

Rede von Gerhard Weber

Vorstandsvorsitzender

GERRY WEBER International AG

anlässlich der ordentlichen Hauptversammlung

am 6. Juni 2013 in Halle/Westfalen

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
meine sehr geehrten Damen und Herren,

im Namen des Vorstands und der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der GERRY WEBER Gruppe darf ich Sie sehr herzlich zu unserer ordentlichen Hauptversammlung begrüßen. Wir freuen uns, dass sie als Aktionäre, Aktionärsvertreter, Vertreter der Medien und Gäste nach Halle gekommen sind. Herzlichen Dank für Ihr Interesse und Ihr zahlreiches Erscheinen!

Sehr geehrte Damen und Herren, im abgelaufenen Geschäftsjahr 2011/12 haben wir entscheidende Weichen für die zukünftige Entwicklung der GERRY WEBER Gruppe gestellt. Nach der Übernahme von 29 DON GIL Filialen in Österreich sowie der Mehrheitsübernahme von bereits bestehenden Houses of GERRY WEBER in den Niederlanden, ist uns mit der Übernahme der insolventen WISSMACH Modefirma ein wichtiger Schritt beim Ausbau unseres eigenen Retail Geschäftes gelungen. Durch die getätigten Akquisitionen sowie den internationalen Ausbau unseres Vertriebsnetzes haben wir die Basis für zukünftiges Wachstum gelegt.

Trotz des investitionsintensiven Ausbaus unseres Retail Bereiches im In- und Ausland und akquisitionsbedingten Einmalaufwendungen haben wir die selbst gesteckten Ziele für das Geschäftsjahr 2011/12 erreicht. Mit einem Rekordumsatz von 802,3 Mio. Euro konnten wir den Umsatz um 14,2 % im Vergleich zum Vorjahr steigern. Unsere Profitabilität verbesserte sich sogar um 16,4 % auf ein operatives Ergebnis von 115,9 Mio. Euro. Entsprechend erhöhte sich die EBIT-Marge von 14,2 % auf 14,5 %.

Doch bevor ich über die Geschäftsentwicklung des abgelaufenen Geschäftsjahres berichte, möchte ich ein wenig ausführlicher auf unser Geschäftsmodell eingehen. Ich werde oft gefragt: was macht GERRY WEBER anders als die Wettbewerber und damit auch so erfolgreich.

Unser Erfolg basiert auf unserem Geschäftsmodell. Mit fünf starken Marken: GERRY WEBER, GERRY WEBER EDITION, G.W., TAIFUN und SAMOON sind wir am Markt vertreten. Unsere Kollektionen sind trendorientiert und bieten eine hervorragende Qualität sowie eine perfekte Passform.

Aber wie können wir die hohe Qualität und die perfekte Passform unserer Produkte zu einem fairen Preis gewährleisten?

Ein wichtiger Erfolgsfaktor ist sicherlich, dass jedes einzelne Kleidungsstück im Hause GERRY WEBER entworfen und entwickelt wird.

Auf Basis der neuesten Trends und vor allem aufgrund der Erkenntnisse, die wir direkt von unseren Kundinnen aus den eigenen Geschäften erhalten, entwickeln die Design-Teams unsere anspruchsvollen Kollektionen. Die einzelnen Teile der Kollektionen sind dabei farblich aufeinander abgestimmt und können entsprechend miteinander kombiniert werden.

Die Schnittabteilung erstellt dann die Schnittmuster für die einzelnen Kleidungsstücke. In der hauseigenen Näherei entstehen die Prototypen nach denen die einzelnen Kollektionsteile von den Produktionspartnern gefertigt werden. Jedes einzelne Kleidungsstück wird in sogenannten workshops besprochen und gegebenenfalls noch einmal modifiziert, bis es 100prozentig passt und unseren Vorstellungen entspricht. Von besonderer Bedeutung für die Passform unserer Produkte ist die Skalierung der verschiedenen Kleidergrößen, die wir ebenfalls an unserem Firmensitz in Halle vornehmen.

Die vollständigen Daten zur Fertigung unserer Kleidungsstücke werden danach an unsere Produktionspartner übermittelt.

Eigene Mitarbeiter kontrollieren bei den Herstellern vor Ort, ob unsere hohen Qualitätsstandards in der Fertigung eingehalten werden. Zur Überwachung der Transport- und Logistikprozesse nutzen wir modernste Technologien, um die Ware schnellstmöglich auf unsere Verkaufsflächen zu bringen. Den Vertrieb steuern wir ebenfalls aus unserer Konzernzentrale in Halle/Westfalen. Unsere Mode wird sowohl über unsere Handelspartner, als auch in unseren eigenen Geschäften verkauft. Aus unseren eigenen Houses of GERRY WEBER und Monolabel Stores erhalten wir täglich Informationen über den Verkauf, aber vor allem über die Anforderungen und Wünsche unserer Kundinnen. Diese Erkenntnisse fließen wiederum in die Entwicklung der nächsten Kollektionen ein.

Alle notwendigen Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Entwicklung und Fertigung unserer anspruchsvollen Kollektionen haben wir in unserer Konzernzentrale gebündelt. Alle fünf starken GERRY WEBER Marken werden in unserer Firmenzentrale unter einem Dach entwickelt.

Dies bietet nicht nur die Möglichkeit zum Austausch zwischen den einzelnen Design Teams, sondern auch die direkte und schnelle Kommunikation zwischen den am Entwicklungsprozess beteiligten Bereichen. Abteilungen wie unsere Musternäherei, die Schnittabteilung oder die Bügelei geben direktes Feedback an die Design Teams und gewährleisten so die perfekte Passform und Qualität unserer Produkte. Wir sind eines der wenigen Modeunternehmen, die das Produkt von der Entstehung bis hin zum Verkauf in den Läden so eng begleitet. Viele unserer Wettbewerber haben diese technischen Abteilungen gar nicht mehr und somit auch nicht unser Know-how und unsere Erfahrung.

Alles unter einem Dach zu haben, sehen wir als großen Wettbewerbsvorteil. Wir sind dadurch schneller in der Entwicklung neuer Kollektionen, sind näher am Trend und nicht auf externe Dienstleister angewiesen. All diese Faktoren sowie unsere aufeinander abgestimmten Prozesse und unsere hohe Flexibilität in der Beschaffung ermöglichen es, Kleidungsstücke höchster Qualität anzubieten.

Zur Sicherung unseres vielfältigen Wissens haben wir ein einzigartiges Ausbildungsprogramm – insbesondere für die technischen Berufe - entwickelt.

Der Erfolg gibt uns Recht, denn immer wieder schließen unsere Auszubildenden ihre Ausbildung als Landes- oder sogar Bundesbeste ab. Die technische Ausbildung ist besonders für den perfekten Schnitt unserer Blazer und Hosen von großer Bedeutung. Unsere Ausbildung zahlt sich aus. Aufgrund unseres Know-hows und unserer Fertigkeiten in diesem Bereich haben wir gerade für diese anspruchsvollen Produktgruppen eine Ausnahmestellung am Markt inne, die ihres Gleichen sucht.

Vielfältiges Wissen und einzigartige Fähigkeiten innerhalb der GERRY WEBER Gruppe zur Verfügung zu haben, ist die Basis unseres Erfolges. Aber ohne das Engagement, das Know-how und den Arbeitseinsatz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wäre die positive Entwicklung der GERRY WEBER Gruppe nicht möglich. Auf diesem Wege mein herzlicher Dank an jeden einzelnen.

Die Förderung, Ausbildung und Weiterentwicklung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter liegt uns besonders am Herzen. Wir bieten unseren Mitarbeitern ein leistungsorientiertes und positives Arbeitsklima sowie flexible Arbeitszeitmodelle. Durch die Eröffnung unserer Kita im Sommer 2012 fördern wir eine familienbewusste Personalpolitik und geben berufstätigen Eltern die Möglichkeit des beruflichen Wiedereinstiegs.

Die GERRY WEBER Kindertagesstätte „Kids World“ liegt direkt neben unserer Firmenzentrale auf einem rund 6.700 qm großen Grundstück und bietet Platz für rund 95 Kinder. Beim Bau wurde ein 200 Jahre alter Fachwerkkotten vollständig renoviert und beherbergt heute neben dem Eingangsbereich, die Verwaltung und die Küche der Kita. Ebenfalls hell und mit genug Platz zum Spielen wurde der angrenzende Neubau mit den Gruppenräumen gestaltet.

Echte Highlights der GERRY WEBER Kids World sind unter anderem ein großer überdachter Abenteuerspielplatz, eine Bobbycar-Rennbahn, ein Baumhaus und der eigene kleine Streichelzoo.

Nach diesem kleinen Exkurs komme ich zurück auf den Geschäftsverlauf des abgelaufenen Geschäftsjahres 2011/12.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr war der Ausbau unseres eigenen Retail Geschäftes ein strategischer Fokus der GERRY WEBER International AG. Mit den Übernahmen DON GIL in Österreich und der WISSMACH Modekette in Deutschland sowie von 25 vormals im Franchise geführten Häusern in den Niederlanden ist es uns gelungen, die Retail Expansion im In- und Ausland deutlich zu beschleunigen. Nach 40 neu eröffneten Houses of GERRY WEBER in 2009/10 und rund 60 Neueröffnungen in 2010/11, verdoppelte sich die Anzahl der in Eigenregie geführten Houses of GERRY WEBER und Monolabel Stores im Geschäftsjahr 2011/12 von 235 auf rund 490 eigene Geschäfte. Insbesondere der Ausbau des Monolabel Store Konzeptes von 30 auf rund 150 hat zur Stärkung der Sublabels GERRY WEBER EDITION, G.W. sowie der Marken TAIFUN und SAMOON beigetragen.

Die Übernahme und Umwidmung der übernommenen WISSMACH Filialen im März 2012 war mit großen Anstrengungen für das gesamte Unternehmen verbunden. Bereits im Mai 2012 haben wir mit dem Umbau der ersten WISSMACH Flächen begonnen. Rund 160 der übernommenen Ladenlokale wurden bis Februar 2013 insbesondere in Monolabel Stores der Marken TAIFUN und SAMOON umgewandelt. Jeden Monat wurden zwischen 30 und 40 ehemaliger WISSMACH Filialen für den Umbau von vier bis sechs Wochen geschlossen. Vor der Renovierung der Ladenlokale wurde weiterhin WISSMACH Ware verkauft, um die laufenden Fixkosten so gering wie möglich zu halten.

Es mussten jedoch nicht nur die Geschäfte umgebaut und mit unseren IT-Strukturen bestückt werden, sondern auch die mehr als 700 übernommenen Mitarbeiter geschult und mit unseren Servicestandards vertraut gemacht werden.

Ein weiterer Schwerpunkt unserer Arbeit im Geschäftsjahr 2011/12 lag in der fortgeführten Internationalisierung unserer Vertriebsstrukturen. Mit dem Eintritt in den US-Amerikanischen Markt ist uns dabei ein wichtiger Schritt gelungen. Bewusst sind wir sehr umsichtig und langsam in den USA gestartet, um einerseits die Akzeptanz unserer Mode zu testen und andererseits das Risiko so gering wie möglich zu halten. Angefangen haben wir mit zwei Shop-in-Shop Flächen bei Bloomingdale's. Heute wird unsere Marke GERRY WEBER in 21 Kaufhäusern unserer Vertriebspartner Bloomindale's und Dillard's geführt. Aufgrund der hohen Akzeptanz unserer Mode bei den amerikanischen Kundinnen führen wir weitere Gespräche zum Ausbau unserer Marktpräsenz in den USA.

Aber nicht nur in den USA kommt unsere Mode gut an.

Gemeinsam mit bestehenden und neuen Franchise-partnern haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr 42 neue Houses of GERRY WEBER eröffnet, 32 davon außerhalb Deutschlands.

Unter anderem wurden neue Häuser in Belgien, Skandinavien und Ost-Europa eingerichtet. Besonders erfreulich entwickelte sich unser Geschäft in Russland und dem Mittleren Osten, wo wir zum 31. Oktober 2012 mit 45 bzw. 19 Houses of GERRY WEBER vertreten sind. Weitere Neueröffnungen in diesen Regionen sind bereits erfolgt bzw. in Vorbereitung.

Einen weiteren wichtigen Vertriebskanal des Wholesale Segments stellen die Shop-in-Shop Flächen dar, die sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf rund 2.750 erhöht haben, davon befinden sich 488 außerhalb Deutschlands. Entsprechend wird die Internationalisierung unserer Marken auch zukünftig ein Schwerpunkt unserer Arbeit sein.

Wie bereits angesprochen haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr unseren Umsatz auf 802,3 Mio. Euro erhöht. Dabei trug unser Wholesale Umsatz mit 502,8 Mio. Euro rund 62,7 % zum Gesamtumsatz bei.

Aufgrund der Expansion verzeichnete der Retail Bereich einen Umsatzzuwachs im Vergleich zum Vorjahr von 37,4 % auf 299,5 Mio. Euro. Die Umsatzausweitung spiegelt sich auch im Anteil am Gesamtumsatz wider, der sich in 2011/12 von 31 % auf 37,3 % erhöhte.

Alle GERRY WEBER Marken zeichnen sich nicht nur durch einen hohen Modegrad, sondern auch durch eine ausgezeichnete Passform und Qualität aus. Wir sind zwar preislich unterhalb des hochwertigen Luxusgenres positioniert, können uns aber hinsichtlich des Designs und der Qualität unserer Produkte mit diesem Segment messen.

Die Kernmarke GERRY WEBER steht für anspruchsvolle Mode für die moderne Frau, die trendige, hochwertige und weibliche Mode bevorzugt. Sie trug im abgelaufenen Geschäftsjahr 38,4 Prozent zum Gesamtumsatz bei und ist damit die stärkste unserer fünf Marken.

Flankiert wird die Marke GERRY WEBER durch die beiden Sublabels GERRY WEBER EDITION und G.W. Die Einzelteilkollektion GERRY WEBER EDITION, die aufgrund ihres Designs und ihrer Farbgestaltung auch immer mit der Hauptmarke kombinierbar ist, trug 32,6 Prozent zum Gesamtumsatz bei. Der Umsatzanteil von G.W., der jüngsten und trendigsten Marke, betrug 5,4 Prozent.

Besonders erfreulich entwickelte sich unsere Marke TAIFUN, die ihren Anteil am Markenumsatz von 16,6 % auf 18,3 % erhöhen konnte. TAIFUN zielt durch hohes modisches Niveau und sportive Femininität auf unsere jüngeren Kundinnen.

Mit der zunehmenden Akzeptanz und der Attraktivität unserer TAIFUN Kollektionen sind wir besonders zufrieden.

Abgerundet wird unser Markenspektrum durch die Marke SAMOON, die für lässige, selbstbewusste Mode für Frauen mit Anschlussgrößen steht. SAMOON trug mit 5,3 Prozent zum Markenumsatz bei.

Betrachtet man die regionale Zusammensetzung des Konzernumsatzes, so wurden 61,2 % bzw. 491 Mio. Euro in Deutschland erwirtschaftet.

Umsatzbedingt erhöhte sich auch der Materialaufwand von 361,5 Mio. Euro auf 404,8 Mio. Euro. Damit stieg dieser mit 12% geringer als der Umsatz an, so dass sich unsere Bruttomarge auf 53,1 % verbesserte.

Vor dem Hintergrund der Ausweitung unseres eigenen Retail Geschäftes stieg die Anzahl der Mitarbeiter auf rund 4.600. Dies entspricht einem Anstieg von rund 40 % im Vergleich zum Vorjahr. Entsprechend erhöhten sich die Personalaufwendungen auf 125,8 Mio. Euro.

Verbunden mit unserer Geschäftsausweitung, insbesondere der Verdopplung unserer eigenen Verkaufsflächen, erhöhten sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen auf 187,6 Mio. Euro.

Trotz erhöhter Aufwendungen, bedingt durch die enorme Ausweitung unseres Geschäftes, konnten wir das operative Ergebnis weiter verbessern und ein EBIT von 115,9 Mio. Euro realisieren. Dies entspricht einer Steigerung zum Vorjahr von 16,4 %.

Entsprechend entwickelte sich der Jahresüberschuss, der sich um 17,6 % auf 78,8 Mio. Euro erhöhte. Somit beträgt der Ertrag pro Aktie 1,72 Euro. Im Vorjahr waren es noch 1,48 Euro pro Aktie.

Betrachtet man die Bilanz der GERRY WEBER International AG zeigt sich deutlich die solide Bilanzstruktur der Gesellschaft. Mit einem Eigenkapitalanteil zum 31. Oktober 2012 von 363,0 Mio. Euro betrug die Eigenkapitalquote 75,1 %.

Das abgelaufene Geschäftsjahr 2011/12 war unter anderem geprägt durch eine überdurchschnittliche Investitionstätigkeit.

Neben den Kaufpreisen für die Akquisitionen DON GIL und WISSMACH sowie die Mehrheitsbeteiligung an 25 niederländischen Houses of GERRY WEBER haben vor

allem Investitionen in den Umbau der erworbenen Ladenlokale das Investitionsniveau erhöht.

Insgesamt betrug die Mittelabflüsse aus der Investitionstätigkeit 84,5 Mio. Euro, davon alleine 56,4 Mio. Euro für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände. Sprich, ein Großteil der getätigten Investitionen floss in den Umbau der erworbenen und neu eröffneten eigenen Retail Flächen.

Besonders hervorheben möchte ich, dass sämtliche Investitionen aus eigenen Mitteln der Gesellschaft getätigt wurden. Entsprechend verminderten sich die liquiden Mittel im Vergleich zum Vorjahr von 90,5 Mio. Euro auf 49,2 Mio. Euro.

Auch wenn die GERRY WEBER Aktie in den letzten Wochen eine Erholungsphase eingelegt hat, überzeugte diese in den letzten Monaten die Anleger im In- und Ausland. Der Kurs der Aktie stieg im Laufe des letzten Geschäftsjahres um rund 56 % auf 35,02 Euro am 31. Oktober 2012.

Mit einer Dividendenausschüttung von 0,65 Euro pro Aktie im Juni 2012 erhöhte sich die Ausschüttung an die Aktionäre um rund 200 % in den letzten fünf Jahren.

Auch zukünftig werden wir die Aktionäre am operativen Erfolg der Gesellschaft beteiligen. Daher bitten Vorstand und Aufsichtsrat heute um Ihre Zustimmung zur Erhöhung der Dividende auf 0,75 Euro pro Aktie.

Bevor ich zum Ausblick für das laufende Geschäftsjahr 2012/13 komme, möchte ich kurz über das 1. Quartal und das Marktumfeld der letzten Monate berichten. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Wintermonate November 2012 bis Januar 2013 zu warm für die Winterkollektion waren und die Monate ab Februar bis Ende Mai zu kalt für die Frühjahrs-/Sommermode. Somit waren die letzten Monate für die gesamte Modeindustrie durch eine niedrige Kundenfrequenz in den Geschäften und damit verbunden rückläufige Umsätze im Vergleich zum Vorjahr geprägt.

Vor dem Hintergrund der Flächenausweitung des letzten Geschäftsjahres konnten wir zwar den Umsatz des 1. Quartals 2012/13 um 12 % auf 184,9 Mio. Euro erhöhen, jedoch konnten wir uns nicht vollständig von den ungünstigen Wetterbedingungen abkoppeln.

Vor dem Hintergrund des schwachen Marktumfeldes gingen die Umsätze auf vergleichbarer Fläche um 3,4 % zurück.

Betrachtet man die Umsatzentwicklung des deutschen Modemarktes in den Monaten des Berichtszeitraumes, so musste dieser deutlich höhere Rückgänge verzeichnen. Ein unabhängiges Fachmagazin für die Modebranche ermittelte für die Monate November und Dezember 2012 sowie Januar 2013 Umsatzrückgänge im Vergleich zum Vorjahr zwischen minus 5 % und minus 9 %. Im März 2013 betrug der Rückgang sogar minus 10 %.

Das operative Ergebnis (EBIT) des 1. Quartals 2012/13 blieb mit 17,8 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr nahezu konstant. Die ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2012/13 wurden einerseits noch durch die Auswirkungen der überdurchschnittlichen Expansion des Retail Segmentes sowie andererseits durch das schwache Marktumfeld belastet. Auf Basis des erhöhten Retailanteils am Konzernumsatz wirkte sich ferner der Winterschlussverkauf im Januar 2013 deutlicher als in den Vorjahren auf die operative Marge aus. Entsprechend reduzierte sich die EBIT-Marge im Vergleich zum Vorjahresquartal von 10,7 % auf 9,6 %.

Auch wenn wir uns insgesamt besser entwickelt haben als der Markt, müssen wir uns stetig weiterentwickeln.

Wir können unsere Prozesse weiter optimieren, die Kollektionen noch schneller auf die Verkaufsflächen bringen und dadurch noch aktueller werden, aber das Wetter können wir nicht beeinflussen.

Somit wird der Umsatz und das Ergebnis des laufenden Geschäftsjahres auch von den Marktbedingungen der kommenden Monate abhängen.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2011/12 ist es uns gelungen, die Basis für unser zukünftiges Wachstum weiter zu stärken. Auch für das laufende Geschäftsjahr 2012/13 haben wir uns einiges vorgenommen.

Einerseits werden wir weiter expandieren und profitabel wachsen, andererseits werden wir uns um die Optimierung bestehender Prozesse und Strukturen kümmern.

Eine Aufgabe wird die Optimierung der Monolabel Stores sein. Wir haben seit Eröffnung der Stores gelernt, dass die TAIFUN Kundin bevorzugt in größeren Städten einkaufen geht. Einzelteile der Marken GERRY WEBER EDITION und G.W. werden

dagegen eher in den Nahbeschaffungsbereichen eingekauft. Wir haben aus diesen Erfahrungen gelernt und schnell reagiert. Entsprechend werden wir die Markenzuordnung der Monolabel Stores weiter optimieren.

In 2012/13 wird insbesondere die weitere Internationalisierung der Vertriebsstrukturen und der Ausbau unserer Marktpräsenz im Ausland im Fokus der GERRY WEBER Gruppe stehen.

Dabei wird ein Schwerpunkt im eigenen Retail Geschäft auf Eröffnungen unter anderem in den Niederlanden, Polen und in Ländern Ost-Europas liegen. Auch die Länder Skandinaviens bieten interessantes Wachstumspotential. Insgesamt wollen wir auch in diesem Jahr wieder 65 bis 75 neue eigene Verkaufsflächen eröffnen.

Gemeinsam mit unseren Vertriebspartnern werden wir das Wholesale Geschäft, vor allem in Ländern außerhalb der Eurozone, weiter ausbauen. Zu diesen Ländern gehören unter anderem: Russland, der Mittlere Osten und auch Nord-Amerika.

Nach einem überdurchschnittlichen Umsatzanstieg im abgelaufenen Berichtsjahr, planen wir auch für das laufende Geschäftsjahr 2012/13 weiteres Wachstum auf hohem Niveau.

Bei unterschiedlichen wirtschaftlichen und wetterbedingten Rahmenbedingungen in unseren Vertriebsmärkten gehen wir von einem Umsatz im Geschäftsjahr 2012/13 von etwa 890 Mio. Euro aus.

Dies würde wieder einem prozentual zweistelligen Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahr entsprechen.

Wir wollen jedoch nicht nur den Umsatz erhöhen, sondern kostenbewusst profitabel wachsen und damit das operative Ergebnis verbessern. Nach 115,9 Mio. Euro im abgelaufenen Geschäftsjahr streben wir 2012/13 eine weitere Erhöhung des operativen Ergebnis (EBIT) parallel zur Umsatzsteigerung an.

Meine Damen und Herren, wie Sie sehen, haben wir uns auch für die Zukunft einiges vorgenommen. Wir bleiben nicht stehen, sondern entwickeln uns und unsere Kollektionen ständig weiter.

Am Ende meiner Ausführungen möchte ich Sie insbesondere um ihre Zustimmung für die Tagesordnungspunkte 6 bis 8 unserer Hauptversammlung bitten.

Unter Tagesordnungspunkt 6 bitten wir um ihre Zustimmung zur Aufhebung des bestehenden und Schaffung neuen genehmigten Kapitals. Das bestehende genehmigte Kapital läuft am 31. Mai 2014 aus. Von der Ermächtigung wurde bislang kein Gebrauch gemacht.

Da die Ermächtigung nach heutigem Kenntnisstand vor der nächsten Hauptversammlung ausläuft, soll die bestehende Ermächtigung aufgehoben werden und durch eine neue Ermächtigung zur Schaffung genehmigten Kapitals ersetzt werden.

Der Vorstand soll ermächtigt werden, das Grundkapital der GERRY WEBER International AG bis zum 5. Juni 2018 mit Zustimmung des Aufsichtsrats einmalig oder mehrmalig um bis zu 22.952.980 Euro zu erhöhen. Dabei handelt es sich um einen reinen Vorratsbeschluss, der den Finanzierungsspielraum der Gesellschaft langfristig sichern soll. Konkrete Maßnahmen bzw. die Erhöhung des Grundkapitals der Gesellschaft sind zum heutigen Zeitpunkt nicht geplant.

Bei der Ausnutzung des neuen genehmigten Kapitals soll den Aktionären, grundsätzlich ein Bezugsrecht eingeräumt werden. Der Vorstand soll allerdings in dem Rahmen, der auch bei anderen Gesellschaften üblich ist, ermächtigt werden, für bestimmte Zwecke das Bezugsrecht mit Zustimmung des Aufsichtsrats auszuschließen.

Der Anteil der Aktien, die unter Ausschluss des Bezugsrechts gegen Bar- und Sacheinlagen ausgegeben werden, darf 20 % des derzeitigen Grundkapitals nicht übersteigen. Für börsenkursnahe Barkapitalerhöhungen gilt eine Grenze in Höhe von 10 % des Grundkapitals.

Auch die Ermächtigung zur Ausgabe von Wandel- oder Optionsschuldverschreibungen unter Tagesordnungspunkt 7 ist ein reiner Vorratsbeschluss. Um die Flexibilität der GERRY WEBER Gruppe bei der Aufnahme zinsgünstiger Fremdfinanzierungsmittel zu erhöhen, bitten wir um ihre Ermächtigung zur Ausgabe genannter Finanzierungsinstrumente. Zur Bedienung der in der Ermächtigung vorgesehenen Instrumente bitten wir ferner um ihre Zustimmung zur Schaffung bedingten Kapitals.

Der Vorstand wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 5. Juni 2018 einmalig oder mehrmalig Wandel- oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 200 Mio. Euro auszugeben. Ferner wird das Grundkapital durch Ausgabe von bis zu 4.590.590 neuen Inhaberaktien bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von auf den Inhaber lautenden Stückaktien an die Inhaber von Wandel- oder Optionsschuldverschreibungen.

Wie beim genehmigten Kapital soll die Verwaltung das Bezugsrecht der Aktionäre in dem Rahmen, der auch bei anderen Gesellschaften üblich ist, ausschließen können. In der Konsequenz können bezugsrechtslose Kapitalmaßnahmen maximal 20 % des Grundkapitals betragen.

Die vollständigen Beschlusstexte zu den Tagesordnungspunkten 6 und 7 sind Ihnen mit der Einladung zur heutigen Hauptversammlung zugegangen. Gleiches gilt für die jeweiligen Berichte des Vorstands an die Hauptversammlung nach den Vorschriften des Aktiengesetzes, auf die ich hiermit hinsichtlich weiterer Einzelheiten verweise.

Unter Punkt 8 der Tagesordnung bitten wir um Zustimmung zu den notwendigen Änderungen bereits bestehender Ergebnis- und Gewinnabführungsverträgen. Konkret geht es um die Anpassung von drei Verträgen, die zwischen der GERRY WEBER International AG und drei 100-prozentigen Tochtergesellschaften bestehen, und zwar

- der Gerry Weber Life-Style Fashion GmbH,
- der TAIFUN-Collection Gerry Weber Fashion GmbH und
- der SAMOON-Collection Fashion-Concept Gerry Weber GmbH.

Die Verträge dienen der Aufrechterhaltung einer steuerlichen Organschaft mit den jeweiligen Tochtergesellschaften.

Am 19. April 2013 haben die GERRY WEBER International AG und die drei genannten Tochtergesellschaften jeweils Änderungsvereinbarungen zu den bestehenden Beherrschungs- und Gewinnabführungsverträgen geschlossen.

Diese Änderungsvereinbarungen werden jeweils nur mit Zustimmung der Hauptversammlung und der nachfolgenden Handelsregistereintragung wirksam. Die Gesell-

schafterversammlungen der drei Tochtergesellschaften haben den Änderungsvereinbarungen bereits zugestimmt.

Die Änderungsvereinbarungen dienen folgenden Zwecken:

- Erstens: Geänderte rechtliche Anforderungen machen die Anpassungen der bestehenden Beherrschungs- und Gewinnabführungsverträge erforderlich.
- Zweitens sollen durch die Vertragsänderungen weitere Anpassungen im Fall künftiger Änderungen dieser Rechtsvorschriften vermieden werden.
- Drittens werden die bestehenden Verträge vereinheitlicht und redaktionell angepasst.

Die geänderten Verträge haben im Wesentlichen den folgenden Inhalt:

- Die Vorschrift über die Leitungsmacht, d.h. die Möglichkeit der GERRY WEBER International AG, den Tochtergesellschaften Weisungen zu erteilen, bleibt inhaltlich unverändert. Sie wird lediglich redaktionell ergänzt.
- Die Regelungen zur Gewinnabführung und zum Verlustausgleich werden an die geänderten rechtlichen Rahmenbedingungen angepasst.
- Die Vertragsänderung tritt im Grundsatz jeweils rückwirkend zum Anfang des Geschäftsjahres in Kraft.
- Um die Anerkennung der steuerlichen Organschaft nicht zu gefährden, wird vorsorglich eine Mindestlaufzeit des geänderten Vertrags von sechs Jahren vorgesehen.
- Zudem wird die Regelung zu den Möglichkeiten der GERRY WEBER International AG, den Vertrag aus wichtigem Grund außerordentlich zu kündigen, ergänzt und konkretisiert.

Weitere Einzelheiten entnehmen Sie bitte den Gemeinsamen Berichten des Vorstands und der Geschäftsführung der jeweiligen Tochtergesellschaft, die – wie auch die ursprünglichen sowie die geänderten Beherrschungs- und Gewinnabführungs-

verträge – auf der Internetseite der GERRY WEBER International AG zugänglich sind und die auch heute hier eingesehen werden können.

Sehr geehrte Damen und Herren, ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und stehe Ihnen nun mit meinen Vorstandskollegen und dem Aufsichtsrat für Fragen zur Verfügung.