

### ALLGEMEINE LAGE

Die deutsche Wirtschaft hat wieder Fahrt aufgenommen. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) ist im ersten Quartal 2011 gegenüber dem Vorquartal um 1,5% gewachsen. Der vermehrt aus Investitionen und Konsum resultierende Anstieg überschritt dabei selbst das Vorkrisenniveau 2008. Der allgemein positive Trend setzt sich nach 2010 auch in 2011 weiter fort.

Ein ähnlich positiver Verlauf war auch in den ersten beiden Monaten in dem für die KUNERT Gruppe relevanten deutschen Textilmarkt ersichtlich. So konnte im überproportional guten Januar ein Plus von 10% und im Februar ein Plus von 2% gegenüber dem Vorjahresvergleichswert verzeichnet werden. Im März musste der Handel aufgrund der traditionell schwachen Karnevalswochen einen Umsatzrückgang in Höhe von 4% hinnehmen. Verstärkt wurde dieser Effekt noch durch die Verschiebung des umsatzstarken Ostergeschäftes in das zweite Quartal 2011. Bedingt dadurch schließt der Textilhandel in Deutschland das erste Quartal nur auf Vorjahresniveau ab.

### UMSATZENTWICKLUNG

Diese Entwicklung zeigt sich auch im Umsatzvolumen der KUNERT Gruppe im Zeitraum Januar bis März 2011. Mit einem Bruttoumsatz in Höhe von 13,6 Mio. EUR konnte das Niveau des Vorjahresquartals nahezu erreicht werden. Zu berücksichtigen bleibt an dieser Stelle die umfangreiche Erstauslieferung des Top-Produkts KUNERT CHINCHILLAN, welche zu einer deutlichen Umsatzsteigerung im ersten Quartal 2010 beigetragen hatte.

Dennoch konnte der Umsatz mit der Marke KUNERT im Berichtszeitraum abermals – wenn auch in geringerem Umfang – gesteigert werden.

Die Umsätze der Marke HUDSON haben sich im ersten Quartal 2011 noch nicht wie erwartet entwickelt und konnten den Umsatzwert des Vorjahresquartals nicht ganz erreichen. Dennoch stimmt uns die gute Resonanz auf die neue HUDSON Frühjahr-/Sommerkollektion 2011 zuversichtlich, diesen Effekt nachhaltig zu kompensieren. Der Umsatz im Bereich der Eigenmarken des Handels (Private Label) konnte im ersten Quartal 2011 einen Zuwachs von 8% verzeichnen.

Das KUNERT eigene Factory-Outletgeschäft liegt im ersten Quartal nicht zuletzt bedingt durch die Verschiebung des umsatzstarken Ostergeschäfts noch unter dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Insgesamt blieb die KUNERT Gruppe nach der kumuliert schwachen Entwicklung des Textilhandels im Umsatz zwar hinter den eigenen Erwartungen, sieht sich aber in der Umsatzstruktur bestätigt, an der aktuellen Strategie festzuhalten und wird sich auch weiterhin auf das Kerngeschäft mit den eigenen Marken konzentrieren.

Angesichts der aktuellen Markteinschätzung für das Gesamtjahr 2011 und der unternehmensspezifischen saisonalen Entwicklung gehen wir nach wie vor davon aus, das Ziel einer weiteren Umsatzsteigerung im Geschäftsjahr 2011 zu erreichen.



KUNERT F/S 2011



HUDSON F/S 2011

## ERTRAGSLAGE

Die kontinuierlich fortgesetzte Bereinigung unserer Umsatzstruktur und eine nochmals gesteigerte Produktivität führten auch im ersten Quartal 2011 zu einer erneuten Verbesserung in der Bruttomarge. Die Kosten des Konzerns liegen im Berichtszeitraum leicht unter Vorjahr. Auch ist im Ergebnis eine geringe Verbesserung ersichtlich, wenn auch noch nicht im geplanten Rahmen. Zurück zu führen ist dies im Wesentlichen auf die noch nicht den ursprünglichen Erwartungen entsprechende Umsatzentwicklung im ersten Quartal 2011.

## PRODUKTION

Die Produktion der KUNERT Gruppe findet sich ausschließlich in den eigenen Produktionsstätten in Immenstadt und Tétouan/Marokko. Dabei liegt der Schwerpunkt der Produktionsstätte in Immenstadt nach wie vor auf der Herstellung unserer innovativen Artikel im Feinbereich. Seit dem vierten Quartal 2009 produzieren beide Werke kontinuierlich auf vollem Kapazitätsniveau. Die über die Eigenproduktion hinausgehende Nachfrage deckt die KUNERT Gruppe über den Bereich des Zukaufs ab.

Wir halten an unserer Strategie fest, die qualitativ hochwertigen und innovativen Produkte auch weiterhin in Immenstadt zu fertigen. Mit Blick auf die geplante Umsatzsteigerung ist es vorgesehen, noch im Geschäftsjahr 2011 die Produktionskapazitäten entsprechend auszuweiten.

## GEPLANTE INVESTITIONEN

Teile der im Geschäftsjahr 2011 geplanten Investitionen wurden bereits im ersten Quartal realisiert. Im Wesentlichen wurde dabei in die Betriebs- und Geschäftsausstattung am Standort Immenstadt investiert. Hinzu kam eine Investition im Bereich des Ladenbaus; hier wurden im März dieses Jahres zwei neue Standorte der ECE-Push Carts eröffnet. Für das laufende Geschäftsjahr sind weitere Investitionen zur Modernisierung der IT-Systeme sowie in der Produktion am Hauptsitz in Immenstadt geplant.

Darüber hinaus wird die KUNERT Gruppe an ihrem Konzept festhalten, und im Rahmen ihrer Möglichkeiten, weiterhin in Markt- und Marketing-Aktivitäten investieren, um die Präsenz und Wahrnehmung der eigenen Marken auf den Verkaufsflächen des Handels kontinuierlich zu stärken.

## FINANZIERUNG

Die KUNERT Gruppe konnte die zur Verlängerung anstehenden Finanzierungen erfolgreich prolongieren. Die Finanzlage der Unternehmensgruppe im ersten Quartal 2011 kann weiterhin als stabil bezeichnet werden. Hinsichtlich der finanziellen Risiken der KUNERT Gruppe verweisen wir auf die Berichterstattung zum Jahresabschluss 2010.

## CHANCEN UND RISIKEN DER WEITEREN GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Die aktuelle Geschäftsentwicklung bietet auch weiterhin Chancen und Risiken, die umfangreich im jüngst erschienenen Geschäftsbericht 2010 beschrieben und erläutert wurden. Insofern verweisen wir an dieser Stelle auf die Ausführungen



JULIUS KUNERT EFFECT

im Risikobericht als Bestandteil unseres Lageberichts zum Jahresabschluss 2010.

Risiken, die aus der Beschaffung von Rohwaren aus Japan resultieren könnten, wurden detailliert analysiert. Im Ergebnis wird das Geschäft der KUNERT Gruppe dadurch nicht gefährdet, da die Beschaffungsmärkte in Japan außerhalb der gefährdeten Gebiete liegen. Vorsorglich wurden alternative Märkte für zukünftige Beschaffungen in der zweiten Jahreshälfte identifiziert.

## AUSBLICK

Die KUNERT Gruppe hat nach schwierigen Jahren in 2010 wieder Fuß gefasst. Auch im ersten Quartal 2011 stand dabei im Vordergrund, die Strategie der Konzentration auf das Kerngeschäft kontinuierlich fortzusetzen. Mit der Verknüpfung von modischer Aktualität und innovativer Funktionalität hat die KUNERT Gruppe das Potenzial, seine Position im Markt weiter zu festigen. Der Schwerpunkt wird folglich weiter auf der Entwicklung und dem Vertrieb hochinnovativer und modischer Produkte liegen. Dabei ist das prioritäre Ziel die Steigerung der Markenbegehrlichkeit durch eine konsequente Umsetzung der Markenstrategien. Bereits im vergangenen Jahr führte die Ausweitung der Markt- und Marketing-Aktivitäten zu einer verstärkten Wahrnehmung unserer Marken, die es gilt im Jahresverlauf 2011 weiter auszubauen.



KUNERT F/S 2011

Die anhaltend positive Resonanz spiegelt sich in den Steigerungsraten wider, die unsere Modekollektionen in den Vororderrunden auch in diesem Jahr erzielen. Die Wachstumsraten in den Modekollektionen sind nach wie vor ein wichtiger Indikator für die Begehrlichkeit der Produkte und die weitere Entwicklung des Gesamtumsatzes der Gruppe.

Auch halten wir an unserem Konzept fest, die Innovationsführerschaft in der Beinbekleidung weiter auszubauen. Mit der neuen KUNERT FORMING EFFECT führt die KUNERT Gruppe im Herbst/Winter 2011 die fünfte Produktlinie der KUNERT EFFECT Serie in den Markt ein. Die aktuellen Vororderzahlen für diese Produktlinie bestätigen dabei unsere Zuversicht eines erfolgreichen Starts.

Unter dieser Voraussetzung sieht der Vorstand gute Chancen, im Geschäftsjahr 2011 auch die endgültige Trendwende im Konzernergebnis zu vollziehen, nachdem in 2010 bereits ein nahezu positives operatives Ergebnis erreicht werden konnte. Die seit nunmehr vier Jahren anhaltend positive Entwicklung kann und soll auf dem eingeschlagenen Weg fortgesetzt werden.

Immenstadt, den 19. Mai 2011

Der Vorstand

Handwritten signature of Hermann de Jong in black ink.

Hermann de Jong

Handwritten signature of Stephan Oehl in black ink.

Stephan Oehl