

Corporate News

GERRY WEBER nutzt Transformationsjahr, um Strukturen und Prozesse anzupassen

- Rückgang des Konzernumsatzes bei lediglich -2,9 % aufgrund HALLHUBER Wachstum von 5,3 %
- Maßnahmen des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH nahezu vollständig umgesetzt. Geplante Kosteneinsparungen nach neun Monaten realisiert
- Modernisierungsmaßnahmen der Marken führen zu Umsätzen auf vergleichbarer Fläche über Markttrend
- Deutlicher Abbau der Bestände belastet das operative Ergebnis
- Umsatz- und Ergebnisprognose für das gesamte Geschäftsjahr 2016/17 bestätigt

(Halle/Westfalen, 14. September 2017) Nach neun Monaten des Geschäftsjahres 2016/17 verminderte sich der Konzernumsatz der GERRY WEBER International AG, insbesondere aufgrund der planmäßigen Bereinigung des Storeportfolios des Core-Retail-Bereiches, leicht um 2,9 % auf EUR 620,1 Mio. Die Tochtergesellschaft HALLHUBER verzeichnete hingegen einen Umsatzanstieg in Höhe von 5,3% und trug EUR 140,8 Mio. zum Konzernumsatz der ersten neun Monate 2016/17 bei.

GERRY WEBER Core Umsätze planmäßig rückläufig

Die GERRY WEBER Core-Marken (GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON) trugen nach neun Monaten EUR 479,4 Mio. zum Konzernumsatz bei (9-Monate Vorjahr: EUR 504,8 Mio.). Dabei beträgt der Anteil des Core-Retail-Segmentes EUR 291,8 Mio. (9-Monate Vorjahr: EUR 313,5 Mio.). Die Umsätze des Core-Retail-Segmentes wurden insbesondere durch die Schließung von 88 Verkaufsflächen im Vergleich zum Ende des 3. Quartal des Vorjahres negativ beeinflusst. Ferner führte das negative Marktumfeld zu einer Reduzierung der Retail-Umsätze auf vergleichbarer Verkaufsfläche von 2,5 %. Der deutsche Modeeinzelhandel verzeichnete im gleichen Zeitraum einen Umsatzrückgang von etwas über 3,3 %. Über alle drei Quartale hinweg haben sich die GERRY WEBER Core-Marken somit besser entwickelt als der Gesamtmarkt. Ein positives Zeichen, dass die Modernisierung der Marken erste Früchte trägt.

Das Core-Wholesale-Segment bestätigt diesen positiven Trend. Trotz des anhaltend schwierigen Marktumfeldes sank der Wholesale-Umsatz im Neunmonatsvergleich lediglich um 2,0 % auf EUR 187,5 Mio. (9-Monate Vorjahr: EUR 191,4 Mio.).

HALLHUBER wieder zurück auf dem Wachstumsweg

Nach -0,9 % im 1. Quartal und +4,1 % im 2. Quartal erhöhte sich der HALLHUBER Umsatz im 3. Quartal 2016/17 um 13,9 % und betrug nach neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres EUR 140,8 Mio. (9-Monate Vorjahr: EUR 133,6 Mio.). Um Überbeständen am Ende einer Saison vorzubeugen und die Rohertragsmarge zu verbessern, wurde im Verlauf des gesamten 1. Halbjahres 2016/17 im Schnitt rund 25 % weniger Ware auf die HALLHUBER Verkaufsflächen geliefert. Erst ab Ende April 2017 wurde die Anzahl der Teile pro Quadratmeter wieder schrittweise erhöht. Erste positive Effekte dieser Entwicklung zeichneten sich nun im 3. Quartal 2016/17 ab. Da die Bestände erst wieder ab Juli 2017 auf Vorjahresniveau lagen, rechnet die Gesellschaft jedoch erst ab dem 4. Quartal wieder mit einer vollständigen Normalisierung des HALLHUBER Umsatzes auf vergleichbarer Fläche bei einer verbesserten Rohertragsmarge.

Die Anpassung des HALLHUBER Warenmanagements führte zu einer deutlichen Verbesserung der HALLHUBER Bruttomarge von 61,3 % auf EUR 64,1 % im Neunmonatsvergleich. Gestiegene Kosten basierend auf der Neueröffnung von 34 Verkaufsflächen erhöhten jedoch die operativen Aufwendungen, sodass HALLHUBER unter Einbeziehung der Abschreibungen auch weiterhin ein negatives operatives Ergebnis am Ende des 3. Quartals 2016/17 auswies. Beeinflusst wird der operative Verlustausweis (EBIT) in Höhe von EUR 4,2 Mio. durch Abschreibungen im Rahmen der Kaufpreisallokation in Höhe von EUR 4,9 Mio. Ohne diese konzernbedingten Abschreibungen beträgt das bereinigte EBIT (adjusted) von HALLHUBER EUR 0,7 Mio.

Rohertragsmarge von GERRY WEBER Core durch Sondereffekte belastet

Die Bruttomarge des Core-Bereiches hat sich im Neunmonatsvergleich von 62,0 % auf EUR 58,8 % vermindert. Zu dieser Verminderung führten insbesondere die Bereinigung von Warenbeständen, ein verändertes Order- und Warenmanagement mit dem Ziel, am Anfang einer Saison weniger Bestände aufzubauen und optimierter innerhalb der Saison auszuliefern, sowie die Erhöhung der Wertigkeit unserer Kollektionen. Bedingt durch diese Effekte verminderte sich die Rohertragsmarge des Konzerns ebenfalls von 61,8 % auf 60,0 %.

GERRY WEBER Core Kosteneinsparziele aus FIT4GROWTH bereits Ende des 3. Quartals 2016/17 erreicht

Ziel des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH war es, unter anderem, die Personal- und Sachaufwendungen um EUR 20 bis 25 Mio. zu reduzieren. Dieses Ziel haben wir nahezu Ende des 3. Quartals des laufenden Geschäftsjahres erreicht.

Die Personalaufwendungen des Konzerns verminderten sich von EUR 147,7 Mio. auf EUR 143,3 Mio. (EUR -4,4 Mio.), wobei sich die Personalaufwendungen des Core-Bereiches sogar um EUR 8,1 Mio. verminderten und die von HALLHUBER expansionsbedingt um EUR 3,7 Mio. erhöhten. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen des Konzerns, die sich auf Konzernebene um EUR 19,1 Mio. auf nunmehr EUR 200,5 Mio. reduzierten. Dabei verminderten sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen des Core-Bereiches im Neunmonatsvergleich von EUR 167,2 Mio. auf EUR 142,9 Mio. HALLHUBER erhöhte seine sonstigen betrieblichen Aufwendungen expansionsbedingt von EUR 52,4 Mio. auf EUR 57,6 Mio.

Konzernergebnis durch Rohergebnis des Core-Bereiches belastet

Trotz der erheblichen Kosteneinsparungen bei den Personal- und Sachaufwendungen in Höhe von rund EUR 23,5 Mio. liegt das Konzernergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern (Konzern-EBITDA) nach neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres mit EUR 35,1 Mio. unterhalb des Vorjahresniveaus von EUR 40,7 Mio. Dies ist ausschließlich auf den Bestandsabbau sowie die veränderte Bestandsführung verbunden mit einer Verminderung der Rohertragsmarge zurückzuführen. Gleiches gilt für das operative Konzernergebnis (Konzern-EBIT), welches nach neun Monaten 2016/17 mit EUR 0,2 Mio. nahezu auf Vorjahresniveau von EUR 0,6 Mio. liegt.

Ralf Weber, Vorstandsvorsitzender der GERRY WEBER International AG bestätigt dazu: „Wir haben alle Maßnahmen des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH innerhalb des geplanten Zeitraumes erfolgreich umgesetzt. Erste positive Effekte zeigen sich sowohl auf der Kostenseite als auch bei der Umsatzentwicklung. Insbesondere die Entwicklung der Umsätze des Core-Bereiches auf vergleichbarer Fläche bei gegebenem schwachen Marktumfeld weisen auf den Erfolg der Modernisierungsmaßnahmen hin. Trotzdem ist es uns nicht gelungen, die Ergebnissituation deutlich zu verbessern. Dies ist vor allem auf die Anpassung des Warenmanagements sowohl bei HALLHUBER als auch im Core-Bereich zurückzuführen.“

Bestätigung der gegebenen Prognose für das gesamte Geschäftsjahr 2016/17

Vor dem Hintergrund der erfolgreich umgesetzten Maßnahmen, der laufenden Umstrukturierungen des Order- und Warenmanagements sowie der Bedeutung des 4.

GERRY WEBER

INTERNATIONAL AG

Quartales für die Ergebnissituation der GERRY WEBER Gruppe geht der Vorstand auch weiterhin davon aus, die gesetzten finanziellen Ziele für das Geschäftsjahr 2016/17 zu erreichen. Für das laufende Geschäftsjahr rechnet der Vorstand, auch aufgrund der bereits erfolgten Geschäftsschließungen, mit einem Konzernumsatz, der 2 % bis 4 % unterhalb des Vorjahres liegen wird (Vorjahr: EUR 900,8 Mio.). Entsprechend wird ein operatives Konzernergebnis (Konzern-EBIT reported) zwischen EUR 10 und 20 Mio. erwartet.

Die GERRY WEBER Gruppe in Zahlen*:

	9-Monate 2016/17	9-Monate 2015/16	3. Quartal 2016/17	3. Quartal 2015/16
Umsatz (in EUR Mio.)	620,1	638,5	192,3	194,8
EBITDA (in EUR Mio.)	35,1	40,7	6,1	10,8
EBITDA-Marge (in %)	5,7 %	6,4 %	3,2 %	5,5 %
EBIT (in EUR Mio.)	0,2	0,6	-5,8	-7,8
EBIT-Marge (in %)	0,0 %	0,1 %	-3,0 %	-4,0 %
Periodenüberschuss (in EUR Mio.)	-3,4	-4,0	-5,1	-6,9
Ergebnis je Aktie (in Euro)	-0,07	-0,08	-0,11	-0,15
Eigenkapitalquote (in %)	51,3 %	50,7 %	51,3 %	50,7 %
Mitarbeiter (im Durchschnitt)	6.936	7.053	6.936	7.053

GERRY WEBER International AG

Kontakt Investor Relations:

Claudia Kellert

Leiterin Investor Relations

Tel: +49 (0)5201 185 8422

Email: claudia.kellert@gerryweber.com

Kontakt Presse:

Cornelia Brüning-Harbrecht

Leiterin Unternehmenskommunikation

Tel: +49 (0)5201 185 320

Email: cornelia.bruening-harbrecht@gerryweber.com