



Pressemitteilung

Dierig Holding AG bleibt im schwierigen Jahr 2016 auf Kurs

- **Dividendenvorschlag: 20 Cent je Aktie**
- **Immobiliensegment weiter auf Wachstumskurs**
- **Damast-Export rückläufig**
- **Eigenkapitalquote steigt**

Augsburg, 10. April 2017 – Der börsennotierte Dierig-Konzern erwirtschaftete im teilweise schwierigen wirtschaftlichen Umfeld 2016 einen Umsatz von 68,4 Millionen Euro und blieb damit um 7,5 Millionen Euro oder 9,9 Prozent unter dem Vorjahresumsatz in Höhe von 75,9 Millionen Euro, erreichte aber seine Planvorgaben. Hauptursache für den rückläufigen Umsatz war der deutliche Rückgang der Exportgeschäfte nach Westafrika. In diesem Geschäftsbereich musste zudem erhebliche Vorsorge getroffen werden. Die Restrukturierung des Schweiz-Geschäftes wurde 2016 erfolgreich abgeschlossen. Die übrigen textilen Geschäftsfelder entwickelten sich stabil. Der Immobilienbereich setzte 2016 den positiven Trend der Vorjahre fort.

Der Textilbereich erlöste im Jahr 2016 einen Umsatz in Höhe von 60,1 Millionen Euro (im Vorjahr 68,4 Millionen Euro). Im Inland belief sich der Textilumsatz auf 34,6 Millionen Euro (im Vorjahr 35,2 Millionen Euro). 25,5 Millionen Euro setzten die textilen Gesellschaften im Ausland um (im Vorjahr 33,2 Millionen Euro). Die textile Exportquote belief sich im Berichtsjahr auf 42,4 Prozent (im Vorjahr 48,5 Prozent).

Der Immobilienbereich steigerte 2016 seinen Umsatz um 10,7 Prozent auf 8,3 Millionen Euro (im Vorjahr 7,5 Millionen Euro). Durch ein vergrößertes Flächenangebot, eine verdichtete Vermietung und Mietpreisanpassungen konnte die Immobiliensparte ihre Einnahmen steigern. Alle Neu- und Umbauvorhaben verliefen nach Plan. Im Jahr 2016 entfielen 12,1 Prozent des Konzernumsatzes auf den Immobilienbereich (im Vorjahr 9,9 Prozent).

Das Ergebnis vor Ertragsteuern des Dierig-Konzerns im Geschäftsjahr 2016 belief sich auf 3,9 Millionen Euro und liegt damit unter dem Vorjahreswert von 5,4 Millionen Euro. Darin sind Gewinne aus Grundstücksgeschäften von 3,9 Millionen Euro (im Vorjahr 2,8 Millionen Euro) ebenso enthalten wie angemessene Vorsorge für das Afrika-Geschäft. Bereinigt um Gewinne aus Grundstücksverkäufen ergab sich 2016 ein ausgeglichenes Vorsteuerergebnis (im Vorjahr 2,6 Millionen Euro). Erträge aus

Grundstücksverkäufen werden der Konzern- und Immobilienstrategie folgend umgehend und vollständig in das Immobilienvermögen reinvestiert. Im Jahr 2016 investierte der Dierig-Konzern 8,3 Millionen Euro in die Erweiterung und Instandhaltung seines Immobilienvermögens. Gegenüber dem Vorjahr mit einem Investitionsvolumen von 14,9 Millionen Euro gingen die Investitionen damit zwar zurück, bewegten sich aber noch immer auf einem sehr hohen Niveau.

Dividendenvorschlag: 20 Cent je Aktie

Die Eigenkapitalquote des Dierig-Konzerns wird im Wesentlichen von Immobilienprojekten geprägt. Der Zuwachs des Immobilienvermögens (Investment Properties) war 2016 erneut höher als der Anstieg der Verschuldung, die 2016 abgebaut werden konnte. Auch war 2016 aufgrund der anhaltend niedrigen Zinsen ein abermaliger Anstieg der Pensionsrückstellungen erforderlich, die aus dem Eigenkapital erbracht werden mussten. Dennoch gelang es, die Eigenkapitalquote im Verlauf des Jahres 2016 von 25,4 Prozent auf 27,0 Prozent zu steigern. Die Finanzverbindlichkeiten stiegen von 42,2 Millionen Euro zum 31. Dezember 2015 auf 45,4 Millionen Euro zum 31. Dezember 2016.

Aufgrund der stabilen Unternehmensentwicklung schlugen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 19. Mai 2017 die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 20 Cent je dividendenberechtigter Aktie vor.

Rekordjahr für Kaepfel

Die Umsätze der Bettwäschegeellschaften des Dierig-Konzerns lagen im Jahr 2016 saldiert auf dem Niveau des guten Vorjahres, wiewohl der deutsche Heimtextilmarkt 2016 erneut schrumpfte. Damit entwickelten sich die Bettwäschemarken fleuresse und Kaepfel besser als ihr Marktumfeld und konnten Marktanteile hinzugewinnen. Die Marke fleuresse, die Bettwäsche im gehobenen Qualitäts- und Preissegment vorrangig über den Fachhandel absetzt, musste neben einem leicht rückläufigen Umsatz auch Druck auf die Margen aufgrund sich verschlechternder Konditionen hinnehmen. Positiv entwickelten sich die Umsätze der Online-Kollektionen. Höhere Nachfrage zeigte sich dagegen bei preisgünstigen Qualitäten. Vorstandssprecher Christian Dierig: „Die Konsumkonjunktur ist längst nicht so gut, wie es die Statistik glauben macht. In der Konsumstatistik sind auch die Mieten enthalten, die immer weiter steigen. Bei Heimtextilien drehen die Verbraucher den Euro zweimal um und kaufen bevorzugt günstige Ware.“

Vom Trend zu günstiger Bettwäsche konnte die Marke Kaepfel im besonderen Maße profitieren. Kaepfel verkauft günstige Bettwäsche an Großabnehmer und verzeichnete 2016 eines der umsatzstärksten Jahre der Unternehmensgeschichte. Auch zogen 2016 die Verkäufe der Marke Kaepfel an Warenhausketten wieder an. Das Einzelhandelskonzept „Warenhaus“ hat offenbar 2016 seine tiefe Krise überwunden.

Der Umsatz der österreichischen Landesgesellschaft Christian Dierig GmbH, Leonding, mit Bettwäsche der Marke fleuresse übertraf 2016 den Vorjahresumsatz um 1,1 Prozent. Die Schweizer Landesgesellschaft Dierig AG, Wil, konnte 2016 ihre Restrukturierung erfolgreich abschließen. Infolge der Abwanderung des privaten Konsums in den Euro-Raum war der Bettwäscheumsatz in der Schweiz stark

zurückgegangen. Ein wichtiger Restrukturierungsschritt war der Verkauf der Liegenschaft in Wil im ersten Halbjahr 2016. Weil die Immobilienkonjunktur in der Schweiz ähnlich gut ist wie in Deutschland, konnte ein zufriedenstellender Kaufpreis erzielt werden. Die größte Veränderung im operativen Geschäft war die schrittweise und zuletzt komplette Verlagerung der Näherei nach Deutschland. Dank dieser Maßnahmen konnte die Dierig AG ihre Kostenstrukturen an das sinkende Umsatzniveau anpassen.

Die Tochtergesellschaft BIMATEX erzielte im Export von Rohgeweben nach Südeuropa und Frankreich zufriedenstellende Umsätze. Der Handel mit Objekttextilien für Krankenhäuser und Hotels entwickelte sich 2016 weniger erfreulich, da Großkunden dazu übergingen, Standardartikel selbst zu importieren.

Die Christian Dierig GmbH musste im Export hochwertiger Damaste nach Westafrika einen deutlichen Umsatzrückgang hinnehmen. „Zum einen ist dies nachfragebedingt, zum anderen haben wir den Umsatz bewusst zurückgefahren, um Risiken zu vermeiden“, erklärt Christian Dierig. Die schlechte Konsumkonjunktur ist auf mehrere Faktoren zurückzuführen. Die Wirtschaft Westafrikas hat sich vom Bürgerkrieg in Mali und von der Ebola-Epidemie nicht völlig erholt. Hinzu kommt der niedrige Ölpreis, durch den sich die Konjunktur im wichtigen Ölland Nigeria, das mit über 185 Millionen Einwohnern auch das bei weitem bevölkerungsreichste Land Afrika ist, deutlich verschlechtert hat. Dierig: „Die Wirtschaft in Nigeria hängt am Öl. Ist der Ölpreis niedrig, steigt sofort die Arbeitslosigkeit. Anders als bei uns gibt es in Nigeria kaum staatliche soziale Sicherungssysteme. Wer arbeitslos wird, begibt sich in den Schutz der Großfamilie. Selbst wohlhabendere Familien können darauf nur mit radikalem Konsumverzicht reagieren. Deshalb ist 2016 die Konsumkonjunktur zusammengebrochen.“ Im Afrika-Geschäft musste die Christian Dierig GmbH 2016 Wertberichtigungen bilden, um Vorsorge vor Zahlungsausfällen zu treffen. Anders als beim Damastexport erzielte die Christian Dierig GmbH beim Handel mit technischen Textilien als Basisgewebe für die Schleifscheibenproduktion geplant positive Ergebnisse. Das neue Geschäftsfeld der Christian Dierig GmbH, der weltweite Handel mit technischen Textilien für die Filtration, entwickelte sich 2016 plangemäß. Im dritten Jahr der Aktivitäten gelang es, wichtige Kunden zu gewinnen.

Lokaler Immobilienpartner eines Weltkonzerns

Einen Rekordumsatz und ein gutes Ergebnis erzielte der Dierig-Konzern in seiner Immobiliensparte. Größtes Immobilienvorhaben des Jahres 2016 war die Errichtung von Neubauten für den Mieter Faurecia am Standort Gersthofen. Nachdem der Dierig-Konzern dort im Vorjahr Erweiterungsflächen im Wert von acht Millionen Euro erwarb, wurden 2016 auf einer Teilfläche im Auftrag des Mieters Faurecia für weitere rund sieben Millionen Euro umfangreiche Erweiterungsbauten errichtet. Diese wurden 2016 fristgerecht fertiggestellt und dem Mieter planmäßig übergeben. Es handelt sich um einen Neubau einer Produktionshalle und eines Bürogebäudes, außerdem wurde eine früher als Lager genutzte Halle zu einer Fertigungshalle umgebaut und diese erweitert.

Der Automobilzulieferer Faurecia nutzt den Gesamtkomplex seit seiner Fertigstellung als weltweites Technologiezentrum für die Katalysatorentechnik. Im Zuge der Standorterweiterung für Faurecia hatte der Dierig-Konzern 2015 rund 50.000 Quadratmeter Gewerbegrundstücke erworben. „Für die restliche Fläche in direkter

Autobahnnähe zeigte sich reges Interesse“ erklärt Immobilienvorstand Bernhard Schad. „In Verhandlungen mit potenziellen Investoren und Mietern konzipieren wir alternative Nutzungen für die Fläche.“

Zudem konnte der Dierig-Konzern 2016 die Entwicklungstätigkeit im Augsburger Schlachthofquartier abschließen. Dort wurden 2016 zwei neue Mieteinheiten nach dem Umbau an die Mieter übergeben, auch konnte die letzte freie Mieteinheit vermarktet werden.

Prognose: 2017 weiterer Umsatzrückgang möglich

Der Dierig-Konzern ist wie geplant in das Jahr 2017 gestartet und erwartet in diesem Jahr einen Rückgang des Textilumsatzes in einer Größenordnung zwischen fünf und zehn Prozent gegenüber dem Jahr 2016. Die Immobiliensparte wird dagegen mit einem prognostizierten Umsatzplus von zehn bis zwölf Prozent ihren Wachstumskurs fortsetzen. Gleichwohl kann der Konzernumsatz 2017 im Vergleich zu 2016 rückläufig sein.

Der Dierig-Konzern geht davon aus, dass der Bettwäschemarkt in Deutschland abermals schrumpfen wird, und erwartet deshalb einen leichten Rückgang des inländischen Bettwäscheumsatzes. Zwar wird durch steigende Einkommen und die stetig wachsende Beschäftigung die Kaufkraft der Konsumenten weiter wachsen und auch die extrem niedrigen Zinsen bilden keine Sparanreize. Auf dem Markt für Bettwäsche werden diese positiven volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen aber kaum Wirkung entfalten, da die Konsumenten ihre Ausgaben auf andere Güter richten werden. Zudem wird das Wahljahr 2017 den Konsum dämpfen. Wie sich in der Vergangenheit gezeigt hat, wirken sich Bundestagswahlen häufig negativ auf die Konsumkonjunktur aus: Im Wahlkampf neigen die Oppositionsparteien und insbesondere die Protestparteien dazu, die wirtschaftliche und politische Lage im Land negativ darzustellen. Viele Verbraucher reagieren darauf intuitiv mit Kaufzurückhaltung und Angstsparen. Die Schweizer Bettwäsche-Gesellschaft hat die aufgrund der konjunkturellen Entwicklung notwendige Restrukturierung zu Beginn des Jahres 2017 abgeschlossen und rechnet im aktuellen Geschäftsjahr mit einem Umsatz annähernd auf Vorjahresniveau. Die österreichische Landesgesellschaft rechnet für 2017 mit einem sowohl im Inland wie in den CEE-Staaten leicht wachsenden Bettwäscheumsatz.

Beim Handel mit Damasten in Westafrika ist 2017 aufgrund der anhaltenden Konsum- und Devisenschwäche in der Abnehmerregion ein weiterer Umsatzrückgang möglich. Dierig wird die Damast-Produktion anpassen und gegebenenfalls auch 2017 dazu gezwungen sein, Vorsorge zu treffen. Neugeschäfte werden restriktiv betrieben. Beim Handel mit technischen Textilien erwartet die Gesellschaft bei den Basisgeweben für die Schleifmittelproduktion gleichbleibend hohe Umsätze. Im Bereich der Filtrationsgewebe wird ein Wachstum erwartet, das jedoch von einem niedrigen Niveau ausgeht.

Im Gewebehandel mit Abnehmern in Südeuropa und Frankreich erscheint eine Rückkehr zu höheren Absatzmengen 2017 kaum möglich: Die südeuropäische und französische Heimtextilien-Industrie ist durch die jahrelange Rezession unterfinanziert. Im Hinblick auf das hohe Ausfallrisiko und die mangelnde Absicherung durch Lieferantenkreditversicherungen müssen die Handelsgeschäfte

mit hoher Vorsicht betrieben werden. Im Objektgeschäft mit Hotel- und Krankenhauswäsche wird ebenfalls kein Mengenwachstum erwartet. Geplant ist vielmehr, die Sortiments- und Kundenstruktur zu verändern.

Die Immobiliensparte geht in ihren Planungen von weitgehend stabilen Mietverhältnissen und einer guten Nachfrage nach Gewerbeflächen an den Konzernstandorten Augsburg und Kempten aus. Durch die heterogene Flächen- und Mieterstruktur mit 160.000 Quadratmetern Mietflächen unterschiedlicher Nutzungsarten und Preiskategorien und 260 Mietern ist das Vermietungsgeschäft stabil. Nachdem 2016 das Schlachthofquartier komplett entwickelt und am Standort Porschestraße in Gersthofen große neue Mietflächen an den Mieter Faurecia übergeben wurden, die im Geschäftsjahr 2017 komplett umsatzrelevant werden, ist mit einem Anstieg des Immobilienumsatzes um zehn bis zwölf Prozent zu rechnen. Ebenfalls werden an die Inflationsrate und Mietpreissteigerungen gekoppelte indizierte Mieten für ein Umsatzplus sorgen.

Über Dierig

Die Augsburger Dierig-Gruppe wurde 1805 gegründet. Die textilen Gesellschaften der Dierig-Gruppe sind breit aufgestellt. Sie handeln international mit Roh- und Fertigteweben vielfältiger Qualitäten, bieten Objekttextilien für Hotels, Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen an, 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 530.000 Quadratmeter Grundstücks- und 160.000 Quadratmeter Gebäudeflächen an den Standorten Augsburg und Kempten.

Im Jahr 2016 setzte der 197 Mitarbeiter starke Dierig-Konzern 68,4 Millionen Euro um, davon 60,1 Millionen Euro im Bereich Textil und 8,3 Millionen Euro im Bereich Immobilien.

Kontakt

Dierig Holding AG
Kirchbergstraße 23
86157 Augsburg
Tel.: +49 (0) 821 – 52 10 – 395
Fax: +49 (0) 821 – 52 10 – 393
E-Mail: info@dierig.de
www.dierig.de