

GERRY WEBER
INTERNATIONAL AG



NEUNMONATSBERICHT
2013 /14

ZWISCHENBERICHT ZUM 3. QUARTAL 2013/14

ÜBERBLICK ÜBER DIE ERSTEN NEUN MONATE

Highlights der ersten neun Monate 2013/14



Konsequente Umsetzung der Vertikalisierungsstrategie



Umsatzplus (↑ 1,2%) und deutlich verbesserte Rohertragsmarge führen zu einem höheren operativen Ergebnis



EBITDA-Marge steigt auf 14,1 %



Operatives Ergebnis erhöht sich auf EUR 65,5 Mio. (↑ 7.9%)



Retail Anteil am Gesamtumsatz beträgt 48,9 % nach 43,8 % im Vorjahr

3. Quartal 2013/14

Nach einem vielversprechenden Jahresauftakt für die Modeindustrie im 1. Quartal 2014 mit Zuwachsraten im Vergleich zu den ersten drei Monaten des Vorjahres von rund 3 % fielen die darauffolgenden Monate eher ernüchternd aus.

Im 1. Halbjahr ihres laufenden Geschäftsjahres 2013/14 (1. November 2013 – 30. April 2014) hat sich die GERY WEBER International AG mit einem Umsatzwachstum auf vergleichbarer Fläche von 5,2 % deutlich besser als der Gesamtmarkt in Deutschland entwickelt.

Für die Monate unseres 3. Quartals (Mai bis Juli) weist der TW Testclub, ein unabhängiges Panel des Fachmagazins Textilwirtschaft, nach einem Plus von 2 % im Mai 2014 für die Folgemonate Juni und Juli mit -7 % und -8 % deutliche Umsatzrückgänge für die Branche im Vergleich zum Vorjahr aus.

Die GERRY WEBER Gruppe entwickelte sich jedoch auch im 3. Quartal des Geschäftsjahres deutlich besser als der Gesamtmarkt. So konnten die Retail Umsätze auf vergleichbarer Fläche im Vergleich zum 3. Quartal des Vorjahres stabil gehalten werden.

Trotz dieser stabilen Retail Umsätze auf vergleichbarer Fläche in Q3 2013/14 und dem zusätzlichen expansionsbedingten Umsatzanstieg des Retail Segmentes von 12,7 % auf EUR 104,9 Mio. (3.Q. Vorjahr: EUR 93,1 Mio.) blieb der gesamte Konzernumsatz (Retail und Wholesale) im reinen Quartalsvergleich mit -0,9 % und EUR 187,2 Mio. nahezu konstant. Der Umsatz des Wholesale Segmentes betrug im 3. Quartal 2013/14 EUR 82,3 Mio. (3.Q. Vorjahr: EUR 95,8 Mio.).

Dennoch ist es der GERRY WEBER Gruppe gelungen bei nahezu vergleichbaren Umsätzen ihre Bruttomarge im Q3 2013/14 um 2,6 Prozentpunkte auf 59,4 % zu erhöhen. Dies zeigt deutlich die verbesserte Profitabilität der Gesellschaft.

Während das EBITDA des 3. Quartals 2013/14 mit EUR 22,7 Mio. im Vergleich zum Q3 2012/13 nahezu konstant (3.Q. Vorjahr: EUR 22,6 Mio.) blieb, verminderte sich das EBIT aufgrund erhöhter Abschreibungen (EUR 6,7 Mio.) auf EUR 16,0 Mio. (3.Q. Vorjahr: EUR 17,4 Mio.).

9-Monate 2013/14

Oberstes Ziel der GERRY WEBER International AG ist das profitable Wachstum und damit die Verbesserung der Ergebnismargen. Dies ist uns in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2013/14 mit einem Anstieg der Bruttomarge von 53,8 % auf 56,4 % sowie einer Steigerung der operativen Marge (EBIT-Marge) von 10,2 % auf 10,9 % gelungen.

in EUR Mio.	3.Q. 2013/14 01.05.14 - 31.07.14	3.Q. 2012/13 01.05.13 - 31.07.13	9M 2013/14 01.11.13 - 31.07.14	9M 2012/13 01.11.12 - 31.07.13
Umsatz	187,2	189,0	600,0	592,8
Wholesale	82,3	95,8	306,4	333,1
Retail	104,9	93,2	293,6	259,7
Ertragskennzahlen				
EBITDA	22,7	22,6	84,5	76,1
EBITDA-Marge	12,1%	12,0%	14,1%	12,8%
EBIT	16,0	17,4	65,5	60,7
EBIT-Marge	8,5%	9,2%	10,9%	10,2%
EBT	14,9	16,7	61,7	58,5
EBT-Marge	7,9%	8,9%	10,3%	9,9%
Periodenüberschuss	10,4	11,5	43,1	40,8

Die Verbesserung der Profitabilität ist umso höher zu bewerten, da der Umsatz der ersten neun Monate des laufenden Geschäftsjahres lediglich leicht um 1,2 % auf EUR 600,0 Mio. (Vorjahr: EUR 592,8 Mio.) angestiegen ist. Die Steigerung beruht neben dem Wachstum auf vergleichbarer Retail-Fläche von 3,4 % vor allem auf der Expansion und der Ausweitung der eigenen Verkaufsflächen in den letzten zwei Jahren.

Trotz der fortschreitenden Expansion des eigenen Retail Bereiches sowie der verstärkten Umsetzung der Vertikalisierungsprozesse und der damit verbundenen Aufwendungen erhöhte sich das operative Ergebnis (EBIT) nach neun Monaten um 7,9 % auf EUR 65,5 Mio. (9M Vorjahr: EUR 60,7 Mio.).

Das Konzernergebnis nach Steuern stieg um 5,6 % auf EUR 43,1 Mio. Dies entspricht einem Ergebnis pro Aktie von EUR 0,94 (9M Vorjahr: EUR 0,89).

Vor dem Hintergrund der außerordentlichen Bedeutung des 4. Quartals für unser Geschäftsmodell gehen wir auch weiterhin von der Erreichung unserer im Januar gegebenen Erfolgskennzahlen aus.

in EUR Mio.	9M 2013/14 01.11.13 - 31.07.14	9M 2012/13 01.11.12 - 31.07.13
Bilanzsumme	605,3	477,6
Eigenkapital	410,2	369,5
Fremdkapital	195,1	108,1
Eigenkapitalquote	67,8%	77,4%
Kennzahlen		
Höchstkurs Aktie (in Euro)	39,24	38,35
Tiefstkurs Aktie (in Euro)	28,76	30,18
Ergebnis je Aktie (in Euro)	0,94	0,89
Investitionen	47,5	17,8
Anzahl Mitarbeiter (Durchschnitt)	4.957	4.723

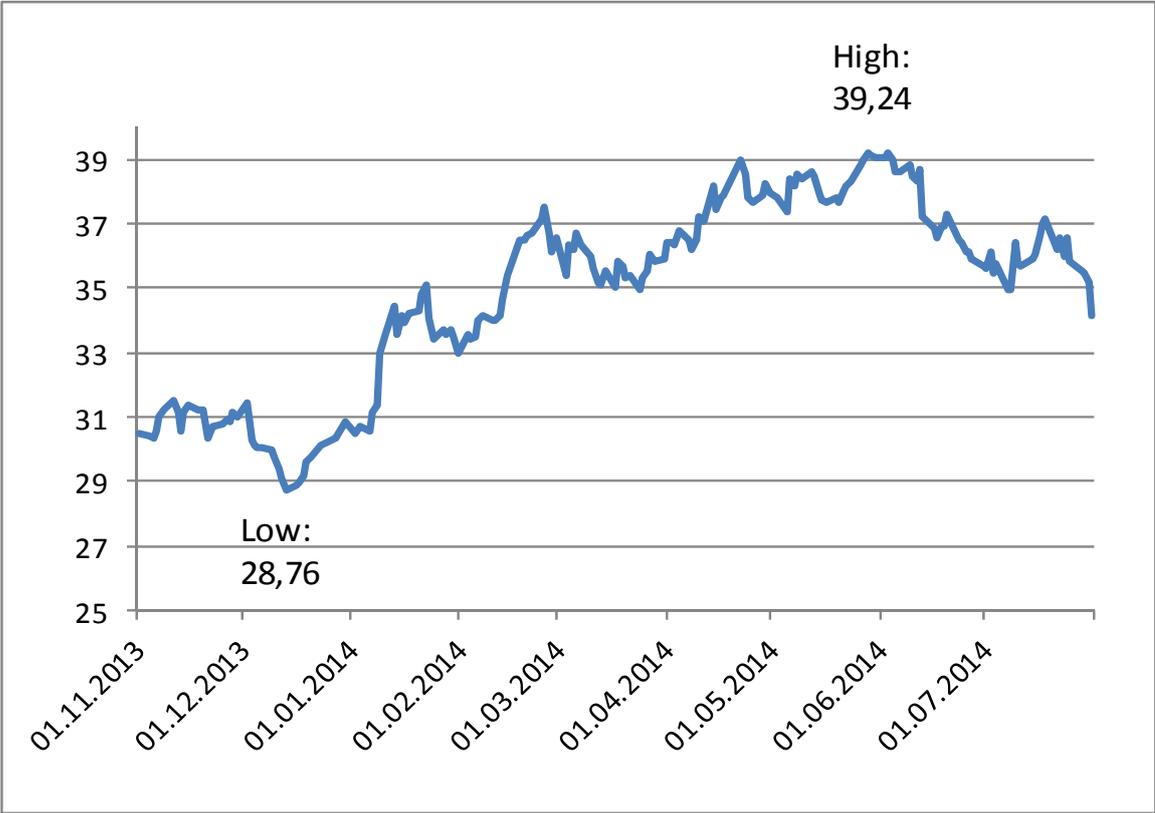
Die GERRY WEBER AKTIE

In der ersten Kalenderjahreshälfte 2014 zeigten sich die weltweiten Finanzmärkte zwar sehr volatil, aber insgesamt mit einem positiven Trend. Nachdem der DAX im Juni die 10.000 Punkte Marke überschreiten konnte, erreichte er am 20. Juni mit 10.051 Punkten sein bisheriges Allzeithoch. Im Juli sorgten sowohl die geopolitischen Ereignisse im Nahen Osten und in der Ukraine als auch die Geldpolitik der großen Zentralbanken für eine zusehende Verunsicherung der Kapitalmärkte und verursachten damit einen deutlichen Kursrückgang.

In den ersten neun Monaten zeigte der Kurs der GERRY WEBER Aktie insgesamt einen sehr positiven Verlauf. Am 3. Juni 2014 erreichte er mit EUR 39,24 sogar sein bisheriges Allzeithoch. Nach einem schwächeren Verlauf im Geschäftsjahr 2012/13 startete der Kurs der GERRY WEBER Aktie am 01.11.2013 mit einem Kurs von EUR 30,49 in das laufende Geschäftsjahr 2013/14. War der Kursverlauf im ersten Quartal zunächst noch verhalten, so stieg dieser im zweiten und dritten Quartal an. Nach Ablauf des dritten Quartals betrug der Kurs am 31. Juli 2014 EUR 34,14. Über den Zeitraum der ersten drei Quartale stieg der Aktienkurs damit um 12,0 %. Der Vergleichsindex MDAX, in dem die GERRY WEBER Aktie gelistet ist, legte im selben Zeitraum um 1,35 % zu. Damit lag die Kursentwicklung der GERRY WEBER Aktie deutlich über der Performance des MDAX. An 187 Handelstagen wurden im Durchschnitt 91.825 GERRY WEBER Aktien pro Tag (Xetra) gehandelt.

Die Marktkapitalisierung der GERRY WEBER Aktie betrug am 31.07.2014 EUR 1.521,2 Mio.

Um dem gestiegenen Interesse ausländischer Investoren nachzukommen, haben wir im 3. Quartal des laufenden Geschäftsjahres am German Investment Seminar in New York teilgenommen. Dort informierten wir bekannte, aber auch potentielle neue Investoren über unser Geschäftsmodell und unsere kontinuierliche Wachstumsstrategie. In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres haben wir außerdem an vier weiteren nationalen und internationalen Konferenzen teilgenommen und an acht Roadshowtagen mit rund 120 Investoren gesprochen. Auch im kommenden Quartal werden wir wieder auf Investorenkonferenzen und Roadshows unsere Investoren sowie auf verschiedenen Anlegertreffen unsere privaten Aktionäre über die Geschäftsentwicklung der GERRY WEBER Gruppe informieren.



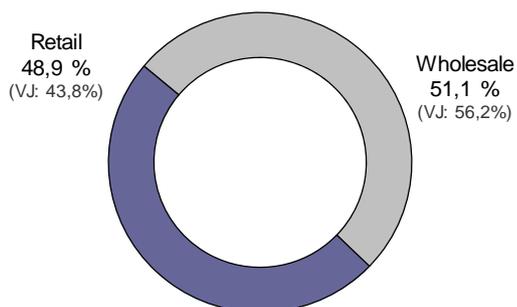
KONZERN- ZWISCHENLAGEBERICHT

Über die ersten neun Monate 2013/14
vom 01.11.2013 bis 31.07.2014

Umsatzentwicklung

Die GERRY WEBER International AG konnte sich, wie bereits in den beiden Vorquartalen 2013/14, auch im 3. Quartal positiv von der generellen Entwicklung des deutschen Modemarktes abheben. War die erste Hälfte unseres Geschäftsjahres noch von einem nahezu ausgeglichenen Marktumfeld gekennzeichnet, verschlechterte sich dieses im Juni und Juli 2014. Nach einem Umsatzplus von 2 % im Mai 2014 zeigten die Monate Juni (-7 %) und Juli (-8 %) deutliche Umsatzrückgänge im Vergleich zum Vorjahr.

Umsatzaufteilung 9M 2013/14 nach Segmenten



Die GERRY WEBER Gruppe konnte sich zwar nicht vollständig von dem negativen Marktumfeld der Monate Mai bis Juli 2014 lösen, jedoch verzeichneten wir keinen Umsatzrückgang auf vergleichbarer Retail Fläche, die Umsätze blieben im Quartalsvergleich stabil.

Auch aufgrund des zunehmend schwierigeren Marktumfeldes, in dem vor allem die Nachorder der Wholesale Kunden hinter den Erwartungen geblieben sind, verzeichnete der gesamte Konzernumsatz im 3. Quartal 2013/14 im Vergleich zum Vorjahresquartal einen leichten Rückgang von 0,9 % auf EUR 187,2 Mio.

Niedrigere Umsätze im Wholesale Segment (EUR 82,3 Mio.) konnten im 3. Quartal nicht vollständig durch den Umsatzanstieg im Retail Segment von 12,7 % auf EUR 104,9 Mio. ausgeglichen werden.

Bezogen auf die ersten neun Monate 2013/14 ergibt sich insgesamt ein Konzernumsatz von EUR 600,0 Mio. (9M Vorjahr: EUR 592,8 Mio.), was einem Anstieg von 1,2 % entspricht.

Wesentlich zum Umsatzanstieg der ersten neun Monate hat das eigene Retail Geschäft beigetragen, dessen Anteil am Konzernumsatz sich von 43,8 % auf nunmehr 48,9 % erhöhte.

Retail Entwicklung

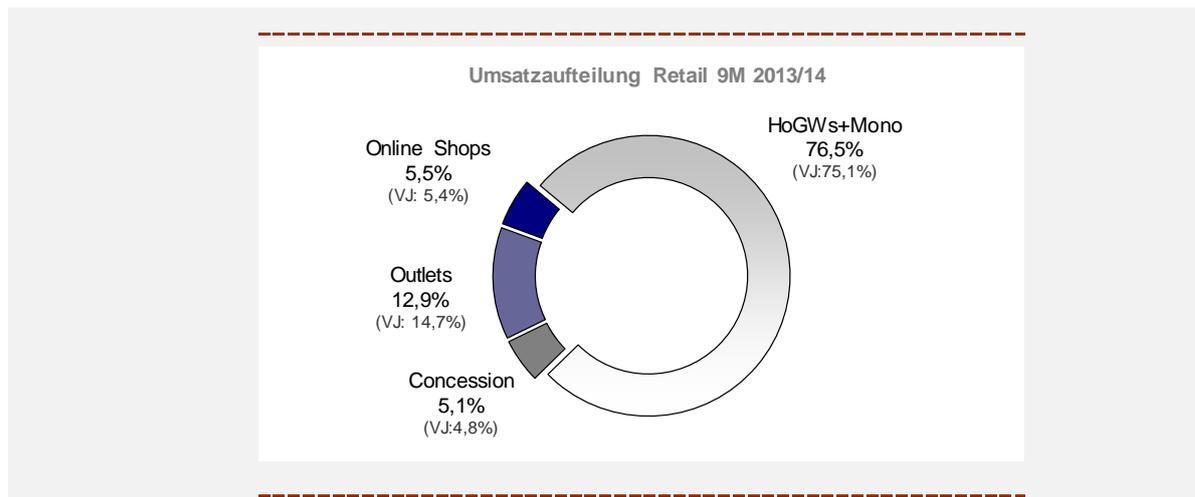
Nach einem Umsatzanstieg des Retail Bereiches im 1. Halbjahr 2013/14 von 13,3 % erhöhte sich der Retail Umsatz im 3. Quartal um 12,7 % auf EUR 104,9 Mio. Insgesamt ergibt sich für die ersten neun Monate 2013/14 ein Retail Umsatz von EUR 293,6 Mio. Dies entspricht einer Steigerung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von 13,0%.

Die positive Entwicklung des Retail Segmentes beruht einerseits auf einer Verbesserung der Umsätze auf

vergleichbarer Fläche von 3,4 % (9-Monate) sowie auf den Umsatzsteigerungen der in den letzten zwei Jahren eröffneten Geschäfte. Mit einem Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von 3,4 % auf vergleichbarer Retail-Fläche haben wir uns deutlich besser entwickelt als der generelle Markttrend.

unseren Handelspartnern und haben somit die vollständige Kontrolle über die Warenbestückung auf der Fläche. Derzeit werden ausschließlich im europäischen Ausland 115 Concession Flächen geführt.

Eine genaue Aufteilung der Retail Umsätze nach Vertriebskanälen kann der obigen Grafik entnommen werden.



Die in Eigenregie geführten Houses of GERRY WEBER und Monolabel Stores trugen 76,5 % zum Umsatzvolumen des Retail Bereichs in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres bei. Die Anzahl der eigenen Geschäfte erhöhte sich in diesem Zeitraum um netto 39 auf 607 zum 31. Juli 2014.

Im Rahmen der weiteren Vertikalisierung unserer Vertriebskanäle nehmen die Concession Flächen eine zunehmend wichtigere Bedeutung ein. Im Unterschied zu den dem Wholesale Segment zurechenbaren Shop-in-Shops mieten wir bei den Concession Stores die Verkaufsfläche von

Wholesale Entwicklung

Bei der Betrachtung der Wholesale Umsätze ist zu berücksichtigen, dass in den ersten neun Monaten des letzten Geschäftsjahres sowohl die Umsätze mit 18 belgischen als auch mit acht norwegischen Franchise Houses of GERRY WEBER enthalten waren. Mit der Mehrheitsübernahme unserer belgischen und norwegischen Franchise Partner zum 1. August 2013 bzw. 1. Juni 2014 sind diese Umsätze seitdem dem Retail Segment zuzurechnen.

Der Wholesale Umsatz des 3. Quartals 2013/14 reduzierte sich daher deutlich um 14,1 % auf EUR 82,3 Mio. (3.Q. Vorjahr:

EUR 95,8 Mio.). Ferner haben wir, wie schon im Vorjahr, konsequent Wholesale Partner ausgelistet, die nicht unsere strengen Bonitätsprüfungen erfüllen konnten. Ebenfalls zur Reduzierung der Wholesale Umsätze hat das Nachorderverhalten unserer Wholesale Kunden beigetragen. Aufgrund des schwierigen Marktumfeldes in den Monaten Juni und Juli 2014 blieben die Nachorderbestellungen weit hinter unseren Erwartungen zurück, sodass auch bei den Bestandskunden keine signifikante Verbesserung der Wholesale Umsätze zu verzeichnen war.

Bedingt durch die Umgliederung der Umsätze aus 18 belgischen HoGWs in das Retail Segment sowie niedrigeren Vorordervolumina der Bestandskunden, fielen die Wholesale Umsätze bereits in den ersten zwei Quartalen unsers Geschäftsjahres niedriger aus als im Vorjahr (-5,6 %). Unter Einbeziehung der weiteren Umgliederung der Umsätze aus acht norwegischen Geschäften, die wir zum 1. Juni 2014 übernommen haben, reduzierte sich der Wholesale Umsatz in den ersten neun Monaten 2013/14 insgesamt um 8,0 % auf EUR 306,4 Mio. (9M Vorjahr: EUR 333,1 Mio.).

Der Anteil des Wholesale Segmentes am gesamten Konzernumsatz verminderte sich entsprechend im Neunmonatsvergleich von 56,2 % auf 51,1 %. Der Rückgang des Wholesale Anteils am Konzernumsatz weist nicht nur auf die Ausweitung unseres Retail Geschäftes hin, sondern auch auf die konsequente Umsetzung unserer Vertikalisierungsstrategie.

Entwicklung der Vertriebskanäle

Die Vertriebskanäle in der Modeindustrie haben sich in den letzten Jahren deutlich verändert. Vertikale Vertriebskonzepte werden sich am Markt weiter durchsetzen. Bereits Ende 1999 hat die GERRY WEBER Gruppe ihr erstes eigenes House of GERRY WEBER in Bielefeld eröffnet. Insbesondere in den letzten Geschäftsjahren konnte die Zahl der eigenen Verkaufsflächen überproportional erhöht werden. Ende des 3. Quartals 2013/14 wurden 751 eigene Verkaufsflächen im In- und Ausland geführt. Dies zeigt deutlich die wachsende Bedeutung voll vertikaler Vertriebsstrukturen für GERRY WEBER.

Ziel der Vertikalisierung ist es einerseits die Warensteuerung auf immer mehr Flächen zu übernehmen und andererseits die Kollektionen noch schneller auf die Verkaufsflächen zu bringen.

In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres erhöhte sich die Anzahl der in Eigenregie geführten Verkaufsflächen von 701 auf 751. Eigene Verkaufsflächen umfassen neben den Houses of GERRY WEBER und Monolabel Stores auch die Concession Flächen sowie die Outlet Center. Eine detaillierte Aufteilung der einzelnen Vertriebskanäle kann der nachfolgenden Grafik entnommen werden.

Insbesondere außerhalb Deutschland stieg die Zahl der eigenen Flächen um netto 40 Geschäfte. Neben Neueröffnungen in Belgien, Polen sowie der Markteintritte in Tschechien, der Slowakei und Schweden, führte insbesondere die Akquisition von 25 norwegischen Geschäften zu einer

Ausweitung der Retail Präsenz in Europa. Ende des 3. Quartals 2013/14 wurde die GERRY WEBER Mode in 14 Ländern Europas auf eigenen Verkaufsflächen vertrieben.

eröffnet, darunter in Russland (8) sowie der Schweiz (5). Geschlossen wurden aus zumeist strategischen Gründen Franchise Häuser in Polen und Italien.

	9M 2013/14 31.07.2014	2012/13 31.10.2013
RETAIL		
Houses of GERRY WEBER	469	424
Monolabel Stores	138	144
Concession Flächen	115	111
Factory Outlets	29	22
WHOLESALE		
Houses of GERRY WEBER	272	271
Shop-in-Shops	2.770	2.816

Mit zunehmender Ausweitung der eigenen Retail Verkaufsflächen im In- und Ausland erhöhte sich auch die Anzahl der Factory Outlets im Berichtszeitraum von 22 auf 29, von denen sich acht Center außerhalb Deutschlands befinden.

Auf den ersten Blick blieb die Anzahl der durch Franchise Partner geführten Houses of GERRY WEBER mit 272 in den ersten neun Monaten konstant (31.10.2013: 271 Franchise Stores). Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass alleine acht norwegische Franchise Stores mit der Übernahme im Juni 2014 nun dem Retail Segment zugerechnet werden. Insgesamt wurden 20 im Franchise geführte Geschäfte

Weiterer wichtiger Vertriebskanal im Segment Wholesale sind die Shop-in-Shop-Flächen, deren Anzahl sich im Vergleich zum Geschäftsjahresende (31.10.2013) von 2.816 auf 2.770 reduzierte. Neben der Zusammenlegung kleinerer Shop-in-Shops zu einer besser wahrnehmbaren Verkaufsfläche sind vor allem Bereinigungen des Portfolios ursächlich.

Daneben gewinnt der Online-Handel, insbesondere für unsere Marken TAIFUN und SAMOON, immer mehr an Bedeutung. Auch hier geht die internationale Expansion weiter voran. Im Juni 2014 wurde der EU-Online Shop für Schweden, Belgien, Frankreich und UK eröffnet, sodass der

eigene Retail Bereich in insgesamt neun europäischen Ländern durch den E-Shop ergänzt wird.

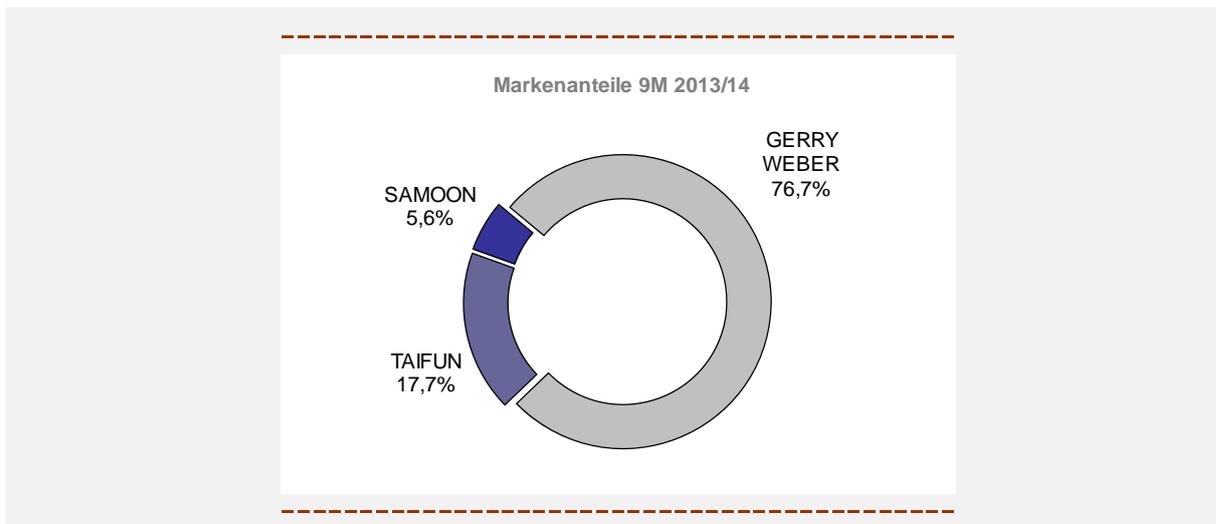
Entwicklung der Markenumsätze und Regionen

Mit einem Anteil von 61,4 % ist Deutschland auch in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2013/14 wichtiger Kernmarkt der GERRY WEBER Gruppe.

Im Vergleich zum Geschäftsjahresende 2012/13 stiegen die in Deutschland erwirtschafteten Umsätze um 0,6 % an. Dies zeigt, dass trotz der Auslandsexpansion (plus 40 Geschäfte) die im letzten Jahr durch das schwierige Marktumfeld beeinträchtigten neuen Houses of GERRY WEBER und Monolabel Stores in diesem Geschäftsjahr auf einem guten Weg sind.

Insgesamt werden 28,8 % der GERRY WEBER Umsätze innerhalb der europäischen Union (ohne Deutschland) erwirtschaftet. Wichtigste Vertriebsländer in der EU sind vor allem Österreich, die Niederlanden und Belgien. Außerhalb der EU werden 9,8 % der Konzernumsätze generiert.

Der Anteil der drei Markenfamilien in den ersten neun Monaten 2013/14 auf Basis der Verkäufe an unsere Endkonsumenten sowie an unsere Wholesalekunden kann der folgenden Grafik entnommen werden.



Ertragslage

in TEUR	3.Q. 2013/14	3.Q. 2012/13	9M 2013/14	9M 2012/13
	01.05.14 - 31.07.14	01.05.13 - 31.07.13	01.11.13 - 31.07.14	01.11.12 - 31.07.13
Umsatzerlöse	187.230,1	188.959,2	600.007,1	592.843,1
Sonstige betriebliche Erträge	4.107,0	4.033,6	11.271,5	11.177,1
Bestandsveränderungen	26.337,5	15.791,5	30.994,5	7.738,6
Materialaufwand	-102.423,8	-97.397,2	-292.763,5	-281.870,1
Personalaufwand	-40.764,5	-37.076,4	-113.767,5	-106.344,8
Abschreibungen	-6.707,2	-5.293,2	-18.969,4	-15.363,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-51.501,0	-51.388,4	-150.417,7	-146.673,0
Sonstige Steuern	-301,7	-273,4	-862,0	-786,1
OPERATIVES ERGEBNIS	15.976,4	17.355,7	65.493,0	60.721,8
Finanzergebnis	-1.104,3	-628,6	-3.805,8	-2.208,3
ERGEBNIS DER GEWÖHNLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT	14.872,1	16.727,1	61.687,2	58.513,5
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-4.487,5	-5.250,3	-18.593,9	-17.714,1
PERIODENÜBERSCHUSS	10.384,6	11.476,8	43.093,3	40.799,4

3. Quartal 2013/14

Die kontinuierliche Erhöhung des Retail Anteils an unserem Geschäftsmodell führte auch in 3. Quartal 2013/14 zu einer deutlichen Verbesserung der Bruttomarge. Trotz leicht niedrigerer Umsätze von -0,9 % stieg das Bruttoergebnis von EUR 107,4 Mio. auf EUR 111,1 Mio. im 3. Quartal des laufenden Geschäftsjahres. Demzufolge verbesserte sich auch die Bruttomarge in Q3 2013/14 von 56,8 % auf nunmehr 59,4 %.

Die kontinuierlich weiter fortgeführte Expansion der GERRY WEBER International AG beeinflusste auch im 3. Quartal des Geschäftsjahres 2013/14 die Ertragslage der Unternehmensgruppe. Höhere Aufwendungen für Personal und Mieten für die eigenen Ladenlokale sowie Einmal-aufwendungen, resultierend aus der Akquisition von 25 norwegischen Geschäften, darunter acht durch einen Franchise Partner geführte Houses of GERRY WEBER, haben zu erhöhten Aufwandspositionen im 3. Quartal geführt.

Hinzu kommt, dass neu eröffnete Filialen die ersten Monate nach Eröffnung weniger zum Ertrag der Gesellschaft beitragen. Ein neu eröffnetes Geschäft erreicht normalerweise nach ca. 24 bis 30 Monaten ein durchschnittliches Umsatzniveau und damit auch einen durchschnittlichen Ergebnisbeitrag.

Die Personalaufwendungen erhöhten sich im 3. Quartal um EUR 3,7 Mio. auf EUR 40,8 Mio. Parallel dazu stieg die Anzahl der Mitarbeiter zum 31.07. von 4.723 auf 5.139 (Jahresdurchschnitt: 4.957).

Trotz teilweise höherer Fixkosten, unter anderem aus den Mieten für die eigenen Ladenlokale, sind die sonstigen betrieblichen Aufwendungen des 3. Quartals mit insgesamt EUR 51,5 Mio. nahezu konstant geblieben (3.Q. Vorjahr: EUR 51,4 Mio.). Unter Berücksichtigung der verbesserten Bruttomarge und den erhöhten expansionsbedingten Aufwendungen ergibt sich ein nahezu unverändertes Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) von EUR 22,7 Mio. (3.Q. Vorjahr: EUR 22,6 Mio.). Entsprechend blieb die EBITDA-Marge mit 12,1 % konstant.

Ebenfalls in Abhängigkeit von der Retail Expansion und der damit verbundenen Investitionen in das Anlagevermögen, stiegen die Abschreibungen im Vergleich zum Vorjahresquartal von EUR 5,3 Mio. auf EUR 6,7 Mio. Die Erhöhung der Abschreibungen führte bei einem gleichbleibenden EBITDA zu einer Reduzierung des operativen Ergebnisses um 7,9 % auf 16,0 Mio. im 3. Quartal 2013/14.

Das negative Finanzergebnis erhöhte sich im Vergleich zum 3. Quartal des Vorjahres leicht

auf EUR 1,1 Mio. (3.Q. Vorjahr: EUR 0,6 Mio.), blieb aber im Vergleich der Vorquartale des laufenden Geschäftsjahres nahezu unverändert. Der Anstieg zum Vorjahr basiert auf der Verzinsung eines im November 2013 ausgegebenen Schuldscheindarlehens zur Finanzierung des neuen Logistikzentrums mit einem Emissionsvolumen von EUR 75 Mio.

Das Periodenergebnis nach Steuern betrug im 3. Quartal 2013/14 EUR 10,4 Mio. Der Rückgang um 9,5 % führt entsprechend zu einer geringfügigen Verschlechterung der Earnings per Share für das 3. Quartal von 0,25 Euro pro Aktie auf EUR 0,23 pro Aktie.

Neun-Monats-Zeitraum 2013/14

Überproportional zum Umsatzanstieg der ersten neun Monate 2013/14 (+1,2 %) erhöhte sich das Bruttoergebnis um 6,1 % auf EUR 338,2 Mio. (9M Vorjahr: EUR 318,7 Mio.). Wie bereits dargestellt, wirkte sich insbesondere der höhere Retail Anteil am Gesamtumsatz positiv auf die Bruttomarge aus, die sich entsprechend von 53,8 % auf 56,4 % (+2,6 Prozentpunkte) erhöhte.

Die verbesserte Wareneinsteuern und damit verbunden die höhere Lagerumschlagsgeschwindigkeit sowie unsere flexiblen Beschaffungsstrukturen trugen ebenfalls zur gestiegenen Bruttomarge und damit zur verbesserten Profitabilität der Gesellschaft bei.

In den letzten zwölf Monaten (seit 1. August 2013) hat sich die Anzahl der in Eigenregie geführten Verkaufsflächen um 119 auf 751 erhöht. Eigene Flächen werden durch unser eigenes Personal geführt, so dass die Personalkosten überproportional zum

Umsatz angestiegen sind. Die Personalaufwendungen erhöhten sich im Neunmonatsvergleich um 7,0 % auf EUR 113,8 Mio. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das Umsatzniveau eines neu eröffneten Geschäftes erst langsam auf ein durchschnittliches Niveau ansteigt, die Fixkosten wie Personalaufwendungen und Mieten aber zum Teil bereits vor der Eröffnung anfallen. Die Personaleinsatzquote erhöhte sich von 17,9 % auf nunmehr 19,0 %. Mit Erhöhung der Anzahl etablierter eigener Verkaufsflächen erwarten wir, die Personaleinsatzquote wieder reduzieren zu können.

Im Vergleich zu den Personalaufwendungen stiegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Neunmonatsvergleich nur in geringerem Umfang. Dies ist vor allem auf positive Effekte bei den umsatzabhängigen Kostenpositionen, wie beispielsweise Transport und Logistik zurückzuführen, die im Vergleich zu den Fixkosten unterproportional angestiegen sind. Insgesamt beliefen sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen nach neun Monaten auf EUR 150,4 Mio. (9M Vorjahr: EUR 146,7 Mio.). Dies entspricht einer Erhöhung von 2,6 %.

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) erhöhte sich im Berichtszeitraum im Vergleich zum Vorjahr deutlich um 11,0 % und betrug EUR 84,5 Mio. (EUR 76,1 Mio.). Das verbesserte EBITDA zeigt deutlich die gestiegene Profitabilität der GERRY WEBER Gruppe.

In den letzten Monaten wurden neue eigene Verkaufsflächen eröffnet sowie bestehende Franchise Geschäfte durch Akquisition in den eigenen Retail Bereich überführt. Als

Folge der damit verbundenen Erhöhung der Vermögenswerte stiegen die Abschreibungen um 23,5 % auf EUR 19,0 Mio. (9M Vorjahr: EUR 15,4 Mio.).

Auf die gesamte Periode bezogen ergibt sich ein operatives Ergebnis (EBIT) von EUR 65,5 Mio. im Vergleich zu EUR 60,7 Mio. in den ersten neun Monaten des Vorjahres. Ein Plus von 7,9 % im Neunmonatsvergleich. Unter Berücksichtigung des Finanzergebnisses (EUR -3,8 Mio.) sowie der Steuern vom Einkommen und Ertrag (EUR -18,6 Mio.) erzielte die GERRY WEBER Gruppe einen Periodenüberschuss nach Steuern von EUR 43,1 Mio. (9M Vorjahr: EUR 40,8 Mio.). Dies entspricht einem Plus von 5,6 %. Entsprechend verbesserte sich das Ergebnis pro Aktie von EUR 0,89 auf EUR 0,94 pro Aktie.

Vermögenslage

Mit einem Wert von rund EUR 605,3 Mio. hat sich die Bilanzsumme der GERRY WEBER International AG seit Ende des Geschäftsjahres 2012/13 um EUR 73,7 Mio. und damit 13,9 % erhöht.

Auf der Aktivseite der Bilanz waren die langfristigen Vermögenswerte vor allem durch Veränderungen in den Bilanzpositionen immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen geprägt. Die immateriellen Vermögensgegenstände lagen mit einem Wert von EUR 85,4 Mio. rund EUR 15,3 Mio. bzw. 21,8 % höher als noch zum Ende des Geschäftsjahres 2012/13. Dieser Anstieg resultiert insbesondere aus der Bilanzierung von entgeltlich erworbenen immateriellen Vermögensgegenständen wie

den Kundenbeziehungen, die im Zusammenhang mit der Akquisition von 25 norwegischen Geschäften, darunter acht ehemalige Franchise Houses of GERRY WEBER, erworben wurden.

Die Sachanlagen summierten sich zum 31.07.2014 auf EUR 178,9 Mio. nach 165,9 Mio. zum Ende des Geschäftsjahres 2012/13. Dies entspricht einer Erhöhung von 7,9 %, die unter anderem auf die fortschreitende Retail Expansion des Unternehmens zurückzuführen ist. Ferner stiegen die geleisteten Anzahlungen für Anlagen im Bau von EUR 1,4 Mio. auf EUR 13,4 Mio. zum Ende des 3. Quartals 2013/14. Die Anlagen im Bau umfassen in erster Linie Baumaßnahmen in Zusammenhang mit der Errichtung unseres neuen Logistikzentrums in unmittelbarer Nähe zur Firmenzentrale.

Mit EUR 26,9 Mio. hingegen blieben die Buchwerte der Renditeimmobilie Halle 30 nahezu unverändert (31.07.2013: EUR 27,3 Mio.). Insgesamt betragen die langfristigen Vermögensgegenstände EUR 300,6 Mio. nach EUR 274,9 Mio. zum Ende des Geschäftsjahres 2012/13.

Die kurzfristigen Vermögensgegenstände waren vor allem durch einen Anstieg der Vorräte geprägt, der sonstigen kurzfristigen Vermögensgegenstände sowie der liquiden Mittel.

Die Vorräte erhöhten sich in den ersten neun Monaten 2013/14 im Vergleich zum Geschäftsjahresende 2012/13 um 26,7 %

oder EUR 29,8 Mio. auf EUR 141,2 Mio. Dieser deutliche Anstieg basiert neben der Ausweitung der eigenen Retail Flächen vor allem auch auf dem saisonbedingten Anstieg der Vorratsbestände im 3. Quartal, in dem üblicherweise der erste Teil der Herbst-/Winterkollektion in die Zentrallager geliefert wird. Die Auslieferung erfolgt ab Mitte Juli und dauert bis in das 4. Quartal unseres Geschäftsjahres an.

Die liquiden Mittel stiegen um 18,6 % von EUR 65,6 Mio. auf EUR 77,8 Mio. Saisonbedingt ist das 3. Quartal unseres Geschäftsjahres geprägt durch Mittelabflüsse zur Vorfinanzierung eines Großteils der Herbst-/Winterware, die, wie bereits erläutert, in den darauffolgenden Monaten an unsere Kunden und in die eigenen Geschäfte zum Verkauf ausgeliefert wird. Hinzu kommt ebenfalls immer im 3. Quartal die Auszahlung der Dividende, die im Q3 2013/14 zu einem Mittelabfluss von EUR 34,4 Mio. führte. Die kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sanken von EUR 65,8 Mio. auf EUR 54,9 Mio. Der Rückgang von 16,6% ist vor allem stichtagsbezogen.

Insbesondere aufgrund des höheren Periodenüberschusses erhöhte sich das Eigenkapital zum 31. Juli 2014 im Vergleich zum Ende des letzten Geschäftsjahres von EUR 395,8 Mio. auf EUR 410,2 Mio. Vor dem Hintergrund der bereits dargestellten Bilanzverlängerung verminderte sich jedoch die Eigenkapitalquote des Konzerns leicht von 74,4 % zum Ende des letzten Geschäftsjahres auf nunmehr 67,8 %.

Die langfristigen Schulden zum 31. Juli 2014 stiegen im Vergleich zum 31. Oktober 2013 von EUR 48,5 Mio. auf EUR 128,6 Mio. Dieser Anstieg ist vor allem auf das im November 2013 platzierte Schuldscheindarlehen zurückzuführen. So stiegen die langfristigen Finanzschulden von EUR 5,7 Mio. auf EUR 85,8 Mio. Die langfristigen sonstigen Verbindlichkeiten von EUR 24,3 Mio. resultieren aus den Mehrheitsbeteiligungen an den niederländischen und belgischen Houses of GERRY WEBER und Concession Flächen. Die GERRY WEBER Gruppe hält 51 % an den Betreiber-gesellschaften dieser Geschäfte. Da für die verbleibenden 49 % ein beiderseitiges Ausübungsrecht besteht, wird der erwartete Kaufpreis für diese Anteile unter der Position „sonstige langfristige Verbindlichkeiten“ bilanziert.

Die kurzfristigen Schulden verminderten sich in den ersten neun Monaten 2013/14 von EUR 87,4 Mio. auf EUR 66,5 Mio. Dies ist vor allem auf die Zahlung von kurzfristigen Steuerverbindlichkeiten zurückzuführen, die die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten auf EUR 11,6 Mio. reduzierten (31.10.2013: EUR 27,7 Mio.).

Finanzanlagen und Investitionen

Auf Basis des gestiegenen operativen Ergebnisses der ersten neun Monate 2013/14 erhöhte sich der Mittelzufluss aus der operativen Geschäftstätigkeit um 88,4 % auf EUR 16,4 Mio. im Vergleich zu

Vorjahresperiode (EUR 8,7 Mio.). Unter Berücksichtigung höherer Zinsauszahlungen für das Schuldscheindarlehen von EUR 2,0 Mio. (9M Vorjahr: EUR 1,0 Mio.) verdoppelten sich die Mittelzuflüsse aus der laufenden Geschäftstätigkeit auf EUR 13,9 Mio. (9M Vorjahr: EUR 7,0 Mio.).

Die Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und das immaterielle Anlagevermögen betragen nach neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres EUR 42,0 Mio. Im Vergleich zu den ersten neun Monaten des letzten Geschäftsjahres ein deutlicher Anstieg um EUR 24,4 Mio. Dies ist neben den Investitionen für unsere operative Retail Expansion vor allem auf den Erwerb von 25 norwegischen Verkaufsstellen zurückzuführen, die per 1. Juni 2014 übernommen wurden. Hinzu kamen erste Investitionen in unser neues Logistikzentrum, dessen Bau im April 2014 begonnen wurde. Vor dem Hintergrund der Akquisition in Norwegen betragen die Mittelabflüsse für den Erwerb von vollkonsolidierten Unternehmen EUR 5,2 Mio. Insgesamt beliefen sich die Mittelabflüsse aus der Investitionstätigkeit auf EUR 47,0 Mio. (9M Vorjahr: EUR 17,4 Mio.).

Die Mittelveränderungen aus der Finanzierungstätigkeit sind einerseits geprägt durch den Mittelabfluss für die Dividende des Geschäftsjahres 2012/13 in Höhe von EUR 34,4 Mio. sowie den Mittelzufluss aus der Aufnahme von Finanzierungsmitteln von EUR 79,7 Mio. Diese beruhen vor allem auf der Platzierung eines Schuldscheindarlehens mit einem Volumen von EUR 75,0 Mio.

Demnach errechnen sich Mittelzuflüsse aus der Finanzierungstätigkeit von insgesamt EUR 45,3 Mio.

Vor dem Hintergrund der dargestellten Mittelzu- und -abflüsse ermittelt sich eine Erhöhung des Finanzmittelbestandes von EUR 12,2 Mio. Entsprechend erhöhte sich der Finanzmittelbestand zum Ende des 3. Quartals im Vergleich zum Anfang des Vorjahres auf EUR 77,8 Mio. (1.11.2013: EUR 65,6 Mio.).

Segmentberichterstattung

Die GERRY WEBER International AG unterscheidet die beiden wesentlichen Segmente „Produktion und Wholesale“ und „Retail“ sowie die „übrigen Segmente“. Der Wholesale Bereich umfasst sämtliche Vertriebsstrukturen mit externen Fachhandelskunden sowie sämtliche Entwicklungs- und Fertigungsprozesse unserer Waren inklusive Transport und Logistik. Das „Retail“ Segment umfasst als reines Vertriebssegment alle in Eigenregie geführten Houses of GERRY WEBER, Monolabel Stores, Concession Flächen, die Outlet Stores sowie die einzelnen Länder-Online-Stores. Die übrigen Segmente umfassen vor allem die Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden des Renditeobjektes Halle 30. Die Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden der Holdinggesellschaft werden den Segmenten entsprechend ihrer Zurechenbarkeit zugeordnet.

Als Folge des Rückgangs der **Wholesale** Umsätze im Neunmonatsvergleich von EUR 333,1 Mio. auf EUR 306,4 Mio. verminderte sich auch das Ergebnis vor Steuern dieses Segmentes von EUR 51,1 Mio. auf EUR 39,1 Mio. Wie bereits dargestellt, resultiert ein Großteil der Reduzierung aus der Umgliederung von Umsätzen aus dem Wholesale in das Retail Segment. Die Wholesale Umsätze mit 18 belgischen und acht norwegischen Houses of GERRY WEBER wurden seit dem 1. August 2013 bzw. seit 1. Juni 2014 aufgrund der Übernahme dieser Geschäfte dem Retail Segment zugerechnet.

Die Umgliederung von Verkaufsflächen in den Retail Bereich spiegelt sich auch in der Anzahl der durch Franchise Partner geführten Houses of GERRY WEBER wider. Trotz der Eröffnung von 20 Franchise Geschäften blieb die Anzahl im Vergleich zum Geschäftsjahresende mit 272 nahezu konstant.

Vor dem Hintergrund der Zuordnung des Vermögens und der Schulden der Holdinggesellschaft auf die einzelnen Segmente erhöhte sich das Vermögen des Wholesale Segmentes um 14,9 % auf 397,8 Mio. Entsprechend stiegen auch die Schulden im Neunmonatsvergleich von EUR 53,7 Mio. auf EUR 73,2 Mio. zum 31.07.2014.

Die Wholesale Investitionen in das langfristige Vermögen betragen EUR 18,7 Mio. in den ersten neun Monaten 2013/14 nach EUR 6,4 Mio. im Vorjahr. Die Anzahl der Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt, die dem Wholesale Segment zugeordnet

werden, verminderte sich von 1.370 auf nunmehr 1.281.

Der deutliche Umsatzanstieg des **Retail Segmentes** um 13,0 % auf EUR 293,6 Mio. in den ersten neun Monaten 2013/14 führte zu einer deutlichen Verbesserung des Ergebnisses vor Steuern (EBT) auf EUR 19,1 Mio. Dies entspricht fast einer Vervierfachung des EBT im Vergleich zu den ersten neun Monaten des Vorjahres (9M Vorjahr: EUR 5,0 Mio.). Wie bereits erläutert, basiert der Umsatzanstieg nicht nur auf der Ausweitung unserer eigenen Verkaufsflächen, sondern auch auf einem Umsatzwachstum auf vergleichbarer Retail-Fläche von 3,4 % in den ersten neun Monaten 2013/14.

Die stetige Fortführung unserer Retail Expansionsstrategie sowie die Übernahme von bestehenden Franchise Geschäften führte zu einem Anstieg der Vermögenswerte und somit zu einer deutlichen Erhöhung der Retail Abschreibungen. Im Neunmonatsvergleich erhöhten sich die Retail

Abschreibungen von EUR 7,9 Mio. auf EUR 11,3 Mio.

Wie bereits im Abschnitt „Entwicklung der Vertriebskanäle“ dargestellt, stieg die Anzahl der in Eigenregie betriebenen Verkaufsflächen von 701 auf 751 im Vergleich zum Geschäftsjahresende am 31.10.2013. Dabei wurden elf Schließungen in den Monaten November 2013 bis Juli 2014 bereits berücksichtigt.

Basierend auf den gestiegenen Investitionen in das langfristige Vermögen des Retail Segmentes von EUR 10,9 Mio. auf EUR 28,8 Mio. (Neunmonatsvergleich) erhöhte sich auch das Retail Vermögen um 35,9 % auf EUR 300,3 Mio. Parallel dazu wies das Retail Segment höhere Schulden von EUR 245,8 Mio. aus (9M Vorjahr: EUR 169,7 Mio.).

Eigene GERRY WEBER Verkaufsflächen werden auch durch unsere eigenen Retail Mitarbeiter betrieben, daher erhöhte sich die Anzahl der Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt von 3.352 auf 3.675 (+9,6 %).

CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

Als weltweit agierender Mode- und Lifestyle-Konzern sind wir von Veränderungen und Unsicherheiten, die sich aus nationalen und internationalen Rahmenbedingungen, aber auch internen Faktoren, ergeben können, betroffen.

Risikomanagement ist deshalb im GERRY WEBER Konzern integrierter Bestandteil der Unternehmensführung. GERRY WEBER konzentriert sich darauf, Risiken im Rahmen eines nachvollziehbaren, alle Unternehmensprozesse umfassenden Risikomanagement- und Kontrollsystems zu identifizieren, zu bewerten, zu steuern und zu überwachen. Positive Entwicklungen gilt es frühzeitig zu erkennen und die sich daraus ergebenden Chancen im Sinne des Unternehmens zu nutzen.

Die GERRY WEBER Gruppe erwirtschaftet rund 61,4 % ihres Umsatzes in Deutschland. Entwickelte sich die deutsche Wirtschaft in den ersten Monaten 2014 nahezu planmäßig positiv, so traten insbesondere im 2. Quartal 2014 geopolitische Ereignisse in den Vordergrund. Entsprechend zeigte der GfK-Konsumklimaindex erstmalig seit Monaten eine deutliche Verunsicherung der privaten Verbraucher. Zwar blieben Einkommenserwartung und Anschaffungsneigung bislang noch relativ stabil, so mußte die Konjunkturerwartung im August jedoch einen herben Rückschlag hinnehmen. Der Indikator verlor 35,5 Punkte und stürzte auf 10,4 Zähler ab.

Noch ist die Konsumlaune der Deutschen ungebrochen, doch scheinen sie die geopolitischen Entwicklungen mehr und mehr in ihre Beurteilung einzubeziehen. Die Verunsicherung über mögliche Folgen für die deutsche Wirtschaft steigen derzeit deutlich an. Vor allem die Sanktionen gegenüber Russland, die die Ausfuhren bereits spürbar beeinträchtigen, könnten zu einer realen Gefahr für die deutsche Konjunktur werden.

Sollten geopolitische Ereignisse in einem unserer Absatzmärkte die wirtschaftliche Entwicklung und/oder das Konsumverhalten negativ beeinflussen, haben wir Mechanismen installiert, um ein mögliches Risiko für die GERRY WEBER Gruppe zu bewerten und gegebenenfalls durch geeignete Maßnahmen zu minimieren.

Eine ausführliche Darstellung unseres Risikomanagementsystems, der Kontrollsysteme der Rechnungslegungsprozesse sowie der Chancen und Risiken im GERRY WEBER Konzern können dem Risikobericht im Geschäftsbericht 2012/13 entnommen werden. Die Aussagen des genannten Risikoberichts haben auch weiterhin ihre Gültigkeit.

Seit Beginn des Geschäftsjahres 2013/14 haben sich keine wesentlichen Änderungen hinsichtlich der Chancen und Risiken für die künftige Entwicklung der Geschäfte der GERRY WEBER Gruppe ergeben. Nach derzeitigem Kenntnisstand bestehen keine Risiken, die den Bestand der Gesellschaft gefährden.

NACHTRAGSBERICHT

Nach Ende des Berichtszeitraumes (1. Mai - 31. Juli 2014) sind keine Vorgänge von besonderer Bedeutung eingetreten, von denen ein wesentlicher Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der GERRY WEBER International AG zu erwarten ist.

PROGNOSEBERICHT

Zukunftsbezogene Aussagen

Der vorliegende Prognosebericht der GERRY WEBER International AG gibt die Einschätzungen des Managements über den zukünftigen Verlauf der erwarteten geopolitischen, gesamtwirtschaftlichen, branchenbezogenen und unternehmensspezifischen Entwicklungen wieder, die den Geschäftsverlauf beeinflussen können. Er entspricht dem Kenntnisstand des Managements zum Zeitpunkt der Berichterstellung.

Als Mode- und Lifestyle-Unternehmen unterliegt der Geschäftsverlauf der GERRY WEBER International AG vor allem der Konsumneigung der Endverbraucher in den einzelnen Absatzregionen sowie den Besucherzahlen in den Innenstädten und Geschäften (Kundenfrequenz). Grundlage für die Konsumneigung sind einerseits die jeweilige wirtschaftliche Lage und die Einkommensentwicklung der privaten Haushalte, aber auch Faktoren wie das Wetter oder spezielle Ereignisse, wie

sportliche Großveranstaltungen, die die Einkaufsneigung der Verbraucher beeinflussen können. Auch geopolitische Entwicklungen außerhalb des eigenen Heimatmarktes wie die derzeitigen Krisenherde im Nahen Osten oder der Ukraine können die Einkaufsneigung der Verbraucher beeinflussen. Trotz der zunehmenden regionalen Diversifizierung wurden im den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2013/14 rund 61,4 % der Umsätze in Deutschland realisiert. Daher bleibt die Entwicklung der Konsumneigung der Verbraucher in Deutschland wichtigster Faktor für die Umsatzentwicklung der GERRY WEBER International AG.

Wirtschaftliche Lage und Branchenumfeld Euroraum

Im Juli veröffentlichte die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), die von ihr erhobenen Zahlen zum Konsumklima in Europa. Das Bild, das sich dort noch zeigte, war verhalten positiv. Während die Konsumenten in Großbritannien an eine positive Konjunktorentwicklung glaubten und damit weiteren Wirtschaftsaufschwung erwarteten, herrschte bei den Verbrauchern in Frankreich eine lange und anhaltende Verunsicherung. In Südeuropa und insbesondere in Italien bestand allgemein ein vorsichtiger Optimismus unter den Verbrauchern, während man in Griechenland, Spanien und Portugal an einen langsam spürbaren Aufschwung und erste Wege aus der Krise glaubte. Das insgesamt positive Bild dürfte sich inzwischen aber wieder etwas getrübt haben.

Die Verschärfung der Lage in der Ost-Ukraine und die anhaltende Sanktionsspirale zusammen mit den Krisen in Nahost und dem Irak sorgen für zunehmende Unsicherheit. Die Wachstumsprognose von 1 %, die die Europäische Zentralbank (EZB) im Juni noch prognostiziert hatte, gilt unter Experten inzwischen als zu optimistisch. Es wird daher eine Korrektur nach unten erwartet. Der schwache Euro und zunehmende Deflationstendenzen tragen ebenfalls zur aufkommenden Angst vor einer längeren Phase der Stagnation im Euroraum bei.

Russland

Russland ist mit einem Anteil von rund 3 bis 4 % des Umsatzes ein wichtiges Exportland für die GERRY WEBER Gruppe. Einerseits schwächen Handelssanktionen die russische Wirtschaft und andererseits führen der schwache Rubel und steigende Preise für Lebensmittel für zusätzliche Unsicherheit bei unseren Kunden. Wir beobachten die Situation in Russland genau und haben für das nächste Jahr verschiedene Szenarien in unsere Planung einbezogen. Zum derzeitigen Zeitpunkt gehen wir jedoch, selbst bei einer geringfügigen Schwäche der russischen Umsätze, nicht von einem signifikanten Einfluss auf die Umsätze der gesamten GERRY WEBER Gruppe aus. Hinzu kommt, dass unsere Endkundin in Russland über ein überdurchschnittliches Einkommen verfügt, was sie allgemein unabhängiger von den ökonomischen Entwicklungen im Land macht.

Deutschland

Auch das Konsumklima in Deutschland bleibt nicht länger unberührt von den geopolitischen Schwankungen und kann sich erstmalig dem allgemeinen Europatrend nicht entziehen. Neben den Krisenherden in der Ukraine, in Nahost und im Irak ist es vor allem die Angst vor einem Handelskrieg mit Russland, verbunden mit weiteren Sanktionen, die die russische und die deutsche Wirtschaft beeinflussen. Vor allem die Industrie leidet unter den Sanktionen. Im ersten Halbjahr 2014 waren die Exporte nach Russland um 15,5 % eingebrochen. Dieser Trend zeigt sich auch in der Entwicklung des ifo-Geschäftsklimaindex, der zum vierten Mal in Folge fiel.

Diese Entwicklung zeigt sich auch in den Einschätzungen der Verbraucher. Während bei der Konjunkturerwartung noch im Juli ein neuer Höchstwert nach der Wiedervereinigung erzielt worden war, brach der Wert von 45,9 Punkten im Juli auf nunmehr 10,4 Punkte im August regelrecht ein. Laut der GfK ist dies der stärkste Einbruch seit 1980. Auch die Einkommenserwartung gab nach dem Höchstwert im Juli von 54,7 Punkten im August auf 50,1 Punkte nach. Einzig die Anschaffungsneigung kann mit einem Wert von 49,3 Zählern ihr weiterhin hohes Niveau halten. Insgesamt betrachtet bleibt der Gesamtindikator Konsumklima allerdings weiterhin auf einem recht hohen Niveau. Im August 2014 zählte das Konsumklima 8,9 Punkte nach 7,0 Punkten im August 2013. Für September 2014

rechnet die GfK mit einem weiteren Rückgang auf dann 8,6 Punkte.

Branchenumfeld

Nach einem durchwachsenen Jahresende 2013 begann das neue Kalenderjahr nach Angaben des TW Testclub, einem Panel der deutschen Fachzeitschrift Textilwirtschaft, zunächst durchweg positiv. Im April konnten die Umsatzzahlen die Erwartungen des Handels erstmals nicht erfüllen. Die Monate Juni und Juli enttäuschten mit Umsatzrückgängen im Vergleich zum Vorjahr von -8 % und -7 % ebenfalls deutlich. Tropische Temperaturen und Unwetter auf der einen Seite und die Fußball Weltmeisterschaft auf der anderen führten zu einer geringeren Kundenfrequenz in den Innenstädten und Geschäften und damit zu sinkenden Umsätzen. In den Monaten Januar bis Juli ergibt sich damit insgesamt ein kumulierter Umsatzrückgang von -1 %. Mit einem Zuwachs von 3,4 % in den ersten neun Monaten ihres Geschäftsjahres hat sich die GERRY WEBER International AG deutlich besser als der Gesamtmarkt entwickelt. Die weitere Entwicklung der Umsatzzahlen der Textilwirtschaft für den Monat August zeigte sich mit plus 7 % wieder sehr positiv, was uns zuversichtlich für das 4. Quartal stimmt.

Strategischer Ausblick

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2013/14 haben wir gezeigt, dass wir auf einem guten Weg sind, die von uns selbst gesteckten Ziele für 2013/14 zu erreichen. Aufgrund unserer einzigartigen

Markenpositionierung, den operativen Stärken, unserer Kundenstruktur und vor allem aufgrund der international gegebenen Wachstumschancen ist die „GERRY WEBER-Wachstumsstory“ auch weiterhin intakt. Daher halten wir an unseren Strategien fest:

Schwerpunkte der strategischen Ausrichtung der GERRY WEBER Gruppe sind insbesondere die Expansion, vor allem im Ausland, die weitere Vertikalisierung unseres Geschäftsmodelles, aber auch die Modernisierung unserer Kollektionen entsprechend den Ansprüchen unserer Kundinnen. Im Mittelpunkt unserer operativen Arbeit in den kommenden Monaten stehen daher:

- Die Expansion des Retail, vor allem im europäischen Ausland
- Weitere Internationalisierung der Vertriebsstrukturen und, damit verbunden, eine Ausweitung der weltweiten Markenpräsenz
- Ausdehnung der internationalen Marktdurchdringung von TAIFUN und SAMOON
- Zunehmende Vertikalisierung des Geschäftsmodells durch Stärkung des eigenen Retail, des Concession Shop-Models sowie die weitere Ausweitung des Vertrauenslimitkunden-Konzept im Wholesale
- Auf- und Ausbau unseres Multi-Channel Ansatzes durch Aufbau des eigenen Logistiklagers

➤ Stetige Modernisierung der Kollektionen

Im Retail Bereich werden wir mit eigenen Houses of GERRY WEBER, aber auch in anderen vertikalen Vertriebsstrukturen wie den Concession Stores, weiter expandieren. Der Fokus der Expansion liegt auf den benachbarten europäischen Ländern sowie in Skandinavien und Osteuropa.

Auch der Wholesale Bereich soll weiter wachsen. Vor allem außerhalb der Eurozone werden wir gemeinsam mit unseren Franchise- und Vertriebspartnern weitere Houses of GERRY WEBER und Shop-in-Shops eröffnen. Zielregionen sind hierbei insbesondere Russland, der Mittlere Osten und die USA.

Neben der Expansion ist das Thema Vertikalisierung ein zentraler Bestandteil unserer strategischen Ausrichtung. Unser Ziel ist es, zunehmend mehr Einfluss auf die Warenbestückung zu nehmen und unsere Kollektionen so schnell wie möglich auf die Verkaufsflächen zu bringen. Verstärkt wollen wir unsere Wholesale Partner bei der Optimierung ihres Flächenmanagements unterstützen. Wir bieten unseren Vertriebspartnern an, unser Know-how und unser Wissen zu nutzen und Vertrauenslimitkunde zu werden. Dabei überträgt der Kunde sein Einkaufslimit an unsere Experten, was bedeutet, dass wir die Ware auf die Fläche des Kunden einsteuern.

An der Umsetzung unserer Strategien haben wir in den letzten Jahren konsequent gearbeitet und werden sie in den kommenden Monaten und Jahren stringent

weiterverfolgen, um das weitere Wachstum der GERRY WEBER Gruppe zu ermöglichen.

Erwartete Entwicklung des Geschäftsverlaufs

Rückblickend auf die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2013/14 und unter der Voraussetzung stabiler, auch wetterbedingt positiver Rahmenbedingungen gehen wir für das 4. Quartal des Geschäftsjahres 2013/14 und die kommenden Monate von einer positiven Entwicklung der Gesellschaft aus. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen unseres Kernmarktes in Deutschland scheinen zwar kurzfristig etwas abzuflauen, dennoch bleibt die Konsumneigung der Deutschen derzeit auf einem gleichbleibend hohen Niveau. Dies bestätigen auch die Umsatzzahlen der Textilwirtschaft für den Monat August 2014. Sollte sich jedoch die Lage in den derzeitigen Krisengebieten weiter verschlechtern, könnten die wirtschaftlichen Effekte die Konsumneigung unserer Kunden negativ beeinflussen. Auch das Geschäft mit unseren Wholesale Partnern in Russland könnte durch weiterreichende Sanktionen beeinträchtigt werden.

Gesamtaussage des Vorstands zur
Prognose

Mit der Bereitstellung einer zusätzlichen Kollektion mit 29 Teilen (NY-Collection) und der erstmaligen Schaltung eines TV Werbespots haben wir -unabhängig vom Marktgeschehen- weitere Voraussetzungen geschaffen, unsere Ziele für das 4. Quartal 2013/14 zu erreichen.

Nach Ablauf der ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2013/14 gehen wir bei gleichbleibenden Rahmenbedingungen auch weiterhin von der Erreichung unserer im Januar gegebenen Erfolgskennzahlen aus.

GERRY WEBER International AG
Zwischenbericht zum 3. Quartal 2013/14

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG NACH IFRS in TEUR

über das 3. Quartal 2013/14 (01.05.2014 – 31.07.2014) sowie
über 9-Monate 2013/14 (01.11.2013 - 31.07.2013)

in TEUR	3.Q. 2013/14	3.Q. 2012/13	9M 2013/13	9M 2012/13
	1.5.2014 - 31.7.2014	1.5.2013 - 31.7.2013	1.11.2013 - 31.7.2014	1.11.2012 - 31.7.2013
Umsatzerlöse	187.230,1	188.959,2	600.007,1	592.843,1
Sonstige betriebliche Erträge	4.107,0	4.033,6	11.271,5	11.177,1
Bestandsveränderungen	26.337,5	15.791,5	30.994,5	7.738,6
Materialaufwand	-102.423,8	-97.397,2	-292.763,5	-281.870,1
Personalaufwand	-40.764,5	-37.076,4	-113.767,5	-106.344,8
Abschreibungen	-6.707,2	-5.293,2	-18.969,4	-15.363,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-51.501,0	-51.388,4	-150.417,7	-146.673,0
Sonstige Steuern	-301,7	-273,4	-862,0	-786,1
OPERATIVES ERGEBNIS	15.976,4	17.355,7	65.493,0	60.721,8
Finanzergebnis				
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	1,0	1,5	3,0	4,8
Zinserträge	59,6	-13,7	179,8	32,5
Abschreibungen auf Finanzanlagen	0,0	0,0	0,0	0,0
Nebenkosten des Geldverkehrs	-107,2	-246,6	-725,4	-679,3
Zinsaufwendungen	-1.057,6	-369,6	-3.263,1	-1.566,3
	-1.104,2	-628,6	-3.805,7	-2.208,3
ERGEBNIS DER GEWÖHNLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT	14.872,1	16.727,1	61.687,3	58.513,5
Steuern vom Einkommen und Ertrag				
Steuern des Berichtszeitraums	-4.475,1	-5.227,8	-18.769,6	-17.924,6
Latente Steuern	-12,4	-22,5	175,7	210,5
	-4.487,5	-5.250,3	-18.593,9	-17.714,1
PERIODENÜBERSCHUSS	10.384,6	11.476,7	43.093,4	40.799,4
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	0,23	0,25	0,94	0,89

KONZERNBILANZ NACH IFRS in TEUR

zum 31. Juli 2014

AKTIVA	9M 2013/14	2012/13
in TEUR	31. Juli 2014	31. Okt. 2013
LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE		
Anlagevermögen		
Immaterielle Vermögensgegenstände	85.366,1	70.090,2
Sachanlagen	178.859,9	165.909,9
Renditeimmobilien	26.937,7	27.251,9
Finanzanlagen	2.345,1	2.379,3
Andere langfristige Aktiva		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	119,5	239,0
Ertragsteuerforderungen	1.666,4	1.666,4
Aktive latente Steuern	5.259,0	7.316,9
	300.553,7	274.853,6
KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE		
Vorräte	141.232,3	111.467,0
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	54.884,2	65.835,2
Sonstige Vermögensgegenstände	23.562,2	11.968,8
Ertragsteuerforderungen	7.328,3	1.913,2
Liquide Mittel	77.772,2	65.592,0
	304.779,2	256.776,2
	605.332,9	531.629,8

KONZERNBILANZ NACH IFRS in TEUR

zum 31. Juli 2014

PASSIVA	9M 2013/14	2012/13
in TEUR	31. Juli 2014	31. Okt. 2013
EIGENKAPITAL		
Gezeichnetes Kapital	45.906,0	45.906,0
Kapitalrücklagen	102.386,9	102.386,9
Gewinnrücklagen	195.341,7	195.341,7
Kumulierte erfolgsneutrale Veränderung gem. IAS 39	1.672,5	-4.223,9
Fremdwährungsdifferenzen	-400,8	-225,5
Bilanzgewinn	65.245,4	56.581,5
	410.151,7	395.766,7
LANGFRISTIGE SCHULDEN		
Personalarückstellungen	18,5	60,7
Sonstige Rückstellungen	5.816,3	5.479,1
Finanzschulden	85.833,3	5.725,0
Sonstige Verbindlichkeiten	24.324,0	24.836,7
Passive latente Steuern	12.647,9	12.354,5
	128.640,0	48.456,0
KURZFRISTIGE SCHULDEN		
Rückstellungen		
Steuerrückstellungen	636,0	1.920,3
Personalarückstellungen	11.706,5	13.150,0
Sonstige Rückstellungen	8.331,3	8.273,4
Verbindlichkeiten		
Finanzschulden	5.636,1	6.008,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	28.629,8	30.330,8
Sonstige Verbindlichkeiten	11.601,5	27.724,4
	66.541,2	87.407,1
	605.332,9	531.629,8

KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG GEM. IFRS IN TEUR

über die ersten neun Monate 2013/14 (01.11.2013 – 31.07.2014)

in TEUR	Gezeichnetes Kapital	Kapital-rücklage	Gewinn-rücklagen	Kumulierte erfolgsneutrale Veränderung	Fremd-währungs-differenzen	Bilanz-gewinn	Eigen-kapital
Stand 01.11.2013	45.906,0	102.386,9	195.341,7	-4.223,9	-225,6	56.581,5	395.766,6
Gezahlte Dividende						-34.429,4	-34.429,4
Einstellung in die Gewinnrücklagen							0,0
Anpassung Fremdwährungsdifferenzen					-175,2		-175,2
Erfolgsneutrale Devisentermingeschäfte				5.896,4			5.896,4
Periodenüberschuss						43.093,3	43.093,3
STAND 31.7.2014	45.906,0	102.386,9	195.341,7	1.672,5	-400,8	65.245,4	410.151,7

in TEUR	Gezeichnetes Kapital	Kapital-rücklage	Gewinn-rücklagen	Kumulierte erfolgsneutrale Veränderung	Fremd-währungs-differenzen	Bilanz-gewinn	Eigen-kapital
Stand 01.11.2012	45.906,0	102.386,9	140.341,7	-212,5	-400,5	74.983,1	363.004,7
Gezahlte Dividende						-34.429,4	-34.429,4
Einstellung in die Gewinnrücklagen			20.000,0			-20.000,0	0,0
Anpassung Fremdwährungsdifferenzen					-156,6		-156,6
Erfolgsneutrale Devisentermingeschäfte				303,1			303,1
Periodenüberschuss						40.799,4	40.799,4
STAND 31.7.2013	45.906,0	102.386,9	160.341,7	90,6	-557,1	61.353,1	369.521,2

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG NACH IFRS in TEUR

über die ersten neun Monate 2013/14 (01.11.2013 - 31.07.2014)

in TEUR	9M 2013/14 1.11.2013 - 31.7.2014	9M 2012/13 1.11.2012 - 31.7.2013
Operatives Ergebnis	65.493,0	60.721,8
Abschreibungen	18.969,4	15.363,0
Gewinn / Verlust aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	141,0	-9,9
Zunahme / Abnahme des Vorratsvermögens	-29.765,3	-7.088,5
Zunahme / Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	11.070,5	-4.389,6
Zunahme / Abnahme der übrigen Aktiva, die nicht der Investitions- und Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-9.192,7	-3.267,7
Zunahme / Abnahme der Rückstellungen	-1.090,5	-6.241,8
Zunahme / Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-1.701,0	-19.513,1
Zunahme / Abnahme der übrigen Passiva, die nicht der Investitions- und Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-12.033,6	-1.906,3
Ertragsteuerzahlungen	-25.468,7	-24.951,9
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen / Erträge	0,0	-0,2
Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit	16.422,2	8.715,8
Erträge aus Ausleihungen	3,0	4,8
Zinserträge	179,8	32,5
Nebenkosten des Geldverkehrs	-725,4	-679,3
Zinsaufwendungen	-2.018,1	-1.025,3
Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	13.861,5	7.048,5
Einzahlungen für Abgänge von Sachanlagevermögen und immateriellem Anlagevermögen	244,0	26,7
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und das immaterielle Anlagevermögen	-41.969,4	-17.616,9
Auszahlungen für den Erwerb von vollkonsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten, abzüglich übernommener Zahlungsmittel	-5.249,9	0,0
Auszahlungen für Investitionen in Renditeimmobilien	-46,8	-182,3
Einzahlungen aus Abgängen von Finanzanlagevermögen	273,2	332,1
Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-239,0	-2,4
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-46.987,9	-17.442,8
Auszahlung Dividende	-34.429,5	-34.429,5
Einzahlungen / Auszahlungen für Aufnahme bzw. Tilgung von Finanzkrediten	79.736,1	16.095,2
Mittelabfluss /-zufluss aus der Finanzierungstätigkeit	45.306,6	-18.334,3
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	12.180,3	-28.728,6
Finanzmittelbestand am Anfang des Geschäftsjahres	65.592,0	49.159,0
FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE	77.772,2	20.430,4

ERLÄUTERENDE ANHANGANGABEN

zum Konzern-Zwischenabschluss der GERRY WEBER International AG zum 31. Juli 2014

Allgemeine Angaben und Grundlagen der Berichterstattung

Der GERRY WEBER International AG ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft mit Sitz Neulehenstraße 8, D – 33790 Halle (Westfalen).

Der vorliegende verkürzte Konzern-Zwischenabschluss wurde gemäß § 37x Abs. 3 WpHG sowie im Einklang mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) und den diesbezüglichen Interpretationen des International Accounting Standards Board (IASB) für die Zwischenberichterstattung erstellt, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Dementsprechend enthält dieser Abschluss zum Zwischenbericht nicht sämtliche Informationen und Anhangangaben, die gemäß IFRS für einen Konzernabschluss zum Ende des Geschäftsjahres erforderlich sind.

Der Konzern-Zwischenabschluss für das 3. Quartal (1.05.2014 – 31.07.2014) sowie die ersten neun Monate des laufenden Geschäftsjahres (1.11.2013 – 31.07.2014) wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ erstellt. Eine prüferische Durchsicht durch den Abschlussprüfer fand nicht statt. Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sowie die Grundsätze der Konsolidierung sind im Vergleich zum letzten Konzernabschluss zum 31. Oktober 2013 grundsätzlich unverändert geblieben. Der Konzern-Zwischenabschluss über das 3. Quartal sowie die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2013/14 wurde in Euro aufgestellt.

Der vorliegende, ungeprüfte Konzern-Zwischenabschluss enthält nach Ansicht des Vorstands alle notwendigen Angaben, um eine den tatsächlichen Verhältnissen entsprechende Darstellung des Geschäftsverlaufs und der Ertragslage im Berichtszeitraum zu geben. Die in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2013/14 erzielten Ergebnisse lassen nicht notwendigerweise Rückschlüsse auf die Entwicklung zukünftiger Ergebnisse zu.

In Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ muss der Vorstand bei der Erstellung des Konzern-Zwischenabschlusses teilweise Ermessensentscheidungen und Schätzungen vornehmen sowie Annahmen treffen. Diese können sowohl Einfluss auf die Anwendungen von Rechnungslegungsgrundsätzen sowie den Ausweis der Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie die Erträge und Aufwendungen haben. Die tatsächlichen Beträge können in Einzelfällen von diesen Schätzungen abweichen.

Der vorliegende Konzern-Zwischenabschluss umfasst den Zwischenabschluss der GERRY WEBER International AG und all ihrer Tochtergesellschaften zum 31. Juli 2014. Der Konsolidierungskreis umfasst 37 in- und ausländische Tochtergesellschaften. Bei fünf ausländischen Tochtergesellschaften beträgt die Beteiligungsquote 51,0 %; bei den übrigen

Gesellschaften 100%. Die Tochtergesellschaften werden in den Konzernabschluss nach den Regeln der Vollkonsolidierung einbezogen.

Währungsumrechnung

Die funktionale Währung der GERRY WEBER International AG ist der Euro. Fremdwährungsgeschäfte in den Einzelabschlüssen der GERRY WEBER International AG und der Tochtergesellschaften werden mit dem Umrechnungskurs zum Zeitpunkt der Geschäftsvorfälle umgerechnet. Zum Bilanzstichtag werden monetäre Posten in fremder Währung unter Verwendung des Stichtagskurses angesetzt. Umrechnungsdifferenzen werden erfolgswirksam erfasst.

Die in fremder Währung erstellten Zwischenabschlüsse der einbezogenen Konzernunternehmen werden entsprechend dem Konzept der funktionalen Währung gemäß der modifizierten Stichtagskursmethode umgerechnet. Im Konzern-Zwischenabschluss werden folglich Vermögenswerte und Schulden, mit Ausnahme des Eigenkapitals, zum Stichtagskurs, Aufwendungen und Erträge zum Durchschnittskurs umgerechnet. Auswirkungen aus der Währungsumrechnung des Eigenkapitals werden erfolgsneutral im Eigenkapital ausgewiesen.

Immaterielle Vermögensgegenstände

Geschäfts- oder Firmenwerte werden gemäß den Vorschriften von IFRS 3 aktiviert und einem jährlichen Wertminderungstest unterzogen sowie immer dann, wenn Anzeichen für eine Wertminderung vorliegen.

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände werden mit den Anschaffungskosten unter Berücksichtigung der Nebenkosten und Kostenminderungen bilanziert und planmäßig linear abgeschrieben. Ferner sind in der Bilanzposition exklusive Belieferungsrechte für fremdbetriebene Houses of GERRY WEBER sowie vorteilhafte Mietverträge im Zusammenhang mit übernommenen Ladenlokalen enthalten. Die als abnutzbare immaterielle Vermögenswerte ausgewiesenen vorteiligen Mietverhältnisse werden über die Restlaufzeit der Mietverträge linear abgeschrieben. Weiterhin wurden im Rahmen der Übernahme von 51 % an drei belgischen und zwei niederländischen Vertriebsgesellschaften Kundenbeziehungen identifiziert, die mit dem Barwert aktiviert wurden. Gleiches gilt aus der Übernahme von 25 norwegischen Geschäften, die erstmalig ab 1. Juni 2014 durch Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss der GERRY WEBER International AG einbezogen wurden.

Vor dem Hintergrund der Mehrheitsbeteiligung an den drei belgischen Gesellschaften (seit 1. August 2013) sowie der vollständigen Übernahme der beiden Betreibergesellschaften von 25 norwegische Verkaufsflächen erhöhten sich die immateriellen Vermögenswerte zum Stichtag

31. Juli 2013 im Vergleich zum letzten Geschäftsjahresende deutlich von EUR 70,1 Mio. auf EUR 85,4 Mio.

Kumulierte erfolgsneutrale Veränderungen

Die GERRY WEBER Gruppe nutzt derivative Finanzinstrumente ausschließlich zur Sicherung von Währungsrisiken. Gemäß IAS 39 sind alle derivativen Finanzinstrumente zum Marktwert zu bilanzieren. Soweit die eingesetzten Finanzinstrumente wirksame Sicherungsgeschäfte sogenannte „Cashflow-Hedges“ sind, werden die Zeitwertschwankungen erfolgsneutral in der entsprechenden Eigenkapitalposition erfasst. Effekte aus der erfolgsneutralen Bewertung von Finanzinstrumenten werden nach Steuern ausgewiesen. Zum 31. Juli 2014 werden nach Abzug latenter Steuern positive Effekte aus der Marktbewertung von Finanzinstrumenten in Höhe von EUR 1,7 Mio. (31. Oktober 2013: EUR -4,2 Mio.) ergebnisneutral im Eigenkapital ausgewiesen.

Finanzschulden (langfristig)

Die langfristigen Finanzschulden haben sich im Vergleich zum Bilanzstichtag von EUR 5,7 Mio. auf EUR 85,8 Mio. zum 31. Juli 2014 erhöht. Dies ist vor allem auf die Begebung eines Schuldscheindarlehens im Gesamtvolumen von EUR 75 Mio. im November 2013 zurückzuführen, das unter anderem zur Finanzierung des geplanten Logistikzentrums sowie zur allgemeinen Unternehmensfinanzierung verwendet werden soll. Das mehrfach überzeichnete Schuldscheindarlehen wurde zu 100% des Nennwertes begeben und wird am Ende der jeweiligen Laufzeit zurückgezahlt. Im Rahmen der Platzierung wurden Laufzeiten von drei, fünf und sieben Jahren mit fester und variabler Verzinsung angeboten. Der durchschnittliche Zinssatz des festverzinslichen Volumens beträgt 2,3 %. Über alle Tranchen gerechnet lag der Zinssatz in den ersten neun Monaten dieses Geschäftsjahres unter 2 %.

Sonstige Verbindlichkeiten (langfristig)

Die GERRY WEBER International AG hält 51% der Anteile an den niederländischen Gesellschaften GERRY WEBER Retail B.V. und GERRY WEBER Incompany B.V. sowie an den belgischen Gesellschaften ARW RETAIL – GERRY WEBER NV, COAST RETAIL – GERRY WEBER NV und ARW – GERRY WEBER Belux BVBA. Die erworbenen Gesellschaften betreiben Einzelhandel mit Textilien und verfügen über Einzelhandelsgeschäfte und Concession-Flächen in den Niederlanden und Belgien. Hinsichtlich der jeweils ausstehenden 49 % der Geschäftsanteile an den genannten Gesellschaften besteht eine Kaufoption seitens der GERRY WEBER International AG sowie eine Verkaufsoption der Verkäuferin. Gemäß IAS 32 sind diese Verpflichtungen zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzieren. Die Verbindlichkeiten aus Minderheitenoptionen wurden unter den langfristigen

sonstigen Verbindlichkeiten bilanziert und betragen zum 31. Juli 2014 EUR 24,3 Mio. (31. Oktober 2013: EUR 24,8 Mio.).

Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie ermittelt sich aus dem auf die Stammaktionäre der GERRY WEBER International AG entfallenden Periodenergebnis nach Steuern und die Zahl der im Durchschnitt des Berichtszeitraums im Umlauf befindlichen Aktien.

Die durchschnittliche Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien ermittelt sich nach zeitanteiliger Gewichtung wie folgt dargestellt.

	9M 2013/14	9M 2012/13
	1.11.2013-31.7.2014	1.11.2012-31.7.2013
November 2013	45.905.960 x 1/12	45.905.960 x 1/12
Dezember 2013	45.905.960 x 1/12	45.905.960 x 1/12
Januar 2014	45.905.960 x 1/12	45.905.960 x 1/12
Februar 2014	45.905.960 x 1/12	45.905.960 x 1/12
März 2014	45.905.960 x 1/12	45.905.960 x 1/12
April 2014	45.905.960 x 1/12	45.905.960 x 1/12
Mai 2014	45.905.960 x 1/12	45.905.960 x 1/12
Juni 2014	45.905.960 x 1/12	45.905.960 x 1/12
Juli 2014	45.905.960 x 1/12	45.905.960 x 1/12
	= 45.905.960 Stück	= 45.905.960 Stück

Das Ergebnis pro Aktie beträgt im 3. Quartal 2013/14 (1.05.2013 – 31.07.2014) EUR 0,23 (3.Q. 2012/13: EUR 0,25). Somit errechnet sich ein Ergebnis pro Aktie für die ersten neun Monate des Geschäftsjahrs 2013/14 von EUR 0,94 pro Aktie (9M 2012/13: EUR 0,89).

Segmentberichterstattung

Die GERRY WEBER International AG unterscheidet in die beiden wesentlichen Segmente „Produktion und Wholesale“ und „Retail“ sowie in die „übrigen Segmente“. Der Wholesale Bereich umfasst sämtliche Vertriebsstrukturen mit externen Kunden, dazu zählen die weltweit durch Franchisepartner geführten Houses of GERRY WEBER, die Shop-in-Shop-Flächen bei unseren Handelspartnern sowie das so genannte Multi-Label-Geschäft. Des Weiteren werden dem Segment „Produktion und Wholesale“ sämtliche Entwicklungs- und Fertigungsprozesse

unserer Waren inklusive Transport und Logistik zugerechnet. Das „Retail“ Segment umfasst als nahezu reines Vertriebssegment alle in Eigenregie geführten Houses of GERRY WEBER, Monolabel Stores, Concession-Flächen, die Outlet Stores sowie die einzelnen Länder-Online-Stores. Die übrigen Segmente umfassen vor allem die Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden des Renditeobjektes Halle 30. Die Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden der Holdinggesellschaft werden den Segmenten entsprechend ihrer Zurechenbarkeit zugeordnet.

3. Quartal 2013/14 in TEUR	Produktion und Wholesale	Retail	Übrige Segmente	Konsolidierungs- buchungen	Gesamt
Umsatzerlöse nach Segmenten	82.297,9	104.932,2	0,0	0,0	187.230,1
EBT (Earnings Before Tax)	7.557,4	5.244,3	446,0	1.624,4	14.872,1
Abschreibungen	2.474,9	4.084,8	147,5	0,0	6.707,2
Zinserträge	113,7	8,1	0,0	-62,3	59,5
Zinsaufwendungen	444,8	681,6	0,0	-68,8	1.057,6
Vermögen	397.845,7	300.316,4	29.795,7	-122.624,9	605.332,9
Schulden	73.158,7	245.804,4	0,0	-123.781,9	195.181,2
Investitionen in das langfristige Vermögen	12.140,3	19.633,3	14,6	0,0	31.788,2
Anzahl der Mitarbeiter (im Jahresdurchschnitt)	1.281	3.675	1	0	4.957

3. Quartal 2012/13 in TEUR	Produktion und Wholesale	Retail	Übrige Segmente	Konsolidierungs- buchungen	Gesamt
Umsatzerlöse nach Segmenten	95.817,8	93.141,4	0,0	0,0	188.959,2
EBT (Earnings Before Tax)	17.668,6	448,2	404,6	-1.794,3	16.727,1
Abschreibungen	2.550,0	3.052,1	153,7	-462,7	5.293,1
Zinserträge	167,2	14,6	0,0	-195,5	-13,7
Zinsaufwendungen	220,7	108,3	0,0	40,6	369,6
Vermögen	346.235,3	220.903,4	30.234,0	-119.764,0	477.608,7
Schulden	53.736,4	169.748,1	0,0	-115.396,9	108.087,6
Investitionen in das langfristige Vermögen	1.649,5	1.653,1	97,2	0,0	3.399,8
Anzahl der Mitarbeiter (im Jahresdurchschnitt)	1.370	3.352	0	0	4.723

GERRY WEBER International AG
Zwischenbericht zum 3. Quartal 2013/14

Neun Monate 2013/14	Produktion und Wholesale	Retail	Übrige Segmente	Konsolidierungsbuchungen	Gesamt
in TEUR					
Umsatzerlöse nach Segmenten	306.432,5	293.574,6	0,0	0,0	600.007,1
EBT (Earnings Before Tax)	39.052,4	19.137,5	1.363,9	2.133,5	61.687,3
Abschreibungen	7.249,6	11.276,2	443,6	0,0	18.969,4
Zinserträge	344,9	61,8	0,0	-226,9	179,8
Zinsaufwendungen	1.644,7	1.840,7	0,0	-222,2	3.263,2
Vermögen	397.845,7	300.316,4	29.795,7	-122.624,9	605.332,9
Schulden	73.158,7	245.804,4	0,0	-123.781,9	195.181,2
Investitionen in das langfristige Vermögen	18.669,8	28.794,1	46,8	0,0	47.510,7
Anzahl der Mitarbeiter (im Jahresdurchschnitt)	1.281	3.675	1	0	4.957

Neun Monate 2012/13	Produktion und Wholesale	Retail	Übrige Segmente	Konsolidierungsbuchungen	Gesamt
in TEUR					
Umsatzerlöse nach Segmenten	333.144,1	259.699,0	0,0	0,0	592.843,1
EBT (Earnings Before Tax)	51.110,5	4.981,2	1.202,8	1.219,0	58.513,5
Abschreibungen	7.186,5	7.900,7	438,7	-163,0	15.362,9
Zinserträge	328,1	14,6	0,0	-310,1	32,6
Zinsaufwendungen	1.115,6	657,5	0,0	-206,7	1.566,4
Vermögen	346.235,3	220.903,4	30.234,0	-119.764,0	477.608,7
Schulden	53.736,3	169.748,1	0,0	-115.396,9	108.087,5
Investitionen in das langfristige Vermögen	6.355,1	10.888,4	558,4	0,0	17.801,9
Anzahl der Mitarbeiter (im Jahresdurchschnitt)	1.370	3.352	1	0	4.723

Eine detaillierte Darstellung der Segmentberichterstattung erfolgt im Lagebericht dieses Zwischenberichtes.

FINANZKALENDER

Veröffentlichung des 9-Monatsabschlusses	12. September 2014
Merrill Lynch Global Consumer Conference, London	18. September 2014
Baader Investment Konferenz, München	24. September 2014
Roadshow Zurich, Lugano	29./30. September 2014
MM Warburg London Konferenz	19. November 2014
Ende des Geschäftsjahres 2013/14	31. Oktober 2014

Investor Relations Kontakt:

GERRY WEBER International AG
Neulehenstraße 8
33790 Halle / Westfalen
www.gerryweber.com

Claudia Kellert
Leiterin Investor Relations
Telefon: +49 (0) 5201 185 0
Email: c.kellert@gerryweber.de

Anne Hengelage
Manager Investor Relations
Telefon: +49 (0) 5201 185 0
Email: a.hengelage@gerryweber.de

Disclaimer

Dieser Zwischenbericht enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf Annahmen bzw. Schätzungen des Managements der GERRY WEBER International AG beruhen. Trotz der Annahme, dass die vorausschauenden Aussagen realistisch sind, kann nicht dafür garantiert werden, dass diese Erwartungen sich auch als richtig erweisen werden. Bei Prozentangaben und Zahlen in diesem Zwischenbericht können Rundungsdifferenzen auftreten.