzer verkraftet werden.

Wie der gesamte Einzelhandel war die Adler Modemärkte AG von den behördlich angeordneten Schließungen stark betroffen, denn sämtliche Modemärkte in Deutschland, Österreich, Luxemburg und der Schweiz mussten über mehrere Wochen im März und April 2020 geschlossen bleiben. Seit Wiedereröffnung ab der zweiten Aprilhälfte hat sich die Umsatzentwicklung im weiteren Jahresverlauf verbessert. Allerdings sind weiterhin Verunsicherungen der Kundschaft festzustellen, so dass die Umsätze insgesamt in den ersten neun Monaten deutlich unter dem Vorjahr blieben.

DIE LAGE IM DEUTSCHEN TEXTILEINZELHANDEL

Der stationäre Modehandel in Deutschland hat seit dem Corona-bedingten Shutdown im März mit den größten wirtschaftlichen Herausforderungen seit Bestehen der Bundesrepublik Deutschland zu kämpfen. Inklusive September 2020 sind die Erlöse seit dem Lockdown sechs Monate in Folge zweistellig gesunken. Das zeigt eine Befragung des TW-Testclub, dem teilnehmerstärksten Umfrage-Panel im stationären Modehandel.

Nachdem die Umsätze bereits zu Beginn des Jahres mit den Monaten Januar (-2 %) und Februar (-5 %) unter Vorjahresniveau blieben, hat den Modeanbietern besonders der mehrwöchige Shutdown ab Mitte März (März: -42 %) zugesetzt. In der Folge konnten die textilen Einzelhändler im April gerade einmal ein Viertel der Umsätze des Vorjahres generieren (April: -76 %). Im weiteren Verlauf des Jahres verzeichneten die Monate Mai (-29 %) und Juni (-22 %) ebenfalls deutlich niedrigere Umsätze. Auch im dritten Quartal mit den Monaten Juli (-10 %), August (-11 %) und September (-18 %) blieben die Umsätze weit vom Vorjahresniveau entfernt.

UMSATZENTWICKLUNG & -ANALYSE

Aufgrund der zunehmenden Verbreitung von COVID-19 verordneten die verantwortlichen Behörden in Deutschland, Österreich, Luxemburg und der Schweiz eine weitreichende Beschränkung des Einzelhandels, so dass zwischen dem 16. und 18. März 2020 sukzessive sämtliche der insgesamt 171 Verkaufsfilialen von ADLER geschlossen wurden. Ab diesem Zeitpunkt verbuchte das Unternehmen entsprechend wie der gesamte Einzelhandel massive Umsatzeinbrüche. Schon im Vorfeld dieser Tage hatte die COVID-19-Pandemie für Unsicherheit und Konsumzurückhaltung bei den Kunden geführt. Die Umsatzentwicklung in den Monaten Januar und Februar und in den ersten Tagen des März war dagegen auf vergleichbarer Fläche sehr solide und lag im Rahmen der Erwartungen. Nach Wiedereröffnung der Filialen ab Ende April blieb das Kaufverhalten der Kunden auch durch die mit der Pandemie verbundenen Restriktionen weiter von Zurückhaltung geprägt, so dass auch in den Monaten Mai und Juni die Umsatzentwicklung deutlich unterdurchschnittlich verlief. Wie erwartet stieg die Kaufbereitschaft der ADLER-Kunden im dritten Quartal wieder deutlich an, lag aber erwartungsgemäß ebenfalls noch unter Vorjahr.

Der ADLER-Konzern erwirtschaftete in den ersten neun Monaten 2020 einen nach IFRS zu bilanzierenden Gesamtumsatz in Höhe von € 238,9 Mio. Dies entspricht einer Verringerung im Vergleich zur Vorjahresperiode um -32,4 % (9 Monate 2019: € 353,6 Mio.). Auf vergleichbarer Fläche (like-for-like) fiel der Rückgang im Berichtszeitraum mit -31,3 % etwas niedriger aus.

Das Standortoptimierungsprogramm wurde auch in den ersten neun Monaten 2020 weitergeführt. Im Januar (letzter Verkaufstag Ende Dezember 2019) wurde der Modemarkt in Heilbronn und im März wurden die Modemärkte in Marl und Neunkirchen, alle Deutschland, geschlossen. Ebenfalls im März wurde dagegen ein Modemarkt in Schwäbisch Hall, Deutschland, eröffnet. Der ADLER-Modemarkt in Kassel wurde im Berichtszeitraum modernisiert. Zum 30. September 2020 betrug die Gesamtzahl der ADLER-Modemärkte somit 171 (30. September 2019: 176). Davon befinden sich 142 in Deutschland, 24 in Österreich, drei in Luxemburg und zwei in der Schweiz. ADLER setzt seine Strategie der selektiven Expansion an lukrativen Standorten auch im aktuell schwierigen Umfeld fort. So wurde am 7. Oktober 2020 eine neue Filiale im Hessen-Center in Frankfurt/Main eröffnet.

ERTRAGSLAGE

Der Materialaufwand konnte in den ersten neun Monaten 2020 um €38,6 Mio. gegenüber dem Vorjahr (€165,5 Mio.) auf €126,9 Mio. gesenkt werden. Der Rohertrag reduzierte sich um 40,5% von €188,1 Mio. auf €112,0 Mio. Die Warenrohertragsmarge sank aufgrund der Corona-bedingten Belastungen insbesondere durch die nach Wiedereröffnung der Modemärkte vorgenommenen Preisnachlässe zur Frequenzsteigerung auf 46,9% (9M 2019: 53,2%).

Der Personalaufwand sank in den ersten neun Monaten 2020 um 20,7% von €74,5 Mio. auf €59,1 Mio. Der Rückgang ist im Wesentlichen auf die Einführung von Kurzarbeit ab Mitte März 2020 aber auch auf den im Zuge der Effizienzsteigerungsmaßnahmen des Vorjahres beschlossenen Personalabbau zurückzuführen. Des Weiteren sind Transformationskosten im Zusammenhang mit der strategischen Neuausrichtung von ADLER in Höhe von €2,9 Mio. (9M 2019: €2,7 Mio.) enthalten.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sanken um €7,7 Mio. und summierten sich zum Bilanzstichtag auf €76,9 Mio. (9M 2019 angepasst: €84,6 Mio.).

Die Marketingkosten in Höhe von €29,4 Mio. lagen in den ersten neun Monaten 2020 unter dem Niveau des Vorjahres (9M 2019: €33,2 Mio.). Diese Ausgaben wurden als Folge der Coronakrise seit Ende März deutlich zurückgefahren. Die Aufwendungen für Instandhaltungs- und Modernisierungsmaßnahmen (€8,2 Mio.) sanken um €0,4 Mio. Die Gebäudeaufwendungen in Höhe von €14,2 Mio. lagen um €1,2 Mio. unter dem Vorjahreswert von €15,4 Mio. Die übrigen Aufwendungen in Höhe von €7,5 Mio. sanken um €0,9 Mio. im Vergleich zum Vorjahreszeitraum 2019 (€8,4 Mio.). In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind in den ersten neun Monaten Transformationskosten (Rückbaukosten Schließungsmärkte) in Höhe von €0,1 Mio. (9M 2019: €0,2 Mio.) angefallen.

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) verschlechterte sich aufgrund der massiven Belastungen aus der Corona-Pandemie von €33,3 Mio. (angepasst) auf €-19,2 Mio.

Die Abschreibungen lagen mit €33,5 Mio. leicht unter dem Vorjahreswert von €34,0 Mio.

Aufgrund der möglichen zukünftigen Entwicklung einzelner Modemärkte, insbesondere durch den Einfluss der COVID-19-Pandemie, mussten in den ersten neun Monaten Wertberichtigungen auf das Anlagevermögen in Höhe von €-5,8 Mio. vorgenommen werden.

Das betriebliche Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) sank in den ersten neun Monaten 2020 auf €-58,6 Mio., gegenüber €-0,7 Mio. (angepasst) in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Das Finanzergebnis verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf €-12,2 Mio. (9M 2019: €-12,7 Mio.).

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit vor Steuern (EBT) sank von €-13,3 Mio. (angepasst) in den ersten neun Monaten 2019 auf nun €-70,8 Mio. ADLER weist in den ersten neun Monaten 2020 ein Konzernergebnis in Höhe von €-63,0 Mio. aus (9M 2019 angepasst: €-10,3). Hieraus ergibt sich ein Ergebnis je Aktie von €-3,40 (Basis: 18.510.000 Stück Aktien). Im Vergleichszeitraum des Vorjahres belief sich das Ergebnis je Aktie auf €-0,56 (angepasst).

QUARTALSVERGLEICH

ADLER generierte im dritten Quartal 2020 einen nach IFRS zu bilanzierendem Umsatz von €100,8 Mio., was einer Verringerung um 14,3% entspricht (Q3 2019: €117,6 Mio.). Auf vergleichbarer Fläche (like-for-like) fiel der Umsatzrückgang mit 13,8% etwas geringer aus.

Der Materialaufwand verringerte sich im dritten Quartal 2020 um 4,9% auf €55,6 Mio. (Q3 2019: €58,5 Mio.). Der Rohertrag lag mit €45,2 Mio. unter dem Vorjahresniveau (Q3 2019: €59,1 Mio.), die Rohertragsmarge sank von 50,2% auf 44,8%.

Der Personalaufwand sank im dritten Quartal 2020 um 17,3% von €23,7 Mio. auf €19,6 Mio. Bereinigt um Transformationskosten sank der Personalaufwand von €23,0 Mio. im dritten Quartal 2019 um €4,5 Mio. auf €18,5 Mio. im dritten Quartal 2020.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen gingen aufgrund von Kosteneinsparungen deutlich um 9,3% auf €26,1 Mio. zurück (Q3 2019: €28,7 Mio.).

Das EBITDA lag mit €0,5 Mio. deutlich unter dem vergleichbaren Vorjahreswert (Q3 2019: €8,3 Mio.).

Die Abschreibungen betragen €10,9 Mio., leicht unter dem Vorjahresniveau von €11,4 Mio. Das betriebliche Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) verringerte sich von €-3,1 Mio. im dritten Quartal 2019 auf €-10,4 Mio. im Berichtsquartal. Das Finanzergebnis lag mit €-4,0 Mio. leicht unter dem Vorjahreswert von €-4,1 Mio.

FINANZ- & VERMÖGENSLAGE

Zum 30. September 2020 betrug die Bilanzsumme des ADLER-Konzerns €363,2 Mio., was einem Rückgang von €46,1 Mio. gegenüber dem Wert zum 31. Dezember 2019 entspricht (€409,4 Mio.).

Aufgrund geringerer Zugänge lagen die immateriellen Vermögenswerte zum 30. September 2020 mit €3,7 Mio. leicht unterhalb des Wertes vom 31. Dezember 2019 von €4,1 Mio.

Das Sachanlagevermögen sank in den ersten neun Monaten 2020 von €23,8 Mio. zum 31. Dezember 2019 auf €20,3 Mio. zum 30. September 2020.

Die Nutzungsrechte gingen in den ersten neun Monaten 2020 von €207,2 Mio. zum 31. Dezember 2019 auf €185,6 Mio. zum 30. September 2020 zurück.

Die Vorräte stiegen zum Bilanzstichtag um 20,8% auf €88,7 Mio. (31. Dezember 2019: €73,4 Mio.); zum 30. September 2019 lagen diese bei €84,0 Mio.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente beliefen sich auf €24,8 Mio. im Vergleich zu €70,1 Mio. zum 31. Dezember 2019; zum 30. September 2019 betragen diese €46,1 Mio.

Das in den ersten neun Monaten negative Konzernergebnis führte auf der Passivseite zu einem Rückgang des Eigenkapitals von €66,1 Mio. zum Jahresende 2019 auf €3,2 Mio. zum 30. September 2020. Die Eigenkapitalquote ging infolgedessen von 16,1% zum 31. Dezember 2019 auf 0,9% zum 30. September 2020 zurück. Dabei beträgt die Eigenkapitalquote im HGB-Einzelabschluss der Konzern-Muttergesellschaft Adler Modemärkte AG zum 30. September 2020, 33,4% (Vorjahr: 58,3%).

Die Schulden von insgesamt €360,1 Mio. (31. Dezember 2019: €343,3 Mio.) stammen zu einem signifikanten Teil aus den Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing in Höhe von €243,1 Mio. (31. Dezember 2019: €264,7 Mio.).

Die langfristigen Finanzschulden sind aufgrund von Ziehungen aus dem Konsortialkreditvertrag auf €22,3 Mio. angestiegen (31. Dezember 2019: €1,6 Mio.).

Die Verbindlichkeiten aus dem Kundenkartentreueprogramm summierten sich zum Bilanzstichtag auf €15,2 Mio. (31. Dezember 2019: €11,7 Mio.).

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen stiegen gegenüber dem 31. Dezember 2019 saisonbedingt und aufgrund längerer, gewährter Zahlungsziele von €26,0 Mio. auf €41,7 Mio. (zum 30. September 2019: €33,0 Mio.).

Das Working Capital (Vorräte zzgl. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzgl. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen) besteht bei ADLER aufgrund des Einzelhandelsgeschäfts hauptsächlich aus den Vorräten abzüglich der Lieferantenverbindlichkeiten. Insbesondere der Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen führten zu einer Verminderung des Working Capital von €47,5 Mio. (31. Dezember 2019) auf €47,1 Mio. (30. September 2020). Zum 30. September 2019 belief sich das Working Capital auf €51,2 Mio.

CASHFLOW & KAPITALFLUSSMANAGEMENT

Der Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit sank gegenüber den ersten drei Quartalen 2019 in Höhe von €28,9 Mio. im Vergleichszeitraum 2020 des laufenden Geschäftsjahres im Wesentlichen durch den Konzernjahresfehlbetrag, gezahlte Zinsen und dem Aufbau von Vorräten auf €-30,1 Mio.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit belief sich in den ersten neun Monaten 2020 auf €-3,0 Mio. In der Vergleichsperiode 2019 stand der Wert bei €-3,2 Mio.

Der Free Cashflow lag in den ersten drei Quartalen 2020 mit €-33,1 Mio. unter dem Wert des Vorjahreszeitraums von €25,7 Mio. (angepasst).

Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit war aufgrund der Inanspruchnahme von Mitteln aus einem Konsortialkredit in Höhe von €20,5 Mio. mit €-12,1 Mio. geringer als das Vorjahresniveau (9M 2019 angepasst: Mittelabfluss von €-34,5 Mio.). Hierin enthalten sind vor allem Auszahlungen im Zusammenhang mit Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing.

Insgesamt sanken die Zahlungsmittel in den ersten neun Monaten 2020 um €-45,3 Mio. Zum Bilanzstichtag summierten sie sich auf €24,8 Mio.

INVESTITIONEN

Die Investitionen des ADLER-Konzerns beliefen sich in den ersten drei Quartalen 2020 auf insgesamt €3,1 Mio. (9M 2019: €3,5 Mio.). Auf Sachanlagen (Betriebs- und Geschäftsausstattung) entfielen €2,6 Mio. (9M 2019: €2,9 Mio.) und auf immaterielle Vermögenswerte €0,5 Mio. (9M 2019: €0,6 Mio.).

MITARBEITER

Die Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Bilanzstichtag lag bei insgesamt 3.356, das sind rund 7,2% weniger als zum Vorjahreszeitpunkt (30. September 2019: 3.617). Auf Vollzeitbeschäftigte umgerechnet beschäftigte ADLER 2.193,4 Mitarbeiter im Vergleich zu 2.323,0 vor einem Jahr, was einem Rückgang von 5,6% entspricht. Die Personalkosten inklusive Transformationskosten in der Berichtsperiode sanken auf €59,1 Mio. (9M 2019: €74,5 Mio.). Ein wesentlicher Grund für den Rückgang ist die Einführung der Kurzarbeit in der zweiten Hälfte des März 2020.

Zum 30. September 2020 beschäftigte der ADLER-Konzern 246 Auszubildende, das sind mit 0,4% minimal weniger als zum Vorjahresstichtag (247).

BESONDERE EREIGNISSE IM BERICHTSZEITRAUM

Die Geschäftsentwicklung war im Berichtszeitraum maßgeblich geprägt durch den Corona-bedingten Shutdown, der die Schließung aller ADLER-Modemärkte zur Folge hatte. Bereits am 16. März 2020 erfolgte die Schließung der Modemärkte in Österreich und Luxemburg, anschließend am 17. März in der Schweiz und in Deutschland am 18. März. Damit musste ADLER den gesamten stationären Handel einstellen. Der entstandene Umsatzverlust konnte nicht durch den ADLER-Onlineshop aufgefangen werden. Die Wiedereröffnung erfolgte in Deutschland sukzessive zunächst in einigen Bundesländern ab dem 20. April auf begrenzten Flächen (800 qm) und dann ab dem 4. Mai wiederum abhängig vom Bundesland auf der Gesamtfläche. Ab dem 2. Mai waren auch die Modemärkte in Österreich wieder geöffnet, ab dem 11. Mai auch die Modemärkte in der Schweiz und in Luxemburg. Nach der Wiedereröffnung der Modemärkte steigen die Besucherfrequenz in den Modemärkten und auch die Umsätze wieder an, sie haben aber noch nicht das Vor-Corona- und damit das Vorjahres-Niveau erreicht.

Durch den ausbleibenden Umsatz und zum großen Teil weiterlaufende Kosten reduzierten sich die Liquiditätsreserven des Unternehmens sehr schnell. ADLER hat hierauf mit dem Abschluss eines Konsortialkredits reagiert und das Unternehmen langfristig finanziell abgesichert. Der Konsortialkredit basiert auf einer Länder-Großbürgschaft der Landesregierungen von Bayern und Nordrhein-Westfalen und wird der Adler Modemärkte AG von deren Kernbanken über eine Laufzeit von sechs Jahren zu marktüblichen Konditionen gewährt. Der Gesamtbetrag von €69 Mio. setzt sich zusammen aus einer Barmittellinie von €15 Mio., einem Tilgungsdarlehen von €45 Mio. und einem endfälligen Darlehen über €9 Mio.

RISIKOBERICHT

Chancen und Risiken können die Geschäftsentwicklung positiv oder negativ beeinflussen. Zur frühzeitigen Identifizierung und erfolgreichen Steuerung relevanter Chancen und Risiken bedient sich ADLER eines bewährten Risikomanagement- und Kontrollsystems. Risikomanagement ist bei ADLER ein integraler Bestandteil aller Entscheidungen und Geschäftsprozesse im Konzern und unterstützt somit die nachhaltige Sicherung des künftigen Unternehmenserfolgs.

Die COVID-19-Pandemie hat in den ersten neun Monaten des Jahres 2020 massive Auswirkungen auf die operative Entwicklung des ADLER-Konzerns gehabt. Die zeitweiligen Schließungen sämtlicher Filialen und die übrigen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie von Mitte März bis weit in den April hinein haben tiefgreifende strategische Anpassungen notwendig gemacht, um die Liquidität und die Zukunftsfähigkeit des

Unternehmens zu gewährleisten. Das Management von ADLER analysiert die Entwicklungen permanent, um zeitnah die notwendigen Maßnahmen zur Risikominimierung auf allen Ebenen zu ergreifen. In diesem Zusammenhang hat der Konzern umgehend reagiert und zahlreiche Maßnahmen auf der Kosten-, Finanzierungs- und Liquiditätsseite initiiert und in weiten Teilen umgesetzt. Hierdurch ist es gelungen, die Auswirkungen der Pandemie durch die Nutzung von Kurzarbeit für größere Teile der Belegschaft effektiv abzumildern. Hervorzuheben ist hierbei vor allem die im Mai erfolgte Finanzierungszusage über €69 Mio., die die finanzielle Stabilität des Unternehmens abgesichert hat.

Durch die Wiedereröffnung sämtlicher Filialen von ADLER hat sich die Situation zunehmend entspannt, dennoch ist das Kaufverhalten der Kunden durch die mit der Pandemie verbundenen Restriktionen weiter von Zurückhaltung geprägt. Details hierzu finden sich im Abschnitt „Prognosebericht & Gesamtaussage“. Darüber hinaus ist ADLER in permanentem Austausch mit allen Partnern und sonstigen Stakeholdern, die die Wertschöpfungskette der Gruppe sicherstellen. So sieht das Unternehmen etwa beim Thema Warenversorgung und -bereitstellung keine signifikanten Auswirkungen aufgrund der COVID-19-Krise. Um das Unternehmen in Zukunft wieder auf einen nachhaltig profitablen Kurs zu bringen, hat ADLER das neue Strategieprogramm „New ADLER“ definiert und am 7. Oktober 2020 kommuniziert (Details s. u.).

Für die Adler Modemärkte AG steht die Unterstützung ihrer Kunden, Mitarbeiter und der Gesellschaft während der COVID-19-Pandemie im Fokus aller Aktivitäten. Dabei fokussiert sich das Unternehmen im Zusammenhang mit der ab dem 20. April erfolgten Wiedereröffnung der Filialen primär auf die Einhaltung aller notwendigen Sicherheitsmaßnahmen und Hygienestandards, damit Kunden und Mitarbeiter bestmöglich geschützt werden. Hierfür wurde ein umfangreiches Sicherheitskonzept entwickelt und in allen Filialen umgesetzt.

Darüber hinausgehende konkrete Risiken, die wesentliche und nachteilige Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben könnten, die ihnen gegenüberstehenden Chancen sowie die Ausgestaltung des ADLER-Risikomanagementsystems sind im Bericht über das Geschäftsjahr 2019 auf den Seiten 48 bis 52 ausführlich dargestellt.

Angesichts der aktuellen Unsicherheit im Hinblick auf die Dauer und das Ausmaß der COVID-19-Pandemie kann ADLER aktuell nicht belastbar vorhersagen, wieweit die bisherigen und künftigen Maßnahmen von ADLER die Auswirkungen der Pandemie effektiv abmildern werden. Das Management der Adler Modemärkte AG geht zum gegenwärtigen Zeitpunkt dennoch davon aus, dass die Maßnahmen ausreichen, damit keine wesentlichen, den Konzern nachhaltig gefährdenden Vermögens-, Finanz- und Ertragsrisiken eintreten. Dies kann sich jedoch, wenn es zu weiterverschärften, pandemiebedingten und behördlich verordneten Restriktionen, beziehungsweise zu weit in das Jahr 2021 hineingehenden substanziellen Einschränkungen kommt, in den kommenden Monaten ändern. Entsprechend beobachtet der Vorstand der Adler Modemärkte sehr sensibel die aktuellen Entwicklungen und wird gegebenenfalls weitere Maßnahmen zur Liquiditätssicherung ergreifen müssen, ohne die eine Bestandsgefährdung nicht auszuschließen ist.

BESONDERE EREIGNISSE NACH DEM BERICHTSZEITRAUM

Am 7. Oktober 2020 hat ADLER nach umfangreicher Analyse aller Strukturen und der gesamten Organisation das neue Strategieprogramm „New ADLER“ veröffentlicht, um den Konzern in den kommenden Jahren wieder auf einen profitablen Wachstumskurs zu bringen. Grundlage hierfür ist eine konsequente Weiterentwicklung des erfolgreich etablierten stationären Geschäfts in den mehr als 170 Modemärkten und ein massiver Ausbau der Online-Aktivitäten. Hierdurch soll der Konzernumsatz bis 2023 auf €560 Mio. gesteigert werden, wobei im stationären Geschäft mit rund €500 Mio. gerechnet wird, während die Onlineumsätze auf mindestens €60 Mio. ansteigen sollen. Dank der bereits fortgeschrittenen Digitalisierung der gesamten Wertschöpfungskette, der Verschlankeung der Strukturen und Prozesse und weiterer Effizienzsteigerungsmaßnahmen soll das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) im Jahr 2023 wieder mindestens auf dem Vorkrisenniveau von €70 Mio. liegen.



ADLER ist seit Ende Oktober wieder mit deutlichen Belastungen aufgrund der in Deutschland, Österreich, Luxemburg und der Schweiz angeordneten verschärften COVID-19-Restriktionen konfrontiert. Der Vorstand hat hierauf umgehend reagiert und zusätzliche Maßnahmen zur Sicherung des operativen Geschäfts und insbesondere der Liquidität verabschiedet. Im Fokus stehen zum einen Maßnahmen zur Mittelbeschaffung, wie die weitere Nutzung der im Mai erhaltenen Finanzierungszusage über insgesamt €69 Mio. Hier wurde Ende Oktober die zweite Tranche über €24,5 Mio. gezogen, im 1. Quartal 2021 kann die Ziehung der dritten Tranche über €9 Mio. folgen. Zudem wird die Kostenreduzierung bzw. -vermeidung nochmals verschärft. Primär erfolgt dies über die intensive Nutzung von Kurzarbeit und eine stärkere Digitalisierung etwa beim Marketing. Darüber hinaus werden Ausgaben in zukünftige Perioden verschoben. Dies umfasst auch Mietstundungen, geplante Renovierungen und andere Projekte, jedoch keine, die im Rahmen der neuen Wachstumsstrategie „New ADLER“ vorgesehen sind.

PROGNOSEBERICHT & GESAMTAUSSAGE

ADLER hatte am 18. März 2020 aufgrund der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die operative Entwicklung die ursprüngliche Prognose für das Geschäftsjahr 2020 (Konzernumsatz in etwa in der Höhe des Vorjahreswertes von rund €495 Mio. und ein EBITDA zwischen €66 bis 69 Mio.) zurückgezogen. Die zwischen dem 16. und 18. März 2020 vollzogenen behördlichen Schließungen sämtlicher Verkaufsfilialen in Deutschland, Österreich, Luxemburg und der Schweiz hatten massive negative Effekte auf sämtliche Finanzkennzahlen des Konzerns im ersten Halbjahr. Die Filialen wurden zwar zwischen Ende April und Mitte Mai sukzessive wieder geöffnet. Die mit der Pandemie einhergehenden gesundheitlichen und hygienetechnischen Restriktionen haben die Kaufbereitschaft jedoch bisher nicht wieder auf das Vorjahresniveau zurückkehren lassen.

Bevor die Infektionszahlen der COVID-19-Pandemie in den für ADLER relevanten Regionen erneute, behördlich verordnete Einschränkungen zur Folge hatten, war ADLER auch im Oktober 2020 auf einem guten Weg, den positiven Trend aus dem 3. Quartal fortzusetzen und seine neu gesteckten Jahresziele zu erreichen. Die jüngste Ankündigung umfassender Einschränkungen auf das öffentliche Leben und damit auch auf das Einkaufsverhalten der Konsumenten führte jedoch zu deutlichen Umsatzeinbußen, die sich voraussichtlich im Rest des Jahres – und vor allem kurzfristig im November – fortsetzen werden. Da die Vorhersehbarkeit der zukünftigen Entwicklung aufgrund hoher Unsicherheiten über den Verlauf der Pandemie und die hieraus resultierenden zukünftigen Restriktionen deutlich erschwert ist, ist eine belastbare Prognose für das Gesamtjahr 2020 zum gegenwärtigen Zeitpunkt nach wie vor nicht möglich. Es wird daher unverändert erwartet, dass der Konzernumsatz in 2020 COVID-19-bedingt deutlich unter Vorjahr liegen und nach Steuern ein substantieller Verlust ausgewiesen werden wird. Aufgrund der vom Vorstand nochmals gegenüber den bereits eingeleiteten Maßnahmen verschärften Fokussierung auf Kosteneffizienz und Liquiditätsgenerierung ist die Liquidität des Unternehmens bis ins kommende Geschäftsjahr aus heutiger Sicht gesichert. Für das Jahr 2021 erwartet das Management aus heutiger Sicht eine Normalisierung des operativen Umfelds und eine deutliche Erholung bei Umsatz, Ergebnis und Cashflow.

Aufgrund der beispiellosen Auswirkungen von COVID-19 bewertet der Vorstand der Gesellschaft die Situation kontinuierlich. Vor diesem Hintergrund hat das Management eine Vielzahl von Maßnahmen zur Rückkehr von ADLER auf einen profitablen Wachstumskurs initiiert und mit „New ADLER“ eine neue zukunftsgerichtete Strategie verabschiedet und veröffentlicht (Details s. o.). Diese umfassen die Verbesserung der Kosteneffizienz und der Liquidität, aber auch strategische Weichenstellungen zur Generierung zusätzlicher Umsatzpotenziale aus dem massiven Ausbau des E-Commerce-Geschäfts und durch eine zielführende Nutzung der verfügbaren CRM-Daten im eigenen operativen Betrieb sowie durch Kooperationen.

ENTWICKLUNG DER ADLER-AKTIE

Der Kurs der ADLER Aktie entwickelte sich zu Beginn des Jahres zunächst positiv, musste jedoch, bedingt durch die COVID-19-Pandemie, im weiteren Verlauf Rückgänge hinnehmen. Ausgehend von einem Jahresendkurs 2019 von €3,76 bewegte sich der Titel zunächst seitwärts und verzeichnete im Februar – auch infolge der Veröffentlichung der vorläufigen Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2019 – Zuwächse. Am 21. Februar 2020 notierte die Aktie bei €5,00 und erreichte damit den höchsten Wert innerhalb der ersten neun Monate des Jahres. Im weiteren Verlauf geriet die Aktie in den allgemeinen COVID-19 bedingten Abwärtssog an den Börsen. In Folge entwickelte sich die Aktie im zweiten Quartal weiter leicht rückläufig. Weder die am 5. Mai 2020 veröffentlichten Quartalsergebnisse, noch die am 12. Mai 2020 kommunizierte Finanzierungszusage in Höhe von €69 Mio. hatten einen nennenswerten Einfluss auf die Entwicklung der Aktie. Im dritten Quartal fand sich die Aktie mit €2,08 am 27. und 28. August 2020 auf ihrem niedrigsten Wert innerhalb der neunmonatigen Berichtsperiode wieder. Daraufhin entwickelte sie sich zunächst leicht positiv und dann in der weiteren Tendenz seitwärts. Am 30. September 2020 schloss das Papier bei €2,28. Dies entspricht einem Minus von 39,4% im Vergleich zum Schlusskurs am 30. Dezember 2019.

Der Vorstand der Adler Modemärkte AG hat in den ersten neun Monaten 2020 weiterhin einen aktiven und offenen Dialog mit Investoren, Analysten und Wirtschaftsmedien geführt. Der Jahresbericht 2019 sowie die Berichte über die ersten drei und sechs Monate 2020 wurde jeweils in einer ausführlichen Telefonkonferenz mit Fragemöglichkeit vom gesamten Vorstand vorgestellt und erläutert. Hierzu gehörte auch ein Update zu den umgesetzten Maßnahmen der „Strategie 2020“, die in der Strategie „New ADLER“ fortgesetzt wird, sowie explizite Erläuterungen zum Umgang mit den Folgen der COVID-19-Pandemie.

ADLER MODEMÄRKTE AG, HAIBACH VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

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

Haibach, den 5. November 2020



Thomas Freude
Vorstandsvorsitzender



Karsten Odemahn
Vorstand



Carmine Petraglia
Vorstand

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

ZUM 30. SEPTEMBER 2020

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

1. JANUAR BIS 30. SEPTEMBER 2020

T€	1.1.– 30.9.2020	1.1.– 30.9.2019 angepasst*
Umsatzerlöse	238.877	353.608
Sonstige betriebliche Erträge	4.884	4.327
Materialaufwand	-126.923	-165.506
Personalaufwand	-59.100	-74.500
Sonstige betriebliche Aufwendungen*	-76.939	-84.607
EBITDA*	-19.201	33.322
Abschreibungen*	-33.529	-33.976
Wertberichtigungen	-5.839	0
EBIT*	-58.568	-654
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	15	9
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-12.224	-12.666
Finanzergebnis	-12.209	-12.657
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit*	-70.777	-13.311
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag*	7.811	2.989
Konzernergebnis*	-62.966	-10.321
davon Anteile der Aktionäre der Adler Modemärkte AG*	-62.966	-10.321
Ergebnis je Aktie** (fortgeführte Aktivitäten)*		
Unverwässert in €/***	-3,40	-0,56
Verwässert in €/**	-3,40	-0,56

* Anpassung der Werte für 9M 2019 aufgrund rückwirkenden Änderungen im Jahresabschluss der Erstanwendung des IFRS 16 nach der voll retrospektiven Methode.

** Die Ermittlung des Ergebnisses je Aktie wurde, wie im Vorjahreszeitraum, auf Basis des gewogenen Mittels der bestehenden Aktien im Zeitraum vom 1. Januar 2020 bis 30. September 2020 in Höhe von 18.510.000 Aktien ermittelt.



KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

1. JULI BIS 30. SEPTEMBER 2020

T€	1.7.– 30.9.2020	1.7.– 30.9.2019 angepasst*
Umsatzerlöse	100.816	117.583
Sonstige betriebliche Erträge	956	1.605
Materialaufwand	-55.632	-58.518
Personalaufwand	-19.575	-23.664
Sonstige betriebliche Aufwendungen*	-26.074	-28.730
EBITDA*	491	8.275
Abschreibungen*	-10.867	-11.365
Wertberichtigungen	2	0
EBIT*	-10.373	-3.091
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1	1
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-4.029	-4.134
Finanzergebnis	-4.028	-4.133
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit*	-14.401	-7.224
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag*	860	1.832
Konzernergebnis*	-13.541	-5.392
davon Anteile der Aktionäre der Adler Modemärkte AG*	-13.541	-5.392
Ergebnis je Aktie** (fortgeführte Aktivitäten)*		
Unverwässert in €/**	-0,73	-0,29
Verwässert in €/**	-0,73	-0,29

* Anpassung der Werte für Q3 2019 aufgrund rückwirkenden Änderungen im Jahresabschluss der Erstanwendung des IFRS 16 nach der voll retrospektiven Methode.

** Die Ermittlung des Ergebnisses je Aktie wurde, wie im Vorjahreszeitraum, auf Basis des gewogenen Mittels der bestehenden Aktien im Zeitraum vom 1. Juli 2020 bis 30. September 2020 in Höhe von 18.510.000 Aktien ermittelt.

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

1. JANUAR BIS 30. SEPTEMBER 2020

T€	1.1.– 30.9.2020	1.1.– 30.9.2019 angepasst*
Konzernergebnis*	-62.966	-10.321
Währungsumrechnung ausländischer Tochtergesellschaften	-5	-136
Umbewertung aus leistungsorientierten Pensionszusagen und ähnlichen Verpflichtungen	54	-246
Latente Steuern	-16	73
Posten, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	33	-310
Änderungen des beizulegenden Zeitwerts von Finanzinvestitionen in Eigenkapitalinstrumente, die zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	-2	19
Latente Steuern	0	0
Posten, die möglicherweise anschließend in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	-2	19
Sonstiges Ergebnis	31	-290
Konzerngesamtergebnis*	-62.935	-10.612

* Anpassung der Werte für 9M 2019 aufgrund rückwirkender Änderungen im Jahresabschluss der Erstanwendung des IFRS 16 nach der voll retrospektiven Methode.

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

1. JULI BIS 30. SEPTEMBER 2020

T€	1.7.– 30.9.2020	1.7.– 30.9.2019 angepasst*
Konzernergebnis*	-13.541	-5.392
Währungsumrechnung ausländischer Tochtergesellschaften	69	-84
Umbewertung aus leistungsorientierten Pensionszusagen und ähnlichen Verpflichtungen	0	0
Latente Steuern	0	0
Posten, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	69	-84
Änderungen des beizulegenden Zeitwerts von Finanzinvestitionen in Eigenkapitalinstrumente, die zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	5	7
Latente Steuern	0	0
Posten, die möglicherweise anschließend in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	5	7
Sonstiges Ergebnis	73	-77
Konzerngesamtergebnis*	-13.468	-5.470

* Anpassung der Werte für Q3 2019 aufgrund rückwirkender Änderungen im Jahresabschluss der Erstanwendung des IFRS 16 nach der voll retrospektiven Methode.

KONZERN-BILANZ

ZUM 30. SEPTEMBER 2020

VERMÖGENSWERTE T€	30.9.2020	31.12.2019
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	3.682	4.104
Sachanlagen	20.282	23.824
Nutzungsrechte	185.550	207.173
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	592	381
Latente Steueransprüche	30.529	22.855
Summe langfristige Vermögenswerte	240.635	258.337
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorratsvermögen	88.678	73.358
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	172	102
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	8.659	7.210
Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte	279	281
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	24.816	70.089
Summe kurzfristige Vermögenswerte	122.604	151.041
SUMME VERMÖGENSWERTE	363.239	409.378

EIGENKAPITAL UND SCHULDEN T€	30.9.2020	31.12.2019
KAPITAL UND RÜCKLAGEN		
Gezeichnetes Kapital	18.510	18.510
Kapitalrücklage	127.408	127.408
Übriges kumuliertes Eigenkapital	-2.827	-2.858
Negative Gewinnrücklage	-139.937	-76.971
Summe Eigenkapital	3.154	66.089
SCHULDEN		
Langfristige Schulden		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	5.250	5.585
Sonstige Rückstellungen	1.321	1.282
Finanzschulden	22.258	1.627
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	199.969	223.287
Übrige Verbindlichkeiten	2.781	3.245
Latente Steuerschulden	33	33
Summe langfristige Schulden	231.611	235.058
Kurzfristige Schulden		
Sonstige Rückstellungen	6.404	5.160
Verbindlichkeiten aus Kundenkartentreueprogramm	15.211	11.664
Finanzschulden	324	322
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	43.158	41.456
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	41.706	25.966
Übrige Verbindlichkeiten	21.017	23.319
Ertragsteuerschulden	653	343
Summe kurzfristige Schulden	128.473	108.230
Summe Schulden	360.085	343.288
SUMME EIGENKAPITAL und SCHULDEN	363.239	409.378

KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

1. JANUAR BIS 30. SEPTEMBER 2020 (ANGEPASST)

T€	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Übriges kumuliertes Eigenkapital			Negative Gewinnrücklage*	Eigenkapital gesamt*
			Wertpapiere	Währungsumrechnung	übrige Veränderung**		
Stand am 1.1.2020	18.510	127.408	17	-202	-2.674	-76.971	66.089
Konzernergebnis	0	0	0	0	0	-62.966	-62.966
Sonstiges Ergebnis	0	0	-2	-5	38	0	-31
Konzerngesamtergebnis	0	0	-2	-5	38	-62.966	-62.966
Stand am 30.9.2020	18.510	127.408	15	-207	-2.636	-139.937	3.154
Stand am 1.1.2019	18.510	127.408	-1	-58	-2.171	-82.105	61.584
Konzernergebnis	0	0	0	0	0	-10.321	-10.321
Sonstiges Ergebnis	0	0	19	-136	-173	0	-290
Konzerngesamtergebnis	0	0	19	-136	-173	-10.321	-10.612
Stand am 30.9.2019*	18.510	127.408	18	-187	-2.344	-92.426	50.972

* Anpassung der Werte für 9M 2019 aufgrund rückwirkender Änderungen im Jahresabschluss der Erstanwendung des IFRS 16 nach der voll retrospektiven Methode.

** Bei den übrigen Veränderungen handelt es sich um versicherungsmathematische Gewinne und Verluste abzüglich der latenten Steuern.

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

1. JANUAR BIS 30. SEPTEMBER 2020

T€	30.9.2020	30.9.2019 angepasst*
Konzernergebnis vor Steuern*	-70.777	-13.311
Abschreibungen (+) auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	33.529	33.976
Wertminderungen	5.839	0
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Pensionsrückstellungen	-281	-233
Gewinn (-)/Verlust (+) aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten	-1	-13
Gewinn (-)/Verlust (+) aus der Währungsumrechnung	394	-157
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen (+)/Erträge (-)	3.961	3.051
Zinsergebnis	12.209	12.657
Erhaltene Zinsen	15	6
Gezahlte Zinsen*	-12.185	-9.426
Ertragsteuer erhaltene Zahlung (+)/geleistete Zahlung (-)	645	1.071
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte	-18.993	-7.887
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen	-2.260	-3.443
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, sonstigen Verbindlichkeiten sowie sonstigen Rückstellungen	17.774	12.565
Zunahme (+)/Abnahme (-) der sonstigen Bilanzpositionen	0	0
Mittelzu- (+)/-abfluss (-) aus laufender Geschäftstätigkeit (Netto-Cashflow)*	-30.134	28.856
Einzahlungen aus dem Verkauf von Anlagevermögen	46	457
Auszahlungen für Investitionen des Anlagevermögens	-3.058	-3.619
Mittelzu- (+)/-abfluss (-) aus Investitionstätigkeit	-3.012	-3.162
Free Cashflow*	-33.146	25.694
Zahlungen aus der Rückführung (-)/ Aufnahme (+) von Finanzverbindlichkeiten	20.500	0
Auszahlungen aus der Rückführung von Darlehensverbindlichkeiten	-241	-239
Auszahlungen im Zusammenhang mit Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing*	-32.386	-34.253
Mittelzu- (+)/-abfluss (-) aus Finanzierungstätigkeit*	-12.127	-34.492
Nettoab- (-)/-zunahme (+) von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	-45.273	-8.798
Finanzmittelfonds am Beginn der Periode	70.089	54.933
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	24.816	46.134
Nettoab- (-)/-zunahme (+) von Zahlungsmitteln	-45.273	-8.799

* Anpassung der Werte für 9M 2019 aufgrund rückwirkender Anpassungen im Jahresabschluss der Erstanwendung des IFRS 16

VERKÜRZTER KONZERNANHANG

ZUM 30. SEPTEMBER 2020

VORBEMERKUNG

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

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, Bekleidungsfachmärkte als Bestandteil von Fachmarkt- oder Einkaufszentren oder an Verbundstandorten mit anderen Einzelhändlern betrieben. Das Sortiment der ADLER-Märkte umfasst Damen-, Herren- und Kinderbekleidung.

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

Als Führungsgesellschaft des ADLER-Konzerns nimmt die Adler Modemärkte AG übergreifende Verantwortungsbereiche für alle ihre Tochtergesellschaften wahr. Dazu gehören vor allem der Wareneinkauf, das Marketing, die Bereitstellung der IT-Infrastruktur, das Finanz- und Rechnungswesen sowie Revision, Controlling und Recht.

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.

ERLÄUTERUNGEN ZU GRUNDLAGEN UND METHODEN DES KONZERNABSCHLUSSES

GRUNDLAGEN DER RECHNUNGSLEGUNG

Der Konzernzwischenabschluss der Adler Modemärkte AG wurde nach den Vorschriften des International Accounting Standards Board (IASB), London, in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, aufgestellt. Die Interpretationen des IFRS Interpretations Committee (vormals IFRIC und SIC) wurden dabei angewendet. Dementsprechend wurde der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2020 in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt. Die Belastung durch Aufwendungen für planmäßige Abschreibungen, Zuführungen zu Pensionsrückstellungen oder den Zinsdienst werden unterjährig verursachungsgerecht fortgeführt. Aufwendungen und Erträge im Zusammenhang mit Ertragsteuern wurden auf Basis tatsächlicher Steuerberechnungen ermittelt.

Es wurden diejenigen Bestimmungen der International Financial Reporting Standards (IFRS) angewendet, die bis zum Bilanzstichtag 30. September 2020 zwingend anzuwenden waren. Der Standard IFRS 16 war für das Geschäftsjahr 2019 erstmalig anzuwenden, es ergaben sich wesentliche Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Adler Modemärkte AG. Im Wesentlichen betraf die Umstellung die Bilanzierung von Immobilienmietverträgen, Kfz- und IT-Leasingverträgen. Ein Teil der Mietverträge war bereits als Finanzierungsleasing bilanziert. 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 erforderlich. Es wurden alle Leasingverträge, die am 1. Januar 2019 existierten, berücksichtigt. Als Diskontierungssatz wurde der Zinssatz zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses angewendet. Abweichungen zwischen dem Restbuchwert der Nutzungsrechte und Leasingverbindlichkeiten wurden im Eigenkapital zum 1. Januar 2019 dargestellt.

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. Innerhalb der zum beizulegenden Zeitwert bewertete Eigenkapitalinstrumente in Höhe von T€ 279 (31. Dezember 2019: T€ 281) werden Wertpapiere erfasst. Die Position umfasst in voller Höhe Fondsanteile.

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
Adler Modemärkte Gesellschaft m.b.H., Ansfelden/Österreich	100	T€	1.500
ADLER MODE S.A., Foetz/Luxemburg	100	T€	31
Adler Mode GmbH, Haibach	100	T€	25
Adler Mode AG Schweiz, Zug/Schweiz	100	TCHF	100
Adler Orange GmbH & Co. KG, Haibach	100	T€	4.000
Adler Orange Verwaltung GmbH, Haibach	100	T€	1.040
A-Team Fashion GmbH, Bochum	100	T€	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.

SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

ERGEBNIS JE AKTIE

Die Anzahl der bestehenden Aktien betrug im Berichtszeitraum 18.510.000 Stück. Das gewogene Mittel der ausstehenden Aktien betrug, wie im Vorjahr, 18.510.000.

Das Ergebnis je Aktie beträgt in den ersten neun Monaten 2020 €-3,40 (30. September 2019: €-0,56 (angepasst)).

Während einer Periode zurückgekaufte Aktien werden zeitanteilig für den Zeitraum, in dem sie sich im Umlauf befinden, berücksichtigt. Verwässerungseffekte bestehen zum aktuellen Zeitpunkt nicht.

WESENTLICHE GESCHÄFTSVORFÄLLE

Die Geschäftsentwicklung war im Berichtszeitraum maßgeblich geprägt durch den Corona-bedingten Shutdown, der die Schließung aller ADLER-Modemärkte zur Folge hatte. Bereits am 16. März 2020 erfolgte die Schließung der Modemärkte in Österreich und Luxemburg, anschließend am 17. März in der Schweiz und in Deutschland am 18. März. Damit musste ADLER den gesamten stationären Handel einstellen. Der entstandene Umsatzverlust konnte nicht durch den ADLER-Onlineshop aufgefangen werden. Die Wiedereröffnung erfolgte in Deutschland sukzessive zunächst in einigen Bundesländern ab dem 20. April z. T. auf begrenzten Flächen (800 qm) und dann ab dem 4. Mai wiederum abhängig vom Bundesland auf der Gesamtfläche. Ab dem 2. Mai waren auch die Modemärkte in Österreich wieder geöffnet, ab dem 11. Mai auch die Modemärkte in der Schweiz und in Luxemburg. Nach der Wiedereröffnung der Modemärkte steigt die Besucherfrequenz in den Modemärkten wieder an, hat aber noch nicht das Vor-Corona-Niveau erreicht.

Durch den ausbleibenden Umsatz und zum großen Teil weiterlaufende Kosten reduzierten sich die Liquiditätsreserven des Unternehmens sehr schnell. Hierauf hat der Vorstand des Unternehmens umgehend reagiert und zahlreiche Maßnahmen auf der Kosten-, Finanzierungs- und Liquiditätsseite initiiert und in großen Teilen bereits umgesetzt. Hierdurch ist es gelungen, die Auswirkungen der Pandemie durch die Nutzung von Kurzarbeit für größere Teile der Belegschaft effektiv abzumildern. Darüber hinaus konnte sich ADLER im Mai umfassende Finanzierungszusagen über €69 Mio. sichern.

Anfang Oktober 2020 hat ADLER das neue Strategieprogramm „New ADLER“ veröffentlicht, um den Konzern in den kommenden Jahren wieder auf einen profitablen Wachstumskurs zu bringen. Grundlage hierfür ist eine konsequente Weiterentwicklung des erfolgreich etablierten stationären Geschäfts in den mehr als 170 Modemärkten und ein massiver Ausbau der Online-Aktivitäten.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

30.9.2020 in T€	Segment Modemärkte	Überleitung auf IFRS	ADLER- Gruppe
Umsatzerlöse gesamt (netto)	238.174	703	238.877
EBITDA	-64.245	45.044	-19.201
EBIT	-71.056	12.487	-58.568

30.9.2019 in T€	Segment Modemärkte	Überleitung auf IFRS	ADLER- Gruppe angepasst*
Umsatzerlöse gesamt (netto)	353.205	402	353.608
EBITDA*	-10.766	44.088	33.322
EBIT*	-16.614	15.960	-654

* Anpassung der Werte für 9M 2019 aufgrund rückwirkender Änderungen im Jahresabschluss der Erstanwendung des IFRS 16 nach der voll retrospektiven Methode.

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 immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagevermögen und als Finanzinvestition gehaltene Immobilien, verteilen sich wie folgt auf die Regionen:

T€	30.9.2020			31.12.2019		
	Deutschland	Ausland	Konzern	Deutschland	Ausland	Konzern
Langfristige Vermögenswerte	170.185	39.329	209.513	193.974	41.126	235.101

BEZIEHUNGEN ZU NAHE STEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Seit dem 25. Juli 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:

Es erfolgten keine Lieferungen und Leistungen aus der Steilmann Gruppe (Vorjahr: T€ 14,9, im Wesentlichen umfasst dies Lieferungen und Leistungen der NTS Holding Ltd., Hongkong). Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen/Dienstleistungen gegen nahe stehende Unternehmen der Steilmann Gruppe bestanden im Vorjahreszeitraum in Höhe von T€ 0,04, im Wesentlichen aus dem operativen Geschäft mit der NTS Holding Ltd., Hongkong.

Im Berichtszeitraum wurde keine Ware von der Firma Elan PVT Limited, Hongkong, bezogen. Das Unternehmen steht in Verbindung mit einem Aufsichtsratsmitglied.

Die Bezüge der Aufsichtsratsmitglieder in ihrer Funktion als Arbeitnehmer beliefen sich, wie im Vorjahr, im Berichtszeitraum auf T€ 58.

Zu den weiteren Vorstandsvergütungen verweisen wir auf die Ausführungen im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2019.

WESENTLICHE EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Am 7. Oktober 2020 hat ADLER nach umfangreicher Analyse aller Strukturen und der gesamten Organisation das neue Strategieprogramm „New ADLER“ veröffentlicht, um den Konzern in den kommenden Jahren wieder auf einen profitablen Wachstumskurs zu bringen. Grundlage hierfür ist eine konsequente Weiterentwicklung des erfolgreich etablierten stationären Geschäfts in den mehr als 170 Modemärkten und ein massiver Ausbau der Online-Aktivitäten. Hierdurch soll der Konzernumsatz bis 2023 auf €560 Mio. gesteigert werden, wobei im stationären Geschäft mit rund €500 Mio. gerechnet wird, während die Onlineumsätze auf mindestens €60 Mio. ansteigen sollen. Dank der bereits fortgeschrittenen Digitalisierung der gesamten Wertschöpfungskette, der Verschlankung der Strukturen und Prozesse und weiterer Effizienzsteigerungsmaßnahmen soll das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) im Jahr 2023 wieder mindestens auf dem Vorkrisenniveau von €70 Mio. liegen.

ADLER ist seit Ende Oktober wieder mit deutlichen Belastungen aufgrund der in Deutschland, Österreich, Luxemburg und der Schweiz angeordneten verschärften COVID-19-Restriktionen konfrontiert. Der Vorstand hat hierauf umgehend reagiert und zusätzliche Maßnahmen zur Sicherung des operativen Geschäfts und insbesondere der Liquidität verabschiedet. Im Fokus stehen zum einen Maßnahmen zur Mittelbeschaffung, wie die weitere Nutzung der im Mai erhaltenen Finanzierungszusage über insgesamt €69 Mio. Hier wurde Ende Oktober die zweite Tranche über €24,5 Mio. gezogen, im 1. Quartal 2021 kann die Ziehung der dritten Tranche über €9 Mio. folgen. Zudem wird die Kostenreduzierung bzw. -vermeidung nochmals verschärft. Primär erfolgt dies über die intensive Nutzung von Kurzarbeit und eine stärkere Digitalisierung etwa beim Marketing. Darüber hinaus werden Ausgaben in zukünftige Perioden verschoben. Dies umfasst auch Mietstundungen, geplante Renovierungen und andere Projekte, jedoch keine, die im Rahmen der neuen Wachstumsstrategie „New ADLER“ vorgesehen sind.

DEUTSCHER CORPORATE GOVERNANCE KODEX

Die aktuellen Erklärungen nach § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex von Vorstand und Aufsichtsrat der Adler Modemärkte AG sind auf der Internetseite www.adlermode-unternehmen.com/investor-relations/corporate-governance/ zugänglich.

Haibach, den 4. November 2020



Thomas Freude
Vorstandsvorsitzender



Karsten Odeman
Vorstand



Carmine Petraglia
Vorstand



Adler Modemärkte AG
Industriestraße Ost 1 – 7
63808 Haibach
Telefon: +49 (0) 6021 633-0
www.adlermode-unternehmen.com