

Corporate News

GERRY WEBER nach Geschäftsjahr 2015/16 bei Neuausrichtung im Plan

- Konzernumsatz 2015/16 von EUR 900,8 Mio.
- EBITDA von EUR 77,3 Mio. und EBIT von EUR 13,8 Mio.
- Vorschlag zur Zahlung einer Dividende von 0,25 Euro pro Aktie
- Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH im Plan
- Ertragsersparung für das laufende Geschäftsjahr 2016/17 auf Vorjahresniveau

(Halle/Westfalen, 23. Februar 2017) Die GERRY WEBER International AG bestätigt heute im Rahmen ihrer Bilanzpressekonferenz die Ende Januar 2017 veröffentlichten vorläufigen Zahlen des abgelaufenen Geschäftsjahres 2015/16. Der Konzernumsatz der GERRY WEBER International AG betrug für das abgelaufene Geschäftsjahr 2015/16 (1. November 2015 bis 31. Oktober 2016) EUR 900,8 Mio., das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) EUR 77,3 Mio. und das operative Ergebnis (EBIT) EUR 13,8 Mio. Vorstand und Aufsichtsrat werden der kommenden Hauptversammlung eine Dividende von EUR 0,25 pro Aktie vorschlagen.

Ralf Weber, Vorstandsvorsitzender der GERRY WEBER International AG, sagt: „Die GERRY WEBER Gruppe hat das Geschäftsjahr 2015/16 nach Plan abgeschlossen und die Prognose erfüllt – trotz des anhaltend schwierigen Marktumfelds und der außergewöhnlichen Belastungen durch die eingeleitete Neuausrichtung. Dieses Jahr wird nicht einfacher, aber wir liegen bei der Neuausrichtung auf Kurs und machen gute Fortschritte. Wir blicken zuversichtlich nach vorne und werden weiter hart daran arbeiten, die GERRY WEBER Gruppe fit für die Zukunft zu machen und die Position als starkes Mode- und Lifestyleunternehmen langfristig zu sichern.“

Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH

Das Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH mit seinen vier Bausteinen wurde im letzten Geschäftsjahr plangemäß umgesetzt und wird weiter konsequent vorangetrieben. Im laufenden Geschäftsjahr wird es vor allem darum gehen, noch schneller und effizienter zu werden und insbesondere die Kernmarke GERRY WEBER moderner und wertiger zu präsentieren.

„Retail optimieren“

Im ersten Jahr des Programms FIT4GROWTH wurden entsprechend des Zeitplanes 75 der 103 geplanten Filialschließungen der Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON umgesetzt. Die verbleibenden Schließungen werden fristgerecht bis Mitte des Jahres 2017 realisiert werden. Die Beschleunigung der Digitalisierungsstrategie ist ein Schwerpunkt zur Verbesserung des Markenerlebnisses und zur individuellen Ansprache der jeweiligen Kundenzielgruppe. Die Produktpräsentation im GERRY WEBER Online Shop wurde völlig neugestaltet und auf die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse der einzelnen Marken zugeschnitten. Ferner wurde bei HALLHUBER „Click & Collect“ sowie „Mobiles Ordering“ in allen deutschen Filialen eingeführt, sodass die Verknüpfung zwischen stationärem und Online-Handel ebenfalls weiter voranschreitet. Im laufenden Geschäftsjahr werden die Aktivitäten im Bereich Digitalisierung nochmals ausgeweitet und beschleunigt. Ein wichtiger Baustein ist der Relaunch des GERRY WEBER Online Shops im Frühjahr 2017; HALLHUBER folgt im Herbst 2017. Langfristig streben wir die vollständige Verzahnung aller Vertriebskanäle für ein übergreifend einheitliches Marken- und Einkaufserlebnis an.

„Strukturen und Prozesse anpassen“

Zur Steigerung der Effektivität und zur Reduzierung der Kostenbasis wurden alle wesentlichen Geschäftsabläufe und -prozesse im Laufe des Geschäftsjahres analysiert. Dies führte auch zu einem leider unvermeidlichen Abbau von rund 200 Stellen in der Zentrale in Halle/Westfalen.

„Wholesale stärken“

Zur Unterstützung der Wholesale-Partner hat die GERRY WEBER Gruppe verschiedene Maßnahmen definiert und bereits mit der Umsetzung begonnen. Durch die neu eingeführten Partnerschaftsmodelle wird nicht nur die Warenbestückung und die Präsentation der GERRY WEBER Kollektionen am Point of Sale optimiert, sondern auch das Service-Level für die Wholesale-Partner erhöht.

Die Einführung der neuen Marke talkabout exklusiv für den Wholesale ist eine weitere Maßnahme zur Stärkung des Wholesale. Die Kollektionen wurden gemeinsam mit den Wholesale-Partnern entwickelt und im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015/16 auf 30 Shop-in-Shop-Flächen getestet. Aufgrund des positiven Feedbacks werden die talkabout Flächen im laufenden Geschäftsjahr 2016/17 auf 120 bis 150 Shop-in-Shops ausgebaut werden.

„Marken modernisieren“

Unser Ziel ist es, die Marken und Kernprodukte des Konzerns stärker in den Vordergrund zu rücken und die Kollektionen modern und wertig zu gestalten. Dabei wurde die Wertigkeit der Produkte durch besondere Materialien oder durch hochwertigste Details erhöht. Unterstützt wird die zeitgemäße und moderne Ausrichtung der Kollektionen nicht nur durch die Präsentation am Point of Sale, sondern auch durch die neu überarbeitete Bildsprache der Markenkampagnen.

Ausblick 2016/17

Angesichts der weiterhin herausfordernden Marktbedingungen, mit sinkenden Kundenfrequenzen sowie mit einem sich verändernden Einkaufsverhalten der Endverbraucher, steht auch das laufende Geschäftsjahr 2016/17, wie bereits bei Bekanntgabe des Programms angekündigt, im Zeichen der Neuausrichtung. GERRY WEBER wird das Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH weiter konsequent umsetzen und gegebenenfalls dort nachsteuern, wo es die volatilen Marktentwicklungen erforderlich machen. Der Vorstand budgetiert für dieses Geschäftsjahr daraus resultierende Sonderbelastungen in Höhe von rund EUR 6 Mio. nach EUR 31,2 Mio. im Vorjahr. Vor diesem Hintergrund rechnet der Vorstand im laufenden Geschäftsjahr 2016/17 noch nicht mit signifikanten Ergebnissteigerungen und prognostiziert für das laufende Geschäftsjahr daher ein Konzern-EBIT auf Vorjahresniveau zwischen EUR 10 und 20 Mio. Das operative Konzernergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (EBITDA reported) wird voraussichtlich zwischen EUR 60 und 70 Mio. betragen.

Als Folge der erfolgten Geschäftsschließungen, aber auch aufgrund des anhaltend schwierigen Marktumfeldes, geht der Vorstand von einem leichten Umsatzrückgang im Vergleich zum Vorjahr von -2 % bis -4 % für 2016/17 aus. Wie bereits im Februar 2016 bekannt gegeben, rechnet die GERRY WEBER Gruppe damit, im dritten Jahr nach dem Start der Neuausrichtung und damit im Geschäftsjahr 2017/18 wieder in eine Phase nachhaltig profitablen Wachstums überzugehen.

Umsatzentwicklung 2015/16

Das Marktumfeld für den gesamten Modeeinzelhandel ist anhaltend herausfordernd. Der vergleichbare Umsatz im deutschen Modeeinzelhandel verminderte sich im GERRY WEBER Geschäftsjahr 2015/16 im Vergleich zum Vorjahr um 3 % bis 4 %. Auch die GERRY WEBER Gruppe konnte sich diesem Marktumfeld nicht entziehen. Der Konzernumsatz für das Geschäftsjahr 2015/16 reduzierte sich demzufolge um 2,2 % auf EUR 900,8 Mio. (Vorjahr:

GERRY WEBER

INTERNATIONAL AG

EUR 920,8 Mio.). Dabei trugen die GERRY WEBER Core-Marken (GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON) EUR 717,6 Mio. und HALLHUBER EUR 183,2 Mio. zum Konzernumsatz bei. Der Umsatzrückgang des Core-Bereiches im Vergleich zum Vorjahr von 10,9 % konnte durch das erfreuliche Umsatzplus von HALLHUBER von 17,7 % nicht vollständig kompensiert werden.

Der Umsatz des GERRY WEBER Core-Bereichs verminderte sich im Vergleich zum Vorjahr um 10,9 %, was auf Umsatzrückgänge sowohl im Core-Retail als auch Core-Wholesale-Bereich zurückzuführen ist. Der Umsatz des GERRY WEBER Core-Retail-Segments verringerte sich im Geschäftsjahr 2015/16 EUR von EUR 440,3 Mio. auf EUR 419,2 Mio. Ursächlich für den Umsatzrückgang des Core-Retail-Segments war neben den bereits im Rahmen des Programms FIT4GROWTH geschlossenen 75 Filialen vor allem der Rückgang des Umsatzes auf vergleichbarer Fläche in Höhe von 7,6 %. Der Umsatz des Wholesale-Bereiches verminderte sich deutlich um 18,3 % auf EUR 298,4 Mio. Ebenso wie GERRY WEBER sind auch unsere Wholesale-Partner von dem anhaltend schwierigen Marktumfeld betroffen. Erfreulich hingegen entwickelte sich der Anteil des gesamten Online-Geschäftes (HALLHUBER und GERRY WEBER Core), das mit EUR 43,9 Mio. ein Plus von ca. 22 % im Vergleich zum Vorjahr erzielen konnte.

Ertragsentwicklung 2015/16

Eine effektivere Steuerung des Warenflusses verbunden mit einer optimierten Preisgestaltung führten insgesamt zu einer Verbesserung der Konzern-Bruttomarge von 58,7 % auf 60,4 %.

Bedingt durch den Umsatzrückgang der Core-Bereiche, der derzeit noch niedrigeren Profitabilität des HALLHUBER Umsatzes, aber insbesondere auch durch Sonderbelastungen aus dem Programm FIT4GROWTH verminderte sich gleichermaßen die Profitabilität der GERRY WEBER Gruppe. Das operative Konzernergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) inklusive aller Sonderbelastungen betrug im Geschäftsjahr 2015/16 EUR 77,3 Mio. nach EUR 115,8 Mio. im Vorjahr (Vorjahr ohne Sondereffekte). Die EBITDA-Marge verminderte sich von 12,6 % auf 8,6 %.

Unter Berücksichtigung der Abschreibungen in Höhe von EUR 63,5 Mio. ergibt sich ein Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT reported) in Höhe von EUR 13,8 Mio. Ohne die Sondereffekte und Abschreibungen im Rahmen des Programms FIT4GROWTH in Höhe von EUR 31,2 Mio. sowie des Netto-Ertrages aus dem Verkauf der nicht zum betriebsnotwendigen Vermögen gehörenden Halle 30 ermittelt sich ein bereinigtes Konzern-EBIT in Höhe von EUR 23,1 Mio.

GERRY WEBER

INTERNATIONAL AG

Insgesamt erwirtschaftete die GERRY WEBER Gruppe einen Konzernjahresüberschuss nach Steuern in Höhe von EUR 0,5 Mio. Im Vorjahr waren es noch EUR 52,2 Mio. gewesen. Entsprechend verminderte sich das Ergebnis je Aktie bei einer unveränderten Aktienanzahl auf EUR 0,01 (Vorjahr: EUR 1,14).

Die GERRY WEBER Gruppe in Zahlen (Einbeziehung HALLHUBER im Vorjahr ab Februar 2015*):

	2015/16	2014/15*	Veränderung in %
Umsatz (in EUR Mio.)	900,8	920,8	-2,2
EBITDA (in EUR Mio.)	77,3	115,8	-33,3
EBITDA Marge (in %)	8,6 %	12,6 %	-4,0 %-Punkte
EBIT (reported) (in EUR Mio.)	13,8	79,3	-82,6
EBIT (bereinigt) (in EUR Mio.)	23,1	79,3	-70,9
EBIT Marge (in %)	1,5 %	8,6 %	-7,1 %-Punkte
Jahresüberschuss (in EUR Mio.)	0,5	52,2	-99,0 %
Ergebnis je Aktie (in Euro)	0,01	1,14	-99,0 %

Prognose der GERRY WEBER Gruppe:

	GERRY WEBER Gruppe
Umsatz (in EUR Mio.)	2 bis 4 % unterhalb des Vorjahresumsatzes von EUR 900,8 Mio.
EBITDA (in EUR Mio.)	60 - 70
EBIT (in EUR Mio.)	10 - 20

GERRY WEBER

INTERNATIONAL AG

GERRY WEBER International AG

Kontakt Presse

Catharina Berndt

Leiterin Unternehmenskommunikation

Tel: +49 (0)5201 185 320

Email: catharina.berndt@gerryweber.com

Kontakt Investor Relations

Claudia Kellert

Leiterin Investor Relations

Tel: +49 (0)5201 185 8422

Email: claudia.kellert@gerryweber.com