

GERRY WEBER International AG steigert normalisiertes EBITDA deutlich in den ersten neun Monaten 2021

- **Konzernumsatz geht in den ersten neun Monaten 2021 coronabedingt um 16 % auf EUR 191,5 Mio. zurück**
- **Online-Umsatz wächst um rund 30 % auf EUR 30,5 Mio.**
- **Alle Filialen seit Juni 2021 wieder geöffnet**
- **Normalisiertes EBITDA in den ersten neun Monaten 2021 mit EUR –4,0 Mio. deutlich über Vorjahr**
- **Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von EUR 21,3 Mio. in den ersten neun Monaten - revolvingender Kredit vollständig zurückgeführt in Q3 2021**
- **Deutliche Aufwertung der Arbeitgebermarke der GERRY-WEBER-Gruppe**
- **Ausblick für das Geschäftsjahr 2021 bestätigt und Ausblick für das Geschäftsjahr 2022 veröffentlicht**

Halle/Westfalen, 22.11.2021 – Die GERRY WEBER International AG hat heute ihre Quartalsmitteilung für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2021 vorgelegt. Die Mitteilung ist online zugänglich unter:

<https://ir.gerryweber.com/websites/gerryweber/German/4200/quartalsberichte.html>

Die Geschäftsentwicklung der GERRY WEBER International AG (GERRY WEBER, GERRY-WEBER-Gruppe) stand auch in den ersten neun Monaten 2021 unter dem Einfluss der Coronapandemie. Während im ersten Quartal die GERRY-WEBER-Filialen in Deutschland fast durchgängig geschlossen waren, führten in den folgenden Wochen je nach regionalem Infektionsgeschehen unterschiedlich starke Einkaufsrestriktionen zu weiteren Umsatzrückgängen. Erst im Juni 2021 wurden sukzessive alle Filialen wieder geöffnet. Erfreulicherweise steigt seither die Kundenfrequenz in den Filialen wieder an, gleichzeitig haben sich außerdem die Conversion-Rate und der Umsatz pro Kundin erhöht.

Insgesamt erwirtschaftete GERRY WEBER in den ersten neun Monaten 2021 einen Umsatz von EUR 191,5 Mio. nach EUR 227,1 Mio. im Vergleichszeitraum 2020. Das entspricht einem Minus von rund 15,6 %. Auch in den Monaten Juli bis September 2021 war der Umsatz noch rückläufig, mit EUR 83,9 Mio. nach EUR 86,6 Mio. im Vorjahr fiel das Umsatzminus aber geringer aus.

Im Segment Retail ging der Umsatz in den ersten neun Monaten 2021 lockdownbedingt zurück auf EUR 113,2 Mio. (Vorjahr EUR 122,9 Mio.). Im dritten Quartal lag der Umsatz erfreulicherweise mit EUR 52,3 Mio. insgesamt 8,1 % über dem Vorjahreszeitraum (Vorjahr EUR 48,43 Mio.). Deutlich gewachsen ist das Online-Business im Zeitraum Januar bis September 2021: Es erreichte einen Umsatz von EUR 30,5 Mio. (Vorjahr: EUR 23,5 Mio.). Auch nach Wiedereröffnung der stationären Flächen legte das Online-Business weiter zu und erzielte einen Umsatz von 9,7 Mio. EUR im dritten Quartal 2021. Im Wholesale hat die GERRY-WEBER-Gruppe einen Umsatz von EUR 78,3 Mio. (Vorjahr EUR 104,2 Mio.) erwirtschaftet.

GERRY WEBER

INTERNATIONAL AG

Die Umsatzentwicklung im dritten Quartal spiegelt die Order-Zurückhaltung der Wholesale-Kunden während der Lockdown-Zeit deutlich wider. Der Umsatz ging auf EUR 31,5 Mio. zurück (Vorjahr: EUR 38,2 Mio.). Allerdings ist die aktuelle Orderrunde über Vorjahr abgeschlossen worden und erste Leuchtturmkunden konnten zurückgewonnen werden.

Trotz des Umsatzrückgangs von 15,6 % hat sich der Rohertrag in den ersten neun Monaten unterproportional um 12,6 % verschlechtert und beträgt EUR 119,7 Mio. (Vorjahr: EUR 137,0 Mio.). Entsprechend verbessert sich die Rohertragsmarge um 2,2 Prozentpunkte auf 62,5 % nach 60,3 % dank des gesenkten Materialaufwands. Aufgrund gesunkener Kosten durch Nutzung von Kurzarbeit und strikter Kostendisziplin im Konzern steigt das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) auf EUR 19,3 Mio. (Vorjahr: EUR 15,6 Mio.); die EBITDA-Marge erreicht 10,1 % und liegt somit deutlich über Vorjahr (6,9 %). Das um Effekte aus der Leasing-Bilanzierung nach IFRS 16 adjustierte normalisierte EBITDA hat sich ebenfalls deutlich verbessert und liegt bei EUR -4,0 Mio. (Vorjahr EUR -14,8 Mio.); die normalisierte EBITDA-Marge erreicht folglich -2,1 % (Vorjahr -6,5 %). Dementsprechend steigt das Periodenergebnis auf EUR -24,4 Mio. nach EUR -32,2 Mio. im Vorjahr.

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit liegt mit EUR 21,3 Mio. deutlich über dem Vorjahreswert von EUR 11,0 Mio. und ist auf das verbesserte operative Ergebnis und die erhaltene Überbrückungshilfe III zurückzuführen. Die liquiden Mittel belaufen sich zum Stichtag 30. September 2021 auf EUR 90,4 Mio. nach EUR 85,3 Mio. zum 31. Dezember 2020. Zudem wurde im dritten Quartal der revolvingende Kredit vollständig zurückgeführt.

„Die positive Umsatzentwicklung über unsere Vertriebskanäle Retail, E-Commerce und Wholesale hat sich im dritten Quartal fortgesetzt. Wir sehen das als Zeichen, dass unsere Strategie hinsichtlich Vollpreis, Kollektion und Markenkommunikation Früchte trägt“, so Angelika Schindler-Obenhaus, Vorstandsvorsitzende der GERRY WEBER International AG. „Auch unsere Ergebnisentwicklung zeigt in die richtige Richtung“, kommentiert Florian Frank, Chief Financial Officer (CFO) der GERRY WEBER International AG. „In den ersten neun Monaten 2021 konnten wir unser normalisiertes EBITDA und unseren operativen Cashflow weiter steigern.“

Operativ hat das Unternehmen Anfang September die Kampagne „WE ARE GERRY“ gelauncht, um neue Zielgruppen aus der Generation der Babyboomer*innen für die Marke GERRY WEBER zu gewinnen. Die Kommunikationskampagne feiert Frauen im Alter von 50+ und soll diese zu einem neuen Lebensgefühl und Community-Gedanken inspirieren. Darüber hinaus wurde im September in Münster eine Filiale eröffnet, in der Elemente eines möglichen neuen Storekonzepts mit stärkerem Fokus auf Service, Austausch und Einkaufserlebnis getestet werden. Im August ist darüber hinaus der eigene neue Online-Store der Marke TAIFUN live gegangen. Außerdem hat sich der E-Commerce international entwickelt und ist nun auf ausländischen Marktplätzen sowie im eigenen Rest of World Shop in 184 Ländern vertreten.

Die „WE ARE GERRY“-Kampagne umfasst auch das Employer Branding, um aktuelle und potentielle Mitarbeiter*innen anzusprechen. Diese und weitere Maßnahmen, wie u.a. ein Mobile-Working-Konzept und ein Werte- und Kulturwandel, haben die Beliebtheit von GERRY WEBER als Arbeitgeber messbar steigen lassen. „Arbeitgeberattraktivität hat einen nachweislich bedeutenden und auch weiterwachsenden Anteil am wirtschaftlichen Gesamterfolg des Unternehmens. Aus diesem Grund haben wir das strategische Ziel, uns hier deutlich zu verbessern, in unsere Gesamtstrategie verankert und in den vergangenen Monaten entsprechende Maßnahmen vorangetrieben“, so Florian Frank

GERRY WEBER

INTERNATIONAL AG

Das Logistikzentrum Ravenna Park ist im September an die WB Logistik GmbH in Solingen übergegangen. Der Ravenna Park soll künftig von beiden Unternehmen gemeinsam genutzt werden und bleibt somit Drehkreuz für die Unternehmenslogistik.

Das Management der GERRY-WEBER-Gruppe reagiert seit Beginn der Coronapandemie mit Finanzierungsmaßnahmen, operativen Maßnahmen sowie der Inanspruchnahme staatlicher Unterstützung auf die Krise. Zur Sicherung der Liquidität wurden in den ersten neun Monaten eine Kreditfazilität von EUR 5 Mio. aufgenommen sowie staatliche Unterstützung („Überbrückungshilfe III“) von EUR 12 Mio. in Anspruch genommen. Im Oktober 2021 hat das Unternehmen die erweiterte Überbrückungshilfe III beantragt. Je nach Auslastung ist für die in Deutschland ansässigen Mitarbeiter*innen Kurzarbeit beantragt worden. Für Mitarbeiter*innen an ausländischen Standorten sind bei Bedarf ähnliche Lösungen umgesetzt worden. Beides ist je nach Entwicklung der Pandemie auch künftig geplant. Die operativen Maßnahmen der GERRY-WEBER-Gruppe zielen auf rentables Wachstum und Kosteneffizienz ab. Investitionen werden weiterhin kritisch geprüft und gegebenenfalls verschoben. Aufgrund der weltweiten und branchenübergreifenden Logistik- und Lieferkettenproblematiken hat das Unternehmen seine Supply Chain kontinuierlich im Fokus, um kurzfristig und flexibel agieren zu können.

Zwar sind aktuell sämtliche Filialen weiterhin geöffnet, allerdings steigen die Inzidenz-Zahlen momentan deutlich, so dass kurzfristig angepasste Öffnungsregeln nicht ausgeschlossen werden können. Für das Geschäftsjahr 2021 geht der Vorstand weiterhin von einem Konzernumsatz zwischen EUR 260 Mio. bis EUR 280 Mio. aus und beabsichtigt gleichzeitig, die Profitabilität des Unternehmens weiter zu verbessern. Das normalisierte Konzern EBITDA (ohne Berücksichtigung von Effekten aus Leasingbilanzierung nach IFRS 16) soll auf einen negativen niedrigen zweistelligen Millionenbetrag verbessert werden. Für das Geschäftsjahr 2022 geht der Vorstand von einem Konzernumsatz zwischen EUR 360 Mio. bis EUR 380 Mio. aus und beabsichtigt gleichzeitig, das normalisierte EBITDA (ohne Berücksichtigung von Effekten aus Leasingbilanzierung nach IFRS 16) auf einen positiven niedrigen zweistelligen Millionenbetrag zu steigern.

Der Vorstand ist davon überzeugt, alle notwendigen Maßnahmen ergriffen zu haben, die Liquidität ausreichend zu sichern, um die GERRY-WEBER-Gruppe zukunftsfähig aufzustellen und so die Ende 2023 anstehende Refinanzierung erfolgreich zu meistern.

GERRY WEBER

INTERNATIONAL AG

Über die GERRY-WEBER-Gruppe

Die GERRY WEBER International AG mit Sitz in Halle/Westfalen ist mit weltweit rund 2.200 Mitarbeiter*innen eines der größten Mode- und Lifestyleunternehmen Europas. Das Unternehmen vertreibt weltweit trendorientierte Mode im Modern Classic Mainstream in 59 Ländern. Zur GERRY-WEBER-Gruppe gehören neben der gleichnamigen Marke GERRY WEBER die jüngere Marke TAIFUN und die Plus-Size-Marke SAMOON. Weiterführende Informationen finden Sie online unter: www.gerryweber.com

Pressekontakt

Kristina Schütze

Head of Corporate Communications / Pressesprecherin

Tel: +49 5201 185 320

Mobil: +49 172 577 5436

Mail: kristina.schuetze@gerryweber.com

Kontakt Investor Relations

Dr. Andrea Rolvering

Investor Relations

Mobil: +49 157 57103411

Mail: andrea.rolvering@gerryweber.com

GERRY WEBER GRUPPE

IN ZAHLEN

| EUR Mio./% | Q1–Q3 2021 | Q1–Q3 2020 | Q3 2021 | Q3 2020 |
|--|--------------|--------------------|-------------|-------------|
| Umsatz nach Regionen | 191,5 | 227,1 | 83,9 | 86,6 |
| Inland | 99,7 | 125,1 | 46,0 | 46,4 |
| Ausland | 91,8 | 102,0 | 37,9 | 40,2 |
| Umsatz nach Segmenten | 191,5 | 227,1 | 83,9 | 86,6 |
| GERRY WEBER Retail | 113,2 | 122,9 | 52,3 | 48,4 |
| davon E-Commerce im Segment Retail | 25,7 | 19,4 | 8,1 | 6,6 |
| Like-for-like Wachstum | -14,8% | -34,5% | 6,3% | -15,9% |
| GERRY WEBER Wholesale | 78,3 | 104,2 | 31,5 | 38,2 |
| davon GERRY WEBER E-Commerce | 4,8 | 4,1 | 1,6 | 1,8 |
| Umsatzanteil nach Marken | | | | |
| GERRY WEBER | 71,7% | 71,0% | 72,7% | 71,7% |
| TAIFUN | 20,9% | 21,8% | 20,1% | 21,3% |
| SAMOON | 7,4% | 7,2% | 7,2% | 7,0% |
| Ertragslage | | | | |
| EBITDA | 19,3 | 15,6 | 14,0 | 16,7 |
| EBITDA-Marge | 10,1% | 6,9% | 5,1% | 7,6% |
| Normalisiertes EBITDA ¹ | -4,0 | -14,8 | 6,3 | 8,1 |
| Normalisierte EBITDA-Marge ¹ | -2,1% | -6,5% | 7,4% | 9,8% |
| EBIT | -12,6 | -22,2 | 3,8 | 5,1 |
| EBIT-Marge | -6,6% | -9,8% | 8,6% | 9,7% |
| Jahresüberschuss / Jahresfehlbetrag | -24,4 | -32,2 | -0,2 | 2,0 |
| Ergebnis je Aktie in Euro | -19,7 | -26,0 | | |
| Finanzlage | | | | |
| Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit | 26,9 | 13,0 | 5,9 | 10,0 |
| Investitionen | 2,3 | 2,4 | 0,7 | 0,4 |
| Vermögenslage | | | | |
| Eigenkapital | 32,2 | 56,1 ² | | |
| Eigenkapitalquote | 8,1% | 13,0% ² | | |
| Liquide Mittel | 90,4 | 85,3 ² | | |
| Finanzverbindlichkeiten | 127,1 | 140,9 ² | | |
| Nettoverschuldung | 36,7 | 55,6 ² | | |
| Weitere Erfolgsfaktoren | | | | |
| Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt | 2.215 | 2.562 | | |

¹ Ohne Effekte aus der Leasingbilanzierung nach IFRS 16

² Stand zum 31.12.2020