

Corporate News

GERRY WEBER treibt Umbau des Geschäftsmodells voran, während Umsatz und Ergebnis nachgeben

- Performance-Programm für nachhaltig profitables Wachstum mit Fokus auf Go-to-Market-Strategie erfolgreich gestartet
- Anhaltende Marktschwäche und heißer Sommer belasten Erlösentwicklung
- Umsatz und EBIT nach 9 Monaten unter Vorjahr bei EUR 575,1 Mio. (Vorjahr: EUR 620,1 Mio.) bzw. bei EUR -9,8 Mio. (EUR 0,2 Mio.)

(Halle/Westfalen, 13. September 2018) Die GERRY WEBER International AG hat in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2017/18 einen Konzernumsatz in Höhe von EUR 575,1 Mio. erzielt und liegt damit -7,3 % unter Vorjahr (EUR 620,1 Mio.). Ursächlich dafür waren vor allem die anhaltende Strukturschwäche im deutschen und europäischen stationären Textilhandel, der überaus heiße Sommer, der insbesondere die Tochtergesellschaft HALLHUBER im 3. Quartal getroffen hat, Nachlaufeffekte aus den Standortschließungen im Zusammenhang mit dem abgeschlossenen Programm FIT4GROWTH sowie geplante Anpassungen im Zuge der Umstellung des GERRY WEBER-Geschäftsmodells durch das im Juni angekündigte Performance-Programm. Angesichts der deutlichen Umsatzeinbußen hat sich die Ergebnisentwicklung gut behauptet: so gaben das Konzernergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern (EBITDA) nach neun Monaten bereinigt auf EUR 31,0 Mio. (Vorjahr: EUR 36,1 Mio.) und das bereinigte operative Ergebnis (EBIT) auf EUR -1,6 Mio. (EUR 2,3 Mio.) nach. In diesen aktuellen Ergebniszahlen sind jeweils planmäßige Einmalaufwendungen in Höhe von rund EUR 7 bzw. rund EUR 8 Mio. aus dem Performance-Programm nicht enthalten.

„Wir verändern gerade unsere Denk- und Arbeitsweise grundlegend – ohne Tabus“

„Die unbefriedigende Umsatzentwicklung bestärkt uns noch mehr, unser Geschäftsmodell mit Nachdruck umzustellen und diese Transformation dort, wo möglich, noch stärker voranzutreiben. Wir sind schon ein gutes Stück vorangekommen, auch wenn es noch Zeit benötigt, bis wir die Erfolge in den Ergebnissen sehen. Wir verändern gerade unsere Denk- und Arbeitsweise grundlegend – ohne jegliche Tabus. Kern unseres Performance-Programms ist es, schneller, flexibler und zugleich moderner in der vollen Ausrichtung auf

unsere Kundin zu werden“, kommentiert Ralf Weber, Vorstandsvorsitzender der GERRY WEBER International AG.

Entwicklung nach neun Monaten und im 3. Quartal 2017/18

Nach neun Monaten 2017/18 (31. Juli 2018) hat die GERRY WEBER International AG einen Konzernumsatz von EUR 575,1 Mio. erzielt. Das entspricht einem Rückgang von 7,3 % gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreswert von EUR 620,1 Mio. Allein im 3. Quartal betrug der Umsatzrückgang 11,4 % in der GERRY WEBER Gruppe auf EUR 170,4 Mio. (Vorjahr: EUR 192,3 Mio.). Der außergewöhnlich heiße Sommer hat insbesondere die Geschäftsentwicklung bei HALLHUBER getroffen: hier gab der Umsatz im 3. Quartal um 8,1 % auf EUR 43,9 Mio. (Vorjahr: EUR 47,8 Mio.) nach. Außer auf die Frequenzverluste in Folge des heißen Sommers ist der Umsatzrückgang im 3. Quartal bei HALLHUBER auf fehlende Erlöse im europäischen Ausland wegen der Insolvenz eines Partners (Großbritannien) und deutlich unter Plan liegenden Umsätzen in Folge der Konzeptumstellung bei einem schweizerischen Partner zurückzuführen.

Der GERRY WEBER Core-Retail-Bereich, sprich der Umsatz mit unseren Marken GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON und talkabout auf unseren eigenen Verkaufsflächen, verringerte sich in den ersten neun Monaten um 14,0 % auf EUR 250,9 Mio. (Vorjahr: EUR 291,8 Mio.). Nach wie vor ist das Segment geprägt von den im Rahmen des Programms FIT4GROWTH erfolgten Geschäftsschließungen. So lag die Anzahl der eigenen Geschäfte per Ende Juli 2018 bei 822 (Vorjahr: 867).

In den ersten neun Monaten blieb der Umsatz des GERRY WEBER Core-Wholesale-Segments um 6,2 % unter dem vergleichbaren Vorjahreswert bei EUR 176,0 Mio. (Vorjahr: EUR 187,5 Mio.). Die begonnene Umstellung auf das neue „Go-to-Market“-Konzept mit geänderten und kürzeren Lieferrhythmen hat bereits im 3. Quartal zu geplanten Umsatzeinbußen geführt.

Der Umsatz von HALLHUBER entwickelte sich im Neunmonatsvergleich positiv und erhöhte sich um 5,3 % auf EUR 148,2 Mio. (Vorjahr: EUR 140,7 Mio.). Der Umsatzanstieg basierte auf einer expansionsbedingten Flächenausweitung. Zudem stieg der vergleichbare Umsatz von HALLHUBER um 3,1 %. Damit hat sich HALLHUBER im Neunmonatszeitraum besser entwickelt als der deutsche Modeeinzelhandel.

Gut voran kommt nach wie vor das Online-Geschäft bei allen Marken der GERRY WEBER Gruppe. Die Online-Umsätze der Core-Marken (GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON und talkabout) erhöhten sich im Vergleich zu den ersten neun Monaten 2016/17 auf eigenen

Plattformen um 6,2 % auf EUR 22,1 Mio., HALLHUBER erwirtschaftete im gleichen Zeitraum sogar ein Umsatzplus von 37,5 % auf EUR 19,4 Mio.

Vor allem auf Grund der Schließungen von Geschäften reduzierte sich die Anzahl der Mitarbeiter in der GERRY WEBER Gruppe zum 31. Juli 2018 auf durchschnittlich 6.487 im Vergleich zu 6.936 per 31. Juli 2017. Der Personalaufwand reduzierte sich in der GERRY WEBER Gruppe in den ersten neun Monaten um 3,3 % auf EUR 138,6 Mio. (Vorjahr: EUR 143,3 Mio.).

Das Ergebnis vor Steuern und Abschreibungen (EBITDA) gab nach den ersten neun Monaten inklusive der Einmalaufwendungen aus dem Performance-Programm in Höhe von EUR 6,8 Mio. um 31,1 % auf EUR 24,2 Mio. nach gegenüber EUR 35,1 Mio. in der entsprechenden Vergleichsperiode des Vorjahres. Das operative Ergebnis (EBIT) gab im gleichen Zeitraum auf EUR -9,8 Mio. (Vorjahr: EUR 0,2 Mio.) nach. Auch beim operativen Ergebnis sind Einmalaufwendungen aus dem Performance-Programm in Höhe von EUR 8,2 Mio. berücksichtigt.

Ausblick für das Geschäftsjahr 2017/18 im Kern bestätigt

Die mit dem Performance-Programm für nachhaltiges, profitables Wachstum verbundenen Maßnahmen werden wie schon berichtet im laufenden Geschäftsjahr 2017/18 zu über den ursprünglichen Erwartungen liegenden Sonderbelastungen von voraussichtlich rund EUR 15 Mio. führen, wovon bereits gut EUR 8 Mio. per 31. Juli 2018 angefallen sind, sowie zu Umsatzverschiebungen in das folgende Geschäftsjahr. Hinzu kommt, dass die Umsätze im GERRY WEBER Retail Segment im laufenden Geschäftsjahr leicht hinter den Erwartungen liegen.

Vor diesem Hintergrund bestätigt der Vorstand der GERRY WEBER International AG im Kern die Prognose für das Geschäftsjahr 2017/18. Auch wenn die Erreichung des Umsatzziels für das laufende Geschäftsjahr in Höhe von EUR 830 bis 840 Mio. äußerst ambitioniert ist, geht das Unternehmen unverändert davon aus, ein Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von EUR -10 bis 0 Mio. zu erreichen. In diesem Wert sind die erwähnten Sonderbelastungen von rund EUR 15 Mio. bereits enthalten.

GERRY WEBER

INTERNATIONAL AG

Die GERRY WEBER Gruppe in Zahlen:

	9-Monate 2017/18	9-Monate 2016/17	3. Quartal 2017/18	3. Quartal 2016/17
Umsatz (in EUR Mio.)	575,1	620,1	170,4	192,3
EBITDA (in EUR Mio.)	24,2	35,1	-1,3	6,1
EBITDA-Marge (in %)	4,2 %	5,7 %	-0,7 %	3,2 %
EBITDA adj. (in EUR Mio.)	31,0	36,1	3,3	6,5
EBIT (in EUR Mio.)	-9,8	0,2	-13,0	-5,8
EBIT-Marge (in %)	-1,7 %	0,0 %	-7,6 %	-3,0 %
EBIT adj. (in EUR Mio.)	-1,6	2,3	-7,1	-4,7
Periodenüberschuss (in EUR Mio.)	-10,7	-3,4	-10,8	-5,1
Ergebnis je Aktie (in Euro)	-0,23	-0,08	-0,24	-0,11
Eigenkapitalquote (in %)	53,1 %	51,3 %	53,1 %	51,3 %
Mitarbeiter (im Durchschnitt)	6.487	6.936	6.487	6.936

GERRY WEBER

INTERNATIONAL AG

Zulassung: Regulierter Markt der Frankfurter Wertpapierbörse (Prime Standard)

ISIN: DE0003304101

WKN: 330410

GERRY WEBER International AG

Kontakt Investor Relations:

Gundolf Moritz

Mirnock Consulting

Tel: +49 6227 732772

E-mail: gmoritz@mirnock-consulting.de

Kontakt Presse:

Cornelia Brüning-Harbrecht

Head of Corporate Communications

Tel: +49 (0)5201 185 320

E-mail: cornelia.bruening-harbrecht@gerryweber.com