

ALLGEMEINE LAGE

Die Dynamik der deutschen Wirtschaft hat sich im Jahresverlauf trotz eines vielversprechenden Starts insgesamt deutlich verlangsamt. Entgegen der Prognose zum Jahresauftakt ist das Bruttoinlandsprodukt im dritten Quartal 2011 gegenüber dem zweiten Vierteljahr lediglich um 0,5% gewachsen. Die seit Monaten anhaltenden Diskussionen über die politische und wirtschaftliche Entwicklung in einigen europäischen Ländern tragen zur Unsicherheit hinsichtlich der Euro-Stabilität und der Wirtschaft bei. Dennoch konnte das BIP gegenüber dem Vorjahresquartal preisbereinigt noch um 2,5% zulegen. Die positiven Impulse kamen im dritten Quartal in erster Linie aus dem privaten Konsum im Inland.

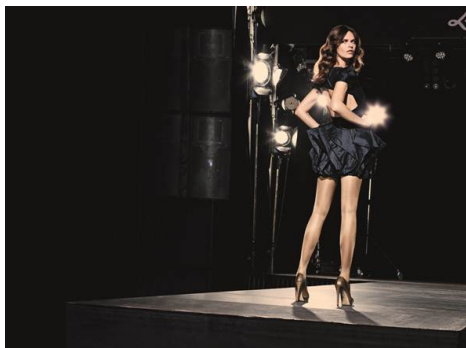
Gegenläufig zu dieser Entwicklung verhielt sich das Geschäft in dem für die KUNERT Gruppe relevanten deutschen Textilmarkt. So konnte der Einzelmonat Juli nur auf ein Pari im Vorjahresvergleich blicken. Im August verzeichnete der Handel ein sehr verhaltenes Ergebnis von +1%. Nach rekordverdächtigen sommerlichen Temperaturen musste der Handel im sonst starken Monat September ein ungewöhnlich hohes Minus von 13% hinnehmen. Infolgedessen schloss der Markt das dritte Quartal mit einem kumulierten Minus von 1% gegenüber Vorjahr ab und trübt angesichts der sich bis heute noch nicht abzeichnenden Besserung somit die Hoffnung des Handels auf ein positives Gesamtjahr.

UMSATZENTWICKLUNG

In diesem Marktumfeld blieb auch das Geschäft der KUNERT Gruppe im Berichtszeitraum hinter den Erwartungen zurück. Die Auslieferung der Herbst- und Winterware erfolgte zeitversetzt später als im Vorjahr. Die sonst schon im September einsetzende Nachorder hat sich deutlich verschoben.

So blieb der Bruttoumsatz im Zeitraum Juli bis September in Höhe von 15,7 Mio. € über 3 % unter dem Niveau des Vorjahresvergleichszeitraums. Dabei konnte der umsatzstarke Einzelmonat Juli noch den Rückstand des gesamten ersten Halbjahres aufholen. Dennoch hat die ungewöhnlich schwache Entwicklung im Berichtszeitraum die Erwartung bislang nicht erfüllt.

Gegen diesen Trend erfreulich bleibt weiterhin die Entwicklung in der Marke KUNERT im Berichtszeitraum. So konnte bereits im dritten Quartal ein Plus von 4% verzeichnet werden. Mit einem kumulierten Plus von 1% konnte darüber hinaus auch das Umsatzniveau des Vorjahres, das im ersten Quartal 2010 durch die einmalige umfangreiche Erstauslieferung der KUNERT CHINCHILLAN maßgeblich geprägt war, abermals übertroffen werden. Ganz erfreulich ist die Tatsache, dass die KUNERT CHINCHILLAN Ende September – getestet vom renommierten Prüfinstitut Hohenstein Laboratories – von der schweizer Konsumentenzeitschrift *saldo* zur Testsiegerin und als einziges Produkt mit der Gesamtnote „sehr gut“ ausgezeichnet wurde. Dies ist ein Beleg und der Ansporn, in der Entwicklung unserer KUNERT EFFECT Produkte weiterhin auf innovative Produkte zu setzen.



KUNERT H/W 2011



myHudson

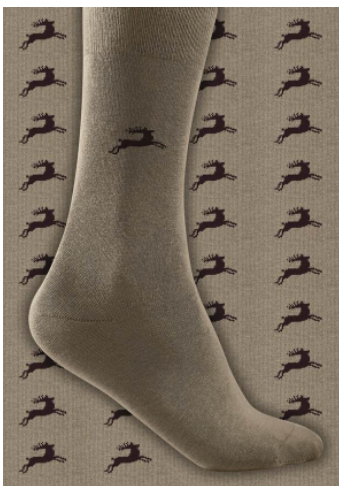
Auch die Marke HUDSON konnte wie prognostiziert zulegen. Mit einem Umsatzwachstum von +2% im dritten Quartal 2011 konnte die Marke einen Teil der Rückstände aus dem ersten Halbjahr kompensieren und schloss per September nur noch leicht unter Vorjahr ab. Der aktuelle Trend im Berichtszeitraum bestätigt unsere Strategie, die Marke erfolgreich bei einer jüngeren Zielgruppe zu etablieren. So zeigt beispielsweise die im September eingeführte neue Produktlinie myHudson erste, vielversprechende Ergebnisse.

Das Private Label-Geschäft der KUNERT Gruppe musste - entgegen der Entwicklung im ersten Halbjahr 2011 - im dritten Quartal 2011 einen Umsatzrückgang von 36 % verzeichnen. Zu berücksichtigen bleibt allerdings die im Vorjahr getätigte Endabwicklung eines Verkaufsgeschäftes mit einem durch Insolvenz betroffenen Kunden. Vor diesem Hintergrund bewegt sich das Geschäft mit den Eigenmarken des Handels im Berichtszeitraum mit -13% auch kumuliert noch unter dem Niveau des Vorjahres, nicht zuletzt aufgrund der Tatsache, dass auch die Geschäftsentwicklung der wichtigsten Private Label-Kunden der schwankenden Konjunktorentwicklung unterworfen ist. Der Vorstand geht aber nach wie vor davon aus, das Private Label-Geschäft weiter nachhaltig profitabel entwickeln zu können.

Das eigene Retail-Geschäft wies ein negatives erstes Halbjahr aus und hat im dritten Quartal deutlich weniger verloren. Hauptursache für die unbefriedigende Entwicklung sind nach wie vor die schwachen Umsätze des Labels Prince und Princess of Argyle. Bedingt durch diesen Umstand blieben die Umsätze im Retail nicht unerwartet deutlich unter dem Vorjahreswert. Dies hat uns zu der Entscheidung veranlasst, die ausschließlich im Werksverkauf und Outletcentern angebotene Oberbekleidungs-marke Prince und Princess of Argyle zum Jahresende einzustellen und damit der Konzentration auf unser Kerngeschäft der Beinbekleidung auch im Retail weiter zu folgen.

ERTRAGSLAGE

Wir verfolgen auch weiterhin unsere Strategie der Konzentration auf die eigenen Marken. Hier geht die KUNERT Gruppe derzeit durch einen Substitutionsprozess mit dem Ziel, die operative Ergebnisperformance (EBITDA und EBIT) nachhaltig mit margenstarken Mode- und Standardprodukten der eigenen Marken zu verbessern und abzusichern. So liegt die Bruttomarge der KUNERT Gruppe trotz des geringeren Umsatzvolumens relativ und absolut leicht über Vorjahr. Zum Halbjahr lag der Konzern noch hinter dem Vorjahr zurück. Dennoch hat der Konzern angesichts des starken Einbruchs der Verkäufe im September das absolute operative Ergebnisziel nicht erreicht. Gleichzeitig liegen die Kosten des Konzerns kumuliert leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Zum Ende des dritten Quartals bewegt sich infolgedessen das Ergebnis leicht über Vorjahr. Die Entwicklung der Ertragslage liegt, bedingt durch die nicht erreichten Absatzzahlen, bis heute dennoch merklich unter den ursprünglichen Erwartungen.



JULIUS KUNERT H/W 2011

PRODUKTION

Die KUNERT Gruppe verfolgt weiterhin die bewährte Strategie der Fertigung von hochwertigen und innovativen Produkten in den eigenen Produktionsstätten am Standort Immenstadt und im marokkanischen Werk in Tétouan. Dabei konnte ein Teil der Fertigung von bisher in Immenstadt gefertigten Standardartikeln im Laufe des Jahres in die marokkanische Produktionsstätte überführt werden. Am Standort Immenstadt wurde vornehmlich in die Sicherheit und Infrastruktur investiert. Dank einer vollen Auslastung in der Eigenproduktion werden

vereinzelte Standardprodukte und spezielle Modeartikel weiterhin nach Bedarf über den Zukauf bezogen.

INVESTITIONEN

Im Geschäftsjahr 2011 wurde im Wesentlichen in die Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie in die Fertigung investiert. Zusätzlich wurden Investitionen in die Modernisierung der IT-Infrastruktur realisiert, die größtenteils über Leasing abgedeckt werden konnten.

Weiterhin verfolgt die KUNERT Gruppe die Strategie, neben Investitionen in die Infrastruktur, vermehrt in gezielte Markt- und Marketing-Aktivitäten zur kontinuierlichen Steigerung der Bekanntheit und Begehrlichkeit der eigenen Marken zu investieren.

FINANZIERUNG

Die KUNERT Gruppe hatte Ende des ersten Halbjahrs eine Saisonal-Kreditlinie zur Überbrückung der schwachen Sommermonate erfolgreich abgeschlossen. Diese Linie wurde Ende September 2011 planmäßig zurückgeführt. Darüber hinaus wird die KUNERT Gruppe bis Ende des Jahres einen Teil der aufgenommenen Kredite bei einer Geschäftsbank wieder zurückführen.

Bedingt durch die Geschäftsentwicklung im Berichtszeitraum und dem insbesondere schwachen Monat September blieb das Liquiditätsniveau auch weiterhin hinter den ursprünglichen Erwartungen zurück.

In Bezug auf die finanziellen Risiken der KUNERT Gruppe verweisen wir auch hier auf die Berichterstattung im Konzernzwischenbericht zum 30. Juni 2011.



HUDSON H/W 2011

ORGANISATION

Die Satzung der KUNERT AG wurde mit Zustimmung der Hauptversammlung vom 7. Juli 2011 in Bezug auf die Zahl der Vorstandsmitglieder und die Vertretung der Gesellschaft geändert. Die Gesellschaft wird seit dem 01. September 2011 mit Hermann de Jong nur noch von einem Vorstand geleitet. Herr Stephan Oehl ist entsprechend dem Aufsichtsratsbeschluss vom 12. April 2011 am 31. August 2011 aus dem Vorstand der KUNERT AG ausgeschieden.

CHANCEN UND RISIKEN DER WEITEREN GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Die aktuelle Geschäftsentwicklung bietet weiterhin Chancen und Risiken, die entsprechend im Konzernzwischenbericht zum 30. Juni 2011 dargelegt wurden. Demgemäß verweisen wir an dieser Stelle auf die Ausführungen im Chancen- und Risikobericht, welcher im Rahmen des Lageberichts zum Halbjahr 2011 kommuniziert wurde.

AUSBLICK

Vor dem Hintergrund einer kumuliert schwachen Entwicklung des deutschen Textilhandels blieb auch die KUNERT Gruppe insgesamt hinter den eigenen Erwartungen zurück. Dennoch bestätigt die detaillierte Betrachtung der Segmente unsere Strategie, das Kerngeschäft mit den eigenen Marken KUNERT,

JULIUS KUNERT und HUDSON weiterhin zu fokussieren und in diesem Bereich nachhaltig zu wachsen. Damit geht einher, dass auch zukünftig unrentable Geschäfte auf den Prüfstand gestellt werden, auch wenn dies kurzfristig zu Umsatzrückgängen führt. Ziel ist und bleibt, die aufgegebenen Umsatzsegmente durch höher-margige Umsätze zu ersetzen.

Unser prioritäres Ziel ist es, unsere Kunden mit modischen und hochinnovativen Produkten zu überzeugen und durch hohe Qualitätsstandards und einer verlässlichen Lieferfähigkeit dem Handel ein bevorzugter Partner zu sein. Zudem liegt unser Fokus auf der weiteren Steigerung der Markenbekanntheit und Markenbegehrlichkeit. Dazu werden wir auch zukünftig die Präsenz unserer drei Marken mittels gezielter Markt- und Marketing-Aktivitäten am Point of Sale, in Endverbrauchermedien und im Online-Bereich ausbauen und stärken. Die positive Resonanz des Marktes bestätigt uns, dass die KUNERT Gruppe auf dem richtigen Weg ist.



KUNERT FORMING EFFECT & myHudson

Während die Auslieferung der Herbst-/Winterkollektionen 2011/2012 sowie die Einführung der neuen Produktlinien unsere Umsatzerwartung deutlich übertroffen haben, entwickelten sich die Umsätze aus dem Sofortgeschäft bedingt durch anhaltend warme Temperaturen seit Anfang September nicht auf dem gewohnt hohem Level.

Angesichts der verhaltenen Umsatz- und Ergebnisentwicklung in den ersten neun Monaten und der aktuellen Situation im Handel besteht das Risiko, dass wir in diesem Geschäftsjahr bis zum 31.12.2011 die positive Entwicklung der vergangenen drei Jahre nicht im gewünschten Umfang fortführen können.

Chancen für die weitere Umsatzentwicklung gibt es jedoch genug:

- Die KUNERT CHINCHILLAN geht noch in diesem Monat als Testsieger ausgezeichnet mit entsprechendem Hinweis auf die Verkaufsflächen
- Die neue Produktlinie KUNERT FORMING EFFECT ist seit November flächendeckend im Handel erhältlich
- Die neue junge Produktlinie myHudson wurde im Herbst/Winter 2011 erstmalig an Testflächen im Handel ausgeliefert und zeigt erste vielversprechende Resultate
- Zudem erwarten wir angesichts der Prognosen im November ein Anziehen des Herbst-/Wintergeschäftes im Handel und ein gutes Weihnachtsgeschäft.

Inwiefern die KUNERT Gruppe das angestrebte Ziel einer weiteren Ergebnisverbesserung im Gesamtjahr 2011 erreichen wird, hängt maßgeblich von vorgenannten Faktoren ab. Wir müssen aber angesichts der dargestellten jüngsten Einbrüche in der Geschäftsentwicklung und dem deutlich verschobenen Herbst-/Wintergeschäft davon ausgehen, dass ein positives Jahresergebnis in 2011 wohl nicht mehr erreicht werden kann.

Immenstadt, den 21. November 2011

Der Vorstand



Hermann de Jong