



## Testatsexemplar

Adler Modemärkte GmbH,  
Haibach  
Jahresabschlusses zum 31. Dezember 2022  
und Lagebericht für das Geschäftsjahr 2022

Bestätigungsvermerk des unabhängigen  
Abschlussprüfers

## Bilanz zum 31. Dezember 2022

Aktiva			Passiva		
in €	31.12.2022	31.12.2021		31.12.2022	31.12.2021
<b>A. Anlagevermögen</b>			<b>A. Eigenkapital</b>		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			I. Grundkapital	3.000.000,00	3.000.000,00
1. Lizenzen und EDV-Software	1.561.156,64	1.687.538,00			
2. Geleistete Anzahlungen	31.650,00	0,00			
	1.592.806,64	1.687.538,00	II. Kapitalrücklage	17.000.000,00	17.000.000,00
II. Sachanlagen			III. Gewinnrücklagen	300.000,00	300.000,00
1. Bauten auf fremden Grundstücken	4.008.028,00	5.507.106,00	IV. Bilanzgewinn (+) / Bilanzverlust (-)	19.796.362,25	15.529.265,09
2. Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.104.107,00	3.160.376,00			
3. Geleistete Anzahlungen	45.793,50	12.040,50			
	6.157.928,50	8.679.522,50	<b>B. Rückstellungen</b>		
III. Finanzanlagen			1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	638.041,00	851.940,48
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	0,00	2.111.334,18	2. Steuerrückstellungen	250,00	40.788,36
2. Sonstige Ausleihungen	2.071.230,39	1.896.719,87	3. Sonstige Rückstellungen	18.945.463,68	34.388.498,48
	2.071.230,39	4.008.054,05			
	<b>9.821.965,53</b>	<b>14.375.114,55</b>	<b>C. Verbindlichkeiten</b>		
<b>B. Umlaufvermögen</b>			1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	15,44	8.000.060,03
I. Vorräte			2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	17.540.133,43	11.249.065,38
1. Hilfs- und Betriebsstoffe	253.773,33	416.532,46	3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	2.714.611,16	1.692.699,08
2. Waren	42.028.167,18	30.912.118,04	4. Sonstige Verbindlichkeiten	5.468.455,13	3.699.006,14
	<b>42.281.940,51</b>	<b>31.328.650,50</b>	(davon aus Steuern € 2.240.588,09; Vorjahr T€ 1.379)		
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			(davon im Rahmen der sozialen Sicherheit € 7.794,42;		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	695.044,43	870.733,28	Vorjahr T€ 0,1)		
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	21.631.417,94	3.002.615,98			
3. Sonstige Vermögensgegenstände	3.073.543,28	2.713.344,59			
	<b>25.400.005,65</b>	<b>6.586.693,85</b>		<b>25.723.215,16</b>	<b>24.640.830,63</b>
III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	8.166.494,26	44.261.125,20	<b>D. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		
	<b>75.848.440,42</b>	<b>82.176.469,55</b>		<b>1.059.017,61</b>	<b>2.081.123,79</b>
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>791.943,75</b>	<b>1.280.862,73</b>			
	<b>86.462.349,70</b>	<b>97.832.446,83</b>		<b>86.462.349,70</b>	<b>97.832.446,83</b>

**Adler Modemärkte GmbH, Haibach**

**Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr  
vom 1. Januar bis 31. Dezember 2022**

in €	2022	01.09.2021 - 31.12.2021
1. Umsatzerlöse	265.092.106,02	105.099.929,15
2. Sonstige betriebliche Erträge	34.801.374,60	15.576.074,55
3. Materialaufwand	299.893.480,62	120.676.003,70
a) Aufwendungen für bezogene Waren	-123.487.831,86	-33.456.292,83
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen		
4. Personalaufwand	176.405.648,76	87.219.710,87
a) Löhne und Gehälter	-42.775.623,18	-17.856.224,96
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung (davon für Altersversorgung € 46.726,78; Vorjahr T€ 114)	-8.951.624,15	-3.426.177,11
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-51.727.247,33	-21.282.402,07
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-3.841.862,53	-1.485.605,77
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge (davon aus verbundenen Unternehmen € 51.782,36; Vorjahr T€ 10)	-115.952.921,60	-46.137.587,47
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen (davon an verbundene Unternehmen € 281.270,71; Vorjahr € 0) (davon Aufwendungen aus Aufzinsung € 18.056,00 ; Vorjahr T€ 11)	4.883.617,30	18.314.115,56
9. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	67.497,53	13.234,92
10. Ergebnis nach Steuern	-661.238,12	-166.370,29
11. Sonstige Steuern	-593.740,59	-153.135,37
12. Jahresüberschuss/-fehlbetrag	2.444,46	1.138,35
13. Gewinn- (+) /Verlustvortrag (-) aus dem Vorjahr	4.292.321,17	18.162.118,54
14. Einstellung in die Gewinnrücklagen	-25.224,01	1.084,16
15. "+" Bilanzgewinn / "-" Bilanzverlust	<b>4.267.097,16</b>	<b>18.163.202,70</b>
	15.529.265,09	-2.333.937,61
	-300.000,00	
	<b>19.796.362,25</b>	<b>15.529.265,09</b>

# ANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2022

## I. ALLGEMEINE ANGABEN

Die Adler Modemärkte GmbH ist eine Kapitalgesellschaft nach deutschem Recht und hat ihren Sitz in der Industriestraße Ost 1-7, Haibach, Bundesrepublik Deutschland. Das zuständige Registergericht befindet sich in Aschaffenburg (registriert unter der Nummer HRB 16846). Die Gesellschaft wurde im Berichtsjahr durch Formwechsel gemäß § 190 UmwG in eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) umgewandelt.

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

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

Die Angaben der Vorjahreszahlen beziehen sich auf das Rumpfgeschäftsjahr 1. September bis 31. Dezember 2021. Die Vorjahresbeträge sind daher nur eingeschränkt vergleichbar.

## II. BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN SOWIE ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

### ANLAGEVERMÖGEN

#### IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE

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

#### SACHANLAGEN

Die Sachanlagen werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige lineare Abschreibungen, entsprechend der betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer, angesetzt.

Geringwertige Wirtschaftsgüter wurden seit 2008 in einen geschäftsjahresbezogenen Sammelposten (Pool) eingestellt und jährlich zu einem Fünftel abgeschrieben. Mit Anhebung der gesetzlichen Wertgrenzen für geringwertige Wirtschaftsgüter ab dem 1.1.2018 wurden alle geringwertigen Wirtschaftsgüter mit Anschaffungskosten zwischen € 250 und € 1.000 bis zum 31.12.2021 in diesen Sammelposten eingestellt und geringwertige Wirtschaftsgüter mit Anschaffungskosten unter € 250 grundsätzlich sofort als Aufwand erfasst. Ab dem 01.01.2022 wird kein Sammelposten mehr gebildet. Geringwertige Wirtschaftsgüter werden bis € 800 im selben Jahr vollständig abgeschrieben.

#### FINANZANLAGEN

Die sonstigen Ausleihungen sind zum Nominalwert bzw. zu einem gegebenenfalls niedrigeren beizulegenden Wert angesetzt. Im Dezember 2022 wurden sämtliche von der Gesellschaft gehaltenen Anteile an verbundenen Unternehmen veräußert.

Die Zusammensetzung und Entwicklung des Anlagevermögens ergibt sich aus dem folgenden Anlagenspiegel:

#### Entwicklung des Anlagevermöge Adler Modemärkte GmbH

	Anschaffungskosten				Abschreibungen				Restbuchwerte		
	Stand 31.12.2021	Zugänge	Umb. Umglieđ.	Abgänge	Stand 31.12.2022	Stand 31.12.2021	Abschreibungen des GJ	Abgänge	Stand 31.12.2022	31.12.2022	31.12.2021
	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>											
1. Lizenzen und EDV-Software	29.988	867	0	397	30.458	28.301	767	171	28.897	1.561	1.688
2. Geleistete Anzahlungen	0	32	0	0	32	0	0	0	0	32	0
	29.988	899	0	397	30.490	28.301	767	171	28.897	1.593	1.688
<b>II. Sachanlagen</b>											
1. Bauten auf fremden Grundstücken	47.172	52	0	2.944	44.280	41.665	1.493	2.887	40.272	4.008	5.507
2. Betriebs- und Geschäftsausstattung	47.433	401	0	2.076	45.757	44.272	1.385	2.004	43.653	2.104	3.160
3. Geleistete Anzahlungen	19	34	0	2	51	7	0	2	6	46	12
	94.625	487	0	5.022	90.089	85.945	2.879	4.893	83.931	6.158	8.680
<b>III. Finanzanlagen</b>											
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	7.090	3.000	0	10.090	0	4.979	0	4.979	0	0	2.111
2. Wertpapiere des Anlagevermögens	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Sonstige Ausleihungen	1.897	175	0	0	2.071	0	0	0	0	2.071	1.897
	8.987	3.175	0	10.090	2.071	4.979	0	4.979	0	2.071	4.008
	133.600	4.560	0	15.510	122.650	119.225	3.646	10.043	112.828	9.822	14.375

Die Anschaffungskosten für und Abschreibungen von geringwertigen Wirtschaftsgütern in Höhe von TEUR 195 des Geschäftsjahres 2022 sind in der Entwicklung des Anlagevermögens nicht enthalten.

## UMLAUFVERMÖGEN

### VORRÄTE

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

### FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE

Die Forderungen, sonstigen Vermögensgegenstände, Kassenbestände und Bankguthaben werden zum Nennwert oder zum niedrigeren beizulegenden Zeitwert angesetzt. Alle erkennbaren Risiken werden durch angemessene Bewertungsabschläge berücksichtigt. Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände sind innerhalb eines Jahres fällig. Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen in Höhe von T€ 21.631 (Vorjahr: T€ 3.003) setzen sich zusammen aus Forderungen aus Lieferungen und Leistungen mit T€ 3.164 (Vorjahr: T€ 2.319) und sonstigen Vermögensgegenständen mit T€ 18.467 (Vorjahr: T€ 684).

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen beinhalten Forderungen gegen Gesellschafter in Höhe von T€ 0 (Vorjahr: T€ 63).

### AKTIVE RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

Der Posten enthält Ausgaben vor dem Abschlussstichtag, die Aufwand für eine bestimmte Zeit nach dem Stichtag darstellen.

## EIGENKAPITAL

Die zum Bilanzstichtag ausgewiesenen Gewinnrücklagen beinhaltet ausschließlich andere Gewinnrücklagen. Im Vorjahr beinhalteten die Gewinnrücklagen demgegenüber ausschließlich gesetzliche Gewinnrücklagen gemäß § 150 AktG. Diese wurden aufgrund des Formwechsels der Gesellschaft zum Bilanzstichtag in andere Gewinnrücklagen umqualifiziert.

## RÜCKSTELLUNGEN

### RÜCKSTELLUNGEN FÜR PENSIONEN UND ÄHNLICHE VERPFLICHTUNGEN

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden auf der Grundlage versicherungsmathematischer Berechnung nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected Unit Credit Method) unter Berücksichtigung der Richttafeln 2018 G von Dr. Klaus Heubeck bewertet. Gemäß Art. 75 Abs. 6 S. 1 EGHGB n.F. i.V.m. § 253 Abs. 2 S. 1 HGB n.F. sind Altersversorgungsverpflichtungen (Rückstellungen für Pensionen) unter Zugrundelegung des von der Deutschen Bundesbank veröffentlichten durchschnittlichen Marktzinssatzes der vergangenen zehn Geschäftsjahre, für eine vereinfachend angenommene durchschnittliche Laufzeit von 15 Jahren, bewertet worden. Dieser Zinssatz beträgt 1,78% (Vorjahr: 1,87%). Der Unterschiedsbetrag nach § 253 Abs. 6 S. 1 HGB n.F. im Vergleich zur Abzinsung mit dem 7-Jahres-Durchschnitt zum 31. Dezember 2022 beträgt T€ 12. Gemäß § 253 Abs. 6 S. 2 HGB n.F. dürfen Gewinne nur ausgeschüttet werden, wenn die nach einer Ausschüttung verbleibenden frei verfügbaren Rücklagen zuzüglich eines Gewinnvortrags abzüglich eines Verlustvortrags mindestens dem Unterschiedsbetrag entsprechen. Bei der Ermittlung der Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen wurden Rentensteigerungen für 2023 von 10% danach von jährlich 2,20% (Vorjahr: 1,75%) zugrunde gelegt sowie eine Fluktuation in Höhe von 1,8% (Vorjahr: 1,8%) p.a. unterstellt.

Rückstellungen für die Verpflichtungen aus Jubiläumswendungen wurden auf der Grundlage der Gesamtbetriebsvereinbarung vom 10. Juni 2010 sowie des Manteltarifvertrags vom 1. Juni 2005 gebildet. Die Bewertung der Rückstellungen für Jubiläumswendungen erfolgt unter Zugrundelegung eines Rechnungszinssatzes von 1,44% p.a. (Vorjahr: 1,35% p.a.) und auf der Grundlage der Richttafeln 2018 G von Dr. Klaus Heubeck nach versicherungsmathematischen Grundsätzen. Bei der Ermittlung der Rückstellungen für Jubiläumswendungen wurden jährliche Lohn- und Gehaltssteigerungen von 3,0% (Vorjahr: 2,5%) sowie eine Fluktuation in Höhe von 1,8% (Vorjahr: 1,8%) p.a. unterstellt.

Rückstellungen für die Verpflichtungen aus Gehaltsfortzahlungen im Todesfall wurden auf der Grundlage des Manteltarifvertrags vom 1. Juni 2005 gebildet. Die Bewertung der Rückstellungen für Gehaltsfortzahlungen im Todesfall erfolgt unter Zugrundelegung eines Rechnungszinssatzes von 1,44% p.a. (Vorjahr: 1,35% p.a.) und auf der Grundlage der Richttafeln 2018 G von Dr. Klaus Heubeck nach versicherungsmathematischen Grundsätzen. Bei der Ermittlung der Rückstellungen für Gehaltsfortzahlungen im Todesfall wurden jährliche Lohn- und Gehaltssteigerungen von 3,0% p.a. (Vorjahr: 2,5%) sowie eine Fluktuation in Höhe von 1,8% (Vorjahr: 1,8%) p.a. unterstellt.

### SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

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

Die sonstigen Rückstellungen beinhalten im Wesentlichen Rückstellungen für Auszahlungsverpflichtungen nach Quote für Insolvenzgläubiger T€ 9.168 (Vorjahr: T€ 24.992), Verpflichtungen aus dem Kundenkartentreueprogramm T€ 2.018 (Vorjahr: T€ 1.824), Mieten und Mietnebenkosten T€ 1.690 (Vorjahr: T€ 699), Rechts- und Beratungskosten T€ 1.040 (Vorjahr: T€ 1.072), Urlaubs- und Freizeitverpflichtungen T€ 798 (Vorjahr: T€ 874), Leistungstantiemen T€ 654 (Vorjahr: T€ 980), Energie/Strom/Gas/Wasser T€ 590 (Vorjahr: T€ 350) Abfindungen T€ 333 (Vorjahr: T€ 1.579), Energie/Strom/Gas/Wasser T€ 590 (Vorjahr: T€ 350), Beiträge und Abgaben T€ 321 (Vorjahr: T€ 321), Jubiläumsgelder T€ 388 (Vorjahr: T€ 436), Werbekosten T€ 245 (Vorjahr: T€ 4), sowie Aufwendungen für Instandhaltungen T€ 212 (T€ 64).

## VERBINDLICHKEITEN

Verbindlichkeiten sind zum Erfüllungsbetrag angesetzt. Die Verbindlichkeiten haben, wie im Vorjahr, eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr. Es bestehen branchenübliche Eigentumsvorbehalte.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von T€ 2.715 (Vorjahr: T€ 1.693) betreffen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen beinhalten Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschafter in Höhe von T€ 1 (Vorjahr: 0).

## PASSIVE RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

Als passive Rechnungsabgrenzungsposten werden Einzahlungen vor dem Abschlussstichtag ausgewiesen, soweit sie Erträge für eine bestimmte Zeit nach diesem Tag darstellen.

## FREMDWÄHRUNGSUMRECHNUNG

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

## LATENTE STEUERN

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

Der Berechnung der latenten Steuern liegt ein effektiver Steuersatz von 29,57% zugrunde (15,83% für die Körperschaftsteuer einschließlich Solidaritätszuschlag und 13,74% für die Gewerbesteuer), der sich voraussichtlich im Zeitpunkt des Abbaus der Differenzen ergeben wird. Der Steuersatz für die Gewerbesteuer ergibt sich aus dem Gewerbesteuerhebesatz von 393%.

Zum Bilanzstichtag ergibt sich nach Saldierung der aktiven und passiven latenten Steuern (Gesamtdifferenzbetrachtung) ein Aktivüberhang der latenten Steuern von T€ 1.127 (Vorjahr: T€ 5.370). Die Gesellschaft macht von dem Aktivierungswahlrecht des § 274 Abs. 1 Satz 2 HGB keinen Gebrauch, so dass keine latenten Steuern in der Bilanz angesetzt werden.

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

	<b>Differenz Handels- vs. Steuerbilanz T€</b>	<b>Steuersatz in %</b>	<b>Latente Steuern T€</b>
Sonstige Forderungen	35	29,57%	-10
Bauten auf fremden Grundstücken	-645	29,57%	191
Firmenwert	-212	29,57%	63
Vorräte	-2077	29,57%	614
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	-191	29,57%	56
Sonstige Rückstellungen	-288	29,57%	85
EWB CH Forderungen	-433	29,57%	128

### III. ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

#### UMSATZERLÖSE

Die Umsatzerlöse in Höhe von T€ 265.092 setzen sich im Geschäftsjahr 2022 wie folgt zusammen:

	Inland T€	Ausland T€
Textilhandel	242.491	15.285
Miet- und Pachten	1.088	0
Dienstleistungs- / Verwaltungsumlagen	0	5.755
Sonstige (WKZ, Lizenzen, Provisionen)	439	34

#### SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

Die sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten außerordentliche Erträge aus der Überbrückungshilfe III+ (T€ 8.501), aus der Veräußerung von ausländischen Tochtergesellschaften (T€ 11.081), sowie aus der Herabsetzung von Wertberichtigungen auf Forderungen (T€ 4.658) bedingt durch Forderungsverzichte (vgl. sonstig betriebliche Aufwendungen). Periodenfremde Erträge in Höhe von T€ 1.620 resultieren im Wesentlichen aus der Auflösung von Rückstellungen (T€ 1.608).

#### SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten außerordentliche Aufwendungen aus Forderungsverzichte (T€ 4.695), sowie periodenfremde Aufwendungen in Höhe von T€ 383, die sich im Wesentlichen aus Nebenkostenabrechnungen der Vorjahre (T€ 367) ergeben.

### IV. SONSTIGE ANGABEN

#### SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Der Gesamtbetrag aller sonstigen finanziellen Verpflichtungen bis zum Ende der jeweiligen Vertragslaufzeit beträgt T€ 186.098. Diese setzen sich wie folgt zusammen:

Bestehende Verpflichtungen aus langfristigen Miet- und Pachtverträgen. Diese belaufen sich für die verbleibende Mietlaufzeit auf T€ 185.026. Darüber hinaus bestehen Verpflichtungen aus langfristigen Miet- und Pachtverträgen für Werbeflächen. Diese belaufen sich für die verbleibende Mietlaufzeit auf T€ 36.

Es bestehende eine Verpflichtung aus einem Leasingvertrag für Großrechner und Speicher. Diese beläuft sich für die vertraglich vereinbarte Restlaufzeit auf T€ 693.

Es bestehen Verpflichtungen aus Miet- und Wartungsverträgen für Kopiergeräte. Diese belaufen sich auf T€ 277 für Kopierer.

Aus KFZ-Leasingverträgen bestehen Aufwendungen für die verbleibende Mietlaufzeit in Höhe von T€ 66.

Zum Stichtag bestehen offene Bestellungen im Wareneinkauf von T€ 10.793 gegenüber Lieferanten.

Das Investitionsobligo zum Stichtag beträgt T€ 91.

## IMMOBILIEN-LEASING

Es besteht ein langfristiges Gebäude-Leasing-Verhältnis mit der Kolibri Haibach GmbH & Co KG, Kleinmachnow (ehemals ALASKA GmbH & Co. KG, Pullach im Isartal), mit einer vertraglich vereinbarten Restlaufzeit bis zum 31. Juli 2024. Die hieraus erwachsenden Aufwendungen für die Restlaufzeit belaufen sich auf T€ 301 für Miete sowie auf T€ 282 für Mieterdarlehen. Das Gebäude wurde 2004 an die Vermieterin veräußert und wird seitdem von dieser zurückgemietet. Für das Objekt besteht eine Kaufoption zum Ende der Leasinglaufzeit.

## HAFTUNGSVERHÄLTNISSE

Im Zusammenhang mit einem Mietvertrag der ADLER MODE S.A., Foetz, Luxemburg, hat die Adler Modemärkte GmbH eine Schuldbeitrittserklärung abgegeben; die Mietverpflichtungen belaufen sich über die verbleibende Mietrestlaufzeit auf T€ 5.968.

Im Zusammenhang mit Mietverträgen der Adler Modemärkte Gesellschaft m.b.H., Ansfelden, Österreich, hat die Adler Modemärkte GmbH (ehem. AG) drei Mietgarantieerklärungen abgegeben; die Verpflichtungen daraus belaufen sich über die verbleibende Restlaufzeit auf T€ 14.841.

Von der Adler Modemärkte GmbH abgegebene Patronatserklärungen zugunsten der Adler Modemärkte Gesellschaft m.b.H., Ansfelden, Österreich, sowie zugunsten der Adler Mode AG Zug, Schweiz wurden jeweils zum 15. Dezember 2022 gekündigt.

Es besteht ein Avalrahmen in Höhe von T€ 789 bei diversen Kreditinstituten. Am 31. Dezember 2022 war der Avalrahmen in Höhe von T€ 789 für Mietbürgschaften ausgenutzt.

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

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

## BESCHÄFTIGTE

Im aktuellen Geschäftsjahr 2022 waren durchschnittlich 1.884 (Vorjahr: 2.221) angestellte Mitarbeiter beschäftigt.

	<b>31.12.2022</b>	<b>31.12.2021</b>
Leitende Angestellte	117	135
Vollzeitbeschäftigte	442	395
Teilzeitbeschäftigte	1.326	1.039
<b>Gesamtbelegschaft</b>	<b>1.884</b>	<b>2.221</b>

## AUFSICHTSRAT

Der Aufsichtsrat der Adler Modemärkte GmbH setzte sich im Geschäftsjahr 2022 wie folgt zusammen:

- Thomas Winkelmann, (Vorsitzender), Director im Board of Directors JetBlue Airways, Berlin;  
Majed Abu-Zarur \* (Stellvertretender Vorsitzender), Vorsitzender des Gesamtbetriebsrates Adler Modemärkte GmbH; Viernheim
- Thorsten Dirks, Unternehmer, Zülpich;
- Jochen Gröning \*, IT-Organisator Adler Modemärkte GmbH, Vorsitzender des Betriebsrates, Haibach Aschaffenburg
- Corinna Groß \*, Gewerkschaftssekretärin ver.di Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf;
- Melody Harris-Jensbach, Senior Executive Consultant, Köln;
- Hans-Gerd Jauch, Rechtsanwalt, Köln;
- Peter König \*, Gewerkschaftssekretär ver.di, Rottendorf;
- Jürgen Vogt \*, Verkaufsleiter Adler Modemärkte GmbH, Essen;
- Beate Sauder \*, Fachberaterin Info, Kasse und Verkauf Adler Modemärkte GmbH, Mönchengladbach;
- Jan Sinram, Vorstand Zeitfracht GmbH & Co. KGaA, Frankfurt am Main;
- Maren Wolters, Vorständin Zeitfracht GmbH & Co. KGaA, Frankfurt am Main.

### Ehemalige Aufsichtsratsmitglieder

- Dr. Wolfram Simon-Schröter, Vorsitzender des Aufsichtsrats, Vorstand Zeitfracht GmbH & Co. KGaA, Berlin (bis 15.12.2022)

## Geschäftsführung

Im Geschäftsjahr 2022 und bis zum Zeitpunkt der Aufstellung des Jahresabschlusses zum 31.12.2022 übten folgende Personen eine Geschäftsführertätigkeit aus:

- Karsten Odemann, Lenggries, Geschäftsführer (Sprecher der Geschäftsführung) und Arbeitsdirektor, Geschäftsführer für die Bereiche Finanzen, Controlling, Revision, Recht, IT, Personal, Asset-Management, Logistik, Nachhaltigkeit und Investor Relations.
- Frank Beeck, Nürnberg, Geschäftsführer für die Bereiche Vertrieb und Einkauf
- Martin Schulte im Rodde, Münster, Geschäftsführer für Marketing und e-Commerce (ab 01.01.2023)
- Hinsichtlich der Angaben gemäß §285 Nr. 9a HGB wird die Befreiung nach §286 Nr. 4 HGB in Anspruch genommen.

Die Gesamtbezüge der früheren Organmitglieder und ihrer Hinterbliebenen betragen T€ 96). Darunter fallen Bezüge früherer Geschäftsführer T€ 34. Für frühere Mitglieder der Geschäftsführung und ihre Hinterbliebenen wurden Pensionsrückstellungen in Höhe von T€ 559 gebildet.

Die Gesamtbezüge der Aufsichtsratsmitglieder betragen T€ 74.

## GESAMTHONORAR DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Die Abschlussprüfungsleistungen beinhalten Honorare für die gesetzlich vorgeschriebene Prüfung der Adler Modemärkte GmbH.

Die Angabe über das Abschlussprüferhonorar im Sinne von § 285 Nr. 17 HGB unterbleibt, da diese Angabe im Konzernabschluss der Zeitfracht Logistik Holding GmbH enthalten ist.

## KONZERN

Die Zeitfracht Logistik Holding GmbH, Berlin, erstellt als Mutterunternehmen den Konzernabschluss für den kleinsten Kreis von Unternehmen. Die Zeitfracht GmbH & Co. KGaA, Berlin, erstellt als Mutterunternehmen den Konzernabschluss für den größten Kreis von Unternehmen. Beide Konzernabschlüsse werden im Bundesanzeiger bekannt gemacht.

## ERGEBNISVERWENDUNGSVORSCHLAG

Die Geschäftsführung schlägt vor den Bilanzgewinn zum 31. Dezember 2022 in Höhe T€ 19.796 auf neue Rechnung vorzutragen.

## NACHTRAGSBERICHT

Am 24. Februar 2022 begannen kriegerische Auseinandersetzungen in der Ukraine. Zu der Einschätzung der Auswirkungen daraus verweisen wir auf die Ausführungen im Lagebericht.

Haibach, den 8. März 2023



Karsten Odemann  
Geschäftsführer (Sprecher)



Frank Beeck  
Geschäftsführer



Martin Schulte im Rodde  
Geschäftsführer

# Lagebericht für das Geschäftsjahr 1. Januar – 31. Dezember 2022

## der Adler Modemärkte GmbH, Haibach

### WESENTLICHE EREIGNISSE IM GESCHÄFTSJAHR

Das Geschäftsjahr 1.1.2022 bis 31.12.2022 war zu Beginn noch gekennzeichnet durch letzte Folgen der Corona-Pandemie sowie die Integration der Adler-Gruppe in den Zeitfracht-Gruppe. Ab März stand jedoch die Ukraine-Krise und die damit verbundenen Auswirkungen wie dramatischer Anstieg der Energiekosten, Inflation und Kaufzurückhaltung im Vordergrund. Als Folge hieraus konnten die ursprünglichen Umsatzziele nicht erreicht werden.

Die Adler Modemärkte AG wurde mit Eintragung in das Handelsregister des Amtsgerichts Aschaffenburg am 20.09.2022 durch Formwechsel in eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) umgewandelt und firmiert nunmehr unter Adler Modemärkte GmbH. Sitz der Gesellschaft ist unverändert Haibach.

Am 21.12.2022 hat die Adler Modemärkte GmbH sämtliche Geschäftsanteile an der ADLER MODE S.A., Foetz, Luxemburg, Adler Modemärkte Gesellschaft m.b.H., Ansfelden, Österreich, sowie der Adler Mode AG Schweiz, Zug, Schweiz, an die Muttergesellschaft Zeitfracht Logistik Holding GmbH, Kleinmachnow, verkauft. Nach dem Verkauf der Tochtergesellschaften hat die Adler Modemärkte GmbH keine weiteren Tochtergesellschaften mehr.

Im Verlauf des Jahres 2022 wurden, teilweise noch als Folge der Insolvenz aber auch wegen Auslauf des Mietvertrages, fünf Filialen in Deutschland geschlossen.

### GESCHÄFTS- & RAHMENBEDINGUNGEN

#### ALLGEMEINE BESCHREIBUNG DER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Die Adler Modemärkte GmbH (nachfolgend auch „ADLER“) ist ein großer deutscher Textileinzelhändler mit 101 (2022: 106) eigenen Modemärkten in Deutschland. Des Weiteren ist ADLER in Deutschland in 22 EDEKA-Filialen mit Kleinflächenkonzepten präsent. Darüber hinaus betreibt das Unternehmen unter [www.adlermode.com](http://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 1.1.2022 bis 31.12.2022 waren dies Steilmann Edition, Choice Essential, Steilmann, Choice, My Own, Via Cortesa und Thea für Damen sowie Bexleys, Eagle No.7, Via Cortesa für Herren. Mit ihnen erwirtschaftet das Unternehmen den überwiegenden Teil des Ertrags. In vielen Modemärkten bietet ADLER darüber hinaus national und international bekannte Fremdmarken im Bereich Damen-, Herren- und Kinderbekleidung an. Um die Verweildauer unserer Kunden zu erhöhen, erweitern wir das bestehende Textilsortiment durch Hartwaren (Depot etc.)

Zukünftig wird ADLER weiterhin ertragsschwache Marken aus dem Sortiment nehmen und ertragsstarke Marken stärken sowie Eigenmarken inhaltlich optimieren. Ziel ist es weiterhin dem ADLER-Sortiment ein moderneres, zeitgemäßes Erscheinungsbild zu geben, ohne dabei die Zielgruppe aus den Augen zu verlieren.

## GESAMTWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Das Jahr 2022 insgesamt war weltweit und damit auch auf dem deutschen Zielmarkt der Adler Modemärkte GmbH von den Folgen der COVID-19-Pandemie geprägt. Während es hier nur noch zu vergleichsweise geringen Einschränkungen kam, so war die Lage in den Beschaffungsmärkten, insbesondere China gekennzeichnet durch teilweise dramatische Einschränkungen, die zur Eindämmung der Verbreitung des Virus beitragen sollten. Überlagert wurde dies jedoch durch den russischen Angriffskrieg in der Ukraine und die hohe Inflation. Dies lastet laut IWF schwer auf der Weltwirtschaft.

Trotz den vor allem zu Beginn des Jahres 2022 herrschenden sehr negativen Prognosen zum Wachstum der Weltwirtschaft kam es im Jahresverlauf zu einer Wiederbelebung und einem langsamen Wachstum. Insgesamt wuchs die Weltwirtschaft laut IWF im Jahr 2022 um 3,4%. Dabei hatten Lieferkettenprobleme, steigende Inflation vor allem aufgrund der massiven Steigerung der Energiekosten mehr und mehr die wirtschaftliche Entwicklung auch in den Märkten, in denen ADLER aktiv ist, bestimmt. Der Internationale Währungsfonds (IWF) sieht das weltweite Wachstum der Wirtschaft im Gesamtjahr 2023 bei rund 3 Prozent. Zwar werde sich das Wachstum im Vergleich zu 2022 verlangsamen, „doch die Aussichten seien „weniger düster“ als noch im Oktober angenommen“.<sup>1</sup>

Für Deutschland ergab sich laut Statistischem Bundesamt für das Gesamtjahr 2022 ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 1,9%. Für das Jahr 2023 rechnen die meisten Fachleute mit einer leichten Rezession. Dabei dürfte nach Meinung des Ifo-Instituts das Jahr 2023 zunächst schwach starten. Die hohe Inflation und steigende Zinsen werden den privaten Konsum und die Bauproduktion voraussichtlich sinken lassen. Erst im weiteren Jahresverlauf dürfte sich die Konjunktur erholen, „weil die Inflationsraten spürbar sinken und die Einkommen kräftig steigen werden“.<sup>2</sup>

## STATIONÄRER MODEHANDEL

Der stationäre Modelhandel konnte im Jahr 2022 laut dem Bundesverband des Deutschen Textilhandels e. V. (kurz BTE) den Umsatz um etwa ein Viertel steigern, zum Niveau von 2019 fehlen aber immer noch rund acht Prozent. Der starke Zuwachs in 2022 ist Folge der niedrigen Vorlage aufgrund des langen Lockdowns im Frühjahr 2021.<sup>3</sup>

## UMSATZ-, ERTRAGSENTWICKLUNG & ANALYSE

Die Vorjahreszahlen beziehen sich auf das viermonatige Rumpfgeschäftsjahr 1. September bis 31. Dezember 2021 (Vorperiode). Ein Vergleich des aktuellen Berichtsjahr 2022 mit dem vorherigen Rumpfgeschäftsjahr ist daher nur eingeschränkt möglich.

### UMSATZENTWICKLUNG

Im aktuellen Geschäftsjahr 2022 wurde ein Umsatz von € 265,1 Mio. erwirtschaftet (Vorperiode: € 105,1 Mio.). Dem schwachen Branchenumfeld mit Absatzrückgängen über die gesamte Textileinzelhandelsbranche hinweg konnte sich ADLER nicht vollständig entziehen. Die Entwicklung ist durch die COVID-19-Pandemie im ersten Quartal und die Auswirkungen durch den Ukraine-Konflikt und der einhergehenden Inflation geprägt.

### ERTRAGSLAGE

Die sonstigen betrieblichen Erträge von € 34,8 Mio. enthalten vor allem Erträge aus dem Verkauf der Tochtergesellschaften, Erträge aus Überbrückungshilfen, sowie aus der Veränderung von Wertberichtigungen auf Forderungen.

Die Bestandsführung soll weiter optimiert und der Anteil der Direktbeschaffung kontinuierlich erhöht werden.

Die Materialquote von 46,6 % lag über dem Wert der Vorperiode von 31,8 %. Die Vorperiode war durch pandemiebedingte Sonderabschreibungen auf die Warenbestände im Kalenderjahr 2021 geprägt.

Der Personalaufwand belief sich auf € 51,7 Mio.

---

<sup>1</sup> Quelle: "Zeit online" zur Konjunkturprognose des IWF vom 31.1.2023

<sup>2</sup> Quelle: Pressemitteilung Nr. 20 vom 13.1.2023 Destatis; Ifo Pressemitteilung vom 30.1.2023

<sup>3</sup> Quelle: BTE Pressemitteilung vom 14.12.2022

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen von € 116,0 Mio. enthalten vor allem die Gebäudeaufwendungen, die Kosten für Marketing und Werbung, die Ausgaben für Logistik und Transport sowie für technische Einrichtungen, darunter auch für die Kosten für Hygienekonzepte durch die Corona-Pandemie. Die Aufwandsquote der sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Relation zum Umsatz liegt bei 43,7 % (Vorperiode: 43,9 %).

Das EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) sank gegenüber dem Rumpfgeschäftsjahr im Wesentlichen aufgrund des Entfalls der Sanierungseffekte von € 19,8 Mio. auf € 8,7 Mio.

Die Abschreibungen lagen im Berichtsjahr bei € 3,8 Mio. Abschreibungen wurden zum einen auf immaterielle Vermögensgegenstände vorgenommen, vorwiegend auf Lizenzen, IT-Investitionen und Markenrechte; zum anderen auf Sachanlagen, vorrangig aus der Einrichtung und Modernisierung von Modemärkten und auf IT-Hardware-Investitionen.

Das betriebliche Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) belief sich auf € 4,9 Mio. (Vorperiode: € 18,3 Mio.), das Finanzergebnis auf € -0,6 Mio.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) ebenso der Jahresüberschuss lagen bei € 4,3 Mio. (Vorperiode: € 18,2 Mio.).

## FINANZLAGE

Die liquiden Mittel sanken vor allem aufgrund von Auszahlungen aus der Insolvenztabelle um € 36,0 Mio. auf € 8,2 Mio. (Vorperiode: € 44,2 Mio.). Daneben bestehen Forderungen aus Ausleihungen in Höhe von € 18,47 Mio. an verbundene Unternehmen. 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. Die Unternehmensfinanzplanung umfasst neben anderen Instrumenten eine wöchentlich rollierende Liquiditätsplanung. Aufgrund der verfügbaren Mittel und der zu erwartenden positiven Geschäftsentwicklung minimiert ADLER das Risiko der Unterfinanzierung.

## VERMÖGENSLAGE

Die Bilanzsumme der Adler Modemärkte GmbH ist zum 31. Dezember 2022 gegenüber dem Vorjahresstichtag von € 97,8 Mio. auf € 86,5 Mio. gesunken.

Das Eigenkapital beträgt € 40,1 Mio. (Vorperiode: € 35,8 Mio.), woraus eine Eigenkapitalquote von 46,4 % (Vorperiode: 36,6 %) resultiert.

Das Fremdkapital (inklusive Rechnungsabgrenzungsposten) der Adler Modemärkte GmbH sank zum Jahresende 2022 auf € 46,4 Mio. (Vorperiode: € 62,0 Mio.), insb. durch eine Verminderung der Rückstellungen.

Die Rückstellungen sanken um € 14,3 Mio. aufgrund der Reduzierung der sonstigen Rückstellungen von € 34,4 Mio. auf € 20,4 Mio. Der Rückgang geht auf erfolgte Tabellenauszahlungen zu den Insolvenzverbindlichkeiten von 13,9 Mio. zurück.

Mit € 25,4 Mio. lag das Working Capital (Vorräte zzgl. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzgl. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen) zum Bilanzstichtag über dem Bilanzwert der Vorperiode in Höhe von € 21,0 Mio.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände stiegen von € 6,6 Mio. auf € 25,4 Mio. Davon betreffen € 21,6 Mio. Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen, unter anderem bedingt durch Ausleihungen.

Die Vorratsintensität (Vorräte/Bilanzsumme) stieg auf 48,9 % (Vorperiode: 32,0 %), die Lagerumschlagshäufigkeit (Umsatz/Vorräte) stieg auf 6,3 (Vorperiode: 3,5). Die Entwicklung ist auch durch Einmaleffekte in den Bestandswerten der Vorperiode beeinflusst.

Die Finanzanlagen reduzierten sich aufgrund von Veräußerungen auf € 2,1 Mio. (Vorperiode: € 4,0 Mio.). Die Sachanlagen lagen mit € 6,2 Mio. (Vorperiode: € 8,7 Mio.) und die immateriellen Vermögensgegenstände mit € 1,6 Mio. (Vorperiode: € 1,7 Mio.) jeweils unter dem Vorjahresniveau. Die Anlageintensität (Anlagevermögen/Bilanzsumme) sank von 15,0 % auf 11,4 %.

## INVESTITIONEN

Die Investitionen der Adler Modemärkte GmbH beliefen sich im aktuellen Geschäftsjahr 2022 auf insgesamt € 4,6 Mio. (Vorperiode: € 0,3 Mio.). Hiervon entfielen € 0,5 Mio. (Vorperiode: € 0,3 Mio.) auf Sachanlagen und € 0,9 Mio. (Vorperiode: € 0,0 Mio.) auf immaterielle Vermögenswerte und € 3,2 Mio. auf Finanzanlagen, von denen € 3,0 Mio. zum Jahresende wieder veräußert wurden. Die immateriellen Vermögenswerte enthalten in erster Linie allgemeine IT-Investitionen und den umfassenden Neuaufbau des Adler Online-Shop [www.adlermode.com](http://www.adlermode.com).

## BESCHAFFUNG

ADLER verfügt derzeit über keine eigenen Produktionsstätten. Stattdessen werden die Sortimente über Agenturen aus Asien und Indien, der Türkei, Griechenland 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 und die Ware sicher anliefern zu lassen.

ADLER besitzt eine langjährige Erfahrung im Einkauf von Textilien in Asien. Die Produktion der Textilien erfolgt größtenteils durch Stammlieferanten.

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) und wurde 2022 durch die Agenturen Techno-Design und Asmara ergänzt.

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 aktuellen Geschäftsjahr 2022 insgesamt Waren im Wert von € 118,6 Mio. eingekauft. Hiervon entfielen 29,9 % auf den Einkauf von Waren des strategischen Fremdmarken Portfolios. Bei den Eigenmarken wurden Waren in Höhe von € 46,9 Mio. über Agenturen in Asien und Europa beschafft und in Höhe von € 36,3 Mio. über Direktproduzenten.

Die Steigerung des Markenportfolios gehörte zu den strategischen Zielen 2022. Dabei wollen wurde die Entwicklung des Rohertrages ebenfalls beachtet. In Zukunft wird ADLER wieder die Eigenmarken stärken, da diese gegenüber den Fremdmarken einen höheren Rohertrag erzielen.

Um dabei die Risiken zu steuern und nicht weiterhin in Abhängigkeit von einzelnen Beschaffungsmärkten sowie Logistiksituationen zu geraten, haben wir das Einkaufsvolumen auf weitere Agenturen verteilt.

## ABSATZPOLITIK, VERTRIEB & MARKETING

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 50 Jahren im Blick, die Wert auf qualitativ hochwertige Kleidung zu attraktiven Preisen legen. In dieser Bevölkerungsgruppe hat ADLER 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. Zukünftig wird ADLER das Sortiment über das rein textile Angebot auf für die Zielkunden relevante Produkte und das Angebot des Lebens ausweiten, wie zum Beispiel Bücher und Reisen.

Die ADLER-Zielgruppe der Frauen und Männer ab 55 Jahren wird in den nächsten Jahren mindestens 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 Omnichannel-Strategie, bei der Kunden sowohl im stationären wie auch im Online-Handel ein konsistent positives Markenerlebnis erfahren. Ein Beleg dafür ist der 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 gibt es mit der Bestell-Hotline einen weiteren 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 m<sup>2</sup> und 4.000 m<sup>2</sup>. Großzügige Platzverhältnisse mit breiten Gängen, geräumigen Umkleiden und Ruhezeiten kennzeichnen die besondere Kundenorientierung der Modemärkte. Der stationäre Vertrieb erfolgte zum Jahresende 2022 über ein breites Netz von 101 Filialen in Deutschland sowie 22 Stores in den deutschen Edeka Filialen.

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.

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 seit 2019 realisierten Rollout des Service-Roboters „TORY“, der nun in 54 ADLER-Filialen in Deutschland 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 Omnichannel-Strategie betreibt ADLER unter [www.adlermode.com](http://www.adlermode.com) einen Online-Shop.

Im Geschäftsjahr 2022 verzeichnete der ADLER Online-Shop 9,0 Mio. Besucher, das sind rund 9 % weniger als im Vorjahr. Der über den Online-Shop generierte Umsatz betrug im Jahr 2022 € 9,5 Mio. (Vorjahr: (Rumpfjahr) 2,4 Mio..

Der Online-Shop präsentiert sich als ADLER-Schaufenster und zeigt vorrangig schnell wechselnde Angebote im klassischen Damen-Konfektionsbereich. Darüber hinaus bietet er Herrenmode, Kindermode und Nischenangebote wie große Größen an.

Im Juli 2022 wurden sukzessive Umstellungen der Lagerhaltung und Versendung des Onlineshops vorgenommen. Die deutschen Filialen bedienen direkt die Bestellungen des Onlinekunden (Ship from Store). Somit fällt ein teures Onlinelager und die damit verbundenen Handling Kosten weg. Ineffiziente Zeiten im Filialgeschäft sollen somit für das Abarbeiten der Onlinebestellungen genutzt werden. Aufgrund dieser Umstellung kam es zu Stornierungen seitens Adler im Wert von 2,4 Mio € Bruttoumsatz. Die Fehler der Umstellung wurden gegen Ende 2022 zum großen Teil behoben und werden in 2023 noch weiter feinjustiert. Eine kontinuierliche Weiterentwicklung des Systems steht im Fokus und die Kosteneinsparungen kommen in 2023 erst richtig zum Tragen.

Ebenfalls werden die Retouren der Kunden nun in eine Filiale (Frankfurt Oder) zurückgeführt anstatt wie bisher in ein Logistikkager. Hier kann die Ware direkt dem Kunden wieder angeboten werden. Die Retourenquote sank im Jahr 2022.

Der Online-Shop wird in den Jahren 2022 bis 2023 umfassend neu aufgesetzt und erweitert.

## 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 01.01. - 31.12.2022 beliefen sich die Ausgaben für Werbung auf € 22,7 Mio.

### ADLER-Kundenkarte

Ein zentrales Marketinginstrument ist die ADLER-Kundenkarte. Das System geht auf das Jahr 1974 zurück und ist damit seit über 48 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. Aufgrund der Pandemie und den damit verbundenen Auflagen setzten im Geschäftsjahr 01.01. - 31.12.2022 rund 2,0 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 2022 verstärkt in die digitalen Kanäle investiert. 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 Geschäftsjahr 01.01. - 31.12.2022 verschickte ADLER per Post Mailings mit einer Gesamtauflage von 25,3 Mio. Stück. Im selben Zeitraum lag die Gesamtauflage aller Beilagen bei etwa 33,8 Mio. Stück.

Im Jahr 2022 wurde die bereits seit 2009 bestehende Zusammenarbeit mit der Markenbotschafterin Birgit Schrowange fortgeführt und um die Zusammenarbeit mit der BOB-Olympiasiegerin Laura Nolte erweitert, um insbesondere in der Hauptzielgruppe eine weitere Verbreitung zu erreichen.

### Digitales Marketing

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

### 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 Werbemittelansprache 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.

# Mitarbeiter

Zum Ende des Geschäftsjahres 2022 waren insgesamt 1.861 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (31. Dezember 2021: 2.042) 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 aufgreifen und vorantreiben zu können.

## MITARBEITERKOMMUNIKATION

---

Die Restrukturierung des Unternehmens nach der Insolvenz im Jahr 2021 sowie die Umsetzung der strategischen Ziele von ADLER 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.

## 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 Filialleiter die örtlichen Gegebenheiten und regionalen Besonderheiten kennen. Für die Standortexpansion und das Management vor Ort konnte ADLER bislang stets sehr qualifizierte und erfahrene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den eigenen Reihen gewinnen, aber auch von Wettbewerbern rekrutieren. Um die kontinuierliche Entwicklung aus den eigenen Reihen zu fördern, wurde Ende 2019 ein Talent Management aufgesetzt, bei dem Mitarbeiter in einem ein- bis 1,5-jährigen Führungsprogramm gezielt zu Filialleitern oder auch Erstkräften (Stellvertretenden Filialleitern) entwickelt werden. So soll sukzessive ein interner Talent Pool aufgebaut werden.

## FLUKTUATION

---

Die Fluktuationsrate lag im Berichtsjahr bei rund 17,8 % (Vorjahr: 17,8 %) PRÜFEN 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 31.12.2022 waren bei ADLER in Deutschland Menschen aus 38 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 in Deutschland zum Geschäftsjahresende / Köpfe (31. Dezember 2022):

Deutschland	31.12.2022	in %
<b>Mitarbeiter gesamt</b>	<b>1.861</b>	<b>100</b>
Männer	211	11,3
Frauen	1.650	88,7
Durchschnittsalter in Jahren	47,7	

Deutschland	31.12.2022	31.12.2021
<b>Mitarbeiter gesamt</b>	<b>1.861</b>	<b>1.837</b>
davon Leitende Angestellte	112	112
davon Nicht-Leitende Vollzeit	332	342
davon Nicht-Leitende Teilzeit	1.280	1.259
davon Auszubildende/Praktikanten	137	124

Umgerechnet auf Vollzeitbeschäftigte, belief sich die Zahl der Mitarbeiter am Ende des Geschäftsjahres 2022 auf 1.241 (Vorjahr: 1.215), einschließlich der ruhenden Beschäftigungsverhältnisse. Im Jahresdurchschnitt waren bei ADLER 1.235 Mitarbeiter/innen in Vollzeit (inkl. Auszubildende) beschäftigt. Die Anzahl (Köpfe Durchschnitt) der Mitarbeiter (inkl. Auszubildende) lag bei insgesamt 1.884 (Stand 31. Dezember 2021).

#### 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.

Zum 31. Dezember 2022 beschäftigte ADLER in Deutschland 137 Auszubildende und Praktikanten. Hiervon waren 104 eigene Auszubildende, 19 überbetriebliche Auszubildende, 2 Auszubildende mit Einstiegsqualifikation und 12 Praktikanten.

Zur Gewinnung externer Fach- und Führungskräfte setzt ADLER eine gezielte Recruiting-Strategie ein. 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.

Ziel der Personalentwicklung ist es, auch für die Zukunft den spezifischen Weiterbildungsbedarf der einzelnen Mitarbeiter zu evaluieren und diese entsprechend ihren Fähigkeiten und Kompetenzen weiterzuentwickeln. In diesem Rahmen wurde das Instrument „Kolibri Talents“ etabliert, welche Mitarbeiter auf Führungs- bzw. Spezialisten-Positionen im Unternehmen vorbereitet. Dadurch soll unter anderem die gezielte Nachfolgeplanung sichergestellt werden. 2019 wurde bereits das Adler Talents eingeführt. Hier werden Verkaufsmitarbeiter zu angehenden Führungskräften in den Filialen weitergebildet.

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. Außerdem setzt ADLER auf die Ideen der eigenen Mitarbeitenden. Getreu nach dem Motto „Wenn viele an einem Strang ziehen, dann lassen sich auch große Dinge bewegen“ wurde 2022 das betriebliche Vorschlagswesen unter dem Namen „Kolibri UP!“ neu eingeführt. In diesem Rahmen können die eigenen Mitarbeitenden ihre Verbesserungsvorschläge intern einreichen und damit das Unternehmen aktiv mitgestalten. Gute Ideen werden in diesem Zuge entsprechend prämiert.

## NACHHALTIGKEIT & UMWELT<sup>4</sup>

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.

Zum Zwecke des Monitorings hat ADLER im Jahr 2015 das Vendor Compliance System (Lieferantenmanagementsystem) OSCA VCM 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 nachhaltige Baumwolle aus zertifiziertem Bio-Anbau (Global Organic Textile Standard, GOTS, oder Organic Cotton Standard, OCS) und der Better Cotton Initiative (BCI) 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.

---

<sup>4</sup> nicht Prüfungsgegenstand durch den Wirtschaftsprüfer

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.

## 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.

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 2022 entsprechende Ziele gesetzt und umgesetzt.

# CHANCEN- & RISIKOBERICHT

## CHANCENBERICHT

### GESAMTWIRTSCHAFTLICHE CHANCEN

ADLER ist als einer der größeren 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. Die Zielgruppe, und damit das Umsatz-potenzial, 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 Zielkunden-gruppe 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

---

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 einer ADLER-Filiale 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 Filialen 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.

## 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 Deutschland und damit auf dem ADLER-Absatzmarkt. Der Eintritt der vorgenannten Risiken könnte die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von ADLER negativ beeinflussen.

### Marktrisiken

Geschäftsentwicklung und Wachstum von ADLER sind von der allgemeinen Entwicklung der Nachfrage im Bekleidungs Einzelhandel sowie der ADLER-Kundenzielgruppe im Besonderen abhängig. Die Nachfrage hängt wesentlich von der konjunkturellen Lage und dem Verbraucherverhalten ab.

Eine konjunkturelle Schwächephase in Deutschland 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. 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 allgemein 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 auswirken. Das Gleiche gilt für die Preisstellung oder Produktentwicklung.

### Finanz- und Liquiditätsrisiken

Die langfristige Unternehmensfinanzierung von ADLER wird durch die Verfügbarkeit eigener liquider Mittel, die Finanzierung über die Muttergesellschaft sowie ausreichender Kreditorenzahlungsziele sichergestellt. Die Unternehmensfinanzplanung umfasst neben anderen Instrumenten eine wöchentlich rollierende Liquiditätsplanung. Aufgrund der verfügbaren Mittel und der zu erwartenden positiven Geschäftsentwicklung minimiert ADLER das Risiko der Unterfinanzierung. ADLER ist nur bedingt von Zinsänderungen betroffen, da es für die Konzernfinanzierung fest vorgegebene Zinssätze gibt. Zinssicherungsgeschäfte werden nicht getätigt.

## Währungsrisiken

Direkte Währungsrisiken sind für ADLER nur teilweise vorhanden, da Umsatz und Wareneinkäufe überwiegend in Euro erfolgen. Wareneinkäufe die einem Währungsrisiko unterliegen werden über den Zeitfracht-Konzern abgesichert. Die Beschaffungsmärkte der Textilindustrie, die hauptsächlich in Asien liegen, sind 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 mittelfristig 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. Die Gesellschaft 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.

## Beurteilung der Risiken durch die Geschäftsführung

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

## RECHTLICHE ANGABEN

### Angaben nach § 289f Abs. 4 HGB<sup>5</sup>

Die Adler Modemärkte GmbH ist eine der Mitbestimmung nach dem Mitbestimmungsgesetz unterliegende deutsche Gesellschaft mit beschränkter Haftung.

Im Jahr 2017 hatte der *Vorstand* mit einer ursprünglichen Umsetzungsfrist bis zum 31. Dezember 2020 nach § 76 Absatz 4 AktG jeweils eine Zielgröße von 30% für den Frauenanteil in den ersten zwei Führungsebenen unterhalb des Vorstands beschlossen und angesichts der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie im Geschäftsjahr 2020 und des Anfang Januar 2021 eingeleiteten Insolvenzverfahrens sowie der damit verbundenen Unsicherheiten und möglichen Restrukturierungen, die Überprüfung der Zielerreichung frühestens zum 30. Juni 2022 für möglich erachtet. Zum 30. Juni 2022 wurde ein Frauenanteil von 30% auf der ersten bzw. 51% auf der zweiten Führungsebene festgestellt. In diesem Zusammenhang waren zahlreiche Veränderungen in der Organisation und den Führungsebenen aufgrund der zurückliegenden Restrukturierung, des Insolvenzverfahrens und der Übernahme durch die Zeitfracht-Gruppe zu berücksichtigen. Der Vorstand beabsichtigt, auch weiterhin Frauen angemessen bei der Besetzung von Führungspositionen zu berücksichtigen. Für die Zeit nach dem 30. Juni 2022 gelten nun Zielgrößen von jeweils 30% für die ersten zwei Führungsebenen unterhalb des Vorstands und jeweils eine Umsetzungsfrist bis zum 30. Juni 2027.

---

<sup>5</sup> nicht Prüfungsgegenstand durch den Wirtschaftsprüfer

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft ist derzeit zu einem Drittel mit Frauen besetzt ist und hat nach § 52 Absatz 2 GmbHG (im Zeitpunkt der Beschlussfassung vor Formwechsel nach § 111 Absatz 5 AktG) Zielgrößen für den Anteil von Frauen im Aufsichtsrat der Gesellschaft festzulegen. Der Aufsichtsrat hat gemäß § 111 Absatz 5 AktG in seiner Sitzung im August 2022 einen Beschluss über die Festlegung von Zielgrößen für den Frauenanteil im Aufsichtsrat gefasst und eine Zielgröße von 30% sowie eine Umsetzungsfrist bis zum 30. Juni 2027 festgelegt.

Zudem hat der Aufsichtsrat nach § 52 Absatz 2 GmbHG (im Zeitpunkt der Beschlussfassung vor Formwechsel nach § 111 Absatz 5 AktG) Zielgrößen für den Anteil von Frauen unter den Geschäftsführern der Adler Modemärkte GmbH (vor Formwechsel im Vorstand der Adler Modemärkte AG) festzulegen. Der Aufsichtsrat der Gesellschaft hatte für den Frauenanteil im Vorstand der Adler Modemärkte AG zunächst eine Zielgröße von 0% und eine Umsetzungsfrist bis zum 30. Juni 2022 beschlossen. Damit wurde der aktuelle Stand festgehalten. Berücksichtigt wurden auch Größe und Besetzung des Vorstands. Zudem ist der Aufsichtsrat weiterhin der Ansicht, dass die Festlegung von konkreten Zielen die Flexibilität des Aufsichtsrats bei der Suche nach Kandidaten mit der erforderlichen Kompetenz und Erfahrung zu stark einschränken würde. Ungeachtet dessen wird sich der Aufsichtsrat nach besten Kräften bemühen, auch geeignete Kandidatinnen zu finden und in künftige Auswahlprozesse einzubeziehen. Nachdem der Frauenanteil unverändert bei 0% liegt, hat der Aufsichtsrat in seiner Sitzung im August 2022 wiederum eine Zielgröße von 0% und eine Umsetzungsfrist bis zum 30. Juni 2027 beschlossen.

## PROGNOSEBERICHT

### MODERATES WELTWIRTSCHAFTSWACHSTUM - VERHALTENE KAUFKRAFT

Die globale Wirtschaft wird im Jahr 2023 nach Einschätzung des Internationalen Währungsfonds (IWF) um rund 3% wachsen. Damit liegt die Prognose leicht über der Erwartung aus dem Oktober 2022. <sup>6</sup>

Für Deutschland rechnen die meisten Fachleute jedoch mit einer leichten Rezession. Dabei dürfte nach Meinung des ifo-Instituts das Jahr 2023 zunächst schwach starten. Die hohe Inflation und steigende Zinsen werden den privaten Konsum und die Bauproduktion voraussichtlich sinken lassen. Erst im weiteren Jahresverlauf dürfte sich die Konjunktur erholen, "weil die Inflationsraten spürbar sinken und die Einkommen kräftig steigen werden". <sup>7</sup>

### WEITER ANHALTENDER PESSIMISMUS BEI STATIONÄREN MODEHÄNDLERN

Gemäß einer HDE-Konjunkturumfrage für das Frühjahr 2023 beurteilen die Teilnehmer die aktuelle Geschäftslage im Bereich Handel mit Bekleidung und Textilien nach wie vor sehr skeptisch. Im Januar schätzen zwar 53 Prozent der Händlerinnen und Händler die aktuelle Geschäftslage als befriedigend ein, der Blick in die Zukunft ist aber überwiegend von Pessimismus geprägt. 51 Prozent der Befragten rechnen für 2023 mit Umsätzen leicht oder deutlich unter Vorjahr. <sup>8</sup>

### PROGNOSE UND GESAMTAUSSAGE

Für das Geschäftsjahr 2023 sieht die ADLER-Geschäftsführung zu Beginn des Jahres zunächst keine Aufhellung des schwierigen Branchenumfelds im Textileinzelhandel. Erst im weiteren Verlauf wird mit einer leichten Verbesserung gerechnet. Das Management hat hierauf mit einer deutlich niedrigeren Einkaufsplanung für das aktuelle Geschäftsjahr reagiert. Zudem wurden die Warenbestände deutlich reduziert, Altware wurde konsequent abverkauft.

Unter der Annahme, dass sich die Lage im Textileinzelhandel wieder normalisiert, rechnet die Geschäftsführung für das Geschäftsjahr 2023 mit einem Umsatz in einer Bandbreite von € 290 – 310 Mio. und einem EBITDA im mittleren einstelligen Millionenbereich.

---

<sup>6</sup> Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz, Mitteilung vom 22.2.2023

<sup>7</sup> Quelle: "Tagesschau"-Bericht zum Deutschen Bruttoinlandsprodukt vom 13.1.2023

<sup>8</sup> Quelle: HDE Konjunktur Info Januar 2023

In der Prognose berücksichtigt ist bereits der zu erwartende tarifbedingte Anstieg der Personalkosten.

Beim Wechselkurs von Euro zu US-Dollar geht ADLER von allenfalls geringfügigen Änderungen aus. Dies gilt ebenso für die Entwicklung der wichtigsten Rohstoffpreise. Die Energiepreise werden nach wie vor auf einem hohen Niveau bleiben, Entspannung erwartet die Geschäftsführung hier nicht.

Nicht abzusehen ist der kurz-, mittel-, und langfristige Einfluss der in 2022 begonnenen kriegerischen Auseinandersetzungen in der Ukraine auf das Kaufverhalten der Menschen in Deutschland. Bei sich verschärfenden Rahmenbedingungen ist ein sich verstärkender negativer Trend nicht auszuschließen.

Die durch die Pandemie und die Kriegshandlungen ausgelösten Auswirkungen auf die Weltwirtschaft in Hinblick auf Lieferketten, Versorgung und wirtschaftliche Gesamtentwicklung sind zudem kaum einzuschätzen. Die weitere Entwicklung wird unternehmensspezifisch und global einer genauen Analyse und Beobachtung unterzogen, um das Unternehmen erfolgreich durch die krisenhaften Bedingungen zu führen.

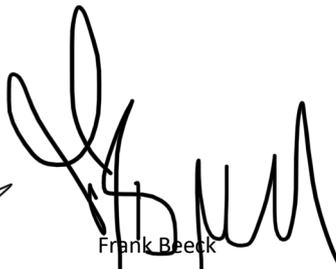
## ZUKUNFTSBEZOGENE AUSSAGEN

Dieser Lagebericht enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen zur Adler Modemärkte GmbH, zu ihren Schwestergesellschaften 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.

Haibach, den 8. März 2023



Karsten Odemann  
Geschäftsführer (Sprecher)



Frank Beeck  
Geschäftsführer



Martin Schulte im Rodde  
Geschäftsführer

## BESTÄTIGUNGSVERMEKR DES UNABHÄNGIGEN ABSCHLUSSPRÜFERS

An die Adler Modemärkte GmbH, Haibach:

### **Prüfungsurteile**

Wir haben den Jahresabschluss der Adler Modemärkte GmbH, Haibach, – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2022 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2022 sowie dem Anhang, einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Lagebericht der Adler Modemärkte GmbH, Haibach, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2022 geprüft. Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f Abs. 4 HGB (Angabe Frauenquote) haben wir im Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften nicht inhaltlich geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Jahresabschluss in allen wesentlichen Belangen den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft zum 31. Dezember 2022 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2022 bis zum 31. Dezember 2022.
- vermittelt der beigefügte Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Lagebericht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar. Unser Urteil zum Lagebericht erstreckt sich nicht auf den Inhalt der oben genannten Erklärung zur Unternehmensführung.

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

### **Grundlage für die Prüfungsurteile**

Wir haben unsere Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichtes in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichtes“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht zu dienen.

### ***Sonstige Informationen***

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

- Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f Abs. 4 HGB und
- den Abschnitt „Nachhaltigkeit & Umwelt“ des Lageberichtes.

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

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

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

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

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses, der den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Jahresabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen (d. h. Manipulationen der Rechnungslegung und Vermögensschädigungen) oder Irrtümern ist.

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

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

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

### ***Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts***

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

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine, in Übereinstimmung mit § 317 HGB 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 dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses und Lageberichtes 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 falscher Darstellungen im Jahresabschluss und im Lagebericht aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.

- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollsystems und den für die Prüfung des Lageberichtes relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme der Gesellschaft abzugeben.
- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben.
- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit, des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes, der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss und im Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann.
- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Jahresabschlusses einschließlich der Angaben sowie, ob der Jahresabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt.
- beurteilen wir den Einklang des Lageberichtes mit dem Jahresabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage der Unternehmen.
- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

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

Köln, den 9. März 2023

**axis advisory + audit GmbH**  
**Wirtschaftsprüfungsgesellschaft**



(Prof. Dr. Axer)  
Wirtschaftsprüfer



(Altenhofer)  
Wirtschaftsprüfer



# Allgemeine Auftragsbedingungen

## für

### Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften

vom 1. Januar 2017

#### 1. Geltungsbereich

- (1) Die Auftragsbedingungen gelten für Verträge zwischen Wirtschaftsprüfern oder Wirtschaftsprüfungsgesellschaften (im Nachstehenden zusammenfassend „Wirtschaftsprüfer“ genannt) und ihren Auftraggebern über Prüfungen, Steuerberatung, Beratungen in wirtschaftlichen Angelegenheiten und sonstige Aufträge, soweit nicht etwas anderes ausdrücklich schriftlich vereinbart oder gesetzlich zwingend vorgeschrieben ist.
- (2) Dritte können nur dann Ansprüche aus dem Vertrag zwischen Wirtschaftsprüfer und Auftraggeber herleiten, wenn dies ausdrücklich vereinbart ist oder sich aus zwingenden gesetzlichen Regelungen ergibt. Im Hinblick auf solche Ansprüche gelten diese Auftragsbedingungen auch diesen Dritten gegenüber.

#### 2. Umfang und Ausführung des Auftrags

- (1) Gegenstand des Auftrags ist die vereinbarte Leistung, nicht ein bestimmter wirtschaftlicher Erfolg. Der Auftrag wird nach den Grundsätzen ordnungsmäßiger Berufsausübung ausgeführt. Der Wirtschaftsprüfer übernimmt im Zusammenhang mit seinen Leistungen keine Aufgaben der Geschäftsführung. Der Wirtschaftsprüfer ist für die Nutzung oder Umsetzung der Ergebnisse seiner Leistungen nicht verantwortlich. Der Wirtschaftsprüfer ist berechtigt, sich zur Durchführung des Auftrags sachverständiger Personen zu bedienen.
- (2) Die Berücksichtigung ausländischen Rechts bedarf – außer bei betriebswirtschaftlichen Prüfungen – der ausdrücklichen schriftlichen Vereinbarung.
- (3) Ändert sich die Sach- oder Rechtslage nach Abgabe der abschließenden beruflichen Äußerung, so ist der Wirtschaftsprüfer nicht verpflichtet, den Auftraggeber auf Änderungen oder sich daraus ergebende Folgen hinzuweisen.

#### 3. Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

- (1) Der Auftraggeber hat dafür zu sorgen, dass dem Wirtschaftsprüfer alle für die Ausführung des Auftrags notwendigen Unterlagen und weiteren Informationen rechtzeitig übermittelt werden und ihm von allen Vorgängen und Umständen Kenntnis gegeben wird, die für die Ausführung des Auftrags von Bedeutung sein können. Dies gilt auch für die Unterlagen und weiteren Informationen, Vorgänge und Umstände, die erst während der Tätigkeit des Wirtschaftsprüfers bekannt werden. Der Auftraggeber wird dem Wirtschaftsprüfer geeignete Auskunftspersonen benennen.
- (2) Auf Verlangen des Wirtschaftsprüfers hat der Auftraggeber die Vollständigkeit der vorgelegten Unterlagen und der weiteren Informationen sowie der gegebenen Auskünfte und Erklärungen in einer vom Wirtschaftsprüfer formulierten schriftlichen Erklärung zu bestätigen.

#### 4. Sicherung der Unabhängigkeit

- (1) Der Auftraggeber hat alles zu unterlassen, was die Unabhängigkeit der Mitarbeiter des Wirtschaftsprüfers gefährdet. Dies gilt für die Dauer des Auftragsverhältnisses insbesondere für Angebote auf Anstellung oder Übernahme von Organfunktionen und für Angebote, Aufträge auf eigene Rechnung zu übernehmen.
- (2) Sollte die Durchführung des Auftrags die Unabhängigkeit des Wirtschaftsprüfers, die der mit ihm verbundenen Unternehmen, seiner Netzwerkunternehmen oder solcher mit ihm assoziierten Unternehmen, auf die die Unabhängigkeitsvorschriften in gleicher Weise Anwendung finden wie auf den Wirtschaftsprüfer, in anderen Auftragsverhältnissen beeinträchtigen, ist der Wirtschaftsprüfer zur außerordentlichen Kündigung des Auftrags berechtigt.

#### 5. Berichterstattung und mündliche Auskünfte

Soweit der Wirtschaftsprüfer Ergebnisse im Rahmen der Bearbeitung des Auftrags schriftlich darzustellen hat, ist alleine diese schriftliche Darstellung maßgebend. Entwürfe schriftlicher Darstellungen sind unverbindlich. Sofern nicht anders vereinbart, sind mündliche Erklärungen und Auskünfte des Wirtschaftsprüfers nur dann verbindlich, wenn sie schriftlich bestätigt werden. Erklärungen und Auskünfte des Wirtschaftsprüfers außerhalb des erteilten Auftrags sind stets unverbindlich.

#### 6. Weitergabe einer beruflichen Äußerung des Wirtschaftsprüfers

- (1) Die Weitergabe beruflicher Äußerungen des Wirtschaftsprüfers (Arbeitsergebnisse oder Auszüge von Arbeitsergebnissen – sei es im Entwurf oder in der Endfassung) oder die Information über das Tätigwerden des Wirtschaftsprüfers für den Auftraggeber an einen Dritten bedarf der schriftlichen Zustimmung des Wirtschaftsprüfers, es sei denn, der Auftraggeber ist zur Weitergabe oder Information aufgrund eines Gesetzes oder einer behördlichen Anordnung verpflichtet.
- (2) Die Verwendung beruflicher Äußerungen des Wirtschaftsprüfers und die Information über das Tätigwerden des Wirtschaftsprüfers für den Auftraggeber zu Werbezwecken durch den Auftraggeber sind unzulässig.

#### 7. Mängelbeseitigung

- (1) Bei etwaigen Mängeln hat der Auftraggeber Anspruch auf Nacherfüllung durch den Wirtschaftsprüfer. Nur bei Fehlschlagen, Unterlassen bzw. unberechtigter Verweigerung, Unzumutbarkeit oder Unmöglichkeit der Nacherfüllung kann er die Vergütung mindern oder vom Vertrag zurücktreten; ist der Auftrag nicht von einem Verbraucher erteilt worden, so kann der Auftraggeber wegen eines Mangels nur dann vom Vertrag zurücktreten, wenn die erbrachte Leistung wegen Fehlschlagens, Unterlassung, Unzumutbarkeit oder Unmöglichkeit der Nacherfüllung für ihn ohne Interesse ist. Soweit darüber hinaus Schadensersatzansprüche bestehen, gilt Nr. 9.
- (2) Der Anspruch auf Beseitigung von Mängeln muss vom Auftraggeber unverzüglich in Textform geltend gemacht werden. Ansprüche nach Abs. 1, die nicht auf einer vorsätzlichen Handlung beruhen, verjähren nach Ablauf eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.
- (3) Offenbare Unrichtigkeiten, wie z.B. Schreibfehler, Rechenfehler und formelle Mängel, die in einer beruflichen Äußerung (Bericht, Gutachten und dgl.) des Wirtschaftsprüfers enthalten sind, können jederzeit vom Wirtschaftsprüfer auch Dritten gegenüber berichtigt werden. Unrichtigkeiten, die geeignet sind, in der beruflichen Äußerung des Wirtschaftsprüfers enthaltene Ergebnisse infrage zu stellen, berechtigen diesen, die Äußerung auch Dritten gegenüber zurückzunehmen. In den vorgenannten Fällen ist der Auftraggeber vom Wirtschaftsprüfer tunlichst vorher zu hören.

#### 8. Schweigepflicht gegenüber Dritten, Datenschutz

- (1) Der Wirtschaftsprüfer ist nach Maßgabe der Gesetze (§ 323 Abs. 1 HGB, § 43 WPO, § 203 StGB) verpflichtet, über Tatsachen und Umstände, die ihm bei seiner Berufstätigkeit anvertraut oder bekannt werden, Stillschweigen zu bewahren, es sei denn, dass der Auftraggeber ihn von dieser Schweigepflicht entbindet.
- (2) Der Wirtschaftsprüfer wird bei der Verarbeitung von personenbezogenen Daten die nationalen und europarechtlichen Regelungen zum Datenschutz beachten.

#### 9. Haftung

- (1) Für gesetzlich vorgeschriebene Leistungen des Wirtschaftsprüfers, insbesondere Prüfungen, gelten die jeweils anzuwendenden gesetzlichen Haftungsbeschränkungen, insbesondere die Haftungsbeschränkung des § 323 Abs. 2 HGB.
- (2) Sofern weder eine gesetzliche Haftungsbeschränkung Anwendung findet noch eine einzelvertragliche Haftungsbeschränkung besteht, ist die Haftung des Wirtschaftsprüfers für Schadensersatzansprüche jeder Art, mit Ausnahme von Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit, sowie von Schäden, die eine Ersatzpflicht des Herstellers nach § 1 ProdHaftG begründen, bei einem fahrlässig verursachten einzelnen Schadensfall gemäß § 54a Abs. 1 Nr. 2 WPO auf 4 Mio. € beschränkt.
- (3) Einreden und Einwendungen aus dem Vertragsverhältnis mit dem Auftraggeber stehen dem Wirtschaftsprüfer auch gegenüber Dritten zu.
- (4) Leiten mehrere Anspruchsteller aus dem mit dem Wirtschaftsprüfer bestehenden Vertragsverhältnis Ansprüche aus einer fahrlässigen Pflichtverletzung des Wirtschaftsprüfers her, gilt der in Abs. 2 genannte Höchstbetrag für die betreffenden Ansprüche aller Anspruchsteller insgesamt.

(5) Ein einzelner Schadensfall im Sinne von Abs. 2 ist auch bezüglich eines aus mehreren Pflichtverletzungen stammenden einheitlichen Schadens gegeben. Der einzelne Schadensfall umfasst sämtliche Folgen einer Pflichtverletzung ohne Rücksicht darauf, ob Schäden in einem oder in mehreren aufeinanderfolgenden Jahren entstanden sind. Dabei gilt mehrfaches auf gleicher oder gleichartiger Fehlerquelle beruhendes Tun oder Unterlassen als einheitliche Pflichtverletzung, wenn die betreffenden Angelegenheiten miteinander in rechtlichem oder wirtschaftlichem Zusammenhang stehen. In diesem Fall kann der Wirtschaftsprüfer nur bis zur Höhe von 5 Mio. € in Anspruch genommen werden. Die Begrenzung auf das Fünffache der Mindestversicherungssumme gilt nicht bei gesetzlich vorgeschriebenen Pflichtprüfungen.

(6) Ein Schadensersatzanspruch erlischt, wenn nicht innerhalb von sechs Monaten nach der schriftlichen Ablehnung der Ersatzleistung Klage erhoben wird und der Auftraggeber auf diese Folge hingewiesen wurde. Dies gilt nicht für Schadensersatzansprüche, die auf vorsätzliches Verhalten zurückzuführen sind, sowie bei einer schuldhaften Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit sowie bei Schäden, die eine Ersatzpflicht des Herstellers nach § 1 ProdHaftG begründen. Das Recht, die Einrede der Verjährung geltend zu machen, bleibt unberührt.

## 10. Ergänzende Bestimmungen für Prüfungsaufträge

(1) Ändert der Auftraggeber nachträglich den durch den Wirtschaftsprüfer geprüften und mit einem Bestätigungsvermerk versehenen Abschluss oder Lagebericht, darf er diesen Bestätigungsvermerk nicht weiterverwenden.

Hat der Wirtschaftsprüfer einen Bestätigungsvermerk nicht erteilt, so ist ein Hinweis auf die durch den Wirtschaftsprüfer durchgeführte Prüfung im Lagebericht oder an anderer für die Öffentlichkeit bestimmter Stelle nur mit schriftlicher Einwilligung des Wirtschaftsprüfers und mit dem von ihm genehmigten Wortlaut zulässig.

(2) Widerruft der Wirtschaftsprüfer den Bestätigungsvermerk, so darf der Bestätigungsvermerk nicht weiterverwendet werden. Hat der Auftraggeber den Bestätigungsvermerk bereits verwendet, so hat er auf Verlangen des Wirtschaftsprüfers den Widerruf bekanntzugeben.

(3) Der Auftraggeber hat Anspruch auf fünf Berichtsausfertigungen. Weitere Ausfertigungen werden besonders in Rechnung gestellt.

## 11. Ergänzende Bestimmungen für Hilfeleistung in Steuersachen

(1) Der Wirtschaftsprüfer ist berechtigt, sowohl bei der Beratung in steuerlichen Einzelfragen als auch im Falle der Dauerberatung die vom Auftraggeber genannten Tatsachen, insbesondere Zahlenangaben, als richtig und vollständig zugrunde zu legen; dies gilt auch für Buchführungsaufträge. Er hat jedoch den Auftraggeber auf von ihm festgestellte Unrichtigkeiten hinzuweisen.

(2) Der Steuerberatungsauftrag umfasst nicht die zur Wahrung von Fristen erforderlichen Handlungen, es sei denn, dass der Wirtschaftsprüfer hierzu ausdrücklich den Auftrag übernommen hat. In diesem Fall hat der Auftraggeber dem Wirtschaftsprüfer alle für die Wahrung von Fristen wesentlichen Unterlagen, insbesondere Steuerbescheide, so rechtzeitig vorzulegen, dass dem Wirtschaftsprüfer eine angemessene Bearbeitungszeit zur Verfügung steht.

(3) Mangels einer anderweitigen schriftlichen Vereinbarung umfasst die laufende Steuerberatung folgende, in die Vertragsdauer fallenden Tätigkeiten:

- a) Ausarbeitung der Jahressteuererklärungen für die Einkommensteuer, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer sowie der Vermögensteuererklärungen, und zwar auf Grund der vom Auftraggeber vorzulegenden Jahresabschlüsse und sonstiger für die Besteuerung erforderlicher Aufstellungen und Nachweise
- b) Nachprüfung von Steuerbescheiden zu den unter a) genannten Steuern
- c) Verhandlungen mit den Finanzbehörden im Zusammenhang mit den unter a) und b) genannten Erklärungen und Bescheiden
- d) Mitwirkung bei Betriebsprüfungen und Auswertung der Ergebnisse von Betriebsprüfungen hinsichtlich der unter a) genannten Steuern
- e) Mitwirkung in Einspruchs- und Beschwerdeverfahren hinsichtlich der unter a) genannten Steuern.

Der Wirtschaftsprüfer berücksichtigt bei den vorgenannten Aufgaben die wesentliche veröffentlichte Rechtsprechung und Verwaltungsauffassung.

(4) Erhält der Wirtschaftsprüfer für die laufende Steuerberatung ein Pauschalhonorar, so sind mangels anderweitiger schriftlicher Vereinbarungen die unter Abs. 3 Buchst. d) und e) genannten Tätigkeiten gesondert zu honorieren.

(5) Sofern der Wirtschaftsprüfer auch Steuerberater ist und die Steuerberatervergütungsverordnung für die Bemessung der Vergütung anzuwenden ist, kann eine höhere oder niedrigere als die gesetzliche Vergütung in Textform vereinbart werden.

(6) Die Bearbeitung besonderer Einzelfragen der Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Einheitsbewertung und Vermögensteuer sowie aller Fragen der Umsatzsteuer, Lohnsteuer, sonstigen Steuern und Abgaben erfolgt auf Grund eines besonderen Auftrags. Dies gilt auch für

- a) die Bearbeitung einmalig anfallender Steuerangelegenheiten, z.B. auf dem Gebiet der Erbschaftsteuer, Kapitalverkehrsteuer, Grunderwerbsteuer,
- b) die Mitwirkung und Vertretung in Verfahren vor den Gerichten der Finanz- und der Verwaltungsgerichtsbarkeit sowie in Steuerstrafsachen,
- c) die beratende und gutachtliche Tätigkeit im Zusammenhang mit Umwandlungen, Kapitalerhöhung und -herabsetzung, Sanierung, Eintritt und Ausscheiden eines Gesellschafters, Betriebsveräußerung, Liquidation und dergleichen und
- d) die Unterstützung bei der Erfüllung von Anzeige- und Dokumentationspflichten.

(7) Soweit auch die Ausarbeitung der Umsatzsteuerjahreserklärung als zusätzliche Tätigkeit übernommen wird, gehört dazu nicht die Überprüfung etwaiger besonderer buchmäßiger Voraussetzungen sowie die Frage, ob alle in Betracht kommenden umsatzsteuerrechtlichen Vergünstigungen wahrgenommen worden sind. Eine Gewähr für die vollständige Erfassung der Unterlagen zur Geltendmachung des Vorsteuerabzugs wird nicht übernommen.

## 12. Elektronische Kommunikation

Die Kommunikation zwischen dem Wirtschaftsprüfer und dem Auftraggeber kann auch per E-Mail erfolgen. Soweit der Auftraggeber eine Kommunikation per E-Mail nicht wünscht oder besondere Sicherheitsanforderungen stellt, wie etwa die Verschlüsselung von E-Mails, wird der Auftraggeber den Wirtschaftsprüfer entsprechend in Textform informieren.

## 13. Vergütung

(1) Der Wirtschaftsprüfer hat neben seiner Gebühren- oder Honorarforderung Anspruch auf Erstattung seiner Auslagen; die Umsatzsteuer wird zusätzlich berechnet. Er kann angemessene Vorschüsse auf Vergütung und Auslagenersatz verlangen und die Auslieferung seiner Leistung von der vollen Befriedigung seiner Ansprüche abhängig machen. Mehrere Auftraggeber haften als Gesamtschuldner.

(2) Ist der Auftraggeber kein Verbraucher, so ist eine Aufrechnung gegen Forderungen des Wirtschaftsprüfers auf Vergütung und Auslagenersatz nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig.

## 14. Streitschlichtungen

Der Wirtschaftsprüfer ist nicht bereit, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle im Sinne des § 2 des Verbraucherstreitbeilegungsgesetzes teilzunehmen.

## 15. Anzuwendendes Recht

Für den Auftrag, seine Durchführung und die sich hieraus ergebenden Ansprüche gilt nur deutsches Recht.