

SMART.
CASUAL.



TOM TAILOR

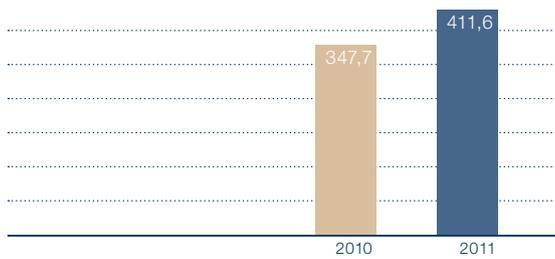
Kennzahlen

in Mio. EUR	2011	2010	Veränderung absolut	Veränderung relativ
Umsatz	411,6	347,7	63,9	18,4 %
Retail	154,6	106,7	47,9	44,9 %
Wholesale	257,0	241,0	16,0	6,6 %
Umsatzanteil (in %)				
Retail	37,6	30,7		
Wholesale	62,4	69,3		
Materialaufwand	210,0	187,9	22,1	11,8 %
Rohertrag	201,6	159,8	41,8	26,2 %
Rohertragsmarge (in %)	49,0	46,0		
Bereinigtes EBITDA	48,1	40,1	8,0	20,0 %
Bereinigte EBITDA-Marge (in %)	11,7	11,5		
Einmaleffekte	1,7	10,0	-8,3	-83,0 %
davon aufgrund Börsengang	-	8,0	-8,0	
EBITDA	46,4	30,1	16,3	54,2 %
EBITDA-Marge (in %)	11,3	8,7		
Bereinigtes EBIT	27,8	25,2	2,6	10,3 %
Bereinigte EBIT-Marge (in %)	6,8	7,2		
Einmaleffekte	7,0	18,1	-11,1	-61,3 %
davon Amortisation Kaufpreisallokation (PPA) aus 2005	5,3	8,1	-2,8	
EBIT	20,8	7,1	13,7	193,0 %
EBIT-Marge (in %)	5,1	2,0		
Bereinigtes Periodenergebnis	15,0	12,4	2,6	21,0 %
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,91	0,87	0,04	4,6 %
Einmaleffekte inkl. kalk. Steuereffekt	4,9	10,0	-5,1	-51,0 %
davon Amortisation Kaufpreisallokation (PPA) aus 2005	3,7	5,6	-1,9	
Periodenergebnis	10,1	2,4	7,7	320,8 %
Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,59	0,15	0,44	
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	20,4	15,0	5,4	36,0 %
Mittelabfluss aus Investitionen	21,9	25,4	-3,5	-13,8 %
Mitarbeiter am 31.12. (absolut)	1.541	1.207	334	27,7 %
davon Wholesale	467	467	-	-
davon Retail	1.074	740	334	45,1 %

in Mio. EUR	31.12.2011	31.12.2010	Veränderung absolut	Veränderung relativ
Bilanzsumme	320,5	287,9	32,6	11,3 %
Eigenkapital	113,7	100,2	13,5	13,5 %
Eigenkapitalquote (in %)	35,5	34,8		
Eigenkapitalrendite (in %)	8,9	2,4		
Liquide Mittel	9,3	22,5	-13,2	-58,7 %
Finanzverbindlichkeiten	84,0	74,6	9,4	12,6 %
Nettoverschuldung	74,6	52,1	22,5	43,2 %
Nettoverschuldung/bereinigtes EBITDA (in Jahren)	1,6	1,3		
Verschuldungsgrad (in %)	65,6	52,0		

Umsatz

in Mio. EUR

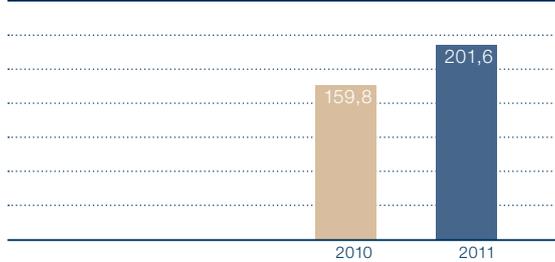


Umsatz

+18,4 %

Rohertrag

in Mio. EUR

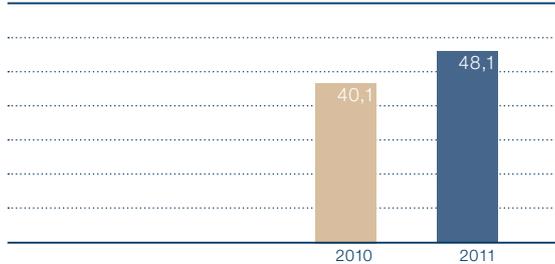


Rohertrag

+26,2 %

Bereinigtes EBITDA

in Mio. EUR

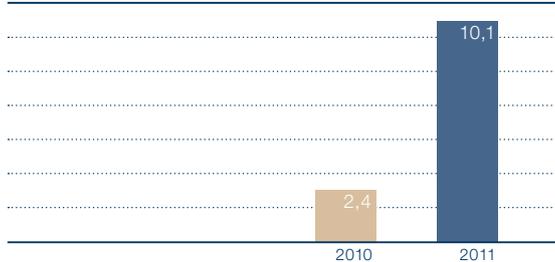


Bereinigtes EBITDA

+20,0 %

Periodenergebnis

in Mio. EUR



Periodenergebnis

+320,8 %

Smart.

Wir handeln getreu unserem Leitspruch „Act Premium. Sell Volume“ und wollen so TOM TAILOR zu einem der großen Modeunternehmen in Europa machen. Wir vertreiben unsere Produkte über die Segmente Retail und Wholesale und streben ein überproportionales Retail-Wachstum an. So erzielen wir höhere Margen und stärken die Markenwahrnehmung. Mittels tagesaktueller Umsatz-Auswertung stimmen wir unser Angebot genau auf die Wünsche unserer Kunden ab. Im Wholesale-Segment vertreiben wir große Volumina über etablierte Warenhäuser und Bekleidungsketten; die kontrollierte Fläche in diesem Segment bleibt auch in Zukunft ein bedeutender Vertriebskanal. Unsere Wertschöpfungskette ist höchst effizient – Kennzeichen dafür sind ein analytischer Designprozess, eine stabile Beschaffungsbasis und kurze Lead Times. Wir können im weiteren Wachstumsprozess unser Geschäftsmodell ohne wesentliche organisatorische Anpassungen multiplizieren und so die Ertragskraft kontinuierlich steigern.

Casual. Denim.

1962 gegründet, sind wir heute ein hocheffizient arbeitendes, international aufgestelltes und stark am Kunden orientiertes Modeunternehmen im mittleren Preissegment mit weltweit mehr als 1.500 Mitarbeitern. Wir produzieren und vertreiben monatlich wechselnde Kollektionen der Marken TOM TAILOR Casual und TOM TAILOR Denim für Frauen, Männer, Kinder und Babys in hoher Qualität zu attraktiven Preisen. Unsere Kleidung ist modisch frisch und unkompliziert; gleichzeitig solide verarbeitet und mit Liebe zum Detail gefertigt. Jede Kollektion besitzt ihren eigenen authentischen Stil; gemeinsam spiegeln die Kollektionen die unverkennbare Kernaussage von TOM TAILOR wider: „Casual fashion for a casual life.“ 2012 werden wir mit TOM TAILOR POLO TEAM eine dritte eigenständige Division am Markt einführen. Abgerundet wird die hochwertige TOM TAILOR-Fashionwelt durch ein umfangreiches Angebot an modischen Accessoires und Lizenzprodukten.

Inhalt

11 Unternehmensporträt

67 Konzernlagebericht

119 Konzernabschluss

185 Corporate Governance

199 Weitere Informationen

5 Brief an die Aktionäre
11 Der Vorstand
13 Smart. Success.
15 Die TOM TAILOR-Markenwelt

43 Interview – 50 Jahre TOM TAILOR
49 Smart. Growth.
63 Aktie und Investor Relations

69 Geschäft und Rahmenbedingungen
78 Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
91 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
94 Innovation und Entwicklung
96 Nachhaltigkeit und Verantwortung
99 Erklärung zur Unternehmensführung

100 Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat
102 Angaben nach § 315 Abs. 4 HGB sowie
Erläuterungen des Vorstands
105 Chancen und Risiken
113 Nachtragsbericht
114 Prognosebericht

121 Gewinn- und Verlustrechnung
122 Gesamtergebnisrechnung
123 Kapitalflussrechnung
124 Bilanz

126 Konzern-Eigenkapital
128 Konzernanhang
183 Versicherung der gesetzlichen Vertreter
184 Bestätigungsvermerk

187 Corporate Governance-Bericht | Erklärung zur
Unternehmensführung nach § 289 a HGB
196 Bericht des Aufsichtsrats

200 Glossar
202 Finanzkalender | Kontakt | Impressum



Hamburg, im März 2012

Sehr geehrte Aktionäre, liebe Freunde des Unternehmens,

das Jahr 2011 markiert einen neuen Höhepunkt in der Umsetzung unserer Expansions- und Markenstrategie. Neben einer sehr guten wirtschaftlichen Performance zeigt sich unser Erfolg in der deutlich gestiegenen Wahrnehmung und Akzeptanz der Marke TOM TAILOR bei unseren Endkunden. Die Ergebnisse der viel beachteten Outfit Studie 7.0 des Spiegel-Verlags belegen eindrucksvoll, dass die Bekanntheit unserer Marke in Deutschland mittlerweile bei über 93 % liegt. Damit gehört TOM TAILOR mit Platz 8 nicht nur zu den zehn bekanntesten Modemarken, sondern auch zu den erfolgreichsten Aufsteigern der letzten Jahre. Die Zahl der TOM TAILOR-Konsumenten hat sich im Analysezeitraum mehr als verdoppelt und deren Kaufbereitschaft hat sich nahezu verdreifacht. Die Studienergebnisse sind ein starkes Signal für das Wachstumspotenzial von TOM TAILOR. In den kommenden Jahren wollen wir diese aussichtsreiche Position weiter konsequent nutzen.

Wir haben 2011 den Umsatz um 18,4 % auf 412 Mio. EUR gesteigert und damit das stärkste prozentuale Wachstum der letzten fünf Jahre erzielt. Beide Segmente – Retail und Wholesale – haben zu dieser erfreulichen Entwicklung beigetragen. Im Retail-Segment haben wir durch die Eröffnung neuer TOM TAILOR-Stores sowie durch die Übernahme von Franchise-Stores die Zahl unserer Stores um 90 auf 248 deutlich gesteigert und den Umsatz in diesem Segment signifikant um 44,9 % auf 154,6 Mio. EUR erhöht. Gleichzeitig haben wir unseren Umsatz pro Quadratmeter verbessert: Im vergangenen Jahr legte der Umsatz im Segment Retail auf vergleichbarer Fläche um 6,8 % zu. Damit sind wir deutlich stärker gewachsen als die Modebranche insgesamt, die in Deutschland 2011 stagnierte. Diese Zahlen zeigen zweierlei: Unser Geschäftsmodell, Erfolg versprechende Trends rasch aufzugreifen und einer breiten Verbrauchergruppe zu einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten, bewährt sich. Und wir liegen mit unserer Strategie, die kontrollierten Verkaufsflächen mit Nachdruck auszubauen, richtig.

Auch unser E-Commerce-Geschäft hat sich 2011 positiv entwickelt. TOM TAILOR verzeichnete in diesem Bereich ein Umsatzplus von 13,5 % auf 24,7 Mio. EUR. Wir sind überzeugt, dass das E-Commerce Geschäft weiter an Bedeutung gewinnen wird. Daher haben wir hier die Marketinginvestitionen im vierten Quartal 2011 erhöht. Erste Erfolge konnten wir bereits verzeichnen: Der Umsatz in den ersten zwei Monaten 2012 stieg gegenüber dem Vergleichszeitraum um 45,3 % an. Diese Zahlen bestärken uns darin, weiter in diesen Bereich zu investieren und einen europaweiten Online-Shop aufzubauen, um unsere Marke überall in Europa erreichbar zu machen.

Unser Umsatz im Segment Wholesale lag 2011 mit 257 Mio. EUR um beachtliche 6,6 % über dem Vorjahr. Dies ist ein Indikator dafür, dass wir mit unserer Produktperformance im Handel und bei unseren Partnern überzeugen. So haben wir zum Beispiel die Anzahl unserer Shop-in-Shops um 345 auf 1.786 Shops ausgebaut. Unsere internationale Expansion haben wir in diesem Segment unter anderem mit der Eröffnung eines Showrooms in Moskau vorangetrieben, in dem wir unsere Kollektionen präsentieren und monatlich an die Wholesale-Kunden verkaufen. Dies ist ein erster Schritt in einen Markt mit einem enormen Kundenpotenzial.

Entlastung zeichnete sich nach einem schwierigen Jahresbeginn 2011 auf der Beschaffungsseite ab. Die hohen Baumwollpreise, die im Frühjahr zwischenzeitlich bei über 200 US-Cent pro Pfund taxierten und so zu erheblichen Mehrbelastungen bei Beschaffung und Logistik führten, sanken im Jahresverlauf deutlich und lagen per Ende Dezember bei circa 95 US-Cent pro Pfund. Prognosen sehen den Baumwollpreis bis Mitte 2014 dauerhaft bei unter 100 US-Cents pro Pfund. Auch wenn dies im Einkauf zu einer gewissen Entspannung führt, ist der Beschaffungsmarkt in Asien gleichwohl in den letzten Jahren enger geworden.

Der Wettbewerb um Kapazitäten wird wohl auch weiter zunehmen, nicht zuletzt deshalb, weil die wachstumsstarken Schwellenländer mehr Produktionskapazitäten für die eigenen Märkte benötigen. Daher haben wir entschieden, mit einem bewährten asiatischen Partner eine Einkaufsgesellschaft in Hongkong zu gründen, um uns langfristig den Zugriff auf die erforderlichen Produktionskapazitäten zu sichern. Ziel ist es, den Einkauf in Asien künftig direkt zu steuern und Vorteile aus der Bündelung von Einkaufsvolumina zu realisieren. Im zweiten Halbjahr 2012 wollen wir erste Kollektionen über die neue Einkaufsgesellschaft beziehen.

Im Hinblick auf unsere wesentliche Steuerungsgröße, das bereinigte EBITDA, haben wir die Prognose-spanne von 48 bis 51 Mio. EUR mit 48,1 Mio. EUR am unteren Rand eingehalten. Angesichts der herausfordernden Rahmenbedingungen sind wir mit diesem Ergebnis vollends zufrieden. Wir mussten Belastungen aus den zu Jahresbeginn unerwartet hohen Baumwollpreisen, höheren Lohn- und Logistikkosten und höheren Vorlaufkosten für die Store-Eröffnungen im Retail-Segment verarbeiten. Zusammen mit zusätzlichen Rückstellungen sowie nicht budgetierten höheren Marketingaufwendungen beeinflussten diese Effekte das EBITDA stärker als geplant. Dennoch entwickelte sich unsere Ertragslage mit einem Anstieg des bereinigten EBITDA um 20 % insgesamt positiv. Daher freue ich mich Ihnen mitzuteilen, dass Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2011 erstmalig eine Dividendenausschüttung in Höhe von 0,17 EUR pro Aktie vorschlagen werden.

TOM TAILOR besitzt heute eine vielfältige Lifestyle-Welt mit zwei eigenständigen Markenprofilen – TOM TAILOR Casual und TOM TAILOR Denim. Im Jahr 2012 werden wir unter der Dachmarke TOM TAILOR eine dritte Division einführen: TOM TAILOR POLO TEAM. Die sportiven Kollektionen sind im mittleren bis oberen Preissegment angesiedelt und sollen über den Wholesale sowie in ausgewählten Retail-Stores vertrieben werden.

TOM TAILOR wird in den nächsten Jahren die konsequente Expansion der kontrollierten Flächen weiter forcieren, um durch überdurchschnittliches Wachstum weitere Skaleneffekte zu heben. Daher haben wir uns für das laufende Jahr wieder ehrgeizige Ziele gesetzt. So planen wir für 2012 die Eröffnung von 60 bis 70 neuen Retail-Stores und von 200 bis 250 neuen Shop-in-Shop-Flächen. Wachsen wollen wir vorrangig in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Aus heutiger Sicht erwarten wir 2012 einen Umsatz von mindestens 470 Mio. EUR. Das bereinigte EBITDA soll zwischen 51 und 53 Mio. EUR liegen und berücksichtigt die strategischen Investitionen in die Marke TOM TAILOR sowie in die Produktqualität. Es ist bereinigt um Sonderaufwendungen von 3 Mio. EUR für die Anfang 2012 erfolgte Refinanzierung. Im Februar haben wir unsere Finanzierungsbasis für die nächsten fünf Jahre zu attraktiven Konditionen gesichert. Somit stehen für das weitere Wachstum unserer Gesellschaft unabhängig von der Schuldenkrise in Europa ausreichend Finanzmittel zur Verfügung.

Wir haben alle entscheidenden Weichen gestellt, um TOM TAILOR durch konsequente Expansion zu einem der großen Modeunternehmen Europas zu entwickeln. Im Namen des gesamten Vorstands danke ich unseren Mitarbeitern für ihr großes Engagement und Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, für Ihr Vertrauen in unser Unternehmen.

Ihr



Dieter Holzer



DIETER HOLZER
Vorstandsvorsitzender/CEO





TOM TAILOR





Der Vorstand

Dieter Holzer | * 1964 | Vorstandsvorsitzender | CEO

Dieter Holzer leitet die TOM TAILOR-Gruppe seit September 2006. In seinen Zuständigkeitsbereich fallen die Geschäftsfelder Unternehmensstrategie, Vertrieb, E-Commerce und Public Relations.

1982 bis 1985 absolvierte Dieter Holzer eine Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann im Textilhandel. Nach mehreren Stationen in der Modebranche – unter anderem im Bereich Produktentwicklung – war er von 1995 bis 2000 für ESPRIT tätig. Als Manager für den Großhandel zeichnete Holzer dort für die Märkte Deutschland, Großbritannien und Osteuropa verantwortlich. 2000 wechselte er als CEO zu Tommy Hilfiger Deutschland. Dort leitete er von 2000 bis 2006 den Aufbau des Wholesale-, Retail- und Franchise-Geschäfts in den Kernmärkten Deutschland und Osteuropa. Zudem war er für den weltweiten Roll-out des E-Commerce-Geschäfts von Tommy Hilfiger verantwortlich. (Bild Zweiter von links)

Dr. Axel Rebien | * 1971 | Vorstand Finanzen | CFO

Dr. Axel Rebien ist seit Oktober 2005 bei der TOM TAILOR-Gruppe. Als CFO ist er für Finanzen und Rechnungswesen, Controlling, Investor Relations, IT, Personal, Logistik und Recht zuständig.

Nach Beendigung seiner Ausbildung zum Bankkaufmann studierte Dr. Axel Rebien Wirtschaftswissenschaften an der Gottfried Wilhelm Leibniz Universität Hannover. 1999 begann er seine berufliche Laufbahn bei der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Arthur Andersen. Dort war er von 2000 bis 2002 zunächst als Projektleiter und ab 2001 als Manager im Bereich Transaction Advisory Services tätig. Berufsbegleitend promovierte er an der Technischen Universität Chemnitz mit dem Thema Unternehmensbewertung zum Dr. rer. pol. Nach dem Zusammenschluss von Arthur Andersen mit Ernst & Young war er dort bis 2005 als Manager im Bereich Transaction Advisory Services tätig. (Bild Zweiter von rechts)

Christoph Rosa | * 1971 | Vorstand Produktentwicklung, Beschaffung und Lizenzen | CPO

Christoph Rosa ist seit September 2008 als CPO innerhalb der TOM TAILOR-Gruppe für die Produktentwicklung, Beschaffung und Lizenzen aller Divisionen zuständig.

Seine Ausbildung zum Kaufmann im Einzelhandel bei der Sinn AG beendete Christoph Rosa 1994. Im Anschluss studierte er Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule Fulda mit den Schwerpunkten Marketing, Personal und Rechnungswesen. Nach Beendigung seines Studiums arbeitete er vier Jahre lang in einer leitenden Position im Einkauf von P&C West. Darauf folgend verantwortete er die gesamte Kollektionsentwicklung sowie den Ausbau der Systembausteine NOOS und Flash Repeat bei Street One. 2007 bis 2008 war er als Freelancer bei TOM TAILOR beschäftigt; er hat in dieser Zeit die Kollektionsausrichtung des Labels TOM TAILOR WOMEN CASUAL maßgeblich überarbeitet. (Bild rechts)

Dr. Marc Schumacher | * 1977 | Vorstand Retail | CRO

Dr. Marc Schumacher ist seit Juli 2011 als Chief Retail Officer für den Geschäftsbereich Retail und das Marketing bei der TOM TAILOR-Gruppe verantwortlich.

Dr. Marc Schumacher absolvierte von 1998 bis 2001 ein internationales Ausbildungsprogramm bei der HUGO BOSS AG und studierte begleitend an der Berufsakademie Stuttgart Betriebswirtschaftslehre. 2001 wechselte er zur Breuninger Unternehmensgruppe. Dort war er zunächst Assistent der Geschäftsleitung und von 2003 bis 2008 Direktor Marketing und Kommunikation. Berufsbegleitend absolvierte er ein MBA-Programm an der Leipzig Graduate School of Management und promovierte zum Thema Konsumentenverhaltensforschung an der Handelshochschule Leipzig zum Dr. rer. oec. 2008 trat er in die TOM TAILOR Holding AG als Director Retail und International Marketing ein. (Bild links)

Smart. Success.

In den letzten Jahren sind Markenbekanntheit, Markenbesitz und Kaufbereitschaft von TOM TAILOR deutlich gestiegen – ein großartiger Erfolg und eine hervorragende Basis für unsere weitere Expansion.



TOM TAILOR steigerte 2011 seinen Umsatz um 18 % auf 412 Mio. EUR und erzielte damit das stärkste prozentuale Wachstum in den letzten fünf Jahren. Auch die Profitabilität ist weiter gestiegen: Das bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Abschreibungen und Steuern (EBITDA) erreichte 48,1 Mio. EUR (+ 20 %), das Periodenergebnis stieg sogar um 321 % auf 10,1 Mio. EUR. Diese eindrucksvolle Entwicklung bestätigt die in den vergangenen Jahren implementierte Strategie.

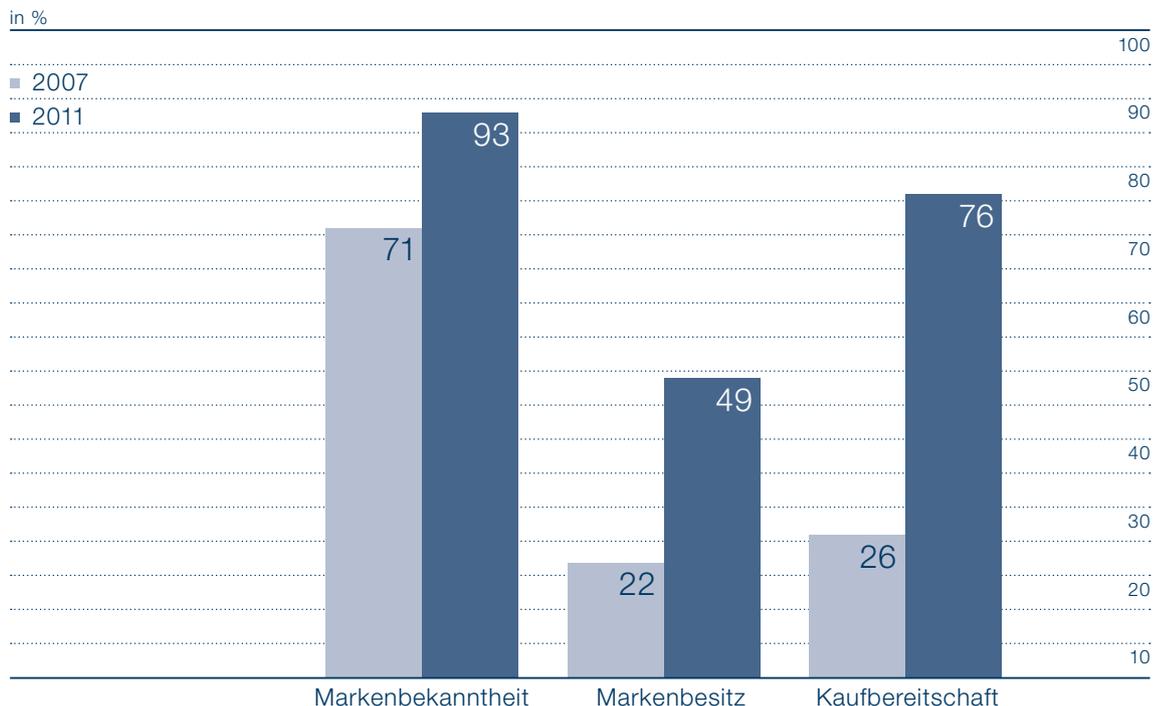
Entscheidend für den anhaltenden finanziellen Erfolg sind aber auch nichtfinanzielle Kriterien wie die Wahrnehmung und Akzeptanz der Marke TOM TAILOR bei unseren Endkonsumenten. Die Wahrnehmung der Marke erhöhen wir insbesondere durch gezieltes Point-of-Sale-Marketing in unseren eigenen Retail-Stores und eine adäquate Ansprache und Beratung unserer Kunden.

Die aktuelle SPIEGEL Outfit Studie 7.0 aus dem Jahr 2011, die Markenbekanntheit, den Besitz und die Kaufbereitschaft von Marken in Deutschland gemessen hat, belegt eindrucksvoll den

Erfolg unserer Strategie. Im Vergleich zum Jahr 2007, in dem die Studie das letzte Mal durchgeführt worden war, konnte TOM TAILOR in allen drei Bereichen eindeutig gewinnen und im Vergleich zu unseren Wettbewerbern die höchsten Steigerungsraten erzielen. Diese Ergebnisse machen uns stolz und sind zugleich Ansporn für die Zukunft.

Die Bekanntheit der Marke TOM TAILOR liegt in Deutschland mittlerweile bei über 93 %. Damit gehören wir mit Platz 8 zu den zehn bekanntesten Modemarken in Deutschland. Die Zahl der Konsumenten, die heute TOM TAILOR-Mode besitzen, hat sich mit 49 % mehr als verdoppelt. Noch entscheidender für unseren zukünftigen Erfolg ist aber das auf die Zukunft ausgerichtete Kriterium Kaufbereitschaft. Drei von vier Befragten können es sich laut Studie vorstellen, Produkte von TOM TAILOR zu kaufen bzw. wieder zu kaufen. Diese Zahl ist in den vergangenen vier Jahren von 26 % auf 76 % gestiegen. Sie beschreibt das Wachstumspotenzial, das TOM TAILOR hat und das wir in den nächsten Jahren konsequent nutzen wollen.

SPIEGEL Outfit Studie 7.0



Quelle: SPIEGEL Outfit Studie 7.0 (2011); SPIEGEL Outfit Studie 6 (2007).



TOM TAILOR

TOM TAILOR

MEN CASUAL

36 %

Anteil am Konzernumsatz 2011

1979

unter der Marke TOM TAILOR
etabliert

698

MEN CASUAL Shop-in-Shops
per Ende 2011



TOM TAILOR





TOM TAILOR

TOM TAILOR

WOMEN CASUAL

33 %

Anteil am Konzernumsatz 2011

1999

Einführung der Modelinie
für Damen

9 Millionen

Artikel 2011 verkauft



TOM TAILOR





TOM TAILOR

TOM TAILOR

KIDS, MINIS & BABY

11 %

Anteil am Konzernumsatz 2011

1996

Startschuss für KIDS;
MINIS und BABY folgen

8.000 m²

Shop-in-Shop-Verkaufsfläche
per Ende 2011



TOM TAILOR



TOM TAILOR



TOM TAILOR *Denim*

TOM TAILOR

Denim Male

10 %

Anteil am Konzernumsatz 2011

2007

Launch der Young Fashion Linie
für junge Männer

29 %

Umsatzwachstum 2011



TOM TAILOR *Denim*





TOM TAILOR *Denim*

TOM TAILOR

Denim Female

9 %

Anteil am Konzernumsatz 2011

2007

Launch der Young Fashion Linie
für junge Frauen

56 %

Umsatzwachstum 2011



TOM TAILOR *Denim*





TOM TAILOR
POLO TEAM

TOM TAILOR

POLO TEAM

10 Millionen EUR

Umsatz 2011

2010

Start der TOM TAILOR
POLO TEAM Kollektion

2012

Einführung als eigene
Division unter der Dachmarke
TOM TAILOR



TOM TAILOR
POLO TEAM





TOM TAILOR

TOM TAILOR

ACCESSOIRES & LIZENZEN

20

Linien im Jahr 2011, von Taschen
bis Bettwäsche

1995

Erste TOM TAILOR-Accessoires

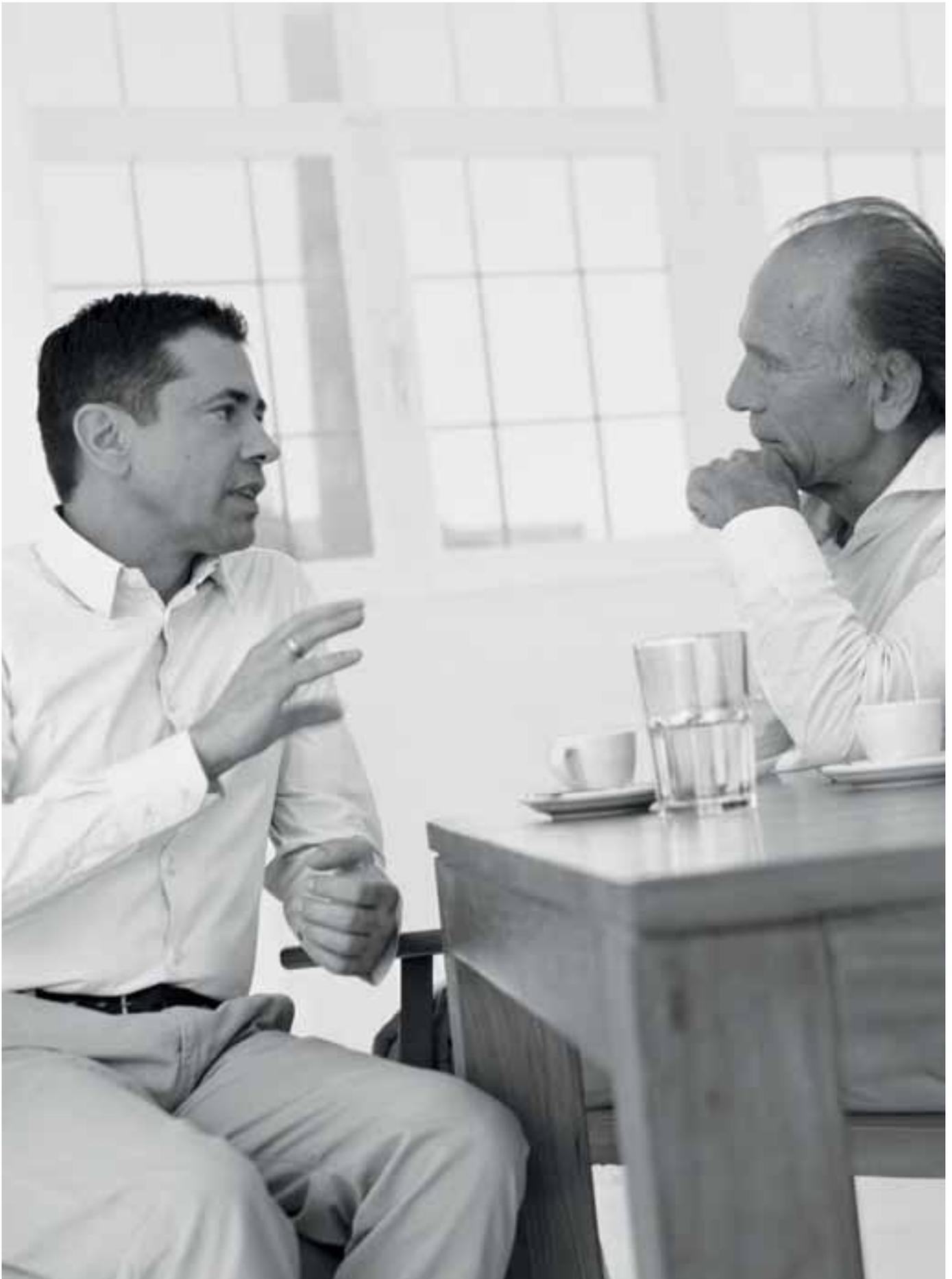
2012

Launch von TOM TAILOR-
Bodywear für Frauen



TOM TAILOR





Dieter Holzer – Vorstandsvorsitzender von TOM TAILOR
Uwe Schröder – Gründer und Aufsichtsratsvorsitzender von TOM TAILOR

„Ich hatte schon immer einen Hang zur Mode; die heutige Reichweite hab ich damals natürlich noch nicht erahnt.“

(Uwe Schröder)

Interview mit dem Gründer und Aufsichtsratsvorsitzenden Uwe Schröder und dem Vorstandsvorsitzenden Dieter Holzer



Herr Schröder, TOM TAILOR feiert 2012 seinen 50. Geburtstag. Wie kam es eigentlich zur Gründung des Unternehmens?

Uwe Schröder: Ich war damals noch sehr jung, gerade 20 Jahre! Ein Bekannter, Herr Pünjer, hatte damals die Vorgängerfirma von TOM TAILOR gekauft und mich gefragt, ob ich mit ihm zusammen das Unternehmen aufbauen möchte. Zu dieser Zeit war ich im Export beschäftigt und viel in Südamerika und Afrika unterwegs. Zur Mode habe ich mich schon immer hingezogen gefühlt. Also habe ich zugestimmt. Und so haben wir damals ohne Geld mit einem geliehenen Schreibtisch und einem Telefon angefangen. Begonnen haben wir mit dem Import von Frotteetüchern aus Indien, in großen zusammengepackten Seebällen. Diese hab ich in Frankfurt im Gefängnis

abpacken lassen und in Hamburg an Budnikowsky verkauft. Das war damals unser erster Kunde. Irgendwann sind wir dann über Unterwäsche zur Mode gekommen. Zum einen aus Interesse, zum anderen waren viele meiner Freunde seinerzeit in der Branche tätig. Der Bedarf nach Bekleidung war riesengroß. Über einen eher zufälligen Kontakt habe ich die ersten Hemden in Hongkong eingekauft. So wurden wir im Laufe der Zeit einer der größten Hemdenimporteure in Hamburg. Damit hat auch die Produktion in China begonnen.

Wie sind Sie auf den Namen TOM TAILOR gekommen?

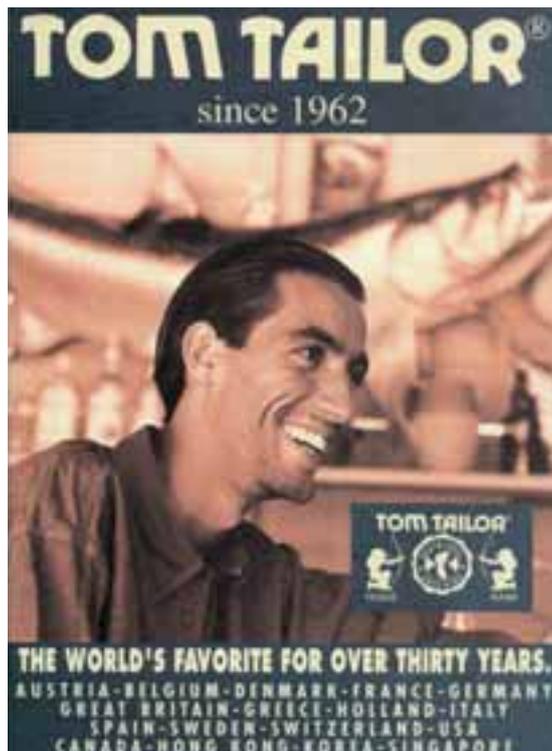
Uwe Schröder: Ich war wieder einmal in China unterwegs, wo die Stoffe quasi über Kontakte „verteilt“ wurden. Von dieser Reise habe ich ein Stück Cord mitgenommen, daraus hier eine Hose nähen lassen und sie bei Kaufhäusern und Händlern vorgestellt. Die Nachfrage war enorm – so viel Ware hatte ich gar nicht. Gute Ware war zu dieser Zeit knapp. Das Hosenmuster hatte ich Tom genannt. Tailor folgte im Gespräch mit Herrn Pünjer, denn Tom war als möglicher Firmenname zu kurz. Es lag im Grunde auf der Hand. Was taten wir? Schneider. Also TOM TAILOR. Der Name war praktischerweise auch international.

Anfang der 60er Jahre in der Speicherstadt ein Handelsunternehmen für Hemden zu gründen – lag das damals im Trend?

Uwe Schröder: Die Firma, die Herr Pünjer damals gekauft hatte, das war ursprünglich ein Tee- und Konservenhandel mit Räumen in der Speicherstadt. Etwa zehn Jahre lang war das unser Arbeitsplatz. Das war eine tolle Zeit.

Was waren Ihre Visionen und unternehmerischen Ziele für das Unternehmen?

Uwe Schröder: Ich hatte immer den Hang zur Mode und wollte aus diesem „Bauchladen“ ein angesagtes Modeunternehmen aufbauen. Die heutige Reichweite habe ich damals natürlich nicht erahnt. Wichtig war zu der Zeit, Geld zu verdienen. Nichtsdestotrotz hab ich mein Ziel immer vor Augen gehabt und verfolgt. Der Fokus lag zunächst auf Herrenmode. Das war mein Steckenpferd. Damenmode folgte erst 1999.



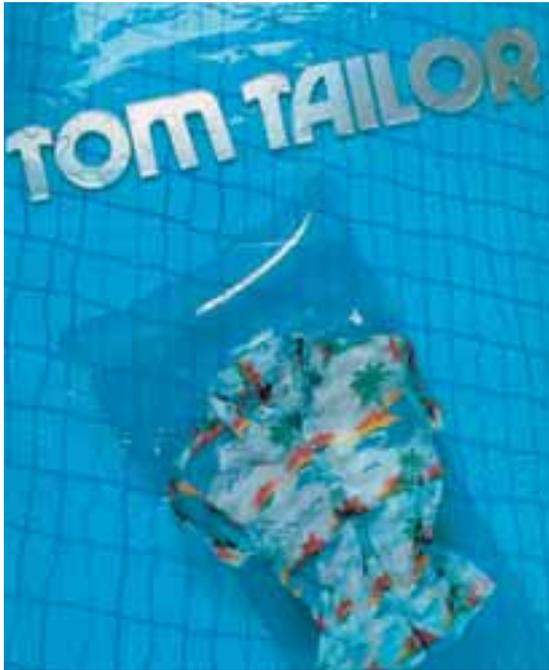
TOM TAILOR Frühjahr/Sommer-Kampagne 1992

Wenn Sie sich das Unternehmen heute anschauen, welche Ereignisse haben Sie als besonders entscheidende Meilensteine in Erinnerung?

Uwe Schröder: Besonders gern erinnere ich mich an die Zeit, in der wir noch selbst die Kartons aus dem LKW ausgeladen haben. Heute sehen wir die Ware größtenteils gar nicht mehr. Die erste große Wende kam im Jahr 1979, als wir aus dem Handelsunternehmen eine Marke gemacht und die Firma TOM TAILOR geschaffen haben. Das war ein großer Schritt. Bedeutend war auch das Kennenlernen von Herrn Holzer im Jahr 2005. Nach dem ersten Gespräch war gleich klar, dass die Chemie zwischen uns stimmt. 2006 kam er an Bord. Seither leitet er das Unternehmen mit viel Geschick. Ich habe immer das Glück gehabt, gute Partner an meiner Seite zu haben. Dann war natürlich der Börsengang ein ganz einschneidender Schritt, der dieses Unternehmen in andere Sphären gebracht hat. Mit einem Schreibtisch anzufangen und dann Jahre später an der Börse zu sein, das ist eine beeindruckende Entwicklung. Die vielen weiteren Aktivitäten in den letzten 50 Jahren sehe ich eher als Teil des zugrunde liegenden Geschäfts- und Entwicklungsprozesses von TOM TAILOR.

Herr Schröder, in den 90er Jahren haben Sie Ihr Geschäftsmodell diversifiziert: im Jahr 1996 Kollektionen für Kinder und 1999 das Label TOM TAILOR WOMEN CASUAL eingeführt. Ferner haben Sie Ihr Sortiment mit einem großen Angebot an Lizenzprodukten abgerundet. Was waren die Beweggründe für diese Schritte? Konnten Sie sofort Erfolge verzeichnen?

Uwe Schröder: Der Markt hat die jeweiligen Schritte von uns gefordert. Wir wurden immer größer. Viele Kunden haben uns nach bestimmten Produkten gefragt und wir haben unsere Marke TOM TAILOR weiterentwickelt in Richtung Lifestyle-Marke. Das lief teilweise von Anfang an sehr gut, aber wir haben natürlich auch Fehler gemacht. Das gehört dazu.



TOM TAILOR-Kampagne 1988

Im Großen und Ganzen haben wir es aber gut gemeistert, wie man heute sieht.

Herr Holzer, was hat Sie daran gereizt, 2006 das Ruder bei TOM TAILOR zu übernehmen? Wie haben Sie das Unternehmen und die Marke TOM TAILOR wahrgenommen?

Dieter Holzer: Das eine hängt mit dem anderen zusammen. Ich hatte ja bereits lange Jahre in der Modeindustrie gearbeitet. TOM TAILOR war immer ein Begriff und mir war klar, dass in dem Unternehmen viele ungenutzte Wachstumspotenziale schlummern, einfach aufgrund des Potenzials der Marke. Die Marke hatte Relevanz, war aber noch nicht ausreichend wettbewerbsfähig, um weiter zu wachsen. Als ich mich damals mit Herrn Schröder traf, hatte ich gleich ein sehr gutes Gefühl. Die ganze Kultur des Unternehmens hat mir gefallen. Mein Ziel war es, der Marke das zu geben, was ihr zusteht, und ihre Wettbewerbsfähigkeit aufzubauen. Es war mir sehr klar, wo ich TOM TAILOR hinbringen wollte. Deshalb habe ich mich zu diesem Schritt entschieden.

Was hat sich mit dem neuen Management und dem neuen Mehrheitseigentümer geändert, Herr Holzer?

Dieter Holzer: Wir haben das Unternehmen sehr schnell in allen Bereichen neu strukturiert. Also dem Unternehmen mehr Profil, mehr Leistungsfähigkeit im Produkt und auf der Fläche gegeben. Es gab damals zum Beispiel noch eine Handelsvertreterstruktur, die wir durch eigene Vertriebsmitarbeiter mit Fokus auf Flächenmanagement abgelöst haben. Viel verändert haben wir in der Logistik, denn die Ware muss zur richtigen Zeit, in der richtigen Menge und in der richtigen Qualität am Point of Sale sein. Uns war klar, dass wir Marktführerschaft nur durch Systemführerschaft erlangen können. Natürlich sind wir mit unserer Größe noch weit weg von der Marktführerschaft, aber für diese Strategie spielt Größe keine Rolle. Wenn das System funktioniert, werden wir automatisch weiter wachsen. Dieses System aufzusetzen und die Sinne der Mitarbeiter dafür zu schärfen waren die wesentlichen Inhalte meiner Aktivitäten in den ersten beiden Jahren.

Wie hat der Börsengang das Unternehmen verändert?

Dieter Holzer: Der Börsengang hat das Unternehmen aus der Private-Equity-Struktur befreit. Private-Equity-Investoren besaßen ja seit 2003 die Mehrheit an TOM TAILOR. Durch den Börsengang haben wir in jeder Beziehung eine ganz andere Wahrnehmung, bei Lieferanten, Kunden, Mitarbeitern und eben jetzt den Aktionären, zu denen wir einen engen Kontakt pflegen. Über unsere laufende Berichterstattung sind wir sehr öffentlich und transparent geworden. Unsere Partner schätzen das. Auch bei unserer Expansion hilft die Transparenz. Sie erleichtert uns zum Beispiel die Suche nach geeigneten Standorten für unsere Retail-Stores.

Wie empfinden Sie diese Veränderungen, Herr Schröder? Wie beurteilen Sie den Stand des Unternehmens heute?

Uwe Schröder: Zuvor waren wir ein familiengeführtes Unternehmen, und ich hatte, ehrlich gesagt, anfangs natürlich schon ein paar Bedenken vor diesen Veränderungen. Im Nachhinein aber betrachte ich es ausschließlich positiv. Wir können heute viel schneller und flexibler agieren. Das ist ein großer Vorteil für die weitere Entwicklung von TOM TAILOR.

War es in den 60er Jahren einfach, gute Mitarbeiter zu gewinnen, Herr Schröder?

Uwe Schröder: Wir benötigten am Anfang ja nicht so viele Mitarbeiter. Unser Unternehmen galt immer als äußerst sympathisch. Im Handel hatten und haben wir auch heute einen guten Namen. Wir haben Dinge auch mal anders gemacht, so, wie wir sie für richtig hielten, selbst wenn das vereinzelt weniger profitabel war. Heute ist das nicht mehr möglich, heute bestimmen Größen wie Umsatz und Renditen das Geschäft. Früher war das ganz normal, dass wir ein Jahr extrem viel Geld verdient haben und im anderen Jahr

weniger, ganz nach der Redewendung „Kaufmannsgut ist wie Ebbe und Flut.“ Und diese Eigenständigkeit, dieses Selbstbewusstsein beurteilten auch die Mitarbeiter positiv.

Herr Holzer, wie, würden Sie sagen, hat sich die Situation im Vergleich zu damals geändert? Was tun Sie heute, um das Unternehmen für Mitarbeiter attraktiv zu machen und auch zu halten?

Dieter Holzer: Der gute Geist, den Herr Schröder beschrieben hat, der ist nach wie vor da. Wir sind ein modernes Unternehmen und legen Wert darauf, offen zu kommunizieren und unsere Mitarbeiter zu begeistern. Da erfolgreiche Unternehmen eine natürliche Attraktivität besitzen, haben wir es als Arbeitgeber bei der aktuellen Entwicklung verhältnismäßig leicht. Dazu kommt noch unser Standortvorteil. Hamburg ist einfach eine wunderschöne Stadt. Nicht zuletzt ist die Kultur unseres Unternehmens darauf ausgerichtet, unseren Mitarbeitern vielfältige Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten in einem internationalen Umfeld zu bieten. Wir haben flache Hierarchien, und das Gesamtpaket macht es für Mitarbeiter äußerst attraktiv, bei uns und für uns zu arbeiten.

TOM TAILOR-Meilensteine

1962

Gründungsjahr von TOM TAILOR

Das Vorgängerunternehmen von TOM TAILOR erblickt das Licht der Welt. Uwe Schröder und Hans-Heinrich Pünjer starten mit dem Import von Textilien – und einem geliehenen Schreibtisch.

1971

Die ersten eigenen Kollektionen entstehen

Die Gesellschaft beginnt, eigene Kollektionen herzustellen und zu vertreiben. Das Unternehmen fokussiert sich zu dieser Zeit auf den Vertrieb von Herren- und Sportmode.

1979

Die Marke TOM TAILOR wird geboren

Eine Cordhose mit dem Label Tom bildet den Grundstein für die heutige internationale Modemarke TOM TAILOR. Die Hose ist sehr begehrt und beliebt. Die Bestellungen übertreffen die Liefermöglichkeiten um ein Vielfaches.

1999

Launch der WOMEN CASUAL Linie

Mit der Einführung von TOM TAILOR WOMEN CASUAL wagt sich das Unternehmen in den Bereich Damenmode vor. Die Linie trägt heute zu einem Drittel des Gesamtumsatzes bei, Tendenz steigend.

Herr Schröder, wie würden Sie das Umfeld in der Mode- und Textilindustrie und Ihr Vertriebskonzept in den 60er Jahren beschreiben?

Uwe Schröder: In den ersten Jahren unserer Unternehmerzeit bin ich noch selbst mit dem Auto in Deutschland herumgefahren. Ich habe selbst produziert und selbst verkauft. Später haben wir mit Handelsvertretungen in den unterschiedlichen Bundesgebieten zusammengearbeitet. Teilweise haben wir gemeinsam mit den Handelsvertretern die Kollektionen entwickelt. Sie waren näher am Kunden und wussten genau, was gefragt war. Waren karierte Hemden gefragt, haben wir karierte Hemden besorgt. Erst Anfang der 70er Jahre haben wir angefangen, eigene Kollektionen zu entwickeln und zu verkaufen. Und das tun wir heute noch, nur natürlich wesentlich ausgereifter. 1979 wurde dann die Marke TOM TAILOR etabliert. Ich habe jahrelang fast nur in Asien gelebt, dort die Produktion geleitet, während Herr Pünjer hier für das Management und die Finanzen verantwortlich war. Zu dieser Zeit bin ich im Grunde nur für die Verkäufe nach Deutschland geflogen.

Spannend! Und nun, Herr Holzer, bitte beschreiben Sie das heutige Vertriebskonzept.

Dieter Holzer: Die Handelsvertreterstruktur war für die damalige Zeit sicherlich ein gutes Vertriebsmodell, aber die vorhin beschriebene Wettbewerbsfähigkeit im Systemgeschäft erfordert spezifischeres Know-how und mehr Köpfe; insbesondere bei zwölf wechselnden Kollektionen im Jahr. Heute sucht der Handel nach wie vor Produkte, hat aber deutlich gestiegene betriebswirtschaftliche Anforderungen. Diesen können wir mit eigenem Personal, den sogenannten Area Managern, besser begegnen. Diese kennen ihre Kunden und deren Flächen und planen diese systematisch mit den Kunden, sodass auf den vorgegebenen Flächen ein inhaltlich und optisch abgestimmtes Sortiment angeboten wird.

Welche Rolle spielt der Bereich E-Commerce; sehen Sie darin das Geschäft der Zukunft?

Dieter Holzer: E-Commerce ist unglaublich wichtig, zumal unsere Zielkundschaft sehr Internet-affin ist. Der Online-Auftritt erhöht die Erreichbarkeit der Marke. Gleichzeitig können wir unsere

2006

Dieter Holzer wird CEO von TOM TAILOR

Er tritt an, das Potenzial der Marke TOM TAILOR zu heben. Der Umbau zu einem vertikal integrierten Systemlieferanten beginnt. TOM TAILOR expandiert. Retail wird zum strategischen Wachstumssegment.

2007

Der Startschuss für TOM TAILOR Denim fällt

„Young fashion for young personalities“ – so lautet der Slogan der jungen Marke TOM TAILOR Denim Male & Female. Das Unternehmen entwickelt eine innovative neue Linie für die Zielgruppe der 15- bis 25-Jährigen.

2010

Der Börsengang – Start in eine neue Ära

Am 24. März ist es so weit: TOM TAILOR geht an die Börse. Mit den Mitteln aus dem Börsengang wird die weitere internationale Expansion vorangetrieben und die Kapitalstruktur verbessert.

2011

TOM TAILOR erreicht Spitzenwerte in Markenstudie

Im Herbst erscheint die Spiegel Outfit Studie 7.0. Sie bescheinigt der Marke TOM TAILOR Spitzenwerte bei Markenbekanntheit, Markenbesitz und Kaufbereitschaft. Das Unternehmen ist der Gewinner in der aktuellen Umfrage.

Markenwelt emotionalisieren und besser erklären. Wir machen heute 6,0 % des Umsatzes mit E-Commerce. Mittelfristig gehen wir von einem Umsatzanteil von rund 10 % des Gesamtumsatzes aus. Die Bedeutung von E-Commerce wird weltweit weiter steigen, aber auch der Wettbewerb wird zunehmen. Daher werden wir im Jahr 2012 unsere Marketinginvestitionen in das Online-Geschäft erhöhen.

Was hat Sie auf die Idee gebracht, die Linie TOM TAILOR Denim einzuführen, Herr Holzer?

Dieter Holzer: TOM TAILOR spricht mit seiner Casual Linie Menschen ab 25 an. TOM TAILOR brauchte zusätzlich eine jugendliche Linie, um die Marke jung zu halten und die jüngere Zielgruppe nicht an den Wettbewerb zu verlieren, ohne dabei die Marke zu kannibalisieren. Unsere Spezialisten in der Denim Division haben nicht einfach Young Fashion gemacht, sondern eine wirklich neue Linie entwickelt. Wir haben uns mit TOM TAILOR Denim sehr eindeutig und scharf positioniert, um die 15- bis 25-Jährigen anzusprechen. Wir haben zum Beispiel stringent andere, genau auf diese Zielgruppe zugeschnittene Passformen berücksichtigt, sprich kleinere Größe und schmalere Schnitte. Diese Stringenz hat zu einem der erfolgreichsten Launches in dieser Industrie geführt. Unsere Denim-Division wächst überdurchschnittlich. Am Markt gibt es im gesamten Denim Segment unglaublich viel Leidenschaft, aber auch unglaublich wenig System. Wir haben mit der Kombination aus Leidenschaft und System eine zuverlässige Größe etabliert. Wir sind ein sehr zuverlässiger Lieferant, der mit systemischem Trend-Management ein gutes Grundrauschen sichert.

Herr Holzer, welchen wesentlichen Herausforderungen muss sich das Unternehmen stellen?

Dieter Holzer: Trends kommen und gehen heute immer schneller. Internet und die Medien allgemein tragen dazu bei. Für uns als Fashion

Follower wird die Herausforderung damit größer, diese Trends zu erkennen und unserer Zielkundschaft anzubieten. Das „Bestseller-Management“ hat sich inzwischen fast überholt. Wir sprechen heute eher von „Trend-Management“. Mit zwölf Kollektionen können wir grundsätzlich sich rasch ändernde Trends schnell adaptieren. Das ist ein wesentlicher Wettbewerbsvorteil von TOM TAILOR. Diesen Ansatz zu verfeinern, das ist die Herausforderung der Zukunft. Darüber hinaus beschäftigen unsere Branche im Allgemeinen natürlich die steigenden Lohnkosten in Asien und der Preis der Baumwolle, der sich aber Prognosen zufolge bis Mitte 2014 dauerhaft auf dem aktuell entspannten Niveau bewegen soll.

Wie werden Sie beide den 50. Geburtstag von TOM TAILOR feiern?

Dieter Holzer: Wir werden den 50. Geburtstag zum Anlass nehmen, mit vielen verschiedenen Gruppen zu feiern. Wir werden mit den Mitarbeitern feiern, mit den Kunden und mit den Endverbrauchern. Es wird das ganze Jahr über verschiedene Aktivitäten geben.

Herr Holzer, was wünschen Sie sich für TOM TAILOR für die nächsten 50 Jahre?

Dieter Holzer: Dass das Unternehmen in Qualität weiter wächst und dass TOM TAILOR überall auf der Welt eine begehrte Marke ist.

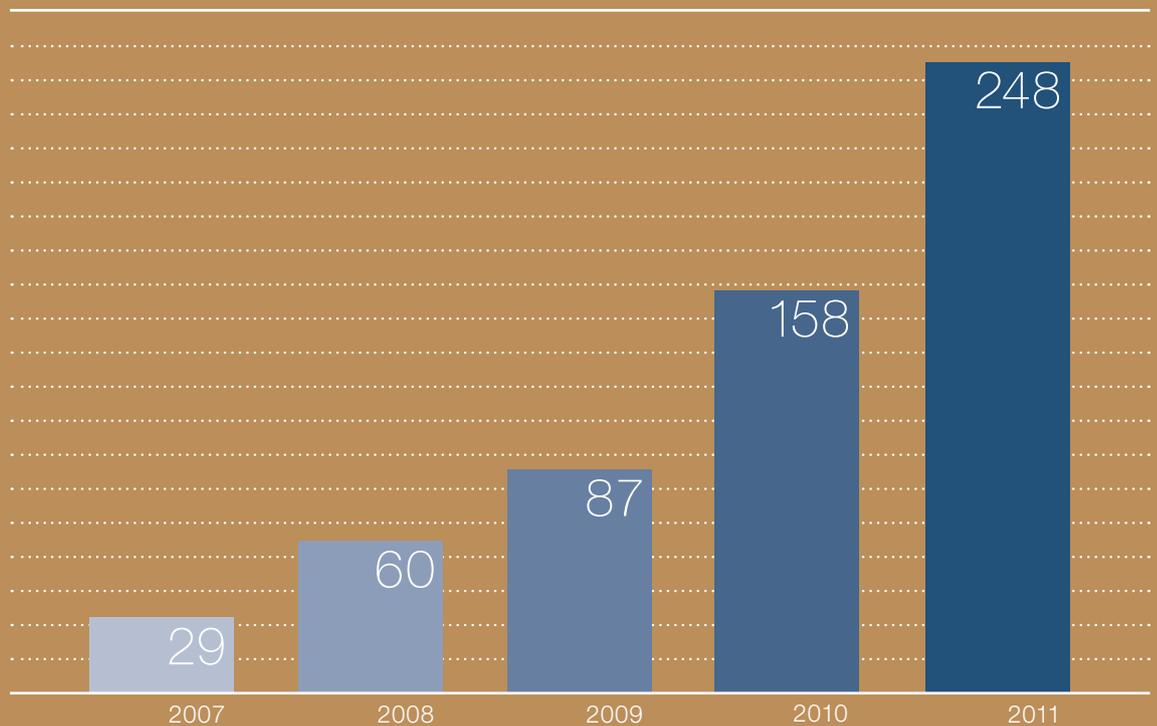
Und was steht für das Jahr 2012 auf der Agenda?

Dieter Holzer: Wir werden 2012 konsequent weiter wachsen und expandieren. So werden wir auch in diesem Jahr wieder 60–70 neue Retail-Stores eröffnen. Ein Höhepunkt wird sicherlich auch der Launch von TOM TAILOR POLO TEAM. Zudem werden wir weiter in die Marke TOM TAILOR und in die Qualität unserer Produkte investieren.

SMART. GROWTH.

TOM TAILOR auf Expansionskurs

Anzahl Retail-Stores



Smart. Distribution.

Wir können unser Geschäftsmodell multiplizieren, ohne wesentliche organisatorische Anpassungen vornehmen zu müssen. Dabei streben wir ein überproportionales Retail-Wachstum an. Das steigert die Markenwahrnehmung, erlaubt eine bessere Kontrolle der Wertschöpfungskette und führt künftig zu höheren Margen.





Hamburg



Düsseldorf



Stuttgart



Dortmund



Frankfurt



Neu-Isenburg



Lüneburg



Herford

Smart Distribution

WACHSTUM BEI WEITERER STEIGERUNG DER ERTRAGSKRAFT

2011 war für TOM TAILOR erneut ein erfolgreiches Jahr. Wir konnten unseren Umsatz auf 412 Mio. EUR steigern. Das bereinigte EBITDA erreichte 48,1 Mio. EUR, das Periodenergebnis 10,1 Mio. EUR. Die Zahl unserer eigenen Retail-Stores sowie unserer kontrollierten Flächen im Wholesale-Segment haben wir deutlich ausgeweitet.

Insgesamt sind wir per Ende 2011 mit 248 eigenen Stores, dem TOM TAILOR-E-Commerce-Geschäft, 155 Franchise-Stores, 1.786 Shop-in-Shop-Flächen und rund 6.000 Multi-Label-Verkaufsstellen in Europa vertreten.

TOM TAILOR wird auch zukünftig seinen eingeleiteten profitablen Wachstums- und Expansionskurs fortsetzen. 2012 und 2013 planen wir, pro Jahr zwischen 60 und 70 weitere Retail-Stores und im Bereich Wholesale 200 bis 250 Shop-in-Shops sowie 20 bis 25 Franchise-Stores zu eröffnen. Die bereits vorhandene Infrastruktur für die gesamte Wertschöpfungskette – von der Entwicklung der Kollektionen bis zum Verkauf an den Endverbraucher – ermöglicht es uns dabei,

ohne Anpassung unserer Beschaffungs- und Vertriebsstruktur, das heißt ohne einen wesentlichen Kostenanstieg, zu expandieren.

TOM TAILOR verfügt allein aufgrund seiner Größe national und international über ein hohes Wachstumspotenzial. Ende 2011 hatte TOM TAILOR im deutschen Heimatmarkt 142 Mono-Label-Stores (Retail- und Franchise-Stores). Der Vergleich mit den mehreren 100 Stores einiger wesentlicher Wettbewerber, die teilweise nur ein einziges Markenkonzept vertreiben, zeigt die hier noch nicht ausgeschöpften Möglichkeiten.

Ein weiteres bedeutendes Element unserer Strategie ist die Expansion ins Ausland. Attraktive Wachstumsmöglichkeiten bieten sich vor allem in unseren ausländischen Kernmärkten Österreich, der Schweiz, den Benelux-Staaten und Frankreich. Diese Länder sind aufgrund der bereits bestehenden erfolgreichen Marktpräsenz, der stabilen Nachfrage sowie ihrer geografischen Nähe zum Heimatmarkt attraktive Absatzmärkte für TOM TAILOR.

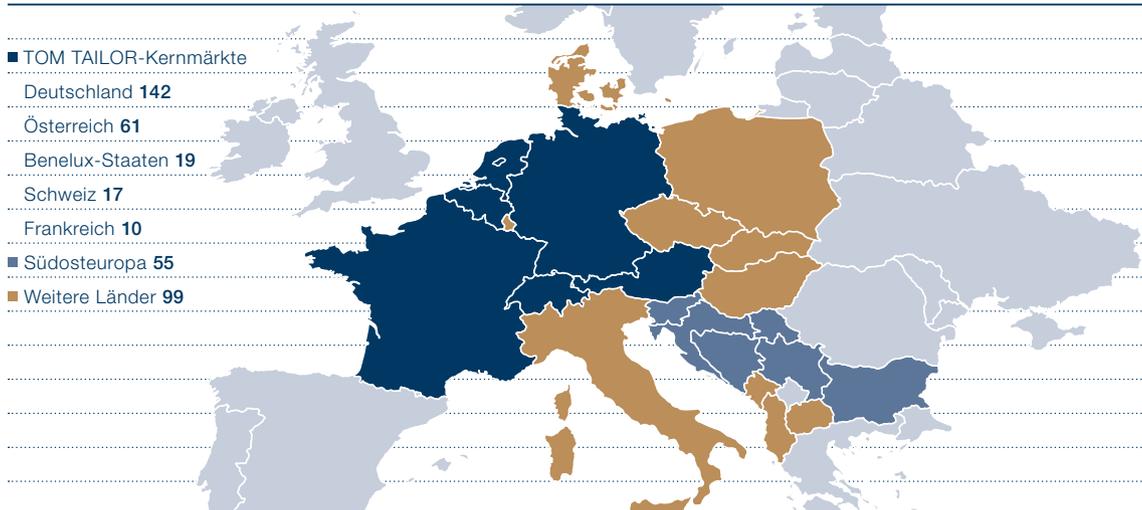
Der Schwerpunkt unserer Expansion liegt dabei weiter ganz eindeutig im Segment Retail und der Eröffnung weiterer selbst betriebener Stores

Internationale Expansion in ausgewählte Märkten

Anzahl Mono-Label-Stores

31.12.2011

- TOM TAILOR-Kernmärkte
- Deutschland 142
- Österreich 61
- Benelux-Staaten 19
- Schweiz 17
- Frankreich 10
- Südosteuropa 55
- Weitere Länder 99



in diesen Regionen. Darüber hinaus wollen wir auch im Segment Wholesale weiter wachsen. In Moskau haben wir 2011 einen eigenen Showroom eröffnet, in dem wir unsere Kollektionen präsentieren und monatlich an die Wholesale-Kunden verkaufen. Im September 2011 ist TOM TAILOR in den polnischen Markt expandiert. Bei der Erschließung dieses Markts konzentriert sich das Unternehmen auf Einkaufszentren mit hoher Kundenfrequenz und hoher Flächenproduktivität sowie attraktiven Mietpreisen. Wir werden in den nächsten Jahren in weitere Länder expandieren mit einer an den jeweiligen Markt angepassten Strategie. So werden wir den Markteintritt in Länder wie z. B. China oder die Türkei prüfen, um von der dortigen hohen Nachfrage nach attraktiver Bekleidung zu profitieren.

TOM TAILOR-Produkte werden heute in 35 Ländern vertrieben. Dabei haben wir im Geschäftsjahr 2011 35,1 % unserer Umsätze im Ausland generiert, nach 31,5 % im Vorjahr.

Das beschriebene Wachstum wird zu positiven Skaleneffekten führen, da wir unser Geschäftsmodell ohne eine proportionale Erhöhung der Mitarbeiterzahl in den Bereichen Personal, Ver-

waltung und Entwicklungsorganisation multiplizieren können. Gleichzeitig werden die Entwicklungs- und Musterkosten pro Artikel aufgrund steigender Stückzahl sinken. Unser Wachstum sollte also zukünftig nicht nur zu einem deutlichen Umsatzzuwachs, sondern auch zur kontinuierlichen Steigerung der relativen Ertragskraft führen.

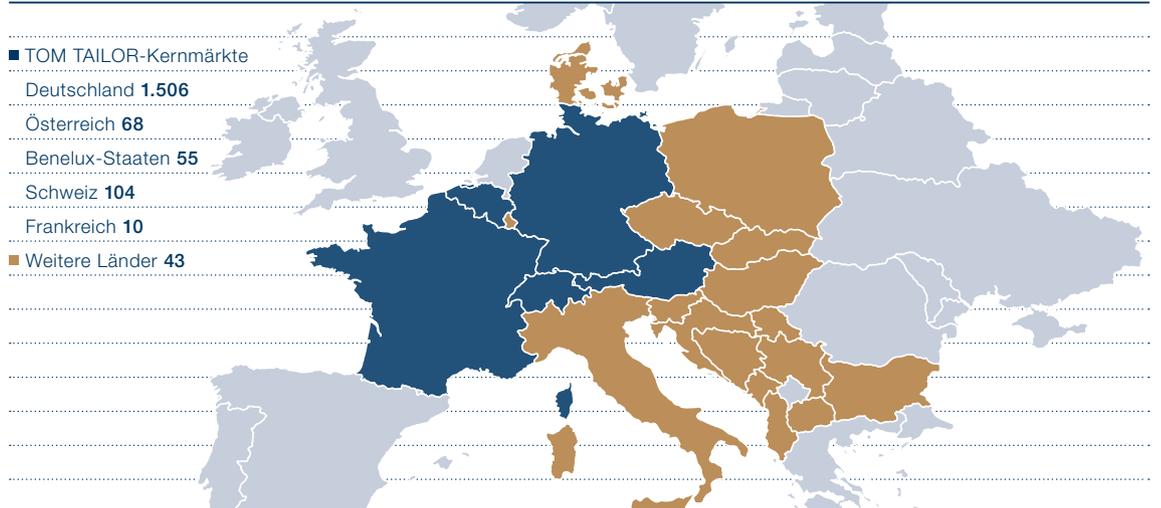
Die weitere Expansion wird zudem durch die günstige Kapitalstruktur nach dem Börsengang getragen. Dadurch haben wir unsere Nettverbindlichkeiten und entsprechend unseren Zinsaufwand deutlich reduziert. Anfang 2012 haben wir zudem die bisherige Leverage-Buy-out-Struktur durch eine marktgerechte, günstige und auf das Wachstum von TOM TAILOR ausgerichtete Bankenfinanzierung abgelöst und damit die Finanzierung unserer Gesellschaft für die nächsten Jahre gesichert.

Internationale Expansion in ausgewählte Märkten

Anzahl Shop-in-Shops

31.12.2011

- TOM TAILOR-Kernmärkte
- Deutschland **1.506**
- Österreich **68**
- Benelux-Staaten **55**
- Schweiz **104**
- Frankreich **10**
- Weitere Länder **43**



AUSBAU DER KONTROLLIERTEN VERKAUFS- FLÄCHEN STEIGERT MARKENWAHRNEH- MUNG UND FÜHRT ZU SKALENEFFEKTEN BEIM ERTRAG

Die vorangehend erläuterte Multiplikation unseres Geschäftsmodells soll durch den Ausbau der profitablen Bewirtschaftung der von uns kontrollierten Verkaufsflächen erfolgen. Somit stellen wir sicher, dass unsere Kollektionen im für TOM TAILOR richtigen „Look and Feel“ präsentiert werden und steigern die Wahrnehmung der TOM TAILOR-Marken. So konnten wir in den letzten Jahren die Markenbekanntheit, den Besitz und die Kaufbereitschaft für TOM TAILOR deutlich steigern, wie die Spiegel Outfit Studie 7.0 im Jahr 2011 belegt hat (siehe Seite 13).

Aber nicht nur der Ausbau unserer Markenpräsenz spricht für diese Strategie, sondern vor allem die zu erzielenden Skaleneffekte. Insgesamt streben wir ein überproportionales Umsatzwachstum unserer eigenbetriebenen Retail-Flächen an, von derzeit 37,6 % auf mittelfristig 60 %. Wir haben in den letzten Jahren massiv in unser Retail-Segment investiert. Das beinhaltet unter anderem den Aufbau einer erfahrenen und motivierten Führungsriege, die Reorganisation der Warenwirtschaft, die Einführung von Reporting- und Planungstools – etwa für die Personaleinsatzplanung. Diese Investitionen sind die Basis für die weitere Retail-Expansion in den nächsten Jahren. Die Steigerung selbst geführter Ladenflächen führt in Kombination mit der Fashion-Follower-Strategie zu höheren Umsätzen und stärkeren Margen. Die Tatsache, dass wir in unseren Retail-Stores die zuvor zwischengeschalteten Händlerprovisionen selbst verdienen, trägt auch zu diesem Margenanstieg bei.

Grundsätzlich erreichen wir durch einen höheren Retail-Anteil eine bessere Kontrolle über den Wertschöpfungsprozess. So können wir das Angebot noch enger an den Bedürfnissen unserer Kunden ausrichten. Wir sehen unmittelbar, wie neue Kollektionen ankommen und welche Artikel besonders gut gefallen. Mittels unseres Waren-

wirtschaftssystems kennen wir den Abverkauf eines einzelnen Artikels zu jeder Zeit. So können wir den gesamten Warenfluss schnell und flexibel an neue Trends anpassen und den Abverkauf gezielt steuern, um möglichst hohe Umsätze pro Quadratmeter Verkaufsfläche zu erzielen. Die Abverkaufsdaten fließen zudem unmittelbar in den Planungs- und Entwicklungsprozess neuer Kollektionen ein. Unser Wachstum auf der sogenannten vergleichbaren Fläche (Like-for-Like-Wachstum) belegt den Erfolg dieser Strategie: Es lag im Jahr 2011 bei 6,8 %, während der Gesamtmarkt in Deutschland stagnierte. Wir bauen so unseren Vorsprung bzw. unsere Wettbewerbsvorteile gegenüber kleineren, langsameren und vertriebsschwächeren Mitbewerbern weiter aus.

Im Wholesale-Segment, dem Geschäft mit gewerblichen Kunden, bauen wir unsere Franchise-Stores und Shop-in-Shops aus. Weniger Gewicht legen wir damit in Zukunft auf den Bereich Multi-Label, wo unsere Produkte neben anderen Marken präsentiert werden. Von unseren Erfahrungen aus den eigenen Retail-Stores profitieren die Wholesale-Kunden, indem wir unsere Erkenntnisse auf den Wholesale-Flächen übernehmen. Zudem dürfen auf der jeweiligen Verkaufsfläche nur TOM TAILOR-Produkte verkauft werden. Die Bestückung erfolgt in den meisten Fällen durch den Wholesale-Kunden selbst. Wir haben jedoch damit begonnen, analog zum Retail-Segment auch im Wholesale-Segment die Bestückung der Verkaufsflächen selbst zu übernehmen und diese noch stärker zu kontrollieren. Das Wholesale-Geschäft erlaubt den Vertrieb von großen Volumina über etablierte Warenhaus- und Bekleidungs-handelsketten. Dieser Vertriebskanal ist und bleibt auch in Zukunft sehr wichtig für TOM TAILOR.

SMART AM POINT OF SALE

„Act Premium. Sell Volume“ – diese Philosophie gilt insbesondere für die Produktleistung sowie den gesamten Bereich des Ladenbaus und der Ladengestaltung. Der TOM TAILOR-Kunde soll



Schaufenstergestaltung TOM TAILOR Retail-Store Konstanz



Schaufenstergestaltung TOM TAILOR Retail-Store Berlin

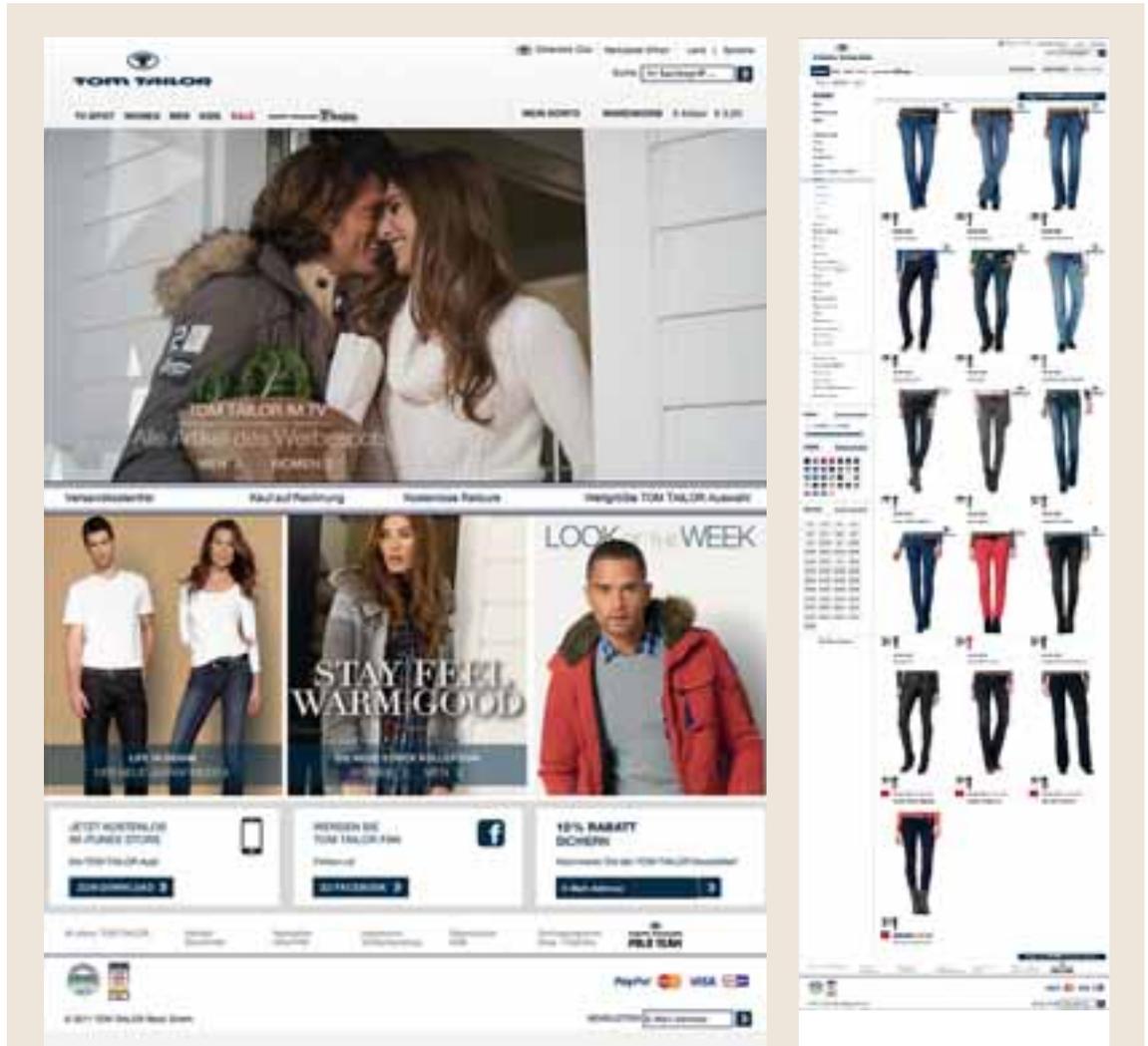
sich auf den Verkaufsflächen wohlfühlen und das wiederum soll über eine längere Verweildauer seine Kaufentscheidung positiv beeinflussen. So hat unser Ladenbau das Gütesiegel „Premium“. Wir wollen in unseren Stores die TOM TAILOR-Lifestyle-Welt emotionalisieren. Seit Herbst 2011 versehen wir viele unserer Schaufenster mit einer plakativen und aufmerksamkeitsstarken Fenstergestaltung. Die Schaufenstergestaltung insgesamt ist auf die jeweilige Kollektion abgestimmt und betont bestimmte Produkte beziehungsweise Qualitäten wie Strick oder Cord.

Durch die fortlaufende Arbeit an der Produktperformance und die gezielte Differenzierung unserer Marken am Point of Sale, die Optimierung unserer Stores hinsichtlich der Warenpräsentation, die fortlaufende Produkt- und Preismixverbesserung sowie durch gezielte Schulungen unseres Verkaufspersonals wollen wir unsere Flächenproduktivität weiter steigern. Denn das entscheidende Kriterium für die Kaufbereitschaft unseres Kunden ist, dass er sich am Point of Sale wohlfühlt.

E-COMMERCE BIETET WEITERES WACHSTUMSPOTENZIAL

Ausbauen wollen wir auch unseren TOM TAILOR-E-Shop, der einen wichtigen Wachstumsmotor für unser Unternehmen darstellt. 2011 trug er 6,0 % zum Konzernumsatz bei. Der Online-Shop bietet unseren Kunden die Möglichkeit, das gesamte Sortiment online zu bestellen – zusätzlich auch über das mobile Internet mittels unserer TOM TAILOR-Apps. Diese Plattform ist damit ein ideales Vertriebsinstrument, um unsere lifestyleorientierte, junge Zielgruppe anzusprechen. 2011 gingen zwei weitere E-Shops in Frankreich und in Belgien an den Start. Damit ist TOM TAILOR neben Deutschland, Österreich und den Niederlanden jetzt in fünf Ländern mit einem Online-Geschäft vertreten.

Wir sind davon überzeugt, dass E-Commerce weiter an Bedeutung gewinnen wird. Gleichzeitig wächst aber auch der Wettbewerb im Internet. Daher werden wir über zusätzliche Marketingaufwendungen weiter in den Ausbau unseres Online-Shops investieren. 2012 werden wir zudem einen europaweiten Online-Shop aufbauen, um die Marke TOM TAILOR auch in Ländern erreichbar zu machen, in denen das Unternehmen nicht physisch vertreten ist. Mittelfristig soll dieser Bereich 10 % des Gesamtumsatzes ausmachen.



TOM TAILOR E-Shop: ausgezeichnet beim „Shop Usability Award 2011“ und beim „Bester Online-Shop Fashion 2011“.

Smart. Process.

Ein schneller, analytischer Designprozess in Verbindung mit kurzen Vorlaufzeiten, verlässliche Beschaffungsstrukturen, ein globales und starkes Distributionsnetz, eine ausgeprägte Marktnähe – wir konzentrieren uns auf unsere Kernkompetenzen und sind so entlang der gesamten Wertschöpfungskette sehr effizient.



Smart Process – Effizienz in der Wertschöpfungskette

TOM TAILOR-Wertschöpfungsprozess: Produktionszyklus



EFFIZIENTE PROZESSE VON DER ERSTEN IDEE BIS ZUM VERKAUF AM POINT OF SALE

Die TOM TAILOR-Gruppe verfügt über eine vertikal integrierte systemische Wertschöpfungskette. Die einzelnen Glieder dieser Kette, angefangen beim Entwurf einer Kollektion über die Herstellung bis hin zum Vertrieb der Produkte an den Endverbraucher am sogenannten Point of Sale, werden weitgehend von TOM TAILOR kontrolliert und aufeinander abgestimmt. Durch die Kontrolle aller wesentlichen Wertschöpfungsprozesse und den monatlichen, an Bedarf und Nachfrage der Kunden ausgerichteten Wechsel der Kollektionen reduziert die Gruppe das Mode- und damit das Absatzrisiko für ihre Produkte. Dem Absatzrisiko im Segment Wholesale wird zudem dadurch begegnet, dass die Beschaffung der Waren zu einem überwiegenden Teil erst nach Eingang der Bestellung durch die

Wholesale-Kunden erfolgt. Die Organisation der TOM TAILOR-Gruppe ist den Produktlinien entsprechend in Produktdivisionen gegliedert. Alle Produktlinien haben dabei eine direkte Umsatz- und Ergebnisverantwortung und müssen die vorgegebenen Deckungsbeiträge erwirtschaften. Ziel der vertikal integrierten systemischen Wertschöpfungskette ist es, eine nachhaltige Produktivität am Point of Sale zu erreichen.

TOM TAILOR hat in den letzten Jahren die sogenannten Lead Times, das heißt die Zeitspanne vom ersten Entwurf eines Artikels bis zur Auslage desselben im Store, um zwölf Wochen auf derzeit maximal 26 Wochen verkürzt. Das führt dazu, dass wir Trends schneller auf die Verkaufsfläche bringen können und die Produkte aufgrund ihrer höheren Aktualität für die Kunden attraktiver sind. Mit diesen kurzen Lead Times sind wir im Wettbewerb führend.

KONZENTRATION AUF KERNKOMPETENZEN

TOM TAILOR entwickelt seine Kollektionen in eigenen Designabteilungen in Hamburg. Das Unternehmen verfügt nicht über eigene Fertigungskapazitäten, sondern hat die Produktion an eine Reihe von Herstellern im Ausland ausgelagert, wo das Unternehmen zudem von erheblichen Lohnkostenvorteilen profitiert. Auch Lagerhaltung und Logistik sind auf externe Dienstleister übertragen. So kann sich TOM TAILOR auf seine Stärken und Kernkompetenzen fokussieren – die Entwicklung von Mode und deren Vermarktung und Verkauf.

ANALYTISCHER DESIGNPROZESS UND VIER-AUGEN-PRINZIP

Als „Fashion Follower“ setzt TOM TAILOR mit seiner Mode keine neuen Trends, sondern adaptiert Trends, die sich weltweit in der Mode durchsetzen, schnell und analytisch in seinen eigenen Kollektionen. Die richtigen Trends zu identifizieren macht dabei den Erfolg als Fashion Follower in der Modebranche aus. Um das zu gewährleisten, setzt TOM TAILOR auf ein professionelles Scouting-Team, das die Entwicklung am Modemarkt im Blick hat – ob in den USA, Japan oder Australien. Die Markt-Scouts und die Designer entwickeln dann gemeinsam die Designs (Vier-Augen-Prinzip). Diese werden durch die Vertriebs- und Einkaufsabteilungen auf die zu erwartenden Absatzmengen und die erzielbaren Preise geprüft. Bei der Auswahl der Stoffe, Zutaten und Kapazitäten stimmen sich die Abteilungen divisionsübergreifend ab, um bei Einkauf und Herstellung möglichst große Volumina und damit bessere Preise zu erreichen. Nach sorgfältiger Analyse und Kalkulation beginnt dann die Detailkonzeption und nach erfolgreicher Musterproduktion der Verkaufsprozess. Dabei präsentiert das Unternehmen den Kunden (Wholesale und Retail) die Muster in den TOM TAILOR-Showrooms und nimmt die Bestellung der Ware entgegen (sogenannte Vororder). Der Designprozess

dauert in der Regel elf Wochen, der Verkauf in den Showrooms eine Woche.

Etwa zehn Designer arbeiten bei TOM TAILOR je Division an der Kollektionserstellung. Jeden Monat wird eine neue Kollektion entworfen, jede mit bis zu 80 Teilen, und das für jede der fünf Produktlinien. Kreativität und eine gute Planung sind dabei unerlässlich. Die Designer folgen einem vorgegebenen Kollektionsraster, um das Risiko von Abschriften zu minimieren. Final setzt sich eine Kollektion aus drei verschiedenen Stilrichtungen zusammen, die je nach Trend und Nachfrage leicht variieren. Es gibt die Basisartikel ohne erhöhten saisonalen Trendanspruch, „Modern-Basic-Artikel“, die aktuelle Trends aufgreifen, und Artikel, die mit einem erhöhten Modeanspruch produziert werden, sogenannte „Spot-Artikel“. Der Kunde findet zu jedem Zeitpunkt sowohl Basics als auch sehr moderne Artikel auf der Fläche.

NÄHE ZUM BESCHAFFUNGSMARKT UND KONZENTRATION AUF STRATEGISCHE PARTNER

Die Produktionsphase der einzelnen Kollektionen dauert etwa acht Wochen und ist ausgelagert. Produziert wird vorrangig in Asien.

TOM TAILOR verfügt dort über ein gut aufgestelltes Netzwerk von rund 140 Lieferanten. Mit vielen arbeiten wir seit Jahren zusammen, manche arbeiten exklusiv für TOM TAILOR. Wir achten auch auf eine ausgewogene Verteilung der verschiedenen Produktionsländer, um länderspezifische Abhängigkeiten zu reduzieren. Der Einkauf der Stoffe und anderer Materialien sowie die Auswahl der Hersteller erfolgen innerhalb der jeweiligen Division durch das Einkaufsteam sowie einen lokalen Einkaufsagenten. Dies ermöglicht es uns, die ständig wechselnden Kollektionen vergleichsweise günstig zu beziehen. Gemeinsam mit unseren Partnern erstellen wir halbjährliche Kapazitätspläne, um sicherzustellen, dass unsere Produkte in der gewünschten hohen Qualität und

entsprechend unseren Produktionsstandards gefertigt werden. Gleichzeitig bündeln wir unsere Produktionskapazitäten bei wichtigen Zulieferern und gehen mit diesen engere und langfristige Kooperationen ein.

Der Beschaffungsmarkt in Asien ist in den letzten Jahren enger geworden, das heißt, der Wettbewerb um die Kapazitäten hat zugenommen und wird wohl auch weiter zunehmen. Für TOM TAILOR als Systemlieferant mit monatlich wechselnden Kollektionen ist die Verfügbarkeit von Produktionskapazitäten von entscheidender Bedeutung, denn die richtige Ware muss in der richtigen Menge und Qualität zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein. 2011 haben wir uns daher entschieden, eine eigene Präsenz in der Region zu eröffnen, um den optimalen und schnellen Zugriff auf die erforderlichen Produktionskapazitäten zu gewährleisten. So haben wir mit unserem langjährigen Partner Asmara International Ltd. die Einkaufsgesellschaft TOM TAILOR Sourcing Ltd. mit Sitz in Hongkong gegründet. Ziel ist es, den Einkauf in Asien künftig direkt zu steuern und Vorteile aus der Bündelung von Einkaufsvolumina zu realisieren. Erste Kollektionen sollen im zweiten Halbjahr 2012 über die Einkaufsgesellschaft bezogen werden. Nach einem Übergangszeitraum von rund 15 Monaten soll der Einkauf sämtlicher Waren, die TOM TAILOR aus Asien bezieht, direkt über die neue Einkaufsgesellschaft abgewickelt werden.

Wir prüfen zudem kontinuierlich weitere Alternativen zur Rohstoffversorgung des Konzerns. Auch die Verlagerung von Teilen der Produktion zum Beispiel nach Afrika oder Europa wird diskutiert.

Insgesamt verfolgen wir den Beschaffungs- und Produktionsprozess sehr genau und entwickeln Strategien, um auch zukünftig auf gegebene Marktentwicklungen angemessen und schnell reagieren zu können. Doch auch wenn es einmal Engpässe gibt wie zum Beispiel durch die sich erholende Weltwirtschaft, eine erhöhte Inlandsnachfrage und die gestiegenen Baumwoll- und

Lohnkosten, bleibt es für TOM TAILOR das oberste Gebot, das richtige Produkt zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu haben – der entscheidende Wettbewerbsvorteil bleibt die Geschwindigkeit. TOM TAILOR ist somit auf der Beschaffungsseite stabil und solide aufgestellt, um seinen Warenbedarf auch zukünftig termingerecht zu decken.

MASSGESCHNEIDERTE PROZESSE IN DER LOGISTIK

Für jemanden, der wie TOM TAILOR in Asien produziert, ist der Transport der Ware nach Deutschland sowohl ein entscheidender Kosten-, aber auch ein immenser Zeitfaktor. Bis zu vier Wochen veranschlagen wir für den Schiffstransport. Gelegentlich nehmen wir es auch in Kauf, dass die Ware aufgrund von Produktionsverzögerungen eingeflogen werden muss und es so zu einem Anstieg der Fracht- und Logistikkosten kommt, um die Versorgung am Point of Sale mit frischer Ware sicherzustellen. Geflogen werden typischerweise auch eilige Artikel wie die topmodischen Spot-Artikel. Hier verzichtet TOM TAILOR auf die Produktion von Prototypen, und auch die Verkaufswege sind verkürzt. Bei diesen Produkten ist Aktualität das entscheidende Kaufkriterium für die Kunden, nicht der Preis, der aufgrund der Flugkosten etwas höher ist.

Egal auf welchem Wege die Ware nach Deutschland kommt: Erstes Ziel ist das TOM TAILOR-Logistikzentrum Nordport in Hamburg, wo die Ware bis zu zwei Wochen verweilt. Der Nordport dient mit seinen großen Kapazitäten als Drehscheibe vor allem für den deutschen Markt. Von hier aus werden in einem teilautomatisierten Warenkreislauf die Wholesale-Kunden, die eigenen Retail-Stores und die E-Commerce-Kunden versorgt.

Aktie und Investor Relations

TOM TAILOR sieht den Kapitalmarkt und seine Akteure – Aktionäre, institutionelle und private Investoren, Banken und Broker – als Partner auf Augenhöhe. Ziel der Investor-Relations-Aktivitäten ist, die Bekanntheit von TOM TAILOR weltweit zu erhöhen und die Wahrnehmung der TOM TAILOR-Aktie als attraktiven Wachstumswert zu festigen und auszubauen. Wir kommunizieren die Entwicklung und die strategische Ausrichtung von TOM TAILOR kontinuierlich, verlässlich und offen. So wollen wir das Vertrauen der Anleger in die Aktie stärken und eine realistische und faire Bewertung der Aktie am Kapitalmarkt erreichen.

WECHSELHAFTE BÖRSENENTWICKLUNG

Zu Beginn des Jahres 2011 entwickelten sich die internationalen Aktienmärkte zunächst freundlich. Die TOM TAILOR-Aktie erreichte am 5. Januar 2011 mit 16,99 EUR ein neues Alltime-High. Dann trübten die Reaktorkatastrophe in Japan und die einsetzende Diskussion um die Finanzstabilität in der Euro-Zone die Stimmung an den Kapitalmärkten spürbar ein. Vermehrte Berichterstattungen über weiter steigende Baumwollpreise und Lohnkosten in Asien führten zudem

in der ersten Jahreshälfte zu Kursrückgängen bei Unternehmen der Textilindustrie. Im weiteren Jahresverlauf spitzte sich die Euro-Schuldenkrise zu und ließ die Kurse weltweit weiter abrutschen. Diesem negativen Sog konnte sich die TOM TAILOR-Aktie nicht entziehen und schloss das Handelsjahr 2011 bei 12,30 EUR beziehungsweise mit einem Verlust von 23 %. Damit hat sich die Aktie etwas schlechter entwickelt als der Vergleichsindex SDAX®, der im gleichen Zeitraum rund 15 % verlor.

Zu Beginn des Jahres 2012 setzte trotz der weiterhin unsicheren Situation eine leichte Erholung an den Aktienmärkten ein. Die TOM TAILOR-Aktie konnte Gewinne verbuchen und lag bei Redaktionsschluss (24. Februar 2012) bei 15,24 EUR.

HANDELSVOLUMEN UND MARKTKAPITALISIERUNG

Der Handel der TOM TAILOR-Aktie findet fast ausschließlich im elektronischen Handelssystem Xetra statt. Der dort gehandelte Tagesumsatz lag 2011 bei rund 42.000 Aktien pro Tag. An Spitzentagen wechselten fast 300.000 Aktien den Besitzer.

Entwicklung der TOM TAILOR-Aktie im Vergleich zum SDAX®*



* SDAX® indiziert auf den Kurs der TOM TAILOR-Aktie.

Zum Jahresende 2011 verfügte die TOM TAILOR-Aktie mit einer Marktkapitalisierung von 185 Mio. EUR – bezogen auf den offiziellen Streubesitz von 91,04 % – über ein Gewicht von 1,79 % im SDAX®.

AKTIONÄRSSTRUKTUR: STREUBESITZ KONSTANT BEI 91%

Die Aktionärsstruktur der TOM TAILOR Holding AG hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr 2011 nicht wesentlich geändert. Der überwiegende Teil unserer Aktien wird von institutionellen Anlegern in Deutschland und Großbritannien gehalten. Größter Einzelaktionär ist die Morgan Finance mit einem Anteil von 8,96 %. Rund 5 % der Aktien befanden sich im Besitz von privaten Anlegern.

INTENSIVER DIALOG MIT DEM KAPITALMARKT

2011 hat das Unternehmen umfassende Kommunikationsmaßnahmen durchgeführt. Auf der Analystenkonferenz im März 2011 berichtete der Vorstand vor rund 30 Analysten und Investoren ausführlich über das Geschäftsjahr 2010, die strategische Ausrichtung des Unternehmens sowie die Umsatz- und Ergebniserwartung für 2011. In drei Telefonkonferenzen wurde die Geschäftsentwicklung in den ersten drei Quartalen detailliert erläutert. Darüber hinaus informierten Vorstand und das Investor-Relations-Team bestehende und potenzielle Investoren auf zahlreichen Roadshows, Investorenkonferenzen und in Einzelgesprächen über die aktuelle Geschäftsentwicklung und die strategische Ausrichtung von TOM TAILOR – an allen wichtigen europäischen Finanzplätzen und in den USA.

Auf der ersten ordentlichen Hauptversammlung der TOM TAILOR Holding AG am 18. Mai 2011 in Hamburg konnten wir fast 100 Aktionäre begrüßen. Sie vertraten rund 72 % des Grundkapi-

tals. Den Beschlussvorschlägen zu den einzelnen Tagesordnungspunkten stimmten sie mit jeweils 99,9 % zu.

Aktionäre können sich im Internet jederzeit unter <http://ir.tom-tailor.com/> über die Entwicklung von TOM TAILOR informieren. Neben neuesten Meldungen und den Finanzberichten finden sich dort Präsentationen sowie ein aktueller Finanzkalender. 2012 werden der Internetauftritt und das Informationsangebot zielgerichtet überarbeitet und ausgebaut.

Für 2012 sind neben regelmäßigen Telefonkonferenzen zur Veröffentlichung der Quartalszahlen weltweit weitere Roadshows und Konferenzteilnahmen geplant. Ziel ist es, nicht nur die bestehenden Aktionäre exzellent zu betreuen, sondern auch neue Anleger für die Aktie zu gewinnen.

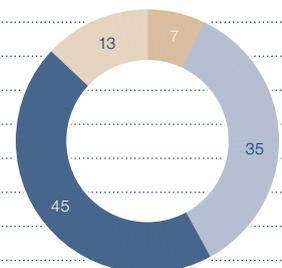
STEIGENDES ANALYSTENINTERESSE

Im Verlauf des Geschäftsjahres 2011 konnten vier weitere Investmenthäuser gewonnen werden, regelmäßig Studien und Kommentare (sogenannte Research Coverages) zur TOM TAILOR-Aktie zu veröffentlichen. Elf Investmenthäuser – vorrangig aus Deutschland – publizieren nun regelmäßig Analysen zur aktuellen Entwicklung des Unternehmens und sprechen Empfehlungen

Regionale Aktionärsstruktur

in % 31.12.2011

■ Deutschland
■ Großbritannien
■ USA
■ Sonstige



aus. Die Anlageurteile sind fast durchweg positiv: Per Ende Dezember 2011 empfehlen acht Analysten den Kauf von TOM TAILOR-Aktien, drei Empfehlungen lauten auf „Halten“; „Verkaufen“-Empfehlungen gibt es derzeit nicht.

Die Research Coverage soll im Jahr 2012 weiter ausgebaut werden.

ERSTMALIG DIVIDENDE VORGESCHLAGEN

Vorstand und Aufsichtsrat der TOM TAILOR Holding AG werden der Hauptversammlung am 18. Mai 2012 vorschlagen, eine Dividende von 0,17 EUR je Aktie für das Geschäftsjahr 2011 auszuschütten. Dies entspricht einer Gesamtausschüttung von 2,8 Mio. EUR.

Stammdaten zur TOM TAILOR-Aktie

Aktiengattung	Nennwertlose Namensaktien (Stückaktien)
ISIN	DE000A0STST2
WKN	A0STST
Börsenkürzel	TTI
Index	SDAX® (Prime Standard)
Börsen	Frankfurt und Hamburg
Wichtigster Handelsplatz	Xetra (Elektronisches Handelssystem)
Erstnotiz	26. März 2010
Emissionspreis	EUR 13,00
Designated Sponsor	Commerzbank AG, J.P. Morgan Cazenove, Close Brothers Seydler Bank AG

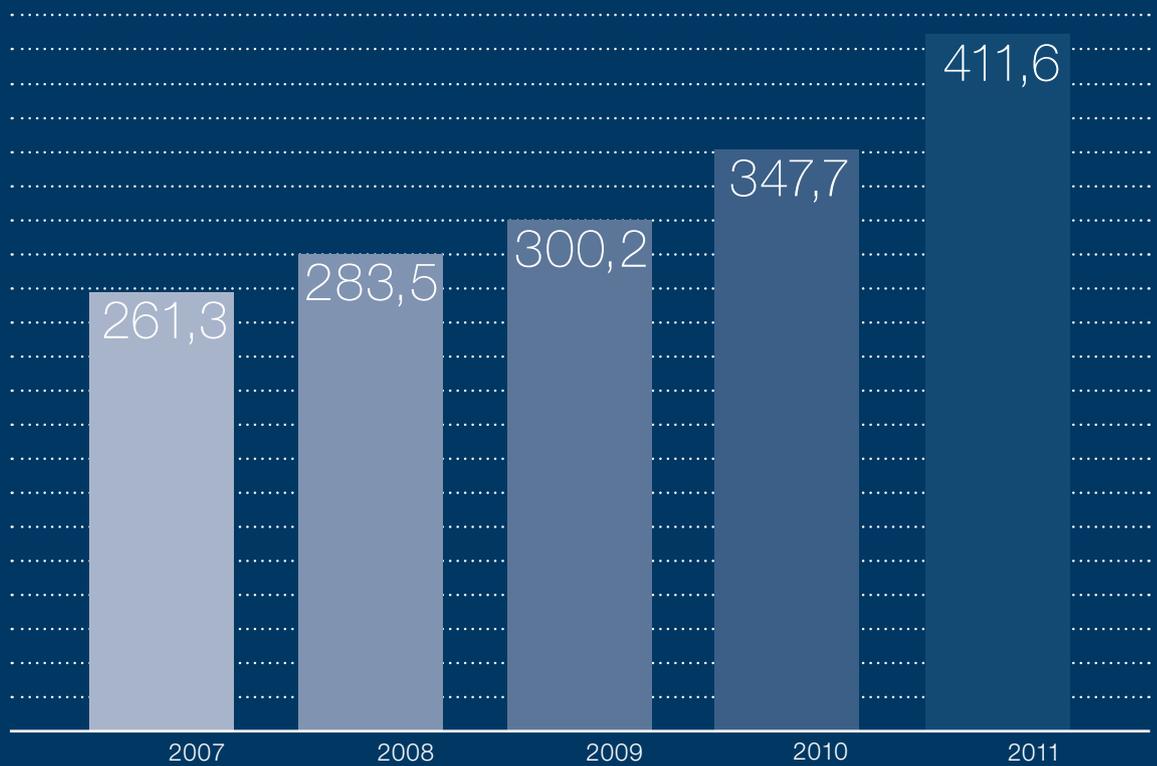
Die TOM TAILOR-Aktie im Markt

		2010	2011
Ausgegebene Aktien zum Bilanzstichtag	in Stück	16.528.169	16.528.169
Grundkapital	in EUR	16.528.169	16.528.169
Höchster Börsenkurs (Xetra Schlusskurs)	in EUR	16,00	16,99
Niedrigster Börsenkurs (Xetra Schlusskurs)	in EUR	10,38	9,77
Kurs zum Geschäftsjahresende (Xetra Schlusskurs)	in EUR	16,00	12,30
Streubesitz zum Geschäftsjahresende	in %	86,81	91,04
Marktkapitalisierung zum Geschäftsjahresende	in Mio. EUR	230,00	184,72
Durchschnittliches Handelsvolumen pro Tag	ca. in Stück	42.000	42.000
Bereinigtes Ergebnis je Aktie	in EUR	0,87	0,91
Berichtetes Ergebnis je Aktie	in EUR	0,15	0,59

Konzernlagebericht

Smart. Business.

Umsatzentwicklung in Mio. EUR



69	Geschäft und Rahmenbedingungen
69	Organisationsstruktur und Geschäftsaktivitäten
72	Strategie und Erfolgsmessung
75	Geschäftsverlauf und wirtschaftliches Umfeld
77	Gesamtaussage des Vorstands zu den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen
78	Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
78	Geschäftsverlauf
84	Finanzierung und Finanzstruktur
86	Vermögen, Verbindlichkeiten und Eigenkapital
89	Gesamtaussage des Vorstands zur Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
90	Bilanzielle Ermessensentscheidungen
91	Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
94	Innovation und Entwicklung
96	Nachhaltigkeit und Verantwortung
96	Unternehmerische Verantwortung und Nachhaltigkeit
96	Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern
96	Verantwortung im Produktionsprozess und gegenüber den Kunden
98	Verantwortung gegenüber der Umwelt
99	Erklärung zur Unternehmensführung
100	Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat
100	Vergütung für den Vorstand
101	Vergütung für den Aufsichtsrat
102	Angaben nach § 315 Abs. 4 HGB sowie Erläuterungen des Vorstands
105	Chancen und Risiken
105	Chancenmanagement
105	Risikomanagement
106	Rechnungslegungsbezogenes internes Risikokontrollsystem
107	Risiken
112	Gesamtaussage der Unternehmensführung zur Risikosituation des Konzerns
113	Nachtragsbericht
114	Prognosebericht
114	Strategischer Ausblick
114	Künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Branchenentwicklung
116	Erwartete Entwicklung des Geschäftsverlaufs
118	Gesamtaussage des Vorstands zur Prognose

Geschäft und Rahmenbedingungen

ORGANISATIONSSTRUKTUR UND GESCHÄFTSAKTIVITÄTEN

ORGANISATION UND GLOBALE PRÄSENZ

TOM TAILOR ist ein international tätiges, vertikal integriertes Mode- und Lifestyle-Unternehmen, das legere Mode (sogenannte Casual Wear) im mittleren Preissegment anbietet. Die Kollektionen der Marke TOM TAILOR Casual mit den Linien MEN CASUAL, WOMEN CASUAL, KIDS, MINIS und BABY, der Marke TOM TAILOR Denim mit den Linien Denim Male sowie Denim Female und der Marke TOM TAILOR POLO TEAM haben ein eigenständiges Markenprofil und sind auf verschiedene Zielgruppen angelegt. Abgerundet wird das Produktangebot durch ein umfangreiches Angebot an modischen Accessoires.

TOM TAILOR vertreibt seine Produkte vorrangig in Deutschland, Österreich, Schweiz, den Benelux-Staaten und Frankreich (sogenannte Kernmärkte). Darüber hinaus ist die Gesellschaft in über 35 weiteren Ländern präsent.

RECHTLICHE STRUKTUR DES TOM TAILOR-KONZERNS

Die Steuerung des TOM TAILOR-Konzerns erfolgt durch die TOM TAILOR Holding AG mit Sitz in Hamburg. In dieser Funktion ist die Muttergesellschaft vor allem für die strategische Ausrichtung und Entwicklung des Konzerns, die Unternehmensfinanzierung, das Risikomanagement und die Entscheidungen über Kollektionen zuständig. Ferner ist die TOM TAILOR Holding AG für die interne und externe Kommunikation, einschließlich der Kontakte zum Kapitalmarkt und zu den Aktionären verantwortlich. Das operative Geschäft wird in den jeweiligen Tochtergesellschaften betrieben.

TOM TAILOR wird von einem Managementteam mit langjähriger Branchen- und Markterfahrung unter der Leitung von vier Vorständen geführt. Eine schlanke, nach Divisionen gegliederte Organisationsstruktur mit klar definierten Umsatz- und Ergebnisverantwortlichkeiten ermöglicht eine effektive Steuerung der Geschäftsprozesse und sorgt für Transparenz bei der Kosten- und Ergebniskontrolle.

Zum Konsolidierungskreis des TOM TAILOR Konzerns gehören neben der TOM TAILOR Holding AG insgesamt 27 (2010: 21) unmittelbare und mittelbare Tochtergesellschaften. Im Geschäftsjahr 2011 hat sich das Unternehmen im Rahmen von Mehrheitsbeteiligungen an zwei Gesellschaften (inkl. deren zwei Tochtergesellschaften) beteiligt sowie vier Gesellschaften im Rahmen der weiteren Expansion neu gegründet. Aufgrund der wesentlichen Einflussmöglichkeit und einer Beteiligungsquote von 51 Prozent werden die Mehrheitsbeteiligungen unter Ausweis von Minderheiten zu 100 Prozent in den TOM TAILOR-Konzern einbezogen. Die nordirische 49-prozentige Beteiligung wird mittels der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. Die meisten in- und ausländischen Tochtergesellschaften werden über die TOM TAILOR GmbH mit Sitz in Hamburg gehalten, deren alleiniger Gesellschafter die TOM TAILOR Holding AG ist.

DAS TOM TAILOR-GESCHÄFTSMODELL

Das Geschäftsmodell von TOM TAILOR verbindet gezielt den emotionalen Mehrwert seiner Lifestyle-Marken mit den strategischen Vorteilen eines integrierten Systemanbieters. TOM TAILOR versteht sich als Fashion Follower. Das bedeutet, das Unternehmen setzt durch seine Kollektionen

grundsätzlich keine neue Trends, was regelmäßig mit einem höheren Absatzrisiko verbunden ist, sondern greift neue und Erfolg versprechende Trends auf und bietet diese einer breiten Verbrauchergruppe („mass market“) zu einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis an. Gleichzeitig arbeitet TOM TAILOR mit dem Vorordersystem. Das bedeutet, dass der Einkauf beziehungsweise die Herstellung der Waren in der Regel erst nach Eingang der Bestellung durch Kunden erfolgt. Zugleich sind die Kollektionen systematisiert. Zum einen sind die Kollektionen in verschiedene Systembausteine zur Kollektions- und Vertrieboptimierung aufgeteilt. Zum anderen sind die Produktlinien und Kollektionen aufeinander abgestimmt, damit den Retail- und den Wholesale-Kunden insgesamt ein tiefes und breites Sortiment angeboten werden kann. Diese Elemente in ihrer Gesamtheit minimieren Absatzrisiken und führen gleichzeitig zu höheren, stabileren und prognostizierbareren Umsätzen.

Die vertikale Integration innerhalb jeder Produktdivision, die für eine bestimmte Produktlinie verantwortlich ist, erlaubt es, effektiver auf Veränderungen bei Trends und Nachfrage in der jeweiligen Produktlinie zu reagieren. Mittels tagesaktueller Auswertungen der Verkaufsumsätze auf den kontrollierten Flächen („Bestseller-Management“) kann TOM TAILOR sein Angebot eng an den Wünschen seiner Kunden ausrichten und damit den Abverkauf gezielt steuern. So wird sichergestellt, dass die vom Kunden gewünschten Produkte zum richtigen Zeitpunkt auf den Verkaufsf lächen in ausreichender Menge angeboten werden, wodurch die Flächenproduktivität gesteigert und Abschreibungen auf nicht verkaufte Ware reduziert werden. TOM TAILOR erzielt mit diesem Geschäftsmodell ein beständiges Wachstum in einem sehr heterogenen und wettbewerbsintensiven Marktumfeld.

Produktlinien

TOM TAILOR führt seine monatlich wechselnden Kollektionen unter den Marken TOM TAILOR Casual, TOM TAILOR Denim und TOM TAILOR POLO TEAM.

Die Marke TOM TAILOR Casual umfasst die Produktlinien MEN CASUAL, WOMEN CASUAL, KIDS, MINIS und BABY. Dabei handelt es sich um trendige Mode für Herren und Damen im mittleren Preissegment mit Fokus auf die Altersgruppe von 25 bis 45 Jahren sowie Kollektionen für Kinder und Babys.

Mode für sportliche Herren bildet seit jeher den Kernbestandteil der Geschäftstätigkeit von TOM TAILOR. Mit MEN CASUAL bietet TOM TAILOR eine umfassende Herren-Kollektion modischer Casual Wear an. Casual beschreibt den legeren, lebendigen und sportlichen Look für natürliche, modebewusste Männer, die verstärkt auf die Qualität der Produkte achten.

Die Damen-Kollektion unter dem Label TOM TAILOR WOMEN CASUAL richtet sich an die Zielgruppe junger moderner Frauen. Modische Highlights, raffinierte Details und hochwertige Qualitäten verkörpern das Gesamtbild der Kollektionen. TOM TAILOR WOMEN CASUAL hat enormes Wachstumspotenzial, da der Damenmodemarkt um ein Mehrfaches größer ist als der Herrenmodemarkt.

Die Produktlinie KIDS besteht aus den Labeln „TOM TAILOR Boys“ und „TOM TAILOR Girls“ für 8 bis 14-Jährige. Sie wird ergänzt durch TOM TAILOR MINIS mit den Labeln „TOM TAILOR Mini Boys“ und „TOM TAILOR Mini Girls“ für 1,5 bis 7-Jährige sowie „TOM TAILOR Baby“. Diese Kollektionen orientieren sich an neuen Modetrends und berücksichtigen dabei gleichzeitig die Bedürfnisse der Kleinen und die Ansprüche der Eltern nach Funktionalität, hochwertigen Materialien und optimalen Passformen.

Unter der Marke TOM TAILOR Denim sind die Linien TOM TAILOR Denim Male und TOM TAILOR Denim Female angesiedelt. Diese Kollektionen sprechen junge Erwachsene im Alter von 15 bis 25

Jahren an. Inspiriert von den aktuellen Trends aus den Modemetropolen der Welt werden angesagte Schnitte und Farben, coole Waschungen und ausgewählte Details in den Kollektionen vereint. Die coolen, lässigen Kollektionen unterstreichen die Individualität der jungen Kunden – TOM TAILOR Denim ist Ausdruck für einen unabhängigen und authentischen Lebensstil.

Die Marke TOM TAILOR POLO TEAM stellt mit ihren frischen Farben und klassischen Schnitten die sportive Kollektion von TOM TAILOR dar. Aufwändige Applikationen aus Stickereien, typische Emblems und passende Prints sorgen für das gewisse Etwas. Die Kollektionen umfassen T-Shirts, Polo-shirts, Hemden, Blusen sowie Sweat- und Softshell-Jacken für Frauen, Männer und Kinder und sind im mittleren bis oberen Preissegment angesiedelt.

Abgerundet wird das TOM TAILOR-Produktangebot durch ein umfangreiches Accessoire-Sortiment. TOM TAILOR vergibt Lizenzen für diverse Produktgruppen, darunter Bettwäsche, Unterwäsche, Brillen, Taschen, Schuhe, Uhren und seit Neuestem auch eine eigene Damentag- und Nachtwäsche-Linie unter dem Namen TOM TAILOR Bodywear. Die Vergabe von Lizenzen und die enge Zusammenarbeit mit dem jeweiligen Lizenzpartner sind in den vergangenen Jahren zum festen Bestandteil des Systems und des Erfolgs von TOM TAILOR geworden. Die Lizenzpartner von TOM TAILOR erwirtschaften mit den TOM TAILOR-Produkten einen Bruttoumsatz von rund 70 Mio. EUR per anno am Point of Sale.

Geschäftsaktivitäten nach Segment

Der TOM TAILOR-Konzern vertreibt seine Kollektionen über die beiden Segmente Wholesale (Vertrieb an Wiederverkäufer) und Retail (Vertrieb an Endkunden). Zum Wholesale Segment zählen Warenhäuser und Bekleidungsketten, die die TOM TAILOR-Ware auf Shop-in-Shop-Flächen, als Franchisenehmer und über sogenannte Multi-Label-Verkaufsstellen vertreiben. Zudem werden TOM TAILOR-Produkte über Versandhandelsunternehmen angeboten. Im Jahr 2011 konnten die Shop-in-Shop-Flächen um 345 auf 1.786 ausgebaut werden. Die Zahl der Franchise-Stores ging trotz weiterer Neueröffnungen von 175 auf 155 zurück, da einige Franchise-Stores zum Beispiel in Deutschland und Österreich in den eigenen Retail übernommen wurden.

Im Retail-Segment erfolgt der Vertrieb über eigene Stores (Retail-Stores und Outlet-Stores) und im Internet über den eigenen E-Shop bzw. über E-Commerce-Kooperationen mit den Unternehmen Neckermann und OTTO Versand. Im Jahr 2011 hat sich die Zahl der eigen betriebenen Retail-Stores um 90 auf nunmehr 248 Stores erhöht. Zudem wurden zwei weitere E-Shops eröffnet und zwar in Frankreich und in Belgien. Damit ist TOM TAILOR neben Deutschland, Österreich und den Niederlanden jetzt in fünf Ländern mit einem Online-Geschäft vertreten.

In Deutschland erwirtschaftete TOM TAILOR im Jahr 2011 64,9 % seines Umsatzes nach 68,5 % im Jahr 2010. Dem Unternehmen ist es somit 2011 gelungen, sich über die Expansion im Ausland unabhängiger vom Heimatmarkt Deutschland aufzustellen. TOM TAILOR vertreibt seine Produkte heute in mehr als 35 Ländern mit Schwerpunkten in den Kernmärkten Österreich, Schweiz, den Benelux-Staaten und Frankreich sowie in Süd- und Osteuropa. 2011 hat das Unternehmen in Österreich frühere Franchise-Stores in den eigenen Retail übernommen. In Südosteuropa wurden bestehende Retail-Stores, die bisher unter fremder Marke geführt wurden, in den eigenen Retail übernommen.

Darüber hinaus hat TOM TAILOR im Jahr 2011 eine Repräsentanz und einen Showroom in Moskau eröffnet und den Markteintritt in Polen vollzogen.

WESENTLICHE EREIGNISSE IM BERICHTSZEITRAUM

Wesentliche operative Ereignisse

Mit Vertrag vom 29. April 2011 hat TOM TAILOR die Kooperation mit dem Eigentümer der Sportina Bled. d.o.o., Lesce / Slovenia („Sportina“) ausgeweitet. Im Rahmen der geschlossenen Vereinbarungen übernahm TOM TAILOR 21 bestehende Retail- Stores, die bisher unter fremder Marke geführt wurden, in die im Oktober 2010 gegründete Firmengruppe TOM TAILOR South Eastern Europe Holding GmbH.

Seit September 2011 ist TOM TAILOR mit eigenen Retail-Stores im polnischen Markt vertreten. Bei der Erschließung des polnischen Markts konzentriert sich das Unternehmen auf Einkaufszentren mit hoher Kundenfrequenz und hoher Flächenproduktivität sowie attraktiven Mietpreisen. Bis Ende 2011 wurden insgesamt sechs Retail-Stores in Shoppingcentern in Stettin, Gliwice, Krakau (zwei Stores), Posen und Breslau eröffnet.

Mit Vertrag vom 1. November 2011 ist TOM TAILOR eine Kooperation mit seinem langjährigen Partner Asmara International Ltd. mit Sitz in Hongkong eingegangen. In diesem Zusammenhang wurde im Dezember 2011 zur Bündelung seiner Einkaufsaktivitäten die TOM TAILOR Sourcing Ltd. in Hongkong gegründet. Ziel dieses strategischen Zusammenschlusses ist es, den Einkauf in Asien direkt zu steuern und Vorteile aus der Bündelung von Einkaufsvolumina zu realisieren. Erste Kollektionen sollen im Sommer 2012 über das neue Unternehmen gesourct werden. Nach einem Übergangszeitraum von rund 15 Monaten will TOM TAILOR den Einkauf sämtlicher Waren aus Asien direkt über die neue Einkaufsgesellschaft abwickeln.

Organisation

Im Vorstand der TOM TAILOR Holding AG gab es im Berichtszeitraum folgende Veränderungen: Der Aufsichtsrat der TOM TAILOR Holding AG hat Dr. Marc Schumacher mit Wirkung zum 1. Juli 2011 für drei Jahre zum Mitglied des Vorstands bestellt. Im neu geschaffenen Vorstandsressort Retail übernimmt Herr Dr. Schumacher die globale Verantwortung für die von TOM TAILOR eigenkontrollierten Flächen. Das Unternehmen trägt damit der großen Bedeutung der Retail-Stores für das weitere Wachstum Rechnung.

Darüber hinaus hat Christoph Rosa, Vorstand Produktentwicklung und Beschaffung (CPO), den Aufsichtsrat davon in Kenntnis gesetzt, dass er seinen bis zum 31. Januar 2013 laufenden Vorstandsvertrag nicht verlängern möchte, um eine neue berufliche Herausforderung anzunehmen.

STRATEGIE UND ERFOLGSMESSUNG

UNTERNEHMENSZIELE UND STRATEGIE

TOM TAILOR verfolgt die Strategie, im Vergleich zur Branche ein überdurchschnittliches Umsatz- und Ergebniswachstum zu erreichen. Die kontinuierliche Stärkung der Ertragskraft soll den Wert von TOM TAILOR langfristig und nachhaltig steigern.

Multiplikation des Geschäftsmodells: Die Gesellschaft beabsichtigt insbesondere, das bestehende Geschäftsmodell auf dem Heimatmarkt Deutschland und den ausländischen Kernmärkten Österreich, Schweiz, den Benelux-Staaten und Frankreich auszurollen beziehungsweise zu multiplizieren. Darüber hinaus sind der Ausbau der Marktposition in Osteuropa sowie der Eintritt in sich dynamisch entwickelnde neue Märkte geplant. Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat das Unternehmen in Österreich frühere Retail-Stores in den eigenen Retail übernommen. In Südosteuropa wurden bestehende Franchise-Stores, die bisher unter fremder Marke geführt wurden, übernommen. Darüber hinaus hat TOM TAILOR im Jahr 2011 eine Repräsentanz und einen Showroom in Moskau eröffnet und den Markteintritt in Polen vollzogen.

Ausbau der kontrollierten Verkaufsflächen: Der Fokus der Wachstumsstrategie von TOM TAILOR liegt darin, die kontrollierten Verkaufsflächen wie eigene Retail-Stores, Franchise-Stores und Shop-in-Shops auszubauen. Zudem soll das E-Commerce-Geschäft mit Hilfe eines europaweiten Online-Shops vorangetrieben werden. Auf den kontrollierten Flächen weiß das Unternehmen mittels seines Warenwirtschaftssystems zu jeder Zeit unmittelbar, wie neue Kollektionen ankommen, welche Artikel besonders gut gefallen und schnell verkauft werden. Entsprechend wird das Produktangebot eng an den Bedürfnissen der Kunden ausgerichtet. Zudem kann das Unternehmen die Läden punktgenau beliefern und den Abverkauf besser steuern mit dem Ziel, möglichst hohe Umsätze pro Quadratmeter Verkaufsfläche zu erzielen. Die Abverkaufsdaten fließen zudem unmittelbar in den Planungs- und Entwicklungsprozess neuer Kollektionen ein. Darüber hinaus werden durch die zeitnahe Fashion-Follower-Strategie und monatlich wechselnde Kollektionen im Vorordersystem Absatzrisiken minimiert und gleichzeitig höhere und stabilere Umsätze erwirtschaftet.

Erzielung von Skaleneffekten: Ein weiteres zentrales Element der Unternehmensstrategie ist die Erzielung von Skaleneffekten im weiteren Wachstumsprozess. TOM TAILOR hat in den letzten Jahren die eigene Organisation hinsichtlich personeller und technischer Ausstattung, Logistik, Beschaffung und Vertrieb derart strukturiert, dass das weitere Wachstum ohne einen proportionalen Anstieg der Kosten für Personal, Verwaltung und Entwicklungsorganisation erzielt werden kann. Dies soll zu einer kontinuierlichen Steigerung der relativen Ertragskraft des Konzerns führen. Ferner wurde im Dezember 2011 mit der Gründung einer Einkaufsgesellschaft in Hongkong und Kooperation mit einem langjährigen Sourcing-Partner der Grundstein gelegt, zukünftig den Einkauf in Asien direkt zu steuern und weiteren Einsparungen zu erzielen.

Vertikale Ausrichtung: Grundlage für die Umsetzung der oben dargelegten Strategie ist die vertikale Ausrichtung des Unternehmens. Die TOM TAILOR-Gruppe überwacht und kontrolliert den gesamten Wertschöpfungsprozess vom Design der Kollektionen über den Einkauf und die Fertigung von Produkten, die Lagerhaltung und Logistik bis hin zum Vertrieb an den Point of Sale. Die verschiedenen Elemente der Wertschöpfungskette sind miteinander verknüpft beziehungsweise vertikal integriert. Mitarbeiter der TOM TAILOR-Gruppe in den Retail- und Wholesale-Segmenten haben permanent die Möglichkeit, Informationen an Designer, Einkäufer, Produktion und Logistik zu übermitteln, um so Fakten wie Lagerbestände und Verkaufszahlen oder auch eine besondere Nachfrage oder Kritik seitens der Kunden zu kommunizieren und schnell in die Entwicklung neuer Produkte einfließen zu lassen. Diese vertikale systemische Integration erlaubt es den Produktdivisionen, schnell und effektiv auf veränderte Trends und Kundenwünsche zu reagieren. So wird sichergestellt, dass stets die aktuellen und der Nachfrage entsprechenden Produkte auf den Verkaufsflächen in angemessener Menge angeboten werden, was die Flächenproduktivität steigert und Abschriften auf nicht verkaufte Ware reduziert.

Sicherung der Wachstumsfinanzierung: Mit der durch den Börsengang 2010 deutlich verbesserten Eigenkapitalstruktur hat TOM TAILOR die Rahmenbedingungen geschaffen, um seine Ertragskraft durch fortgesetztes Wachstum nachhaltig zu steigern. Neben der Kontrolle und Optimierung der Wertschöpfungskette wurde am 3. Februar 2012 die bisherige Leverage-Buy-out-Finanzierungsstruktur an die Verhältnisse nach dem Börsengang angepasst und die bestehende Bankenfinanzierung durch eine neue, marktgerechte und auf das Wachstum von TOM TAILOR ausgerichtete Bankenfinanzierung abgelöst.

DETAILS ZUR FÜHRUNG

Entsprechend den gesetzlichen Vorgaben besteht bei TOM TAILOR ein duales Führungssystem, das dem Vorstand die Führung und dem Aufsichtsrat die Beratung und Überwachung des Vorstands zuweist. Der Vorstand leitet den Konzern in eigener Verantwortung, kümmert sich um die strategische Ausrichtung des Konzerns und stimmt diese mit dem Aufsichtsrat ab. Die operative Umsetzung der Konzernstrategie erfolgt über die erste Managementebene, die die Vorgaben über den gesamten Konzern implementiert. Ziel ist es, so die gesamten Konzernressourcen zu bündeln und eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts zu erreichen.

TOM TAILOR wird von einem Managementteam mit langjähriger Branchen- und Markterfahrung unter der Leitung von vier Vorständen geführt. Der Vorstand ist funktional ausgerichtet, es gibt neben dem Vorstandsvorsitzenden den Vorstand für Finanzen, den Vorstand für Produktentwicklung, Beschaffung und Lizenzen sowie den im Juni 2011 neu bestellten Vorstand für das eigene Retail-Geschäft.

Über die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Anreiz- und Bonussysteme berichtet das Unternehmen im Kapitel Vergütungsbericht auf Seite 100 dieses Berichts. Weitere Informationen zu Leitung und Kontrolle, der allgemeinen Führungsstruktur sowie zur Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG sind im Corporate Governance-Bericht aufgeführt.

PERFORMANCE MEASUREMENT

Das Performance Measurement System bei TOM TAILOR geht über ein reines Kennzahlensystem hinaus. Es erfolgt eine ganzheitliche Betrachtung finanzieller und nicht-finanzieller Einflussgrößen. Zudem werden Frühindikatoren, die einen Einfluss auf das Geschäft haben können, beobachtet und ausgewertet. Der Vorstand setzt dabei eine Vielzahl unterschiedlicher Instrumente und Kennzahlen ein, um die Entwicklung des Geschäfts zu bewerten, seine Strategie weiterzuentwickeln und Investitionsentscheidungen zu treffen.

Finanzielle Leistungsindikatoren

Zur Messung finanzieller Leistungsindikatoren werden bei TOM TAILOR verschiedene Reporting-Systeme verwendet. Eine Differenzierung erfolgt sowohl auf Gesamtkonzernebene als auch auf Segmentebene. Neben der permanenten Kontrolle und Berichterstattung von Umsatz- und Ergebniskennzahlen (hier im Wesentlichen das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen [EBITDA]) bis auf Ebene des einzelnen Stores werden auf Konzernebene im Wesentlichen Kennzahlen wie die Nettoverschuldung, die Eigenkapitalquote sowie verschiedene Umschlagsdauern verwendet. Im Segment Wholesale wird zusätzlich der Vororderbestand/Auftragsbestand zur Steuerung herangezogen.

Finanzielle Leistungsindikatoren

in Mio. EUR	2007	2008	2009	2010	2011
Umsatz	261,3	283,5	300,2	347,7	411,6
EBITDA	27,0	10,9	37,0	30,1	46,4
Bereinigtes EBITDA	35,0	22,1	37,8	40,1	48,1
Nettoverschuldung	174,5	190,4	183,9	52,1	74,6
Nettoverschuldung/bereinigtes EBITDA (in Jahren)	5,0	8,6	4,9	1,3	1,6
Eigenkapitalquote	-22,5	-24,7	-27,3	34,8	35,5

Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren

Neben den finanziellen Kennzahlen misst der TOM TAILOR-Konzern auch eine Reihe nicht-finanzieller Einflussgrößen, um etwa Informationen über die Wahrnehmung des Unternehmens zu sammeln und auszuwerten. Hierbei werden sowohl extern durchgeführte Studien (z. B. Spiegel-Markenstudie oder Händlerbefragungen) als auch interne Erhebungen (z. B. Kundenbefragungen im Segment Wholesale, Entwicklung von Social Networks wie Facebook) herangezogen. Die alle vier bis fünf Jahre veröffentlichte Spiegel-Markenstudie ist ein sehr wichtiger nicht-finanzieller Leistungsindikator, der die Entwicklung von TOM TAILOR aus Konsumentensicht hinsichtlich Markenbekanntheit, Markenbesitz und Kaufbereitschaft durch den Konsumenten misst.

Für das Unternehmen relevante Frühindikatoren

Der Vorstand wird fortlaufend durch Berichte unterschiedlicher Detailstufen über den operativen Geschäftsverlauf informiert. Die Ist-Daten werden mit den Plandaten verglichen, negative Abweichungen analysiert und, sofern erforderlich, Gegenmaßnahmen eingeleitet. Besondere Beachtung widmet der TOM TAILOR-Vorstand der Analyse von Frühindikatoren. Frühindikatoren ermöglichen es, Rückschlüsse auf die zukünftige Geschäftsentwicklung zu ziehen. Für TOM TAILOR sind die wesentlichen Frühindikatoren der Auftragseingang, die Entwicklung des Baumwollpreises, die Entwicklung des Wechselkurses USD/EUR, die realisierte Bruttomarge pro Einkauf und die Like-for-Like Umsätze in den eigenen Stores. Zudem werden verschiedene Leistungskennzahlen auf Store Ebene betrachtet wie die Conversion Rate und der Personalaufwand pro Store. Die Conversion Rate beschreibt das Verhältnis von Personen, die ein Geschäft betreten zu Personen, die etwas kaufen. Die Personalplanung und damit letztlich der Personalaufwand pro Store werden nun mit Hilfe einer speziellen Software geplant und weiter optimiert. Zusätzlich erfolgt in regelmäßigen Abständen ein Vergleich mit der Entwicklung relevanter Wettbewerber.

GESCHÄFTSVERLAUF UND WIRTSCHAFTLICHES UMFELD

Zu den entscheidenden Bestimmungsfaktoren für ein profitables Wachstum und eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts gehören für TOM TAILOR als international agierenden Konzern in der Textilbranche neben der strategischen Ausrichtung insbesondere die Entwicklung und Perspektiven des wirtschaftlichen Umfeldes sowie branchenspezifische Trends.

ALLGEMEINE WIRTSCHAFTSLAGE

Die weltweite konjunkturelle Dynamik hat im Verlauf des Jahres 2011 spürbar nachgelassen. Während 2010 noch ein weltweites Wirtschaftswachstum von 5,1 % (IWF) erreicht wurde, wird das Wachstum 2011 nach Einschätzung des IWF nur noch etwa 3,5 % betragen. Diese Abschwächung ist zum einen zyklisch bedingt und eine normale Reaktion auf den kräftigen Aufholprozess im Jahr zuvor. Zum anderen ist sie dem eingeschlagenen Spar- und Konsolidierungskurs in den meisten Industrieländern geschuldet. Der private Konsum wird von der Verunsicherung durch die sich ausweitenden Staatsschuldenkrisen sowie mögliche Auswirkungen auf den Bankensektor negativ beeinflusst.

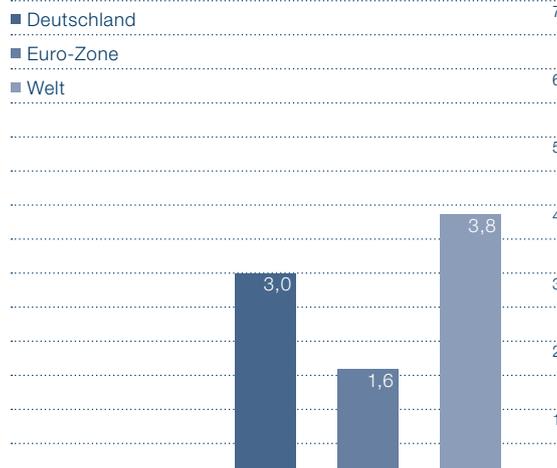
Geografisch betrachtet ist der Rückgang des weltweiten Wirtschaftswachstums vor allem auf das langsamere Wachstum in den Industrieländern zurückzuführen. Die meisten Schwellenländer zeigen nach wie vor ein solides Wachstum.

Unter den Ländern in der Euro-Zone konnte Deutschland im Vergleich erneut ein sehr gutes Wachstum aufweisen, auch wenn es sich gegenüber dem Vorjahr von 3,6 % auf 3,0 % etwas verlangsamt hat. Steigende Konsumausgaben, höhere Investitionen und starke Exporte haben dazu beigetragen. Nach Einschätzung des IWF dürfte sich das Wachstum in Deutschland im laufenden Jahr jedoch erheblich verlangsamen und nur noch etwa ein Prozent betragen. Damit läge Deutschland aber immer noch deutlich über dem EU-Durchschnitt. Die Verbraucherpreise in Deutschland sind gegenüber dem Jahr 2010 im Jahresdurchschnitt um 2,3 % gestiegen, wobei der Preisauftrieb im Wesentlichen durch höhere Kosten für Haushaltsenergie und Kraftstoffe bestimmt war.

Trotz eines deutlicheren Preisanstiegs, der im Allgemeinen die Konsumneigung der Verbraucher dämpft, war das Vertrauen der Konsumenten im Jahr 2011 nahezu konstant. Der GfK Konsumklima-Index lag im Dezember 2011 nach nur unwesentlichen Schwankungen im Jahresverlauf bei 5,6 Punkten (Dezember 2010: 5,5 Punkte).

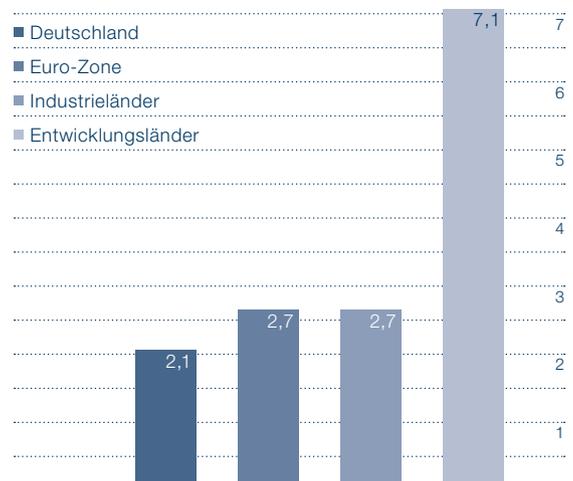
Wachstum Bruttoinlandsprodukt 2011

in %



Entwicklung Verbraucherpreise 2011

in %



Insgesamt ist die gesamtwirtschaftliche Entwicklung gegenwärtig aufgrund der Euro-Schuldenkrise durch eine große Unsicherheit gekennzeichnet, auf deren Basis auch die etablierten Forschungsinstitute nur unter Vorbehalt Prognosen abgeben. Unter der Annahme, dass es den Euro-Staaten gelingt, die Schuldenkrise durch geeignete Maßnahmen einzudämmen und damit die Verunsicherung aus den Märkten herauszunehmen, sollte der konjunkturellen Abkühlung jedoch keine Rezession folgen.

Deutlich langsamer als im Heimatmarkt Deutschland entwickelte sich die Konjunktur in den anderen für TOM TAILOR relevanten Kernmärkten. Nur die Schweiz verzeichnete 2011 eine ähnliche Entwicklung wie Deutschland.

Die meisten Länder Mittel- und Osteuropas wurden von den Auswirkungen der Finanz- und Konjunkturkrise härter getroffen als die etablierten Volkswirtschaften in Westeuropa. Diese Staaten wiesen im Berichtsjahr nur geringe Wachstumsraten auf beziehungsweise gerieten in die Rezession (Rumänien, Kroatien).

BRANCHENSPEZIFISCHE ENTWICKLUNGEN

Entscheidend für das operative Geschäft von TOM TAILOR sind neben den generellen gesamtwirtschaftlichen Einflussfaktoren insbesondere die Entwicklungen in der Textilbranche, speziell im Segment für qualitativ hochwertige Bekleidung im mittleren Preissegment sowie die Entwicklungen auf den Beschaffungsmärkten. Die Textilbranche hatte im Jahr 2011 insbesondere mit den widrigen Witterungsbedingungen zu kämpfen. Die Verkaufszahlen auf dem deutschen Markt im Berichtsjahr stagnierten (Quelle: Textilwirtschaft 1/2012). Dass das Jahr nicht mit einem Rückgang für die Branche endete, ist auf ein gut gelaufenes Weihnachtsgeschäft zurückzuführen. Mit dieser Entwicklung blieb das Wachstum der Branche hinter dem Zuwachs der Gesamtwirtschaft zurück.

Entlastung zeichnete sich für die Textil- und Bekleidungsbranche auf den Rohstoffmärkten ab. Die hohen Baumwollpreise, die im Frühjahr 2011 zwischenzeitlich bei über 200 US-Cent pro Pfund taxierten und so zu deutlichen Mehrbelastungen bei Beschaffung und Logistik führten, sind wieder deutlich gesunken und lagen zum 31. Dezember 2011 bei circa 95 US-Cent pro Pfund (Quelle: Forward Curve Cotton, nyb-ice Futures us Softs).

GESAMTAUSSAGE DES VORSTANDS ZU DEN WIRTSCHAFTLICHEN RAHMENBEDINGUNGEN

Gegen den Trend konnte TOM TAILOR im Geschäftsjahr 2011 deutliche Umsatzzuwächse in all seinen Segmenten verzeichnen. Im Segment Retail (inklusive E-Commerce) konnte das Unternehmen ein flächenbereinigtes Umsatzwachstum von 6,8 % erzielen und hob sich damit deutlich von der Entwicklung des deutschen Einzelhandels ab.

Witterungsbedingte Umsatzeinbußen infolge des nassen Sommers und sehr warmen Frühherbstes konnten durch die ansprechenden Kollektionen, das gestiegene Kundenvertrauen aber auch durch Preisnachlässe kompensiert werden. Der Baumwollpreis wirkte sich insbesondere noch im ersten Quartal 2011 negativ auf die Ertragslage des Konzerns aus. Insgesamt geht der Vorstand vor allem in den TOM TAILOR-Kernmärkten weiterhin von stabilen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen aus.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

GESCHÄFTSVERLAUF

UMSATZ

Umsatzentwicklung im Geschäftsjahr 2011

TOM TAILOR ist es im Jahr 2011 erneut gelungen, seinen Wachstumskurs fortzusetzen und sich von der Branchenentwicklung erfolgreich abzusetzen. So steigerte das Unternehmen seinen Konzernumsatz im Jahr 2011 um 18,4 % auf 411,6 Mio. EUR (2010: 347,7 Mio. EUR). Im vierten Quartal 2011 stieg der Konzernumsatz um 17,7 % auf 116,4 Mio. EUR gegenüber 98,9 Mio. EUR im Vorjahresquartal. TOM TAILOR sieht sich durch diese positive Entwicklung in seiner Strategie bestätigt, hochwertige Casual Wear mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis im monatlichen, systematischen Wechsel anzubieten und im Retail-Segment konsequent zu expandieren.

Umsatz nach Regionen

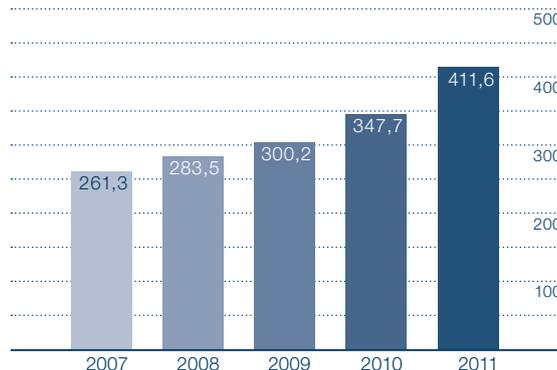
Auf dem Heimatmarkt Deutschland steigerte TOM TAILOR seinen Umsatz im Jahr 2011 um 12,0 % auf 267,0 Mio. EUR (2010: 238,3 Mio. EUR), was einem Umsatzanteil von 64,9 % entspricht. Die Umsatzentwicklung im Ausland übertraf diese positive Entwicklung im Inland sogar noch. TOM TAILOR konnte hier um 32,2 % auf 144,6 Mio. EUR Umsatz zulegen (2010: 109,4 Mio. EUR). Das Unternehmen erwirtschaftete somit 35,1 % seines Umsatzes außerhalb Deutschlands nach 31,5 % im Vorjahr. Zurückzuführen ist dieser Anstieg des ausländischen Umsatzanteils auf die ausgeweiteten Aktivitäten in Südosteuropa und auf die forcierte Expansion in den ausländischen Kernmärkten. Hier erreichte TOM TAILOR einen Umsatz von 89,6 Mio. EUR nach 73,3 Mio. EUR im Vorjahr. Der deutliche Umsatzanstieg von 22,2 % in den ausländischen Kernmärkten bestätigt die Unternehmensstrategie, sich vom deutschen Markt unabhängiger aufzustellen und weiter in die angrenzenden Länder zu expandieren.

Segmentberichterstattung

Der TOM TAILOR-Konzern unterteilt die Segmentberichterstattung in die Geschäftsfelder Retail und Wholesale. Das Segment Retail umfasst die vom Unternehmen selbst betriebenen Retail- und Outlet-Stores sowie das E-Commerce-Geschäft. Der Bereich E-Commerce besteht aus dem TOM TAILOR-E-Shop sowie aus den bestehenden E-Commerce-Kooperationen mit Neckermann und dem OTTO

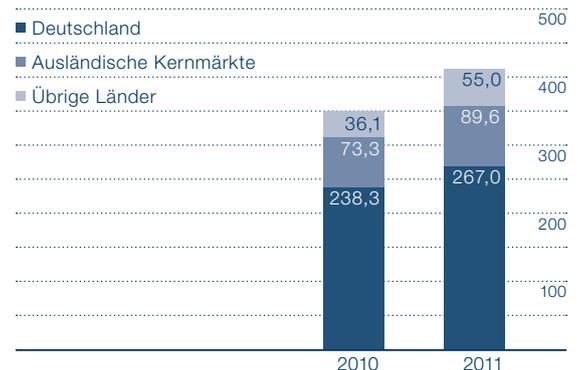
Umsatzentwicklung

in Mio. EUR



Umsatzentwicklung nach Regionen

in Mio. EUR



Versand. Im Segment Wholesale beliefert das Unternehmen gewerbliche Kunden, die TOM TAILOR-Produkte über verschiedene Vertriebswege an die Endkunden verkaufen. Dazu zählen Franchise-Stores, Shop-in-Shops und Multi-Label-Verkaufsstellen. Dies ermöglicht den Vertrieb großer Volumina über etablierte Warenhaus- und Bekleidungshandelsketten sowie Versandhäuser im In- und Ausland.

Umsatzentwicklung im Retail-Segment

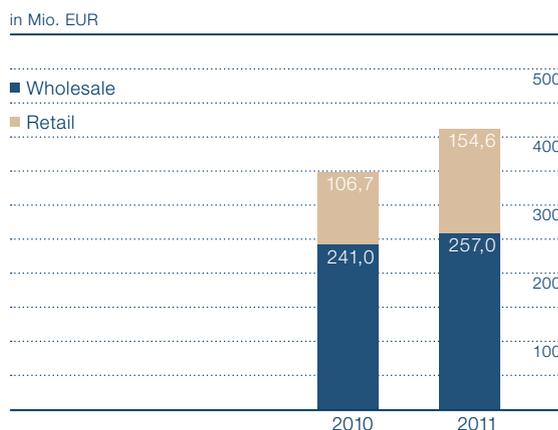
Ein wesentlicher Wachstumstreiber für TOM TAILOR ist die deutliche Ausweitung des Geschäfts im Segment Retail. Der Umsatz in diesem Segment konnte im Jahr 2011 um 44,9 % auf 154,6 Mio. EUR gesteigert werden nach 106,7 Mio. EUR im Jahr 2010. Im vierten Quartal wuchs der Umsatz um 38,3 % auf 51,8 Mio. EUR (2010: 37,5 Mio. EUR). Eine wichtige Größe neben dem absoluten, expansionsbedingten Umsatzanstieg ist der Umsatz, der auf der gleichen Fläche (sog. Like-for-Like-Umsatz) erwirtschaftet wurde. Dieser konnte 2011 gegenüber 2010 um 6,8 % gesteigert werden.

Die Zahl der Retail-Stores hat TOM TAILOR seit dem 31. Dezember 2010 um 90 auf 248 Stores aus-
geweitet. Die 248 Stores teilen sich auf in 101 Retail-Stores in Deutschland, 43 in Österreich und 104 im sonstigen Ausland. Auch das E-Commerce-Geschäft hat sich sehr positiv entwickelt. Dieser Vertriebsbereich verzeichnete ein Umsatzwachstum von 13,5 % auf 24,7 Mio. EUR (2010: 21,8 Mio. EUR).

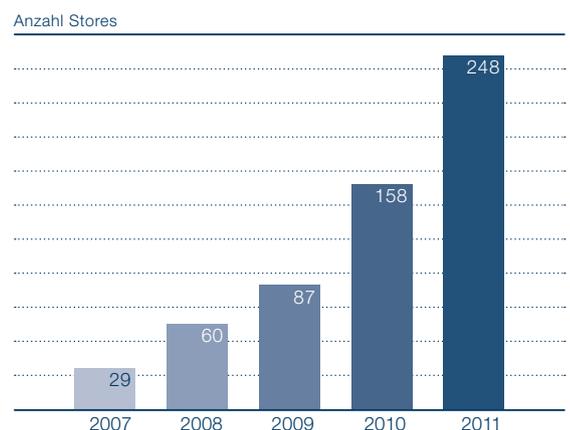
Umsatzentwicklung im Wholesale-Segment

Der TOM TAILOR-Umsatz im Segment Wholesale lag im Jahr 2011 mit 257,0 Mio. EUR um 6,6 % oberhalb des Vorjahres (2010: 241,0 Mio. EUR). Das Segment trug damit 62,4 % zum Gesamtumsatz bei (2010: 69,3 %). In Deutschland konnte der Umsatz in diesem Segment um 5,6 % gesteigert werden, im Ausland um insgesamt 8,0 %. Hier profitierte TOM TAILOR insbesondere von der Stabilisierung der osteuropäischen Absatzmärkte. Für die Zukunft erwartet der Vorstand in dieser Region eine weiterhin positive Umsatzentwicklung. Stärker als geplant hat TOM TAILOR die Anzahl der Shop-in-Shop-Flächen seit dem 31. Dezember 2010 um 345 (Planung: 200 bis 250 Flächen pro Jahr) von 1.441 Flächen auf 1.786 Flächen weiter ausgebaut. Die Zahl der Franchise-Stores hat sich trotz weiterer Store-Eröffnungen per Saldo aufgrund der Übernahme von Franchise-Stores in das Retail-Segment auf 155 verringert, sodass hier eine Umsatzverschiebung vom Segment Wholesale in das Segment Retail stattfand. Im Jahr 2011 wurden insgesamt 20 neue Franchise-Stores eröffnet.

Umsatzentwicklung nach Segmenten



Retail-Store-Entwicklung



Das bis Anfang Februar 2012 für die ersten sechs Monate des Jahres 2012 im Segment Wholesale geschriebene Auftragsvolumen wuchs gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 8,4 %.

SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

Die sonstigen betrieblichen Erträge haben sich im Vergleich zum Vorjahr um 11,5 % auf 13,2 Mio. EUR (2010: 14,8 Mio. EUR) verringert. Ursächlich für die Reduktion sind vor allem rückläufige USD-Kursgewinne, die im Jahr 2011 auf 0,6 Mio. EUR nach 2,1 Mio. EUR im Vorjahr zurückgingen. Unter den sonstigen betrieblichen Erträgen sind insbesondere die erhaltenen Lizenzerträge im Zusammenhang mit der Auslizenzierung der Marke TOM TAILOR hervorzuheben. Im Vergleich zum Vorjahr konnten diese Erträge von 2,5 Mio. EUR um 23,3 % auf 3,1 Mio. EUR gesteigert werden.

MATERIALAUFWAND

Der Materialaufwand ist im Jahr 2011 um 11,8 % auf 210,0 Mio. EUR gestiegen (2010: 187,9 Mio. EUR). Dies ist im Wesentlichen auf die erhöhten Umsätze zurückzuführen. Die Rohertragsmarge konnte im Berichtszeitraum um weitere 3,0-%-Punkte auf 49,0% verbessert werden, obwohl sich das Unternehmen insbesondere noch im ersten Quartal 2011 mit den negativen Folgen der Rohwarenbeschaffung auseinandersetzen musste. In diesem Zeitraum hatten hohe Baumwollpreise, gestiegene Lohnkosten in den Beschaffungsländern und die mit der Ressourcenverknappung einhergehenden höheren Frachtkosten die Rohertragsmarge negativ beeinflusst. Positiv haben sich in den Folgequartalen 2011 hingegen Skaleneffekte ausgewirkt, die TOM TAILOR im Einkauf aufgrund höherer Bestellvolumina erzielen konnte. Der Vergleichszeitraum 2010 stellte hinsichtlich dieser Aufwandsparameter das komplette Gegenteil dar. Insbesondere das erste Halbjahr 2010 war durch unterdurchschnittlich niedrige Preise aufgrund der zu diesem Zeitpunkt noch vorherrschenden Auswirkungen der Finanzkrise auf den Beschaffungsmärkten gekennzeichnet.

PERSONALAUFWAND

Der Personalaufwand ist im Jahr 2011 um 15,8 % auf 61,0 Mio. EUR gestiegen. Bereinigt um die im Jahr 2010 entstandenen Aufwendungen im Rahmen des Börsengangs sowie weitere Sondereffekte erhöhte sich der Personalaufwand um insgesamt 22,5 % auf 61,0 Mio. EUR (2010 bereinigt: 49,8 Mio. EUR). Dieser Anstieg korrespondiert mit der um 42,9 % gewachsenen durchschnittlichen Mitarbeiteranzahl im TOM TAILOR-Konzern. Die Mitarbeiterzahl ist durch die Expansion im Segment Retail und die gezielte Verstärkung des Verkaufspersonals auf den TOM TAILOR-Retail-Flächen angestiegen. Hinzu kamen im Jahr 2011 Aufwendungen durch die an langfristigen Unternehmenszielen orientierten erfolgsbasierten Vergütungssysteme zur Steigerung des Unternehmenswerts, die das Unternehmen nach dem Börsengang eingeführt hat.

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich um 15,4 Mio. EUR auf 107,3 Mio. EUR (2010: 91,9 Mio. EUR). Ursächlich hierfür sind im Wesentlichen die um 9,6 Mio. EUR gestiegenen

Mietaufwendungen aufgrund der vorangetriebenen Expansion. Die Zahl der Retail-Stores wurde seit dem 31. Dezember 2010 um 90 auf 248 ausgebaut. Damit spiegelt der Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen die Wachstumsstrategie des TOM TAILOR-Konzerns wider. Neben den Mietaufwendungen sind die Marketingaufwendungen im Jahr 2011 um 4,6 Mio. EUR auf 14,7 Mio. EUR angestiegen. Ursächlich für diesen Anstieg sind unter anderem strategische Investitionen in die Marke TOM TAILOR. Darüber hinaus wurde im Jahr 2011 für individuelles Produktmarketing ein höheres Budget investiert.

EBITDA

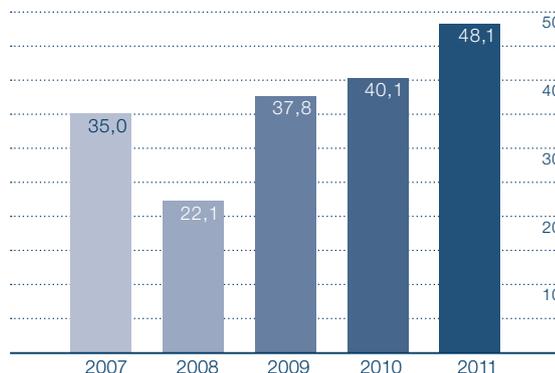
Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) lag mit 46,4 Mio. EUR im Jahr 2011 um 16,3 Mio. EUR oder rund 54 % über dem Ergebnis im Jahr 2010 (30,1 Mio. EUR). Der Vergleichszeitraum ist allerdings vornehmlich durch Einmaleffekte aufgrund des Börsengangs belastet, sodass bei einem Vergleich der bereinigten EBITDA-Zahlen ein Anstieg um rund 8,0 Mio. EUR bzw. 20 % auf 48,1 Mio. EUR zu verzeichnen ist (2010: bereinigtes EBITDA 40,1 Mio. EUR). Dieser Anstieg wurde trotz höherer Materialaufwendungen zu Beginn des Jahres, höherer Vorlaufkosten im Zusammenhang mit der weiteren Retail-Expansion sowie weiterer nicht geplanter Aufwendungen erzielt. Die bereinigte EBITDA-Marge hat sich somit leicht von 11,5 % auf 11,7 % verbessert.

Das Segment Retail erzielte ein bereinigtes EBITDA von 16,4 Mio. EUR (berichtet: 16,2 Mio. EUR) nach 14,0 Mio. EUR im Vorjahr (berichtet: 13,1 Mio. EUR). Durch die Vorlaufkosten im Zusammenhang mit der Retail-Expansion sowie die im dritten Quartal vorherrschenden ungünstigen Witterungsbedingungen und die einsetzende Konsumzurückhaltung, die zu höheren Abschritten geführt hat, blieb das Ergebnis trotz eines Anstiegs von 17,1 % zum Vorjahr leicht hinter den internen Erwartungen zurück. In diesem Segment dürfte sich das Umsatz- und EBITDA-Wachstum jedoch in den kommenden Jahren beschleunigt fortsetzen.

Das Segment Wholesale erzielte ein bereinigtes EBITDA von 31,7 Mio. EUR (berichtet: 30,2 Mio. EUR) nach 26,0 Mio. EUR im Vorjahr (berichtet: 16,9 Mio. EUR) trotz noch vorhandener Belastung im ersten Quartal auf der Einkaufsseite. Diese positive Entwicklung ist auf die Normalisierung der Einkaufspreise und somit eine Verbesserung der Materialaufwandsquote ab dem zweiten Quartal zurückzuführen.

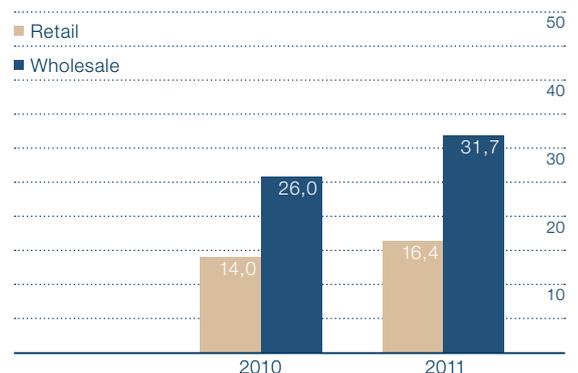
Entwicklung bereinigtes EBITDA

in Mio. EUR



Bereinigtes EBITDA nach Segmenten

in Mio. EUR



ABSCHREIBUNGEN

Die Abschreibungen lagen 2011 mit rund 25,5 Mio. EUR knapp 2,6 Mio. EUR über dem Vorjahr (2010: 22,9 Mio. EUR). Sie enthielten Abschreibungen in Höhe von 5,2 Mio. EUR (2010: 8,1 Mio. EUR) auf die aufgedeckten stillen Reserven im Zuge der Kaufpreisallokation aus dem Erwerb des operativen TOM TAILOR-Geschäfts im Jahr 2005 durch die Holdinggesellschaft des Konzerns. Unter Korrektur dieser kaufpreisbedingten Abschreibungen ist der Abschreibungsaufwand um 5,4 Mio. EUR gestiegen und spiegelt die erhöhte Investitionstätigkeit in den letzten Jahren wider. Die Investitionen wurden insbesondere für die weitere Expansion des Retail-Geschäfts sowie der von TOM TAILOR kontrollierten Flächen getätigt.

FINANZERGEBNIS

Das Finanzergebnis verbesserte sich 2011 deutlich um 4,3 Mio. EUR auf –7,1 Mio. EUR (2010: –11,4 Mio. EUR). Unter Berücksichtigung der Einmaleffekte aus dem Börsengang im Vorjahr von 3,4 Mio. EUR reflektiert das bereinigte Finanzergebnis von –7,1 Mio. EUR (2010: –8,0 Mio. EUR) die verbesserte Kapitalstruktur des TOM TAILOR-Konzerns. Diese führte dazu, dass trotz der zwischenzeitlichen Zinserhöhungen im Euro-Raum sowie der expansionsbedingten höheren Inanspruchnahme der vorhandenen Bankenkreditlinien das bereinigte Finanzergebnis rund 10 % über dem des Vorjahres lag.

ERTRAGSTEUERN

Die im Jahr 2011 angefallenen Steuern vom Einkommen und vom Ertrag in Höhe von rund –3,6 Mio. EUR (2010: 6,7 Mio. EUR) korrespondieren mit dem Ergebnis vor Ertragsteuern von rund 13,6 Mio. EUR (2010: –4,2 Mio. EUR). Im Vorjahr fielen die Steuerquote und das Ergebnis vor Ertragssteuern – bedingt durch Sondereffekte des Börsengangs und der Verlustvortragssituation – auseinander. Die Konzernsteuerquote von 26,2 % (2010: –156,3 %) spiegelt im Berichtsjahr die positive wirtschaftliche Entwicklung wider.

PERIODENERGEBNIS, ERGEBNIS JE AKTIE UND ERGEBNISVERWENDUNG

Das Periodenergebnis verbesserte sich deutlich von 2,4 Mio. EUR auf 10,1 Mio. EUR im Jahr 2011. Ursächlich hierfür sind insbesondere die erzielte Umsatzsteigerung, die durchgesetzten Preiserhöhungen sowie die Einkaufspreisnormalisierung auf den Beschaffungsmärkten ab dem zweiten Quartal 2011. Dagegen haben sich einige Effekte negativ auf das Ergebnis ausgewirkt: die hohen Baumwollpreise sowie die allgemeine Erhöhung der Beschaffungskosten durch die gestiegenen Lohn- und Logistikkosten im ersten Quartal 2011, die seit Anfang des Jahres 2011 entstandenen Vorlaufkosten für Store-Eröffnungen im Retail-Segment und die witterungsbedingt höheren Abschriften im dritten Quartal 2011. Im Vergleich zu den Vorjahren sind aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung höhere Ertragsteuern in Höhe von rund 26 % vom Ergebnis vor Steuern entstanden.

Das Ergebnis je Aktie im Jahr 2011 belief sich folglich auf 0,59 EUR (2010: 0,15 EUR). Aufgrund der positiven Entwicklung schlugen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung erstmalig eine Dividendenausschüttung in Höhe von 0,17 EUR je Aktie für das Geschäftsjahr 2011 vor.

Überleitung Bereinigtes Periodenergebnis

in TEUR	2010	2011
Periodenergebnis	2.406	10.072
Ertragsteuern	-6.685	3.584
Ergebnis vor Steuern	-4.279	13.656
Finanzergebnis	7.958	7.180
Einmaleffekte		
Zinskosten Neustrukturierung Fremdkapital durch IPO	3.405	-
Amortisation Kaufpreisallokation (PPA) aus 2005	8.064	5.257
Kosten aufgrund Börsengang		
Personalkosten	2.344	-
Strukturierungskosten Fremdkapital	5.682	-
	8.026	-
Freistellung ehemaliger Vorstand	620	-
Aufbau Sourcing-Gesellschaft	-	591
Sonstige Einmaleffekte	1.375	1.163
Summe Einmaleffekte ohne Steuereffekt	21.490	7.011
Bereinigtes EBIT	25.169	27.847
in % vom Umsatz	7,2 %	6,8 %
Abschreibungen (ohne Amortisation Kaufpreisallokation)	14.900	20.274
Bereinigtes EBITDA	40.069	48.121
in % vom Umsatz	11,5 %	11,7 %
Abschreibungen (ohne Amortisation Kaufpreisallokation)	-14.900	-20.274
Finanzergebnis	7.958	-7.180
Bereinigtes Ergebnis vor Steuern	17.211	20.667
Ertragsteuern	6.685	-3.584
Kalkulatorischer Steuereffekt (30%) auf gesamte Einmaleffekte	-4.840	-2.103
Latente Steuern Zinsschranke	-6.660	-
Bereinigtes Periodenergebnis	12.396	14.980

Mehrperiodenübersicht zur Ertragslage

in Mio. EUR	2007	2008	2009	2010	2011
Umsatz	261,3	283,5	300,2	347,7	411,6
Rohertragsmarge in %	42,5	41,4	45,9	46,0	49,0
EBITDA	27,0	10,9	37,0	30,1	46,4
Bereinigtes EBITDA	35,0	22,1	37,8	40,1	48,1
Finanzergebnis	-14,9	-21,7	-17,7	-11,3	-7,1
Periodenergebnis	12,8	-25,3	-5,6	2,4	10,1

FINANZIERUNG UND FINANZSTRUKTUR**PRINZIPIEN DES LIQUIDITÄTS- UND FINANZMANAGEMENTS**

Das Finanzmanagement erfolgt zentral durch die Konzernzentrale von TOM TAILOR in Hamburg. Dadurch sollen ein konzerneinheitliches Liquiditätsmanagement gewährleistet, die vorhandenen liquiden Mittel optimal eingesetzt sowie die Zahlungsfähigkeit des TOM TAILOR-Konzerns sichergestellt werden. Auf dieser Basis ist das Finanzmanagement von TOM TAILOR bestrebt, jederzeit ausreichende Liquiditätsreserven für das weitere Unternehmenswachstum vorzuhalten. Hierbei sind der Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit sowie die vorhandenen Bankenkreditlinien eine wichtige Finanzierungsquelle.

Das TOM TAILOR-Finanzmanagement orientiert sich kurz- und mittelfristig an den Anforderungen des operativen Geschäfts sowie langfristig an der Unternehmensstrategie. Zur Ermittlung des Liquiditätsbedarfs werden rollierende Cashflow-Planungen sowie tagesaktuelle Liquiditätsreports verwendet.

Mit einer Palette von Finanzinstrumenten und -maßnahmen sowie der positiven wirtschaftlichen Entwicklung erhöht TOM TAILOR die finanzielle Flexibilität des Konzerns und reduziert die Abhängigkeit von Banken bzw. Kreditinstituten. TOM TAILOR unterhält darüber hinaus gute Geschäftsbeziehungen zu den vorhandenen Konsortialbanken, sodass beide Faktoren zu einer guten Verhandlungsposition und Konditionenoptimierung beitragen.

TOM TAILOR deckt seinen Finanzierungsbedarf durch ein ausgewogenes Verhältnis von Eigenkapital zu Fremdkapital. Somit sind sowohl die finanzielle Stabilität als auch eine hinreichende Flexibilität gesichert. Die Eigenkapitalquote soll auch zukünftig rund 35 % betragen.

Insbesondere seit Beginn der globalen Finanzkrise im Jahr 2008 sowie der aktuellen Schuldenkrise in Europa und der vorhandenen Kapitallücken in der Bankenlandschaft verfolgt TOM TAILOR die sich an den Finanzmärkten bietenden Finanzierungsmöglichkeiten sowie Trends hinsichtlich der Verfügbarkeit von Finanzmitteln sehr genau, um auch langfristig eine gesicherte Liquidität gewährleisten zu können.

Ende 2011 wurde begonnen, die bisher vorhandene Leverage-Buy-out-Finanzierungsstruktur an die Verhältnisse nach dem Börsengang anzupassen und die bestehende Bankenfinanzierung durch eine neue, marktgerechte und auf das Wachstum von TOM TAILOR ausgerichtete Bankenfinanzierung

abzulösen. Am 3. Februar 2012 konnte dieser Prozess erfolgreich abgeschlossen werden, sodass auch für das zukünftige Wachstum ausreichend Bankenkreditlinien unabhängig von der Schuldenkrise in Europa für die nächsten drei Jahre plus zweier Verlängerungsoptionen für jeweils ein Jahr zur Verfügung stehen.

In diesem Zusammenhang wurden die bisher zur Verfügung stehenden Banklinien von 157 Mio. EUR auf 225 Mio. EUR erhöht. Die 225 Mio. EUR teilen sich in eine Kontokorrentkreditlinie von 85 Mio. EUR (bis zum 3. Februar 2012: 35 Mio. EUR), eine Garantielinie von 100 Mio. EUR (bis zum 3. Februar 2012: 65 Mio. EUR) sowie noch vorhandene Term Loans in Höhe von 40 Mio. EUR (bis zum 3. Februar 2012: 57 Mio. EUR) auf. Die effektive Verzinsung der in Anspruch genommenen Linien ist variabel und richtet sich nach dem Drei- bzw. Sechs-Monats-EURIBOR zuzüglich einer Marge zwischen 1,35 % p. a. und 2,5 % p. a. (bisher: zwischen 2,5 % und 4,25 %), deren Höhe jedoch final vom Verhältnis zwischen Nettoverschuldung und dem EBITDA abhängt.

Die bestehenden Bankkennzahlen („Financial Covenants“) wurden 2011 mit ausreichend Spielraum eingehalten.

CASHFLOW

2011 verzeichnete der TOM TAILOR-Konzern mit 20,4 Mio. EUR einen um 5,4 Mio. EUR höheren Mittelzufluss aus der operativen Geschäftstätigkeit als im Vorjahr (2010: 15,0 Mio. EUR). Trotz des Ausbaus der kontrollierten Flächen, der zu einem Aufbau des Vorratsvermögens und einer Mittelbindung von 17,7 Mio. EUR (2010: 8,3 Mio. EUR) geführt hat und der erst zukünftig durch den Abverkauf zu einem Mittelzufluss aus der operativen Geschäftstätigkeit führt, konnte eine positive Entwicklung des operativen Cashflows verzeichnet werden. Der im Dezember 2011 erzielte Anstieg des Umsatzes, insbesondere im Segment Wholesale, führte zu einer Mittelbindung im Bereich der Forderungen und sonstigen Aktiva in Höhe von –15,9 Mio. EUR (2010: –2,2 Mio. EUR). Insgesamt ist die Entwicklung des Vorratsvermögens charakteristisch für das Retail-Segment. Der Nachteil der höheren Kapitalbindung im Vorratsbereich wird zukünftig durch eine geringere Kapitalbindung im Forderungsbereich ausgeglichen.

Der saldierte Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit betrug im Berichtszeitraum 22,2 Mio. EUR und lag unter dem Vorjahr (2010: 26,7 Mio. EUR). Im Mittelpunkt der Investitionen stand vor allem der Ausbau der Verkaufsflächen in beiden Segmenten. Der Wachstumsstrategie folgend flossen 12,2 Mio. EUR (2010: 14,9 Mio. EUR) in das Segment Retail. Die Investitionen im Segment Wholesale von 10,3 Mio. EUR (2010: 12,5 Mio. EUR) resultieren insbesondere aus dem weiteren Ausbau der kontrollierten Flächen. Die Übernahme weiterer 21 Stores im Jahr 2011 in die 2010 gegründete TOM TAILOR South Eastern Europe Holding GmbH Gruppe zur Expansion in Südosteuropa sowie die Übernahme von 51 Prozent der Anteile an acht Stores eines österreichischen Partners waren im Jahr 2011 nicht zahlungswirksam. Diese Investitionen in Höhe von 6,8 Mio. EUR sind daher im Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit nicht enthalten. Unter Berücksichtigung vornehmlich dieser Investitionen fiel der Ausbau der kontrollierten Flächen im Retail Segment höher aus als im Vorjahr.

Der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit betrug im Jahr 2011 5,2 Mio. EUR und ist auf die saisonal bedingte Inanspruchnahme der vorhandenen Bankenkreditlinien sowie die Rückführung von

sonstigen Finanzverbindlichkeiten zurückzuführen. Der Vorjahreszeitraum war börsengangsbefugt durch einen Mittelzufluss in Höhe von 27,8 Mio. EUR gekennzeichnet. Insgesamt haben sich die liquiden Mittel im Jahr 2011 vornehmlich expansionsbedingt um 13,1 Mio. EUR auf 9,3 Mio. EUR verringert.

Investitionen

„Act Premium, Sell Volume“ – diese Philosophie gilt insbesondere für die Produktleistung und im Bereich des Ladenbaus. Der TOM TAILOR-Endkunde soll sich auf den Verkaufsflächen wohlfühlen und das wiederum soll über eine längere Verweildauer seine Kaufentscheidung positiv beeinflussen. Dem entsprechend investiert TOM TAILOR vornehmlich in den Ausbau seiner Ladenflächen und bildet damit die Basis für weiteres Umsatzwachstum.

Im Mittelpunkt der Investitionen stand im Berichtsjahr vor allem der Ausbau der eigenkontrollierten Verkaufsflächen in beiden Segmenten. Insgesamt flossen 12,2 Mio. EUR (2010: 14,9 Mio. EUR) in das Segment Retail und 10,3 Mio. EUR (2010: 12,5 Mio. EUR) in das Segment Wholesale. Die Investitionen im Segment Retail entfielen überwiegend auf die Ladenbaueinrichtung der 65 neu eröffneten Stores sowie der 25 Franchise-Stores, die in den eigenen Retail übernommen wurden. Im Segment Wholesale wurden 7,9 Mio. EUR in Möbel für die kontrollierten Flächen sowie Keymoneybeträge für neue Flächen investiert. Die Ladenbau-Investitionen pro qm Verkaufsfläche konnten im Jahr 2011 aufgrund höherer Abnahmemengen weiter gesenkt werden. Die übrigen 2,4 Mio. EUR entfielen vor allem auf Erweiterungsinvestitionen im Bereich der vorhandenen Showrooms und den Bereich IT/ Software-Infrastruktur.

Mehrperiodenübersicht zur Finanzlage

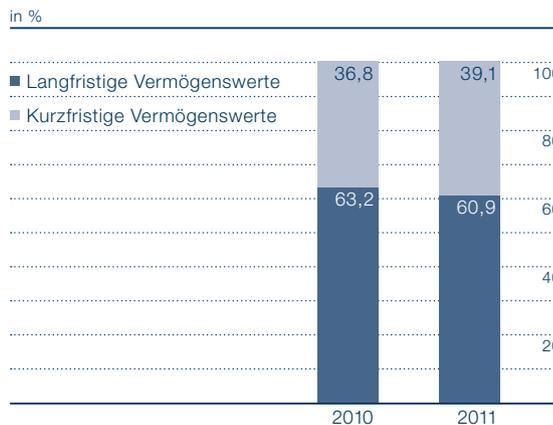
in Mio. EUR	2007	2008	2009	2010	2011
Eigenkapital	-52,0	-62,5	-68,2	100,2	113,7
Langfristige Schulden	208,6	218,5	231,1	99,9	111,1
Kurzfristige Schulden	74,7	96,7	87,2	87,8	95,7
Gesamt	231,3	252,7	250,1	287,9	320,5

VERMÖGEN, VERBINDLICHKEITEN UND EIGENKAPITAL

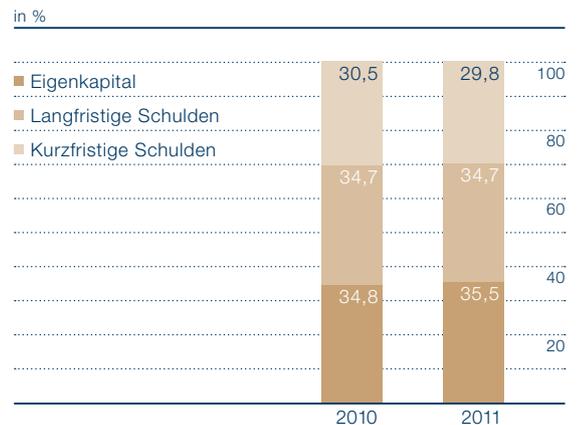
IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Neben derivativen Geschäfts- oder Firmenwerten (resultierend aus Akquisitionen) bilanziert das Unternehmen unter den immateriellen Vermögenswerten Marken, Kundenstämme und Lizenzverträge, die im Zuge der Kaufpreisallokation aus dem Erwerb des operativen TOM TAILOR-Geschäfts im Jahr 2005 durch die Holdinggesellschaft des Konzerns im Rahmen der Aufdeckung vorhandener stiller Reserven entstanden sind. Die ausgewiesenen Marken sowie Geschäfts- oder Firmenwerte werden jährlich einem Wertminderungstest unterzogen. Bei den Kundenstämmen wird zwischen Stammkunden, Franchise-Partnern, Shop-in-Shop-Kunden und Multi-Label-Kunden unterschieden. Die damals aufgedeckten Kundenstämme und Lizenzverträge werden über ihre jeweilige Nutzungsdauer linear abgeschrieben. Neben diesen in 2005 aufgedeckten stillen Reserven werden unter den immateriellen Vermögenswerten überwiegend geleistete Keymoneybeträge für neue Flächen sowie Softwarelizenzen ausgewiesen.

Vermögensstruktur



Kapitalstruktur



Insgesamt haben sich die immateriellen Vermögenswerte aufgrund der vorgenommenen linearen Abschreibungen um 3,5 Mio. EUR auf 138,8 Mio. EUR (2010: 142,3 Mio. EUR) reduziert.

SACHANLAGEN

Im Sachanlagevermögen werden hauptsächlich Mietereinbauten im Zusammenhang mit der Ausstattung und dem Umbau der eigenbetriebenen Showrooms sowie die Ladeneinrichtung und Möbel der eigenen Retail-Stores ausgewiesen. Aufgrund der Expansion im Jahr 2011 ist das Sachanlagevermögen trotz jährlicher linearer Abschreibung von 35,2 Mio. EUR auf 49,5 Mio. EUR angestiegen.

VORRATSVERMÖGEN UND FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Im Bereich der kurzfristigen Vermögenswerte sind im Wesentlichen das Vorratsvermögen sowie die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zu nennen. Aufgrund des weiteren Ausbaus der von TOM TAILOR selbst kontrollierten Flächen und der positiven Auftrags- und Umsatzentwicklung haben sich der Bestand des Vorratsvermögens auf 57,5 Mio. EUR (31. Dezember 2010: 39,8 Mio. EUR) und die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen auf 45,5 Mio. EUR (31. Dezember 2010: 38,4 Mio. EUR) erhöht. Im Bereich des Vorratsvermögens kommt insbesondere der Anstieg um die 90 eigenbetriebenen neuen Retail-Stores zum Tragen. Darüber hinaus ist das sogenannte Depotgeschäft im Wholesale-Bereich im Vergleich zum Vorjahr gewachsen, welches mit einem korrespondierenden Vorratsanstieg einhergeht. Der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen resultiert vornehmlich aus um rund 18 % höheren Konzernumsätzen im Dezember 2011 im Vergleich zum Vorjahr.

Unter Berücksichtigung der gesamten Investitionen in das Anlagevermögen, der Erhöhung der Vorräte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen hat sich die Vermögensseite der Bilanz von 287,9 Mio. EUR auf 320,4 Mio. EUR zum 31. Dezember 2011 erhöht.

AKQUISITIONEN

Mit Wirkung zum 1. April 2011 hat TOM TAILOR von seinem langjährigen österreichischen Vertriebspartner Sagmeister 51 Prozent an der TOM TAILOR Retail Joint Venture GmbH mit Sitz in Bregenz übernommen. Dadurch soll die strategische Ausweitung der eigenkontrollierten Flächen und die Marke TOM TAILOR in Österreich verstärkt werden. Mit Vertragsabschluss werden die acht bestehenden TOM TAILOR-Franchise-Stores (davon sechs in Österreich, je einer in Deutschland und in der Schweiz) als eigene Retail-Stores geführt. Die Beteiligung wurde bereits ab dem 1. April 2011 ohne Ausweis von Minderheiten vollkonsolidiert. Der zum 31. Dezember 2011 unter den Finanzverbindlichkeiten auszuweisende ermittelte Kaufpreis beläuft sich auf rund 2,2 Mio. EUR. Vom 1. April bis zum 31. Dezember 2011 hat diese Beteiligung ein positives EBITDA von rund 0,9 Mio. EUR erwirtschaftet.

Ferner wurden zur Mitte des Jahres 2011 21 Retail-Stores, die bisher unter einer anderen Marke geführt wurden, von dem Partner Sportina in die TOM TAILOR South Eastern Europe Holding GmbH übernommen. Der zum 31. Dezember 2011 ebenfalls unter den Finanzverbindlichkeiten ausgewiesene Kaufpreis belief sich auf rund 4,5 Mio. EUR. Im Jahr 2011 hat die TOM TAILOR South Eastern Europe Holding GmbH insgesamt ein positives EBITDA von rund 2 Mio. EUR erwirtschaftet.

Darüber hinaus hat TOM TAILOR im Geschäftsjahr 2011 keine weiteren wesentlichen Akquisitionen getätigt.

VERBINDLICHKEITEN

Auf der Passivseite sind im Wesentlichen die langfristigen Finanzverbindlichkeiten auf 77,5 Mio. EUR (31. Dezember 2010: 65,9 Mio. EUR) und die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten auf 6,4 Mio. EUR (31. Dezember 2010: 8,7 Mio. EUR) angestiegen bzw. zurückgegangen. Für den Anstieg der langfristigen Finanzverbindlichkeiten sind primär der Ausweis der Kaufpreisverbindlichkeiten im Rahmen der Übernahme von 21 Retail-Stores im südosteuropäischen Markt von dem Partner Sportina sowie der Übernahme von acht Retail-Stores in Österreich von dem Partner Sagmeister verantwortlich. Die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten unterliegen insbesondere saisonbedingten Veränderungen. Außerdem haben sich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen durch die Ausweitung der Geschäftsaktivitäten und saisonal bedingt von 54,3 Mio. EUR auf 58,4 Mio. EUR zum 31. Dezember 2011 erhöht.

AUSSERBILANZIELLE FINANZINSTRUMENTE

Das Unternehmen verwendet keine bilanzexternen Finanzierungsinstrumente im Sinne von Forderungsverkäufen, Asset-Backed-Securities, Sale-and-Lease-Back-Transaktionen oder eingegangenen Haftungsverhältnissen gegenüber nicht im Konzernabschluss einbezogenen Zweckgesellschaften. TOM TAILOR hat in geringem Umfang sonstige operative Leasingverhältnisse etwa für EDV-Zubehör und Firmenfahrzeuge. Außerbilanzielle Finanzinstrumente haben daher keinen wesentlichen Einfluss auf die Vermögenssituation des Konzerns.

EIGENKAPITAL

Das Eigenkapital des TOM TAILOR-Konzerns hat sich vor allem durch das erzielte Periodenergebnis in Höhe von 10,1 Mio. EUR (2010: 2,4 Mio. EUR) auf nunmehr 113,7 Mio. EUR (2010: 100,2 Mio. EUR) erhöht. Die Eigenkapitalquote ist somit von 34,8 % auf 35,5 % weiter gestiegen.

Im Jahr 2011 sind keine Kapitalmaßnahmen durchgeführt worden. Lediglich zum Ausgleich noch vorhandener Verlustvorträge in der TOM TAILOR Holding AG, die aus der Zeit der Leverage-Buy-out-Struktur resultieren, wurde aus der freien Kapitalrücklage ein Betrag von 17,6 Mio. EUR entnommen.

RATING

TOM TAILOR verfügt über ausreichend Bankkreditlinien und nimmt Finanzierungsinstrumente wie Anleihen oder Commercial Papers nicht in Anspruch. Daher verfügt TOM TAILOR auch nicht über ein Rating einer externen Ratingagentur.

Mehrperiodenübersicht zur Vermögenslage

in Mio. EUR	2007	2008	2009	2010	2011
Langfristige Vermögenswerte	157,4	167,9	166,5	181,9	195,1
Kurzfristige Vermögenswerte	73,9	84,8	83,6	106,0	125,4
Gesamt	231,3	252,7	250,1	287,9	320,5

GESAMTAUSSAGE DES VORSTANDS ZUR ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Der Vorstand der TOM TAILOR Holding AG beurteilt den Geschäftsverlauf 2011 sowie die bisherige Entwicklung und die wirtschaftliche Lage des TOM TAILOR-Konzerns durchweg positiv. Die durch den Börsengang im Jahr 2010 gestärkte Kapitalbasis und die somit erreichte finanzielle Flexibilität hat im Berichtsjahr dazu geführt, dass die Expansion weiter forciert werden konnte. Die finanzielle Stabilität hat sich spürbar gefestigt und die Finanzierung von TOM TAILOR ist mittelfristig gesichert. Darüber hinaus wurde Anfang Februar 2012 die bestehende Leverage-Buy-out-Finanzierungsstruktur abgelöst und in eine marktgerechte Corporate Finanzierungsstruktur überführt. TOM TAILOR ist somit für das weitere geplante Wachstum gut aufgestellt.

Die für das Geschäftsjahr 2011 vorgegebene Umsatzprognose von über 400 Mio. EUR wurde erreicht. TOM TAILOR steigerte den Umsatz im Berichtsjahr um 18,4 % auf 411,6 Mio. EUR. Hierzu hat im Wesentlichen die schneller als geplante Expansion im Retail Segment beigetragen. Die Zahl der eigenen Retail-Stores stieg um 90 auf 248 Stores. Die Storeanzahl liegt damit deutlich über dem prognostizierten Wachstum von rund 60 bis 70 Stores für 2011. Auch die Expansion im Wholesale-Bereich und somit auf den übrigen kontrollierten Flächen ging schneller voran als geplant.

Im Hinblick auf die weitere wesentliche Steuerungsgröße, das bereinigte EBITDA, wurde die Prognosespanne von 48 bis 51 Mio. EUR mit 48,1 Mio. EUR am unteren Rand eingehalten. Ausschlaggebend hierfür waren insbesondere die zu Beginn des Jahres ungeplant hohen Baumwollpreise,

höhere Lohn- und Logistikkosten und höhere Vorlaufkosten für die Store-Eröffnungen im Retail-Segment. Zusammen mit zusätzlichen Rückstellungen für Überstunden sowie nicht budgetierten strategischen Investitionen in die Marke TOM TAILOR beeinflussten diese Effekte das EBITDA stärker als geplant.

Soll-Ist-Vergleich

	Ziel 2011	Ist 2011
Umsatz (in Mio. EUR)	> 400	411,6
Bereinigtes EBITDA (in Mio. EUR)	48 – 51	48,1
Neue Retail-Stores (Anzahl)	60 – 70	90
Neue Shop-in-Shops (Anzahl)	200 – 250	345
Neue Franchise-Stores (Anzahl)	20 – 25	20

Neben dem Umsatz- und EBITDA-Wachstum hat die verringerte Zinsbelastung das Periodenergebnis positiv beeinflusst. Der mit der positiven Entwicklung einhergehende Steuereffekt sowie die höheren Abschreibungen aufgrund der Investitionstätigkeit in den Jahren 2010 und 2011 haben das Periodenergebnis hingegen geschmälert.

Der Vorstand der TOM TAILOR Holding AG sieht den Konzern gut positioniert für die weitere Expansion des erfolgreichen TOM TAILOR-Geschäftsmodells. Hieraus resultierend erwartet der Vorstand eine weitere Steigerung des Umsatz- und EBITDA-Wachstums.

BILANZIELLE ERMESSENSENTSCHEIDUNGEN

Im Konzernabschluss 2011 sind keine Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden angewandt worden, die von den Vorjahren abweichen und bei einer anderen Anwendung einen wesentlichen Einfluss auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage gehabt hätten. Angaben zum Einfluss der Verwendung von Schätzungen zu den getroffenen Annahmen und Ermessensentscheidungen finden sich im Konzernanhang.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

STRUKTUR

TOM TAILOR beschäftigte am 31. Dezember 2011 1.541 Mitarbeiter (Anzahl in Köpfen), von denen 467 im Segment Wholesale und 1.074 im Segment Retail tätig waren. Im Heimatmarkt Deutschland arbeiteten zum Stichtag 799 und im Ausland 742 Mitarbeiter. In der TOM TAILOR Holding AG sind einschließlich der vier Vorstände 25 Mitarbeiter tätig.

Die Mitarbeiter von TOM TAILOR sind der wichtigste Erfolgsfaktor des Unternehmens. Nicht zuletzt ihrem Engagement und ihrer Leistungsbereitschaft ist es zu verdanken, dass TOM TAILOR sich zu einer führenden Marke in der Mode- und Lifestyle-Branche entwickeln konnte. Für die weitere Expansion setzt TOM TAILOR auf motivierte und leistungsstarke Mitarbeiter, denen TOM TAILOR interessante Entwicklungs- und Karrierechancen bietet.

Zur Führungsebene des TOM TAILOR-Konzerns gehören auf der ersten Managementebene 25 Mitarbeiter, davon sind elf weiblich. Das bedeutet, dass der Anteil der Frauen an den Führungskräften bei TOM TAILOR mit 44 % auf einem sehr hohen Niveau liegt.

Mitarbeiter nach Regionen und Segmenten (Anzahl zum 31.12.)

	2010			2011		
	Retail	Wholesale	Gesamt	Retail	Wholesale	Gesamt
Deutschland	370	383	753	410	389	799
Ausländische Kernmärkte	206	84	290	310	78	388
Übrige Länder	164	–	164	354	–	354
Gesamt	740	467	1.207	1.074	467	1.541

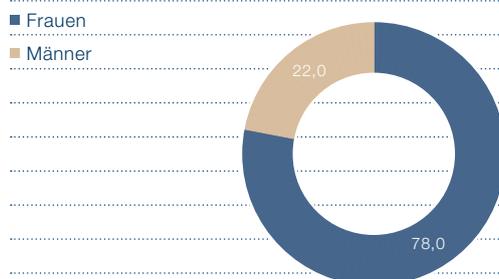
Mitarbeiteraltersklassen

in % 31.12.2011



Geschlechteranteil

in % 31.12.2011



VERGÜTUNG

Eine faire, leistungsfördernde Bezahlung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie deren Beteiligung am Unternehmenserfolg sind wichtige Bestandteile der Personalpolitik von TOM TAILOR. Sie trägt wesentlich dazu bei, das Engagement und die Motivation der Mitarbeiter zu stärken. Bei TOM TAILOR basiert die Vergütung auf fixen und variablen Bestandteilen, die von der Erreichung von Unternehmenszielen sowie persönlicher Ziele bestimmt werden. Die Unternehmensziele beinhalten finanzielle Leistungsindikatoren, die je nach Unternehmensbereich variieren. Die Ausgestaltung der Anteile fix und variabel ist unterschiedlich und unter anderem abhängig von der Funktionsebene im Unternehmen. Die Ziele, deren Erreichung im abgelaufenen Jahr und die Gehaltsentwicklung werden in jährlichen Beurteilungsgesprächen festgelegt. In diesen Gesprächen sind auch Beurteilungskriterien des Mitarbeiters gegenüber seinem Vorgesetzten enthalten.

Neben der rein leistungsbezogenen Vergütung setzt das Unternehmen auf freiwillige Sozialleistungen. So gibt es zum Beispiel eine betriebliche Altersvorsorge, die vom Arbeitgeber bezuschusst wird, und eine Berufsunfähigkeitsversicherung über einen Gruppenvertrag.

VIELFALT

TOM TAILOR achtet und fördert Vielfalt (Diversity). Das Unternehmen ist überzeugt, dass erst durch verschiedene kulturelle Prägungen, Sichtweisen, Meinungen und Erfahrungswerte die Potenziale ausgeschöpft werden können, die ein Unternehmen erfolgreich machen. Die Belegschaft bei TOM TAILOR ist sehr international: Mitarbeiter 35 verschiedener Nationalitäten sind bei TOM TAILOR beschäftigt. Der Anteil der weiblichen Mitarbeiter beträgt rund 80 %.

NACHWUCHS

Gut ausgebildete und motivierte Nachwuchskräfte sind eine entscheidende Voraussetzung für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens. Über Kooperationen mit Hochschulen, Präsentationen auf Messen, das Programm „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ und weitere Initiativen werden potenzielle Kandidaten angesprochen. Es gibt Kooperationen mit der Akademie für Mode und Design, um jungen Studierenden verschiedene Berufsfelder zu präsentieren und sie für eine Ausbildung bei TOM TAILOR zu begeistern. So fand im Oktober 2011 die Aktion „Speed dating bei TOM TAILOR“ statt, die durch weitere Aktionen in 2012 ergänzt wird.

Besonderes Augenmerk legt TOM TAILOR auf die Ausbildung junger Menschen. Traditionelle Berufsausbildung, duales Studium, Praktika sowie Traineeprogramme für Hochschulabsolventen gehören zum Ausbildungskonzept. So will sich TOM TAILOR als attraktiver Arbeitgeber positionieren und talentierte und gut ausgebildete Mitarbeiter gewinnen und dauerhaft an das Unternehmen binden. Regelmäßig engagiert sich das Unternehmen am „Girl's Day – Mädchen-Zukunftstag“. Hier können junge Mädchen durch praktisches „Hineinschnuppern“ interessante Berufe aus Technik, Handwerk oder IT kennenlernen.

WEITERBILDUNG

TOM TAILOR stellt sich auf die absehbaren Folgen der demografischen Entwicklung ein. Die langfristige Bindung an das Unternehmen und die Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter spielten daher eine bedeutende Rolle. TOM TAILOR unterstützt und begleitet seine Mitarbeiter bei ihren individuellen Karrierezielen. Das Unternehmen setzt dabei auf individuelle, bedarfsgerechte Weiterbildung und auf Fachschulungen. Immer mehr Bedeutung gewinnt das Thema Coaching für Mitarbeiter und Führungskräfte.

FAMILIENFREUNDLICHKEIT

Das Durchschnittsalter der Beschäftigten von TOM TAILOR ist mit rund 30 Jahren vergleichsweise niedrig. Daher ist die Vereinbarkeit von Familie und Beruf für viele Mitarbeiter des Unternehmens sehr wichtig. Mit Gleitzeit-, Teilzeit- und Jobsharing-Modellen ermöglicht TOM TAILOR ihnen eine weitgehend flexibel gestaltbare Tätigkeit.

TEAMGEIST UND KOMMUNIKATION

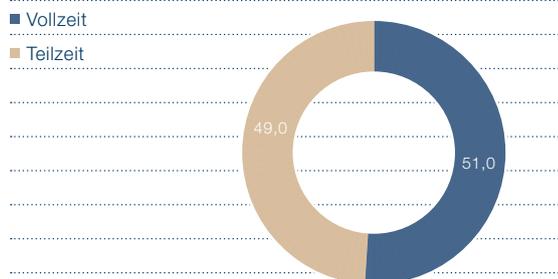
Dass Mitarbeiter miteinander reden, sich austauschen und ein starkes Zugehörigkeitsgefühl zum Unternehmen entwickeln, stellt einen zentralen Bestandteil der Personalpolitik von TOM TAILOR dar. Über das Intranet werden die Mitarbeiter über die für das Unternehmen relevanten Ereignisse regelmäßig auf dem Laufenden gehalten.

Einmal im Quartal sind alle Mitarbeiter, national und international, zum sogenannten TOM's Club eingeladen, der dem gegenseitigen Austausch und dem Netzwerken dient, bei dem aber auch der Spaß nicht zu kurz kommen soll. Jedes Jahr gibt es ein Sommerfest und eine Weihnachtsfeier für alle Mitarbeiter des Konzerns. Die Teilnahme an gemeinsamen Sportaktivitäten wie dem jährlichen Hafencity Run in Hamburg gehört ebenso zum Konzept.

TOM TAILOR unterstützt auch das soziale Engagement seiner Mitarbeiter und beteiligt sich an Spendenaktionen wie etwa infolge von Naturkatastrophen oder für lokale soziale Einrichtungen.

Vollzeit/Teilzeit

in % 31.12.2011



Innovation und Entwicklung

TOM TAILOR entwickelt die Kollektionen seiner Produktlinien in den eigenen Designabteilungen in Hamburg. Das Unternehmen hat keine eigenen Fertigungskapazitäten. Die Fertigung übernimmt eine Reihe von Herstellern im Ausland. Auch Lagerhaltung und Logistik sind auf externe Dienstleister übertragen, damit sich TOM TAILOR auf seine Stärken und Kernkompetenzen, die Entwicklung von Mode und deren Vermarktung und Verkauf, konzentrieren kann.

SORTIMENTSPLANUNG UND ENTWICKLUNG DER KOLLEKTIONEN

Die Produktdivisionen der TOM TAILOR-Gruppe steuern eigenverantwortlich die Entwicklung der Kollektionen ihrer Produktlinien. In der zuständigen Division ist dabei jeweils das gesamte für die Entwicklung der Kollektionen erforderliche Fachwissen unter der Leitung eines sogenannten Division Heads gebündelt. Jede Division verfügt über eine eigene Grafik- und Designabteilung sowie über Fachkräfte in den Bereichen technische Arbeitsvorbereitung, Einkauf und Vertrieb.

Durch Informationen der Marktscouts und der Vertriebsspezialisten, Fachmessenbesuche und fortlaufende Kommunikation mit Kunden werden Trends erkannt und in den neuen Kollektionen umgesetzt. Bei der Auswahl der Stoffe, Zutaten und bei den Kapazitäten stimmen sich die Abteilungen divisionsübergreifend ab, um so bei Materialeinkauf und Herstellung möglichst große Volumina und bessere Preise zu erreichen. Nach Auswahl der Designs, Produktion und Präsentation der entsprechenden Muster werden die endgültigen Einkaufs- und Verkaufspreise festgelegt. Anschließend präsentiert das Unternehmen den Kunden (Wholesale und Retail) die Muster in den TOM TAILOR-Showrooms und nimmt die Bestellungen der entsprechenden Ware entgegen (sogenannte Vororder).

BESCHAFFUNGS- UND FERTIGUNGSPROZESS

Im Anschluss an die Präsentation der Kollektionen werden die Produktion angestoßen und die Artikel nach den festgelegten Design-, Material- und Verarbeitungsspezifikationen mit genauen Mengenvorgaben gefertigt. Aufgrund erheblicher Lohnkostenvorteile im Ausland werden alle Stufen der Herstellung neben der Musteranfertigung also auch die gesamte Produktion von ausländischen Herstellern übernommen. Dabei werden teilweise bereits Monate im Voraus Produktionskapazitäten bei den Herstellern avisiert. Diese Phase der Aufgabe der Bestellung und Lieferung der gefertigten Produkte nimmt die meiste Zeit innerhalb der Wertschöpfungskette in Anspruch. Aufgrund der monatlich wechselnden Kollektionen werden während der Beschaffungsphase einer Kollektion bereits wieder neue Kollektionen konzipiert und den Kunden beziehungsweise Einkäufern vorgestellt sowie neue Bestellungen aufgegeben.

Der Einkauf der Stoffe und des sonstigen Materials sowie die Auswahl der Hersteller erfolgt innerhalb der jeweiligen Division durch das Einkaufsteam in enger Zusammenarbeit mit lokalen Einkaufsagenten. Diese enge Zusammenarbeit ermöglicht es, auch kurzfristig Artikel herstellen zu lassen. Das können zum Beispiel sogenannte Repeat-Artikel sein, die unvorhergesehen stark nachgefragt werden und die so schnell nachgeliefert werden können. Die Auslagerung der gesamten Fertigung an ein internationales Netzwerk von Einkaufsagenten und Herstellern ermöglicht es TOM TAILOR, ständig wechselnde Kollektionen unter Beibehaltung vergleichsweise günstiger Einkaufspreise anzubieten. Derzeit sind rund 140 Hersteller, überwiegend in Asien, für TOM TAILOR tätig. Mit Vertrag vom 1. November 2011 hat

TOM TAILOR seine Einkaufsaktivitäten in Asien in der neuen Einkaufsgesellschaft TOM TAILOR Sourcing Ltd. in Hongkong gebündelt, um den Einkauf in Asien künftig direkt zu steuern und Vorteile aus der Bündelung von Einkaufsvolumina zu realisieren. Siehe hierzu „Wesentliche Ereignisse im Berichtszeitraum“ auf Seite 72 dieses Lageberichts.

Manche Warengruppen, insbesondere kleinere Einheiten, werden in Europa produziert. Die Herstellung in Europa hat wesentlich kürzere Transportzeiten zur Folge und wird bevorzugt, wenn Produkte besonders schnell benötigt werden oder wenn die besondere Expertise und Qualitätssicherung, insbesondere bei höherwertigen Artikeln, die höheren Produktionskosten rechtfertigen.

Nachhaltigkeit und Verantwortung

UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG UND NACHHALTIGKEIT

TOM TAILOR ist ein wachstumsstarker Modekonzern mit zunehmender, internationaler Präsenz. Mit diesem Wachstum steigt auch die unternehmerische Verantwortung des Unternehmens gegenüber seinen internen und externen Interessengruppen und gegenüber der Umwelt kontinuierlich. Das Prinzip der nachhaltigen Unternehmensführung wird für TOM TAILOR daher zu einem wesentlichen Bestandteil seiner Geschäftspolitik. Zu einer nachhaltigen Unternehmensführung gehört für TOM TAILOR unter anderem eine ausbalancierte Sozial- und Personalpolitik, um die wertvollste Ressource, die Mitarbeiter, langfristig ans Unternehmen zu binden. Zusätzlich legt das Unternehmen sehr viel Wert auf vertrauensvolle Lieferbeziehungen zu seinen Geschäftspartnern, eine hohe Produktqualität für seine Kunden, menschenwürdige und faire Arbeitsbedingungen bei seinen Zulieferbetrieben sowie auf die Reduktion der Umweltbelastungen im Produktionsprozess. Nachhaltigkeitsmanagement versteht TOM TAILOR als Prozess der stetigen Verbesserung.

VERANTWORTUNG GEGENÜBER DEN MITARBEITERN

ATTRAKTIVE UNTERNEHMENSLEISTUNGEN

Als sozial engagierter Arbeitgeber ist TOM TAILOR vor allem seinen eigenen Mitarbeitern verpflichtet. Diese Verpflichtung umfasst zunächst eine faire Entlohnung, die über ein variables Vergütungssystem sichergestellt wird, das durch zahlreiche freiwillige Zuschüsse des Unternehmens ergänzt wird. Dazu zählen zum Beispiel Leistungen zur betrieblichen Altersvorsorge, die deutlich über die gesetzlichen Regelungen hinausgehen, sowie die Versicherung der Arbeitnehmer vor Berufsunfähigkeit. Zudem hat TOM TAILOR für seine Mitarbeiter eine Reihe von Rabattregelungen mit Geschäftspartnern ausgehandelt.

AUS- UND WEITERBILDUNG

Als junges, wachsendes Unternehmen legt TOM TAILOR einen ganz besonderen Fokus auf Ausbildung und Förderung. Durch die gezielte Förderung von Projekten zur Berufsausbildung verbindet das Unternehmen das gesellschaftliche Interesse, allen Jugendlichen einen bestmöglichen Zugang zu einer zukunftsfähigen Berufsausbildung zu ermöglichen, mit seinem unternehmerischen Interesse, als attraktiver Arbeitgeber dauerhaft talentierte und gut ausgebildete Mitarbeiter für TOM TAILOR gewinnen zu können. Ausführliche Informationen zum Thema Aus- und Weiterbildung sind im Kapitel „Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ auf Seite 91 dieses Lageberichts aufgeführt.

VERANTWORTUNG IM PRODUKTIONSPROZESS UND GEGENÜBER DEN KUNDEN

AKTIVE MITGLIEDSCHAFT IN DER BSCI

TOM TAILOR setzt sich aktiv dafür ein, dass in seinen Zulieferbetrieben menschenwürdige und faire Arbeitsbedingungen sichergestellt sind. Um diese Standards durchzusetzen, hat sich das Unternehmen selbstverpflichtend an die Grundsätze der „Business Social Compliance Initiative“

(BSCI) gebunden. Dieser Code of Conduct beinhaltet alle wesentlichen Standards der Labour Organisation (ILO). Zu den Grundsätzen zählen das Verbot von missbräuchlicher Kinderarbeit, sichere und menschenwürdige Arbeitsbedingungen, faire Entlohnung, geregelte Arbeitszeiten, die Einhaltung lokaler Gesetze, keine Diskriminierung sowie die arbeitsrechtliche Koalitionsfreiheit, um sich organisieren und Tarife frei aushandeln zu können. Als Mitglied der BSCI ist TOM TAILOR an die Einhaltung der Grundsätze der BSCI gebunden. Alle Produzenten und Zulieferbetriebe verpflichten sich, regelmäßige Prüfungen in ihren Unternehmen zuzulassen. TOM TAILOR nimmt seine Rolle als Mitglied der BSCI auch aktiv wahr: Jeder Produzent wird von sogenannten Social Officers, qualifizierten Mitarbeitern von mit TOM TAILOR zusammenarbeitenden Agenturen, vor Ort zunächst auf die Einhaltung aller BSCI-Standards überprüft, bevor TOM TAILOR einen Liefervertrag mit ihm vereinbart. Die fortlaufende Überprüfung der Arbeitsbedingungen erfolgt durch akkreditierte Auditoren.

QUALIFIZIERUNGSPROGRAMM IN BANGLADESCH

Die Einhaltung von sozialverträglichen Arbeitsbedingungen (Social Compliance) an Produktionsstätten in Schwellenländern lässt sich in der Praxis nicht immer nur durch die Verpflichtung auf ein neues Regelwerk umsetzen. Oft mangelt es dem Management vor Ort an Problembewusstsein und den entsprechenden Managementtechniken. Gemeinsam mit der Beratungsgesellschaft Systain hat TOM TAILOR deshalb im Sommer 2011 ein umfassendes Qualifizierungsprogramm bei seinen fünf Hauptlieferanten in Bangladesch gestartet, um dort durch die Vermittlung der entsprechenden Kenntnisse eine Verbesserung der Social Compliance zu erreichen. Auf Basis von BSCI-Audits und eigener Untersuchungen vor Ort erhalten die Betriebe detaillierte Korrektur- sowie Qualifizierungspläne, die dem Management konkrete Anreize liefern, sozialverträgliche Arbeitsbedingungen zu schaffen. Darin spielen die Qualifizierung und die Gesundheit der Mitarbeiter eine zentrale Rolle, um zum Beispiel Arbeitsunfälle, Fehlproduktionen oder Überstunden zu reduzieren. In weiteren Nachfolgebesuchen werden die Ergebnisse der Qualifizierungen überprüft und dort, wo nötig, weitere Hilfestellungen für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen gegeben. Mit dem Qualifizierungsprogramm verfolgt TOM TAILOR das Ziel, in allen teilnehmenden Zulieferbetrieben gute Sozialstandards zu etablieren. Dieses Ziel soll mit der Durchführung abschließender Audits im Frühjahr 2012 erreicht werden.

STIFTUNG WARENTEST: HOHE PRODUKTQUALITÄT BEI TOM TAILOR

Unternehmerische Verpflichtung bedeutet für TOM TAILOR ebenfalls, qualitativ hochwertige Produkte herzustellen. Im August 2010 veröffentlichte die Stiftung Warentest eine Studie, in der sie die Produktqualität von Bekleidungs-Marken bewertete, die in Deutschland ihre Erzeugnisse vertreiben. In der Analyse wurden schwarze Damen-T-Shirts von 20 Herstellern auf Herz und Nieren in den Kategorien Haltbarkeit, Passform und Schadstoffe geprüft und benotet. Nur drei T-Shirts wurden mit der Gesamtnote „gut“ bewertet, darunter befand sich auch das TOM TAILOR T-Shirt. Es erhielt die Gesamtnote 2,3 und teilte sich damit mit einem weiteren Wettbewerber den ersten Platz. Eine hohe Produktqualität bedeutet für TOM TAILOR, der Verantwortung gegenüber seinen Kunden gerecht zu werden, und ist ein wichtiger Faktor für den unternehmerischen Erfolg.

VERANTWORTUNG GEGENÜBER DER UMWELT

VERSTÄRKTES ENGAGEMENT FÜR DEN KLIMASCHUTZ

Mit der Mitgliedschaft in der BSCI und der Selbstverpflichtung auf deren Code of Conduct ist TOM TAILOR strikt an die Erfüllung jeweiliger landesspezifischer Umweltschutz-Gesetze gebunden. Je nach nationaler Regelung sind die örtlichen Vorschriften aus Sicht des Unternehmens jedoch nicht ausreichend, um einen Schutz der Umwelt zu garantieren oder aktiven Klimaschutz zu entwickeln. Unter dem Dach des Außenhandelsverbands AVE und gemeinsam mit acht weiteren Handels- und Markenunternehmen hat TOM TAILOR daher die Klimaschutzinitiative Carbon Performance Improvement Initiative (CPI2) gegründet, die mit Mitteln des Bundesumweltministeriums unterstützt wird. Ziel ist es, innerhalb der Lieferkette von TOM TAILOR bedeutende Mengen an CO₂ einzusparen. Vor allem in Schwellen- und Entwicklungsländern besteht die Möglichkeit, durch Schärfung des Problembewusstseins und mit zum Teil einfachen technischen Änderungen kurzfristig enorme Einsparpotenziale zu heben. Um dies zu erreichen, hat die Initiative ein Managementinstrument für die dort ansässigen Produzenten entwickelt, mit dem konkrete Handlungsempfehlungen zum Energiesparen gegeben werden können. Das Projekt befindet sich seit November 2011 in der Testphase. Ab dem Frühjahr 2012 ist eine breite Implementierung bei den Lieferanten von TOM TAILOR geplant.

FÖRDERUNG NACHHALTIGER BAUMWOLLPRODUKTION: ÖKOLOGISCH UND FAIR!

Eine weiteres Projekt, an dem sich TOM TAILOR seit dessen Gründung aktiv beteiligt, ist die Initiative „Cotton made in Afrika“ (CmiA), die durch die Stiftung „Aid by Trade“ ins Leben gerufen wurde. Die Initiative arbeitet nach den Grundsätzen eines sogenannten Social Business. Das heißt, sie verfolgt einen unternehmerischen Ansatz, um die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Baumwollbauern in Afrika zu verbessern. Im Zentrum der Initiative steht daher nicht, durch Spendengelder den wirtschaftlichen Profit einzelner Farmer zu maximieren. Ziel ist es vielmehr, sich durch die Produktion nachhaltig erzeugter Baumwolle auf dem Weltmarkt zu bewähren. Die CmiA-Initiative und die von ihr unterstützten Bauern verfahren dabei nach dem Prinzip der Nachhaltigkeit, welches an den drei Grundsätzen „Profit, People, Planet“ ausgerichtet ist. Neben einer Einkommenssteigerung für die Farmer ist es ein weiteres Ziel der Initiative, das Bildungs- und Ausbildungsniveau zu verbessern. So sollen vor allem die Kinder von einer verbesserten Schulausbildung profitieren. Doch auch die Erwachsenenbildung ist wichtig: In Schulungen erlernen die Kleinbauern die ressourcenschonende und umweltfreundliche Bewirtschaftung der Baumwollplantagen. Dazu gehören der richtige, dosierte Umgang mit Pestiziden, Schädlingen und Nützlingen, Maßnahmen zum Erhalt der Bodenkultur oder der schonende Umgang mit Wasser, um so eine bessere Ernte-Qualität und -Menge zu erzielen.

Finanziert werden die Projekte durch Lizenzgebühren, die Partnerunternehmen wie TOM TAILOR an die Initiative entrichten. Um sicherzustellen, dass die Gebühren auch im nachhaltigen Sinne investiert werden, überprüft die Stiftung vor Ort die Einhaltung der Kriterien. Doch ganz wesentlich für den Erfolg der Bauern ist auch die Nachfrage nach nachhaltig erzeugter Baumwolle auf dem Weltmarkt. TOM TAILOR steigert daher kontinuierlich die Zahl seiner Produkte, die aus CmiA-Baumwolle hergestellt werden.

Erklärung zur Unternehmensführung

Die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 a HGB findet sich im Corporate-Governance-Bericht des Geschäftsberichts und auf der Internetseite (<http://ir.tom-tailor.com>) der TOM TAILOR Holding AG.

Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat

Der Vergütungsbericht erläutert Struktur und Höhe der Vergütungen von Vorstand und Aufsichtsrat. Wichtiger Bestandteil einer verantwortungsvollen Unternehmensführung ist eine anreiz- und leistungsgerechte Ausgestaltung der Vergütungssysteme für Vorstand und Aufsichtsrat.

VERGÜTUNG FÜR DEN VORSTAND

Die Vergütung der Vorstandsmitglieder setzt sich derzeit aus einer fixen Grundvergütung und einer variablen, erfolgsabhängigen Vergütungskomponente zusammen. Die variable Vergütung für die Vorstandsmitglieder Herr Holzer, Herr Dr. Rebien, Herr Rosa und Herr Dr. Schumacher richtet sich nach den Nettoverkaufszahlen und dem bereinigten EBITDA des TOM TAILOR-Konzerns. Zusätzliche Vergütungskomponente bei Herrn Dr. Schumacher ist die bereichsspezifische EBITDA-Entwicklung im Segment Retail. Als Nebenleistung steht den Vorständen die Nutzung ihres jeweiligen Firmenfahrzeugs zu privaten Zwecken zu. Darüber hinaus wurden für Herrn Dr. Rebien, Herrn Rosa und Herrn Dr. Schumacher eine Unfallversicherung sowie für Herrn Holzer eine Kapitallebensversicherung abgeschlossen. Für den Fall der Arbeitsunfähigkeit bzw. im Todesfall eines Vorstandsmitglieds erfolgt eine Fortzahlung der Bezüge für maximal sechs bzw. zwölf Monate. Bei Kündigung besteht für Herrn Holzer ein fester Abfindungsanspruch in Höhe seines fixen Vergütungsbestandteils für die Restlaufzeit seines Vertrags.

Für das Geschäftsjahr 2011 ergeben sich variable Vergütungsbestandteile für Herrn Holzer von 1.126 TEUR, für Herrn Dr. Rebien von 316 TEUR, Herrn Rosa von 182 TEUR und Herrn Dr. Schumacher von 22 TEUR. Die fixen Vergütungsbestandteile betragen für Herrn Holzer 924 TEUR, Herrn Dr. Rebien 365 TEUR, Herrn Rosa 350 TEUR und Herrn Dr. Schumacher 133 TEUR. Die Vergütungsbestandteile für Herrn Dr. Schumacher betreffen den Zeitraum seiner Bestellung vom 1. Juli 2011 bis 31. Dezember 2011.

Am 20. Januar 2010 hat der Aufsichtsrat beschlossen, für die Mitglieder des Vorstands ein aktienbasiertes Vergütungssystem („Matching Stock Program“ oder kurz „MSP“) zu implementieren. Die Laufzeit des MSP beträgt insgesamt 14 Jahre, beginnend mit dem Tag der Erstnotiz. Das MSP dient der Zusammenführung gleichgelagerter Interessen des Vorstands und der Aktionäre. Eine detaillierte Beschreibung dieses Vergütungssystems befindet sich in den Anhangangaben. Die Bewertung dieses MSP auf den 31. Dezember 2011 ergibt Vergütungsansprüche von Herrn Holzer von 251 TEUR sowie von Herrn Dr. Rebien von 104 TEUR. Eine Auszahlung dieser Vergütungsansprüche erfolgt frühestens 2014. Die bisher bestehenden Vergütungsansprüche von Herrn Rosa entfallen aufgrund der Nichtverlängerung seines Vorstandsanstellungsvertrags ersatzlos.

Im Juli 2010 wurde für Führungskräfte von TOM TAILOR ein Vergütungssystem („Long Term Incentive Program“ oder kurz „LTI“) eingeführt. Es dient der Personalbindung und langfristigen Unternehmenszielerreichung. In dieses Programm sind auch die Vorstände eingebunden. Dieses Vergütungssystem hat eine Laufzeit von acht Jahren (beginnend mit dem Geschäftsjahr 2010) und gewährt anhand eines Vergleichs von geplantem und erreichtem Umsatz sowie operativem Ergebnis über einen Betrachtungszeitraum von jeweils drei Jahren eine zusätzliche individuelle Bonuszahlung. Eine weitere einzubeziehende Komponente ist die Aktienkursentwicklung. Die Bewertung dieses LTI Programms ergab auf den 31. Dezember 2011 Vergütungsansprüche von Herrn Holzer von 473 TEUR, Herrn Dr. Rebien von 145 TEUR und Herrn Dr. Schumacher von 93 TEUR. Eine Auszahlung aus diesem Vergütungs-

system wird nach Erfüllung bestimmter Voraussetzungen erstmalig im Jahr 2013 erfolgen. Die bisher bestehenden Vergütungsansprüche von Herrn Rosa entfallen aufgrund der Nichtverlängerung seines Vorstandsanstellungsvertrags ersatzlos.

VERGÜTUNG FÜR DEN AUFSICHTSRAT

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten nach der Satzung neben dem Ersatz ihrer Auslagen eine fixe Vergütung in Höhe von 40 TEUR beziehungsweise 150 TEUR für den Vorsitzenden und 75 TEUR für den stellvertretenden Vorsitzenden. Die Vergütung wird nach Ablauf der Hauptversammlung fällig, die den Konzernabschluss für das jeweilige Geschäftsjahr entgegennimmt und über seine Billigung entscheidet.

Angaben nach § 315 Abs. 4 HGB sowie Erläuterungen des Vorstands

Das Management von TOM TAILOR verfolgt das übergeordnete Ziel, Wert für die Aktionäre zu generieren. Deshalb wird jede vorgeschlagene Änderung der Kontrollverhältnisse und jedes Übernahmeangebot, das zum Wohl der Aktionäre stille Reserven und Werte des Unternehmens aufdecken könnte, hinsichtlich der erwarteten Synergien und zukünftigen Wertschöpfungspotenziale sorgfältig analysiert. Eine Änderung der Kontrollverhältnisse ist dann eingetreten, wenn als Ergebnis einer Übernahme, eines Tauschs oder eines anderen Transfers ein einzelner Aktionär oder eine Gruppe von gemeinsam handelnden Aktionären mehr als 30 % der ausstehenden Stimmrechte erwirbt oder wenn als Ergebnis einer Übernahme oder eines „Reverse Merger“ die Aktionäre von TOM TAILOR nach dem Inkrafttreten einer solchen Transaktion weniger als 30 % der Stimmrechte an dem zusammengeschlossenen Unternehmen besitzen. Es sind bei TOM TAILOR keine spezifischen Abwehrmechanismen und -maßnahmen gegen Übernahmen etabliert.

ZUSAMMENSETZUNG DES GEZEICHNETEN KAPITALS UND STIMMRECHTE

Das gezeichnete Kapital (Grundkapital) der TOM TAILOR Holding AG beträgt zum 31. Dezember 2011 16.528.169 EUR und ist in 16.528.169 auf den Namen lautende Stückaktien eingeteilt. Jede Aktie gewährt gleiche Rechte und in der Hauptversammlung je eine Stimme. Dem Vorstand ist keine Einschränkung bei der Ausübung oder Übertragung der Stimmrechte bekannt.

10 % DER STIMMRECHTE ÜBERSCHREITENDE KAPITALBETEILIGUNGEN

Es besteht keine Beteiligung am Kapital der Gesellschaft, die 10 % der Stimmrechte überschreitet. Das Unternehmen hat hinsichtlich dieses Sachverhalts keine Benachrichtigung erhalten und ihm sind keine weiteren direkten oder indirekten Anteilsbesitze an seinem Grundkapital von über 10 % bekannt.

BEFUGNISSE DES VORSTANDS ZUR AKTIENAUSGABE

Die Aktionäre haben den Vorstand zur Ausgabe neuer Aktien bzw. Options- oder Wandlungsrechte wie folgt ermächtigt.

Genehmigtes Kapital: Gemäß § 4 Abs. 3 der Satzung ist der Vorstand ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 24. März 2015 mit Zustimmung des Aufsichtsrats um bis zu 8.264.084 EUR durch Ausgabe von bis zu 8.264.084 neuen, auf den Namen lautenden Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen, ganz oder in Teilbeträgen, einmal oder mehrmals zu erhöhen (genehmigtes Kapital). Die neuen Aktien aus dem genehmigten Kapital sind grundsätzlich den Aktionären zum Bezug (auch im Wege des mittelbaren Bezugs gemäß § 186 Abs. 5 Satz 1 AktG) anzubieten.

Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre in folgenden Fällen auszuschließen:

- um Spitzenbeträge vom Bezugsrecht auszunehmen;
- bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen zur Gewährung von Aktien zum Zweck des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen oder von anderen Vermögensgegenständen im Zusammenhang mit einem solchen Akquisitionsvorhaben;

– bei Barkapitalerhöhungen, wenn der Ausgabebetrag der neuen Aktien den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien nicht wesentlich unterschreitet und die unter Ausschluss des Bezugsrechts gemäß § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegebenen Aktien insgesamt zehn vom Hundert des Grundkapitals nicht überschreiten, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung noch im Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung. Auf diese Begrenzung auf zehn vom Hundert des Grundkapitals sind Aktien anzurechnen, die (i) während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben oder veräußert werden oder die (ii) zur Bedienung von Schuldverschreibungen mit Wandlungs- und/oder Optionsrechten ausgegeben werden können, sofern die Schuldverschreibungen nach dem Wirksamwerden dieser Ermächtigung in entsprechender Anwendung von § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre ausgegeben werden.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung von Kapitalerhöhungen aus dem genehmigten Kapital festzulegen.

Bedingtes Kapital: Zum 31. Dezember 2011 verfügte das Unternehmen nicht über bedingtes Kapital.

Die TOM TAILOR Holding AG hat in den vergangenen drei Jahren weder Wandelschuldverschreibungen noch Optionsanleihen ausgegeben, noch befinden sich welche im Umlauf.

ERMÄCHTIGUNG DES VORSTANDS ZUM ERWERB EIGENER AKTIEN

Zum 31. Dezember 2011 war die TOM TAILOR Holding AG nicht berechtigt, eigene Aktien zu erwerben.

ERNENNUNG UND ABBERUFUNG DER VORSTANDSMITGLIEDER, SATZUNGSÄNDERUNGEN

Die Ernennung und die Abberufung der Mitglieder des Vorstands der TOM TAILOR Holding AG ergeben sich aus den §§ 84 und 85 AktG in Verbindung mit § 6 der Satzung. Der Vorstand besteht gemäß § 6 der Satzung aus mindestens zwei Personen. Im Übrigen bestimmt der Aufsichtsrat die Größe des Vorstands. Der Aufsichtsrat kann einen Vorsitzenden des Vorstands und einen Stellvertreter des Vorsitzenden bestellen. Eine Änderung der Satzung wird von der Hauptversammlung mit einer Mehrheit von mindestens drei Vierteln des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals beschlossen; die §§ 179 ff. AktG sind anwendbar. Nach § 15 der Satzung ist der Aufsichtsrat ermächtigt, Satzungsänderungen, die nur die Fassung betreffen, zu beschließen.

CHANGE OF CONTROL

Die TOM TAILOR Holding AG ist Vertragspartei folgender Vereinbarung, die bestimmte Bedingungen für den Fall eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots beinhaltet:

Die Gesellschaft hat mit einem Bankenkonsortium einen Konsortialkreditvertrag abgeschlossen. Dieser Vertrag enthält eine Change-of-Control-Klausel, welche eine vorzeitige Rückzahlungspflicht der gewährten Bankenfinanzierung im Falle eines Kontrollwechsels bei der Gesellschaft begründet, das heißt, wenn eine oder mehrere Personen (gemeinschaftlich) direkt oder indirekt mehr als 30 % der Stimmrechte an der Gesellschaft erwerben. Im Falle einer Kündigung des Kreditvertrags durch einen oder mehrere Kreditgeber aufgrund eines Kontrollwechsels ist die Bankenfinanzierung der kündigenden Kreditgeber anteilig zurückzuführen.

Chancen und Risiken

TOM TAILOR ist im Rahmen seiner geschäftlichen Tätigkeit einer Vielzahl von Risiken und Chancen ausgesetzt, die stets mit unternehmerischem Handeln verbunden sind. Risiken kennzeichnen Ereignisse, deren Eintritt zu einer negativen Abweichung von den in der Zukunft geplanten Zielen führt. Das Eintreten dieser Risiken kann den Geschäftsverlauf nachhaltig stören, die Ertragsentwicklung schwächen und die Vermögens- und Finanzlage gefährden. Chancen hingegen bezeichnen Sachverhalte, die einen positiven Einfluss auf die künftige Entwicklung von TOM TAILOR haben können.

Das Ziel des Risiko- und Chancenmanagements besteht darin, Risiken frühzeitig zu erkennen, zu kontrollieren und durch geeignete Gegenmaßnahmen zu reduzieren. Es dient ferner dem Ziel, Chancen, die sich aus den Entwicklungen der Märkte ergeben, konsequent zu nutzen, ohne die damit verbundenen Risiken außer Acht zu lassen, und dafür Sorge zu tragen, dass ein akzeptables Risikoprofil gewahrt bleibt. Die Risikopolitik orientiert sich an dem Ziel, die Stellung von TOM TAILOR in den Märkten zu sichern und auszubauen, um den Unternehmenswert langfristig zu steigern.

Es ist zentraler Bestandteil der Risikopolitik, Risiken nur dann einzugehen, wenn die damit verbundenen Geschäftsaktivitäten mit hoher Wahrscheinlichkeit eine Wertsteigerung für TOM TAILOR mit sich bringen. Voraussetzung dafür ist stets, dass die Risiken überschaubar und beherrschbar bleiben.

CHANCENMANAGEMENT

Die Unternehmenskultur von TOM TAILOR legt Wert auf unternehmerisch geprägtes Denken und Handeln. TOM TAILOR schätzt eine hohe Eigenverantwortlichkeit seiner Mitarbeiter. Alle Mitarbeiter sind daher aufgefordert, unabhängig von ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich und -umfang kontinuierlich Chancen zu suchen und wahrzunehmen. Die Konzerngesellschaften sind angehalten, Chancen auf operativer Ebene, die sich zum Beispiel im Rahmen der Betriebstätigkeit oder aufgrund verbesserter Marktbedingungen ergeben, zu identifizieren und mit dem Ziel einer überplanmäßigen Ergebnisentwicklung zu realisieren. In der TOM TAILOR Holding AG werden strategische Chancen erfasst. Diese werden bewertet und Maßnahmen zu deren Ausnutzung entwickelt. Es liegt zudem in der Verantwortung des TOM TAILOR-Vorstands, regelmäßig strategische Chancen zu erörtern.

RISIKOMANAGEMENT

Unternehmerischen Risiken begegnet TOM TAILOR durch ein Risikomanagementsystem, das integraler Bestandteil der Geschäftsprozesse und ein wesentliches Element der unternehmerischen Entscheidungen ist. Aufgabe des Risikomanagementsystems ist es, neben der Überwachung von Risiken im Unternehmen auch ein Frühwarnsystem zu etablieren, das zukünftige Risiken frühzeitig identifiziert, überwacht und es dem Risikomanagement gestattet, rechtzeitig zu reagieren und die Risiken durch geeignete Steuerungsmaßnahmen zu begrenzen. Das Risikomanagementsystem von TOM TAILOR basiert auf einer speziellen Softwarelösung. Diese bietet einen umfassenden und managementorientierten Ansatz, der auf manuellen und IT-gestützten Genehmigungsprozessen sowie systemgestützten Verfahren zur Verarbeitung konzernbezogener Daten beruht. Diese Softwarelösung bildet das Kernstück des Risikomanagementsystems mit seiner Gesamtheit an formalen Strukturen und konkreten

Maßnahmen, die den Verantwortlichen ein präzises Ablaufschema für den Umgang mit Risiken im Unternehmen liefern. Wesentliche Bestandteile sind dabei das Planungssystem, das interne Berichtswesen sowie die Risikoberichterstattung.

Das konzernweite Risikomanagement wird zentral vom Unternehmenssitz in Hamburg aus koordiniert und gesteuert. Dabei werden die im Zusammenhang mit der Geschäftstätigkeit entstehenden potenziellen Risiken frühzeitig identifiziert, überwacht und durch geeignete Steuerungsmaßnahmen begrenzt. Ein dezentrales Risikomanagement in den Tochtergesellschaften setzt die Vorgaben aus der Zentrale um und ergänzt diese durch weitere operative Risikomanagementaktivitäten vor Ort. Gleichzeitig dient das Risikomanagementsystem dazu, die sich ergebenden Chancen bestmöglich im Sinne der Unternehmensstrategie zu nutzen.

Die Risikoberichterstattung erfolgt in regelmäßigen Abständen, wobei der übrige Berichterstattungsprozess durch eine Ad-hoc-Berichterstattung ergänzt wird, um kritische Risiken zeitnah zu regulieren. Zunächst werden alle identifizierten Risiken nach dem Brutto-Prinzip erfasst, das heißt ohne den Einfluss von getroffenen Maßnahmen auf das Risiko. Relevante Risiken werden möglichst vollständig quantitativ und qualitativ nach potenzieller Schadenshöhe und Eintrittswahrscheinlichkeit bewertet und entsprechend priorisiert. Je nach der Bedeutung der jeweiligen Risiken werden für alle Risiken Verantwortlichkeiten festgelegt. Bei der Steuerung der Risiken bedient sich TOM TAILOR mehrerer gängiger Risikostrategien: Vermeidung mit gleichzeitigem Geschäftsverzicht, Verminderung oder ein Risikotransfer von operativen Risiken auf Versicherer. Damit werden finanzielle Folgen von versicherbaren Risiken wie zum Beispiel Sachschäden, Betriebsunterbrechungen oder Forderungsausfälle weitestgehend neutralisiert. Andere Risiken wiederum werden von Lieferanten und Einkaufsagenturen übernommen.

Für TOM TAILOR bedeutet Risikomanagement aber mehr als nur das formale Einhalten von vorgegebenen Risikomanagementrichtlinien; vielmehr kennzeichnet das effektive Risikomanagementsystem von TOM TAILOR, dass die Unternehmensführung und die Mitarbeiter für das Risiko ihres Handelns sensibilisiert sind, damit sie Risiken eigenständig erkennen, bewerten und die unternehmenszielkonforme Risikobehandlung selbstständig einleiten können.

Die für TOM TAILOR relevanten Risiken lassen sich in externe, das heißt markt- und branchenspezifische Risiken, und interne Risiken unterteilen. Letztere umfassen strategische, finanzielle, operative und unternehmensbezogene Risiken.

RECHNUNGSLEGUNGSBEZOGENES INTERNES RISIKOKONTROLLSYSTEM

Der Vorstand hat zur Sicherung der Ordnungsmäßigkeit der Buchführung und Rechnungslegung sowie der Verlässlichkeit der finanziellen Berichterstattung in Konzernabschluss und Konzernlagebericht für die vielfältigen organisatorischen, technischen und kaufmännischen Abläufe im Konzern ein rechnungslegungsbezogenes internes Kontrollsystem eingerichtet. Als integraler Bestandteil des Konzernrechnungslegungsprozesses umfasst es präventive, überwachende und aufdeckende Sicherungs- und Kontrollmaßnahmen. Wesentlicher Bestandteil ist das Prinzip der Funktionstrennung, um Unternehmensprozesse nicht in einer Hand zu vereinen. Mitarbeiter haben nur auf solche Prozesse und Daten Zugriff, die sie für ihre Arbeit benötigen.

Hinsichtlich gesetzlicher Neuregelungen und neuartiger oder ungewöhnlicher Geschäftsvorfälle besteht auch unterjährig ein enger Kontakt mit den Wirtschaftsprüfern. Die Erstellung des Konzernabschlusses erfolgt mittels einer zertifizierten Konsolidierungssoftware zentral durch eigene Mitarbeiter mit langjähriger Erfahrung und spezieller Expertise für Konsolidierungsfragen und die IFRS-Rechnungslegung. Für die Berichterstattung der Tochtergesellschaften an die Muttergesellschaft werden standardisierte Reporting-Packages verwendet, die alle Angaben für einen vollständigen IFRS-Konzernabschluss enthalten.

RISIKEN

EXTERNE RISIKEN

Konjunkturelle Entwicklung

TOM TAILOR wuchs im Geschäftsjahr 2011 überdurchschnittlich im Vergleich zum allgemeinen Trend auf dem Bekleidungsmarkt. Eine anhaltend schwache konjunkturelle Entwicklung bzw. eine Verschlechterung der Konjunktur, insbesondere im Heimatmarkt Deutschland, könnte sich negativ auf die Verbrauchernachfrage insgesamt und damit auch auf die Nachfrage nach Produkten von TOM TAILOR auswirken, mit daraus resultierenden Absatzrückgängen und Margendruck als Folgen. Die Kernbekleidungsmärkte, auf denen TOM TAILOR tätig ist, sind zudem von intensivem Wettbewerb geprägt, der sich zukünftig noch verschärfen könnte. Diesen Risiken begegnet TOM TAILOR mit einer wachstumsorientierten Unternehmensstrategie, die auch eine weitere Expansion im In- und Ausland beinhaltet, sowie einer konsequenten Ausrichtung als vertikaler Systemanbieter.

Angebots- und Nachfrageschwankungen

Angebots- und Nachfrageschwankungen auf den Sourcingmärkten können zu Lieferengpässen/ Kapazitätsengpässen bei den Lieferanten, einem Anstieg der Produktionskosten und erhöhten Logistikkosten führen. Diese Kostenanstiege könnten nicht oder nicht vollständig über höhere Preise kompensiert werden. Von besonderer Bedeutung sind in diesem Zusammenhang die Verfügbarkeit und der Preis des Rohstoffs Baumwolle sowie die ausreichend vorhandenen Produktionskapazitäten. TOM TAILOR begegnet diesen Risiken durch eine gezielte Zulieferpolitik mit Konzentration auf verlässliche Partner einerseits und einer weiteren Expansion des Retail-Geschäfts andererseits, die eine höhere Flexibilität in den Margen gewährleistet und Preisschwankungen auf den Zuliefermärkten besser kompensieren kann. Aufgrund zeitlich vorgelagerter Bestellungen und Preisverhandlungen bei Rohwaren und Produktionskapazitäten kann auf kritische Frühwarnindikatoren frühzeitig reagiert werden.

Länderrisiken

In seiner Stellung als international aufgestelltes Modeunternehmen ist TOM TAILOR auch verschiedenen Länderrisiken ausgesetzt. Dies sind unter anderem volkswirtschaftliche, politische und rechtliche Risiken.

In einem Teil der Länder, in denen TOM TAILOR geschäftlich aktiv ist, herrschen im Vergleich zu Westeuropa abweichende Rahmenbedingungen und eine geringere volkswirtschaftliche, politische und rechtliche Stabilität. Das betrifft sowohl die Länder, aus denen der TOM TAILOR-Konzern seine Produkte bezieht, als auch die Länder, in denen die Produkte vertrieben werden oder zukünftig vertrieben werden sollen. Auf der Beschaffungsseite ist hier insbesondere China zu erwähnen, wo ein Teil der

Produzenten für TOM TAILOR angesiedelt ist. Auf der Vertriebsseite unterscheiden sich die Rahmenbedingungen unter anderem in Südosteuropa und auch in Russland von denen in Westeuropa.

Dieses Risiko bleibt derzeit aber noch überschaubar, da TOM TAILOR zurzeit ca. 86,6 % des Umsatzes in den Kernmärkten (Deutschland, Österreich, Schweiz, Niederlande, Belgien und Frankreich) realisiert. Zukünftig nimmt dieses Risiko aufgrund der Wachstumsstrategie von TOM TAILOR eine immer stärker werdende Stellung ein.

Länderrisiken begegnet TOM TAILOR durch eine gezielte Expansion auf den europäischen Märkten, sodass die Risiken mittels Diversifikation reduziert werden.

INTERNE RISIKEN

Strategische Risiken

TOM TAILOR entwickelt sich unter anderem deshalb so erfolgreich am Markt, weil aktuelle Trends schnell erfasst, umgesetzt und zeitnah an den Points of Sale vertrieben werden. Sollte es TOM TAILOR einmal nicht gelingen, aktuelle Trends schnell zu erfassen und den Geschmack der Zielgruppen in den von ihm belieferten Zielmärkten zu treffen, die richtige Preisgestaltung vorzunehmen oder erfolgreich neue Produkte zu entwickeln und einzuführen, könnte sich dies nachteilig auf die Wettbewerbsposition, die Wachstumschancen und die Profitabilität des Konzerns auswirken. Durch die große Kundennähe in den eigenen Retail-Stores bieten sich aber auch Chancen für TOM TAILOR, da die Rückmeldungen der Kunden für die schnelle Aufnahme und Umsetzung von neuen Trends genutzt werden.

Der wirtschaftliche Erfolg von TOM TAILOR beruht auf dem Markenimage und einer langfristig starken Positionierung der beiden Hauptmarken TOM TAILOR Casual und TOM TAILOR Denim. Ferner wird das Markenimage durch neue Sidemarken wie z. B. TOM TAILOR POLO TEAM gestärkt. Misslingt der weitere Aufbau des Markenimages sowie die weitere Positionierung der Marke, trotz einer behutsamen Markenstrategie, könnte dies die Wachstumsperspektiven nachhaltig beeinträchtigen.

Im Wholesale-Segment unterhält TOM TAILOR darüber hinaus Handelsbeziehungen zu Großkunden, die als Abnehmer entfallen könnten, was mit Umsatzeinbußen verbunden wäre. Auch Insolvenzen von Großkunden stellen ein Forderungsausfallrisiko und Umsatzausfallrisiko im Segment Wholesale dar. Im Zuge der Expansion im Retail-Segment steigen Investitions- und Kostenrisiken aufgrund von Investitionen in den Geschäftsaufbau, langfristigen Mietverträgen und der damit einhergehenden zwangsläufigen Erhöhung der Fixkosten.

Finanzielle Risiken

Liquiditätsrisiken

Das Management von Liquiditätsrisiken zählt zu den zentralen Aufgaben der Konzernzentrale. Das Liquiditätsrisiko besteht darin, dass Zahlungsverpflichtungen aufgrund unzureichender Verfügbarkeit liquider Mittel nicht oder nicht termingerecht erfüllt werden können. Um die Zahlungsfähigkeit und finanzielle Flexibilität sicherzustellen, werden eine revolvierende Liquiditätsplanung sowie tagesaktuelle Liquiditätsreports erstellt, die die Liquiditätszu- und -abflüsse sowohl auf kurzfristige als auch auf mittelfristige Sicht abbilden.

Währungsrisiken

Die Währungsrisiken des TOM TAILOR-Konzerns resultieren aus der internationalen Ausrichtung der geschäftlichen Aktivitäten von TOM TAILOR. Somit können Risiken aufgrund von Wechselkurschwankungen eintreten.

TOM TAILOR fakturiert überwiegend in Euro, sodass umsatzseitig ein Risiko aus Wechselkursschwankungen derzeit von untergeordneter Bedeutung ist. Da aufgrund der Wachstumsstrategie von TOM TAILOR dieses Risiko immer mehr an Bedeutung gewinnen wird, wird das Wechselkursrisiko zentral gesteuert, wobei in der Regel die konzerninternen Aufträge in lokaler Währung abgerechnet werden. Das Wechselkursrisiko ergibt sich daher aus den Zahlungsströmen in lokaler Währung der Tochterunternehmen und dem Euro als funktionaler Währung des TOM TAILOR-Konzerns.

Ein insgesamt höheres Risiko stellen Wechselkursschwankungen auf der Beschaffungsseite dar. TOM TAILOR bezieht einen Großteil seines Beschaffungsvolumens in US-Dollar. Der Wechselkurs von US-Dollar und Euro ist teilweise erheblichen Schwankungen ausgesetzt. Nachteilige Entwicklungen des Wechselkurses zwischen Auslandswährungen und dem Euro, insbesondere eine deutliche (und gegebenenfalls rapide) Aufwertung des US-Dollars gegenüber dem Euro, könnten erheblich nachteilige Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der TOM TAILOR-Gruppe haben. Im Geschäftsjahr 2011 sowie für 2012 hat die TOM TAILOR-Gruppe zur Absicherung des Risikos durch Wechselkursschwankungen Devisentermingeschäfte abgeschlossen. Mittels der Devisentermingeschäfte lässt sich ein Großteil des aus den Wechselkursschwankungen resultierenden Risikos minimieren.

Zinsrisiken

Der Konzern unterliegt Zinsrisiken hauptsächlich in der Euro-Zone. Das Zinsänderungsrisiko tritt durch marktbedingte Schwankungen der Zinssätze auf. Sie wirken sich zum einen auf die Höhe der Zinsaufwendungen im TOM TAILOR-Konzern aus, zum anderen beeinflussen sie den Marktwert von Finanzinstrumenten. Wesentliche Zinssatzänderungen können daher Rentabilität, Liquidität und die Finanzlage des Konzerns beeinflussen. Die Finanzverbindlichkeiten des TOM TAILOR-Konzerns sind teilweise variabel verzinslich und unterliegen einer kurzfristigen Zinsbindung. Daher sind sie einem Zinsänderungsrisiko verstärkt ausgesetzt und stellen ein Cashflow-Risiko dar. TOM TAILOR nutzt zur Absicherung der sich daraus ergebenden Risiken derivative Finanzinstrumente zur Zinsabsicherung variabel verzinslicher Kredite. Zur Begrenzung von Zinsänderungsrisiken werden sowohl Zinscap- als auch Zinsswap-Geschäfte für die Zeit der in Anspruch genommenen Bankdarlehen eingesetzt. Eine Darstellung der abgeschlossenen Zinscap- und Zinsswap-Geschäfte findet sich im Konzernanhang.

Kreditrisiken

Kreditrisiken bestehen gegenüber Finanzinstituten und gegenüber Kunden. Das Kreditrisiko gegenüber Finanzinstituten, das vor dem Hintergrund der weltweiten Bankenkrise an Bedeutung gewonnen hat, entsteht im Wesentlichen durch die Anlage liquider Mittel im Rahmen des Liquiditätsmanagements. Bei Finanzinstrumenten ist TOM TAILOR einem Ausfallrisiko ausgesetzt, das aus der möglichen Nichterfüllung einer Vertragspartei entsteht. Zur Minimierung dieses Risikos werden Finanzinstrumente nur mit Finanzinstituten mit guter Bonität abgeschlossen. Aufgrund der Wachstumsstrategie von TOM TAILOR und der daraus resultierenden Investition in kontrollierte Flächen ist dieses Risiko derzeit jedoch von untergeordneter Bedeutung. Das wesentliche Kreditrisiko aufseiten TOM TAILOR besteht gegenüber Kunden in der Einräumung von Zahlungszielen und dem damit einhergehenden

Adressenausfallrisiko. Zur Minimierung des Ausfallrisikos im operativen Geschäft werden die Außenstände zentral und fortlaufend überwacht. Der Konzern schließt Geschäfte ausschließlich mit kreditwürdigen Dritten ab. Alle Kunden, die mit dem Konzern Geschäfte auf Kreditbasis abschließen möchten, werden einer Bonitätsprüfung unterzogen. Darüber hinaus wird dem Risiko durch den Abschluss von Delkredereversicherungen sowie die Einholung von Sicherheiten begegnet.

Operative Risiken

Absatz- und Warenbestandsrisiko

Im Zuge der Ausweitung eigener Verkaufsflächen im Retail-Segment, des Depotgeschäfts und der Revenue-Sharing-Modelle im Wholesale-Segment ist TOM TAILOR einem zunehmenden Absatz- und Warenbestandsrisiko ausgesetzt. Zudem ist die Eröffnung von neuen Stores mit erhöhtem Aufwand und Unsicherheiten im Hinblick auf die zukünftige Profitabilität verbunden. Die Gesellschaft kann Fehleinschätzungen bei der Vorhersage des tatsächlichen Kundenbedarfs und des Abverkaufs nicht ausschließen. In dem Maße, wie die zu Beginn eines Monats auf die Verkaufsfläche der eigenen Stores gebrachte Ware nicht kontinuierlich abverkauft wird, bevor neue Ware auf die Verkaufsfläche gebracht wird, kann ein Warenüberhang entstehen, was einen Umsatzrückgang beziehungsweise eine geringere Flächenproduktivität (Verkaufserlöse pro Quadratmeter „Netto-Verkaufsfläche“ [das entspricht der Verkaufsfläche abzüglich Umkleiden, Kassen, Lounges, Schaufenster]) zur Folge hätte.

Die Eröffnung eigener Stores im Rahmen der Retail-Expansion erfordert auch einen gesteigerten Investitionsaufwand und erhöht die laufenden Kosten für Miete und Personal. Es ist nicht gesichert, dass dieser gegenüber dem Segment Wholesale erhöhte Aufwand durch höhere Margen kompensiert werden kann und neue eigene Stores profitabel betrieben werden können. Insofern führt die Expansion im Segment Retail für den TOM TAILOR-Konzern zu einem erhöhten unternehmerischen Risiko.

Im Segment Wholesale wird das Absatzrisiko zunächst von den Wholesale-Kunden getragen, insbesondere bei dem sogenannten Vorordergeschäft. Je nach Vertragsgestaltung kann das Absatzrisiko aber auch (ganz oder zum Teil) von TOM TAILOR getragen werden. Der TOM TAILOR-Konzern trägt das Absatzrisiko insbesondere bei dem immer größer werdenden sogenannten Depotgeschäft und bei sogenannten Revenue-Sharing-Modellen. Darüber hinaus besteht insbesondere die faktische/kulanzbedingte Rücknahmeverpflichtung von Ware gegenüber Großkunden.

Qualitätsrisiko

Die Sicherstellung einer hohen und gleichbleibenden Qualität der TOM TAILOR-Produkte erfordert eine enge Zusammenarbeit mit Lieferanten und anderen Vertragspartnern. In diesem Zusammenhang entstehen Beschaffungs-, Produktions- und Logistikrisiken. Ein Risikofaktor ist der potenzielle Verlust der Produktqualität. Um bei ständig wechselnden Kollektionen stabile Lieferbeziehungen mit gleichbleibend hoher Produktqualität und attraktiven Preisen sicherzustellen, arbeitet TOM TAILOR im Bereich Sourcing mit einem internationalen Netzwerk von Einkaufsagenten und Herstellern zusammen und hat diese auf den Verhaltenskodex (Code of Conduct) von TOM TAILOR verpflichtet. Derzeit sind rund 150 Hersteller in zwölf Ländern für TOM TAILOR tätig. Der Code of Conduct umfasst alle Kernarbeitsnormen der International Labor Organisation (ILO) und ist für alle Partner verpflichtend anzuwenden. Dieser Kodex soll gewährleisten, dass die Produkte von TOM TAILOR an allen Produktionsstätten unter menschenwürdigen Arbeitsbedingungen gefertigt werden. Um die Einhaltung hoher Qualitätsstandards sowie arbeitsrechtlicher Vorgaben und international anerkannter Standards von Arbeits-

bedingungen sicherzustellen, finden in allen Produktionsstätten regelmäßig Prüfungen statt. Dabei obliegt die Qualitätskontrolle in erster Linie dem jeweiligen Hersteller, der die Ware nach genauen Qualitäts-Benchmarks fertigt und prüft.

Die Überprüfung der Arbeitsbedingungen erfolgt durch unabhängige, akkreditierte Auditoren. TOM TAILOR ist aktives Mitglied der Business Social Compliance Initiative (BSCI). Die BSCI ist eine europaweite Initiative von Handelsunternehmen, die sich zusammengeschlossen haben, um ein einheitliches Monitoringsystem bei ihren Lieferanten durchzusetzen. Daneben finden weitere Qualitätskontrollen im Zentrallager und im eigenen Labor in Hamburg statt.

Unternehmensbezogene Risiken

IT-Risiken

Die Verfügbarkeit und Funktionsfähigkeit moderner IT-Systeme ist für die Steuerung der Geschäftsprozesse und für eine effektive Kostenkontrolle unerlässlich. Insbesondere die IT-Systeme im Bereich der Warenwirtschaft/Logistik als auch speziell im Vertriebsbereich von TOM TAILOR-Produkten über das Internet (E-Shop) und die beauftragten Dienstleister sind für TOM TAILOR von hoher Bedeutung. Ein Ausfall dieser IT-Systeme könnte eine Beeinträchtigung der Geschäftsprozesse und höhere Kosten zur Folge haben. Obwohl die IT-Systeme mehrfach gesichert sind, ist nicht auszuschließen, dass es infolge von Schäden, zum Beispiel durch Feuer, Energieausfall, Systemfehler, Hackerangriffe, Betrugsfälle oder Terrorismus, zu Datenverlusten und Umsatzverlusten und somit Ergebnisauswirkungen für den TOM TAILOR-Konzern kommen kann.

TOM TAILOR wird auch künftig gezielt in den Ausbau und die Weiterentwicklung der IT-Systeme investieren, um die jederzeitige Funktionsbereitschaft der Systeme sowie die Effektivität der Prozesse zu sichern und zu steigern.

Rechtliche Risiken

Rechtliche Risiken resultieren typischerweise aus den Themenfeldern Arbeitsrecht, gewerblicher Rechtsschutz, Produkthaftung, Gewährleistung sowie durch neue gesetzliche Regelungen, Änderungen bestehender Regelungen oder deren Auslegung. Der Verstoß gegen bestehende rechtliche Regelungen kann aus Unkenntnis oder aus Fahrlässigkeit erfolgen. Um diesen Risiken angemessen und frühzeitig zu begegnen, werden potenzielle Risiken umfassend unter Einbeziehung der Rechtsabteilung und soweit erforderlich auch unter Hinzuziehung externer Spezialisten analysiert. Trotz dieser Maßnahmen kann der Ausgang laufender oder künftiger Verfahren nicht mit Sicherheit vorausgesagt werden. Derzeit sind nur wenige Konzerngesellschaften von laufenden Gerichtsverfahren betroffen. Rechtsstreitigkeiten können auch im Erfolgsfall hohe Kosten verursachen und das Ansehen von TOM TAILOR schädigen. Zum Schutz ihrer Markenrechte lässt die TOM TAILOR Gruppe die Marken sowie das T-Logo auf verwechslungsfähige Markenmeldungen weltweit überwachen. Sobald eine verwechslungsfähige Marke aufgefunden wird oder die Marke TOM TAILOR unberechtigt verwendet wird, werden die erforderlichen rechtlichen Maßnahmen, in erster Linie Widersprüche, eingeleitet.

Personalrisiken

Personalrisiken ergeben sich im Wesentlichen durch Personalbeschaffung, mangelnde Qualifikation und Fluktuation. Diesen Risiken begegnet TOM TAILOR als ein erfolgreicher mittelständischer Konzern durch Weiterbildungsmaßnahmen, leistungsgerechte Vergütung und frühzeitige Nachfolgeplanung sowie durch die Pflege einer Unternehmenskultur, die maßgeblich von einem guten Umgang mit allen Mitarbeitern lebt und profitiert. Dabei ist TOM TAILOR aber auch in besonderem Maße vom Vorstand und von anderen Führungskräften abhängig. Ein Verlust von Führungskräften könnte sich negativ auf die Geschäftsentwicklung auswirken. Diesem Risiko begegnet TOM TAILOR zudem durch die Schaffung eines guten Arbeitsklimas sowie attraktive Entgeltvereinbarungen unter Berücksichtigung von langfristig orientierten Zielen.

GESAMTAUSSAGE DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG ZUR RISIKOSITUATION DES KONZERNS

Es liegen derzeit keine einzelnen oder aggregierten Risiken vor, die den Fortbestand der TOM TAILOR-Gruppe in einem überschaubaren Zeitraum gefährden könnten. Insgesamt haben sich hinsichtlich der Risikosituation des TOM TAILOR-Konzerns keine wesentlichen Änderungen im Vergleich zum Geschäftsjahresende 2010 ergeben.

Nachtragsbericht

Mit Datum vom 3. Februar 2012 hat der TOM TAILOR-Konzern die seit Ende 2011 geführten Bankengespräche durch die Unterzeichnung eines neuen Konsortialkreditvertrags erfolgreich abgeschlossen. Unter Führung der BNP Paribas, der Commerzbank AG und der IKB Deutschen Industriebank AG wurde ein Gesamtvolumen von 225 Mio. EUR an einen Bankenpool, bestehend aus insgesamt zehn Bankhäusern, erfolgreich syndiziert. Die bisher vorhandene Leverage-Buy-out-Finanzstruktur (bis zum 3. Februar 2012: 157 Mio. EUR) wurde somit in eine Corporate Finanzstruktur überführt und spiegelt dadurch die wirtschaftlichen Verhältnisse sowie das zukünftige Wachstum von TOM TAILOR angemessen wider. Die 225 Mio. EUR verteilen sich auf eine Kontokorrentlinie von 85 Mio. EUR (bis zum 3. Februar 2012: 35 Mio. EUR), eine Garantielinie von 100 Mio. EUR (bis zum 3. Februar 2012: 65 Mio. EUR) sowie noch vorhandene Term Loans von 40 Mio. EUR (bis zum 3. Februar 2012: 57 Mio. EUR). Durch diese Maßnahme ist es TOM TAILOR gelungen, in einer wirtschaftlich schwierigen Bankenlandschaft eine marktkonforme Finanzierungsstruktur für die nächsten Jahre abzuschließen. Insgesamt hat die Finanzierung eine Laufzeit von drei Jahren mit Verlängerungsoption von zwei weiteren Jahren.

Neben der Änderung in der Finanzierungsstruktur gab es bis zum 10. Februar 2012 im TOM TAILOR-Konzern keine nennenswerten operativen und strukturellen Veränderungen oder Geschäftsvorfälle, die die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Vergleich zum 31. Dezember 2011 wesentlich verändert haben.

Prognosebericht

STRATEGISCHER AUSBLICK

TOM TAILOR hat eine klar definierte Vision: Das Unternehmen will mittelfristig eines der großen Modeunternehmen in Europa werden. Um dies zu erreichen, muss TOM TAILOR im Vergleich zur Branche ein überdurchschnittliches Umsatz- und Ergebniswachstum erreichen. Daher wird das Unternehmen das bewährte und profitable Geschäftsmodell in Deutschland und insbesondere in den ausländischen Kernmärkten Österreich, der Schweiz, den Benelux-Staaten und Frankreich zielstrebig ausbauen und multiplizieren. Landesspezifische Abhängigkeiten sollen so reduziert werden. Im Rahmen der weiteren Expansion prüft TOM TAILOR den Markteintritt in weiteren Ländern, so zum Beispiel in China.

TOM TAILOR wird die kontrollierten Verkaufsflächen wie eigene Retail-Stores, Franchise-Stores und Shop-in-Shops konsequent weiter ausbauen. Zudem soll das wachstumsstarke E-Commerce-Geschäft mittels zusätzlicher Marketinginvestitionen konsequent weiter ausgebaut und vorangetrieben werden.

Ein weiteres zentrales Element der Unternehmensstrategie ist die Erzielung von Skaleneffekten im laufenden Wachstumsprozess. TOM TAILOR hat in den letzten Jahren die eigene Organisation hinsichtlich personeller und technischer Ausstattung, Logistik, Beschaffung und Vertrieb derart optimiert, dass das weitere Wachstum ohne einen proportionalen Anstieg der Kosten für Personal, Verwaltung und Entwicklungsorganisation erzielt werden kann.

KÜNFTIGE WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN UND BRANCHENENTWICKLUNG

Der Internationale Währungsfonds (IWF) hat seine Prognose im Januar 2012 erneut nach unten korrigiert und warnt, dass die Schuldenkrise in der Euro-Zone die wirtschaftliche Erholung weltweit gefährdet und das globale Finanzsystem ins Wanken bringen könnte. Für Deutschland erwartet der IWF 2012 ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) von 0,3 %, die Wirtschaft der 17 Euro-Länder soll um 0,5 % schrumpfen. Dafür sind im Wesentlichen die erwarteten Entwicklungen in Italien und Spanien ausschlaggebend. Eine leicht positive konjunkturelle Entwicklung sieht der IWF in den TOM TAILOR-Kernmärkten Frankreich, Österreich und Belgien.

Weltweit werde das BIP um 3,3 % wachsen. Getragen werde dieses Wirtschaftswachstum insbesondere von Indien (+ 7,0 %) und China (+ 8,2 %), die mit ihrem anhaltenden Boom auch die deutsche Exportwirtschaft beflügeln. In der für TOM TAILOR zunehmend wichtiger werdenden Region Zentral- und Osteuropa (+ 1,1 %) sowie Russland (+ 3,3 %) prognostiziert der IWF auch für 2012 Wachstum. Polen, Serbien oder Slowenien sollen weiterhin solide Wachstumsraten aufweisen.

Für 2013 geht der IWF in seiner aktuellen Konjunkturprognose für Deutschland von einem Wachstum von 1,5 % aus. Ferner erwarten die Experten für die Euro-Länder ein Wachstum von 0,8 %. Weltweit soll das BIP im Jahr 2013 um 3,9 % zulegen.

Die Stimmung in der deutschen Wirtschaft ist zwar unsicher, aber weitaus positiver als im übrigen Euro-Raum. Im Dezember 2011 und Januar 2012 erreichte der GfK Konsumklima-Index einen Wert von 5,6 Punkten und verzeichnete damit einen leichten Anstieg im Vergleich zum Herbst.

Trotz der Unsicherheit auf den globalen Märkten und der schwachen konjunkturellen Entwicklung in Deutschland dürfte das Konsumklima weiter stabil bleiben. Im Gesamtjahr 2011 lag der Konsumklimaindex um die 5,6 Punkte; im Februar 2012 stieg der Wert leicht auf 5,7 Punkte. Allerdings hat sich die zu beobachtende Beschleunigung des Preisauftriebs fortgesetzt. Der Verbraucherpreisindex in Deutschland verzeichnete 2011 einen Anstieg von 2,3 % (2010: 1,1 %). Die Entwicklung im Januar 2012 gegenüber dem Vorjahresmonat lag bei –0,4 %. In der Euro-Zone stiegen die Preise 2011 um 2,7 % (2010: 2,2 %). Daher dürfte die Europäische Zentralbank (EZB) mittelfristig die Leitzinsen in der Euro-Zone erhöhen, was insbesondere durch die beschleunigte Teuerung aufgrund des starken Ölpreisanstiegs getrieben ist. Für 2012 geht die EZB für Europa von einer geringeren Inflationsrate in Höhe von 1,7 % aus.

Entlastung zeichnet sich für die Textil- und Bekleidungsbranche auf den Rohstoffmärkten ab. Die hohen Baumwollpreise, die im Frühjahr 2011 zwischenzeitlich über 200 US-Cent pro Pfund taxierten und so zu deutlichen Mehrbelastungen bei Beschaffung und Logistik führten, sind wieder deutlich gesunken und lagen zu Redaktionsschluss bei circa 100 US-Cent pro Pfund. Viele Länder haben im Jahr 2011 ihre Baumwollproduktion deutlich ausgebaut; vereinzelt wurde von einem Rekorderteiljahr 2011 gesprochen. Prognosen sehen den Baumwollpreis bis Mitte 2014 dauerhaft bei unter 100 US-Cents pro Pfund (Quelle: Forward Curve Cotton, nyb-ice Futures us Softs).

Neben dem Preisauftrieb bei der Rohware muss sich die Textilbranche auf eine steigende Lohnkostenentwicklung in den Produktionsländern Asiens einstellen, deren Lohnniveaus der allgemeinen Wohlstandsentwicklung folgen. Im Gegensatz zur Entspannung bei den Baumwollpreisen wird die Lohnentwicklung dauerhafter Natur sein.

Im Jahr 2011 hat TOM TAILOR seine Einkaufsaktivitäten gemeinsam mit Asmara International Ltd. in der neuen Einkaufsgesellschaft TOM TAILOR Sourcing Ltd. in Hongkong gebündelt. Erste Kollektionen sollen im zweiten Halbjahr 2012 über die Einkaufsgesellschaft bezogen werden. Nach einem Übergangszeitraum von rund 15 Monaten soll der Einkauf sämtlicher Waren aus Asien direkt über die TOM TAILOR Sourcing abgewickelt werden. Mithilfe der neuen Einkaufsgesellschaft ist TOM TAILOR nicht nur näher am Beschaffungsmarkt, sondern sichert sich langfristig die Beschaffung von Baumwolle und deren Verarbeitung. Das Unternehmen erwartet darüber hinaus Vorteile aus der Bündelung von Einkaufsvolumina.

TOM TAILOR ist von der Eintrübung der Konjunkturprognosen weniger stark betroffen als Unternehmen anderer Branchen. Speziell aufgrund des Konsumverhaltens der Verbraucher und der stabilen Entwicklung im Heimatmarkt Deutschland sieht TOM TAILOR gute Voraussetzungen für weiteres profitables Wachstum und eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts.

ERWARTETE ENTWICKLUNG DES GESCHÄFTSVERLAUFS

KÜNFTIGE UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

TOM TAILOR ist derzeit mit den Marken TOM TAILOR Casual und TOM TAILOR Denim am Modemarkt vertreten. Die Kollektionen der Marke TOM TAILOR Casual mit den Linien MEN CASUAL, WOMEN CASUAL, KIDS, MINIS und BABY und der Marke TOM TAILOR Denim mit den Linien Denim Male sowie Denim Female haben jeweils ein eigenständiges Markenprofil und sind altersmäßig auf verschiedene Zielgruppen angelegt. Beide Marken werden getrennt voneinander am Markt präsentiert. Diese klare Diversifikation wird auch in der Zukunft konsequent weiterverfolgt.

Die Marke Denim trug im Geschäftsjahr 2011 rund 19 % zum Gruppenumsatz bei. TOM TAILOR ist aufgrund des Potenzials der Marke davon überzeugt, dass Denim in den nächsten Jahren überproportional zum Umsatzwachstum beitragen wird.

Im Jahr 2012 wird das Unternehmen eine dritte Division einführen. Im Herbst wird die Marke TOM TAILOR POLO TEAM als eigenständige Marke mit einem neuen Logo eingeführt werden. Zielgruppe dieser sportiven Kollektionen, die die Begeisterung und Leidenschaft für den Pferdesport Polo widerspiegeln, sind Frauen und Männer zwischen 25 und 45 Jahren sowie Kinder. In der Vergangenheit wurden vierteljährlich diverse POLO TEAM-Artikel innerhalb der Division TOM TAILOR Casual angeboten. Zu den nunmehr sechs umfassenden Kollektionen pro Jahr gehören T-Shirts, Poloshirts, Hemden, Blusen sowie Sweat- und Softshell-Jacken mit aufwändigen Applikationen. Die Kollektionen sollen über den Wholesale unter anderem in Shop-in-Shops sowie in ausgewählten Retail-Stores vertrieben werden.

INVESTITION UND EXPANSION

Die TOM TAILOR Holding AG wird auch in den Jahren 2012 und 2013 den eingeleiteten profitablen Wachstums- und Expansionskurs fortsetzen. Der Schwerpunkt der weiteren Expansion liegt vor allem im Segment Retail und somit den Eröffnungen weiterer selbst betriebener Stores. Konkret plant TOM TAILOR, 2012 und 2013 je rund 60 bis 70 weitere Retail-Stores zu eröffnen.

Darüber hinaus wird das Unternehmen weiter in den Ausbau seines Online-Shops investieren und die Marketingaufwendungen aufgrund des kompetitiveren Umfelds erhöhen. Zudem plant das Unternehmen, im Jahr 2012 nach einem Dienstleisterwechsel mit dem neuen Dienstleister einen europaweiten Online-Shop aufzubauen. Ziel ist es, die Marke TOM TAILOR auch in Ländern erreichbar zu machen, in denen das Unternehmen stationär nicht vertreten ist, und dem Kunden stationär, online und mobil die Einkaufsflexibilität zu ermöglichen, die er von einem Multi-Channel-Retailer erwartet.

Auch im Segment Wholesale wird TOM TAILOR weiter wachsen und die Zahl der kontrollierten Shop-in-Shop-Flächen und Franchise-Stores weiter ausbauen. Der Vorstand plant, in den nächsten beiden Jahren pro Jahr weitere 200 bis 250 Shop-in-Shop-Flächen sowie 20 bis 25 Franchise-Stores zu eröffnen.

Da sich die Auswirkungen der anhaltenden Euro-Schuldenkrise auf das Konsumklima in vielen europäischen Ländern nur schwer abschätzen lassen, wird die Expansion insbesondere auf dem Heimat-

markt Deutschland und den ausländischen Kernmärkten Österreich und der Schweiz forciert werden. In diesen Ländern gehen Experten von einem weiterhin stabilen Konsum aufgrund guter Arbeitsmarktdaten aus.

Insgesamt werden in den Geschäftsjahren 2012 und 2013 je 23 bis 25 Mio. EUR in die weitere Expansion investiert werden.

UMSATZ

Aus heutiger Sicht erwartet der Vorstand der TOM TAILOR Holding AG für 2012 einen Umsatz von mindestens 470 Mio. EUR. Das entspricht einem Anstieg von mindestens 14 % gegenüber dem Geschäftsjahr 2011. Das Unternehmen geht davon aus, dass beide Segmente, beide Divisionen und alle Regionen zum Umsatzwachstum beitragen. Aufgrund der Flächenexpansion im Segment Retail und aufgrund des Gesamtjahres-Umsatzeffektes der in 2011 eröffneten 90 Retail Stores wird der Retail Anteil am Gesamtumsatz in 2012 weiter steigen.

EBITDA

Im Jahr 2012 will TOM TAILOR ein um Sondereffekte bereinigtes EBITDA zwischen 51 und 53 Mio. EUR erwirtschaften. Positiv auf das EBITDA werden sich der Umsatzanstieg und die verbesserte Rohertragsmarge aufgrund der gesunkenen Baumwollpreise und aufgrund des neuen Sourcing-Set-ups in Asien auswirken. Der operative Aufwand wird hauptsächlich aufgrund des weiteren Ausbaus eigener Verkaufsflächen steigen. Ferner belasten strategische Investitionen in die Marke TOM TAILOR und Investitionen in die Produktqualität das EBITDA. Die EBITDA Prognose ist bereinigt um Sonderaufwendungen in Höhe von rund 3 Mio. EUR für die im Februar 2012 erfolgreich abgeschlossene Refinanzierung.

Für das Jahr 2013 geht der Vorstand von einer weiteren deutlichen Umsatzsteigerung sowie einer Steigerung der relativen Ertragskraft aus.

FINANZIERUNG

Für das Jahr 2012 erwartet TOM TAILOR analog zum gestiegenen operativen Betriebsergebnis einen steigenden operativen Cashflow trotz zusätzlicher Aufwendungen aus der Refinanzierung sowie zu zahlender Ertragssteuern. Die Optimierung des Working Capital sowie Investitionen auf Vorjahresniveau werden dazu beitragen, dass der Free Cashflow 2012 im einstelligen Millionenbereich liegen wird.

TOM TAILOR geht daher davon aus, dass die Nettoverschuldung am Jahresende 2012 in etwa auf der Höhe von 2011 liegen wird.

GESAMTAUSSAGE DES VORSTANDS ZUR PROGNOSE

Der Vorstand der TOM TAILOR Holding AG beurteilt die Lage des Konzerns unverändert positiv und geht für die Geschäftsjahre 2012 und 2013 von einer positiven Entwicklung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns aus. Der Vorstand sieht die gute Performance in 2011 als Bestätigung der Strategie, die in den vergangenen Jahren implementiert und präzisiert wurde. Wichtig für die weitere Umsatz- und Profitabilitätssteigerung sind die folgenden Aspekte:

- Multiplikation des erfolgreichen bestehenden Geschäftsmodells
- Beschleunigtes organisches Wachstum durch weiteren Ausbau und profitable Bewirtschaftung der kontrollierten Flächen im Retail und Wholesale mit besonderem Fokus auf das Segment Retail
- Steigerung der Flächenproduktivität
- Internationale Expansion in ausgewählten Märkten wie China und die Türkei
- Unterproportionaler Kostenanstieg durch positive Skaleneffekte
- Mögliche Einführung neuer Produktlinien

TOM TAILOR beabsichtigt, auch in Zukunft vorrangig organisch zu wachsen. Wo es sinnvoll ist, geht der Konzern strategische Partnerschaften ein, um sich so Zugang zu neuen Märkten und Kunden zu verschaffen sowie die Expansion in etablierten Märkten zu forcieren.

Die Prognose für die Jahre 2012 und 2013 berücksichtigt alle zum jetzigen Zeitpunkt bekannten Ereignisse, die die Geschäftsentwicklung von TOM TAILOR beeinflussen könnten. Politische und wirtschaftliche Unwägbarkeiten, auf die der TOM TAILOR-Konzern keinen Einfluss hat, können jedoch dazu führen, dass die tatsächliche Unternehmensentwicklung von den Prognosen abweicht.

Hamburg, den 10. Februar 2012

Der Vorstand

Dieter Holzer
Vorsitzender des Vorstands

Dr. Axel Rebien
Vorstand Finanzen

Christoph Rosa
Vorstand Produktentwicklung,
Beschaffung und Lizenzen

Dr. Marc Schumacher
Vorstand Retail

Konzernabschluss Smart. Results.



121	Gewinn- und Verlustrechnung
122	Gesamtergebnisrechnung
123	Kapitalflussrechnung
124	Bilanz
126	Konzern-Eigenkapital
128	Konzernanhang
128	Allgemeine Angaben
134	Bilanzierungs-, Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze
141	Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
145	Erläuterungen zur Bilanz
161	Management von Finanzrisiken und Finanzderivaten
169	Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung
169	Segmentberichterstattung
170	Sonstige Angaben und Erläuterungen
183	Versicherung der gesetzlichen Vertreter
184	Bestätigungsvermerk

Gewinn- und Verlustrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2011

in TEUR	Anhang	2011	2010
Umsatzerlöse	1	411.650	347.728
Sonstige betriebliche Erträge	2	13.163	14.884
Materialaufwand	3	-210.076	-187.926
Personalaufwand	4	-61.085	-52.733
Abschreibungen	5	-25.531	-22.964
Sonstige betriebliche Aufwendungen	6	-107.285	-91.905
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit		20.836	7.084
Finanzergebnis	7	-7.180	-11.363
Ergebnis vor Ertragsteuern		13.656	-4.279
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	8	-3.584	6.685
Periodenergebnis		10.072	2.406
davon entfallen auf:			
Aktionäre der TOM TAILOR Holding AG		9.820	2.153
Minderheitsgesellschafter		252	253
Ergebnis je Aktie in EUR	9		
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)		0,59	0,15
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)		0,59	0,15

Gesamtergebnisrechnung

Konzern-Gesamtergebnisrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2011

in TEUR	2011	2010
Periodenergebnis	10.072	2.406
Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	- 104	- 519
Veränderungen Marktbewertung Sicherungsgeschäfte	5.128	- 774
Latente Steuern auf Veränderungen Marktbewertung Sicherungsgeschäfte	- 1.620	232
Sonstiges Ergebnis	3.404	- 1.061
Gesamtergebnis nach Steuern	13.476	1.345
davon entfallen auf:		
Aktionäre der TOM TAILOR Holding AG	13.224	1.092
Minderheitsgesellschafter	252	253

Kapitalflussrechnung

Konzern-Kapitalflussrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2011

in TEUR	2011	2010
Periodenergebnis	10.072	2.406
Abschreibungen	25.531	22.964
Ertragsteueraufwand	3.584	-6.685
Zinserträge und -aufwendungen	7.180	11.363
Veränderung der langfristigen Rückstellungen	947	905
Veränderung der kurzfristigen Rückstellungen	318	-2.279
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten des Anlagevermögens und Sachanlagen	14	-455
Veränderung der Vorräte	-17.782	-8.388
Veränderung der Forderungen und sonstigen Aktiva	-15.904	-2.212
Veränderung der Schulden und sonstigen Passiva	1.786	1.839
(Gezahlte)/Erstattete Ertragsteuern	-753	-512
Übrige zahlungsunwirksame Veränderungen	5.464	-3.952
Mittelzufluss/-abfluss aus der operativen Geschäftstätigkeit	20.457	14.994
Gezahlte Zinsen	-6.263	-7.987
Erhaltene Zinsen	172	51
Mittelzufluss/-abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	14.366	7.058
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	-22.623	-25.394
Zugänge aus Veränderung des Konsolidierungskreises	359	-2.057
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten des Anlagevermögens und Sachanlagen	-2	776
Mittelzufluss/-abfluss aus der Investitionstätigkeit	-22.266	-26.675
Einzahlung Eigenkapital aus dem Börsengang	-	143.000
Kosten der Eigenkapitalbeschaffung	-	-5.356
Rückzahlung von Gesellschafterdarlehen	-	-32.612
Rückzahlung übriger Finanzverbindlichkeiten	-5.231	-77.231
Mittelzufluss/-abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-5.231	27.801
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelfonds	24	208
Veränderung des Finanzmittelfonds	-13.107	8.392
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	22.483	14.091
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	9.376	22.483
Zusammensetzung des Finanzmittelfonds		
Liquide Mittel	9.376	22.483

Bilanz

Konzernbilanz zum 31. Dezember 2011

AKTIVA

in TEUR	Anhang	2011	2010
Langfristige Vermögenswerte			
Immaterielle Vermögenswerte	10	138.832	142.301
Sachanlagen	11	49.578	35.187
Sonstige Vermögenswerte	13	4.089	842
Rechnungsabgrenzungsposten	13	2.580	3.533
		195.079	181.863
Kurzfristige Vermögenswerte			
Vorräte	14	57.582	39.800
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	15	45.512	38.432
Ertragsteuerforderungen		1.181	1.140
Sonstige Vermögenswerte	13	9.397	1.496
Flüssige Mittel	16	9.376	22.483
Rechnungsabgrenzungsposten	13	2.363	2.687
		125.411	106.038
		320.490	287.901

Konzernbilanz zum 31. Dezember 2011

PASSIVA

in TEUR	Anhang	2011	2010
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	17	16.528	16.528
Kapitalrücklage	17	187.856	205.433
Konzernbilanzverlust	17	-95.793	-123.215
Kumuliertes übriges Eigenkapital	17	2.150	-1.254
Anteil der Aktionäre der TOM TAILOR Holding AG		110.741	97.492
Minderheitsanteile am Eigenkapital		3.001	2.749
		113.742	100.241
Langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten			
Rückstellungen für Pensionen	19	281	255
Sonstige Rückstellungen	20	1.882	961
Latente Steuerschulden	21	26.889	26.496
Finanzverbindlichkeiten	22	77.503	65.881
Sonstige Verbindlichkeiten	24	3.082	3.537
Rechnungsabgrenzungsposten	25	1.446	2.775
		111.083	99.905
Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten			
Sonstige Rückstellungen	20	13.826	12.156
Ertragsteuerschulden		10.123	5.898
Finanzverbindlichkeiten	22	6.477	8.728
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	23	58.338	54.335
Sonstige Verbindlichkeiten	24	5.584	5.440
Rechnungsabgrenzungsposten	25	1.317	1.198
		95.665	87.755
		320.490	287.901

Konzern-Eigenkapital

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals für die Zeit vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2011

	Anzahl der Aktien in Tsd.	gezeichnetes Kapital in TEUR	Kapital- rücklage in TEUR	Konzern- bilanzverlust in TEUR
Stand 1. Januar 2011	16.528	16.528	205.433	-123.215
Veränderung des Konsolidierungskreises	-	-	-	-
Gesamtergebnis nach Steuern	-	-	-	9.820
Entnahme aus der Kapitalrücklage	-	-	-17.602	17.602
Personalkosten aktienbasierte Vergütung	-	-	25	-
Stand 31. Dezember 2011	16.528	16.528	187.856	-95.793

Konzern-Eigenkapital

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals für die Zeit vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2010

	Anzahl der Aktien in Tsd.	gezeichnetes Kapital in TEUR	Kapital- rücklage in TEUR	Konzern- bilanzverlust in TEUR
Stand 1. Januar 2010	5.000	5.000	52.380	-125.368
Veränderung des Konsolidierungskreises	-	-	-	-
Gesamtergebnis nach Steuern	-	-	-	2.153
Kapitalerhöhung aus Sacheinlagen	528	528	24.472	-
Barkapitalerhöhung (Einzahlung aus dem Börsengang)	11.000	11.000	132.000	-
Kosten der Eigenkapitalbeschaffung	-	-	-3.750	-
Personalkosten aktienbasierte Vergütung	-	-	331	-
Stand 31. Dezember 2010	16.528	16.528	205.433	-123.215

Kumuliertes übriges Eigenkapital

Differenz aus der Währungs-umrechnung in TEUR	Rücklage Sicherungs-geschäfte (IAS 39) in TEUR	Latente Steuern auf Marktbewertung Sicherungs-geschäfte in TEUR	Anteil der Aktionäre der TOM TAILOR Holding AG in TEUR	Minderheits-anteile in TEUR	Gesamt in TEUR
- 712	- 774	232	97.492	2.749	100.241
-	-	-	-	-	-
- 104	5.128	-1.620	13.224	252	13.476
-	-	-	-	-	-
-	-	-	25	-	25
- 816	4.354	-1.388	110.741	3.001	113.742

Kumuliertes übriges Eigenkapital

Differenz aus der Währungs-umrechnung in TEUR	Rücklage Sicherungs-geschäfte (IAS 39) in TEUR	Latente Steuern auf Marktbewertung Sicherungs-geschäfte in TEUR	Anteil der Aktionäre der TOM TAILOR Holding AG in TEUR	Minderheits-anteile in TEUR	Gesamt in TEUR
-193	-	-	-68.181	-	-68.181
-	-	-	-	2.496	2.496
- 519	- 774	232	1.092	253	1.345
-	-	-	25.000	-	25.000
-	-	-	143.000	-	143.000
-	-	-	-3.750	-	-3.750
-	-	-	331	-	331
- 712	- 774	232	97.492	2.749	100.241

Konzernanhang

A. ALLGEMEINE ANGABEN

Der TOM TAILOR-Konzern ist ein international tätiges, vertikal integriertes Mode- und Lifestyle-Unternehmen, das legere Mode (sogenannte Casual Wear) im mittleren Preissegment anbietet. Die Kollektionen der Marke TOM TAILOR Casual mit den Linien MEN CASUAL, WOMEN CASUAL, KIDS, MINIS, BABY, der Marke TOM TAILOR Denim mit den Linien Denim Male und Denim Female sowie der Marke TOM TAILOR POLO TEAM haben ein eigenständiges Markenprofil und sind auf verschiedene Zielgruppen angelegt.

Das oberste Mutterunternehmen des TOM TAILOR-Konzerns ist die TOM TAILOR Holding AG mit Sitz in Hamburg, Deutschland, die im Handelsregister des Amtsgerichts Hamburg unter HRB Nr. 103641 eingetragen ist. Die Adresse des eingetragenen Sitzes ist Garstedter Weg 14, 22453 Hamburg.

GRUNDLAGEN DER RECHNUNGSLEGUNG

Der Konzernabschluss der TOM TAILOR Holding AG („der Konzernabschluss“) wurde nach den am Abschlussstichtag gültigen International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, aufgestellt. Alle für das Geschäftsjahr 2011 verbindlichen Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) wurden ebenfalls berücksichtigt.

Die Gewinn- und Verlustrechnung des Konzerns wurde nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt. Die Konzernbilanz, die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung sowie die Konzern-Gesamtergebnisrechnung entsprechen den Gliederungsvorschriften des IAS 1 („Presentation of Financial Statements“).

Der Konzernabschluss wurde in Euro aufgestellt. Soweit nicht anders vermerkt, werden alle Beträge in Tausend Euro (TEUR) angegeben. Dabei kann es in der Addition zu rundungsbedingten Abweichungen kommen. Die Erstellung des Konzernabschlusses erfolgt grundsätzlich unter Anwendung des Anschaffungskostenprinzips. Hiervon ausgenommen sind bestimmte Finanzinstrumente, die zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden.

Die angewandten Rechnungslegungsmethoden entsprechen grundsätzlich den im Vorjahr angewandten Methoden mit den nachfolgend dargestellten Ausnahmen.

a) Im Jahr 2011 anzuwendende Neuerungen

Im Geschäftsjahr 2011 waren im TOM TAILOR-Konzern folgende neue bzw. geänderte Standards bzw. Interpretationen anzuwenden:

Neuerungen und Änderungen in der Rechnungslegung

	Inkrafttreten	Datum des EU-Endorsements
Änderungen von Standards:		
Änderung von IAS 24: Angaben über Beziehungen zu nahe- stehenden Unternehmen und Personen	01.01.2011	19.07.2010
Änderung von IAS 32: Klassifizierung von Bezugsrechten	01.02.2010	23.12.2009
Änderung von IFRS 1: Begrenzte Befreiung erstmaliger Anwender von Vergleichsangaben nach IFRS 7	01.07.2010	30.06.2010
Jährliche Verbesserungen an verschiedenen Standards (2010)	01.01.2011	18.02.2011
soweit IFRS 3 betreffend	01.07.2010	18.02.2011
Neue bzw. geänderte Interpretationen:		
Änderung von IFRIC 14: Vorauszahlungen im Rahmen von Mindest- dotierungsverpflichtungen	01.01.2011	19.07.2010
IFRIC 19: Tilgung finanzieller Verbindlichkeiten durch Eigenkapitalinstrumente	01.07.2010	23.07.2010

Im Mai 2010 hat das IASB im Rahmen des jährlichen Verbesserungsprozesses den dritten Sammelstandard „Improvements to IFRSs“ veröffentlicht. Hierdurch werden kleinere Änderungen an sechs Standards und einer Interpretation vorgenommen. Ein Großteil der Änderungen ist erstmals rückwirkend für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2011 beginnen, verpflichtend anzuwenden. Die im Sammelstandard enthaltenen Änderungen an IFRS 3 „Unternehmenszusammenschlüsse“ sind bereits in Geschäftsjahren, die am oder nach dem 1. Juli 2010 beginnen, verpflichtend anzuwenden.

Jährliche Verbesserungen IFRS 3 Unternehmenszusammenschlüsse betreffend:

IFRS 3 (überarbeitet) führt wesentliche Änderungen bezüglich der Bilanzierung von Unternehmenszusammenschlüssen ein. Es ergeben sich Auswirkungen auf die Bewertung von Anteilen ohne beherrschenden Einfluss, die Bilanzierung von Transaktionskosten, die erstmalige Erfassung und die Folgebewertung einer bedingten Gegenleistung sowie sukzessive Unternehmenserwerbe. Diese Neuregelungen wirken sich auf die Ansatzhöhe des Geschäfts- oder Firmenwerts, auf das Ergebnis der Berichtsperiode, in der ein Unternehmenszusammenschluss erfolgt, und auf künftige Ergebnisse aus.

Die Änderungen des IFRS 3 (überarbeitet) wurden bei den im Berichtsjahr durchgeführten Erwerben berücksichtigt. Im Rahmen des Erwerbs der TOM TAILOR South Eastern Europe Holding GmbH, Wörgl/Österreich, wurden die Neuregelungen bereits im Vorjahr angewandt.

Die neuen Rechnungslegungsvorschriften haben keinen bzw. keinen wesentlichen Einfluss auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

b) Vom IASB verabschiedete Standards, Interpretationen und Änderungen zu veröffentlichten Standards, die zum 31. Dezember 2011 noch nicht von der EU übernommen wurden

Im Geschäftsjahr 2011 wurden folgende vom IASB bereits verabschiedete neue bzw. geänderte, aber im Wesentlichen von der EU noch nicht übernommenen Rechnungslegungsnormen nicht berücksichtigt, weil eine Verpflichtung zur Anwendung noch nicht gegeben war:

Zukünftige Neuerungen und Änderungen der Rechnungslegung

	Inkrafttreten	Datum des EU-Endorsements
Neue Standards bzw. Interpretationen:		
IFRS 9: Finanzinstrumente	01.01.2015	Offen
IFRS 10: Konsolidierte Abschlüsse	01.01.2013	Offen
IFRS 11: Gemeinschaftliche Vereinbarungen	01.01.2013	Offen
IFRS 12: Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen	01.01.2013	Offen
IFRS 13: Bewertung zum beizulegenden Zeitwert	01.01.2013	Offen
IFRIC 20: Bilanzierung von Abraumbeseitigung im Tagebergbau	01.01.2013	Offen
Änderungen von Standards:		
Änderung IFRS 7: Finanzinstrumente: Angaben – Übertragungen finanzieller Vermögenswerte	01.07.2011	22.11.2011
Änderung IAS 1: Darstellung des Abschlusses – Darstellung der Posten des sonstigen Ergebnisses	01.07.2012	Offen
Änderung IAS 12: Latente Steuern – Realisierung zugrundeliegender Vermögenswerte	01.01.2012	Offen
Änderung IAS 19: Leistungen an Arbeitnehmer	01.01.2013	Offen
Änderung IAS 27: Konzern- und Einzelabschlüsse	01.01.2013	Offen
Änderung IAS 28: Anteile an assoziierten Unternehmen	01.01.2013	Offen
Änderung IFRS 1: Ausgeprägte Hochinflation	01.07.2011	Offen

IFRS 9: Finanzinstrumente

IFRS 9 soll den bisherigen IAS 39 „Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung“ vollständig ersetzen. Im November 2009 wurde zunächst IFRS 9 „Finanzinstrumente – Klassifizierung und Bewertung von finanziellen Vermögenswerten“ veröffentlicht. Gemäß der Methodik von IFRS 9 sind finanzielle Vermögenswerte entweder zu fortgeführten Anschaffungskosten oder zum beizulegenden Zeitwert zu bewerten. Die Zuordnung zu einer der beiden Bewertungskategorien hängt davon ab, wie ein Unternehmen seine Finanzinstrumente steuert, und von der Art der vertraglich vereinbarten Zahlungsströme der finanziellen Vermögenswerte. Der Standard wurde durch im Oktober 2010 veröffentlichte Vorschriften zur Bilanzierung finanzieller Verbindlichkeiten sowie der Ausbuchung von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten ergänzt. Die verpflichtende Erstanwendung des IFRS 9 wurde im Dezember 2011 durch das IASB vom 1. Januar 2013 auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2015 beginnen, verschoben.

Aufgrund der Verschiebung des Erstanwendungszeitpunkts auf den 1. Januar 2015 und der noch fehlenden Empfehlung zur Übernahme durch die EU hat der Konzern noch keine detaillierte Prüfung der möglichen Auswirkungen des IFRS 9 vorgenommen.

IFRS 10: Konsolidierte Abschlüsse

IFRS 10 führt eine einheitliche Definition für den Begriff der Beherrschung für sämtliche Unternehmen ein und schafft damit eine einheitliche Grundlage für die Bestimmung des Vorliegens einer Mutter-Tochter-Beziehung und die hiermit verbundene Einbeziehung in den Konsolidierungskreis. Der Standard enthält umfassende Anwendungsleitlinien zur Bestimmung eines Beherrschungsverhältnisses. Der neue Standard ersetzt SIC-12 „Konsolidierung – Zweckgesellschaften“ vollständig sowie IAS 27 „Konzern- und Einzelabschlüsse“ teilweise.

IFRS 11: Gemeinschaftliche Vereinbarungen

IFRS 11 regelt die Bilanzierung von Sachverhalten, in denen ein Unternehmen gemeinschaftliche Führung über ein Gemeinschaftsunternehmen (Joint Venture) oder eine gemeinschaftliche Tätigkeit (Joint Operation) ausübt. Für die Bilanzierung von Gemeinschaftsunternehmen ist künftig nur noch die Equity-Methode zulässig. Die bisher alternativ anwendbare Quotenkonsolidierung wird abgeschafft. Der neue Standard ersetzt IAS 31 „Anteile an Gemeinschafts-

unternehmen“ und SIC-13 „Gemeinschaftlich geführte Unternehmen – Nichtmonetäre Einlagen durch Partnerunternehmen“.

IFRS 12: Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen

IFRS 12 fasst alle Anhangangaben in einem Standard zusammen, die ein Unternehmen mit Anteilen an bzw. einem Engagement in anderen Unternehmen erfüllen muss; hierzu gehören Anteile an Tochtergesellschaften, Anteile an assoziierten Unternehmen, Anteile an gemeinschaftlichen Vereinbarungen (Joint Arrangements) sowie Anteile an strukturierten Unternehmen. Der neue Standard ersetzt die bisherigen Vorschriften zu den Anhangangaben in IAS 27, IAS 28, IAS 31 und SIC-12.

Änderung IAS 27: Konzern- und Einzelabschlüsse

Der geänderte IAS 27 enthält infolge der neuen Verlautbarung IFRS 10 nur noch Regelungen, die für einen nach IFRS erstellten separaten Einzelabschluss relevant sind.

Änderung IAS 28: Anteile an assoziierten Unternehmen

Der angepasste IAS 28 regelt die Rechnungslegung für Anteile an assoziierten Unternehmen sowie die Anforderungen für die Anwendung der Equity-Methode bei der Bilanzierung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und an Gemeinschaftsunternehmen.

Der Konzern prüft derzeit die Auswirkungen der Erstanwendung von IFRS 10, IFRS 11 und IFRS 12 auf zukünftige Konzernabschlüsse.

IFRS 13: Bewertung zum beizulegenden Zeitwert

Im Mai 2011 hat das IASB den neuen Standard IFRS 13 „Bewertung zum beizulegenden Zeitwert“ veröffentlicht. IFRS 13 enthält eine Definition des beizulegenden Zeitwerts sowie Regelungen, wie dieser zu ermitteln ist, wenn andere IFRS-Vorschriften die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert als Wertmaßstab vorschreiben. Der Standard selbst enthält keine Vorgaben, in welchen Fällen der beizulegende Zeitwert zu verwenden ist. Mit Ausnahme der in IFRS 13 explizit ausgenommenen Standards definiert IFRS 13 einheitliche Anhangangaben für alle Vermögenswerte und Schulden, die zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, sowie für alle Vermögenswerte und Schulden, für die die Angabe des beizulegenden Zeitwerts als Anhangangabe erforderlich ist; hierdurch werden insbesondere in Bezug auf die nicht finanziellen Vermögenswerte die Angabepflichten erweitert.

Der Konzern geht derzeit davon aus, dass die Anwendung des neuen Standards, sofern er von der EU in dieser Form übernommen wird, zu erweiterten Anhangangaben führen wird.

Änderung IAS 19: Leistungen an Arbeitnehmer

Im Juni 2011 hat das IASB Änderungen zu IAS 19 „Leistungen an Arbeitnehmer“ veröffentlicht. Die Änderungen betreffen im Wesentlichen die Abschaffung der aufgeschobenen Erfassung von versicherungsmathematischen Gewinnen und Verlusten (sog. Korridormethode) zugunsten einer sofortigen Erfassung im Sonstigen Ergebnis innerhalb des Eigenkapitals, die sofortige Erfassung von nach zu verrechnendem Dienstzeitaufwand, die Darstellung von Änderungen der Nettoverbindlichkeiten/-vermögenswerte aus leistungsorientierten Pensionsplänen sowie die Erfassung eines Nettozinsaufwands bzw. -ertrags aus den Nettoverbindlichkeiten bzw. Nettovermögenswerten eines Pensionsplans. Darüber hinaus werden zusätzliche Anhangangaben zu den Charakteristika der Pensionspläne und den damit für das Unternehmen verbundenen Risiken verlangt.

Der Konzern prüft derzeit, welche Auswirkungen die Anwendung der Änderungen des IAS 19 haben wird. Die Erstanwendung wird insbesondere neben erweiterten Anhangangaben für versicherungsmathematische Gewinne/Verluste zu einer Veränderung des kumulierten sonstigen Ergebnisses führen.

Der Konzern geht derzeit nicht davon aus, dass die Erstanwendung der übrigen neuen Rechnungslegungsvorschriften, sofern sie von der EU in dieser Form übernommen werden, einen wesentlichen Einfluss auf den Konzernabschluss haben wird.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Der Konsolidierungskreis des TOM TAILOR-Konzerns umfasst die TOM TAILOR Holding AG als oberste Muttergesellschaft sowie die nachfolgend aufgeführten Tochtergesellschaften:

Unmittelbare Tochtergesellschaften:

- Tom Tailor GmbH, Hamburg
- Tom Tailor (Schweiz) AG, Baar/Schweiz

Mittelbare Tochtergesellschaften:

- Tom Tailor Retail GmbH, Hamburg
- TOM TAILOR E-Commerce GmbH & Co. KG, München
- TOM TAILOR Verwaltungs-GmbH, München
- TOM TAILOR Gesellschaft m.b.H., Wörgl/Österreich
- TOM TAILOR Retail Gesellschaft m.b.H., Wörgl/Österreich
- TOM TAILOR Retail Joint Venture GmbH, Bregenz/Österreich
- TT RETAIL GmbH, Lindau
- TT Franchise AG, Buchs/Schweiz
- Tom Tailor International Holding B.V., Oosterhout/Niederlande
- Tom Tailor Benelux B.V., Oosterhout/Niederlande
- Tom Tailor (Schweiz) Retail AG, Dietikon/Schweiz
- Tom Tailor Showroom AG, Glattbrugg/Schweiz
- TOM TAILOR FRANCE SARL, Paris/Frankreich
- TOM TAILOR Retail Kft., Budapest/Ungarn
- TOM TAILOR South Eastern Europe Holding GmbH, Wörgl/Österreich
- TT Beta d.o.o., Sarajevo/Bosnien-Herzegowina
- T.TOM BG d.o.o., Belgrad/Serbien
- TT Beta EOOD, Sofia/Bulgarien
- BT Gama d.o.o., Zagreb/Kroatien
- TT BETA d.o.o., Lesce/Slowenien
- TOM TAILOR Retail Poland Sp. z o.o., Warschau/Polen
- TOM TAILOR Sourcing Ltd., Hongkong/China
- TOM TAILOR Asia Ltd., Hongkong/China

Mittelbare Beteiligungen:

- TT OFF SALE (NI) LTD., Belfast/Vereinigtes Königreich von Großbritannien und Nordirland
- TT OFF SALE (Ireland) LTD., Dublin/Irland

Die Muttergesellschaft hält mit Ausnahme der TOM TAILOR South Eastern Europe Holding GmbH und deren Tochtergesellschaften, der TOM TAILOR Sourcing Ltd. sowie der TOM TAILOR Retail Joint Venture GmbH, an allen Tochterunternehmen jeweils sämtliche Geschäftsanteile.

Im Geschäftsjahr 2008 wurde die TT OFF SALE (NI) LTD., Belfast/Vereinigtes Königreich von Großbritannien und Nordirland, gegründet. Die Tom Tailor GmbH ist als Gründungsgesellschafterin mit 49,0 % an der TT OFF SALE (NI) LTD. sowie deren 100%iger Tochtergesellschaft TT OFF SALE (Ireland) LTD., Dublin/Irland, beteiligt.

Die Beteiligung an der TT OFF SALE (NI) LTD. und deren Tochtergesellschaft TT OFF SALE (Ireland) LTD. wird mittels der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. Der Abschlussstichtag dieser Gesellschaften entspricht dem des Konzernabschlusses. Bezüglich weiterer Einzelheiten verweisen wir auf Kapitel D „Finanzanlagen“.

ÄNDERUNGEN DES KONSOLIDIERUNGSKREISES

Die TOM TAILOR Retail Poland Sp. z o.o., Warschau/Polen, wurde mit Datum vom 8. Februar 2011 gegründet und bildet die Retail-Expansion in Polen ab. Der 100%-Anteil am Stammkapital in Höhe von 12 TEUR wird von der Tom Tailor GmbH, Hamburg, gehalten.

Mit Wirkung zum 1. April 2011 hat die TOM TAILOR-Unternehmensgruppe von ihrem langjährigen österreichischen Vertriebspartner Sagmeister 51 % an der TOM TAILOR Retail Joint Venture GmbH mit Sitz in Bregenz/Österreich und deren Tochtergesellschaften, der TT RETAIL GmbH, Lindau, sowie der TT Franchise AG, Buchs/Schweiz, übernommen. Dadurch sollen die strategische Ausweitung der eigen kontrollierten Flächen und die Marke TOM TAILOR in Österreich forciert werden. Mit Vertragsabschluss werden die acht bestehenden TOM TAILOR Franchise-Stores (davon sechs in Österreich, je einer in Deutschland und in der Schweiz) als eigene Retail-Stores geführt. Der zahlungswirksame Kaufpreis für die bereits erworbenen 51 % der Anteile beläuft sich zunächst auf 18 TEUR des gesamten Stammkapitals von 36 TEUR. Aufgrund des beherrschenden Einflusses sowie des sicheren Erwerbs der verbleibenden 49 % der Anteile bis 2016 aufgrund der bestehenden Put/Call-

Optionen und der übrigen vertraglichen Vereinbarungen wird bereits mit Wirkung zum 1. April 2011 eine Vollkonsolidierung der erworbenen Unternehmensgruppe ohne Ausweis von Minderheiten im TOM TAILOR-Konzern vorgenommen. Der Kaufpreis für den Erwerb der restlichen Anteile ist im Wesentlichen variabel in Abhängigkeit von der Ergebnisentwicklung der erworbenen Gesellschaften. Unter Berücksichtigung der geschlossenen Vereinbarungen und der Planungsannahmen bis 2016 wurden vorläufige Anschaffungskosten des Erwerbs in Höhe von rund 2,2 Mio. EUR ermittelt. Die vorläufig ermittelte Kaufpreisverbindlichkeit wird als langfristige Finanzverbindlichkeit zum beizulegenden Zeitwert ausgewiesen.

Die beizulegenden Zeitwerte der identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden der TOM TAILOR Retail Joint Venture GmbH stellen sich zum Erwerbszeitpunkt auf vorläufiger Basis wie folgt dar:

Beizulegender Zeitwert

in TEUR	Beizulegender Zeitwert zum Erwerbs- zeitpunkt
Immaterielle Vermögenswerte	1.177
Sachanlagen	279
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	348
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	117
Flüssige Mittel	377
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-53
Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	-623
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	-450
Passive latente Steuern	-353
Nettovermögen	820
Kaufpreis	2.196
Goodwill	1.376

Im Rahmen der Erstkonsolidierung auf den 1. April 2011 wurden die Neubewertungsmethode angewandt und die gesamten vorhandenen stillen Reserven aufgedeckt. Stille Reserven wurden in Form von branchenüblichen „Keymoney“-Beträgen den acht übernommenen Standorten im Rahmen der Kaufpreisallokation zugeordnet. Insgesamt wurde zum Erstkonsolidierungszeitpunkt ein „Keymoney“ von rund 1,2 Mio. EUR in den immateriellen Vermögenswerten ausgewiesen. Das „Keymoney“ wird über die durchschnittliche Laufzeit der Standortmietverträge von acht

Jahren abgeschrieben. Für die im Rahmen der Kaufpreisallokation angesetzten immateriellen Vermögenswerte wurden passive latente Steuern in Höhe von rund 0,4 Mio. EUR gebildet, sodass sich insgesamt ein Neubewertetes Eigenkapital von rund 0,8 Mio. EUR ergibt. Aus der Verrechnung der Anschaffungskosten (2,2 Mio. EUR) mit dem anteiligen Neubewerteten Eigenkapital von 0,8 Mio. EUR ergibt sich ein Goodwill von rund 1,4 Mio. EUR. Von dem Kaufpreis wurden bisher nur 18 TEUR zahlungswirksam.

Die erworbenen Stores der TOM TAILOR Retail Joint Venture GmbH haben seit dem Erwerbszeitpunkt mit Umsatzerlösen von 3,4 Mio. EUR und einem Periodenergebnis von 0,5 Mio. EUR zu den Konzernwerten beigetragen. Die Auswirkungen des Unternehmenszusammenschlusses bereits zu Beginn des Geschäftsjahres 2011 können aufgrund der zuvor schon im Segment Wholesale bestehenden Kundenbeziehungen und einer fehlenden Vergleichbarkeit der Lieferungs- und Leistungsbedingungen nicht angegeben werden.

Die 100%ige Tochtergesellschaft BRS Purchase Consultants GmbH, Hamburg, wurde mit Wirkung zum 1. Januar 2011 auf die 100%ige Tochtergesellschaft Tom Tailor GmbH, Hamburg, unter Fortführung der Buchwerte verschmolzen.

Die TOM TAILOR Asia Ltd., Hongkong/China, die Vertriebszwecke in China abbilden soll, wurde mit Datum vom 5. Dezember 2011 gegründet. Der 100%-Anteil am Stammkapital wird von der Tom Tailor GmbH, Hamburg, gehalten. Die Gesellschaft hat bis zum Bilanzstichtag keine operative Tätigkeit ausgeübt.

Mit Vertrag vom 1. November 2011 hat TOM TAILOR eine Kooperation mit dem langjährigen Partner Asmara International Ltd. mit Sitz in Hongkong, gegründet. Ziel dieses strategischen Zusammenschlusses ist es, den Einkauf in Asien künftig zu bündeln. Asmara International verfügt über ein etabliertes, leistungsfähiges Netz von Lieferanten in den wichtigsten asiatischen Beschaffungsmärkten und ist bereits heute der größte Partner von TOM TAILOR in der Region. TOM TAILOR hält mit 51 Prozent die Mehrheit an der am 21. Dezember 2011 gegründeten TOM TAILOR Sourcing Ltd., Hongkong. 49 Prozent der Anteile werden vom Partner Asmara International Ltd. gehalten. Aufgrund des beherrschenden Einflusses wird die

Gesellschaft unter Ausweis von Minderheiten im Rahmen der Vollkonsolidierung in den TOM TAILOR-Konzern einbezogen.

Über den Erwerb des Minderheitenanteils von 49 % besteht eine Kaufoption zugunsten der Tom Tailor GmbH. Die Option kann erstmalig zum 1. Januar 2016 ausgeübt werden und hat eine unbestimmte Laufzeit. Der für die restlichen Anteile zu zahlende Kaufpreis wird sich an dem jeweils aktuellen Marktwert der Anteile orientieren. Da eine verlässliche Bewertung der Kaufoption zum Erstkonsolidierungszeitpunkt nicht möglich war, wurde hierfür kein Wert angegeben.

Mit Kauf- und Abtretungsvertrag vom 26. Oktober 2011 hat die Tom Tailor Retail GmbH sämtliche Kommanditanteile an der TOM TAILOR E-Commerce GmbH & Co. KG, München, zu einem Kaufpreis in Höhe von 2 TEUR erworben. Ebenfalls mit Kauf- und Abtretungsvertrag vom 26. Oktober 2011 hat die Tom Tailor Retail GmbH sämtliche Geschäftsanteile an der Komplementärin, TOM TAILOR Verwaltungs-GmbH, München, zu einem Kaufpreis von 27 TEUR erworben. Die Gesellschaften waren mit Ausnahme der Übernahme der Komplementärstellung durch die TOM TAILOR Verwaltungs-GmbH nicht operativ tätig. Sowohl der 100%-Anteil am Kommanditkapital der TOM TAILOR E-Commerce GmbH & Co. KG von 0,5 TEUR als auch der 100%-Anteil am Stammkapital der TOM TAILOR Verwaltungs-GmbH von 25 TEUR werden von der Tom Tailor Retail GmbH gehalten.

KONZERNABSCHLUSSSTICHTAG UND KONZERNGESCHÄFTSJAHR

Der Konzernabschluss wurde auf den Konzernabschlussstichtag 31. Dezember 2011 (2010: 31. Dezember 2010) aufgestellt. Das Konzerngeschäftsjahr umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2011 bis zum 31. Dezember 2011 (2010: 1. Januar 2010 bis zum 31. Dezember 2010).

Konzernabschlussstichtag und Konzerngeschäftsjahr entsprechen dem Stichtag des Mutterunternehmens und dem Geschäftsjahr sämtlicher einbezogener Tochtergesellschaften.

B. BILANZIERUNGS-, KONSOLIDIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

ALLGEMEINE GRUNDSÄTZE

Die Abschlüsse der in den Konsolidierungskreis einbezogenen Unternehmen werden entsprechend IAS 27 nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen aufgestellt.

KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt gemäß IFRS 3 unter Anwendung der Erwerbsmethode. Die erworbenen anteiligen Vermögenswerte und Schulden der Tochterunternehmen werden mit dem beizulegenden Zeitwert (Fair Value) zum Erwerbszeitpunkt angesetzt. Etwaige Transaktionskosten werden erfolgswirksam berücksichtigt.

Ein verbleibender positiver Unterschiedsbetrag zwischen den Anschaffungskosten und dem Anteil am Nettozeitwert wird als Geschäfts- oder Firmenwert aktiviert und regelmäßig, mindestens einmal jährlich, einer Werthaltigkeitsprüfung unterzogen.

Die Ergebnisse von konzerninternen Geschäftsvorfällen werden eliminiert. Umsatzerlöse, Aufwendungen und Erträge sowie zwischen den Gesellschaften bestehende Forderungen und Verbindlichkeiten bzw. Rückstellungen werden gegeneinander aufgerechnet. Zwischenergebnisse im Anlage- und Vorratsvermögen aufgrund des konzerninternen Lieferungsverkehrs werden ebenfalls eliminiert.

Auf temporäre Unterschiede aus den Konsolidierungsvorgängen werden die erforderlichen Steuerabgrenzungen nach IAS 12 vorgenommen.

Im Berichtsjahr wurde der Konsolidierungskreis um die folgenden Gesellschaften und deren Tochtergesellschaften erweitert:

- TOM TAILOR E-Commerce GmbH & Co. KG, München
- TOM TAILOR Verwaltungs-GmbH, München
- TOM TAILOR Retail Joint Venture GmbH, Bregenz/Österreich
- TOM TAILOR Retail Poland Sp. z o.o., Warschau/Polen
- TOM TAILOR Sourcing Ltd., Hongkong/China
- TOM TAILOR Asia Ltd., Hongkong/China

Die Gesellschaften werden erstmalig im Rahmen der Vollkonsolidierung und, sofern vorhanden, unter Ausweis von Minderheitenanteilen in den Konzernabschluss einbezogen.

WÄHRUNGSUMRECHNUNG

Die TOM TAILOR-Konzernwährung ist der Euro (EUR).

Die Umrechnung der in fremder Währung aufgestellten Jahresabschlüsse der einbezogenen Konzernunternehmen erfolgt auf der Grundlage des Konzepts der funktionalen Währung (IAS 21) nach der modifizierten Stichtagskursmethode. Für die Tochterunternehmen richtet sich die funktionale Währung grundsätzlich nach deren primärem Wirtschaftsumfeld und entspricht damit der jeweiligen Landeswährung. Im Konzernabschluss werden die Aufwendungen und Erträge aus Abschlüssen von Tochterunternehmen, die in fremder Währung aufgestellt sind, zum Jahresdurchschnittskurs, Vermögenswerte und Schulden zum Mittelkurs am Bilanzstichtag umgerechnet. Der sich aus der Umrechnung des Eigenkapitals zu historischen Kursen ergebende Währungsunterschied wird erfolgsneutral im kumulierten übrigen Eigenkapital ausgewiesen, ebenso wie die sich aus der Gewinn- und Verlustrechnung ergebenden Umrechnungsdifferenzen.

In den Einzelabschlüssen der in den Konsolidierungskreis einbezogenen Unternehmen werden Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten bei Zugang zum Anschaffungskurs bewertet. Zum Bilanzstichtag eingetretene Kursgewinne und -verluste werden erfolgswirksam berücksichtigt.

Die der Währungsumrechnung zugrunde liegenden Wechselkurse mit wesentlichem Einfluss auf den Konzernabschluss haben sich folgendermaßen entwickelt:

Wesentliche Wechselkurse

zum EUR	Stichtagskurs		Durchschnittskurs	
	31.12.2011	31.12.2010	2011	2010
US-Dollar	1,29	1,34	1,39	1,33
Schweizer Franken	1,22	1,25	1,23	1,38

ERTRAGS- UND AUFWANDSREALISATION

Umsatzerlöse aus Verkäufen von Produkten werden mit dem Eigentums- bzw. Gefahrenübergang an den Kunden erfasst, sofern ein Preis vereinbart oder bestimmbar ist und von dessen Bezahlung ausgegangen werden kann. Die Umsatzerlöse sind abzüglich Skonti, Preisnachlässen, Kundenboni und Rabatten und nach Eliminierung konzerninterner Verkäufe ausgewiesen.

Im Rahmen seines Onlinegeschäfts verfügt der Konzern über ein Kundenbindungsprogramm, bei dem die Kunden mit jedem Kauf im Onlineshop in Abhängigkeit von der Höhe ihrer getätigten Umsätze Treuepunkte sammeln können. Wenn eine bestimmte Punktzahl erreicht ist, werden die Punkte gegen einen Gutschein eingetauscht. Der erhaltene Kaufpreis wird in die veräußerten Waren und die ausgegebenen Punkte aufgeteilt, wobei die Gegenleistung den Punkten entsprechend ihrem beizulegenden Zeitwert zugeordnet wird. Die Gegenleistung wird erst dann in den Umsatzerlösen erfasst, wenn der Gutschein durch den Kunden eingelöst wird und das Unternehmen seine Leistungsverpflichtung erfüllt hat.

Lizenerträge und sonstige Erträge werden periodengerecht entsprechend den zugrunde liegenden Vertragsbestimmungen erfasst.

Betriebliche Aufwendungen werden mit Inanspruchnahme der Leistung bzw. zum Zeitpunkt ihrer wirtschaftlichen Verursachung ergebniswirksam.

Zinsen werden zeitproportional unter Berücksichtigung der Effektivverzinsung der Vermögenswerte und Schulden erfasst.

UNTERNEHMENSERWERBE

Die Bilanzierung von Unternehmenszusammenschlüssen erfolgt nach der Erwerbsmethode, bei der der Kaufpreis dem neu bewerteten, anteiligen Netto-Reinvermögen des erworbenen Unternehmens gegenübergestellt wird (Kapitalkonsolidierung). Dabei sind die Wertverhältnisse zum Erwerbszeitpunkt zugrunde zu legen, der dem Zeitpunkt entspricht, zu dem die Beherrschung über das erworbene Unternehmen erlangt wurde. Wertdifferenzen werden in

voller Höhe aufgedeckt, das heißt, ansatzfähige Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden des Tochterunternehmens werden unabhängig von vorliegenden Minderheitsanteilen grundsätzlich mit ihren Fair Values in der Konzernbilanz ausgewiesen. Die Fair-Value-Bestimmung für einzelne Vermögenswerte erfolgt zum Beispiel durch Heranziehung veröffentlichter Börsen- oder Marktpreise zum Erwerbszeitpunkt oder anhand unternehmensextern vorgenommener Bewertungsgutachten. Kann auf Börsen- oder Marktpreise nicht zurückgegriffen werden, werden die Fair Values auf Basis der verlässlichsten verfügbaren Informationen ermittelt, die auf Marktpreisen für vergleichbare Vermögenswerte bzw. Transaktionen oder auf geeigneten Bewertungsverfahren beruhen. Immaterielle Vermögenswerte sind separat anzusetzen, wenn sie eindeutig abgrenzbar bzw. separierbar sind oder ihr Ansatz auf einem vertraglichen oder anderen Recht basiert. Sie sind insoweit nicht im Goodwill enthalten. Rückstellungen für Restrukturierungsmaßnahmen dürfen im Rahmen der Kaufpreisverteilung nicht neu gebildet werden. Ist der gezahlte Kaufpreis höher als das neu bewertete anteilige Netto-Reinvermögen zum Erwerbszeitpunkt, wird der positive Differenzbetrag als Goodwill aktiviert. Ein negativer Differenzbetrag wird sofort ergebniswirksam aufgelöst.

GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERTE

Aus der Kapitalkonsolidierung entstandene Geschäfts- oder Firmenwerte werden aktiviert und gemäß IAS 36 in regelmäßigen Abständen, mindestens einmal jährlich, auf ihre Werthaltigkeit im Rahmen eines „Impairment Test“ überprüft. Eine Überprüfung findet auch dann statt, wenn Ereignisse oder Umstände (Triggering Events) eintreten, die auf eine mögliche Wertminderung hindeuten.

SONSTIGE IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE DES ANLAGEVERMÖGENS

Erworbene und selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens werden gemäß IAS 38 aktiviert, wenn es wahrscheinlich ist, dass mit der Nutzung des Vermögenswerts ein zukünftiger wirtschaftlicher Vorteil verbunden ist und die Kosten des Vermögenswertes zuverlässig bestimmt werden können. Sie werden zu Anschaffungskosten bzw. Herstellungskosten angesetzt und bei

begrenzter Nutzungsdauer entsprechend der Dauer ihrer Nutzung, die zwischen drei und siebzehn Jahren liegt, planmäßig linear abgeschrieben.

Immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer werden regelmäßig, mindestens einmal im Jahr, auf ihre Werthaltigkeit überprüft und bei ggf. eingetretener Wertminderung auf ihren erzielbaren Betrag angepasst. Wenn der Grund für eine früher vorgenommene außerplanmäßige Abschreibung entfallen ist, erfolgt eine Zuschreibung auf die fortgeführten Anschaffungs- und Herstellungskosten.

Die Abschreibungen und Wertminderungen werden innerhalb der Gewinn- und Verlustrechnung unter dem Posten „Abschreibungen“ ausgewiesen.

Entwicklungskosten werden als laufender Aufwand erfasst, da die Aktivierungsvoraussetzungen des IAS 38 nicht erfüllt sind. Es handelt sich im Wesentlichen um die Kosten der Entwicklung von Kollektionen sowie für den Aufbau neuer Produktlinien.

SACHANLAGEN

Das gesamte Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten gem. IAS 16 abzüglich planmäßiger und ggf. außerplanmäßiger Abschreibungen bewertet. Die Abschreibungen auf das Sachanlagevermögen werden entsprechend dem Nutzungsverlauf nach der linearen Methode vorgenommen. Sofern abnutzbare Vermögenswerte des Sachanlagevermögens unterschiedliche Nutzungsdauern aufweisen, werden sie gesondert planmäßig abgeschrieben.

Geringwertige Anlagegüter mit Anschaffungskosten bis 150,00 EUR werden unter Wesentlichkeitsgesichtspunkten im Zugangsjahr in voller Höhe im Aufwand erfasst.

Den planmäßigen Abschreibungen liegen konzerneinheitlich folgende Nutzungsdauern zugrunde:

Nutzungsdauern Sachanlagevermögen

	Nutzungs- dauer Jahre
Ladeneinrichtung und Mietereinbauten	5 – 10
IT-Equipment und technische Anlagen	3 – 10
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	1 – 5

Sowohl die Nutzungsdauern als auch die Anschaffungskosten werden periodisch auf ihre Übereinstimmung mit dem wirtschaftlichen Nutzenverlauf überprüft. Bei Hinweisen darauf, dass der erzielbare Betrag eines Vermögensgegenstands seinen Buchwert unterschreiten könnte, werden Wertminderungstests vorgenommen.

WERTMINDERUNG VON VERMÖGENSWERTEN

Der TOM TAILOR-Konzern überprüft die Werthaltigkeit immaterieller Vermögenswerte und Sachanlagen, sobald Hinweise auf eine mögliche Wertminderung bekannt werden. Die Werthaltigkeit wird durch den Vergleich des Buchwerts mit dem erzielbaren Betrag beurteilt. Der erzielbare Betrag entspricht dem höheren der beiden Werte aus dem Zeitwert abzüglich der Verkaufskosten und dem Barwert des zurechenbaren künftigen Cashflows durch die fortgeführte Nutzung des Vermögenswerts. Liegt der Buchwert über dem erzielbaren Betrag, wird der Vermögenswert um die sich ergebende Differenz außerplanmäßig abgeschrieben. Sofern die Gründe für eine in Vorjahren vorgenommene außerplanmäßige Abschreibung entfallen, werden entsprechende Zuschreibungen vorgenommen.

Der jährliche Werthaltigkeitstest für den Geschäfts- oder Firmenwert aus der Erstkonsolidierung sowie sonstiger immaterieller Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer erfolgt auf Ebene der für den Test relevanten Zahlungsmittel generierenden Einheit. Die Werthaltigkeit wird durch Gegenüberstellung des Buchwerts der Zahlungsmittel generierenden Einheit einschließlich des zuzurechnenden Geschäfts- oder Firmenwerts bzw. des Buchwerts der sonstigen immateriellen Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer und des erzielbaren Betrags bestimmt. Übersteigt der Buchwert den erzielbaren Betrag des Geschäftsbereichs, liegt in Höhe der Differenz eine erfolgswirksam zu erfassende Wertminderung vor. Ein außerplanmäßig abgeschriebener Geschäfts- oder Firmenwert wird in Folgejahren nicht wieder durch Zuschreibungen berichtigt.

FINANZIERUNGSLEASING

Bei Leasingverhältnissen wird das wirtschaftliche Eigentum an den Leasinggegenständen gem. IAS 17 dem Leasingnehmer zugerechnet, wenn die wesentlichen mit dem Eigentum verbundenen Chancen und Risiken aus dem Leasingverhältnis durch ihn getragen werden (Finanzierungsleasing). Die als Finanzierungsleasing qualifizierten Vermögenswerte werden mit ihrem Marktwert bzw. mit dem niedrigeren Barwert der Summe der Mindestleasingraten aktiviert.

Die Abschreibungen erfolgen planmäßig linear über die voraussichtliche Nutzungsdauer bzw. über die kürzere Vertragslaufzeit. Die aus den künftigen Leasingraten resultierenden Zahlungsverpflichtungen werden unter den Finanzverbindlichkeiten mit ihrem Barwert passiviert.

Der Zinsanteil der Leasingverbindlichkeiten wird über die Laufzeit der Leasingperiode aufwandswirksam erfasst.

FINANZANLAGEN

Die Anteile an nicht konsolidierten verbundenen Unternehmen werden zu Anschaffungskosten oder zum niedrigeren beizulegenden Zeitwert („Fair Value“) bewertet. Ihr Wert beträgt unter 1 TEUR.

Die Beteiligungen mit 49 % am Stammkapital der TT OFF SALE (NI) LTD. sowie der TT OFF SALE (Ireland) LTD. werden mittels der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen.

FINANZINSTRUMENTE

(a) Allgemein

Finanzinstrumente werden gem. IAS 39 bilanziert und – soweit für den TOM TAILOR-Konzern relevant – in die folgenden Kategorien unterteilt:

- ergebniswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Finanzinstrumente („at fair value through profit or loss“),
- bis zur Endfälligkeit zu haltende finanzielle Vermögenswerte („held to maturity“),

- zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte („available for sale“) und
- Kredite und Forderungen („loans and receivables“).

Die Klassifizierung hängt vom jeweiligen Zweck ab, für den die Finanzinstrumente erworben wurden.

Finanzinstrumente umfassen neben originären auch derivative Ansprüche oder Verpflichtungen. Derivative Finanzinstrumente werden zur Sicherung des Zeitwertes von Bilanzpositionen oder zukünftigen Zahlungsströmen eingesetzt.

Alle Käufe und Verkäufe von finanziellen Vermögenswerten werden zum Handelstag bilanziert. Die erstmalige Erfassung eines finanziellen Vermögenswerts erfolgt im Grundsatz, wenn der Konzern Vertragspartei geworden ist.

Finanzinstrumente werden zu fortgeführten Anschaffungskosten oder zum beizulegenden Zeitwert bilanziert. Bei Krediten und Forderungen erfolgt die Folgebewertung zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode. Finanzielle Vermögenswerte werden ausgebucht, wenn die Rechte auf Zahlungen aus dem Investment erloschen sind oder übertragen wurden und der Konzern im Wesentlichen alle Risiken und Chancen, die mit dem Eigentum verbunden sind, übertragen hat bzw. für Kredite und Forderungen bei Bezahlung.

Der beizulegende Zeitwert entspricht im Allgemeinen dem Markt- oder Börsenwert. Wenn kein aktiver Markt existiert, wird der beizulegende Zeitwert durch anerkannte finanzmathematische Methoden auf Basis der zum jeweiligen Stichtag geltenden Marktparameter sowie durch Bestätigungen von Banken ermittelt.

Zu jedem Bilanzstichtag wird überprüft, ob objektive Anhaltspunkte für eine Wertminderung eines finanziellen Vermögenswerts bzw. einer Gruppe finanzieller Vermögenswerte vorliegen.

Bei dem erstmaligen Ansatz von finanziellen Vermögenswerten werden diese zu ihrem beizulegenden Zeitwert bewertet, im Falle eines finanziellen Vermögenswerts, der nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet wird, unter Einschluss von Transaktionskosten.

Kredite und Forderungen, die nicht zu Handelszwecken gehalten werden, bis zur Endfälligkeit zu haltende Finanzinvestitionen sowie alle finanziellen Vermögenswerte, die über keinen notierten Marktpreis auf einem aktiven Markt verfügen und deren beizulegender Zeitwert nicht verlässlich bestimmt werden kann, werden, soweit sie über eine feste Laufzeit verfügen, mit ihren fortgeführten Anschaffungskosten unter Verwendung der Effektivzinsmethode bewertet. Verfügen diese finanziellen Vermögenswerte über keine feste Laufzeit, werden sie zu Anschaffungskosten bewertet.

Nach IAS 39 wird regelmäßig ermittelt, ob objektive substantielle Hinweise darauf schließen lassen, dass eine Wertminderung eines finanziellen Vermögenswerts oder eines Portfolios von Vermögenswerten stattgefunden hat. Nach Durchführung eines Wertminderungstests wird ein erforderlicher Wertminderungsaufwand („Impairment Loss“) im Ergebnis erfasst.

(b) Derivative Finanzinstrumente und Hedge Accounting

Derivative Finanzinstrumente werden nach IAS 39 im Rahmen der Zugangsbewertung zu ihrem beizulegenden Zeitwert am Tag des Vertragsabschlusses bewertet. Die Folgebewertung erfolgt ebenfalls zu dem am jeweiligen Bilanzstichtag geltenden Zeitwert. Soweit derivative Finanzinstrumente nicht Bestandteil einer Sicherungsbeziehung (Hedge Accounting) sind, werden sie gemäß IAS 39 zwingend als „fair value through profit or loss“ klassifiziert. Die Methode zur Erfassung von Gewinnen und Verlusten ist davon abhängig, ob das derivative Finanzinstrument als Sicherungsinstrument klassifiziert wurde, und von der Art des gesicherten Postens.

Derivative Finanzinstrumente wurden im Berichtsjahr im Konzern zur Sicherung von Zins- und Währungsrisiken aus dem operativen Geschäft insbesondere zur Absicherung von geplanten Wareneinkäufen in Fremdwährung eingesetzt.

Die TOM TAILOR Holding AG sichert Zahlungsströme basierend auf vorgegebenen Mindestabsicherungsquoten. Auf Gesellschaftsebene werden künftige Transaktionen, die mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit innerhalb eines Zwölf-Monatszeitraums eintreten, gegen Wechselkursänderungsrisiken abgesichert. Hierfür wird eine rollierende Budgetplanung verwendet. Diese Sicherungen werden im Geschäftsjahr 2011 als Cashflow Hedges gemäß IAS 39 bilanziert.

Im Rahmen des Cashflow Hedge Accounting eingesetzte derivative Finanzinstrumente werden zum beizulegenden Zeitwert bilanziert. Das Bewertungsergebnis wird in einen effektiven und einen ineffektiven Teil zerlegt. Der effektive Teil des Gewinns oder Verlusts aus den sichernden Instrumenten wird unter Berücksichtigung latenter Steuern erfolgsneutral in einer gesonderten Position im Eigenkapital ausgewiesen und in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert, sobald die gesicherten Zahlungsströme ebenfalls die Gewinn- und Verlustrechnung berühren oder wenn eine abgesicherte zukünftige Transaktion nicht eintritt. Ineffektive Teile der Sicherungsbeziehung werden sofort in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

LATENTE STEUERN

Aktive und passive latente Steuern werden entsprechend IAS 12 für sämtliche temporären Differenzen, mit Ausnahme latenter Steuern aus dem erstmaligen Ansatz eines Geschäfts- oder Firmenwerts oder dem erstmaligen Ansatz eines Vermögenswerts oder einer Schuld aus einem Geschäftsvorfall, der kein Unternehmenszusammenschluss ist und der zum Zeitpunkt des Geschäftsvorfalles weder das bilanzielle noch das zu versteuernde Ergebnis beeinflusst hat, zwischen den steuerlichen und den IFRS-bilanziellen Wertansätzen („bilanzorientierte Verbindlichkeitenmethode“) sowie auf bestimmte Konsolidierungsmaßnahmen gebildet.

Latente Steueransprüche und latente Steuerschulden werden saldiert, wenn der Konzern einen einklagbaren Rechtsanspruch zur Aufrechnung der tatsächlichen Steuererstattungsansprüche gegen tatsächliche Steuerschulden hat und diese sich auf Ertragsteuern des gleichen Steuersubjekts beziehen, die von der gleichen Steuerbehörde erhoben werden.

Die aktiven latenten Steuern umfassen auch Steuerminderungsansprüche, die aus der erwarteten Nutzung bestehender Verlustvorträge insbesondere aus vortragsfähigen Zinsverlusten aufgrund der bisher anzuwendenden Zins-schranke resultieren. Die latenten Steuern werden auf Basis der Steuersätze ermittelt, die nach der derzeitigen Rechtslage in den einzelnen Ländern zum Realisationszeitpunkt gelten bzw. erwartet werden.

Die latenten Steuern für inländische Unternehmen sind mit einem Gesamtsteuersatz von 30 % (2010: 30 %) ermittelt. Dabei werden neben der Körperschaftsteuer von 15 % (2010: 15 %) der Solidaritätszuschlag von 5,5 % (2010: 5,5 %) auf die Körperschaftsteuer und der durchschnittliche Gewerbesteuersatz in Höhe von 14 % (2010: 14 %) im Konzern berücksichtigt. Für ausländische Gesellschaften werden die jeweiligen nationalen Steuersätze zugrunde gelegt.

Latente Steuern werden als langfristig ausgewiesen und nicht abgezinst.

Veränderungen der latenten Steuern in der Bilanz führen grundsätzlich zu latentem Steueraufwand bzw. Steuerertrag. Soweit Sachverhalte, die eine Veränderung der latenten Steuern nach sich ziehen, direkt im Eigenkapital oder im sonstigen Ergebnis erfasst werden, wird auch die Veränderung der latenten Steuern direkt im Eigenkapital oder im sonstigen Ergebnis berücksichtigt.

FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSWERTE

Forderungen und sonstige Vermögenswerte werden zu Anschaffungskosten bilanziert. Allen erkennbaren Risiken wird durch angemessene Wertberichtigungen Rechnung getragen. Unverzinsliche oder niedrig verzinsliche Forderungen mit einer Laufzeit von über einem Jahr werden abgezinst, wobei TOM TAILOR die Effektivzinsmethode anwendet. Die Einbringlichkeit von Forderungen wird nach ihrer Ausfallwahrscheinlichkeit beurteilt. Überfällige Forderungen werden individuell einzelwertberichtigt.

VORRÄTE

Die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie die Waren werden grundsätzlich mit den durchschnittlichen Anschaffungskosten bewertet.

Soweit erforderlich, wurden Abschläge auf niedrigere realisierbare Verkaufspreise abzüglich gegebenenfalls noch anfallender Verkaufskosten vorgenommen.

Zur Berücksichtigung von Bestandsrisiken werden für bestimmte Lagerbestände individuelle Abwertungen auf der Grundlage von Gängigkeits- und Reichweitenanalysen vorgenommen.

LIQUIDE MITTEL

Die Bewertung der liquiden Mittel erfolgt zum Nominalwert.

KOSTEN DER EIGENKAPITALBESCHAFFUNG

Die direkt zuordenbaren Kosten, die im Zusammenhang mit dem Börsengang standen, wurden gemäß IAS 32 unter Abzug der damit verbundenen Ertragsteuervorteile erfolgsneutral mit der Kapitalrücklage verrechnet. Sofern es sich um zusätzliche Kosten handelte, die anderenfalls vermieden worden wären, erfolgte ein aufwandswirksamer Ausweis. Die Kosten, die nicht eindeutig dem Börsengang zugeordnet werden konnten, wurden anhand eines sinnvollen Schlüssels in Kosten, die direkt mit dem Eigenkapital zu verrechnen sind, und in Kosten, die als Aufwendungen der Berichtsperiode zu erfassen sind, aufgeteilt.

DIVIDENDENAUSSCHÜTTUNG

Die Ansprüche der Anteilseigner auf Dividendenausschüttungen werden in der Periode als Verbindlichkeit erfasst, in der die entsprechende Beschlussfassung erfolgt ist.

LEISTUNGEN AN ARBEITNEHMER

Pensionsverpflichtungen

Die Rückstellungen für Pensionen werden nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren gem. IAS 19 gebildet, welches unter vorsichtiger Einschätzung der relevanten Einflussgrößen angewendet wurde. Die Berechnung beruht auf versicherungsmathematischen Gutachten unter Berücksichtigung biometrischer Rechnungsgrundlagen. Der Anwartschaftsbarwert wird mit dem Rückdeckungskapital qualifizierender Versicherungspolice zum Zeitwert verrechnet („Plan Asset“).

Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden im jeweiligen Jahr vollständig ergebniswirksam erfasst. Die Aufwendungen aus der Aufzinsung von Pensionsverpflichtungen sowie die erwarteten Vermögenserträge aus den Rückdeckungsversicherungen werden im Finanzergebnis ausgewiesen. Alle übrigen Aufwendungen aus der Dotierung der Pensionsverpflichtungen werden dem Personalaufwand zugeordnet.

Andere langfristige Leistungen an Arbeitnehmer

Als andere langfristige Leistungen an Arbeitnehmer wurde den Führungskräften des Konzerns ein Programm zur langfristigen Erfolgsbeteiligung gewährt („Long Term Incentive Programm“), dessen Bewertung nach den Vorschriften des IAS 19 als leistungsorientierte Verpflichtung erfolgt. Der Barwert der leistungsorientierten Verpflichtung wird durch Abzinsung der erdienten Leistungen unter Anwendung des Verfahrens laufender Einmalprämien (Projected Unit Credit Methode) ermittelt. Die aus dem Programm resultierende Zahlungsverpflichtung wird in dem Maße erfasst, wie die Programmteilnehmer ihre Arbeitsleistungen im Austausch für die von TOM TAILOR erwartungsgemäß in späteren Berichtsperioden zu leistenden Zahlungen erbringen. Die Aufwendungen werden mit Ausnahme der Zinsaufwendungen, die dem Finanzergebnis zugeordnet werden, im Personalaufwand erfasst.

ANTEILSBASIERTE VERGÜTUNG

Die Berechnung der Verpflichtungen aus Aktienoptionsprogrammen („Matching Stock Programm“ oder kurz „MSP“) für den Vorstand erfolgt gemäß IFRS 2 anhand finanzmathematischer Methoden auf der Grundlage von Optionspreismodellen (Monte-Carlo-Simulation). Aktienbasierte Vergütungsansprüche mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente (equity-settled) werden im Zeitpunkt der Gewährung mit dem beizulegenden Zeitwert der Eigenkapitalinstrumente bewertet. Weitere Informationen über die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts der anteilsbasierten Vergütungen mit einem Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente sind unter „H. Sonstige Angaben und Erläuterungen“ dargestellt.

Der beizulegende Zeitwert der Eigenkapitalinstrumente wird zeiträtig über den Erdienungszeitraum als Personalaufwand mit korrespondierender Erhöhung des Eigenkapitals erfasst und beruht auf unterschiedlichen Bewer-

tungsparametern. Zu jedem Abschlussstichtag überprüft der Konzern seine Schätzungen bzgl. der Anzahl der Eigenkapitalinstrumente sowie Parameter. Abweichungen von der erstmaligen Erfassung der Optionen werden angepasst und in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Eine dementsprechende Anpassung wird anschließend im Eigenkapital vorgenommen.

SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Sonstige Rückstellungen werden gebildet, wenn eine gegenwärtige rechtliche oder faktische Verpflichtung gegenüber Dritten besteht, die künftig wahrscheinlich zu einem Vermögensabfluss führt und bei der sich der Rückstellungsbetrag zuverlässig schätzen lässt. Die Bewertung erfolgt zu Vollkosten. Langfristige Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden mit ihrem auf den Bilanzstichtag abgezinsten Erfüllungsbetrag angesetzt.

Soweit die Möglichkeit eines Mittelabflusses nicht überwiegend wahrscheinlich, jedoch auch nicht sehr unwahrscheinlich ist, erfolgt eine Beschreibung dieser Eventualschulden im Konzernanhang.

FINANZIELLE UND ÜBRIGE VERBINDLICHKEITEN

Die finanziellen Verbindlichkeiten werden bei der erstmaligen Erfassung mit den Anschaffungskosten angesetzt, die dem beizulegenden Zeitwert der erhaltenen Gegenleistung entsprechen. Hierbei werden auch die Transaktionskosten berücksichtigt. In der Folge werden die Verbindlichkeiten, mit Ausnahme der derivativen Finanzinstrumente, unter Anwendung der Effektivzinsmethode mit den fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Die übrigen Verbindlichkeiten werden mit ihrem Rückzahlungsbetrag angesetzt.

WESENTLICHE ERMESSENSENTSCHEIDUNGEN, ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Die Aufstellung des Konzernabschlusses erfordert, dass Annahmen und Ermessensentscheidungen getroffen und Schätzungen verwendet werden, die sich auf die Höhe und den Ausweis der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden, der Erträge und Aufwendungen sowie der Eventualverbind-

lichkeiten auswirken. Insbesondere werden Annahmen und Schätzungen bei der Ermittlung der stillen Reserven im Rahmen der Zuordnung des Unterschiedsbetrags bei der Kapitalkonsolidierung, beim Werthaltigkeitstest für immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen, bei der konzern-einheitlichen Festlegung von Nutzungsdauern, der Einschätzung der Einbringlichkeit von Forderungen, der Bilanzierung und Bewertung von Rückstellungen sowie der Realisierbarkeit zukünftiger Steuerentlastungen verwendet. Insbesondere bei der Bilanzierung von Unternehmenszusammenschlüssen werden die erworbenen Vermögenswerte und Schulden mit ihrem beizulegenden Zeitwert angesetzt. Hierfür werden häufig DCF-basierte Verfahren verwendet, deren Ergebnisse von den angenommenen künftigen Cashflows und anderen Annahmen abhängen. Obwohl diese Schätzungen auf Grundlage der gegenwärtigen Erkenntnisse des Managements erfolgen, kann es bei den tatsächlichen Ergebnissen zu Abweichungen von diesen Schätzungen kommen. Änderungen durch eine nachträglich bessere Erkenntnis innerhalb eines Zeitraums von zwölf Monaten nach dem Erstkonsolidierungszeitpunkt werden durch eine Anpassung des Geschäfts- oder Firmenwerts berücksichtigt. Darüber hinausgehende Änderungen werden zum Zeitpunkt einer besseren Erkenntnis erfolgswirksam erfasst.

FREMDKAPITALKOSTEN

Fremdkapitalkosten, die direkt dem Erwerb, dem Bau oder der Herstellung eines Vermögenswerts zugeordnet werden können, für den ein beträchtlicher Zeitraum erforderlich ist, um ihn in seinen beabsichtigten gebrauchsfähigen Zustand zu versetzen, werden als Teil der Anschaffungs- oder Herstellungskosten des entsprechenden Vermögenswerts aktiviert. Alle sonstigen Fremdkapitalkosten werden in der Periode als Aufwand erfasst, in der sie angefallen sind.

EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die zusätzliche Informationen zur Lage des Konzerns am Bilanzstichtag liefern (werterhellend), werden bilanziell berücksichtigt.

Soweit sie wesentlich sind, werden nicht zu berücksichtigende Ereignisse nach dem Bilanzstichtag (wertbegründend) im Anhang angegeben.

C. ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

1. UMSATZERLÖSE

Die Umsatzerlöse umfassen die an Kunden berechneten Entgelte für Lieferungen und Leistungen, vermindert um Erlösschmälerungen.

Die Aufteilung der Umsatzerlöse nach Geschäftsbereichen sowie nach Regionen ergibt sich aus der Segmentberichterstattung.

2. SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

Sonstige betriebliche Erträge

in TEUR	2011	2010
Lizenerträge	3.108	2.521
Provisionen/Boni Ladenbau	2.894	3.510
Weiterberechnete Frachten und sonstige Kosten	1.680	1.834
Erträge aus der Weiterberechnung von Marketingaufwendungen	1.579	1.614
Kursgewinne	644	2.124
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	211	50
Versicherungserstattungen	130	204
Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen	–	3
Übrige betriebliche Erträge	2.917	3.024
	13.163	14.884

Die gestiegenen Lizenerträge sind einerseits auf neue Lizenzprodukte zurückzuführen und andererseits korrespondieren diese Erträge mit der Umsatzentwicklung und der steigenden Markenbekanntheit von TOM TAILOR.

Der deutliche Rückgang der Kursgewinne ist sowohl auf die USD-Kursentwicklung als auch auf die erfolgsneutrale Berücksichtigung der Marktbewertung der abgeschlossenen Währungssicherungsgeschäfte zurückzuführen.

3. MATERIALAUFWAND

Der Materialaufwand umfasst im Wesentlichen Aufwendungen für bezogene Waren.

4. PERSONALAUFWAND

Der Personalaufwand setzt sich wie folgt zusammen:

Personalaufwand

in TEUR	2011	2010
Löhne und Gehälter	52.139	42.468
Sondervergütungen Börsengang/ Freistellung Vorstand	–	2.964
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	8.946	7.301
	61.085	52.733

In der Position Löhne und Gehälter sind Aufwendungen in Höhe von 164 TEUR (2010: 331 TEUR) für das aktienbasierte Vergütungssystem MSP sowie in Höhe von 692 TEUR (2010: 753 TEUR) für das an Führungskräfte gewährte LTI-Programm enthalten.

Die Personalaufwendungen korrespondieren mit der gestiegenen Anzahl an Mitarbeitern. Die Erhöhung der Mitarbeiterzahl im Vergleich zum Vorjahresstichtag ist im Wesentlichen auf die Expansion im Retail-Segment zurückzuführen.

Die durchschnittliche Zahl der beschäftigten Mitarbeiter beträgt (ohne Vorstand und Aushilfen):

Anzahl Mitarbeiter

	2011	2010
Gewerbliche Arbeitnehmer	14	15
Angestellte	1.401	975
	1.415	990

Im Lohn- und Gehaltsaufwand sind Abfindungen in Höhe von 459 TEUR (2010: 295 TEUR) enthalten. Die Personalaufwendungen erfassen neben Zuführungen zu den leistungsorientierten Versorgungsplänen in Höhe von 16 TEUR (2010: 93 TEUR) auch beitragsorientierte Verpflichtungen in Form von Beitragszahlungen des Arbeitgebers zur gesetzlichen Rentenversicherung in Höhe von 2,9 Mio. EUR (2010: 2,5 Mio. EUR).

5. ABSCHREIBUNGEN

Die Zusammensetzung der Abschreibungen ist aus den Erläuterungen zu den immateriellen Vermögenswerten (D.10) und den Sachanlagen (D.11) ersichtlich.

Die Zunahme der Abschreibungen resultiert insbesondere aus in vorangegangenen Geschäftsjahren und im Berichtsjahr getätigten Investitionen im Rahmen der Expansionstätigkeit von TOM TAILOR.

6. SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

Sonstiger betrieblicher Aufwand

in TEUR	2011	2010
Vertriebsaufwand	25.789	21.017
Verwaltungsaufwand	16.107	18.305
Betriebs- und sonstiger Aufwand	65.389	52.583
	107.285	91.905

Unter den Vertriebsaufwendungen werden im Wesentlichen die entstandenen Marketingaufwendungen ausgewiesen, die aufgrund eines höheren Budgets in 2011 angestiegen sind.

Im Bereich des Betriebs- und sonstigen Aufwands sind insbesondere die Raummieten durch die weitere Expansion in 2011 angestiegen.

7. FINANZERGEBNIS

Finanzergebnis

in TEUR	2011	2010
Zinserträge	613	50
Zinsaufwendungen	- 7.793	- 11.413
	- 7.180	- 11.363

Die Zinsaufwendungen resultieren im Wesentlichen aus aufgenommenen Bankdarlehen.

Der Rückgang der Zinsaufwendungen ist vor allem auf die Rückführung der Finanzschulden im Anschluss an den erfolgreichen Börsengang in 2010 zurückzuführen.

Durch die Ablösung der bisherigen Finanzierungsstruktur sind 2010 die auf die Laufzeit der abgelösten Darlehen verteilten und in den Vorjahren gezahlten Strukturierungskosten von rund 3.379 TEUR letztmalig im Vorjahr aufwandswirksam geworden.

Im Vorjahr waren darüber hinaus in den Zinsaufwendungen Zinsen an Mezzanine-Kapitalgeber in Höhe von 912 TEUR sowie an Gesellschafter in Höhe von 801 TEUR aus der Zeit vor dem Börsengang enthalten, die im aktuellen Berichtsjahr nicht mehr angefallen sind.

Neben den aufgeführten Effekten enthalten die Zinsaufwendungen Aufwendungen aus der Aufzinsung der Pensionsrückstellungen in Höhe von 84 TEUR (2010: 81 TEUR). Ferner sind Zinsaufwendungen durch die Aufzinsung von Finanzverbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem Erwerb von Anteilen in Höhe von 167 TEUR (2010: 141 TEUR) angefallen.

8. STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

Die wesentlichen Bestandteile der Ertragsteuern setzen sich wie folgt zusammen:

Steueraufwendungen

in TEUR	2011	2010
Laufende Steuern		
Laufende Ertragsteuern für das Geschäftsjahr	- 5.326	- 535
Vorjahresanpassungen	272	237
	- 5.054	- 298
Latente Steuern		
Nutzung von Verlust-/Zinsvorträgen	- 1.393	-
Verlust-/Zinsvorträge	-	7.080
Entstehung und Umkehrung temporärer Differenzen	2.863	1.510
Steuereffekt auf erfolgsneutral behandelte Kosten der Eigenkapitalbeschaffung	-	- 1.607
	1.470	6.983
	- 3.584	6.685

Im Geschäftsjahr 2010 wurden aufgrund der Verrechnungsmöglichkeit mit zukünftigen steuerlichen Ergebnissen aktive latente Steuern von insgesamt 6.660 TEUR auf kumulierte Zinsvorträge in Höhe von 24.189 TEUR berücksichtigt. Die Zinsvorträge resultieren aus der sog. „Zinsschranke“, die die Abzugsfähigkeit von Zinsaufwendungen auf höchstens 30 % des steuerlichen Ergebnisses vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen begrenzt.

Im Berichtsjahr konnte ein Teil der Zinsvorträge steuerlich genutzt werden, sodass sich die kumulierten Zinsverlustvorträge gegen Ende 2011 auf 19.710 TEUR belaufen. Die hierauf gebildeten aktiven latenten Steuern betragen nunmehr 5.601 TEUR.

Die latenten Ertragsteuern aus der Entstehung und Umkehrung temporärer Differenzen resultieren aus unterschiedlichen Wertansätzen für Vermögenswerte und Schulden in der Konzernbilanz und den Steuerbilanzen sowie aus Konsolidierungsmaßnahmen.

Auf die in der TOM TAILOR FRANCE SARL bestehenden unverfallbaren steuerlichen Verlustvorträge in Höhe von 5,7 Mio. EUR (2010: 4,5 Mio. EUR) wurden keine aktiven latenten Steuern gebildet. Die Gesellschaft geht aufgrund der Anlaufphase derzeit nicht davon aus, dass die Verlustvorträge mittelfristig genutzt werden können.

Im Konzern bestanden zum Bilanzstichtag insgesamt steuerliche Verlustvorträge und Zinsvorträge von 25,7 Mio. EUR (2010: 33,1 Mio. EUR). Aufgrund fehlender Verrechnungsmöglichkeiten wurden auf Verlustvorträge in Höhe von 6,0 Mio. EUR (2010: 7,3 Mio. EUR) keine aktiven latenten Steuern gebildet.

Die Überleitung vom erwarteten zum ausgewiesenen Steueraufwand stellt sich wie folgt dar:

Überleitungsrechnung Steuern

in TEUR	2011	2010
Ergebnis vor Steuern	13.656	-4.279
Durchschnittlicher Gesamtsteuersatz	30 %	30 %
Erwartete Ertragsteuer	-4.097	1.284
Überleitung:		
Effekte aus Zinsverlustvortrag	322	6.660
Zinsverlust 2010 (in erwarteter Ertragsteuer enthalten)	-	-1.523
Nutzbarkeit von übrigen Verlustvorträgen	-115	138
Effekte aus Steuersatzabweichungen	1.017	137
Übrige Steuereffekte aus Abweichungen in der steuerlichen Bemessungsgrundlage	-1.416	-582
Aperiodische Effekte	528	237
Sonstige Effekte	176	334
Ausgewiesener Ertragsteuerertrag/ -aufwand	-3.584	6.685
Ertragsteuerbelastung	26 %	156 %

Bei der Berechnung der latenten Steuern wurde vereinfachend ein einheitlicher Steuersatz von 30,0 % (2010: 30,0 %) zugrunde gelegt. Hinsichtlich der Herleitung des Steuersatzes verweisen wir auf unsere Ausführungen unter Abschnitt „B. Bilanzierungs-, Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze“.

Effekte aus Steuersatzabweichungen resultieren aus Abweichungen zwischen dem für die Berechnung der latenten Steuern verwendeten Gewerbesteuerhebesatz und dem tatsächlichen gemischten Gewerbesteuerhebesatz.

Steuereffekte aus Abweichungen in der steuerlichen Bemessungsgrundlage ergeben sich im Wesentlichen aus steuerlich nicht abzugsfähigen Aufwendungen und gewerbesteuerlichen Hinzurechnungen.

Die aperiodischen Effekte resultieren aus Steuernachzahlungen bzw. -erstattungen für Vorjahre.

9. ERGEBNIS JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie wird gemäß IAS 33 als Quotient aus dem auf die Aktionäre der TOM TAILOR Holding AG entfallenden Konzernergebnis und der gewichteten durchschnittlichen Anzahl der sich im Berichtsjahr im Umlauf befindlichen Aktien ermittelt.

Weder zum 31. Dezember 2011 noch zum 31. Dezember 2010 standen Aktien aus, die das Ergebnis verwässern konnten. Somit ist das verwässerte Ergebnis je Aktie mit dem unverwässerten Ergebnis je Aktie identisch.

Die Ergebnisse und die durchschnittlich gewichtete Anzahl der Stammaktien, die in die Berechnung des Ergebnisses je Aktie eingehen, sind in der nachfolgenden Tabelle wiedergegeben.

Ergebnis je Aktie

	31.12.2011	31.12.2010
Aktienbestand per Stichtag	16.528.169	16.528.169
	2011	2010
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zurechenbarer Anteil am Konzernergebnis (in TEUR)	9.820	2.153
Gewichtete durchschnittliche Anzahl an Stammaktien (in tausend Stück)	16.528	13.905
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,59	0,15
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,59	0,15

D. ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

10. IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Die immateriellen Vermögenswerte setzen sich wie folgt zusammen:

Immaterielle Vermögensgegenstände

in TEUR	31.12.2011	31.12.2010
Im Rahmen von Erstkonsolidierungen aufgedeckte stille Reserven		
Marke	62.221	62.221
Kundenstämme	28.031	31.350
Lizenzverträge und ähnliche Rechte	18.474	19.959
	108.726	113.530
Übrige		
Keymoney/Shopzuschüsse	14.794	18.480
sonstige Nutzungsrechte	4.037	1.795
Software	1.743	737
	20.574	21.012
Geleaste Software („Finance Lease“)	479	–
	129.779	134.542
Geschäfts- oder Firmenwerte		
aus dem Erwerb der Minderheitenanteile an der TOM TAILOR Gesellschaft m. b. H., Wörgl	3.361	3.361
aus der Erstkonsolidierung der TOM TAILOR GmbH durch die TOM TAILOR Holding GmbH	2.291	2.291
aus der Erstkonsolidierung der TOM TAILOR South Eastern Europe Holding GmbH, Wörgl	2.025	2.025
aus der Erstkonsolidierung der TOM TAILOR Retail Joint Venture GmbH, Bregenz	1.376	–
	9.053	7.677
Geleistete Anzahlungen		
Lizenzen	–	82
	138.832	142.301

Der Ausweis für die im Berichtsjahr gewährten Shopzuschüsse wurde gegenüber dem Vorjahr geändert. Die gewährten Zuschüsse werden nunmehr unter den sonstigen langfristigen Vermögenswerten ausgewiesen und über die Laufzeit der zugrunde liegenden Vertragsbeziehungen ergebniswirksam in den Mietaufwendungen erfasst. Die Anpassung der Vorjahreswerte war nicht durchführbar, da die entsprechenden Daten in früheren Perioden nicht auf eine Art und Weise erfasst wurden, die eine rückwirkende Anwendung des geänderten Ausweises ermöglicht (IAS 8.50).

Mit Vertrag vom 29. April 2011 wurde die erfolgreiche Kooperation mit dem Eigentümer der Sportina Bled, D.O.O., Lesce/Slovenia („Sportina“) ausgeweitet. Im Rahmen der geschlossenen Vereinbarungen hat TOM TAILOR in den vergangenen Monaten sukzessive 21 bestehende Retail-Stores, die bisher unter fremder Marke geführt wurden, in die im Oktober 2010 gegründete Firmengruppe TOM TAILOR South Eastern Europe Holding GmbH übernommen. Der Kaufpreis für die 21 bestehenden Retail-Stores ist abhängig von der wirtschaftlichen Entwicklung der Stores bis September 2012 und beläuft sich auf zunächst 4,1 Mio. EUR. Die Bandbreite des Kaufpreises liegt je nach Entwicklung der Stores zwischen 60 % und 120 % der ursprünglichen Bemessungsgrundlage von 6,8 Mio. EUR. Der Kaufpreis ist in Abhängigkeit von der durch die erworbenen Stores generierten Liquidität zahlbar.

Bis Ende September 2011 wurden alle Stores übernommen. Die ermittelte Kaufpreisverbindlichkeit (inklusive Umsatzsteuer) wird als langfristige Finanzverbindlichkeit ausgewiesen. Der Kaufpreis entfällt dabei in Höhe von 1,7 Mio. EUR auf die übernommenen Buchwerte der vorhandenen Ladeneinrichtung sowie in Höhe von 1,8 Mio. EUR auf branchenübliche „Keymoney“-Beträge der Standorte. Das „Keymoney“ wird über die durchschnittliche Laufzeit der Standortmietverträge von rund sechs Jahren abgeschrieben und unter den immateriellen Vermögenswerten ausgewiesen. In der Berichtsperiode sind noch keine Kaufpreiszahlungen erfolgt.

Die Firmengruppe TOM TAILOR South Eastern Europe Holding GmbH hat seit dem jeweiligen Erwerbszeitpunkt bzw. Geschäftsjahresbeginn mit Umsatzerlösen von 16,7 Mio. EUR und einem Periodenergebnis von 0,5 Mio. EUR zu den Konzernwerten beigetragen.

Im Wert geminderte immaterielle Vermögenswerte bestehen nicht.

Die Marke sowie die Geschäfts- oder Firmenwerte unterliegen keiner planmäßigen Abschreibung. Für die Marke, als wesentlicher immaterieller Vermögenswert, sowie für die bestehenden Geschäfts- oder Firmenwerte wurden zum Bilanzstichtag Werthaltigkeitstests mittels einer DCF-basierenden Nutzungswertberechnung durchgeführt. Die immateriellen Vermögenswerte werden den jeweiligen Zahlungsmittel generierenden Einheiten zugerechnet und auf dieser Ebene einem Werthaltigkeitstest unterzogen. Unverändert zum Vorjahr entsprechen im TOM TAILOR-Konzern die Zahlungsmittel generierenden Einheiten den Segmenten Wholesale und Retail.

Die Marke wird im Rahmen des Werthaltigkeitstests mit 44,8 Mio. EUR dem Segment Wholesale und mit 17,4 Mio. EUR dem Segment Retail zugeordnet. Die Geschäfts- oder Firmenwerte entfallen mit 4,9 Mio. EUR auf das Segment Wholesale und mit 4,1 Mio. EUR auf das Segment Retail.

Basis für den Impairment Test ist die Unternehmensplanung mit einem Detailplanungszeitraum von drei Jahren und einer anschließenden ewigen Rente.

Für die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts wurden Zahlungsmittelzuflüsse für die nächsten drei Jahre prognostiziert, die auf Erfahrungen der Vergangenheit, aktuellen operativen Ergebnissen und der besten vom Management vorgenommenen Einschätzung über zukünftige Entwicklungen sowie auf Marktannahmen basieren.

Der DCF-basierten Nutzungswertberechnung liegt die Annahme eines nachhaltigen Umsatzwachstums im Detailplanungszeitraum zugrunde. Die Umsätze wurden teilweise mit Risikoabschlägen für regionale Besonderheiten bzw. gesellschaftsspezifische Marktanteilsentwicklungen versehen.

Für die Extrapolation der Cashflows wurde für den Zeitraum der ewigen Rente eine Wachstumsrate von 0,5 % unterstellt. Der für die Diskontierung der zukünftigen Cashflows verwendete Kapitalkostensatz (Weighted Average Cost of Capital, WACC) wurde anhand von Marktdaten

ermittelt. Zum 31. Dezember 2011 ergab sich ein WACC vor Steuern in Höhe von 9,4 % (2010: 9,1 %) und ein WACC nach Steuern in Höhe von 6,6 % (2010: 6,4 %).

Auf Basis der Werthaltigkeitstests haben sich keine zu erfassenden Wertminderungen ergeben. Der Geschäfts- oder Firmenwert aus dem Erwerb der TOM TAILOR Retail Joint Venture GmbH, Bregenz, der dem Segment Retail zuzurechnen ist, basiert auf einer Transaktion, die erst kürzlich durchgeführt wurde, sodass hier ebenfalls keine Anzeichen für eine etwaige Wertminderung vorliegen.

Die Kundenstämme, die die Bereiche Stammkunden (gesamte Nutzungsdauer 17 Jahre), Franchise-Partner, Shop-in-Shop-Kunden und Multi-Label-Kunden (jeweils gesamte Nutzungsdauer sechs Jahre) betreffen, sowie die Lizenzverträge (gesamte Nutzungsdauer 14 Jahre) werden planmäßig über die jeweilige Nutzungsdauer abgeschrieben. Zum Bilanzstichtag lagen keine Indikatoren (sog. Triggering Events) für eine Wertminderung dieser immateriellen Vermögenswerte vor.

Die immateriellen Vermögenswerte entwickelten sich in 2011 wie folgt:

Immaterielle Vermögenswerte-Entwicklung 2011

in TEUR		Marke	Firmenwert	Kundenstämme	Lizenzverträge und ähnliche Rechte	Übrige	Geleistete Anzahlungen	Gesamt
Anschaffungs-/Herstellungskosten	1. Januar 2011	62.221	7.677	67.074	31.421	42.847	82	211.322
Währungsdifferenzen		-	-	-	-	24	-	24
Veränderung Konsolidierungskreis		-	1.376	-	1.175	4	-	2.555
Zugänge		-	-	-	-	8.538	186	8.724
Umgliederungen		-	-	-	-	-14	-268	-282
Abgänge		-	-	-	-	-841	-	-841
Anschaffungs-/Herstellungskosten	31. Dezember 2011	62.221	9.053	67.074	32.596	50.558	-	221.502
Abschreibungen	1. Januar 2011	-	-	35.724	11.462	21.835	-	69.021
Währungsdifferenzen		-	-	-	-	23	-	23
Veränderung Konsolidierungskreis		-	-	-	-	2	-	2
Zugänge		-	-	3.319	2.660	8.476	-	14.455
Abgänge		-	-	-	-	-831	-	-831
Abschreibungen	31. Dezember 2011	-	-	39.043	14.122	29.505	-	82.670
Nettobuchwerte	1. Januar 2011	62.221	7.677	31.350	19.959	21.012	82	142.301
Nettobuchwerte	31. Dezember 2011	62.221	9.053	28.031	18.474	21.053	-	138.832
davon aus Leasing								479

Die Zugänge aus der Veränderung des Konsolidierungskreises resultieren aus dem Erwerb der TOM TAILOR Retail Joint Venture GmbH, Bregenz, zum 1. April 2011. Wir verweisen auf unsere Ausführungen zur Änderung des Konsolidierungskreises in Kapitel B.

Die Kundenstämme entwickelten sich in 2011 wie folgt:

Entwicklung aktivierte Kundenstämme

in TEUR		Stammkunden	Franchise-Partner	SIS-Kunden	Multi-Label-Kunden	Kundenstämme gesamt
Anschaffungs-/Herstellungskosten	1. Januar 2011	46.873	1.705	8.498	9.998	67.074
Zugänge		-	-	-	-	-
Abgänge		-	-	-	-	-
Anschaffungs-/Herstellungskosten	31. Dezember 2011	46.873	1.705	8.498	9.998	67.074
Abschreibungen	1. Januar 2011	16.084	1.658	8.262	9.720	35.724
Zugänge		2.758	47	236	278	3.319
Abgänge		-	-	-	-	-
Abschreibungen	31. Dezember 2011	18.842	1.705	8.498	9.998	39.043
Nettobuchwerte	1. Januar 2011	30.789	47	236	278	31.350
Nettobuchwerte	31. Dezember 2011	28.031	-	-	-	28.031

Die immateriellen Vermögenswerte entwickelten sich im Geschäftsjahr 2010 wie folgt:

Immaterielle Vermögenswerte-Entwicklung 2010

in TEUR		Marke	Firmenwert	Kundenstämme	Lizenzverträge und ähnliche Rechte	Übrige	Geleistete Anzahlungen	Gesamt
Anschaffungs-/Herstellungskosten	1. Januar 2010	62.221	5.578	67.074	27.141	32.488	–	194.502
Währungsdifferenzen		–	–	–	–	231	–	231
Veränderung Konsolidierungskreis		–	2.025	–	4.280	6	–	6.311
Zugänge		–	74	–	–	10.824	82	10.980
Abgänge		–	–	–	–	–702	–	–702
Anschaffungs-/Herstellungskosten	31. Dezember 2010	62.221	7.677	67.074	31.421	42.847	82	211.322
Abschreibungen	1. Januar 2010	–	–	29.599	9.371	15.660	–	54.630
Währungsdifferenzen		–	–	–	–	101	–	101
Zugänge		–	–	6.125	2.091	6.763	–	14.979
Abgänge		–	–	–	–	–689	–	–689
Abschreibungen	31. Dezember 2010	–	–	35.724	11.462	21.835	–	69.021
Nettobuchwerte	1. Januar 2010	62.221	5.578	37.475	17.770	16.828	–	139.872
Nettobuchwerte	31. Dezember 2010	62.221	7.677	31.350	19.959	21.012	82	142.301
davon aus Leasing								–

Die Kundenstämme entwickelten sich in 2010 wie folgt:

Entwicklung aktivierte Kundenstämme

in TEUR		Stammkunden	Franchise-Partner	SIS-Kunden	Multi-Label-Kunden	Kundenstämme gesamt
Anschaffungs-/Herstellungskosten	1. Januar 2010	46.873	1.705	8.498	9.998	67.074
Zugänge		–	–	–	–	–
Abgänge		–	–	–	–	–
Anschaffungs-/Herstellungskosten	31. Dezember 2010	46.873	1.705	8.498	9.998	67.074
Abschreibungen	1. Januar 2010	13.326	1.373	6.846	8.054	29.599
Zugänge		2.758	285	1.416	1.666	6.125
Abgänge		–	–	–	–	–
Abschreibungen	31. Dezember 2010	16.084	1.658	8.262	9.720	35.724
Nettobuchwerte	1. Januar 2010	33.547	332	1.652	1.944	37.475
Nettobuchwerte	31. Dezember 2010	30.789	47	236	278	31.350

11. SACHANLAGEN

Die Sachanlagen beinhalten im Wesentlichen Store-Einrichtungen sowie Büro- und Geschäftsausstattung.

Die Sachanlagen entwickelten sich wie folgt:

Sachanlagen-Entwicklung 2011

in TEUR		Grundstücke und Bauten einschl. Bauten auf fremden Grundstücken	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen	Gesamt
Anschaffungs-/Herstellungskosten	1. Januar 2011	2.333	64.130	887	67.350
Währungsdifferenzen		-23	-72	-	-95
Veränderung Konsolidierungskreis		-	882	-	882
Zugänge		2.030	23.410	159	25.599
Umgliederungen		-	970	-688	282
Abgänge		-	-956	-225	-1.181
Anschaffungs-/Herstellungskosten	31. Dezember 2011	4.340	88.364	133	92.837
Abschreibungen	1. Januar 2011	304	31.848	11	32.163
Währungsdifferenzen		-2	1	-	-1
Veränderung Konsolidierungskreis		-	605	-	605
Zugänge		341	10.725	10	11.076
Abgänge		-	-584	-	-584
Abschreibungen	31. Dezember 2011	643	42.595	21	43.259
Nettobuchwerte	1. Januar 2011	2.029	32.282	876	35.187
Nettobuchwerte	31. Dezember 2011	3.697	45.769	112	49.578
davon aus Leasing					13.190

Sachanlagen-Entwicklung 2010

in TEUR		Grundstücke und Bauten einschl. Bauten auf fremden Grundstücken	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen	Gesamt
Anschaffungs-/Herstellungskosten	1. Januar 2010	727	46.294	85	47.106
Währungsdifferenzen		-8	433	-	425
Veränderung Konsolidierungskreis		896	1.162	-	2.058
Zugänge		504	19.725	1.094	21.323
Umgliederungen		218	74	-292	-
Abgänge		-4	-3.558	-	-3.562
Anschaffungs-/Herstellungskosten	31. Dezember 2010	2.333	64.130	887	67.350
Abschreibungen	1. Januar 2010	247	26.920	1	27.168
Währungsdifferenzen		-	264	-	264
Zugänge		61	7.914	10	7.985
Abgänge		-4	-3.250	-	-3.254
Abschreibungen	31. Dezember 2010	304	31.848	11	32.163
Nettobuchwerte	1. Januar 2010	480	19.374	84	19.938
Nettobuchwerte	31. Dezember 2010	2.029	32.282	876	35.187
davon aus Leasing					9.875

Die Zugänge betreffen im Wesentlichen die Store-Einrichtungen der im Berichtsjahr neu eröffneten Retail- und Outlet-Stores.

Das Sachanlagevermögen enthält auch geleaste Gegenstände der Betriebs- und Geschäftsausstattung, deren Verträge im Wesentlichen eine Restlaufzeit von bis zu fünf Jahren haben.

Außerplanmäßige Abschreibungen und Wertaufholungen auf Sachanlagevermögen wurden weder im Berichts- noch im Vorjahr vorgenommen.

Wegen der Sicherungsübereignung von Sachanlagen wird auf 22. (c) „Angaben zu Sicherheiten“ verwiesen.

Die Details zu den Mindestleasingzahlungen der als Finanzierungsleasing klassifizierten Leasingverträge (einschließlich Leasing immaterieller Vermögenswerte des Anlagevermögens) lauten wie folgt:

Mindestleasingzahlungen aus Finanzierungsleasing

in TEUR	31.12.2011	31.12.2010
Mindestleasingzahlungen		
bis 1 Jahr	4.939	3.708
1 bis 5 Jahre	9.811	7.089
nach 5 Jahren	-	152
	14.750	10.949
Zinsanteil		
bis 1 Jahr	869	708
1 bis 5 Jahre	1.059	836
nach 5 Jahren	-	1
	1.928	1.545
Barwert Mindestleasingzahlungen		
bis 1 Jahr	4.070	3.000
1 bis 5 Jahre	8.753	6.253
nach 5 Jahren	-	151
	12.823	9.404

Sämtliche Leasingverträge sind nicht vorzeitig kündbar.

Operating Leasing

Neben den Finanzierungsleasingverträgen werden Leasingverträge und Mietverträge abgeschlossen, die nach ihrem wirtschaftlichen Gehalt gemäß IAS 17 als Operating-Leasingverhältnisse zu qualifizieren sind, sodass die betroffenen

Leasinggegenstände dem Leasinggeber zugeordnet werden. Im Wesentlichen handelt es sich dabei um Mietvereinbarungen über Immobilien für die vom Konzern betriebenen Retail-Aktivitäten sowie für die von Konzerngesellschaften genutzten Büroflächen und Teile des Fuhrparks.

12. FINANZANLAGEN

Im Geschäftsjahr 2008 wurde die TT OFF SALE (NI) LTD., Belfast/Vereinigtes Königreich von Großbritannien und Nordirland, gegründet. Die Tom Tailor GmbH ist als Gründungsgesellschafterin mit 49,0 % an der TT OFF SALE (NI) LTD. beteiligt. Die Beteiligung wird mittels der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen.

Die Einlage wurde in bar erbracht und betrug 100 GBP (entspricht 104 EUR). Die Gesellschaft hat im Berichtsjahr bei Umsatzerlösen von 799 TGBP (entspricht 920 TEUR) einen Jahresfehlbetrag von 287 TGBP (entspricht 330 TEUR) erlitten. Da der auf den Konzern entfallende Verlustanteil von 162 TEUR den Buchwert der Beteiligung übersteigt, wurden die anteiligen Verluste im Konzern nur bis zur Höhe des Beteiligungsbuchwerts (0 TEUR) berücksichtigt. Der kumulierte Verlustanteil von 1.373 TEUR ist damit im Konzernabschluss unberücksichtigt geblieben.

Die TT OFF SALE (NI) LTD. hat in ihrem Jahresabschluss zum 31. Dezember 2011 Anlagevermögen in Höhe von 554 TGBP (entspricht 663 TEUR), kurzfristige Vermögenswerte von 981 TGBP (entspricht 1.174 TEUR), kurzfristige Schulden von 3.985 TGBP (entspricht 4.771 TEUR) und ein Eigenkapital von –2.451 TGBP (entspricht –2.934 TEUR) ausgewiesen.

Die Tom Tailor GmbH hat im Berichtsjahr Warenlieferungen an die TT OFF SALE (NI) LTD. in einem Wert von 1.024 TEUR getätigt. Der mit diesen Warenlieferungen realisierte Rohertrag wurde, soweit diese bis zum Bilanzstichtag noch nicht von der TT OFF SALE (NI) LTD. an Dritte weiterveräußert worden waren, im Konzernabschluss der TOM TAILOR Holding AG storniert. Mangels eines für diese Zwischenergebniseliminierung ausreichenden Beteiligungsbuchwerts wurde die Buchung gegen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen vorgenommen. Die Umsatzerlöse werden entsprechend gemindert. Auf die Konsolidierungsbuchung werden aktive latente Steuern gebildet.

Im Geschäftsjahr 2009 wurde die TT OFF SALE (Ireland) LTD., Dublin/Irland, gegründet. Die Tom Tailor GmbH hält über die TT OFF SALE (NI) LTD. an der Gesellschaft indirekt 49,0 % der Anteile.

Aus dem Jahresabschluss der Gesellschaft ergeben sich im Berichtsjahr Umsatzerlöse in Höhe von 1.269 TEUR und ein Jahresfehlbetrag in Höhe von 337 TEUR. Die TT OFF SALE (Ireland) LTD. verfügt über Anlagevermögen in Höhe von 145 TEUR, kurzfristige Vermögenswerte von 427 TEUR sowie kurzfristige Schulden von 967 TEUR. Aufgrund der Ergebnisse der Vorjahre und des Jahresfehlbetrags ergibt sich ein negatives Eigenkapital von 395 TEUR.

Ein Marktwert der Beteiligung ist nicht existent.

13. SONSTIGE VERMÖGENSWERTE / RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

Die sonstigen Vermögenswerte enthalten:

Sonstige Vermögenswerte

in TEUR	31.12.2011	31.12.2010
Marktwert Devisenkontrakte	4.624	–
Debitorische Kreditoren	2.840	514
Kautionen	2.176	829
Shopzuschüsse	1.913	–
Umsatzsteuerforderungen	1.243	532
Forderungen gegen den Vorstand	–	146
Marktwert des Zinscaps	–	13
Übrige Vermögenswerte	690	304
	13.486	2.338
davon langfristig	4.089	842
davon kurzfristig	9.397	1.496

Unter den Sonstigen Vermögenswerten werden erstmalig im Geschäftsjahr 2011 geleistete Zuzahlungen zu Shop-Ausstattungen im Segment Wholesale als Shopzuschüsse aktivisch abgegrenzt. Die Auflösung erfolgt rätierlich über die Vertragslaufzeit als Mietaufwand. Wir verweisen auch auf die Ausführungen unter „10. Immaterielle Vermögenswerte“.

Der Rechnungsabgrenzungsposten des Berichtsjahres in Höhe von insgesamt 4.943 TEUR (2010: 6.220 TEUR) beinhaltet im Wesentlichen an eine asiatische Einkaufsagentur gezahlte Kommissionen.

14. VORRÄTE

Die Vorräte setzen sich wie folgt zusammen:

Vorräte

in TEUR	31.12.2011	31.12.2010
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	1.105	223
Waren	56.477	39.577
	57.582	39.800

Die Wertminderungen auf den niedrigeren Nettoveräußerungswert sind gegenüber dem Vorjahr um 420 TEUR erhöht worden (2010: Verringerung um 36 TEUR). Die Veränderung wurde erfolgswirksam vorgenommen. Voraussichtlich noch anfallende Veräußerungskosten wurden hierbei berücksichtigt. Erfolgswirksame Wertaufholungen wurden im Rahmen von Veräußerungen in unwesentlicher Höhe realisiert.

Der Buchwert der zu Nettoveräußerungswerten angesetzten Vorräte betrug zum Bilanzstichtag 56.477 TEUR (2010: 39.577 TEUR). Unter den Vorräten wird schwimmende Ware in Höhe von 13.502 TEUR (2010: 10.408 TEUR) ausgewiesen. Der Anstieg des Vorratsvermögens ist im Wesentlichen bedingt durch den Ausbau der kontrollierten Flächen und die positive Umsatzentwicklung. Insbesondere die Expansion im Retail-Segment geht mit einem korrespondierenden Vorratsanstieg einher.

Wegen der Sicherungsübereignung des Vorratsbestands wird auf 22. (c) „Angaben zu Sicherheiten“ verwiesen.

15. FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

in TEUR	31.12.2011	31.12.2010
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	42.977	35.320
Forderungen gegen ein assoziiertes Unternehmen	2.535	3.112
	45.512	38.432

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben, wie im Vorjahr, eine Restlaufzeit von unter einem Jahr. Ihr Buchwert entspricht dem beizulegenden Zeitwert. Wegen der Globalzession von Forderungen wird auf 22. (c) „Angaben zu Sicherheiten“ verwiesen.

Die folgende Tabelle gibt die Veränderungen der Wertberichtigungen auf den Bestand an kurzfristigen Forderungen innerhalb der zu (fortgeführten) Anschaffungskosten bewerteten finanziellen Vermögenswerte wider:

Wertberichtigungen kurzfristiger Forderungen

in TEUR	31.12.2011	31.12.2010
Stand zum Beginn des Jahres	3.452	5.675
Aufwandswirksame Zuführungen	1.170	1.123
Inanspruchnahme	-990	-3.343
Auflösung	-	-3
Stand zum Ende des Jahres	3.632	3.452

Die oben dargestellten Forderungen beinhalten Beträge (siehe Altersstrukturanalyse), die zum Berichtsstichtag überfällig sind, für welche jedoch der Konzern keine Wertminderungen erfasst hat. Dies beruht darauf, dass die Bonität der Kunden keinen wesentlichen Veränderungen unterlegen hat und die Einbringlichkeit der ausstehenden Beträge weiterhin als gegeben angesehen wird. Als Grundlage dieser Einschätzung liegen dem Konzern zum Großteil Sicherheiten, Ratenzahlungsvereinbarungen, Unterlagen über die wirtschaftlichen Verhältnisse sowie Aufrechnungsmöglichkeiten mit der Gegenpartei vor.

Zum 31. Dezember stellt sich die Altersstruktur der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wie folgt dar:

Altersstruktur Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

in TEUR	Summe	Nicht fällig und nicht wertgemindert	Buchwert wertgeminderte Forderungen	Überfällig, aber nicht wertgemindert		
				< 30 Tage	30–90 Tage	> 90 Tage
2011	45.512	28.294	6.630	3.918	3.342	3.328
2010	38.432	24.769	4.673	3.643	4.401	946

Bei der Bestimmung der Werthaltigkeit von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wird jeder Änderung der Bonität seit Einräumung des Zahlungsziels bis zum Berichtsstichtag Rechnung getragen. Gegenüber Kunden eingeräumte Lieferantenkredite werden als nicht fällig klassifiziert. Es besteht zum Berichtsstichtag keine nennenswerte Konzentration des Kreditrisikos aufgrund der breit aufgestellten Kundenbasis.

Die Aufwendungen für Forderungsverluste und Wertberichtigungen auf Forderungen belaufen sich auf insgesamt 1.935 TEUR (2010: 3.479 TEUR).

16. FLÜSSIGE MITTEL

Flüssige Mittel

in TEUR	31.12.2011	31.12.2010
Tagesgeld und sonstige Bankguthaben	8.515	21.579
Kassenbestand	861	904
	9.376	22.483

Wegen verpfändeter Bankguthaben wird auf 22. (c) „Angaben zu Sicherheiten“ verwiesen.

17. EIGENKAPITAL

Die Entwicklung des Eigenkapitals ist in der Eigenkapitalveränderungsrechnung dargestellt.

Das gezeichnete Kapital der Gesellschaft beträgt insgesamt 16.528.169 EUR und ist eingeteilt in 16.528.169 auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien.

Die Kapitalrücklage enthält im Wesentlichen die Zuzahlungen der Aktionäre sowie die bei der Ausgabe der Aktien im Rahmen des Börsengangs über den Nennbetrag hinaus erzielten Beträge (132.000 TEUR).

Aus der Kapitalrücklage wurden zugunsten des Bilanzverlustes 17.602 TEUR entnommen.

In der außerordentlichen Hauptversammlung am 24. März 2010 wurde der Vorstand ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 24. März 2015 mit Zustimmung des Aufsichtsrats zu erhöhen. Dies kann durch Ausgabe neuer auf den Namen lautender Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen ganz oder in Teilbeträgen, einmal oder mehrmals um bis zu insgesamt 8.264.084 EUR (Genehmigtes Kapital I) erfolgen.

Das kumulierte übrige Eigenkapital enthält die Fremdwährungsumrechnungsrücklage sowie die Rücklage für Sicherungsgeschäfte unter Berücksichtigung von Steuereffekten.

Die in 2010 mit ihren beizulegenden Zeitwerten im Eigenkapital erfassten Devisenderivate in Höhe von insgesamt 774 TEUR abzüglich darauf entfallender latenter Steuern von 232 TEUR wurden in 2011 vollständig in das Periodenergebnis umgegliedert, da die zugrunde liegenden Grund-

geschäfte erfolgswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung berücksichtigt wurden. Im Rahmen seiner Absicherungsstrategie wurden vom Konzern im Berichtsjahr neue Devisenderivate abgeschlossen. In diesem Zusammenhang wurde ein Betrag von insgesamt 4.237 TEUR in die Rücklage für Sicherungsgeschäfte eingestellt. Die auf die Bewertung der derivativen Finanzinstrumente entfallenden latenten Steuern betragen 1.271 TEUR. Die Rücklage für Sicherungsgeschäfte beträgt unter Berücksichtigung der latenten Steuern sowie des im Periodenergebnis erfassten Betrags zum 31. Dezember 2011 2.966 TEUR.

Der Konzernbilanzverlust entwickelte sich wie folgt:

Bilanzgewinn (Entwicklung)

in TEUR	2011	2010
1. Januar	- 123.215	- 125.368
Konzernergebnis vor Minderheitenanteilen	10.072	2.406
abzüglich Minderheitenanteilen	- 252	- 253
nach Minderheitenanteilen	9.820	2.153
Entnahme aus der Kapitalrücklage	17.602	-
31. Dezember	- 95.793	- 123.215

Die Rücklage für Fremdwährungsumrechnung enthält Wechselkursdifferenzen aus der Umrechnung der in den Konsolidierungskreis einbezogenen Schweizer Tochtergesellschaften, der ungarischen Tochtergesellschaft sowie den Tochtergesellschaften der TOM TAILOR South Eastern Europe Holding GmbH, Wörgl/Österreich.

18. DIVIDENDE JE AKTIE

Für das abgelaufene Geschäftsjahr schlägt der Vorstand und Aufsichtsrat vor, eine Dividende in Höhe von 17 Cent pro Aktie an die Anteilseigner auszuschütten. Diese Dividende muss von den Anteilseignern in der jährlichen Hauptversammlung erst noch beschlossen werden und wurde demzufolge in diesem Abschluss nicht als Verbindlichkeit bilanziert. Die vorgeschlagene Dividende würde 2.809.789 EUR betragen. Die Dividendenzahlung hat keine steuerlichen Konsequenzen für den Konzern.

19. RÜCKSTELLUNGEN FÜR PENSIONEN

Rückstellungen für Pensionen werden für Verpflichtungen aus Anwartschaften gebildet. Begünstigt sind ehemalige leitende Angestellte bzw. ehemalige Geschäftsführer/Vorstände sowie deren Hinterbliebene.

Bei den Pensionsrückstellungen handelt es sich ausschließlich um leistungsorientierte Versorgungspläne. Die Versorgungspläne sind rückstellungs- und damit nicht fondsfinanziert. Für die Pensionszusagen bestehen Rückdeckungsversicherungen.

Die Höhe der Pensionsverpflichtung (Anwartschaftsbarwert der Versorgungszusagen bzw. „defined benefit obligation“) wird nach versicherungsmathematischen Methoden berechnet, für die Schätzungen unumgänglich sind. Dabei werden folgende Prämissen zugrunde gelegt:

Pensionsrückstellungen: Prämissen

in %	2011	2010
Abzinsungsfaktor	5,40	5,40

Da ausschließlich feste Pensionshöhen zugesagt wurden, haben Renten- und Gehaltstrends keine Auswirkung auf die Höhe der künftigen Pensionszahlungen und wurden mit 0,0 % angesetzt. Die zugrunde gelegte Fluktuation beträgt aufgrund der zum Teil nicht mehr aktiven Bezugsberechtigten 0,0 %. Die erwartete Rendite für das Planvermögen beträgt im Durchschnitt rund 7 %.

Die Pensionszusagen wurden unter Berücksichtigung der biometrischen Rechnungsgrundlagen nach den Richttafeln 2005 von Prof. Dr. Heubeck ermittelt.

Aus Erhöhungen oder Verminderungen entweder des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtung oder des Verkehrswerts der Rückdeckungsversicherung können versicherungsmathematische Gewinne und Verluste entstehen, deren Ursachen unter anderem Änderungen der Berechnungsparameter, Schätzungsänderungen bezüglich des Risikoverlaufs der Pensionsverpflichtungen und Abweichungen zwischen dem tatsächlichen und dem erwarteten Ertrag aus der Versicherungspolice sein können.

Unter Berücksichtigung der Berechnungsgrundlagen nach IAS 19 resultiert folgender Finanzierungsstatus aus den Pensionszusagen:

Pensionsrückstellungen

in TEUR	31.12.2011	31.12.2010
Anwartschaftsbarwerte der Versorgungszusagen („defined benefit obligations“; ausschließlich rückstellungsfinanziert)	1.650	1.550
abzüglich Rückdeckungsversicherung	- 1.369	- 1.295
Nettoverpflichtungen	281	255
Bilanzwert	281	255

Die Anwartschaftsbarwerte haben sich wie folgt entwickelt:

Pensionsrückstellungen: Entwicklung Anwartschaftsbarwerte

in TEUR	31.12.2011	31.12.2010
Anwartschaftsbarwerte zum 1. Januar	1.550	1.376
Dienstzeitaufwand	20	18
Zinsaufwand	84	81
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste	- 4	75
Anwartschaftsbarwerte zum 31. Dezember	1.650	1.550

Das mit den Anwartschaftsbarwerten verrechnete Rückdeckungsvermögen hat sich wie folgt entwickelt:

Pensionsrückstellungen: Entwicklung Rückdeckungsvermögen

in TEUR	31.12.2011	31.12.2010
Rückdeckungsvermögen zum 1. Januar	1.295	1.200
Einzahlung in Rückdeckungsvermögen	66	45
Erträge aus Rückdeckungsvermögen	21	36
Übrige Veränderungen	- 13	14
Rückdeckungsvermögen zum 31. Dezember	1.369	1.295

Der beizulegende Wert der Rückdeckungsversicherung, der von der Versicherung mitgeteilt wurde, betrug zum Bilanzstichtag 1.796 TEUR (2010: 1.708 TEUR). Infolge der Höchstbegrenzung des Abzugs des Aktivwerts der Rückdeckungsversicherung bis zur Höhe des Barwerts der Pensionszusagen wurden zum Bilanzstichtag 427 TEUR (2010: 413 TEUR) nicht in Abzug gebracht.

Die Aufwendungen aus der Aufzinsung von Pensionsverpflichtungen werden im Finanzergebnis ausgewiesen. Alle übrigen Komponenten der Pensionsaufwendungen werden im Personalaufwand ausgewiesen.

Die insgesamt erwartete Rendite ergibt sich aus dem gewichteten Durchschnitt der erwarteten Erträge aus dem gehaltenen Planvermögen. Die Einschätzung der erwarteten Erträge durch die Geschäftsführung basiert auf historischen Ertragsreihen und Marktvorhersagen von Analysten für die Vermögenswerte für die Dauer der entsprechenden Verpflichtung.

20. SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Die sonstigen Rückstellungen haben sich wie folgt entwickelt:

Sonstige Rückstellungen

in TEUR	1.1.2011	Verbrauch	Auflösung	Zuführung	31.12.2011
Personalbezogene Rückstellungen	4.358	3.298	211	5.121	5.970
Kundenboni	3.081	2.846	–	3.009	3.244
Retouren	2.982	2.947	–	3.133	3.168
Ausstehende Abrechnungen	1.069	1.069	–	1.246	1.246
Übrige	1.627	1.298	–	1.751	2.080
	13.117	11.458	211	14.260	15.708
davon langfristig	961				1.882
davon kurzfristig	12.156				13.826

Die personalbezogenen Rückstellungen betreffen überwiegend Rückstellungen für Tantiemen, Boni, das langfristige Vergütungssystem der Vorstände und Führungskräfte und ausstehende Urlaubs- und Überstundenansprüche.

Im Juli 2010 wurde für Führungskräfte von TOM TAILOR ein Vergütungssystem („Long Term Incentive Programm“ oder kurz „LTI“) eingeführt. Es dient der Personalbindung und langfristigen Unternehmenszielerreichung. Dieses Vergütungssystem hat eine Laufzeit von acht Jahren (beginnend mit dem Geschäftsjahr 2010) und gewährt je Geschäftsjahr eine mögliche Bonustranche. Anhand eines Vergleichs von geplantem und erreichtem Umsatz sowie operativem Ergebnis über einen Betrachtungszeitraum von jeweils drei Jahren ist es möglich, eine individuelle Bonuszahlung zu erhalten. Neben Umsatz und operativem Ergebnis wird als weitere einzubeziehende Komponente die Aktienkursentwicklung berücksichtigt. Auf Basis eines Monte-Carlo-Modells wurde zu den jeweiligen Stichtagen eine Aktienkurssimulation der bisher begebenen zwei Tranchen unter Berücksichtigung von erwarteter Volatilität (26,33 % bzw. 33,44 %), risikolosem Zinssatz (2,89 % bzw. 3,1 %) sowie erwarteten Dividendenausschüttung (2,5 %) vorgenommen. Im Berichtsjahr wurde aufgrund besserer Erkenntnisse aus der Vergangenheit eine Anpassung hinsichtlich der Annahme zur Fluktuation der Mitarbeiter vorgenommen. In dieses Programm sind auch die Vorstände eingebunden. Bedingt durch die Nichtverlängerung seines Vorstandsanstellungsvertrags über den 31. Januar 2013 hinaus sind die bisher beste-

henden Vergütungsansprüche von Herrn Rosa ersatzlos entfallen und führten zu einer entsprechenden Auflösung der Rückstellung. Eine Auszahlung aus diesem Vergütungssystem kann erstmals im Jahr 2013 erfolgen.

Die Rückstellungen für Kundenboni erfassen bis zum Bilanzstichtag noch nicht ausbezahlte, vom Bestellvolumen abhängige Rabatte und vertraglich vereinbarte Vergütungsansprüche.

Der Retourenrückstellung liegen Erfahrungswerte aus der Vergangenheit hinsichtlich der Retourenquote und des Zeitablaufs bis zu ihrem Eintreffen zugrunde. Für die Bestimmung der Rückstellungshöhe wurden durchschnittliche Margen und durchschnittliche Retourenquoten berücksichtigt.

Für die Rückstellungen wird mit Ausnahme der Rückstellung für das langfristige Vergütungssystem der Führungskräfte („Long Term Incentive Programm,“ kurz LTI) und für Alterszeitzeit unterstellt, dass deren Abwicklung innerhalb von zwölf Monaten erwartet wird.

21. LATENTE STEUERSCHULDEN

Die aktivierten latenten Steuern entfallen auf folgende Positionen:

Aktive latente Steuern im Berichtsjahr

in TEUR	31. Dezember 2011	
	Bemessungs- grundlage	Aktive latente Steuern
Steuerliche Verlustvorträge und Zinsvortrag	19.710	5.601
Bewertung Zinssicherungsgeschäfte	3.082	925
Konsolidierungsmaßnahmen (Schuldenkonsolidierung, Zwischenergebniseliminierung)	1.254	376
Pensionsrückstellung	493	148
Übrige	957	287
	25.496	7.337
Saldierung mit passiven latenten Steuern	-25.496	-7.337
	-	-

Die aktiven latenten Steuern resultieren im Wesentlichen aus der zukünftigen Nutzbarkeit kumulierter Zinsvorträge aus der Zeit vor dem Börsengang. Hieraus resultieren aktive latente Steuern in Höhe von 5.601 TEUR.

Neben den aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge wurden aktive latente Steuern für Bewertungsunterschiede bei Zinssicherungsgeschäften und bei bestehenden Finance-Lease-Verträgen gebildet.

Im Geschäftsjahr 2011 wurde eine Änderung des Ausweises der aktiven latenten Steuern vorgenommen. Die aktiven latenten Steuern, die gegenüber dem gleichen Steuersubjekt und der gleichen Steuerbehörde bestehen und für die ein einklagbarer Rechtsanspruch auf Aufrechnung vorliegt, wurden vollständig mit den passiven latenten Steuern saldiert. Für das Vorjahr waren die Voraussetzungen für eine Saldierung der aktiven mit den passiven latenten Steuern ebenfalls erfüllt, sodass der Vorjahresausweis entsprechend angepasst wurde. Das Management ist der Auffassung, mit der vorstehenden Änderung eine zutreffendere Darstellung der Vermögenslage des Konzerns zu erreichen und den Berichtsadressaten ein besseres Bild und Verständnis für die tatsächliche Steuerbelastung des Konzerns zu vermitteln.

Aktive latente Steuern im Vorjahr

in TEUR	31. Dezember 2010	
	Bemessungs- grundlage	Aktive latente Steuern
Steuerliche Verlustvorträge und Zinsvortrag	26.845	7.080
Bewertung Zinssicherungsgeschäfte	3.536	1.061
Leasing	1.743	523
Bewertung Devisentermingeschäfte	774	232
Übrige	743	223
	33.641	9.119
Saldierung mit passiven latenten Steuern	-33.641	-9.119
	-	-

Passive latente Steuern im Berichtsjahr

in TEUR	31. Dezember 2011	
	Bemessungs- grundlage	Passive latente Steuern
Immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens	108.727	32.618
Bewertung von Forderungen	586	176
Bewertung Devisentermingeschäfte	4.624	1.387
Übrige	150	45
	114.087	34.226
Saldierung mit aktiven latenten Steuern	-25.496	-7.337
	88.591	26.889

Im Zusammenhang mit dem Ansatz immaterieller Vermögenswerte im Rahmen der Erstkonsolidierung der TOM TAILOR Retail Joint Venture GmbH, Bregenz, wurden passive latente Steuern unter der Position Immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens in Höhe von 823 TEUR angesetzt, die zum Stichtag einen Restbuchwert von 790 TEUR aufweisen.

Die auf Devisentermingeschäfte entfallenden latenten Steuern wurden, soweit sie Teil eines wirksamen Sicherungsgeschäfts sind, erfolgsneutral gebildet.

Zum 31. Dezember 2010 entfielen die bilanzierten passiven latenten Steuern auf Ansatz- und Bewertungsunterschiede wie folgt:

Passive latente Steuern im Vorjahr

in TEUR	31. Dezember 2010	
	Bemessungsgrundlage	Passive latente Steuern
Immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens	113.529	34.059
Konsolidierungsmaßnahmen (Schuldenkonsolidierung, Zwischenergebniseliminierung)	4.552	1.366
Bewertung von Forderungen	510	153
Pensionsrückstellungen	29	9
Übrige	94	28
	118.714	35.615
Saldierung mit aktiven latenten Steuern	-33.641	-9.119
	85.073	26.496

22. FINANZVERBINDLICHKEITEN

(a) Zusammensetzung

Die kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

Finanzverbindlichkeiten im Berichtsjahr

in TEUR	31. Dezember 2011			
	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre	Gesamt
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	-	60.575	-	60.575
Verbindlichkeiten aus Leasingverträgen	4.070	8.753	-	12.823
Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	2.407	8.175	-	10.582
	6.477	77.503	-	83.980

Im Vorjahr setzten sich die kurz- und langfristigen Finanzschulden wie folgt zusammen:

Finanzverbindlichkeiten im Vorjahr

in TEUR	31. Dezember 2010			
	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre	Gesamt
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	2.232	57.380	-	59.612
Verbindlichkeiten aus Leasingverträgen	3.000	6.253	151	9.404
Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	3.496	2.097	-	5.593
	8.728	65.730	151	74.609

(b) Erläuterung

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

Die effektive Verzinsung der langfristigen Darlehen ist variabel und hat sich in 2011 nach dem Drei-Monats-EURIBOR zuzüglich einer Marge zwischen 2,50 % p. a. und 4,25 % p. a., deren Höhe vom Verhältnis zwischen Nettoverschuldung und dem um Einmaleffekte bereinigten EBITDA abhängt, gerichtet.

Die Darlehen sind unter Berücksichtigung der Tilgung in 2012 und 2013 in Höhe von 53,7 Mio. EUR per Ende Januar 2014 fällig.

Kontokorrentverbindlichkeiten bestehen zum Bilanzstichtag in Höhe von 3.195 TEUR (2010: 0 TEUR).

Ende 2011 wurde begonnen, die bisher vorhandene Leverage-Buy-out-Finanzierungsstruktur an die Verhältnisse nach dem Börsengang anzupassen und die bestehende Bankenfinanzierung durch eine neue, marktgerechte und auf das Wachstum von TOM TAILOR ausgerichtete Bankenfinanzierung abzulösen. Am 3. Februar 2012 konnte dieser Prozess erfolgreich abgeschlossen werden, sodass auch für das zukünftige Wachstum ausreichend Bankennlinien unabhängig von der Schuldenkrise in Europa für die nächsten drei Jahre plus Verlängerungsoption für weitere zwei Jahre zur Verfügung stehen.

In diesem Zusammenhang wurden die bisher zur Verfügung stehenden Bankennlinien von 157 Mio. EUR auf 225 Mio. EUR erhöht. Die 225 Mio. EUR teilen sich in eine

Kontokorrentkreditlinie von 85 Mio. EUR (bis zum 3. Februar 2012: 35 Mio. EUR), eine Garantielinie von 100 Mio. EUR (bis zum 3. Februar 2012: 65 Mio. EUR) sowie noch vorhandene Term Loans von 40 Mio. EUR (bis zum 3. Februar 2012: 57 Mio. EUR) auf. Die effektive Verzinsung der in Anspruch genommenen Linien ist variabel und richtet sich nach dem Drei- bzw. Sechs-Monats-EURIBOR zuzüglich einer Marge zwischen 1,35 % p. a. und 2,5 % p. a. (bisher: zwischen 2,5 % und 4,25 %), deren Höhe jedoch final vom Verhältnis zwischen Nettoverschuldung und dem EBITDA abhängt.

Der Fortbestand der Darlehensgewährung ist abhängig von der Einhaltung finanzieller Kennzahlen (EBITDA/Zinsergebnis, Nettoverschuldung/EBITDA sowie einer Eigenkapitalquote > 30 %), für deren Berechnung der nach internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IFRS) aufgestellte Konzernabschluss heranzuziehen ist.

Die bestehenden Bankkennzahlen („Financial Covenants“) wurden 2011 mit ausreichend Spielraum eingehalten.

(c) Angaben zu Sicherheiten

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten in Höhe von 57.380 TEUR waren bis zum 3. Februar 2012 durch die Verpfändung aller Bankguthaben der TOM TAILOR Holding AG, Hamburg, der Tom Tailor GmbH, Hamburg, sowie der Tom Tailor Retail GmbH, Hamburg, die Verpfändung der Anteile an den Tochtergesellschaften Tom Tailor GmbH und Tom Tailor Retail GmbH, die Globalzession sämtlicher Forderungen der TOM TAILOR Holding AG, der Tom Tailor GmbH sowie der Tom Tailor Retail GmbH, die Sicherungsübereignung von Vorratsvermögen und Anlagevermögen der Tom Tailor GmbH und der Tom Tailor Retail GmbH sowie die Sicherungsübereignung der Marken und Markenrechte der Tom Tailor GmbH besichert. Durch den am 3. Februar 2012 abgeschlossenen neuen Konsortialkreditvertrag wurden die bisher bestehenden Sicherheiten freigegeben und lediglich noch Sicherheiten in Form der Verpfändung der Anteile an den Tochtergesellschaften Tom Tailor GmbH, Hamburg, Tom Tailor Retail GmbH, Hamburg, TOM TAILOR Gesellschaft m.b.H., Wörgl/Österreich, und TOM TAILOR Retail Gesellschaft m.b.H. Wörgl/Österreich, gegeben. Das Recht zur Sicherheitenverwertung wird ausgelöst, wenn ein Kündigungsgrund gemäß der bestehenden Kreditverträge vorliegt.

(d) Verbindlichkeiten gegenüber Dritten

Die Verbindlichkeiten gegenüber Dritten enthalten den mit 6,5 % abgezinsten Barwert der Kaufpreisverpflichtung aus dem Erwerb der 51-%-Beteiligung an der TOM TAILOR South Eastern Europe Holding GmbH, Wörgl/Österreich, in Höhe von 2.732 TEUR. Davon sind 469 TEUR innerhalb eines Jahres zahlbar und 2.263 TEUR langfristig fällig.

Der Kaufpreis in Höhe von 4.520 TEUR aus der Übernahme von weiteren Retail-Stores in die Kooperation mit dem Eigentümer der Sportina Bled. D.O.O., Lesce/Slovenia („Sportina“), wird entsprechend der Fälligkeit der Kaufpreiszahlungen in Höhe von 3.591 TEUR unter den langfristigen Finanzverbindlichkeiten und mit 929 TEUR unter den kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten ausgewiesen.

Aus dem Erwerb der Minderheitenanteile an der TOM TAILOR Gesellschaft m.b.H., Wörgl/Österreich, von der C&C Schreder GmbH wird eine Kaufpreisverpflichtung (inkl. Zinsen) von 1.009 TEUR unter den kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten ausgewiesen.

Die langfristigen Finanzverbindlichkeiten umfassen darüber hinaus den Kaufpreis für 51 % der Anteile an der TOM TAILOR Retail Joint Venture GmbH, Bregenz.

23. VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen haben wie im Vorjahr ausnahmslos eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr. Ihr Buchwert entspricht dem beizulegenden Zeitwert.

Es bestehen die üblichen Eigentumsvorbehalte.

24. SONSTIGE VERBINDLICHKEITEN

Die sonstigen Verbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

Sonstige Verbindlichkeiten

in TEUR	31.12.2011	31.12.2010
Sonstige Steuern (vor allem Umsatzsteuer)	3.498	2.595
Marktwert von Zinssicherungsgeschäften	3.082	3.537
Personalverbindlichkeiten	580	428
Kreditorische Debitoren	466	842
Marktwert von Devisentermingeschäften	–	774
Übrige Verbindlichkeiten	1.040	801
	8.666	8.977
davon langfristig	3.082	3.537
davon kurzfristig	5.584	5.440

25. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

Passive Rechnungsabgrenzungsposten

in TEUR	31.12.2011	31.12.2010
Rechnungsabgrenzungsposten	2.763	3.973
davon langfristig	1.446	2.775
davon kurzfristig	1.317	1.198

Für die durchgeführte Ausgliederung des Logistikbereichs an DHL hat die Gesellschaft in 2008 ein sogenanntes Up-front-Payment in Höhe von 5,9 Mio. EUR erhalten, welcher im passiven Rechnungsabgrenzungsposten ausgewiesen und linear aufgelöst wird.

E. MANAGEMENT VON FINANZRISIKEN UND FINANZDERIVATEN

KAPITALSTEUERUNG

Die Kapitalsteuerung des TOM TAILOR-Konzerns dient der Sicherstellung der Unternehmensfortführung, der Gewährleistung einer adäquaten Verzinsung des Eigenkapitals sowie der Optimierung der Kapitalstruktur.

Der Konzern steuert seine Kapitalstruktur unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen durch die Aufnahme und Tilgung von Verbindlichkeiten, durch die von Eigenkapitalgebern indizierten Eigenkapitalmaßnahmen und durch den Einsatz von Finanzinstrumenten zur Absicherung von zukünftigen Zahlungsströmen.

Die Darlehensgewährung der Kreditinstitute ist abhängig von der Einhaltung finanzieller Kennzahlen (Financial Covenants), für deren Berechnung der nach internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IFRS) aufgestellte Konzernabschluss maßgeblich ist.

Die Überwachung der Kapitalstruktur erfolgt primär durch Cashflow-relevante Kennzahlen (bereinigtes EBITDA/liquiditätswirksames Zinsergebnis, Nettoverschuldung/bereinigtes EBITDA).

Damit dient die Zins- und Tilgungsfähigkeit der Unternehmensgruppe als wesentliches Kapitalsteuerungsinstrument.

Das Eigenkapital beträgt 113.742 TEUR (2010: 100.241 TEUR) und ist in den Vorjahren durch einen in 2006 durchgeführten Unternehmenszusammenschluss beeinflusst worden, der zu einer bilanziellen Eigenkapitalrückgewähr von 93.806 TEUR geführt hat.

Im Vorjahr war das Eigenkapital sowohl durch den Börsengang beeinflusst worden, bei dem TOM TAILOR insgesamt ein Bruttoemissionserlös von 143,0 Mio. EUR zugeflossen ist, als auch durch die Umwandlung von Gesellschafterdarlehen in Eigenkapital in Höhe von insgesamt 25,0 Mio. EUR.

Im Geschäftsjahr 2011 ist das Eigenkapital im Wesentlichen durch den Jahresüberschuss 2011 sowie die Entnahme aus der Kapitalrücklage in Höhe von 17,6 Mio. EUR gekennzeichnet.

Die finanzielle Strategie des TOM TAILOR-Konzerns besteht darin, durch den operativ generierten Cashflow zukünftig die Verschuldung weiter zu reduzieren und die Eigenkapitalbasis weiter zu stärken.

EINSATZ UND STEUERUNG VON FINANZINSTRUMENTEN

Die finanziellen Verbindlichkeiten umfassen insbesondere Bankdarlehen, Finanzierungsleasingverhältnisse sowie Verpflichtungen aus Lieferungen und Leistungen. Der Hauptzweck dieser finanziellen Verbindlichkeiten ist die Finanzierung der Geschäftstätigkeit des Konzerns. Der Konzern verfügt über verschiedene finanzielle Vermögenswerte wie zum Beispiel Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Zahlungsmittel, die unmittelbar aus seiner Geschäftstätigkeit resultieren.

Des Weiteren verfügt der Konzern auch über derivative Finanzinstrumente. Hierzu gehören vor allem Zinssicherungsgeschäfte (Zinsscap- und Zinsswapvereinbarungen) und Devisentermingeschäfte. Zweck dieser derivativen Finanzinstrumente ist die Absicherung gegen Zins- und Währungsrisiken, die aus der Geschäftstätigkeit des Konzerns und seinen Finanzierungsquellen resultieren. Der Einsatz derivativer Finanzinstrumente unterliegt internen Richtlinien und Kontrollmechanismen.

BEIZULEGENDE ZEITWERTE VON FINANZINSTRUMENTEN

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte der im Konzernabschluss erfassten Finanzinstrumente:

Beizulegende Zeitwerte Finanzinstrumente

in TEUR	Kategorie nach IAS 39	Buchwert		Beizulegender Zeitwert	
		2011	2010	2011	2010
Finanzielle Vermögenswerte					
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Vermögenswerte	lar	56.061	46.260	56.061	46.260
Flüssige Mittel	lar	9.376	22.483	9.376	22.483
Zur Zins- bzw. Währungssicherung eingesetzte Derivate ohne Hedging-Beziehungen	fvtpl	387	13	387	13
Zur Zins- bzw. Währungssicherung eingesetzte Derivate mit Hedging-Beziehungen	n.a.	4.237	–	4.237	–
Finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten ggü. Kreditinstituten					
Akquisitionskredit	flac	57.380	59.612	57.380	59.612
Übrige Bankverbindlichkeiten	flac	3.195	–	3.195	–
Verpflichtungen aus Finance Lease	flac	12.823	9.404	12.823	9.404
Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	flac	3.741	5.593	3.741	5.593
Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	fvtpl	6.840	–	6.840	–
Zur Zins- bzw. Währungssicherung eingesetzte Derivate ohne Hedging-Beziehungen	fvtpl	3.082	3.537	3.082	3.537
Zur Zins- bzw. Währungssicherung eingesetzte Derivate mit Hedging-Beziehungen	n.a.	–	774	–	774
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie übrige Verbindlichkeiten					
	flac	62.456	59.803	62.456	59.803

flac = financial liabilities measured at amortised cost (zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten);

fvtpl = fair value through profit or loss (erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte/finanzielle Verbindlichkeiten);

lar = loans and receivables (ausgereichte Kredite und Forderungen)

Die auf die Nominalbeträge bezogenen Marktwerte der derivativen Finanzinstrumente berücksichtigen keine gegenläufigen Wertentwicklungen aus Grundgeschäften. Sie entsprechen nicht notwendigerweise den Beträgen, die der Konzern zukünftig unter aktuellen Marktbedingungen erzielen wird bzw. zu zahlen hat.

Die zum Bilanzstichtag bestehenden Sicherungsgeschäfte erfüllen mit Ausnahme der zu Zinssicherungszwecken abgeschlossenen Derivate die in IAS 39 genannten Anforderungen an das sog. „hedge accounting“. Sämtliche Marktwertänderungen von Derivaten, denen eine wirksame Hedging-Beziehung zugrunde liegt, werden erfolgsneutral

im kumulierten übrigen Eigenkapital erfasst (4.237 TEUR; 2010: 774 TEUR). Derivate ohne wirksame Hedging-Beziehungen werden sofort ergebniswirksam in die Gewinn- und Verlustrechnung gebucht (387 TEUR).

Die Marktwerte von Zahlungsmitteln und Zahlungsmittel-äquivalenten, von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstigen Forderungen, von Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, von sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten sowie revolving-ähnlichen Kreditfazilitäten entsprechen den Buchwerten. Dies liegt vor allem an den kurzen Laufzeiten solcher Instrumente.

Insbesondere Liefer- und Leistungsforderungen werden vom Konzern vornehmlich basierend auf der Kreditwürdigkeit der einzelnen Kunden bewertet. Basierend auf dieser Bewertung werden Wertberichtigungen vorgenommen, um erwarteten Ausfällen dieser Forderungen Rechnung zu tragen. Zum 31. Dezember 2011 unterschieden sich die Buchwerte dieser Forderungen, abzüglich der Wertberichtigungen, nicht wesentlich von ihren anzunehmenden beizulegenden Werten.

Den Marktwert von Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und sonstige Finanzschulden, Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing sowie sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten bestimmt TOM TAILOR grundsätzlich durch Abzinsung der erwarteten zukünftigen Zahlungsströme mit den für ähnliche Finanzschulden mit vergleichbarer Restlaufzeit geltenden Zinsen. Der Konsortialkredit der Banken wird zu aktuellen Marktkonditionen verzinst, sodass sich dessen Buchwert und beizulegender Zeitwert zum Bilanzstichtag weitgehend entsprechen.

Für Finanzinstrumente, die zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden und für die keine in einem aktiven Markt quotierten Preise vorliegen, erfolgt die Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts mittels finanzmathematischer Verfahren. Dabei wird vor allem das Discounted-Cash-flow-Verfahren verwendet. Diesem liegen Prognosen und Annahmen des Managements zur Umsatz- und Ergebnisentwicklung, zu Investitionen, Wachstumsraten und Diskontierungszinssätzen zugrunde.

In die Kategorie der erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Verbindlichkeiten wurden die Kaufpreisverbindlichkeiten aus dem Erwerb des 51-%-Anteils an der TOM TAILOR Retail Joint Venture GmbH mit Sitz in Bregenz/Österreich sowie aus der Store-Übernahme in die TOM TAILOR South Eastern Europe Holding GmbH, Wörgl/Österreich, und deren Tochtergesellschaften eingestuft. Hierbei handelt es sich um bedingte Kaufpreiszahlungen, deren Höhe sich an dem jeweils aktuellen Marktwert der Anteile orientiert.

Der Konzern schließt derivative Finanzinstrumente ausschließlich mit Finanzinstituten mit guter Bonität ab. Die Zinssicherungsinstrumente (Zinsswap/-cap) sowie die Devisenterminkontrakte werden unter Anwendung eines Bewertungsverfahrens mit am Markt beobachtbaren Input-Parametern bewertet. Zu den am häufigsten angewandten Bewertungsverfahren gehören Forward-Preis- und Swap-Modelle unter Verwendung von Barwertberechnungen. Die Modelle beziehen verschiedene Größen ein wie z. B. die Bonität der Geschäftspartner, Devisen-Kassa- und Termin-Kurse und die Zinsstrukturkurven.

Der Konzern verwendet folgende Hierarchie zur Bestimmung und zum Ausweis beizulegender Zeitwerte von Finanzinstrumenten je Bewertungsverfahren:

- Stufe 1: notierte (unangepasste) Preise auf aktiven Märkten für gleichartige Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten
- Stufe 2: Verfahren, bei denen sämtliche Input-Parameter, die sich wesentlich auf den erfassten beizulegenden Zeitwert auswirken, entweder direkt oder indirekt beobachtbar sind
- Stufe 3: Verfahren, die Input-Parameter verwenden, die sich wesentlich auf den erfassten beizulegenden Zeitwert auswirken und nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren

Die nachstehenden Tabellen stellen die Finanzinstrumente für das Geschäftsjahr 2011 und 2010 dar, deren Folgebewertung zum beizulegenden Zeitwert vorgenommen wird.

Beizulegende Zeitwerte Finanzinstrumente

in TEUR	2011	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte				
Zur Zinssicherung eingesetzte Derivate (Zinsscap)	–	–	–	–
Als Cashflow Hedge designierte Sicherungsinstrumente (Devisentermingeschäfte)	4.624	–	4.624	–
	4.624	–	4.624	–
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten				
Zur Zinssicherung eingesetzte Derivate (Zinsswap)	3.082	–	3.082	–
Bedingte Gegenleistungen aus Unternehmenszusammenschlüssen	6.840	–	–	6.840
Als Cashflow Hedge designierte Sicherungsinstrumente (Devisentermingeschäfte)	–	–	–	–
	9.922	–	3.082	6.840

in TEUR	2010	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte				
Zur Zinssicherung eingesetzte Derivate (Zinsscap)	13	–	13	–
	13	–	13	–
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten				
Zur Zinssicherung eingesetzte Derivate (Zinsswap)	3.537	–	3.537	–
Als Cashflow Hedge designierte Sicherungsinstrumente (Devisentermingeschäfte)	774	–	774	–
	4.311	–	4.311	–

Die finanziellen Verbindlichkeiten, die auf einer Bewertung zum beizulegenden Zeitwert der Stufe 3 beruhen, stellen die bedingten Kaufpreiszahlungen aus dem Erwerb der Mehrheitsanteile an der TOM TAILOR Retail Joint Venture GmbH, Bregenz/Österreich, und der Übernahme von 21 Retail-Stores in die TOM TAILOR South Eastern Europe Holding GmbH, Wörgl/Österreich, dar.

Es wurden keine Gewinne oder Verluste im Zusammenhang mit diesen bedingten Gegenleistungen während der Berichtsperiode in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Nettogewinne und -verluste aus Finanzinstrumenten

in TEUR	2011	2010
Forderungen und Ausleihungen	–2.740	–2.976
davon Zinsergebnis	181	221
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	–5.276	–8.660
davon Zinsergebnis	–4.405	–9.460
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte/Verbindlichkeiten	–1.502	–1.696
davon Zinsergebnis	–2.343	–3.150

Die Nettogewinne und -verluste aus Finanzinstrumenten umfassen Bewertungsergebnisse, das Fortschreiben von Agien und Disagien, die Erfassung und das Stornieren von Aufwendungen aus Wertminderungen, Ergebnisse aus der Währungsumrechnung sowie Zinsen und alle sonstigen Ergebniswirkungen aus Finanzinstrumenten. Im Posten

„Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte/Verbindlichkeiten“ sind nur Ergebnisse aus solchen Instrumenten enthalten, die nicht als Sicherungsinstrumente im Rahmen einer Sicherungsbeziehung nach IAS 39 designiert sind.

Die sich aus den Finanzinstrumenten ergebenden wesentlichen Risiken des Konzerns umfassen zinsbedingte Cashflow-Risiken sowie Liquiditäts-, Währungs- und Kreditrisiken. Die Unternehmensleitung beschließt Strategien und Verfahren zur Steuerung einzelner Risikoarten, die im Folgenden dargestellt werden.

MARKTRISIKO

Marktrisiko ist das Risiko, dass der beizulegende Zeitwert oder künftige Cashflows eines Finanzinstruments aufgrund von Änderungen der Marktpreise schwanken.

Der Konzern ist aufgrund seiner Aktivitäten im Wesentlichen finanziellen Risiken aus der Änderung von Wechselkursen (siehe „Währungsrisiken“, unten) und Zinssätzen (siehe „Zinsänderungsrisiken“, unten) ausgesetzt. Darüber hinaus beeinflussen Kreditrisiken (siehe „Kreditrisiko“, unten) sowie Liquiditätsrisiken (siehe „Liquiditätsrisiko“, unten) die operative Tätigkeit des Konzerns.

Es werden derivative Finanzinstrumente abgeschlossen, um die bestehenden Zins- und Wechselkursrisiken zu steuern. Hierzu gehören:

- Devisentermingeschäfte zur Absicherung des Wechselkursrisikos, welches aus dem Import von vornehmlich im asiatischen Raum produzierten Bekleidungsartikeln resultiert.
- Zinsswap-/capvereinbarungen zur Minderung des Risikos steigender Zinssätze bei variabel verzinslichen finanziellen Verbindlichkeiten.

Die Sensitivitätsanalysen in den folgenden Abschnitten beziehen sich jeweils auf den Stand zum 31. Dezember 2011 bzw. 2010.

Die Sensitivitätsanalysen wurden auf der Grundlage der am 31. Dezember 2011 bestehenden Sicherungsbeziehungen

und unter der Prämisse erstellt, dass die Nettoverschuldung, das Verhältnis von fester und variabler Verzinsung von Schulden und Derivaten und der Anteil von Finanzinstrumenten in Fremdwährung konstant bleiben.

a) Kreditrisiko

Die Gesellschaft ist aus ihrem operativen Geschäft und aus bestimmten Finanzierungsaktivitäten heraus einem Adressenausfallrisiko ausgesetzt.

Zur Minimierung des Ausfallrisikos im operativen Geschäft werden die Außenstände zentral und fortlaufend überwacht. Der Konzern schließt Geschäfte ausschließlich mit kreditwürdigen Dritten ab. Alle Kunden, die mit dem Konzern Geschäfte auf Kreditbasis abschließen möchten, werden einer Bonitätsprüfung unterzogen. Darüber hinaus wird dem Risiko durch den Abschluss von Delkredereversicherungen sowie die Einholung von Sicherheiten begegnet. Erkennbaren Ausfallrisiken wird mittels Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen.

Im Finanzierungsbereich wird das Risiko des Ausfalls des jeweiligen Kontrahenten durch die Auswahl von Bankinstituten mit guter und sehr guter Bonität begrenzt.

Das maximale Ausfallrisiko wird durch die Buchwerte der in der Bilanz angesetzten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie der flüssigen Mittel wiedergegeben.

b) Liquiditätsrisiko

Um die jederzeitige Zahlungsfähigkeit sowie die finanzielle Flexibilität des Konzerns sicherzustellen, wird eine revolving Liquiditätsplanung erstellt, die die Liquiditätszu- und -abflüsse sowohl auf kurzfristige als auch auf mittelfristige Sicht abbildet. Sofern erforderlich, wird eine Liquiditätsreserve in Form von Kreditlinien und Barmitteln vorgehalten.

Die Fristigkeitenanalyse der finanziellen Verbindlichkeiten mit vertraglichen Restlaufzeiten sowie der erwartete Zinsdienst sind den folgenden Tabellen zu entnehmen.

Fristigkeitenanalyse im Berichtsjahr

in TEUR	Originäre finanzielle Verbindlichkeiten			Verbindlichkeiten aus Derivaten	
	Verbindlichkeiten ggü. Kreditinstituten	Finance Lease	Übrige Verbindlichkeiten	Zins-sicherung	Währungs-sicherung
Buchwert 31. Dez. 2011	60.575	12.823	73.037	3.082	-
Cashflow 2012					
Zinsdienst	3.187	869	172	1.658	-
Tilgung	-	4.070	63.416	-	-
Cashflow 2013–2016					
Zinsdienst	4.409	1.059	122	1.604	-
Tilgung	60.575	8.753	9.621	-	-
Cashflow 2017 f.					
Zinsdienst	-	-	-	-	-
Tilgung	-	-	-	-	-

Fristigkeitenanalyse im Vorjahr

in TEUR	Originäre finanzielle Verbindlichkeiten			Verbindlichkeiten aus Derivaten	
	Verbindlichkeiten ggü. Kreditinstituten	Finance Lease	Übrige Verbindlichkeiten	Zins-sicherung	Währungs-sicherung
Buchwert 31. Dez. 2010	59.612	9.404	65.396	3.537	774
Cashflow 2011					
Zinsdienst	2.952	708	166	1.499	-
Tilgung	2.232	3.000	60.524	-	774
Cashflow 2012–2015					
Zinsdienst	6.274	836	267	2.498	-
Tilgung	57.380	6.253	4.872	-	-
Cashflow 2016 f.					
Zinsdienst	-	1	-	-	-
Tilgung	-	151	-	-	-

Für die Cashflows aus dem erwarteten Zinsdienst wurde zur Vereinfachung eine konstante Zinsstrukturkurve unterstellt.

c) Währungsrisiken

Die Währungsrisiken des Konzerns resultieren aus der operativen Tätigkeit. Der Konzern beschafft einen Teil seiner Waren in US-Dollar. Zur Absicherung gegen Risiken aus Wechselkursänderungen wurden im Berichtsjahr Devisentermingeschäfte abgeschlossen.

Im Berichtsjahr erfolgte eine Zuordnung von Zahlungsmittelzuflüssen aus diesen Devisentermingeschäften zu konkreten

erwarteten Zahlungsmittelabflüssen aus Warenbeschaffungen, sodass die abgeschlossenen Devisentermingeschäfte als Cashflow Hedge (Absicherung von Zahlungsströmen aus künftigen Transaktionen) designiert wurden. Zum Bilanzstichtag wurden die Devisentermingeschäfte mit ihren beizulegenden Zeitwerten bewertet. Die beizulegenden Zeitwerte wurden von den Banken anhand der Wechselkurse laufzeitäquivalenter Sicherungsgeschäfte zum Bilanzstichtag bewertet. Der beizulegende Zeitwert der zum Bilanzstichtag vorhandenen Devisentermingeschäfte in Höhe von 4.624 TEUR (2010: 774 TEUR) wurde unter Berücksichtigung latenter Steuern in Höhe von 1.388 TEUR (2010: 232 TEUR), soweit die Sicherungsbeziehung als effektiv bewertet wurde, erfolgsneutral in die Rücklage für Sicherungsgeschäfte eingestellt und korrespondierend im sonstigen Ergebnis erfasst. In das Periodenergebnis wurden die Vorjahresbeträge einbezogen. Die Ausführung der abgesicherten künftigen Warenbeschaffungen und somit auch die Zahlungsströme werden sämtlich im Jahr 2012 erwartet.

Devisentermingeschäfte, die keiner Sicherungsbeziehung zugewiesen waren, führten im Berichtsjahr zu einem Ergebnisbeitrag von 270 TEUR (2010: 1.254 TEUR).

Darüber hinaus sind die Schweizer Konzerngesellschaften einem Währungsrisiko ausgesetzt, das aus den in Euro abgerechneten Geschäftsbeziehungen zu TOM TAILOR resultiert.

Im Wesentlichen bestehen im Konzern auf fremde Währungen lautende Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen wie folgt:

Währungsrisiko – Berichtsjahr

31. Dezember 2011				
	Betrag in Landeswährung TCHF	Stichtagskurs CHF/EUR 1,25 TEUR	Betrag in Landeswährung TUSD	Stichtagskurs USD/EUR 1,29 TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.202	988	–	–
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	–	–	11.392	8.809
	1.202	988	11.392	8.809

Im Vorjahr bestanden im Konzern die folgenden auf fremde Währungen lautenden Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen:

Währungsrisiko – Vorjahr

31. Dezember 2010				
	Betrag in Landeswährung TCHF	Stichtagskurs CHF/EUR 1,25 TEUR	Betrag in Landeswährung TUSD	Stichtagskurs USD/EUR 1,34 TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.549	1.237	–	–
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	–	–	14.479	10.836
	1.549	1.237	14.479	10.836

Das Gesamtergebnis aus Fremdwährungsgewinnen und -verlusten (ohne Derivate) belief sich im Geschäftsjahr auf –871 TEUR (2010: 800 TEUR).

Gemäß IFRS 7 erstellt der Konzern Sensitivitätsanalysen in Bezug auf die Währungsrisiken, mittels derer die Auswirkungen hypothetischer Änderungen von relevanten Risikovariablen auf Ergebnis und Eigenkapital ermittelt werden. Die periodischen Auswirkungen werden bestimmt, indem die hypothetischen Änderungen der Risikovariablen auf den Bestand der Finanzinstrumente zum Abschlussstichtag bezogen werden. Dabei wird unterstellt, dass der Bestand zum Abschlussstichtag repräsentativ für das Gesamtjahr ist. Den Währungssensitivitätsanalysen liegen die folgenden Annahmen zugrunde:

- Der überwiegende Teil der originären Finanzinstrumente (Wertpapiere, Forderungen, flüssige Mittel, Schulden) ist unmittelbar in der funktionalen Währung Euro denominated. Sofern diese Finanzinstrumente nicht in Euro denominated sind, werden diese in die Sensitivitätsanalysen einbezogen.
- Währungskursbedingte Veränderungen der Marktwerte von Devisenderivaten wirken sich auf das Eigenkapital aus (Rücklage für Sicherungsgeschäfte).
- Wesentliche Auswirkungen ergeben sich aus der Änderung des Wechselkurses des US-Dollars bzw. des

Schweizer Franken gegenüber dem Euro. Die Änderung des Wechselkurses weiterer Währungen hat nur unwesentliche Auswirkungen und wird daher nicht gesondert betrachtet.

Wäre der Euro zum Bilanzstichtag gegenüber dem US-Dollar um 10 % aufgewertet (abgewertet) gewesen, wäre das Währungsergebnis aus den in US-Dollar bilanzierten Verbindlichkeiten um 768 TEUR höher bzw. 939 TEUR niedriger gewesen (2010: 978 TEUR höher bzw. 1.196 TEUR niedriger). Im Vergleich dazu wäre die im Eigenkapital ausgewiesene Rücklage für Sicherungsgeschäfte aus den in US-Dollar abgeschlossenen Devisentermingeschäften um 7.081 TEUR niedriger bzw. um 8.620 TEUR höher (2010: 3.911 TEUR niedriger bzw. 3.407 TEUR höher) gewesen.

Eine 10-%-Aufwertung (Abwertung) des Euro gegenüber dem Schweizer Franken hätte zu einer um 178 TEUR höheren bzw. 217 TEUR geringeren Rücklage für Differenzen aus der Währungsumrechnung für nicht in der Berichtswährung erstellte Jahresabschlüsse geführt (2010: 493 TEUR höher bzw. 602 TEUR niedriger).

d) Zinsänderungsrisiken

Der Konzern unterliegt Zinsrisiken hauptsächlich in der Euro-Zone. TOM TAILOR nutzt zur Zinsabsicherung von variabel verzinslichen Krediten derivative Finanzinstrumente.

Zur Begrenzung von Zinsänderungsrisiken besteht eine Zinsbegrenzungsvereinbarung (Zinscap) mit einer Laufzeit vom 30. Juni 2006 bis zum 31. Dezember 2012. Der Zinscap wird zur Absicherung der Darlehen herangezogen. Durch den abgeschlossenen Zinscap wird der an den Drei-Monats-EURIBOR gekoppelte Zinssatz der Bankdarlehen auf 3,75 % begrenzt.

Darüber hinaus besteht ein Zinsswap mit einer Laufzeit bis zum 31. Dezember 2013. Die Laufzeit und der Nominalbetrag korrespondieren mit den zugrunde liegenden Bankdarlehen. Die Gesellschaft erhält einen variablen Zinssatz auf Basis des Drei-Monats-EURIBOR und zahlt einen festen Zinssatz von 3,7875 %.

Die nachstehende Aufstellung zeigt zusammengefasst die Nominalbeträge, Buchwerte und Marktwerte der eingesetzten Zinssicherungsprodukte:

Zinssicherungsgeschäfte

in TEUR	2011	2010
Nominalwert	72.380	94.612
Buchwert	-3.082	-3.523
beizulegender Zeitwert	-3.082	-3.523

Im Finanzergebnis werden im Berichtsjahr Zinserträge von 454 TEUR (2010: Zinsertrag 1.454 TEUR) der erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Zinssicherungsinstrumente ausgewiesen.

Zinsänderungsrisiken werden gemäß IFRS 7 mittels Sensitivitätsanalysen dargestellt. Diese stellen die Effekte von Änderungen der Marktzinssätze auf Zinszahlungen, Zinserträge und -aufwendungen, andere Ergebnisteile sowie gegebenenfalls auf das Eigenkapital dar. Den Zins-sensitivitätsanalysen liegen die folgenden Annahmen zugrunde:

- Marktzinssatzänderungen von originären Finanzinstrumenten mit fester Verzinsung wirken sich nur dann auf das Ergebnis aus, wenn diese zum beizulegenden Zeitwert bewertet sind. Demnach unterliegen alle zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten Finanzinstrumente mit fester Verzinsung keinen Zinsänderungsrisiken im Sinne von IFRS 7.
- Marktzinssatzänderungen wirken sich auf das Zinsergebnis von originären, variabel verzinslichen Finanzinstrumenten aus und werden daher bei den ergebnisbezogenen Sensitivitätsberechnungen berücksichtigt.
- Marktzinssatzänderungen von Zinsderivaten haben Auswirkungen auf das Zinsergebnis (Bewertungsergebnis aus der Anpassung der finanziellen Vermögenswerte an den beizulegenden Zeitwert sowie Zinsergebnis aus den Zinszahlungsströmen des Berichtsjahres) und werden daher bei den ergebnisbezogenen Sensitivitätsberechnungen berücksichtigt.

Wäre das Marktzinsniveau zum Bilanzstichtag um 100 Basispunkte höher (niedriger) gewesen, dann wäre das Zinsergebnis um 1.061 TEUR höher bzw. um 1.084 TEUR niedriger (2010: 1.530 TEUR höher bzw. 1.524 TEUR niedriger) ausgefallen.

e) Sonstige Preisrisiken

Im Berichtsjahr und im Vorjahr war der Konzern keinen wesentlichen sonstigen Preisrisiken ausgesetzt.

F. ERLÄUTERUNGEN ZUR KAPITALFLUSSRECHNUNG

Die Kapitalflussrechnung zeigt, wie sich die flüssigen Mittel des Konzerns durch Mittelzu- und -abflüsse im Laufe des Berichtsjahres verändert haben. Entsprechend IAS 7 („Cash-flow Statements“) wird zwischen Zahlungsströmen aus laufender Geschäftstätigkeit und aus Investitions- bzw. Finanzierungstätigkeit unterschieden.

Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds umfasst alle in der Bilanz ausgewiesenen liquiden Mittel, d. h. Kassenbestände, Schecks und Guthaben bei Kreditinstituten, soweit sie innerhalb von drei Monaten ohne nennenswerte Wertschwankungen verfügbar sind.

Die Mittelabflüsse aus der Investitionstätigkeit beliefen sich im Geschäftsjahr 2011 auf 22,3 Mio. EUR im Vergleich zu 26,7 Mio. EUR im Vorjahr. Zu diesem Rückgang haben vor allem Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen beigetragen, die der Wachstumsstrategie folgend durch den weiteren Ausbau der Verkaufsflächen in den beiden Segmenten Wholesale und Retail bedingt sind.

Die Zugänge an geleasteten immateriellen Vermögenswerten des Anlagevermögens und Sachanlagen, die als „Finance Lease“ klassifiziert wurden, wurden aufgrund ihrer Zahlungsunwirksamkeit mit der ebenfalls zahlungsunwirksamen Veränderung der Finanzschulden, denen die Verbindlichkeiten aus „Finance Lease“-Verträgen zugeordnet sind, verrechnet.

Der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit betrug 5,2 Mio. EUR in der Berichtsperiode gegenüber einem Mittelzufluss von 27,8 Mio. EUR im Vorjahr. Die saisonal bedingte Inanspruchnahme der vorhandenen Bankkredit-

linien sowie die Rückführung von sonstigen Finanzverbindlichkeiten haben zu diesem Mittelabfluss geführt. Der Mittelzufluss im Vorjahr war bedingt durch den erfolgreichen Börsengang der TOM TAILOR Holding AG und den hieraus erzielten Bruttoemissionserlös in Höhe von 143,0 Mio. EUR, verrechnet mit Abflüssen für durch die Eigenkapitalbeschaffung entstandene Transaktionskosten von 5,4 Mio. EUR und die Sondertilgung der Bankdarlehen sowie der Gesellschafterdarlehen.

Im Rahmen der Finanzierungstätigkeit bestanden zum 31. Dezember 2011 nicht in Anspruch genommene Kreditlinien in Höhe von 33,1 Mio. EUR (2010: 26,3 Mio. EUR).

Die Einflüsse aus wechselkursbedingten Änderungen der flüssigen Mittel betreffen im Wesentlichen die Schweizer Tochtergesellschaften und wurden gesondert als „wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelfonds“ ausgewiesen.

G. SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Segmentierung nach Geschäftsbereichen 2011 (2010)

in TEUR	Wholesale	Retail	Konsolidierung	Konzern
Umsatzerlöse mit Dritten	257.002 (241.018)	154.648 (106.710)		411.650 (347.728)
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten	64.139 (39.400)		-64.139 (-39.400)	- (-)
Umsatzerlöse	321.141 (280.418)	154.648 (106.710)	-64.139 (-39.400)	411.650 (347.728)
Ergebnis vor Zinsen, Abschreibungen und Ertragsteuern	31.219 (16.850)	16.182 (13.104)	-1.034 (94)	46.367 (30.048)
Wesentliche nicht liquiditätswirksame Aufwendungen	12.080 (7.630)	1.933 (1.490)		14.013 (9.120)

Informationen nach Regionen 2011 (2010)

in TEUR	Deutschland	Ausland	Konzern
Umsatzerlöse	267.025 (238.310)	144.625 (109.418)	411.650 (347.728)
Langfristige Vermögenswerte	157.802 (158.775)	30.608 (18.713)	188.410 (177.488)

Gemäß dem Management-Approach-Ansatz des IFRS 8 werden die Segmente nach den Geschäftsaktivitäten des TOM TAILOR-Konzerns abgegrenzt. Die Aktivitäten des TOM TAILOR-Konzerns werden, wie im Vorjahr, anhand der Distributionsstruktur in die Segmente Wholesale und Retail aufgliedert. Diese Aufteilung entspricht der internen Steuerung und Berichterstattung und berücksichtigt die unterschiedlichen Risiko- und Ertragsstrukturen der Geschäftsbereiche.

Der TOM TAILOR-Konzern bildet die komplette Wertschöpfungskette vom Design über das Produktmanagement und die Warenbeschaffung bis hin zum Vertrieb ab. Der Konzern vertreibt die Marke TOM TAILOR Casual mit den Linien MEN CASUAL, WOMEN CASUAL, KIDS, MINIS, BABY, die Marke TOM TAILOR Denim mit den Linien Denim Male und Denim Female sowie die Marke TOM TAILOR POLO TEAM.

Im Segment Wholesale werden die TOM TAILOR-Produkte über Wiederverkäufer mittels Franchise-Stores, Shop-in-Shops und Multi-Label-Geschäften vertrieben (B2B).

Im Segment Retail werden die Kollektionen der verschiedenen Produktlinien durch eigene Stores – darunter befinden sich Centerstores, Citystores, Flagship Stores und Outlets – sowie über einen webbasierten E-Shop direkt an den Endkunden veräußert (B2C). Einzige Ausnahme bilden die im E-Business enthaltenen E-Kooperationen, die sich über einen Wiederverkäufer an den Endkunden wenden. Aufgrund der internen Steuerung sowie Berichterstattung ist dieser Bereich dem Segment Retail zugeordnet.

Den Segmentinformationen liegen grundsätzlich die gleichen Ausweis- und Bewertungsmethoden wie dem Konzernabschluss zugrunde.

Der TOM TAILOR-Vorstand hat als Erfolgsgröße das für die Steuerung und Berichterstattung verwendete Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) sowie die Umsatzerlöse bestimmt.

Das Zinsergebnis sowie die Steueraufwendungen und -erträge werden vom Management nur auf Gesamtkonzernebene betrachtet.

Eine Angabe der Vermögenswerte und Schulden je Segment wird gemäß dem Management-Approach-Ansatz

nach IFRS 8 nicht gemacht, da diese Informationen nicht auf Segmentebene berichtet werden.

Aufwendungen und Erträge sowie Ergebnisse zwischen den Segmenten werden in der Konsolidierung eliminiert.

Die konzerninternen Umsätze werden zu marktüblichen Bedingungen verrechnet.

Unter den liquiditätsunwirksamen Posten werden im Wesentlichen die Veränderungen der Rückstellungen, die Bewertung der Devisentermingeschäfte sowie Wertberichtigungen auf Vorräte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen.

Die vorstehenden Informationen zu den Segmenterlösen nach Regionen sind nach dem Standort des Kunden gegliedert. Die langfristigen Vermögenswerte nach Regionen setzen sich aus immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen zusammen.

H. SONSTIGE ANGABEN UND ERLÄUTERUNGEN

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Der im Aufwand erfasste Forschungs- und Entwicklungsaufwand beträgt 8.609 TEUR (2010: 8.109 TEUR). Er betrifft die Entwicklung der Kollektionen.

EVENTUALVERBINDLICHKEITEN UND SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

(a) Eventualforderungen und -verbindlichkeiten

Eventualforderungen und -verbindlichkeiten von wesentlicher Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage bestehen zum Bilanzstichtag wie folgt:

Über den Erwerb des Minderheitenanteils von 49 % an der TOM TAILOR South Eastern Europe Holding GmbH, Wörgl/Österreich, besteht eine Kaufoption zugunsten der Tom Tailor GmbH. Die Option kann erstmals drei Jahre nach Vertragsschluss ausgeübt werden und hat dann eine Laufzeit von zwei Jahren.

Darüber hinaus besteht zugunsten der Tom Tailor GmbH eine Kaufoption über den Erwerb des Minderheitenanteils von 49 % an der TOM TAILOR Sourcing Ltd., Hongkong/China. Die Ausübung der Option kann erstmalig zum 1. Januar 2016 erfolgen und hat eine unbestimmte Laufzeit.

Der für die restlichen Anteile zu zahlende Kaufpreis der beiden Kaufoptionen wird sich an dem jeweils aktuellen Marktwert der Anteile orientieren. Da eine verlässliche Bewertung der Kaufoptionen zum Bilanzstichtag nicht möglich war, wurde hierfür kein Wert angegeben.

(b) Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Sonstige finanzielle Verpflichtungen bestehen im Konzern im Wesentlichen aus Miet- und „Operating Lease“-Verträgen in folgendem Umfang:

Sonstige finanzielle Verpflichtungen 2011

31. Dezember 2011				
in TEUR	innerhalb eines Jahres	zwischen ein und fünf Jahren	über fünf Jahre	Gesamt
Mieten (davon Logistik- center Nordport)	32.093 (1.513)	113.251 (6.051)	60.592 (252)	205.936 (7.816)
Ansprüche aus Unter- vermietung Logistik- center Nordport	- 1.513	- 6.051	- 252	- 7.816
Sonstiges „Operating Lease“	1.713	2.470	-	4.183
Übrige	1.780	2.680	60	4.520
	34.073	112.350	60.400	206.823

Sonstige finanzielle Verpflichtungen 2010

31. Dezember 2010				
in TEUR	innerhalb eines Jahres	zwischen ein und fünf Jahren	über fünf Jahre	Gesamt
Mieten (davon Logistik- center Nordport)	25.508 (1.513)	91.884 (6.051)	61.635 (1.765)	179.027 (9.329)
Ansprüche aus Unter- vermietung Logistik- center Nordport	- 1.513	- 6.051	- 1.765	- 9.329
Sonstiges „Operating Lease“	1.424	2.439	40	3.903
Übrige	2.211	5.284	-	7.495
	27.630	93.556	59.910	181.096

Der Anstieg der finanziellen Verpflichtungen aus Mieten resultiert aus der Anmietung neuer Retail- und Outlet-Stores.

Die übrigen sonstigen finanziellen Verpflichtungen betreffen im Wesentlichen Mindest-Abnahmeverpflichtungen aus einem Logistik-Outsourcing-Vertrag.

ERGÄNZENDE ANGABEN ZU MIET- UND LEASINGVERHÄLTNISSEN

Die im Berichtsjahr aufwandswirksam erfassten Zahlungen aus Leasingverträgen betragen 6.199 TEUR (2010: 5.130 TEUR). Hierbei handelt es sich ausschließlich um Mindestleasingzahlungen. Bedingte Mietzahlungen fielen im Berichtsjahr in Höhe von 520 TEUR (2010: 217 TEUR) an. Leasingraten für Untermietverhältnisse von wesentlicher Bedeutung sind weder im Geschäftsjahr 2011 noch in 2010 angefallen.

Im Berichtsjahr wurden Aufwendungen für Sonstige „Operating Lease“-Verhältnisse in Höhe von 1.225 TEUR (2010: 1.063 TEUR) berücksichtigt.

Untermietverhältnisse bestanden im Berichtsjahr und im Vorjahr abgesehen von der Mietverpflichtung für das Logistikcenter Nordport nur in unwesentlichem Umfang. Wir verweisen auf die Ausführungen unter „(b) Sonstige finanzielle Verpflichtungen“.

FREMDKAPITALKOSTEN

In der Berichtsperiode wurden aufgrund der Nichtexistenz eines qualifizierenden Vermögenswerts, für den ein beträchtlicher Zeitraum erforderlich ist, um ihn in seinen gebrauchsfähigen oder verkaufsfähigen Zustand zu versetzen, keine Fremdkapitalkosten aktiviert.

RECHTSSTREITIGKEITEN

Die Gesellschaft oder ihre Tochtergesellschaften sind nicht an Gerichts- oder Schiedsverfahren mit erheblichem Einfluss auf die Lage des Konzerns beteiligt.

BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Nach IAS 24 („Related Party Disclosures“) müssen Beziehungen zu Personen oder Unternehmen, die den Konzern beherrschen oder von ihm beherrscht werden, angegeben werden, soweit diese nicht als konsolidiertes Unternehmen in den Konzernabschluss der Gesellschaft einbezogen werden.

Als nahestehende Personen des TOM TAILOR-Konzerns kommen grundsätzlich Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sowie die Unternehmen in Betracht, die von Organmitgliedern beherrscht werden oder auf die Organmitglieder einen Einfluss ausüben können. Darüber hinaus kommen Beziehungen zu Gemeinschaftsunternehmen und zu assoziierten Unternehmen in Betracht.

Gemeinschaftsunternehmen und assoziierte Unternehmen

Der TOM TAILOR-Konzern ist an einer Gesellschaft in Nordirland beteiligt, zu der er Beziehungen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit unterhält.

Bei der nordirischen Gesellschaft handelt es sich um die TT OFF SALE (NI) LTD., Belfast/Vereinigtes Königreich von Großbritannien und Nordirland, und deren 100%ige Tochtergesellschaft TT OFF SALE (Ireland) LTD., Dublin/Irland, an der die Tom Tailor GmbH unmittelbar bzw. mittelbar zu 49% im Rahmen einer Franchise-Kooperation beteiligt ist. Die TT Off Sale (NI) LTD. wird vom Partner operativ geführt. Die an die Gesellschaft erbrachten Lieferungen und Leis-

tungen belaufen sich im Berichtsjahr auf 1.024 TEUR (2010: 1.052 TEUR). Die Forderungen gegen die Gesellschaft betragen zum 31. Dezember 2011 bzw. zum 31. Dezember 2010 2.535 TEUR bzw. 3.112 TEUR.

Nahestehende Personen

(a) Vorstand

- Herr Dieter Holzer, Kaufmann, Ravensburg (Vorstandsvorsitzender)
- Herr Dr. Axel Rebien, Kaufmann, Quickborn
- Herr Christoph Rosa, Kaufmann, Schweinfurt
- Herr Dr. Marc Schumacher, Kaufmann, Hamburg (seit 1. Juli 2011)

Im Berichtsjahr übten die Mitglieder des Vorstands keine Mitgliedschaften in anderen Aufsichtsräten und Kontrollgremien aus.

Vergütung der Mitglieder des Vorstands Aktienbasierte Vergütungssysteme

Am 20. Januar 2010 hat der Aufsichtsrat beschlossen, für die Mitglieder des Vorstands ein aktienbasiertes Vergütungssystem („Matching Stock Programm“ oder kurz „MSP“) zu implementieren. Die Laufzeit des MSP beträgt insgesamt 14 Jahre, beginnend mit dem Tag der Erstnotiz. Das MSP dient der Zusammenführung gleichgelagerter Interessen des Vorstands und der Aktionäre.

Das MSP umfasst insgesamt fünf Tranchen. Die erste Tranche wurde mit dem Tag der Erstnotiz zugeteilt, die weiteren werden je ein Jahr nach der jeweils vorangegangenen Tranche zugeteilt. Die Vorstände müssen im Zeitpunkt der Zuteilung der jeweiligen Tranche in einem ungekündigten Dienst- oder Anstellungsverhältnis mit der TOM TAILOR Holding AG stehen und sich im Besitz von Aktien an der TOM TAILOR Holding AG (der „MSP-Aktien“) befinden. Jede „MSP-Aktie“ berechtigt zum Bezug von 0,4 (Vorstandsvorsitzender) bzw. drei (übrige Vorstandsmitglieder) Phantom Stocks pro Tranche. Die Ausübung der zugeteilten Phantom Stocks unterliegt einer Sperrfrist von vier Jahren ab Zuteilung der jeweiligen Tranche. Sie erfolgt automatisch in definierten Ausübungsfenstern, wenn die Ausübungshürde erreicht worden ist, ein MSP-Gewinn festgestellt werden kann und ein Teilnehmer der Ausübung nicht rechtzeitig widersprochen hat. Die Ausübungshürde ist erreicht, wenn die Performance der TOM TAILOR Holding AG-Aktie diejenige des SDAX® seit Zuteilung der jeweiligen Tranche übertrifft. Bei

Ausübung wird den Vorständen die Differenz aus dem Ausübungskurs und dem Basispreis aller ausgeübten Phantom Stocks, abzüglich Lohnsteuer und weiterer Abgaben, in Aktien der TOM TAILOR Holding AG vergütet. Der ermittelte Betrag, vor Lohnsteuer und Abgaben, ist pro Tranche auf 2,5 % des operativen Betriebsergebnisses (EBITDA) des letzten Konzernabschlusses der TOM TAILOR Holding AG begrenzt.

Das MSP wurde als anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente klassifiziert und bewertet. Ein Barausgleich ist bis auf Spitzenbeträge ausgeschlossen. Der beizulegende Zeitwert der Eigenkapitalinstrumente wurde für alle Tranchen auf Basis eines Monte-Carlo-Modells und unter Berücksichtigung der Bedingungen, zu denen die Phantom Stocks gewährt wurden, geschätzt. Dies berücksichtigt auch die Abbildung der Ausübungshürde sowie die Simulation zukünftiger Ausübungskurse und Basispreise. Der Berechnung der beizulegenden Zeitwerte wurden folgende Parameter zugrunde gelegt:

Zeitwert-Parameter

	Tranche 2010	Tranche 2011
Dividendenrendite	2,50 %	2,50 %
Restlaufzeit (in Jahren)	7,5 – 11,5	8,5 – 11,5
Erwartete Volatilität	31,65 % – 32,90 %	29,25 % – 29,70 %
Risikoloser Zinssatz	3,10 % – 3,54 %	2,90 % – 3,26 %
Aktienkurs zum Bewertungszeitpunkt	12,85 EUR	13,91 EUR
SDAX® Kurs zum Bewertungszeitpunkt	3.832,91	5.466,82
Erwartete Volatilität SDAX®	19,23 % – 19,56 %	19,05 % – 19,46 %

Als Laufzeit wurde jeweils der Zeitraum vom Bewertungsstichtag bis zum Laufzeitende der jeweiligen Tranche herangezogen. Die erwartete Volatilität der Aktie wurde in Ermangelung verfügbarer historischer Daten auf Basis börsennotierter Vergleichsunternehmen ermittelt. Der erwarteten Volatilität liegt die Annahme zugrunde, dass von der historischen Volatilität auf künftige Trends geschlossen werden kann, sodass die tatsächlich eintretende Volatilität von den getroffenen Annahmen abweichen kann. Zu jedem Abschlussstichtag überprüft die Gesellschaft ihre Schätzungen bzgl. der Anzahl der Eigenkapitalinstrumente

sowie Parameter. Abweichungen von der erstmaligen Erfassung der Optionen werden angepasst und in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Im Berichtsjahr wurde aufgrund neuer Informationen eine Schätzungsänderung bezüglich der Annahme zur Fluktuation nach IAS 8 vorgenommen. Die hieraus resultierenden Änderungen wurden in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Der auf Basis dieser Parameter ermittelte gewichtete Durchschnitt der beizulegenden Zeitwerte der in der Berichtsperiode gewährten Phantom Stocks beträgt 3,12 EUR bzw. 3,14 EUR für die bereits im Vorjahr gewährten Phantom Stocks.

Im Rahmen des MSP haben die Vorstände insgesamt 282.000 MSP-Aktien in das Programm eingebracht, wobei 72.500 MSP-Aktien im laufenden Geschäftsjahr eingelegt wurden. 209.500 MSP-Aktien wurden in 2010 zu einem Basispreis von 13,00 EUR sowie die 72.500 neu eingelegten MSP-Aktien zu einem Basispreis von 13,63 EUR eingebracht. Diese eingebrachten MSP-Aktien berechtigen zum Bezug von insgesamt 925.000 Phantom Stocks (davon 220.000 Phantom Stocks in Bezug auf die im Jahr 2011 eingebrachten MSP-Aktien).

Zum Bilanzstichtag sind sämtliche Phantom Stocks ausstehend und nicht ausübbar. Die bisher bestehenden Vergütungsansprüche von Herrn Rosa entfallen aufgrund der Mitteilung an den Aufsichtsrat über die Nichtverlängerung seines Vorstandsanstellungsvertrags über den 31. Januar 2013 hinaus ersatzlos. Die anteilig für Herrn Rosa zum 31. Dezember 2010 gebildete Rückstellung wurde im Berichtsjahr vollständig aufgelöst.

Aus dem MSP ergibt sich für den Berichtszeitraum ein Periodenaufwand für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente in Höhe von 25 TEUR.

Hinsichtlich des Vergütungssystems („Long Term Incentive Programm“ oder kurz „LTI“) wird auf die Ausführungen unter 20. „Sonstige Rückstellungen“ verwiesen.

Organbezüge

in TEUR	2011	2010
Gehälter und kurzfristige Leistungen	3.418	3.326
Sonderzahlungen im Rahmen des Börsengangs	–	2.155
Sonstige langfristige Leistungen (LTI)	477	304
Langfristige anteilsbasierte Vergütungen (MSP)	164	331
	4.059	6.116

Die fixen und variablen Vergütungen wurden unterjährig ausbezahlt bzw. werden kurzfristig nach Feststellung des Jahresabschlusses zur Auszahlung fällig. Die langfristigen Leistungen sind variabel und enthalten zum Bilanzstichtag die Ansprüche der Vorstände aus dem MSP- und LTI-Programm in Höhe von insgesamt 1.066 TEUR (2010: 635 TEUR). Diese Leistungen gelangen frühestens in 2013 bzw. 2014 zur Auszahlung. Die Darstellung der individualisierten Angaben der Vorstandsbezüge gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 6 a Satz 5–8 HGB sind im Vergütungsbericht des Konzernlageberichts dargestellt, auf den verwiesen wird.

Beziehungen zu nahestehenden Personen

Mit Vertrag vom 28. November 2008 hat die Tom Tailor GmbH mit Herrn Georg Michael Rosa, dem Vater des Vorstandsmitglieds Christoph Rosa, einen Vertrag über die Anmietung von Geschäftsräumen zur Betreibung eines eigenen Retail-Stores in Schweinfurt ab dem 1. Januar 2009 abgeschlossen. Dabei handelt es sich um die Verkaufsräume einschließlich Büro- und Nebenräumen mit einer Geschäftsfläche von circa 550 m². Die Vertragslaufzeit beträgt fünf Jahre. Die jährliche Nettokaltmiete beträgt seit 2011 230 TEUR.

Die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern der Geschäftsführung und ihren Hinterbliebenen sind nach IAS 19 mit 108 TEUR (2010: 98 TEUR) zurückgestellt.

Anteilsbesitz der Mitglieder des Vorstands

Der Vorstand hielt am 31. Dezember 2011 bzw. 31. Dezember 2010 die folgende Anzahl von Aktien:

Anteilsbesitz Vorstand

	Anzahl der Aktien 31.12.2011	Anzahl der Aktien 31.12.2010
Dieter Holzer	260.610	259.010
Christoph Rosa	21.000	16.500
Dr. Axel Rebien	12.000	11.000

(b) Aufsichtsrat

In der außerordentlichen Hauptversammlung vom 4. März 2010 wurde die Neufassung der Satzung der TOM TAILOR Holding AG beschlossen. Mit der Satzungsänderung wurde der Aufsichtsrat der Gesellschaft um drei Mitglieder auf sechs Mitglieder erweitert.

Er besteht aus den Mitgliedern:

- Herr Uwe Schröder, Kaufmann, Hamburg (Vorsitzender)
- Herr Thomas Schlytter-Henrichsen, Kaufmann, Königstein/Taunus (stellv. Vorsitzender)
- Herr Andreas W. Bauer, Kaufmann, München
- Herr Andreas Karpenstein, Rechtsanwalt, Düsseldorf
- Herr Dr. Christoph Schug, Unternehmer, Mönchengladbach
- Herr Gerhard Wöhrle, Kaufmann, München

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten nach der Satzung neben dem Ersatz ihrer Auslagen eine fixe Vergütung in Höhe von 40 TEUR beziehungsweise 150 TEUR für den Vorsitzenden und 75 TEUR für den stellvertretenden Vorsitzenden (jeweils zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer, soweit diese anfällt). Die Vergütung wird nach Ablauf der Hauptversammlung fällig, die den Konzernabschluss für das jeweilige Geschäftsjahr entgegennimmt oder über seine Billigung entscheidet.

Herr Uwe Schröder (Vorsitzender) hält mittelbar Anteile an der TOM TAILOR Holding AG. Die Schröder Consulting GmbH als nahestehende Person von Herrn Uwe Schröder bezieht von der Tom Tailor GmbH Sponsoringleistungen im Rahmen des Polosports und der Markenpräsenz von TOM TAILOR. 2011 sind Sponsoringleistungen in Höhe von 350 TEUR gezahlt worden.

Zwischen der TOM TAILOR Holding AG und dem Sohn des Aufsichtsratsvorsitzenden Uwe Schröder, Herrn Oliver Schröder, besteht ein Dienstverhältnis. Herr Oliver Schröder ist seit dem Jahr 1998 bei der TOM TAILOR-Gruppe beschäftigt.

Herr Thomas Schlytter-Henrichsen (stellvertretender Vorsitzender) hält mittelbar Anteile an der TOM TAILOR Holding AG.

Zum 31. Dezember 2011 hielten die Aufsichtsratsmitglieder Herr Dr. Christoph Schug unmittelbar 18.400 Aktien und Herr Bauer unmittelbar 2.000 Aktien.

Herr Gerhard Wöhl ist Mehrheitsgesellschafter der Rudolf Wöhl AG, für die er bis zum 31. März 2010 auch als Vorstandsvorsitzender tätig war. 2011 hat der TOM TAILOR-Konzern Umsatzerlöse in Höhe von rund 3,9 Mio. EUR mit der Rudolf Wöhl AG erzielt. Der Stand der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen belief sich zum 31. Dezember 2011 auf 249 TEUR.

Weitere Mandate der Mitglieder des Aufsichtsrats:

Die Aufsichtsratsmitglieder der TOM TAILOR Holding AG sind gleichzeitig Mitglieder eines Organs der folgenden Gesellschaften:

Uwe Schröder (Vorsitzender des Aufsichtsrats)

- Mitglied des Beirats der eterna Mode GmbH, Passau
- Geschäftsführer der Schröder Consulting GmbH, Flensburg
- Mitglied des Beirats der Kassenhalle Restaurant GmbH & Co. KG, Hamburg
- Vorsitzender des Vorstands des Verbands der Fertigwarenimporteure e.V. (VFI), Hamburg
- Mitglied des Aufsichtsrats (Vorsitzender) der Hansischen Treuhand AG, Hamburg

Thomas Schlytter-Henrichsen (stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats)

- Geschäftsführer der ALPHA Beteiligungsberatung GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main
- Geschäftsführer der ALPHA Management GmbH, Frankfurt am Main
- Geschäftsführer der ACapital Beteiligungsberatung GmbH, Frankfurt am Main
- Geschäftsführer der Agrippina S.à.r.l., Luxemburg
- Geschäftsführer der Bulowayo GmbH, Königstein im Taunus
- Mitglied des Aufsichtsrats der ALPHA ASSOCIES Conseil SAS, Paris, Frankreich
- Mitglied des Aufsichtsrats der Nero AG, Karlsbad

Andreas W. Bauer

- Partner Roland Berger Strategy Consultants, München

Andreas Karpenstein

- Partner und Geschäftsführer Raupach & Wollert-Elmendorf Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Düsseldorf
- Geschäftsführer der Herceus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH, Düsseldorf
- Mitglied des Aufsichtsrats (stellvertretender Vorsitzender) der Trusted Advice AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft/ Steuerberatungsgesellschaft, Düsseldorf

Dr. Christoph Schug

- Geschäftsführer der Consulta Verwaltungs- und Treuhand GmbH, Mönchengladbach
- Mitglied des Aufsichtsrats der Baden-Baden Cosmetics Group AG, Baden-Baden
- Mitglied des Aufsichtsrats der Norma Group AG, Maintal

Gerhard Wöhrl

- Geschäftsführer der Gerhard Wöhrl Beteiligungsgesellschaft mbH, Reichenschwand
- Geschäftsführer der GOVAN Beteiligungs GmbH, Reichenschwand
- Geschäftsführer der GOVAN Holding GmbH & Co. KG, Reichenschwand
- Geschäftsführer der GOVAN Verwaltungs GmbH, Reichenschwand
- Geschäftsführer der GVC Gesellschaft für Venture Capital Beteiligungen mbH, München
- Mitglied des Beirats der Sparkasse Nürnberg, Nürnberg
- Mitglied des Beirats (Vorsitzender) der TETRIS Grundbesitz GmbH & Co. KG, Reichenschwand
- Mitglied des Beirats (Vorsitzender) der TETRIS Grundbesitz Beteiligungsgesellschaft mbH, Reichenschwand

ANGABEN ZUM ANTEILSBESITZ AN DER TOM TAILOR HOLDING AG

Der TOM TAILOR Holding AG ist am 6. Januar 2011 eine Stimmrechtsmitteilung nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaft mit folgendem Inhalt zugegangen:

Fidelity Securities Fund

Fidelity Securities Fund, Boston, Massachusetts, USA, hat uns am 5. Januar 2011 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 4. Januar 2011 die Schwelle von 3 % überschritten hat und zu diesem Tag 3,02 % beträgt. Das entspricht 498.549 Stimmrechten.

Der TOM TAILOR Holding AG sind am 26. Januar 2011 Stimmrechtsmitteilungen nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaften mit folgendem Inhalt zugegangen:

Artisan Partners Limited Partnership

Die Artisan Partners Limited Partnership, Milwaukee, Wisconsin, USA, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 19. Januar 2011 die Schwelle von 3 % überschritten hat und an diesem Tag 3,02 % beträgt. Das entspricht 499.061 Stimmrechten. Diese 3,02 % (entspricht 499.061 Stimmrechten) werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zugerechnet.

Artisan Investments GP LLC

Die Artisan Investments GP LLC, Milwaukee, Wisconsin, USA, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 19. Januar 2011 die Schwelle von 3 % überschritten hat und an diesem Tag 3,02 % beträgt. Das entspricht 499.061 Stimmrechten. Diese 3,02 % (entspricht 499.061 Stimmrechten) werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 und 3 WpHG zugerechnet.

Artisan Partners Holdings LP

Die Artisan Partners Holdings LP, Milwaukee, Wisconsin, USA, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 19. Januar 2011 die Schwelle von 3 % überschritten hat und an diesem Tag 3,02 % beträgt. Das entspricht 499.061 Stimmrechten. Diese 3,02 % (entspricht 499.061 Stimmrechten) werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 und 3 WpHG zugerechnet.

Artisan Investment Corporation

Die Artisan Investment Corporation, Milwaukee, Wisconsin, USA, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 19. Januar 2011 die Schwelle von 3 % überschritten hat und an diesem Tag 3,02 % beträgt. Das entspricht 499.061 Stimmrechten. Diese 3,02 % (entspricht 499.061 Stimmrechten) werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 und 3 WpHG zugerechnet.

ZFIC, INC.

Die ZFIC, Inc., Milwaukee, Wisconsin, USA, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 19. Januar 2011 die Schwelle von 3 % überschritten hat und an diesem Tag 3,02 % beträgt. Das entspricht 499.061 Stimmrechten. Diese 3,02 % (entspricht 499.061 Stimmrechten) werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 und 3 WpHG zugerechnet.

Herr Andrew A. Ziegler

Herr Andrew A. Ziegler, USA, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil am 19. Januar 2011 die Schwelle von 3 % überschritten hat und an diesem Tag 3,02 % beträgt. Das entspricht 499.061 Stimmrechten. Diese 3,02 % (entspricht 499.061 Stimmrechten) werden ihm gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 und 3 WpHG zugerechnet.

Frau Carlene M. Ziegler

Frau Carlene M. Ziegler, USA, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 19. Januar 2011 die Schwelle von 3 % überschritten hat und an diesem Tag 3,02 % beträgt. Das entspricht 499.061 Stimmrechten. Diese 3,02 % (entspricht 499.061 Stimmrechten) werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 und 3 WpHG zugerechnet.

Der TOM TAILOR Holding AG sind am 15. März 2011 Stimmrechtsmitteilungen nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaften mit folgendem Inhalt zugegangen:

Morgan Finance S.A.

Die Morgan Finance S.A., Luxemburg, Luxemburg, hat uns am 14. März 2011 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 8. März 2011 die Schwelle von 10 % unterschritten hat und zu diesem Tag 8,96 % beträgt. Das entspricht 1.481.256 Stimmrechten.

Ar Mor 1 S.A.

Die Ar Mor 1 S.A., Luxemburg, Luxemburg, hat uns am 14. März 2011 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 8. März 2011 die Schwelle von 10 % unterschritten hat und zu diesem Tag 8,96 % beträgt. Das entspricht 1.481.256 Stimmrechten. Diese Stimmrechte werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG von der Morgan Finance S.A. zugerechnet.

ADWAY Corp.

Die ADWAY Corp., Panama City, Panama, hat uns am 14. März 2011 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 8. März 2011 die Schwelle von 10 % unterschritten hat und zu diesem Tag 8,96 % beträgt. Das entspricht 1.481.256 Stimmrechten. Diese Stimmrechte werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG von der Morgan Finance S.A. und der Ar Mor 1 S.A. zugerechnet.

Der TOM TAILOR Holding AG ist am 25. März 2011 eine Stimmrechtsmitteilung nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaft mit folgendem Inhalt zugegangen:

FIL Investment Management Limited

Die FIL Investment Management Limited, Hildenborough, Kent, England, UK, hat uns am 23. März 2011 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 1. Januar 2011 die Schwelle von 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 0,00 % beträgt. Das entspricht 0 Stimmrechten.

Der TOM TAILOR Holding AG ist am 26. April 2011 eine Stimmrechtsmitteilung nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaft mit folgendem Inhalt zugegangen:

Allianz Global Investors Kapitalanlagegesellschaft mbH

Die Allianz Global Investors Kapitalanlagegesellschaft mbH, Frankfurt am Main, Deutschland, hat uns am 21. April 2011 gemäß § 21 Abs. 1 Satz 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 21. April 2011 die Schwelle von 5 % unterschritten hat und zu diesem Tag 4,96 % beträgt. Das entspricht 820.136 Stimmrechten. Es wurden keine Stimmrechte im Sinne von § 17 Abs. 1 Nr. 7 WpAIV erlangt.

Der TOM TAILOR Holding AG sind am 28. April 2011 Stimmrechtsmitteilungen nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaften mit folgendem Inhalt zugegangen:

Artisan Partners Limited Partnership

Die Artisan Partners Limited Partnership, Milwaukee, Wisconsin, USA, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 20. April 2011 die Schwelle von 3 % unterschritten hat und an diesem Tag 2,93 % beträgt. Das entspricht 484.676 Stimmrechten. Diese 2,93 % (entspricht 484.676 Stimmrechten) werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zugerechnet.

Artisan Investments GP LLC

Die Artisan Investments GP LLC, Milwaukee, Wisconsin, USA, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 20. April 2011 die Schwelle von 3 % unterschritten hat und an diesem Tag 2,93 % beträgt. Das entspricht 484.676 Stimmrechten. Diese 2,93 % (entspricht 484.676 Stimmrechten) werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 und 3 WpHG zugerechnet.

Artisan Partners Holdings LP

Die Artisan Partners Holdings LP, Milwaukee, Wisconsin, USA, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 20. April 2011 die Schwelle von 3 % unterschritten hat und an diesem Tag 2,93 % beträgt. Das entspricht 484.676 Stimmrechten. Diese 2,93 % (entspricht 484.676 Stimmrechten) werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 und 3 WpHG zugerechnet.

Artisan Investment Corporation

Die Artisan Investment Corporation, Milwaukee, Wisconsin, USA, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 20. April 2011 die Schwelle von 3 % unterschritten hat und an diesem Tag 2,93 % beträgt. Das entspricht 484.676 Stimmrechten. Diese 2,93 % (entspricht 484.676 Stimmrechten) werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 und 3 WpHG zugerechnet.

ZFIC, Inc.

Die ZFIC, Inc., Milwaukee, Wisconsin, USA, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 20. April 2011 die Schwelle von 3 % unterschritten hat und an diesem Tag 2,93 % beträgt. Das entspricht 484.676 Stimmrechten. Diese 2,93 % (entspricht 484.676 Stimmrechten) werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 und 3 WpHG zugerechnet.

Herr Andrew A. Ziegler

Herr Andrew A. Ziegler, USA, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil am 20. April 2011 die Schwelle von 3 % unterschritten hat und an diesem Tag 2,93 % beträgt. Das entspricht 484.676 Stimmrechten. Diese 2,93 % (entspricht 484.676 Stimmrechten) werden ihm gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 und 3 WpHG zugerechnet.

Frau Carlene M. Ziegler

Frau Carlene M. Ziegler, USA, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 20. April 2011 die Schwelle von 3 % unterschritten hat und an diesem Tag 2,93 % beträgt. Das entspricht 484.676 Stimmrechten. Diese 2,93 % (entspricht 484.676 Stimmrechten) werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 und 3 WpHG zugerechnet.

Der TOM TAILOR Holding AG ist am 20. Mai 2011 eine Stimmrechtsmitteilung nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaft mit folgendem Inhalt zugegangen:

Die Allianz Global Investors Luxembourg S.A.

Die Allianz Global Investors Luxembourg S.A., Senningerberg, Luxembourg, hat uns am 18. Mai 2011 gemäß § 21 Abs. 1 Satz 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 16. Mai 2011 die Schwelle von 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,92 % beträgt. Das entspricht 482.821 Stimmrechten. Hiervon sind der Allianz Global Investors Luxembourg S.A. 0,45 % (das entspricht 74.000 Stimmrechten) nach § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 6 WpHG zuzurechnen. Es wurden keine Stimmrechte im Sinne von § 17 Abs. 1 Nr. 7 WpAIV erlangt.

Der TOM TAILOR Holding AG sind am 23. Mai 2011 Stimmrechtsmitteilungen nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaften mit folgendem Inhalt zugegangen:

BeavanSomua Fund Ltd

Die BeavanSomua Fund Ltd, Grand Cayman, Cayman Islands, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 13. Mai 2011 die Schwelle von 3 % überschritten hat und an diesem Tag 3,48 % beträgt. Das entspricht 575.500 Stimmrechten.

Laub Investment Management Ltd

Die Laub Investment Management Ltd, St. Peter Port, Guernsey, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 13. Mai 2011 die Schwelle von 3 % überschritten hat und an diesem Tag 3,48 % beträgt. Das entspricht 575.500 Stimmrechten. Diese 3,48 % (entspricht 575.500 Stimmrechten) werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG von der BeavanSomua Fund Ltd zugerechnet.

Longterm Performance Holding Ltd.

Die Longterm Performance Holding Ltd., St. Peter Port, Guernsey, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 13. Mai 2011 die Schwelle von 3 % überschritten hat und an diesem Tag 3,48 % beträgt. Das entspricht 575.500 Stimmrechten. Diese 3,48 % (entspricht 575.500 Stimmrechten) werden ihr gemäß § 22

Abs. 1 Satz 1 Nr. 6, S. 2 WpHG und gleichzeitig gem. § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 WpHG jeweils von der BeavanSomua Fund Ltd zugerechnet.

Julien Schoenlaub

Julien Schoenlaub, Schweiz, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil am 13. Mai 2011 die Schwelle von 3 % überschritten hat und an diesem Tag 3,48 % beträgt. Das entspricht 575.500 Stimmrechten. Diese 3,48 % (entspricht 575.500 Stimmrechten) werden ihm gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6, S. 2 WpHG von der BeavanSomua Fund Ltd zugerechnet. Gleichzeitig werden ihm diese 3,48 % (entspricht 575.500 Stimmrechten) gem. § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 WpHG von der Longterm Performance Holding Ltd. und der BeavanSomua Fund Ltd. zugerechnet. Die BeavanSomua Fund Ltd., ist eine Tochtergesellschaft der Longterm Performance Holding Ltd., die wiederum eine Tochtergesellschaft von Herrn Julien Schoenlaub ist.

Der TOM TAILOR Holding AG ist am 25. Mai 2011 eine Stimmrechtsmitteilung nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaft mit folgendem Inhalt zugegangen:

Allianz Global Investors Kapitalanlagegesellschaft mbH

Die Allianz Global Investors Kapitalanlagegesellschaft mbH, Frankfurt am Main, Deutschland, hat uns am 23. Mai 2011 gemäß § 21 Abs. 1 Satz 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 23. Mai 2011 die Schwelle von 5 % überschritten hat und zu diesem Tag 5,11 % beträgt. Das entspricht 844.136 Stimmrechten. Hiervon sind der Allianz Global Investors Kapitalanlagegesellschaft mbH 0,15 % (das entspricht 25.000 Stimmrechten) nach § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 6 WpHG zuzurechnen. Es wurden keine Stimmrechte im Sinne von § 17 Abs. 1 Nr. 7 WpAIV erlangt.

Der TOM TAILOR Holding AG ist am 15. Juli 2011 eine Stimmrechtsmitteilung nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaft mit folgendem Inhalt zugegangen:

River and Mercantile Asset Management LLP

Die River and Mercantile Asset Management LLP, London, Großbritannien, hat uns am 13. Juli 2011 gemäß § 21 Abs. 1 Satz 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil

an der TOM TAILOR HOLDING AG am 05. Juli 2011 die Schwelle von 3 % überschritten hat und zu diesem Tag 3,15 % beträgt. Das entspricht 521.343 Stimmrechten.

Der TOM TAILOR Holding AG ist am 20. Juli 2011 eine Stimmrechtsmitteilung nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaft mit folgendem Inhalt zugegangen:

Korrektur der Veröffentlichung vom 15.07.2011

Die River and Mercantile Asset Management LLP, London, Großbritannien, hat uns am 13. Juli 2011 gemäß § 21 Abs. 1 Satz 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 05. Juli 2011 die Schwelle von 3 % überschritten hat und zu diesem Tag 3,15 % beträgt. Das entspricht 521.343 Stimmrechten. Hiervon sind River and Mercantile Asset Management LLP 3,15 % (das entspricht 521.343 Stimmrechten) nach § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 6 WpHG zuzurechnen.

Der TOM TAILOR Holding AG sind am 27. Juli 2011 Stimmrechtsmitteilungen nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaften mit folgendem Inhalt zugegangen:

BeavanSomua Fund Ltd

Die BeavanSomua Fund Ltd, Grand Cayman, Cayman Islands, hat uns am 25. Juli 2011 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 20. Juli 2011 die Schwelle von 3 % unterschritten hat und an diesem Tag 2,91 % beträgt. Das entspricht 481.387 Stimmrechten.

Laub Investment Management Ltd

Die Laub Investment Management Ltd, St. Peter Port, Guernsey, hat uns am 25. Juli 2011 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 20. Juli 2011 die Schwelle von 3 % unterschritten hat und an diesem Tag 2,91 % beträgt. Das entspricht 481.387 Stimmrechten. Diese 2,91 % (entspricht 481.387 Stimmrechten) werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zugerechnet.

Longterm Performance Holding Ltd.

Die Longterm Performance Holding Ltd., St. Peter Port, Guernsey, hat uns am 25. Juli 2011 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 20. Juli 2011 die Schwelle von 3 % unterschritten hat und an diesem Tag 2,91 % beträgt. Das entspricht 481.387 Stimmrechten.

Diese 2,91 % (entspricht 481.387 Stimmrechten) werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6, S. 2 WpHG und gleichzeitig gemäß § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.

Julien Schoenlaub

Julien Schoenlaub, Schweiz, hat uns am 25. Juli 2011 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil am 20. Juli 2011 die Schwelle von 3 % unterschritten hat und an diesem Tag 2,91 % beträgt. Das entspricht 481.387 Stimmrechten. Diese 2,91 % (entspricht 481.387 Stimmrechten) werden ihm gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6, S. 2 WpHG und gleichzeitig gemäß § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.

Der TOM TAILOR Holding AG ist am 28. Juli 2011 eine Stimmrechtsmitteilung nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaft mit folgendem Inhalt zugegangen:

Allianz Global Investors Kapitalanlagegesellschaft mbH

Die Allianz Global Investors Kapitalanlagegesellschaft mbH, Frankfurt am Main, Deutschland, hat uns am 25. Juli 2011 gemäß § 21 Abs. 1 Satz 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 25. Juli 2011 die Schwelle von 5 % unterschritten hat und zu diesem Tag 4,93 % beträgt. Das entspricht 815.032 Stimmrechten. Hiervon sind der Allianz Global Investors Kapitalanlagegesellschaft mbH 0,12 % (das entspricht 20.000 Stimmrechten) nach § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 6 WpHG zuzurechnen. Es wurden keine Stimmrechte im Sinne von § 17 Abs. 1 Nr. 7 WpAIV erlangt.

Der TOM TAILOR Holding AG ist am 12. August 2011 eine Stimmrechtsmitteilung nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaft mit folgendem Inhalt zugegangen:

Allianz Global Investors Kapitalanlagegesellschaft mbH

Die Allianz Global Investors Kapitalanlagegesellschaft mbH, Frankfurt am Main, Deutschland, hat uns am 10. August 2011 gemäß § 21 Abs. 1 Satz 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 9. August 2011 die Schwelle von 5 % überschritten hat und zu diesem Tag 5,21 % beträgt. Das entspricht 861.854 Stimmrechten. Hiervon sind der Allianz Global Investors Kapitalanlagegesellschaft mbH 0,12 % (das entspricht 20.000 Stimmrechten) nach § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 6 WpHG

zuzurechnen. Es wurden keine Stimmrechte im Sinne von § 17 Abs. 1 Nr. 7 WpAIV erlangt.

Der TOM TAILOR Holding AG ist am 29. August 2011 eine Stimmrechtsmitteilung nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaft mit folgendem Inhalt zugegangen:

Fidelity Securities Fund

Der Fidelity Securities Fund, Boston, Massachusetts, USA, hat uns am 24. August 2011 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 22. August 2011 die Schwelle von 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,98 % beträgt. Das entspricht 493.147 Stimmrechten.

Der TOM TAILOR Holding AG ist am 11. Oktober 2011 eine Stimmrechtsmitteilung nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaft mit folgendem Inhalt zugegangen:

Fidelity Management & Research Company

Die Fidelity Management & Research Company, Boston, Massachusetts, USA, hat uns am 10. Oktober 2011 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 7. Oktober 2011 die Schwelle von 5 % unterschritten hat und zu diesem Tag 4,96 % beträgt. Das entspricht 819.177 Stimmrechten. Diese Stimmrechte werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zugerechnet.

Der TOM TAILOR Holding AG ist am 14. Oktober 2011 eine Stimmrechtsmitteilung nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaft mit folgendem Inhalt zugegangen:

FMR LLC

Die FMR LLC, Boston, Massachusetts, USA, hat uns am 11. Oktober 2011 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 11. Oktober 2011 die Schwelle von 5 % unterschritten hat und zu diesem Tag 4,97 % beträgt. Das entspricht 822.268 Stimmrechten. Diese Stimmrechte werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 WpHG zugerechnet.

Der TOM TAILOR Holding AG sind am 31. Oktober 2011 Stimmrechtsmitteilungen nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaften mit folgendem Inhalt zugegangen:

FMR LLC

Die FMR LLC, Boston, Massachusetts, USA, hat uns am 27. Oktober 2011 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 26. Oktober 2011 die Schwelle von 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,99 % beträgt. Das entspricht 494.455 Stimmrechten. Diese Stimmrechte werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 WpHG zugerechnet.

Fidelity Management & Research Company

Die Fidelity Management & Research Company, Boston, Massachusetts, USA, hat uns am 27. Oktober 2011 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 26. Oktober 2011 die Schwelle von 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,63 % beträgt. Das entspricht 435.355 Stimmrechten. Diese Stimmrechte werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zugerechnet.

Der TOM TAILOR Holding AG sind am 30. Januar 2012 Stimmrechtsmitteilungen nach § 21 Abs. 1 WpHG hinsichtlich der nachfolgend genannten Gesellschaften mit folgendem Inhalt zugegangen:

Fidelity Funds SICAV

Die Fidelity Funds SICAV, Luxembourg, Luxembourg, hat uns am 26. Januar 2012 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 26. Januar 2012 die Schwelle von 5 % überschritten hat und zu diesem Tag 5,09 % beträgt. Das entspricht 841.263 Stimmrechten.

FIL Investments International

Die FIL Investments International, Hildenborough, UK, hat uns am 26. Januar 2012 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 26. Januar 2012 die Schwelle von 5 % überschritten hat und zu diesem Tag 5,10 % beträgt. Das entspricht 842.163 Stimmrechten. Diese Stimmrechte werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zugerechnet. Der FIL Investments International zugerechnete

Stimmrechte werden dabei über folgende Aktionäre, deren Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG jeweils 3 % oder mehr beträgt, gehalten: Fidelity Funds SICAV.

FIL Limited

Die FIL Limited, Hamilton HMCX, Bermuda, hat uns am 26. Januar 2012 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 26. Januar 2012 die Schwelle von 5 % überschritten hat und zu diesem Tag 5,10 % beträgt. Das entspricht 842.163 Stimmrechten. Diese Stimmrechte werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zugerechnet. Der FIL Limited zugerechnete Stimmrechte werden dabei über folgende Aktionäre, deren Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG jeweils 3 % oder mehr beträgt, gehalten: Fidelity Funds SICAV.

FIL Holdings Limited

Die FIL Holdings Limited, Hildenborough, UK, hat uns am 26. Januar 2012 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG am 26. Januar 2012 die Schwelle von 5 % überschritten hat und zu diesem Tag 5,10 % beträgt. Das entspricht 842.163 Stimmrechten. Diese Stimmrechte werden ihr gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 WpHG zugerechnet. Der FIL Holdings Limited zugerechnete Stimmrechte werden dabei über folgende Aktionäre, deren Stimmrechtsanteil an der TOM TAILOR HOLDING AG jeweils 3 % oder mehr beträgt, gehalten: Fidelity Funds SICAV.

ENTSPRECHENSERKLÄRUNG ZUM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX

Vorstand und Aufsichtsrat der TOM TAILOR Holding AG haben die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung abgegeben und den Aktionären auf der Internetseite der TOM TAILOR Holding AG (www.tom-tailor.com) im Januar 2012 zugänglich gemacht.

HONORAR FÜR DEN ABSCHLUSSPRÜFER (ANGABE GEM. § 314 ABS. 1 NR. 9 HGB)

Die im Geschäftsjahr 2011 als Aufwand erfassten Honorare betragen für die Abschlussprüfung (inkl. Auslagen) 132 TEUR (2010: 151 TEUR), für sonstige Bestätigungs- und Bewertungsleistungen 5 TEUR (2010: 428 TEUR), für Steuerberatungsleistungen 30 TEUR (2010: 24 TEUR) und für sonstige Leistungen 24 TEUR (2010: 4 TEUR).

EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Änderungen in der Finanzierungsstruktur:

Mit Datum vom 3. Februar 2012 hat der TOM TAILOR-Konzern die seit Ende 2011 geführten Bankengespräche durch die Unterzeichnung eines neuen Konsortialkreditvertrags erfolgreich abgeschlossen. Unter Führung der BNP Paribas, Commerzbank AG und der IKB Deutsche Industriebank AG wurde ein Gesamtvolumen von 225 Mio. EUR an einen Bankenpool bestehend aus insgesamt zehn Bankhäusern erfolgreich syndiziert. Die bisher vorhandene Leverage-Buy-out-Finanzstruktur (bis zum 3. Februar 2012 von 157 Mio. EUR) wurde somit in eine Corporate Finanzstruktur überführt und spiegelt damit die wirtschaftlichen Verhältnisse sowie das zukünftige Wachstum von TOM TAILOR angemessen wider. Die 225 Mio. EUR teilen sich in eine Kontokorrentlinie von 85 Mio. EUR (bis zum 3. Februar 2012: 35 Mio. EUR), eine Garantielinie von 100 Mio. EUR (bis zum 3. Februar 2012: 65 Mio. EUR) sowie noch vorhandene Term Loans von 40 Mio. EUR (bis zum 3. Februar 2012: 57 Mio. EUR) auf. Durch diese Maßnahme ist es TOM TAILOR gelungen, in einer wirtschaftlich schwierigen Bankenlandschaft eine marktkonforme Finanzierungsstruktur für die nächsten Jahre abzuschließen. Insgesamt hat die Finanzierung eine Laufzeit von drei Jahren mit Verlängerungsoption für zwei weitere Jahre.

Neben der Änderung in der Finanzierungsstruktur gab es bis zum 10. Februar 2012 im TOM TAILOR-Konzern keine nennenswerten operativen und strukturellen Veränderungen oder Geschäftsvorfälle, die die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Vergleich zum 31. Dezember 2011 wesentlich verändert haben.

Ereignisse mit wesentlicher Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns sind nach dem Bilanzstichtag nicht aufgetreten.

BEFREIENDER KONZERNABSCHLUSS

GEM. § 264 ABS. 3 HGB

Die vollkonsolidierten inländischen Tochtergesellschaften Tom Tailor GmbH, Hamburg, die Tom Tailor Retail GmbH, Hamburg, sowie die TOM TAILOR E-Commerce GmbH & Co. KG, München, haben von den Erleichterungsmöglichkeiten gem. § 264 Abs. 3 HGB bzw. § 264 b HGB hinsichtlich der Aufstellung von Anhang und Lagebericht sowie der Offenlegung ihrer Jahresabschlussunterlagen Gebrauch gemacht.

VERÖFFENTLICHUNG DES KONZERNABSCHLUSSES

Der nach IFRS aufgestellte Konzernabschluss wurde am 10. Februar 2012 vom Vorstand zur Veröffentlichung freigegeben.

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

Hamburg, den 10. Februar 2012
Der Vorstand



Dieter Holzer
Vorsitzender des Vorstands



Dr. Axel Rebien
Vorstand Finanzen



Christoph Rosa
Vorstand Produktentwicklung,
Beschaffung und Lizenzen



Dr. Marc Schumacher
Vorstand Retail

Bestätigungsvermerk

Wir haben den von der TOM TAILOR Holding AG, Hamburg, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2011 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315 a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften, liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315 a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Hamburg, den 10. Februar 2012

Ebner Stolz Mönning Bachem GmbH & Co. KG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft

Thomas Götze
Wirtschaftsprüfer

Hartmut Schmidt
Wirtschaftsprüfer

Corporate Governance



187	Corporate Governance-Bericht Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289 a HGB
187	Entsprechenserklärung gem. § 161 AktG
187	Wortlaut der Entsprechenserklärung gem. § 161 AktG
188	Angaben zu Unternehmensführungspraktiken
189	Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat
193	Ausschüsse des Vorstands und des Aufsichtsrats
194	Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat
194	Aktienbesitz der Vorstandsmitglieder
195	Aktienbesitz der Aufsichtsratsmitglieder
195	Directors' Dealings
195	Aktionäre
195	Rechnungslegung und Transparenz
196	Bericht des Aufsichtsrats

CORPORATE GOVERNANCE-BERICHT | ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENS- FÜHRUNG NACH § 289 a HGB

ENTSPRECHENSERKLÄRUNG GEM. § 161 AKTG

Vorstand und Aufsichtsrat der TOM TAILOR Holding AG haben am 12. Januar 2012 eine Entsprechenserklärung gemäß § 161 des Aktiengesetzes abgegeben. Demnach hat die TOM TAILOR Holding AG der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der Fassung vom 26. Mai 2010 wie folgt entsprochen:

WORTLAUT DER ERKLÄRUNG DES VORSTANDS UND DES AUFSICHTSRATS DER TOM TAILOR HOLDING AG GEMÄSS § 161 AKTG ZUM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX (ENTSPRECHENSERKLÄRUNG)

TOM TAILOR HOLDING AG, HAMBURG

ISIN: DE000A0STST2

Vorstand und Aufsichtsrat der TOM TAILOR Holding AG erklären hiermit gemäß § 161 Abs. 1 Satz 1 des Aktiengesetzes, dass die TOM TAILOR Holding AG seit ihrer Börseneinführung im März 2010 den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 26. Mai 2010 mit folgenden Ausnahmen entsprochen hat und entspricht:

- Abweichend von der Empfehlung in Ziffer 5.1.2 des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) hat der Aufsichtsrat derzeit über die Festlegung des allgemeinen Rentenalters in den Vorstandsansetzungsverträgen hinaus kein Alterslimit für Vorstandsmitglieder festgesetzt. Der Aufsichtsrat sah hierfür bisher keine Veranlassung, beabsichtigt jedoch, sich bei Veranlassung mit der Frage zu befassen.
- Der Aufsichtsrat beabsichtigt derzeit keine Einrichtung eines Nominierungsausschusses im Sinne der Ziffer 5.3.3 des DCGK. Bei einer Besetzung mit sechs Mitgliedern sieht sich der Aufsichtsrat in der Lage, neue Mitglieder aufgrund eines Vorschlags des Plenums zu benennen, falls sich dies als nötig erweisen sollte.
- Abweichend von der Empfehlung der Ziffer 5.4.1 Satz 2 ist für den Aufsichtsrat keine Altersgrenze vorgesehen. Die TOM TAILOR Holding AG erachtet eine Einschränkung der Möglichkeiten für Wahlvorschläge durch eine Altersgrenze nicht als sinnvoll.
- Abweichend von der Empfehlung der Ziffer 5.4.6 Absatz 1 und 2 DCGK erhalten die Aufsichtsratsmitglieder keine variable, am Unternehmenserfolg orientierte Vergütung, sondern eine feste Vergütung, die für den Vorsitzenden, den stellvertretenden Vorsitzenden und die weiteren Aufsichtsratsmitglieder unterschiedlich bemessen ist. Die TOM TAILOR Holding AG hält dies für sinnvoll, da der Aufsichtsrat seine Kontrollfunktion unabhängig von der Unternehmensentwicklung und der wirtschaftlichen Situation zu leisten hat. Über eine gesonderte Vergütung für die Tätigkeit in Ausschüssen soll zu gegebener Zeit entschieden werden, wenn das Unternehmen dies unter Berücksichtigung des zusätzlichen Aufwands für sinnvoll hält.

Hamburg, 12. Januar 2012

Diese Entsprechenserklärung und alle früheren Entsprechenserklärungen sind auf der Webseite der TOM TAILOR Holding AG unter <http://ir.tom-tailor.com> veröffentlicht.

ANGABEN ZU UNTERNEHMENSFÜHRUNGSPRAKTIKEN

VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Die TOM TAILOR Holding AG ist die Management-Holding und Obergesellschaft des TOM TAILOR-Konzerns. Das operative Geschäft wird in den jeweiligen Tochtergesellschaften der TOM TAILOR Holding AG betrieben (die Tochtergesellschaften zusammen mit der TOM TAILOR Holding AG auch „TOM TAILOR“ oder „TOM TAILOR-Konzern“). Die TOM TAILOR Holding AG und ihre Organe haben sich einer guten und verantwortungsvollen Unternehmensführung verpflichtet. Dieses Selbstverständnis wird vom gesamten TOM TAILOR-Konzern mitgetragen.

Neben der Beachtung dieser Grundsätze guter Unternehmensführung tragen auch unternehmensindividuelle Richtlinien und Standards zu einer guten und nachhaltigen Unternehmensentwicklung von TOM TAILOR bei.

CODE OF CONDUCT, BSCI

TOM TAILOR ist aktives Mitglied in der Business Social Compliance Initiative (BSCI). Die BSCI ist eine europaweite Initiative von Handelsunternehmen, die sich zusammengeschlossen haben, um ein einheitliches Monitoringsystem bei ihren Lieferanten durchzusetzen. Die BSCI ist Herausgeberin eines Verhaltenskodex (Code of Conduct, CoC), der zu gesetzestreuem, integrem und nachhaltigem Handeln sowie sozialer Verantwortung verpflichtet. Dieser Verhaltenskodex (CoC) ist im Internet abrufbar unter <http://www.bsci-intl.org/resources/code-of-conduct>.

Dieser Verhaltenskodex basiert auf den Konventionen der International Labour Organisation (ILO), der Menschenrechtserklärung der UNO und den Konventionen der UNO über die Rechte von Kindern sowie über die Abschaffung jeglicher Form der Diskriminierung von Frauen. Er enthält unter anderem das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit, die Pflicht zur Einhaltung geltender Gesetze sowie Bestimmungen zu sicheren und gesundheitsverträglichen Arbeitsbedingungen, zur Zahlung fairer Löhne, zur Einhaltung der gesetzlichen Arbeitszeitschriften, zum Verbot der Diskriminierung sowie zum Recht auf Organisations- und Tarifverhandlungsfreiheit.

Bereits im Jahr 2005 wurde dieser Verhaltenskodex (CoC) bei TOM TAILOR eingeführt.

TOM TAILOR legt besonderen Wert auf Umweltschutz, höchste Produktqualität sowie Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter. Der Verhaltenskodex soll allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie auch allen Zulieferern des Konzerns als Orientierungshilfe bei der Erfüllung ihrer Aufgaben dienen.

TOM TAILOR kontrolliert die gesamte Sourcing-Kette bezüglich seiner Produkte über alle Stufen der Wertschöpfung. Dabei gibt das Unternehmen einen umfassenden Verhaltenskodex (CoC) vor, der von allen Lieferanten und Geschäftspartnern unterzeichnet werden muss und in die Verträge integriert wird.

TOM TAILOR nimmt die Verantwortung für menschenwürdige Arbeitsbedingungen sehr ernst und ergreift klare Maßnahmen, um die Arbeits- und Sozialstandards aus dem Verhaltenskodex (CoC) bei den eigenen Lieferanten durchzusetzen.

Im Rahmen der BSCI-Mitgliedschaft lässt TOM TAILOR externe Audits durch akkreditierte Auditoren durchführen. Zur Unterstützung und Entwicklung der Lieferanten führt der Konzern Qualifizierungsmaßnahmen in den Märkten durch, in deren Rahmen den Lieferanten Hilfestellungen zur besseren und verantwortlicheren Organisation ihrer Prozesse gegeben werden.

INITIATIVE „COTTON MADE IN AFRICA“

Das internationale Textilunternehmen TOM TAILOR zählt zu den Pionieren der Handelsallianz der 2005 gemeinsam mit dem OTTO Versand gegründeten Aid by Trade-Stiftung. TOM TAILOR GmbH ist Mitglied des Förderprojekts „Cotton made in Africa“ (CmiA). Hintergrund dieses Förderprojekts: Baumwolle zählt zu einem der wichtigsten landwirtschaftlichen Exportgüter Afrikas. Die Preise für afrikanische Baumwolle werden auf dem Weltmarkt, insbesondere durch die Subventionspolitik der EU und der Vereinigten Staaten, niedrig gehalten. Das Projekt „Cotton made in Africa“ hat sich zum Ziel gesetzt, die sozialen, ökonomischen und ökologischen Bedingungen der Baumwollproduktion zu verbessern. Durch fortschrittlichere Anbaubedingungen soll ein Nachfrageschub nach afrikanischer Baumwolle seitens großer Einzelhändler aus den Industrieländern entlang einer effizienteren und transparenteren Wertschöpfungskette generiert werden. TOM TAILOR unterstützt dieses Projekt zusätzlich mit einer eigenen Kollektion und stellte im Frühjahr 2009 die ersten reinen „Cotton made in Africa“-Produkte vor. Weitere Informationen und die von CmiA vorausgesetzten Verifizierungsstandards für CmiA-Produkte finden sich unter <http://www.cotton-made-in-africa.com>.

ARBEITSWEISE VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Die TOM TAILOR Holding AG ist eine nach deutschem Recht bestehende Aktiengesellschaft. Der rechtliche Rahmen für die Corporate Governance ergibt sich somit vor allem aus dem deutschen Aktienrecht, insbesondere aus den Vorschriften bezüglich Vorstand und Aufsichtsrat.

VORSTAND

Der Vorstand führt die Geschäfte der TOM TAILOR Holding AG und vertritt die Gesellschaft gegenüber Dritten. Er leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung im Unternehmensinteresse mit dem Ziel nachhaltiger Wertschöpfung. Der Vorstand entwickelt die Unternehmensstrategie und steuert sowie überwacht deren Umsetzung. Er sorgt zudem für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der unternehmensinternen Richtlinien (Compliance). Auch hat er ein internes Kontroll- und Risikomanagementsystem implementiert, welches integraler Bestandteil der Geschäftsprozesse und ein wesentliches Element unternehmerischer Entscheidungen ist. Wesentliche Bestandteile sind das Planungssystem, das interne Berichtswesen und die Risikoberichterstattung.

Der Aufsichtsrat hat eine Geschäftsordnung für den Vorstand erlassen. Darin sind die Geschäfte und Maßnahmen geregelt, für die eine Beschlussfassung des Gesamtvorstands notwendig ist, sowie die Grundsätze der Entscheidungsfindung innerhalb des Gesamtvorstands. Darüber hinaus hat der Aufsichtsrat in der Geschäftsordnung einen Katalog von Geschäften aufgestellt, die nur mit Zustimmung des Aufsichtsrats vorgenommen werden dürfen. Hierzu gehören Geschäfte und Maßnahmen, die erheblichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des TOM TAILOR-Konzerns haben. In Ausführung der Bestimmungen der Geschäftsordnung hat der Gesamtvorstand einen Geschäftsverteilungsplan verabschiedet, der einzelnen Vorstandsmitgliedern bestimmte Tätigkeitsbereiche zuweist, ohne dass diese Zuweisung Einfluss auf die Gesamtverantwortung des Vorstands hat.

Der Vorstand besteht derzeit aus vier Mitgliedern. Diese arbeiten kollegial zusammen und unterrichten sich gegenseitig laufend über wichtige Maßnahmen und Vorgänge in ihren Geschäftsbereichen. Beschlüsse fasst der Vorstand grundsätzlich in regelmäßig stattfindenden Sitzungen. Sie bedürfen einer einfachen Mehrheit.

Mitglieder des Vorstands sind die Herren Dieter Holzer (Vorsitzender des Vorstands), Dr. Axel Rebien, Christoph Rosa und Dr. Marc Schumacher.

Die Mitglieder des Vorstands wurden zu unterschiedlichen Zeitpunkten bestellt.

Dieter Holzer Jahrgang 1964	Vorsitzender des Vorstands/CEO
Erste Bestellung	Mitglied der Geschäftsführung der Tom Tailor Holding GmbH (Rechtsvorgängerin der TOM TAILOR Holding AG) seit 2006 Vorsitzender des Vorstands der TOM TAILOR Holding AG seit 21. Dezember 2007
Aktuelle Bestellung	bis zum 31. Januar 2015
Dr. Axel Rebien Jahrgang 1971	Vorstand Finanzen/CFO
Erste Bestellung	Mitglied des Vorstands der TOM TAILOR Holding AG seit 2008, 2005–2008 als Leiter Finanzen in der damaligen Tom Tailor Holding GmbH tätig Vorstand Finanzen der TOM TAILOR Holding AG seit 2008
Aktuelle Bestellung	bis zum 31. Januar 2013
Christoph Rosa Jahrgang 1971	Vorstand Produktentwicklung, Beschaffung und Lizenzen/CPO
Erste Bestellung	Vorstand Produktentwicklung, Beschaffung und Lizenzen der TOM TAILOR Holding AG seit 2008
Aktuelle Bestellung	bis zum 31. Januar 2013
Dr. Marc Schumacher Jahrgang 1977	Vorstand Retail (CRO)
Erste Bestellung	Mitglied des Vorstands der TOM TAILOR Holding AG seit 1. Juli 2011, 2008 bis 2010 als Leiter des Geschäftsbereichs Retail im TOM TAILOR-Konzern tätig
Aktuelle Bestellung	bis zum 30. Juni 2014

Die Vorstandsmitglieder der Gesellschaft nehmen weder gegenwärtig noch nahmen sie während der vergangenen fünf Jahre Verwaltungs-, Geschäftsführungs- oder Aufsichtsratsmandate beziehungsweise Mitgliedschaften bei vergleichbaren in- und ausländischen Gremien außerhalb des TOM TAILOR-Konzerns wahr.

AUFSICHTSRAT

Der Aufsichtsrat der TOM TAILOR Holding AG berät den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens und überwacht dessen Geschäftsführung. Auch ist er für die Bestellung der Mitglieder des Vorstands, die Billigung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses und die Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer der Gesellschaft zuständig.

Vorstand und Aufsichtsrat der TOM TAILOR Holding AG arbeiten eng und vertrauensvoll zum Wohl der Gesellschaft zusammen. Der Vorstand stimmt die strategische Ausrichtung des Unternehmens mit dem Aufsichtsrat ab und erörtert mit ihm in regelmäßigen Abständen den Stand der Strategieumsetzung. Er informiert den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems und der Compliance. Der Vorstandsvorsitzende befindet sich auch zwischen den Aufsichtsratssitzungen in regelmäßigem Informationsaustausch mit dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats.

Der Aufsichtsrat hat sich in seiner regulären Aufsichtsratssitzung vom 28. Februar 2011 eine Geschäftsordnung gegeben. Darin sind u. a. Detailregelungen zum Ablauf von Sitzungen und ihrer Leitung durch den Aufsichtsratsvorsitzenden enthalten sowie Regelungen über die Ausschussarbeit.

Der Aufsichtsrat setzt sich aus sechs Mitgliedern zusammen.

Die Amtsperiode des Aufsichtsrats beträgt grundsätzlich fünf Jahre.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats sind:

- Uwe Schröder (Vorsitzender des Aufsichtsrats)
Mitgründer der TOM TAILOR-Gruppe, Hamburg
- Thomas Schlytter-Henrichsen (stellv. Vorsitzender des Aufsichtsrats)
Geschäftsführer ALPHA Beteiligungsberatung GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main
- Andreas W. Bauer
Partner bei Roland Berger Strategy Consultants, München
- Andreas Karpenstein
Partner und Geschäftsführer Raupach & Wollert Elmendorff Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,
Düsseldorf
- Dr. Christoph Schug
Unternehmer, Mönchengladbach
- Gerhard Wöhrl
ehem. Vorstandsvorsitzender der Rudolf Wöhrl AG, Nürnberg

WEITERE MANDATE DER MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS:

- Uwe Schröder (Vorsitzender des Aufsichtsrats)
 Mitglied des Beirats der eterna Mode GmbH, Passau
 Vorsitzender des Vorstands des Verbands der Fertigwarenimporteure e.V. (VFI), Hamburg
 Mitglied des Beirats der Kassenhalle Restaurant GmbH & Co. KG, Hamburg
 Geschäftsführer der Schröder Consulting GmbH, Flensburg

- Thomas Schlytter-Henrichsen (stellv. Vorsitzender des Aufsichtsrats)
 Geschäftsführer der ALPHA Beteiligungsberatung GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main
 Geschäftsführer der ALPHA Management GmbH, Frankfurt am Main
 Geschäftsführer der ACapital Beteiligungsberatung GmbH, Frankfurt am Main
 Geschäftsführer der Agrippina S.à.r.l., Luxemburg
 Geschäftsführer der Bulowayo GmbH, Königstein im Taunus
 Mitglied des Aufsichtsrats der ALPHA ASSOCIES Conseil SAS, Paris, Frankreich
 Mitglied des Aufsichtsrats der Nero AG, Karlsbad

- Andreas Karpenstein
 Geschäftsführer der Herceus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH, Düsseldorf
 Mitglied des Aufsichtsrats (stellvertretender Vorsitzender) der Trusted Advice AG,
 Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, Düsseldorf

- Dr. Christoph Schug
 Geschäftsführer der Consulta Verwaltungs- und Treuhand GmbH, Mönchengladbach
 Mitglied des Aufsichtsrats der Baden-Baden Cosmetics Group AG, Baden-Baden
 Mitglied des Aufsichtsrats der Norma Group AG, Maintal

- Gerhard Wöhrl
 Geschäftsführer der Gerhard Wöhrl Beteiligungsgesellschaft mbH, Reichenschwand
 Geschäftsführer der GOVAN Beteiligungs GmbH, Reichenschwand
 Geschäftsführer der GOVAN Holding GmbH & Co. KG, Reichenschwand
 Geschäftsführer der GOVAN Verwaltungs GmbH, Reichenschwand
 Geschäftsführer der GVC Gesellschaft für Venture Capital Beteiligungen mbH, München
 Mitglied des Beirats der Sparkasse Nürnberg, Nürnberg
 Mitglied des Beirats (Vorsitzender) der TETRIS Grundbesitz GmbH & Co. KG, Reichenschwand
 Mitglied des Beirats (Vorsitzender) der TETRIS Grundbesitz Beteiligungsgesellschaft mbH,
 Reichenschwand

Bei den Vorschlägen zur Wahl von Aufsichtsratsmitgliedern wird auf die zur Wahrnehmung der Aufgaben erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachlichen Erfahrungen geachtet ebenso wie auf die Vielfalt in der Zusammensetzung. Der Aufsichtsrat hat sich in seiner Sitzung vom 8. Dezember 2010 darauf verständigt, bei Vorschlägen zur Wahl von Aufsichtsratsmitgliedern die folgenden Ziele für die Besetzung des Aufsichtsrats zu beachten: Um schon im Vorfeld potenziellen Interessenkonflikten bei der Ausübung des Mandats zu begegnen, sollen keine direkten Wettbewerber des Unternehmens vorgeschlagen werden. Ein Teil der Aufsichtsratsmitglieder soll möglichst unabhängig von der Gesellschaft und ihren wesentlichen Aktionären sein (z. B. Mitglieder aus der Textil- und Modebranche, Finanz- oder Rechtsexperten). Neue Mitglieder sollen aus möglichst vielfältigen

Bereichen kommen, die für die den TOM TAILOR-Konzern relevant sind. Auf eine angemessene Beteiligung von Frauen ist zu achten. Die Mitglieder sollen ferner internationale Erfahrung aufweisen.

Zum Status dieser Zielvorgaben nimmt die Gesellschaft wie folgt Stellung: Im Aufsichtsrat sind keine direkten Wettbewerber der Gesellschaft vertreten. Der Unternehmensgründer Herr Schröder ist als einziges Aufsichtsratsmitglied mit mehr als 1% indirekt am Unternehmen beteiligt. Unter den Mitgliedern befinden sich Finanzexperten (Herr Dr. Schug) sowie Vertreter der Rechts- (Herr Karpenstein) sowie aus der Unternehmensberatung (Herr Bauer) ebenso wie Vertreter aus der Modebranche (Herr Wöhrl und Herr Schröder); hiermit entspricht auch die Zusammensetzung mit Mitgliedern unterschiedlicher Branchen den Zielvorgaben. Für die proaktive Umsetzung der weiteren Ziele (v. a. angemessene Berücksichtigung von Frauen) hatte der Aufsichtsrat noch keine Gelegenheit, da die aktuellen Aufsichtsratsmandate noch bis 2013 oder länger laufen.

AUSSCHÜSSE DES VORSTANDS UND DES AUFSICHTSRATS

Der Vorstand hat derzeit keine Ausschüsse eingerichtet.

Der Aufsichtsrat hat zur effizienten Wahrnehmung seiner Aufgaben einen Präsidial- und einen Prüfungs- und Finanzausschuss eingerichtet. Beide Ausschüsse nehmen ausschließlich beratende und vorbereitende Aufgaben wahr. Eine Beschlusskompetenz haben die Ausschüsse mit jeweils zwei Mitgliedern derzeit nicht.

Dem Präsidialausschuss obliegen die Vorbereitung der Sitzungen des Aufsichtsrats und Überwachung der Durchführung der vom Aufsichtsrat oder seinen Ausschüssen gefassten Beschlüsse sowie die Vorbereitungen und Vorverhandlungen im Zusammenhang mit dem Abschluss, der Änderung und der Beendigung von Dienstverträgen mit Vorstandsmitgliedern.

Mitglieder: Uwe Schröder (Vorsitzender des Präsidialausschusses), Thomas Schlytter-Henrichsen

Dem Finanz- und Prüfungsausschuss obliegt die Vorprüfung der Unterlagen zum Jahresabschluss und Konzernabschluss. Er bereitet die Beschlussfassung über Jahresabschluss und Konzernabschluss durch das Aufsichtsratsplenum sowie dessen Entscheidung über den Beschlussvorschlag des Vorstands zur Gewinnverwendung vor. Der Finanz- und Prüfungsausschuss bereitet zudem den Vorschlag des Aufsichtsrats zur Wahl des Abschlussprüfers an die Hauptversammlung vor. Im Falle einer beschlussfähigen Besetzung des Ausschusses mit mindestens drei Mitgliedern verhandelt dieser mit dem Abschlussprüfer über das Honorar, und erteilt den Prüfungsauftrag und bestimmt die Prüfungsschwerpunkte. Er überwacht ferner die Unabhängigkeit des Abschlussprüfers. Darüber hinaus ist er für die Überwachung der Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems, der Compliance und des internen Revisionssystems zuständig sowie für die Erörterung von Quartals- und Halbjahresberichten mit dem Vorstand.

Mitglieder: Dr. Christoph Schug (Vorsitzender des Finanz- und Prüfungsausschusses), Andreas Karpenstein

Mit dem Vorsitzenden des Prüfungs- und Finanzausschusses verfügt mindestens ein unabhängiges Mitglied des Aufsichtsrats über Sachverstand auf den Gebieten Rechnungslegung oder Abschlussprüfung.

VERGÜTUNG VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Wichtiger Bestandteil einer verantwortungsvollen Unternehmensführung ist eine anreiz- und leistungsgerechte Ausgestaltung der Vergütungssysteme für Vorstand und Aufsichtsrat. Die Vergütung der Vorstandsmitglieder setzt sich derzeit aus einer fixen Grundvergütung und einer variablen, erfolgsabhängigen Vergütungskomponente zusammen. Die variable Vergütung für sämtliche Vorstandsmitglieder Holzer, Dr. Rebien, Rosa und Dr. Schumacher richtet sich nach den Nettoverkaufszahlen und dem EBITDA des TOM TAILOR-Konzerns. Zusätzliche Vergütungskomponente bei Herrn Dr. Schumacher ist die bereichsspezifische EBITDA-Entwicklung im Segment Retail.

Die Vorstandsmitglieder Holzer und Dr. Rebien erhalten unter einem sogenannten Matching Stock Program („MSP“) eine zusätzliche an der Kursentwicklung orientierte Vergütung. Nach dem MSP bringen die Vorstandsmitglieder eine gewisse Anzahl von Aktien an der Gesellschaft in das MSP ein. Danach wird über einen Zeitraum von fünf Jahren jedes Jahr eine Tranche von sogenannten Phantom Stocks zugeteilt, die nach einer Sperrfrist von vier Jahren ausgeübt werden können. Die Vergütung aus dem MSP ist von der Entwicklung der Aktien der Gesellschaft abhängig. Die bisher bestehenden Vergütungsansprüche von Herrn Rosa entfallen aufgrund der Nichtverlängerung seines Vorstandsstellungsvertrags ersatzlos.

Im Jahr 2010 wurde für Führungskräfte von TOM TAILOR ein nachhaltiges Vergütungssystem („Long Term Incentive Program“ oder kurz „LTI“) eingeführt. Es dient der Personalbindung und langfristigen Unternehmenszielerreichung. In dieses Programm sind auch die Vorstände eingebunden. Dieses Vergütungssystem hat eine Laufzeit von acht Jahren (beginnend mit dem Geschäftsjahr 2010) und gewährt anhand eines Vergleichs von geplantem und erreichtem Umsatz sowie operativem Ergebnis über einen Betrachtungszeitraum von jeweils drei Jahren eine zusätzliche individuelle Bonuszahlung. Eine weitere einzubeziehende Komponente ist die Aktienkursentwicklung. Eine Auszahlung aus diesem Vergütungssystem wird erstmalig im Jahr 2013 erfolgen. Die bisher bestehenden Vergütungsansprüche von Herrn Rosa entfallen aufgrund der Nichtverlängerung seines Vorstandsstellungsvertrags ersatzlos.

Sonstige wertpapierorientierte Vergütungssysteme – auch zugunsten Mitarbeitern außerhalb der Vorstandsebene – bestehen bei TOM TAILOR nicht.

Der Aufsichtsrat erhält derzeit ausschließlich eine fixe Vergütung.

AKTIENBESITZ DER VORSTANDSMITGLIEDER

Herr Dieter Holzer, Vorsitzender des Vorstands, hält zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Geschäftsberichts unmittelbar 260.610 Aktien, das entspricht rund 1,6 % der Aktien der Gesellschaft.

Herr Dr. Axel Rebien, Vorstand Finanzen, hält zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Geschäftsberichts unmittelbar 12.000 Aktien der Gesellschaft, das entspricht rund 0,07 % der Aktien der Gesellschaft.

Herr Christoph Rosa, Vorstand Produktentwicklung, Beschaffung und Lizenzen, hält zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Geschäftsberichts unmittelbar 21.000 Aktien, das entspricht rund 0,1 % der Aktien der Gesellschaft.

AKTIENBESITZ DER AUFSICHTSRATSMITGLIEDER

Zwei Mitglieder des Aufsichtsrats, Herr Uwe Schröder (Vorsitzender) und Herr Thomas Schlytter-Henrichsen (stellvertretender Vorsitzender), halten mittelbar Anteile an der TOM TAILOR Holding AG. Herr Schröder und nahe Angehörige sind zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Geschäftsberichts mittelbar über die Morgan Finance S.A., Luxemburg, an der Gesellschaft beteiligt. Herr Schlytter-Henrichsen hält zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Geschäftsberichts mittelbar über die Bulowayo GmbH rund 0,07 % der Aktien der Gesellschaft.

Herr Dr. Christoph Schug hält zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Geschäftsberichts unmittelbar 14.800 Aktien, das entspricht rund 0,1 % der Aktien der Gesellschaft.

Herr Andreas W. Bauer hält zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Geschäftsberichts unmittelbar 2.000 Aktien der Gesellschaft, das entspricht rund 0,01 % der Aktien der TOM TAILOR Holding AG.

DIRECTORS' DEALINGS

Nach § 15 a Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) müssen die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der TOM TAILOR Holding AG sowie bestimmte Mitarbeiter mit Führungsaufgaben und die mit ihnen in enger Beziehung stehenden Personen den Erwerb und die Veräußerung von TOM TAILOR-Aktien und sich darauf beziehenden Finanzinstrumenten offenlegen. Diese Offenlegungspflicht besteht dann, wenn der Wert der getätigten Geschäfte, die eine zum vorstehend genannten Personenkreis gehörige Person tätigt, die Summe von 5.000 EUR erreicht oder übersteigt; für weitere Details sowie die im Einzelnen mitgeteilten Geschäfte wird auf die Internetadresse <http://ir.tom-tailor.com> verwiesen.

AKTIONÄRE

Der TOM TAILOR Holding AG sind Stimmrechtsmitteilungen nach § 21 Abs.1 WpHG institutioneller Investoren unter anderem aus Deutschland, Großbritannien, Luxemburg und den USA zugegangen.

RECHNUNGSLEGUNG UND TRANSPARENZ

Aktionäre und Öffentlichkeit werden regelmäßig vor allem durch den jährlichen Geschäftsbericht, der den Konzernabschluss enthält, sowie die Zwischenberichte informiert. Unsere Konzernrechnungslegung erfolgt auf Basis der International Financial Reporting Standards (IFRS). Damit schaffen wir eine hohe Transparenz und internationale Vergleichbarkeit.

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Im Geschäftsjahr 2011 hat der Aufsichtsrat die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben wahrgenommen und den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens beraten und überwacht. Er hat sich vom Vorstand regelmäßig, umfassend und zeitnah über die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die Lage und Entwicklung des Unternehmens, die wichtigsten finanzwirtschaftlichen Kennzahlen, besondere Geschäftsvorfälle sowie das Risikomanagement mündlich und schriftlich informieren lassen. Die umgehende Information des Aufsichtsrats war jederzeit sichergestellt. Der Vorstand nahm regelmäßig an den Sitzungen des Aufsichtsrats teil und beantwortete alle Fragen des Aufsichtsrats vollständig und umfassend. Auch außerhalb der turnusmäßigen Sitzungen des Aufsichtsrats standen Aufsichtsrat, insbesondere der Aufsichtsratsvorsitzende, und Vorstand in engem schriftlichen und mündlichen Kontakt.

Wesentliche Schwerpunkte der Tätigkeit des Aufsichtsrats im letzten Jahr waren die Expansion des Unternehmens im In- und Ausland, der Aufbau einer gemeinsamen Einkaufs-(Sourcing-)Gesellschaft in Asien mit dem langjährigen Partner Asmara, die Erweiterung des Vorstands um einen Retail- und Marketingvorstand sowie die Neustrukturierung der bestehenden Bankfinanzierung.

SITZUNGEN DES AUFSICHTSRATS

In vier ordentlichen Sitzungen befasste sich der Aufsichtsrat mit der Entwicklung der laufenden Geschäfte, mit der Genehmigung wichtiger Einzelvorgänge, der Prüfung der Berichte des Vorstands sowie der strategischen Unternehmensplanung. Bei Bedarf wurden darüber hinaus Beschlüsse in außerordentlichen/fernmündlichen Aufsichtsratssitzungen gefasst und aktuelle Themen erörtert.

In der Sitzung am 28. Februar 2011 hat der Aufsichtsrat den Jahresabschluss und den Konzernabschluss für das Jahr 2010 gebilligt, der Jahresabschluss war damit festgestellt. Schwerpunkt dieser Sitzung war auch die Erweiterung der Kooperation mit Sportina in Südosteuropa. Ferner gab sich der Aufsichtsrat im Rahmen dieser Sitzung eine eigene Geschäftsordnung.

Die Geschäftszahlen für das erste Quartal 2011 hat der Aufsichtsrat in seiner Sitzung vom 17. Mai 2011 erörtert. Zugleich befasste sich der Aufsichtsrat mit einer geplanten Kooperation mit Asmara zur Gründung einer gemeinsamen Einkaufsgesellschaft in Asien. Die Sitzung diente auch der Vorbesprechung der ordentlichen Hauptversammlung am darauffolgenden Tag.

In der Sitzung am 20. September 2011 befasste sich der Aufsichtsrat mit den Geschäftszahlen des ersten Halbjahres. Der Vorstand berichtete über den Stand der Prüfung des Konzernabschlusses 2010 durch die Deutsche Prüfstelle für Rechnungslegung (DPR) und eine geplante Zusammenarbeit mit Seven Ventures im Bereich der Fernsehwerbung. Ferner wurden unter anderem Personalangelegenheiten behandelt und eine mögliche Neustrukturierung der bestehenden Bankfinanzierung erörtert. Zudem wurde ein neuer Geschäftsverteilungsplan für den Vorstand nach Aufnahme von Herrn Dr. Marc Schumacher beschlossen.

Gegenstände der Aufsichtsratssitzung am 13. Dezember 2011 waren die turnusmäßige Erörterung der Geschäftslage zum dritten Quartal 2011 und der Monatszahlen Oktober und November 2011, die Genehmigung des Budgets 2012 sowie der Drei-Jahres-Planung 2012 bis 2014 und Personalangelegenheiten. Ferner befasste sich der Aufsichtsrat mit der Gründung einer neuen Division „TOM TAILOR POLO TEAM“.

AUFSICHTSRATSAUSSCHÜSSE

Der Prüfungs- und Finanzausschuss des Aufsichtsrats hat im Jahre 2011 fünfmal ordentlich getagt. Zudem fanden auch außerplanmäßige/fernmündliche Besprechungen des Prüfungs- und Finanzausschusses statt. Im Mittelpunkt der Sitzungen standen die Beratungen zu den Abschlüssen und Lageberichten der Gesellschaft und des Konzerns sowie die Zwischenberichte. Soweit erforderlich oder sinnvoll, nahmen auch Vertreter des Unternehmens – meist der Finanzvorstand, der Finance Director und/oder der General Counsel –, der Aufsichtsratsvorsitzende oder Vertreter des Abschlussprüfers an den Sitzungen teil.

Gegenstand der Sitzung vom 1. Februar 2011, die in Form einer Telefonkonferenz stattfand, war die Schlussbesprechung mit den Abschlussprüfern im Hinblick auf die Jahresabschlussprüfung 2010.

In der Sitzung am 28. Februar 2011 wurden vor allem der weitere Ausbau der Systeme für Risikomanagement und Compliance diskutiert.

In der Sitzung vom 20. September 2011 wurden die bisherige Vorgehensweise und die Schritte der Erweiterung des Risikomanagementsystems erörtert. Weitere inhaltliche Schwerpunkte waren die Prüfung des Konzernabschlusses 2010 durch die Deutsche Prüfstelle für Rechnungslegung (DPR), das Compliance-System der Unternehmensgruppe und die Diskussion der Prüfungsschwerpunkte für die Jahresabschlussprüfung 2011. Ferner gaben Vertreter des Unternehmens einen Überblick über das interne Revisionssystem.

Im Rahmen der Sitzung vom 28. November 2011 beschäftigte sich der Prüfungs- und Finanzausschuss unter anderem mit der Neufinanzierung der TOM TAILOR-Gruppe und der Drei-Jahres-Planung für die Jahre 2012 bis 2014. Ferner war Gegenstand dieser Sitzung der für das Unternehmen erfreuliche Ausgang der abgeschlossenen Prüfung der Deutschen Prüfstelle für Rechnungslegung ohne jegliche Feststellung sowie die Durchsprache der Prüfungsschwerpunkte für den Jahresabschluss 2011 mit dem Abschlussprüfer.

In der Sitzung am 13. Dezember 2011 befasste sich der Prüfungs- und Finanzausschuss mit der Dividendenpolitik, erhielt ein Update der Wirtschaftsprüfer über den Stand der Abschlussprüfung 2011 und befasste sich mit dem Risikomanagementsystem sowie dem Compliance-Handbuch.

Der Präsidialausschuss hat im Jahr 2011 keine ordentlichen Sitzungen abgehalten.

BESETZUNG VON AUFSICHTSRAT UND VORSTAND

Die Mitglieder des Aufsichtsrats, die Herren Uwe Schröder, Thomas Schlytter-Henrichsen, Andreas W. Bauer, Andreas Karpenstein, Dr. Christoph Schug und Gerhard Wöhrl, nahmen ihre Aufsichtsratsmandate während des gesamten Jahres wahr.

In der Zusammensetzung des Vorstands der TOM TAILOR Holding AG ergab sich im Geschäftsjahr 2011 eine Veränderung. Herr Dr. Marc Schumacher wurde zum Mitglied des Vorstands bestellt. Er ist für die Geschäftsbereiche Retail und Marketing verantwortlich.

RECHNUNGSLEGUNG UND ABSCHLUSSPRÜFUNG

Der Jahresabschluss und der dazugehörige Lagebericht der TOM TAILOR Holding AG werden vom Vorstand nach deutschem Handelsrecht (HGB) aufgestellt. Der Konzernabschluss nebst Konzernlagebericht wird nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Jahres- und Konzernabschluss nebst Lageberichten werden vom Abschlussprüfer sowie vom Aufsichtsrat geprüft.

Der Jahresabschluss und der Konzernabschluss nebst Lageberichten der TOM TAILOR Holding AG wurden durch die Ebner Stolz Mönning Bachem GmbH & Co. KG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft geprüft. Die Prüfungen erfolgten nach deutschen Prüfungsvorschriften und unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer festgelegten Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung. Ergänzend wurden die International Standards on Auditing beachtet. Die Prüfungen haben zu einem jeweils uneingeschränkten Bestätigungsvermerk geführt.

Jahres- und Konzernabschluss und die zugehörigen Lageberichte der TOM TAILOR Holding AG sowie die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers wurden den Aufsichtsratsmitgliedern zur Prüfung zugeleitet. Sämtliche Unterlagen wurden sowohl vom Prüfungs- und Finanzausschuss als auch vom Aufsichtsrat umfassend erörtert und geprüft. Der Abschlussprüfer berichtete in der Sitzung des Prüfungs- und Finanzausschusses in Form einer Telefonkonferenz am 31. Januar 2012 und des Gesamtaufwandsrats vom 19. März 2012 von den wesentlichen Ergebnissen seiner Prüfung und stand den anwesenden Mitgliedern für Fragen zur Verfügung. Der Aufsichtsrat hat in seiner Sitzung am 19. März 2012 dem Prüfungsergebnis des Abschlussprüfers zugestimmt und nach abschließendem Ergebnis seiner Prüfungen festgestellt, dass Einwendungen nicht zu erheben sind. Der Aufsichtsrat billigte die vom Vorstand aufgestellten Abschlüsse. Der Jahresabschluss ist damit festgestellt.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand und den Mitarbeitern für ihr hohes Engagement.

Hamburg, im März 2012

Der Aufsichtsrat

Weitere Informationen



Glossar

Aid by Trade Foundation Eine Stiftung, die den internationalen Handel und im Besonderen den Handel der Entwicklungsländer unterstützt (ehemals FSAF = Foundation for Sustainable Agriculture and Forestry in Developing Countries)

App Anwendungssoftware für Mobiltelefone

B2B „Business to Business“. Geschäftsbeziehung zwischen TOM TAILOR und Wholesale-Kunden

B2C „Business to Consumer“. Geschäftsbeziehung zwischen TOM TAILOR und Endkonsument

Basic-Artikel Warengruppe von TOM TAILOR; Basisbekleidung ohne erhöhten saisonalen Trendanspruch

Bereinigtes EBITDA Das um Einmaleffekte korrigierte EBITDA

Business Social Compliance Initiative (BSCI) Europaweit tätige Initiative von Handelsorganisationen, die sich zum Ziel gesetzt hat, gemeinsam für faire Arbeitsbedingungen einzutreten

Casual Wear Legere Kleidung

Cotton made in Africa (CmiA) Initiative der Stiftung „Aid by Trade“, die einen unternehmerischen Ansatz verfolgt, um die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Baumwollbauern in Afrika zu verbessern

Denim Jeansstoff

Depotgeschäft Verkauf über Wholesale-Kunden, bei dem das Modeunternehmen über das konkrete Warenangebot auf festgelegten Verkaufsflächen entscheidet und diese mit Waren bestückt

E-Commerce E-Shop und Vertriebskooperationen mit Partnern im Internet

E-Shop Eigene Internet-Verkaufsplattform der TOM TAILOR-Gruppe im Segment Retail

Fashion Follower Mode vom Markt für den Markt – Trends werden aufgegriffen und in der jeweils aktuellen Kollektion umgesetzt

Flächenproduktivität Durchschnittliche Verkaufserlöse pro Quadratmeter Netto-Verkaufsfläche

Flagship Store Bezeichnung für eine exklusive Filiale einer Marke, die ein umfangreiches Angebot des Markensortiments führt und sich in der Regel durch die Architektur, den Ladenbau und einen exklusiven Standort hervorhebt

Franchise-Store Geschäfte, die von einem Franchise-Nehmer betrieben werden

International Labour Organisation (ILO) Die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) ist eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen. Schwerpunkte der Arbeit der ILO sind die Formulierung und Durchsetzung internationaler Arbeits- und Sozialnormen, insbesondere der Kernarbeitsnormen.

Kernmärkte Deutschland, Österreich, Schweiz, die Benelux-Staaten und Frankreich

Kontrollierte Fläche Hierzu gehören Retail-Stores, Franchise-Stores, Shop-in-Shops und die E-Commerce-Portale (eigener E-Shop und E-Shop-Kooperationen). Bei den Franchise-Stores und den Shop-in-Shops erfolgt die Kontrolle, indem TOM TAILOR Einfluss auf die Darstellung der Marke sowie die Gestaltung der Verkaufsfläche hat und hier nur TOM TAILOR-Produkte verkauft werden

Label Marke

Lead Times Zeitraum zwischen der Konzeption einer Kollektion bis zur Auslieferung an den Kunden beziehungsweise an den Point of Sale

Modern-Basic-Artikel Warengruppe von TOM TAILOR, bestehend aus basis-modischen Artikeln, die bestehende Trends aufgreifen

Mono-Label-Stores Retail- und Franchise-Stores

Multi-Channel Verkauf oder Vermarktung von einer oder mehrerer Produktgruppen oder über mehrere Vertriebs- oder Vermarktungskanäle

Multi-Label-Stores Verkauf von Artikeln mehrerer Modeunternehmen beziehungsweise mehrerer Marken auf der gleichen Verkaufsfläche

NOOS-Artikel Abkürzung für „Never-Out-of-Stock“-Artikel, das heißt Artikel, die fortlaufend verfügbar sind und nicht den monatlichen Kollektionszyklen folgen, sondern in gesonderten Kollektionen erscheinen und jederzeit kurzfristig nachbestellt werden können

Nordport Name des Logistikcenters von TOM TAILOR

Outlet-Store Waren werden hier mit einer gewissen zeitlichen Versetzung beziehungsweise zu reduzierten Preisen angeboten

Point of Sale Verkaufsstelle

Retail Vertrieb an Endkunden

Scouting-Team Team, das die saisonalen Markttrends frühzeitig entdeckt und mit den Designern in ein Trendprodukt umsetzt

Shop-in-Shop Verkaufsflächen in Warenhäusern und Bekleidungshandelsketten, auf denen die Produkte eines Modeunternehmens beziehungsweise einer Marke optisch und räumlich getrennt von Produkten anderer Modeunternehmen beziehungsweise Marken präsentiert werden

Social Networks Digitale Netzwerke, die es Nutzern ermöglichen, sich untereinander auszutauschen und mediale Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft zu gestalten

Spot-Artikel Topmodisches Produkt – kurzfristige Trends werden aufgegriffen, um eine entsprechend kurzfristig auftretende Nachfrage zu bedienen, es wird kein Prototyp produziert; Lead Time von fünf Wochen

Systemlieferant Bezeichnung für ein System der Verknüpfung und weitgehenden Kontrolle der einzelnen Glieder der Wertschöpfungskette, angefangen bei dem Entwurf einer Kollektion über die Herstellung bis hin zum Vertrieb der Produkte an den Kunden beziehungsweise am Point of Sale

Vororder Bestellungen von Artikeln, die TOM TAILOR erst nach der Bestellung bei den Herstellern produzieren lässt

Wholesale Vertrieb über Großhandelskunden, die Produkte weiterverkaufen, in der Regel an den Endverbraucher

Finanzkalender

Datum

8. Mai 2012
18. Mai 2012
8. August 2012
8. November 2012

Aktuelle Termine

Veröffentlichung Zwischenbericht 1. Quartal 2012
Hauptversammlung, Hamburg
Veröffentlichung Zwischenbericht 2. Quartal 2012
Veröffentlichung Zwischenbericht 3. Quartal 2012

Kontakt

TOM TAILOR Holding AG
Garstedter Weg 14 | 22453 Hamburg

Telefon: +49 (0) 40 589 56 0
Telefax: +49 (0) 40 589 56 398
info@tom-tailor.com
www.tom-tailor.com

Impressum

Herausgeber

TOM TAILOR Holding AG
Garstedter Weg 14 | 22453 Hamburg

Der Geschäftsbericht liegt auch in englischer Sprache vor; außerdem ist der Geschäftsbericht unter der Internetadresse <http://ir.tom-tailor.com> in deutscher und englischer Sprache erhältlich. Im Zweifelsfall ist die deutsche Version maßgeblich.

Redaktion

MC Services AG | München

Konzeption, Gestaltung, Produktion

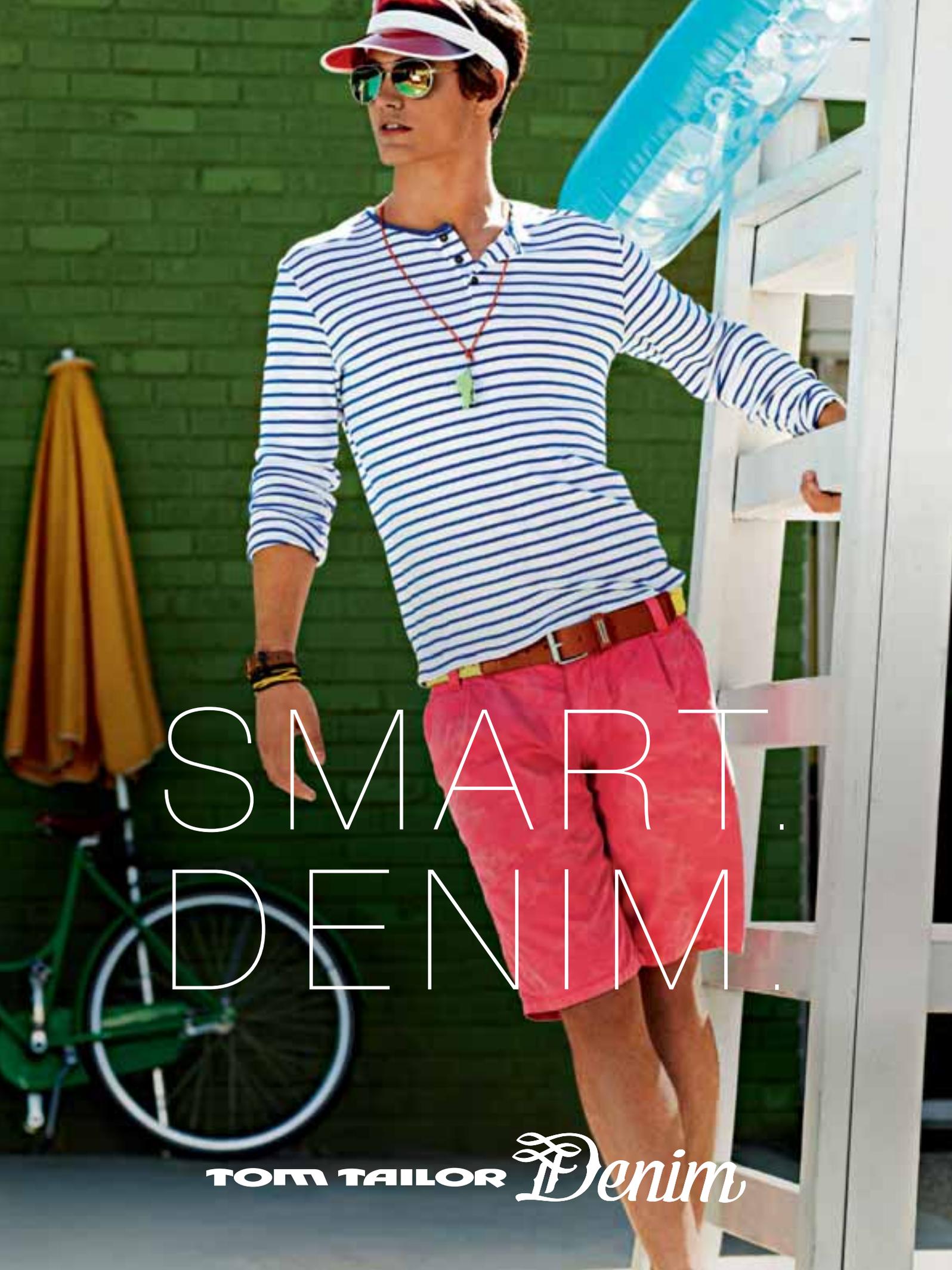
KMS TEAM GmbH | München

Druck

COLOR GRUPPE | München

Fotografie

Rechte der Kampagnen-Fotos liegen bei der TOM TAILOR GmbH



SMART
DENIM.

TOM TAILOR *Denim*