

**Rede von Gerhard Weber**

**Vorstandsvorsitzender**

**GERRY WEBER International AG**

**anlässlich der Bilanzpressekonferenz**

**am 26. Februar 2014 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 12/13. Herzlichen Dank für Ihr Interesse und Ihr zahlreiches Erscheinen!

Ein herausforderndes Geschäftsjahr 12/13 für die gesamte Modeindustrie liegt hinter uns. Den widrigen Wetterbedingungen in Zentraleuropa, verbunden mit niedrigeren Kundenfrequenzen in den Geschäften, konnte sich auch unser Unternehmen nicht vollständig entziehen. Trotzdem ist es uns gelungen, unseren Umsatz um 6,2 % auf 852 Mio. Euro zu erhöhen.

Wichtiger Wachstumstreiber war vor allem unser eigenes Retail Geschäft. Der Retail Umsatz erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 21,4 % auf 363,7 Mio. Euro. Damit stieg der Retail Anteil am Gesamtumsatz von 37,3 % auf 42,7 %. Mittelfristiges Ziel ist es, einen ausgewogenen Umsatzsplit zwischen Wholesale und Retail zu erreichen.

In 12/13 sind wir unseren Expansionsweg konsequent weiter voran gegangen. Wir haben 68 neue eigene Houses of GERRY WEBER eröffnet, davon 19 im Ausland. Zukünftig wird der Fokus der Retail Expansion außerhalb Deutschlands liegen.

Bereits nach Geschäftsjahresende haben wir erste Houses of GERRY WEBER in Tschechien, der Slowakei und Schweden eröffnet. Wir sind bereits heute in 12 europäischen Ländern mit eigenen Verkaufsflächen vertreten. In den kommenden Monaten wird der Schwerpunkt unserer Retail Expansion einerseits im Ausbau unseres Filial-netzes in bereits bestehenden Märkten wie zum Beispiel den Niederlanden und Belgien liegen. Andererseits sind weitere Eröffnungen vor allem in Ost-Europa und Skandinavien geplant.

Ferner haben wir im August 2013 die Mehrheit an 19 bestehenden Franchise Stores in Belgien übernommen. Ziel ist es, gemeinsam mit unserem langjährigen Partner noch schneller profitabel expandieren zu können.

Ein weiterer Vertriebskanal konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich ausgebaut werden. Die Anzahl der Concession Flächen erhöhte sich deutlich von 64 auf 111. Bei diesem Vertriebskonzept mieten wir die Verkaufsflächen in bestehenden Kaufhausketten an und führen diese mit eigenem Personal wie ein kleines House of GERRY WEBER. Dieses Konzept betreiben wir seit Jahren erfolgreich mit international renommierten Partnern wie El Corte Ingles in Spanien oder de Bijenkorf in den Niederlanden.

Zum Ende des Geschäftsjahres 12/13 haben wir rund 700 Verkaufsflächen im In- und Ausland in Eigenregie geführt.

Besonders erfreulich entwickelte sich auch unser Online Geschäft. Der Umsatz dieses Bereiches erhöhte sich 2012/13 um 16,3 % auf 19,5 Mio. Euro. Mittlerweile führen wir fünf eigene Länder Online Shops, drei bis vier weitere sollen im laufenden Geschäftsjahr hinzukommen.

Im Wholesale Bereich wurden 23 durch Franchise Partner geführte Houses of GERRY WEBER eröffnet; alle im Ausland. So fanden unter anderem sieben Neueröffnungen im Mittleren Osten, fünf in Frankreich und vier in Russland statt. Das erste House of GERRY WEBER auf dem südamerikanischen Kontinent wurde im Oktober 2013 in Santiago de Chile eröffnet. Insgesamt werden 271 Houses of GERRY WEBER weltweit durch Franchise Partner geführt.

Im Vorjahr 11/12 haben wir rund 230 neue in Eigenregie geführte Houses of GERRY WEBER und Monolabel Stores eröffnet. Hinzu kamen 68 Neueröffnungen in 12/13. Die überdurchschnittliche Expansion in den letzten Jahren führte einerseits zu einer verbesserten Bruttomarge von 53,7 %, aber auch zu höheren Personal- und Mietaufwendungen.

Durchschnittlich beschäftigte die GERRY WEBER Gruppe 2012/13 weltweit ca. 4.700 Mitarbeiter. Rund 3.350 davon arbeiten in Deutschland. Entsprechend erhöhte sich der Personalaufwand von 125,8 Mio. Euro auf 143,3 Mio. Euro. Mit Vergrößerung der Verkaufsfläche von 109.000 Quadratmeter auf rund 124.000 Quadratmeter im abgelaufenen Geschäftsjahr erhöhten sich

auch die sonstigen betrieblichen Aufwendungen von 187,6 Mio. Euro auf 203,7 Mio. Euro.

Das schwierige wetterbedingte Marktumfeld sowie gestiegene Kosten aufgrund der Expansion im Jahr 2013 führten zu einem niedrigeren Umsatzbeitrag der neu eröffneten Geschäfte als ursprünglich prognostiziert. Entsprechend verminderte sich das operative Ergebnis (EBIT) von 115,9 Mio. Euro auf 105,8 Mio. Euro.

In den letzten Jahren haben wir die GERRY WEBER Gruppe und unsere Marken stetig weiter entwickelt. Wir haben die internationale Expansionsstrategie konsequent fortgeführt und unsere Mode noch attraktiver für unsere Kundinnen gemacht.

Unser Erfolg basiert vor allem auf unseren fünf starken Marken: GERRY WEBER, GERRY WEBER EDITION, G.W., TAIFUN und SAMOON. Unsere Kollektionen sind trendorientiert und bieten eine anspruchsvolle Qualität sowie eine perfekte Passform. Wir haben unsere Kollektionen in den letzten Jahren Schritt für Schritt verjüngt und den Bedürfnissen unserer Kundinnen angepasst. Jedes einzelne Kleidungsstück wird im Hause GERRY WEBER entworfen und entwickelt. Wir erstellen unsere eigenen Schnittmuster, die die perfekte Passform der Kleidungsstücke gewährleisten.

Alle Fertigkeiten unter einem Dach zu haben, macht die Entstehung unserer Mode so einzigartig und gibt uns die Möglichkeit, schneller auf sich verändernde Trends zu reagieren. Ziel ist es, Trends noch schneller auf die Verkaufsflächen zu bringen.

Mit Ausweitung unserer Geschäftstätigkeit steigen auch die Ansprüche an unsere Prozesse und Abläufe. Nach intensiver Analyse unserer Transport- und Logistikprozesse haben wir uns 2013 entschieden, ein eigenes Logistikzentrum in unmittelbarer Nähe unserer Unternehmenszentrale in Halle/Westfalen zu bauen. Durch die Zusammenlegung der derzeit bestehenden fünf Lager zu einem hochmodernen, nahezu vollautomatisierten Logistikzentrum wollen wir nicht nur effektiver und schneller in der Verteilung unserer Wa-

re werden, sondern auch Kosteneinsparpotentiale realisieren. Mit dem Bau des neuen Logistikzentrums wird noch im Frühjahr 2014 begonnen werden.

Auch in diesem Geschäftsjahr wollen wir unsere Aktionäre wieder am Erfolg der Gesellschaft beteiligen. Vorstand und Aufsichtsrat werden der kommenden Hauptversammlung die Beibehaltung der Dividende von 0,75 Euro pro Aktie vorschlagen. Stimmt die Hauptversammlung diesem zu, so hat sich die Dividende der GERRY WEBER International AG in den letzten sieben Jahren um insgesamt 275 % erhöht.

Für das laufende Geschäftsjahr haben wir uns wieder einiges vorgenommen. Durch die Modernisierung unserer Kollektionen konnten wir nicht nur eine neue, jüngere Kundengruppe erschließen, sondern haben die Attraktivität für die GERRY WEBER Stammkundin weiter erhöht. Die Kollektionen kommen hervorragend bei unseren Kundinnen an, sowohl auf unseren eigenen Verkaufsflächen, als auch bei unseren Handelspartnern. Positive Resultate zeigen sich ebenfalls bei der Lagerumschlagsgeschwindigkeit, die sich deutlich verbessert hat. Der positive Trend des 4. Quartals 12/13 setzte sich auch in den ersten Wochen des neuen Geschäftsjahres fort. Im 1. Quartal 13/14 betrug das Umsatzwachstum des Retail Bereiches auf vergleichbarer Fläche 3,2 %.

Verstärkt wollen wir unsere nationalen und internationalen 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.

Täglich erhalten wir von mehr als 6.000 Verkaufsflächen weltweit die Abverkaufszahlen. Unsere Spezialisten wissen genau, welche Kollektionsteile, in welcher Farbe und Größe, auf welcher Verkaufsfläche nachgefragt werden. Auf Basis dieser Informationen können wir unserem Kunden eine individuell auf ihn zugeschnittene Auswahl an Kollektionsteilen zusammenstellen.

So können wir nicht nur die Warenpräsentation, sondern auch die Bestückung der Verkaufsflächen verbessern und mögliches Umsatzpotential heben.

Für das laufende Geschäftsjahr 2013/14 erwartet der Vorstand einen Umsatz von mindestens 900 Mio. Euro. Dies entspricht einem weiteren Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahr von ca. 5,6 %. Ziel ist es, profitabel zu wachsen. Daher gehen wir von einer Verbesserung des operativen Ergebnisses (EBIT) von 105,8 Mio. Euro auf mindestens 120 Mio. Euro aus.

Unsere Mode ist in den letzten Jahren moderner und internationaler geworden. Darauf aufbauend werden wir weiter international expandieren und unsere Markenpräsenz konsequent ausbauen. Auf Basis der einzigartigen Positionierung unserer Marken, unserer modernen Kollektionen und unserer Vertriebsstrukturen im In- und Ausland sind wir für die Zukunft gut gerüstet. Daher sind wir zuversichtlich, dass wir auch in den kommenden Jahren weiter profitabel wachsen werden.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und stehe Ihnen jetzt zusammen mit meinem Vorstandskollegen für Ihre Fragen zur Verfügung.