



Pressemitteilung

Dierig bleibt im ersten Halbjahr 2014 erfolgreich

- **Halbjahresumsatz steigt um 3,2 Prozent auf 35,8 Millionen Euro**
- **Bettwäschemarken mit 3,9 Prozent im Plus**
- **Immobilienumsatz wächst um 6,6 Prozent**
- **Operative Ertragskraft stabil**
- **Prognose: Konstante Entwicklung bei wachsenden Unwägbarkeiten insbesondere in Südeuropa**

Augsburg, 19. August 2014 – Der Augsburger Dierig-Konzern hat im ersten Halbjahr 2014 gegenüber dem Vorjahreszeitraum zulegen können. Der konsolidierte Konzernumsatz stieg um 3,2 Prozent auf 35,8 Millionen Euro. Nach Zinsen, Abschreibungen und Steuern hat der Dierig-Konzern im ersten Halbjahr 2014 rund 1,4 Millionen Euro verdient und damit seine operative Ertragskraft gehalten.

Der Textilumsatz belief sich im ersten Halbjahr 2014 auf 32,1 Millionen Euro (Vorjahr: 31,2 Millionen Euro), der Immobilienumsatz lag bei 3,7 Millionen Euro (Vorjahr 3,5 Millionen Euro). Die textilen Gesellschaften wiesen zur Jahresmitte saldiert ein Nachsteuerergebnis von 0,3 Millionen Euro aus (i.Vj. 0,2 Millionen Euro). Auch die Ertragslage im Immobilienbereich entwickelte sich im ersten Halbjahr 2014 positiv. Das Segmentergebnis der Immobiliensparte wird auch von Anlagenverkaufsgewinnen beeinflusst. Im ersten Halbjahr 2014 erzielte die Immobiliensparte ein Ergebnis von 1,1 Millionen Euro bei 0,7 Millionen Euro aus Anlagenverkaufsgewinnen. Im Vorjahreszeitraum hatte die Immobiliensparte ein Segmentergebnis von 2,8 Millionen Euro bei 2,4 Millionen Euro aus Anlagenverkaufsgewinnen erzielt. Ohne diese Sonderfaktoren bezifferte sich das Immobilienergebnis im ersten Halbjahr 2014 auf 0,41 Millionen Euro (Vorjahr: 0,37 Millionen Euro).

Kaufhauskrise und Ramadan

Das Geschäftsumfeld sieht Dierig im ersten Halbjahr 2014 uneinheitlich. Im Sog der etwas belebten Konsumkonjunktur lagen die Bettwäschemarken fleuresse und Kaepfel beim Inlandsumsatz im ersten Halbjahr 2014 um 6,1 Prozent über dem Vorjahreswert. Die österreichische Landesgesellschaft konnte ein Umsatzplus erzielen, während die Schweizer Landesgesellschaft knapp unter den

Vorjahreszahlen blieb. Der gesamte Bettwäscheumsatz lag im ersten Halbjahr 2014 um 3,9 Prozent über dem Niveau des Vorjahres.

Positiv entwickelten sich im ersten Halbjahr 2014 die Damast-Exporte nach Westafrika. Hier wurde gegenüber dem Vorjahreszeitraum eine Umsatzsteigerung erzielt, wobei dies teilweise saisonale Gründe hat. Im Vorfeld des muslimischen Fastenmonats Ramadan steigt die Nachfrage nach Damasten. „Das Fest des Fastenbrechens am Ende des Ramadan hat in der muslimischen Welt annähernd den Stellenwert von Weihnachten in der christlichen Hemisphäre“, erläutert Dierig. Das Fest des Fastenbrechens hat jedoch keinen festen Termin, vielmehr folgt der Fastenmonat dem muslimischen Mondkalender. 2013 fand das Fest des Fastenbrechens vom 8. bis 10. August statt, 2014 wurde das Fest vom 28. bis 30. Juli gefeiert. Daher fielen einige Festtagsexporte im Vorjahr in das zweite Halbjahr, während 2014 Teile des Umsatzes bereits im ersten Halbjahr verbucht werden konnten.

Schwierige Geschäfte in Südeuropa

Sorgenkind bleibt dagegen der Gewebehandel mit Abnehmern in Südeuropa und Frankreich. „Für die südeuropäische Textilindustrie ist die Lage wegen der Staatsschuldenkrise sehr schwierig, teilweise prekär“, führt Christian Dierig an. „Manche unserer Kunden in Südeuropa leben von der Hand in den Mund.“ Die Folge: Viele Kunden aus Südeuropa und Frankreich orderten im ersten Halbjahr 2014 nur noch Kleinmengen, was die Planbarkeit der Geschäfte erschwerte.

Zur Risikominimierung zählt auch, dass sich Dierig mit dem Handel mit technischen Textilien ein weiteres Standbein geschaffen hat. Nach dem Markteinstieg mit Textilien für die Schleifscheibenproduktion beschäftigt sich das Unternehmen seit dem Jahr 2013 mit technischen Textilien für die Filtration. Die Konzeptionsphase zur Entwicklung vermarktungsreifer Produkte wurde im ersten Halbjahr 2014 weitgehend abgeschlossen, es konnten bereits erste Umsätze erzielt werden. Angesichts der Komplexität der Materie wird das neue Geschäftsfeld dennoch erst auf mittlere Sicht einen relevanten Beitrag zu Umsatz und Ertrag leisten können.

Immobilien-Segment wächst weiter

Bei ihren Immobilienaktivitäten setzte die Dierig-Gruppe im ersten Halbjahr 2014 den Wachstumskurs fort und konnte von einer guten Immobilienkonjunktur profitieren. Bei einem konstant hohen Vermietungsgrad erhöhte die Immobiliensparte ihre Mieterlöse gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 6,6 Prozent. Das Umsatzplus resultiert aus einem höheren Flächenangebot. 2014 umsatzrelevant wurden insbesondere Mietflächen am ehemaligen Augsburger Schlacht- und Viehhof. „Hier haben wir 2013 die ehemalige Schlachthalle zur neuen Produktionsstätte der Augsburger Bio-Bäckerei Schubert umgebaut“, erklärt Vorstand Bernhard Schad. „Die 2.500 Quadratmeter große Fläche wurde dem Mieter im Oktober 2013 übergeben. Erfreulicherweise hat der Mieter inzwischen weiteren Flächenbedarf für ein Café angemeldet, daher bauen wir momentan das ehemalige Kesselhaus um.“ Die Übergabe ist für Januar 2015 vorgesehen.

Ebenfalls im zweiten Quartal angelaufen ist die Umnutzung des früheren Kühlhauses – wo früher gekühlt wurde, wird bald geschwitzt: Das zweite Obergeschoß wird von

einem Sportstudio belegt. Die Übergabe an den Mieter wird laut Plan im November 2014 erfolgen. Im April 2014 kam auch die Umnutzung der ehemaligen Nachtstallungen zum Abschluss. Die erste Teileinheit, die Räumlichkeiten für ein Delikatessengeschäft, wurde dem Mieter im März übergeben. Die zweite Einheit, in der sich ein mediterranes Restaurant eingemietet hat, wurde dem Nutzer Anfang April übergeben.

Im ersten Halbjahr 2014 befasste sich die Immobiliensparte überdies mit der Prüfung geeigneter Standorte, um das Immobilienvermögen des Konzerns durch eventuelle Zukäufe zu vergrößern.

Verhaltener Ausblick: Die Risiken steigen

Beim Ausblick auf das restliche Geschäftsjahr zeigt sich Christian Dierig vorsichtig: „Als internationales Textilunternehmen sind wir auch von scheinbar weit entfernten Ereignissen betroffen. Mit der Ukraine-Krise und Wirtschaftssanktionen gegen Russland und mit vielen Konflikten im Nahen Osten ist die Welt 2014 nicht sicherer geworden. Auch die politische Lage in Westafrika als Abnehmerregion für unsere Damaste hat sich nicht verbessert.“ Weitere Unwägbarkeiten bestehen in der wirtschaftlichen Entwicklung in Südeuropa und Frankreich. Das inländische Bettwäschegeschäft der Marke Kaepfel ist zudem von der wirtschaftlichen Entwicklung von Großkunden abhängig. Ferner droht eine mögliche Überhitzung der Immobilienkonjunktur in Deutschland. Dierig: „Eine gewisse Abschwächung der Konjunktur haben wir in unseren Planungen berücksichtigt.“

Positive Impulse kommen von der Konsumkonjunktur im deutschsprachigen Raum als Absatzmarkt für Bettwäsche. Die Marken Kaepfel und fleurette haben in den vergangenen Jahren im deutlichen Umfang Marktanteile hinzugewonnen und ihren Bekanntheitsgrad ausgebaut.

Bei einem noch zufriedenstellenden Auftragsbestand und Auftragseingang geht der Vorstand der Dierig Holding AG davon aus, dass der Textilbereich die Entwicklung des ersten Halbjahres 2014 auch im zweiten Halbjahr halten kann. Erwartet wird allerdings ein Umsatzrückgang in Südeuropa.

Im Immobilienbereich sind die Unsicherheitsfaktoren gering. Der Mietermix ist breit, strukturelle Abhängigkeiten von einzelnen Mietern bestehen nicht. Die Mietverträge sind zudem meist langfristig und mit Bürgschaften abgesichert. Außerdem sehen die Verträge langfristige Kündigungsfristen vor. Der Anteil gekündigter Flächen ist zwar im Vergleich zum Vorjahr gestiegen, aber Anschlussvermietungen sind wahrscheinlich. Die aktuelle Leerstandsquote bewegt sich auf nach wie vor sehr niedrigem Niveau. Die Baumaßnahmen am Standort Augsburg-Mühlbach und am ehemaligen Augsburger Schlacht- und Viehhof laufen planmäßig. In Summe werden die Immobilienaktivitäten im weiteren Jahresverlauf ihren Trend fortsetzen können.

Positiv bewertet der Vorstand den Optionsvertrag über den für 2014 anstehenden Verkauf der Restgrundstücke am Standort Bocholt. Überdies beschäftigt sich die Immobiliensparte konzeptionell mit interessanten Projekten in Augsburg und Kempten. Mittel, die dem Konzern aus dem möglichen Verkauf von Restgrundstücken in Bocholt und dem für 2015 geplanten Verkauf von weiteren

Wohnungsbaugrundstücken am Standort Augsburg-Mühlbach zufließen, werden wie in der Vergangenheit zur Erweiterung und Aufwertung der Immobilien verwandt.

In Summe rechnet der Dierig-Konzern im zweiten Halbjahr 2014 bei einer anhaltend schwierigen Marktlage im Textilbereich mit einem leicht abgeschwächten Umsatz. Ertragsseitig wird eine Fortschreibung der positiven operativen Erträge auf dem derzeitigen Niveau angestrebt.

Über Dierig

Die Augsburger Dierig-Gruppe wurde 1805 gegründet. Die textilen Gesellschaften der Dierig-Gruppe sind breit aufgestellt. Sie handeln international mit Roh- und Fertiggeweben vielfältiger Qualitäten, bieten Objekttextilien für Hotels, Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen an, entwickeln und verkaufen technische Textilien und produzieren designstarke Markenbettwäsche. Im Bereich der Markenbettwäsche gehört Dierig mit den Marken fleuresse und Adam Kaepfel zu den Marktführern im deutschsprachigen Raum.

Die Immobiliensparte verwaltet, entwickelt und vermarktet das umfangreiche Immobilienvermögen des Konzerns und erweitert dieses über Zukäufe. Die Liegenschaften umfassen rund 500.000 Quadratmeter Grundstücks- und 150.000 Quadratmeter Gebäudeflächen an den Standorten Augsburg und Kempten sowie Restflächen in Bocholt.

Im Jahr 2013 setzte der 194 Mitarbeiter starke Dierig-Konzern 72,3 Millionen Euro um, davon 65,3 Millionen Euro im Bereich Textil und 7,0 Millionen Euro im Bereich Immobilien.

Kontakt

Dierig Holding AG
Kirchbergstraße 23
Tel.: +49 (0) 821 – 52 10 – 395
Fax: +49 (0) 821 – 52 10 – 393
E-Mail: info@dierig.de
www.dierig.de