

**Vortrag von Gerhard Weber**

**Vorstandsvorsitzender**

**GERRY WEBER International AG**

**anlässlich der Bilanzpressekonferenz**

**am 27. Februar 2013 in der Halle 29, Düsseldorf**

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrte Damen und Herren,

sehr herzlich begrüße ich Sie in der Halle 29 anlässlich unserer Bilanzpressekonferenz über das Geschäftsjahr 2011/12. Herzlichen Dank für Ihr Interesse und Ihr zahlreiches Erscheinen!

Ein ereignisreiches Geschäftsjahr 2011/12 liegt hinter uns. Durch die getätigten Akquisitionen DON GIL und WISSMACH sowie den internationalen Ausbau unseres Vertriebsnetzes ist es uns im letzten Jahr gelungen, unser Geschäft deutlich auszubauen und die Basis für zukünftiges Wachstum zu legen.

Trotz des investitionsintensiven Ausbaus unseres Retail Bereiches im In- und Ausland und akquisitionsbedingten Einmalaufwendungen haben wir die selbst gesteckten Ziele des Geschäftsjahres 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 %.

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. Jedes einzelne Kleidungsstück wird im Hause GERRY WEBER entworfen und entwickelt. Wir designen unsere eigenen Muster und Prints und erstellen unsere eigenen Schnittmuster.

In der hauseigenen Näherei entstehen die Prototypen nach denen die einzelnen Kollektionsteile von den Produktionspartnern gefertigt werden. Eigene Mitarbeiter kontrollieren bei den Herstellern vor Ort, ob unsere hohen Qualitätsstandards in der Fertigung eingehalten werden. Den Vertrieb steuern wir ebenfalls aus unserer Konzernzentrale in Halle / Westfalen. 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 zwi-

schen 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.

Alles unter einem Dach zu haben, sehen wir als großen Wettbewerbsvorteil gegenüber vielen unserer Wettbewerber an. Wir sind dadurch schneller in der Entwicklung neuer Kollektionen, sind näher am Trend und nicht auf externe Dienstleister angewiesen. 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.

Vielfältiges Wissen und einzigartige Fähigkeiten innerhalb der GERRY WEBER Gruppe zur Verfügung zu haben, ist die Basis unseres Erfolges.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr war ein strategischer Fokus der GERRY WEBER International AG der Ausbau unseres eigenen Retail Geschäftes. Mit den Übernahmen DON GIL in Österreich und der insolventen 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 Geschäfte.

Ebenfalls dem Retail Segment werden unsere 64 Concession Flächen, die Factory Outlets und unsere Online Stores in Deutschland, den Niederlanden, Österreich und der Schweiz zugerechnet.

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 un-

serer Mode zu testen und andererseits das Risiko für die Gesellschaft 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 Bloomingdale'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 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 waren. 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.

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 EUR 78,8 Mio. erhöhte. Somit beträgt der Ertrag pro Aktie 1,72 Euro. Im Vorjahr waren es noch 1,48 Euro pro Aktie.

Die GERRY WEBER Aktie überzeugte 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. Vorstand und Aufsichtsrat werden der kommenden Hauptversammlung eine Erhöhung der Dividende auf 0,75 Euro pro Aktie vorschlagen.

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.

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 der Schweiz, den Niederlanden und in Ländern Ost-Europas liegen. 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.

Intern wird die vollständige Integration der übernommenen und neu eröffneten Retail Filialen unsere Aufmerksamkeit fordern.

Nach einem überdurchschnittlichen Umsatzanstieg von 14,2 % im abgelaufenen Berichtsjahr, planen wir auch für das laufende Geschäftsjahr 2012/13 weiteres Wachstum auf hohem Niveau. Bei unterschiedlichen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in unseren Vertriebsmärkten gehen wir von einem Umsatz im Geschäftsjahr 2012/13 zwischen 890 und 900 Mio. Euro aus. Dies würde wieder einem prozentual zweistelligen Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahr entsprechen.

Wir wollen jedoch nicht nur den Umsatz erhöhen, sondern profitabel wachsen und damit das operative Ergebnis verbessern. Nach 115,9 Mio. Euro im abgelaufenen Geschäftsjahr streben wir 2012/13 ein operatives Ergebnis (EBIT) zwischen 131 und 135 Mio. Euro an.

Trotz des derzeit schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfeldes sind wir aufgrund der hervorragenden Positionierung unserer fünf Marken, unserer internationalen Wachstumschancen und unserer operativen Stärken gut aufgestellt, um die gesetzten Ziele auch zu erreichen.

Zum Abschluss meiner Ausführungen möchte ich sie noch über die Erweiterung des Vorstands der GERRY WEBER International AG informieren. Ab August 2013 wird der Vorstand der Gesellschaft um zwei Vorstandsmitglieder erweitert werden. Arnd Buchardt und mein Sohn Ralf Weber werden zukünftig das Vorstandsteam vervollständigen. Frau Doris Strätker wird aus persönlichen Gründen ihren im Juli 2013 auslaufenden Vorstandsvertrag nicht verlängern.

Arnd Buchardt ist seit vielen Jahren Geschäftsführer unserer Kernmarke GERRY WEBER und hat deren positive Entwicklung deutlich geprägt. Er wird zukünftig im Vorstand die Ressorts Wholesale, Lizenzen und Marketing verantworten.

Mein Sohn Ralf Weber ist ebenfalls seit mehreren Jahren im Unternehmen tätig und ist derzeit Geschäftsführer des strategisch wichtigen Retail Bereichs. Er wird die Vorstandsressorts Retail und Unternehmensentwicklung übernehmen.

Besonders betonen möchte ich noch einmal, dass der Erfolg der GERRY WEBER Gruppe nicht vom Vorstand alleine bewerkstelligt wird, sondern die Gesellschaft durch das Engagement und das Know-how seiner Mitarbeiter getragen wird. Stellvertretend möchte ich hier die Geschäftsführer der Markengesellschaften nennen, die in enger Zusammenarbeit mit den verschiedenen Design Teams die Modeaussage unserer Kollektionen entscheidend geprägt haben. Die Entwicklung unserer anspruchsvollen Kollektionen ist auf viele erfahrene Schultern verteilt und basiert insbesondere auf unserem Wissen um die Bedürfnisse unserer Kundinnen.

Die GERRY WEBER Gruppe ist nicht nur finanziell und strukturell, sondern auch personell gut aufgestellt, um die zukünftigen Herausforderungen bestmöglich zu meistern.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und stehe Ihnen jetzt für Ihre Fragen zur Verfügung.