

---

# **GERRY WEBER**

INTERNATIONAL AG

Jahresabschluss  
2016/17

---

---

# **GERRY WEBER**

INTERNATIONAL AG

Bericht des Aufsichtsrates  
2016/17

---

# BERICHT DES AUFSICHTS- RATS

## SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

das abgelaufene Geschäftsjahr 2016/17 war ein weiteres intensives Jahr der Neuausrichtung für unsere Mitarbeiter, unsere Kunden und unsere Aktionäre. Der Fokus lag zum einen auf der Fortsetzung des Programms zur Neuausrichtung „FIT4GROWTH“. Zum anderen war das Jahr geprägt von strategischen Weichenstellungen für das gesamte Unternehmen.

**Ziel aller definierten Maßnahmen ist es, die GERRY WEBER Gruppe auf die veränderten Marktstrukturen und das damit verbundene, sich wandelnde Kaufverhalten der Kunden einzustellen, um die Basis für zukünftiges profitables Wachstum unserer Gesellschaft zu legen.**

### Beratung und Überwachung im Dialog mit dem Vorstand

Der Aufsichtsrat der GERRY WEBER International AG hat im Geschäftsjahr 2016/17 die ihm nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben mit großer Sorgfalt und im Einklang mit dem Corporate Governance Kodex wahrgenommen. Er hat die Geschäftsführung des Vorstandes fortlaufend überwacht und ihn bei der strategischen Weiterentwicklung sowie bei wesentlichen Einzelmaßnahmen beratend begleitet. Dazu hat sich der Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und ausführlich über alle relevanten Aspekte der Unternehmensentwicklung, der Lage des Konzerns, einschließlich der Risikolage sowie über aktuelle Themen unterrichten lassen. Dies erfolgte innerhalb und außerhalb der Aufsichtsratssitzungen durch schriftliche oder mündliche Berichte. Vor dem Hintergrund der Neuausrichtung der GERRY WEBER Gruppe informierte der Vorstand regelmäßig über den Stand der eingeleiteten Maßnahmen aus dem Programm FIT4GROWTH.

Der Aufsichtsrat und seine Ausschüsse haben die Berichte des Vorstands eingehend diskutiert und die Perspektiven und Chancen der GERRY WEBER Gruppe sowie der einzelnen Marken und Bereiche mit dem Vorstand ausführlich erörtert. Zusätzlich zu den vom Vorstand erstellten Berichten ließ sich der Aufsichtsrat zu einzelnen Themen vom Vorstand ergänzende Informationen bereitstellen. Entsprechend standen der Vorsitzende des Aufsichtsrats und der Vorstand auch außerhalb der Aufsichtsratssitzungen in regelmäßigem Kontakt. Dabei informierte der Vorstand zeitnah über bedeutende Einzelsachverhalte. In Entscheidungen von wesentlicher Bedeutung wurde der Aufsichtsrat stets frühzeitig eingebunden. Soweit die Maßnahmen bzw. die Geschäfte nach Gesetz, Satzung oder Geschäftsordnung des Vorstands der Zustimmung des Aufsichtsrats bedurften, wurden diese nach eingehender Prüfung durch den Aufsichtsrat in Sitzungen oder im Umlaufverfahren entschieden.



## AUFSICHTSRATSMITGLIEDER

### ALS VERTRETER DER ANTEILSEIGNER FUNGIEREN:

- DR. ERNST F. SCHRÖDER (VORSITZENDER)
- GERHARD WEBER (STELLVERTRETENDER VORSITZENDER)
- ALFRED THOMAS BAYARD
- UTE GERBAULET
- UDO HARDIECK
- CHARLOTTE WEBER-DRESSSELHAUS.

### ALS VERTRETER DER ARBEITNEHMER SIND IM AUFSICHTSRAT VERTRETEN:

- OLAF DIECKMANN
- KLAUS LIPPERT
- ANDREAS STRUNK
- ANNETTE VON DER RECKE
- SOWIE MANFRED MENNINGEN
- UND HANS-JÜRGEN WENTZLAFF ALS REPRÄSENTANTEN DER IG METALL.

#### Zusammensetzung des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat der GERRY WEBER International AG setzt sich aus zwölf Mitgliedern zusammen, von denen jeweils die Hälfte Vertreter der Arbeitnehmer- sowie der Anteilseignerseite sind. Als Vertreter der Anteilseigner fungieren: Dr. Ernst F. Schröder (Vorsitzender), Gerhard Weber (stellvertretender Vorsitzender), Alfred Thomas Bayard, Ute Gerbault, Udo Hardieck und Charlotte Weber-Dresselhaus. Als Vertreter der Arbeitnehmer sind im Aufsichtsrat vertreten: Olaf Dieckmann, Klaus Lippert, Andreas Strunk, Annette von der Recke sowie Manfred Menningen und Hans-Jürgen Wentzlaff als Repräsentanten der IG Metall. Die Aufsichtsratsmitglieder wurden bis zum Ablauf der Hauptversammlung, die über die Entlastung des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2018/19 beschließt, gewählt.

Die Anteilseignerseite erfüllt somit die Bestimmungen des Gesetzes für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen. Weitere Informationen über

die Zusammensetzung des Aufsichtsrats können dem Corporate Governance-Bericht in diesem Geschäftsbericht entnommen werden.

#### Schwerpunkte der Beratungen im Aufsichtsrat

Im Geschäftsjahr 2016/17 (1. November 2016 bis 31. Oktober 2017) trat der Aufsichtsrat zu vier ordentlichen Sitzungen zusammen. Alle Mitglieder des Aufsichtsrats haben an mehr als der Hälfte der Sitzungen persönlich teilgenommen. Die Aufsichtsratsbeschlüsse wurden in den vier Präsenzsitzungen oder im schriftlichen Umlaufverfahren gefasst. An den meisten Sitzungen nahmen die Mitglieder des Vorstands, an einzelnen Sitzungen auch Referenten zu bestimmten Themen als Gäste teil. Ferner tagte der Aufsichtsrat auch ohne Beteiligung des Vorstands bzw. mit einzelnen Vorstandsmitgliedern.

Wesentlicher Bestandteil aller Aufsichtsratssitzungen war die Berichterstattung des Vorstands zur Geschäftslage mit detaillierten Informationen zur allgemeinen Marktentwicklung, zur Umsatz- und Ertragslage, zu den Vorordereingängen der jeweiligen Marken sowie über die Entwicklung der wesentlichen Finanzkennzahlen der einzelnen Bereiche. Im Rahmen der Aufsichtsratssitzungen berichtete der Vorstand zeitnah über den Stand des Programmes FIT4GROWTH und die umgesetzten Maßnahmen. Ferner wurde der Aufsichtsrat regelmäßig über die Chancen und Risiken der Geschäftsentwicklung sowie über Compliance-relevante Themen auf dem Laufenden gehalten. Entsprechend waren der Aufsichtsrat und insbesondere der Prüfungsausschuss, als Bestandteil des internen Kontrollsystems der GERRY WEBER Gruppe, stets über die Risikolage der Gesellschaft informiert. Regelmäßig wurde auch über den Status Quo des Logistikzentrums berichtet. Darüber hinaus



#### ORDENTLICHE SITZUNGEN

fanden im  
Geschäftsjahr 2016/17  
statt.

waren die Entwicklung des Aktienkurses sowie kapitalmarkt-relevante Themen Bestandteil der regelmäßigen Information durch den Vorstand. Neben den bereits genannten regelmäßigen Berichtsthemen wurden folgende Sachverhalte und Projekte auf den vier ordentlichen Aufsichtsratssitzungen besprochen:

In der ersten ordentlichen Aufsichtsratssitzung des Geschäftsjahres 2016/17 am **22. November 2016** hat der Aufsichtsrat die operative Planung einschließlich des Investitionsbudgets für das Geschäftsjahr 2016/17 diskutiert und genehmigt. Des Weiteren stellte der Vorstand die Mittelfristplanung der GERRY WEBER Gruppe vor. Er erläuterte ausführlich die Umsatz- und Ergebnis-Planung für das Geschäftsjahr 2016/17 sowie die beiden Folgejahre. In diesem Rahmen erläuterte der Vorstand ebenfalls die strategischen Handlungsfelder für die jeweiligen Marken und die damit verbundenen Ziele.

Der Aufsichtsrat beschäftigte sich in dieser Sitzung ebenfalls mit der Einhaltung und Umsetzung des Corporate Governance Kodex und verabschiedete gemeinsam mit dem Vorstand die Entsprechenserklärung 2017.

Nach Vorbereitung durch den Personalausschuss genehmigte der Aufsichtsrat am gleichen Tag in einer außerordentlichen Sitzung ohne Teilnahme des Vorstandes die Zusammensetzung und Höhe der variablen Vergütungskomponente des Vorstandes für das abgelaufene Geschäftsjahr 2015/16.

In der Sitzung vom **25. Februar 2016** hat der Aufsichtsrat den vom Vorstand vorgelegten Jahresabschluss, den Konzernabschluss inklusive Lagebericht sowie den Gewinnverwendungsvorschlag für das Geschäftsjahr 2015/16 geprüft und den Jahresabschluss festgesetzt. An der Bilanzsitzung nahm der Abschlussprüfer teil und berichtete über seine Prüfung und die Prüfungsergebnisse. Dem Vorschlag des Vorstands, der Hauptversammlung eine Dividende von EUR 0,25 pro Aktie vorzuschlagen, stimmte der Aufsichtsrats zu. Zudem hat der Aufsichtsrat die Tagesordnung für die Hauptversammlung 2017 verabschiedet.

Wie auch in den Vorjahren hat sich der Aufsichtsrat einer Effizienzprüfung in Form einer Selbstevaluierung unterzogen. Die sich hieraus ergebenden Ergebnisse wurden durch den Wirtschaftsprüfer anonymisiert ausgewertet und dem Aufsichtsratsplenium vorgestellt. Insgesamt lassen die Auswertung und die gemachten Angaben auf eine effiziente Arbeitsweise des Aufsichtsrats schließen.

Eine kurze Nachlese der Hauptversammlung 2017 fand in der ordentlichen Sitzung des Aufsichtsrats am **8. Juni 2017** statt. Schwerpunkt dieser Sitzung war neben der Berichterstattung zum Stand des Programms FIT4GROWTH die Vorstellung der definierten strategischen Handlungsfelder für die

Gesellschaft und insbesondere für die einzelnen Marken. Die Einführung der Strategischen Geschäftseinheiten für die jeweiligen Marken und die damit verbundene Einführung der operativen Bereichsvorstände, direkt unterhalb des Vorstandes, soll zu einer weiteren Individualisierung und zu einer größeren Selbständigkeit der einzelnen GERRY WEBER Marken führen.

Ferner betonte der Vorstand die enorme Bedeutung der Digitalisierung für das gesamte GERRY WEBER Geschäftsmodell. Dazu stellte er dem Aufsichtsrat die Digitalisierungsstrategie sowie die damit verbundenen Ziele für die nächsten vier Jahre vor. Einen wesentlichen Beitrag zur Entwicklung und Implementierung neuer digitaler Strategien soll die neu zu gründende E-GERRY WEBER Digital GmbH leisten.

Weitere Themen dieser Sitzung waren die Statusberichte der Bereiche Compliance und Corporate Social Responsibility.

Die letzte ordentliche Sitzung des Aufsichtsrats im Geschäftsjahr 2016/17 fand am **11. Oktober 2017** statt. Nach der regelmäßigen Berichterstattung des Vorstandes über die aktuelle Geschäftsentwicklung sowie den daraus ableitbaren Kennzahlen, stand die Kurz- und Mittelfristplanung der GERRY WEBER Gruppe ab dem kommenden Geschäftsjahr 2017/18 im Vordergrund der Beratungen. Dabei erläuterte der Vorstand die zugrundeliegenden Parameter der Planung ebenso wie die Strategie für die einzelnen Marken in Abhängigkeit ihres Lebens- und Produktzyklusses. Eine Vorstellung der Cashflow- sowie der Investitionsplanung war ebenfalls Bestandteil der Ausführungen des Vorstands zur Mittelfristplanung.

Ein weiteres Thema der Sitzung im Oktober 2017 war die laufende Arbeit der Konzernrevision. Darüber hinaus diskutierte der Aufsichtsrat die Änderungen des Corporate Governance Kodex sowie insbesondere die Ziele für die zukünftige Zusammensetzung und das damit verbundene Kompetenzprofil des Aufsichtsrats.

Der Aufsichtsrat tagte in drei separaten Sitzungen ohne Teilnahme des Vorstandes, um Themen, die den Vorstand, dessen Struktur und die Vorstandsvergütungsstruktur betreffen zu diskutieren.

### Ausschüsse des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat aus seiner Mitte vier Ausschüsse gebildet, den Vermittlungs-, den Personal-, den Prüfungs- und den Nominierungsausschuss. Die Ausschüsse setzen sich wie folgt zusammen:

| Ausschuss             | Mitglieder                                                                                          |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vermittlungsausschuss | Dr. Ernst F. Schröder, Gerhard Weber, Olaf Dieckmann, Hans-Jürgen Wentzlaff                         |
| Personalausschuss     | Dr. Ernst F. Schröder, Gerhard Weber, Klaus Lippert, Olaf Dieckmann                                 |
| Prüfungsausschuss     | Dr. Ernst F. Schröder, Gerhard Weber, Udo Hardieck, Ute Gerbaulet, Manfred Menningen, Klaus Lippert |
| Nominierungsausschuss | Dr. Ernst F. Schröder, Gerhard Weber, Udo Hardieck                                                  |

Über die Tätigkeit der Ausschüsse und deren Sitzungen haben die Ausschussvorsitzenden jeweils in der darauffolgenden Sitzung dem gesamten Aufsichtsratsplenum ausführlich berichtet.

Der **Prüfungsausschuss** überwacht die Rechnungslegung sowie die Funktionsfähigkeit des Risikomanagement- sowie des internen Kontrollsystems. Darüber hinaus befasst er sich mit Fragen und Themen der Abschlussprüfung der GERRY WEBER Gruppe und bereitet diese für das Aufsichtsratsplenum vor. Der Prüfungsausschuss traf im Geschäftsjahr 2016/17 zu drei Sitzungen im Vorfeld der Aufsichtsratssitzungen sowie zu drei Telefonkonferenzen im Rahmen der jeweils anstehenden Quartalsberichterstattung zusammen. In seiner Sitzung vom 21. November 2016 diskutierte der Prüfungsausschuss die vom Vorstand vorgestellte Mittelfristplanung und bereitete den Genehmigungsbeschluss für das Aufsichtsratsplenum vor. Weitere Themen dieser Sitzung waren die zukünftige Dollarabsicherung bei der Beschaffung sowie die Zulässigkeit von Nicht-Prüfungsleistungen des Konzernabschlussprüfers.

In der Prüfungsausschusssitzung vom 25. Februar 2017 befassten sich die Ausschussmitglieder ausführlich mit dem Jahres- und Konzernabschluss 2015/16 sowie dem Bericht des Abschlussprüfers. Der Abschlussprüfer nahm an der Sitzung teil und erläuterte ausführlich den Jahres- und den Konzernabschluss. Nach ausführlichen Erläuterungen zum Jahres- und Konzernabschluss bereitete der Prüfungsausschuss den Beschluss zur Feststellung des Jahres- und Konzernabschlusses durch das gesamte Aufsichtsratsplenum vor. Ferner überzeugte sich der Prüfungsausschuss von der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers.

Ein Schwerpunkt der Sitzung des Prüfungsausschusses am 10. Oktober 2017 war die Definition der Prüfungsschwerpunkte für den Abschlussprüfer für die kommende Jahresabschluss- und Konzernjahresabschlussprüfung über das Geschäftsjahr 2016/17. Ferner wurden die Parameter und Ergebnisse der

Kurz- und Mittelfristplanung ab dem Geschäftsjahr 2017/18 ausführlich mit dem Vorstand diskutiert und für das Gesamtplenum vorbereitet.

Der **Personalausschuss** tagte im Vorfeld der ordentlichen Aufsichtsratssitzung vom 22. November 2016. Zu seinen Aufgaben zählen insbesondere die Regelung von Personalangelegenheiten des Vorstands sowie die Zusammensetzung der Vergütungsstruktur des Vorstands und die Vorbereitung dieser Themen für das gesamte Aufsichtsratsplenum. Der **Nominierungs- und der Vermittlungsausschuss** traten im Geschäftsjahr 2016/17 nicht zusammen.

### Corporate Governance

Die Sicherstellung einer guten Corporate Governance ist für den Aufsichtsrat von großer Bedeutung. Daher hat er sich gemeinsam mit dem Vorstand auch im Geschäftsjahr 2016/17 eingehend mit den Corporate Governance-Standards der Gesellschaft sowie der Umsetzung der Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex befasst. Die gemeinsame Entsprechenserklärung von Vorstand und Aufsichtsrat nach § 161 AktG ist Bestandteil des Corporate Governance-Berichtes und auf der Internetseite der Gesellschaft dauerhaft zugänglich gemacht. Danach entspricht die GERRY WEBER International AG den Empfehlungen und Anregungen des Kodex mit wenigen begründeten Ausnahmen. Interessenskonflikte der Aufsichtsratsmitglieder sind im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016/17 nicht bekannt geworden. Weitere Informationen zur Corporate Governance können dem Corporate Governance-Bericht sowie der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB entnommen werden. Diese und auch die Entsprechenserklärungen der Vorjahre werden auf der Internetseite [www.gerryweber.com](http://www.gerryweber.com) unter der Rubrik „Investoren – Corporate Governance“ zur Verfügung gestellt.

### Prüfung von Jahres- und Konzernabschluss 2016/17 (Berichtszeitraum)

Der von der Hauptversammlung gewählte Abschlussprüfer PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft hat den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss der GERRY WEBER International AG sowie den Konzernabschluss der GERRY WEBER Gruppe einschließlich des Lageberichtes geprüft und jeweils mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Der Aufsichtsrat hat sich von der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers und der für den Abschlussprüfer handelnden Personen überzeugt.

Die Abschlussunterlagen, die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers und der Vorschlag des Vorstands für die Verwendung des Bilanzgewinns wurden allen Aufsichtsratsmitgliedern

# 4

## Ausschüsse des Aufsichtsrats runden die Arbeit des Aufsichtsratsplenums ab.

ordnungsgemäß und rechtzeitig ausgehändigt. Die Abschlussunterlagen und die Prüfberichte wurden in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 21. Februar 2018 in Gegenwart des Abschlussprüfers umfassend dargestellt und behandelt. Der Abschlussprüfer berichtete auch über den Umfang, die Schwerpunkte sowie die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung. Ferner hat der Abschlussprüfer festgestellt, dass ein den gesetzlichen Vorschriften entsprechendes Risikomanagementsystem besteht, dieses geprüft und für wirksam befunden. Ebenfalls wurden keine berichtspflichtigen Schwächen in Bezug auf das rechnungslegungsbezogene interne Kontrollsystem festgestellt.

Nach dem abschließenden Ergebnis der Prüfung durch den Prüfungsausschuss und das gesamte Aufsichtsratsplenum hat der Aufsichtsrat den Ergebnissen des Abschlussprüfers zugestimmt. Der Aufsichtsrat hat in der Bilanzsitzung vom 21. Februar 2018 den Jahres- und Konzernabschluss nebst dem Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2016/17 gebilligt. Der Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2016/17 ist somit gemäß § 172 AktG festgestellt.

## Personalia

Mit Wirkung zum 21. Juni 2017 ist Chef Retail Officer Norbert Steinke aus dem Vorstand der GERRY WEBER International AG ausgeschieden. Zum 1. September 2018 oder früher wurde Johannes Ehling als Chief Sales Officer und Chief Digital Officer in den Vorstand der Gesellschaft bestellt und übernimmt somit die früheren Vorstandsressorts von Norbert Steinke sowie den gesamten Bereich der Digitalisierung. Nach Ende des Berichtszeitraumes 2016/17 ist Dr. David Frink, Chief Operating Officer und Chief Financial Officer, zum 16. November 2017 aus dem Vorstand der GERRY WEBER International AG ausgeschieden. Interimistisch wurde Jörg Stüber zum Vorstandsmitglied für die Ressorts Finanzen, Controlling, Investor Relations, Zentraleinkauf, Compliance und IT bestellt.

Die Zusammensetzung des Aufsichtsrats ist im Geschäftsjahr 2016/17 unverändert geblieben.

Für den Aufsichtsrat  
Halle / Westfalen, 21. Februar 2018



Dr. Ernst F. Schröder  
Vorsitzender des Aufsichtsrats

---

# **GERRY WEBER**

INTERNATIONAL AG

Corporate Governance Bericht  
2016/17  
(inkl. Vergütungsbericht)

---



# CORPORATE GOVERNANCE BERICHT

einschließlich der Erklärung zur Unternehmensführung und des Vergütungsberichts

Unter Corporate Governance werden Methoden, Instrumente und damit das gesamte System der Leitung und Überwachung eines Unternehmens zusammengefasst. Dazu zählen nicht nur die gesetzlichen Rahmenbedingungen, sondern auch die Werte, geschäftspolitischen Grundsätze und Leitlinien der Gesellschaft. Eine gute, verantwortungsvolle und auf nachhaltige Wertschaffung ausgerichtete Unternehmensführung ist Anspruch an uns selber und eine wichtige Grundlage für den Erfolg der GERRY WEBER Gruppe. Sie fördert das Vertrauen unserer Kunden und Geschäftspartner, unserer Anleger und Mitarbeiter sowie der Öffentlichkeit in die GERRY WEBER Gruppe.

Neben den Leitlinien des Deutschen Corporate Governance Kodex umfasst bei GERRY WEBER gute und gewissenhafte Unternehmensführung auch die Compliance-Richtlinien sowie unseren Verhaltenskodex. Nachfolgend berichten Vorstand und Aufsichtsrat gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) über die Corporate Governance der GERRY WEBER International AG. Der

Corporate Governance Bericht in diesem Geschäftsbericht umfasst neben der Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG auch die „Erklärung zur Unternehmensführung“ nach § 289a Abs. 2 Nr. 3 HGB. Beide Dokumente sind – einschließlich der Erklärungen der vergangenen Jahre – dauerhaft digital auf unserer Internetseite unter [www.gerryweber.com](http://www.gerryweber.com) unter der Rubrik „Investoren“ hinterlegt. Ebenfalls Bestandteil dieses Corporate Governance Berichts ist der Vergütungsbericht der GERRY WEBER International AG. Er ist darüber hinaus ebenfalls Teil des zusammengefassten Lageberichts über das Geschäftsjahr 2016/17 und gehört damit zum testierten Konzernabschluss der GERRY WEBER International AG.

## Corporate Governance Bericht gemäß des Deutschen Corporate Governance Kodex

Seit der Einführung des DCGK im Jahr 2002 entspricht die GERRY WEBER International AG fast allen Empfehlungen des Kodex. Lediglich aufgrund der Größe des Unternehmens, des Geschäftsmodells sowie aufgrund unternehmensspezifischer Besonderheiten gibt es ein paar wenige Ausnahmen, die entsprechend § 161 AktG im Sinne des „comply or explain“ (sinngemäß: „befolge oder erkläre“) in der Entsprechenserklärung dargelegt und erläutert werden. Auch die vom Kodex unterbreiteten Anregungen, denen die Gesellschaft nicht nachkommt, werden im Bericht unter dem jeweiligen Abschnitt des Kodex begründet dargelegt.

## Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG

Aufsichtsrat und Vorstand der GERRY WEBER International AG erklären gemäß § 161 AktG, dass die Gesellschaft den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der aktuellen Fassung vom 7. Februar 2017 seit Abgabe der letzten jährlichen Entsprechenserklärung vom 22. November 2016 mit folgenden Ausnahmen entsprochen hat und entspricht:

### Kodex Ziffer 4.2.3 — Zukunftsbezogene mehrjährige Bemessungsgrundlage der variablen Vorstandsvergütung:

Der variable Vergütungsbestandteil der Vorstandsvergütung soll grundsätzlich eine mehrjährige Bemessungsgrundlage haben, die im Wesentlichen zukunftsbezogen sein soll. Ein Teil der variablen Vergütung des Vorstandes basiert zwar auf einer mehrjährigen Bemessungsgrundlage, welche jedoch im Wesentlichen nicht zukunftsbezogen ist. Der Aufsichtsrat hält die Bemessungsgrundlage für die variable Vergütungskomponente des Vorstandes für angemessen, sodass derzeit eine Änderung der Vorstandsvergütungsstruktur nicht vorgesehen ist. Bei einer Änderung der Vergütungsstruktur für den Vorstand ist der Aufsichtsrat bestrebt, die Empfehlung des DCGK entsprechend umzusetzen.

#### **Kodex Ziffer 4.2.3 — Betragsmäßige Höchstgrenze der Vorstandsvergütung:**

Die Vorstandsvergütung soll insgesamt und hinsichtlich ihrer variablen Vergütungsbestandteile betragsmäßige Höchstgrenzen aufweisen. Grundsätzlich enthalten die Vorstandsverträge der GERRY WEBER International AG durch die Begrenzung der Zielgrößen eine Limitierung der variablen Vergütung nach oben. Lediglich in Ausnahmefällen, aufgrund besonderer Umstände oder Leistungen, kann der Aufsichtsrat eine Sonder tantieme ausloben bzw. die Ermittlung der leistungsbezogenen variablen Vergütungskomponente angemessen anpassen. Dabei soll dem Vorstand kein unangemessener Vor- oder Nachteil entstehen.

#### **Kodex Ziffer 5.3.2 — Vorsitzender des Prüfungsausschusses:**

Der Vorsitzende des Aufsichtsrats ist gleichzeitig auch Vorsitzender des Prüfungsausschusses. Somit kommt die GERRY WEBER International AG der Empfehlung des Kodex nach einer Trennung der Vorsitzmandate nicht nach. Aus Sicht der Gesellschaft verbessert der Doppelvorsitz die Überwachungseffizienz und die Kommunikation innerhalb des Aufsichtsrats.

#### **Kodex Ziffer 5.4.1 — Altersgrenze und Regelgrenze für Aufsichtsratsmitglieder:**

Eine Altersgrenze für die Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats wurde ebenso nicht festgelegt wie eine Regelgrenze für die Zugehörigkeitsdauer zum Aufsichtsrat, da als wesentliche Kriterien für die Aufnahme in die Organe der Gesellschaft Fähigkeiten, Qualifikation und Erfahrung angesehen werden. Auf das Wissen und die Erfahrung älterer Aufsichtsratsmitglieder, unabhängig von der Zugehörigkeitsdauer zum Aufsichtsratsgremium, will die Gesellschaft nicht verzichten.

#### **Kodex Ziffer 5.4.6 — Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder:**

Die Mitgliedschaft in den vier Ausschüssen: Vermittlungs-, Personal-, Nominierungs- und im Prüfungsausschuss wurde und wird bei der Aufsichtsratsvergütung nicht zusätzlich berücksichtigt, da die Gesellschaft die sonstige Aufsichtsratsvergütung als ausreichend erachtet.

#### **Kodex Ziffer 7.1.2 — Konzernabschluss:**

Der Konzernabschluss war binnen 120 Tagen nach Geschäftsjahresende öffentlich zugänglich. Die Zwischenberichte und -mitteilungen sind innerhalb von 45 Tagen öffentlich zugänglich, womit der Empfehlung des DCGK entsprochen wird. Die GERRY WEBER International AG arbeitet daran, die empfohlene Frist von 90 Tagen für den Konzernabschluss künftig einzuhalten. Die Gesellschaft hat bisher die empfohlene Frist nicht eingehalten, um eine höhere Qualität der ausgewiesenen Geschäftszahlen zu gewährleisten.

#### **Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB**

Zur Erreichung unserer Ziele haben wir uns Grundsätze für unser unternehmerisches Handeln definiert, die über die gesetzlichen Bestimmungen hinausgehen. Diese sind in einem Verhaltenskodex und den Konzernrichtlinien zusammengefasst und dienen als Orientierung für unser tägliches Handeln. Sie sind Bestandteil der Erklärung zur Unternehmensführung, die in vollständiger Form auf unserer Internetseite [www.gerryweber.com](http://www.gerryweber.com) unter der Rubrik „Investoren“ – „Corporate Governance“ abgerufen werden kann. Teile der Erklärung zur Unternehmensführung zu den Themen Kompetenzverteilung, Zusammensetzung und Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie zur gleichberechtigten Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen können den folgenden Ausführungen entnommen werden.

#### **Kompetenzverteilung, Zusammensetzung und Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat**

Wesentliche Kennzeichen der GERRY WEBER Corporate Governance-Struktur sind das duale Führungssystem mit der Leitung der Gesellschaft durch den Vorstand und dessen Überwachung durch den Aufsichtsrat. Darüber hinaus sind die paritätische Besetzung des Aufsichtsrats mit Vertretern der Anteilseigner und der Arbeitnehmer sowie die Rechte der Aktionäre in der Hauptversammlung kennzeichnend für die Corporate Governance-Struktur der Gesellschaft.

### Leitung und Geschäftsführung durch den Vorstand

Der Vorstand der GERRY WEBER International AG besteht zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichtes aus zwei Mitgliedern, dem Vorstandsvorsitzenden Ralf Weber sowie dem Interimsvorstand Jörg Stüber. Vorstandsmitglied Dr. David Frink ist zum 16. November 2017 aus dem Vorstand ausgeschieden. Ab dem 1. April 2018 wird Johannes Ehling seine Tätigkeit als Vorstandsmitglied der Gesellschaft aufnehmen. Der Vorstand leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung frei von Weisungen Dritter nach Maßgabe des Gesetzes, der Satzung, der Geschäftsordnung für den Vorstand sowie unter Berücksichtigung der Beschlüsse der Hauptversammlung. Unbeschadet des Grundsatzes der Gesamtverantwortung des Vorstandes führt jedes Vorstandsmitglied die ihm übertragenen Ressorts in eigener Verantwortung. Der Vorstand legt die Unternehmensziele und die strategische Ausrichtung der GERRY WEBER Gruppe fest und steuert und überwacht die Geschäftseinheiten und Tochtergesellschaften.

Die Verteilung der Geschäftsbereiche auf die einzelnen Vorstandsmitglieder ergibt sich aus der Geschäftsordnung des Vorstands. Ferner regelt diese wesentliche Angelegenheiten der Gesellschaft, die einer Entscheidung des Gesamtvorstands bedürfen, die Aufgaben des Vorstandsvorsitzenden sowie die Verfahren der Beschlussfassung. Änderungen der Geschäftsordnung erfordern einen einstimmigen Beschluss des Gesamtvorstands sowie die Zustimmung des Aufsichtsrats. Der Vorstand trifft seine Entscheidungen grundsätzlich durch Beschluss mit einfacher Mehrheit. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Vorstandsvorsitzenden. Für bedeutende, in der Satzung der GERRY WEBER International AG und der Geschäftsordnung des Vorstands festgelegte Geschäftsvorfälle der Gesellschaft, muss der Vorstand vor Abschluss die Zustimmung des Aufsichtsrats einholen.

Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und Planung sowie über Geschäftsvorfälle von wesentlicher Bedeutung. Darüber hinaus stimmt er die strategische Ausrichtung des Unternehmens mit dem Aufsichtsrat ab.



### APRIL 2018

Johannes Ehling wird seine Tätigkeit als Vorstandsmitglied der Gesellschaft aufnehmen.

### Überwachungsfunktion des Aufsichtsrats

Die Bestellung der Vorstandsmitglieder sowie deren Überwachung und Beratung bei der Leitung der GERRY WEBER Gruppe obliegt dem Aufsichtsrat. In Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für die Gesellschaft ist der Aufsichtsrat unmittelbar und frühzeitig eingebunden. Diese Entscheidungen bedürfen ebenfalls seiner Zustimmung. Der Aufsichtsratsvorsitzende koordiniert die Arbeit des Aufsichtsrats und steht in regelmäßigem Austausch mit dem Vorstand, insbesondere dessen Vorsitzenden.

Der Aufsichtsrat hat sich eine Geschäftsordnung gegeben, welche auch entsprechende Anwendung auf die gebildeten Ausschüsse des Aufsichtsrats findet. Der Aufsichtsrat trifft seine Entscheidungen durch Beschlüsse, die mit einfacher Mehrheit gefasst werden, insofern nicht gesetzlich zwingend eine andere Mehrheit vorgeschrieben ist. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Vorsitzenden. Beschlüsse werden grundsätzlich in Sitzungen gefasst. Zur Vereinfachung des Verfahrens können gemäß Satzung und auf Anordnung des Aufsichtsratsvorsitzenden Beschlüsse im Umlaufverfahren herbeigeführt und gefasst werden.

Der Aufsichtsratsvorsitzende sollte gemäß Ziffer 5.2 des DCGK in angemessenem Rahmen bereit sein, mit Investoren über aufsichtsratspezifische Themen zu sprechen. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats ist der Auffassung, dass dem Vorstand alle relevanten Informationen vorliegen und somit der Vorstand auch weiterhin die Kommunikation mit den Kapitalmarktteilnehmern und Investoren vornehmen wird.

#### **Zusammensetzung des Aufsichtsrats**

Der Aufsichtsrat der GERRY WEBER International AG besteht aus zwölf Mitgliedern. Sechs Mitglieder werden von den Aktionären in der Hauptversammlung gewählt, die anderen sechs Mitglieder von den Arbeitnehmern der GERRY WEBER International AG und ihrer deutschen Konzernunternehmen. Die Mitglieder des am 16. April 2015 konstituierten Aufsichtsrats wurden bis zum Ablauf der Hauptversammlung, die über die Entlastung des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2018/19 beschließt, gewählt.

Gemäß der Empfehlung des Deutschen Corporate Governance Kodex hatte sich der Aufsichtsrat bereits konkrete Ziele für seine Zusammensetzung gegeben und entsprechend der Kodexempfehlungen ergänzt. Im Geschäftsjahr 2016/17 hat er die bestehenden Ziele für die Zusammensetzung nochmals überarbeitet und zu einem Kompetenzprofil für das Gesamtgremium zusammengefasst. Die Zusammensetzung des Aufsichtsrats der GERRY WEBER International AG entspricht mit einer Ausnahme den festgelegten Zielen und somit auch dem Kompetenzprofil. Mit zwei Frauen von sechs Vertretern erfüllen die Anteilseigner bereits die Anforderungen des Gesetzes. Mit einer Frau von insgesamt sechs Vertretern erfüllen die Arbeitnehmervertreter die Maßgabe des § 96 Abs. 2 Aktiengesetz noch nicht. Die Mindestquote ist nach den gesetzlichen Bestimmungen erst bei erforderlichen Neubesetzungen bzw. Neuwahlen zu erfüllen.

#### **Ziele und Kompetenzprofil für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats**

Aufgabe des Aufsichtsrats ist die qualifizierte und unabhängige Beratung und Kontrolle des Vorstandes. Entsprechend ist der Aufsichtsrat zu besetzen. Der Aufsichtsrat der GERRY WEBER International AG soll mit Persönlichkeiten besetzt sein, die die für die Überwachung der Gesellschaft erforderlichen

Kenntnisse, Fähigkeiten, Erfahrungen und persönlichen Voraussetzungen erfüllen. Ebenso muss jedes Aufsichtsratsmitglied gewillt sein, zur ordnungsgemäßen Wahrnehmung seiner Aufgaben ausreichende zeitliche Ressourcen zur Verfügung zu stellen. Ein Aufsichtsratsmitglied, das dem Vorstand einer börsennotierten Gesellschaft angehört, soll grundsätzlich insgesamt nicht mehr als drei Aufsichtsratsmandate in börsennotierten Gesellschaften oder in Aufsichtsgremien von nicht börsennotierten Gesellschaften mit vergleichbaren Anforderungen wahrnehmen, die nicht dem Konzern derjenigen Gesellschaft angehören, in der die Vorstandstätigkeit ausgeübt wird. In Bezug auf den Aufsichtsrat insgesamt ist vor allem auf eine hinreichend vorhandene fachliche Vielfalt, Internationalität, Diversität und Unabhängigkeit des Gremiums zu achten. Die im Folgenden genannte Ziele wurden in Abhängigkeit von der Größe des Aufsichtsrats, der unternehmensspezifischen Anforderungen sowie unter dem Gesichtspunkt der Vielfalt (Diversity) als Kompetenzprofil des Gremiums festgelegt:

#### **Fachliche Vielfalt**

- Mitglieder des Aufsichtsrats sollen über Erfahrungen in den Bereichen Unternehmensführung, Strategie und Personal verfügen. Ebenso sollen Kompetenzen zu Corporate Governance- und Compliance-Fragen bestehen.
- Im Aufsichtsrat vorhanden sein sollten zudem Kenntnisse über das Unternehmen, deren Wettbewerber und die Märkte, in denen sich die Gesellschaft bewegt. Ferner sind spezifische Branchenkenntnisse der Kundenseite gefordert.
- Mindestens ein unabhängiges Mitglied muss über die notwendige Finanzkompetenz und Sachverstand auf dem Gebiet der Rechnungslegung, der internen Kontrollverfahren oder der Abschlussprüfung verfügen. Dieses unabhängige Aufsichtsratsmitglied sollte kein ehemaliges Vorstandsmitglied sein, dessen Bestellung vor weniger als zwei Jahren endete.
- Mindestens ein Vertreter der Anteilseigner soll über mehrjährige internationale Erfahrungen aus einer beruflichen Tätigkeit oder über eine ausländische Staatsangehörigkeit verfügen.
- Ferner soll ein Vertreter der Anteilseigner über das notwendige Know-how und die Erfahrung im Umgang mit den Kapitalmarktteilnehmern verfügen.

#### **Diversität**

- Neben der fachlichen Diversität strebt der Aufsichtsrat eine angemessene Beteiligung von Frauen an. Unter Berücksichtigung der Einhaltung der seit dem 1. Januar 2016 geltenden gesetzlichen Vorgaben hält die Gesellschaft einen Anteil von mindestens einem Drittel Frauen auf Anteilseigner- und Arbeitnehmervertreterebene für angemessen. Der Aufsichtsrat wird dies bei der nächsten turnusgemäßen Neubesetzung des Aufsichtsrats oder bei einem vorherigen Ausscheiden eines Aufsichtsratsmitglieds im Rahmen seiner Wahlvorschläge berücksichtigen. Mit zwei von sechs Vertretern entspricht die Anteilseignerseite bereits heute diesen Anforderungen.

**Unabhängigkeit**

- Unter Berücksichtigung der Eigentümerstruktur der GERRY WEBER International AG sollen mindestens drei von sechs Vertretern der Anteilseigner im Aufsichtsrat unabhängig sein.

Ein Aufsichtsratsmitglied ist als unabhängig anzusehen, wenn es in keiner geschäftlichen oder persönlichen Beziehung zu der Gesellschaft, deren Organen, einem kontrollierenden Aktionär oder einem mit diesem verbundenen Unternehmen steht, die einen wesentlichen und nicht nur vorübergehenden Interessenskonflikt begründen kann. Vertreter der Arbeitnehmer gelten nicht allein deshalb als abhängig, weil sie Arbeitnehmer des Unternehmens sind oder eine Altersvorsorgezusage seitens einer der Konzerngesellschaften besteht.

- Dem Aufsichtsrat sollen nicht mehr als zwei ehemalige Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft angehören. Vorstandsmitglieder dürfen vor Ablauf von zwei Jahren nach dem Ende ihrer Bestellung nicht Mitglied des Aufsichtsrats der Gesellschaft werden, es sei denn, ihre Wahl erfolgt auf Vorschlag von Aktionären, die mehr als 25 % der Stimmrechte an der Gesellschaft halten. In diesem Fall soll der Wechsel in den Aufsichtsratsvorsitz eine Ausnahme sein, die der Hauptversammlung zu begründen ist.

**PROZENT FRAUENANTEIL**

auf der 1. Führungsebene der  
GERRY WEBER International AG nach  
dem Vorstand zum 30. Juni 2017

**PROZENT FRAUENANTEIL**

auf der 2. Führungsebene der  
GERRY WEBER International AG nach  
dem Vorstand zum 30. Juni 2017

- Aufsichtsratsmitglieder sollen keine Organfunktionen oder Beratungsaufgaben bei wesentlichen Wettbewerbern der Gesellschaft oder bei einem Konzernunternehmen ausüben.

Gemäß den Empfehlungen des Kodex hat sich der Aufsichtsrat einer Effizienzprüfung unterzogen. Zwei Mitglieder des Aufsichtsrats sind ehemalige Vorstandsmitglieder der GERRY WEBER International AG, wobei eines dieser Mitglieder seit mehr als acht und das zweite seit mehr als drei Jahren aus dem Vorstand der Gesellschaft ausgeschieden ist. Mit drei unabhängigen Mitgliedern der Anteilseignerseite gehören dem Aufsichtsrat eine angemessene Anzahl unabhängiger Mitglieder an. Interessenskonflikte einzelner Aufsichtsratsmitglieder gab es keine. Eine Altersgrenze für die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats wurde ebenso nicht festgelegt wie eine Regelgrenze für die Zugehörigkeitsdauer zum Aufsichtsrat, da als wesentliche Kriterien für die Aufnahme in die Organe der Gesellschaft Fähigkeiten, Qualifikation und Erfahrung angesehen werden.

**Gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen**

Bei der Bestellung von Vorstandsmitgliedern, der Auswahl von Aufsichtsratsmitgliedern sowie der Besetzung von Führungspositionen unterstützt der Aufsichtsrat das Bestreben der Gesellschaft, eine angemessene Vertretung von Frauen in diesen Positionen zu erreichen.

Zum Zeitpunkt der Erstellung des Geschäftsberichtes besteht der Vorstand der GERRY WEBER International AG aus zwei Mitgliedern – dem Vorstandsvorsitzenden Ralf Weber sowie Jörg Stüber, der seit dem Ausscheiden von Dr. David Frink aus dem Vorstand interimistisch für die Ressorts Finanzen, IR, Zentraleinkauf, Compliance und IT die Verantwortung trägt.



Ab dem 1. April 2018 wird Johannes Ehling, verantwortlich für alle Vertriebsbereiche sowie die Digitalisierung der Gesellschaft, seine Tätigkeit im Vorstand der GERRY WEBER International AG aufnehmen. Frauen sind derzeit nicht im Vorstand der Gesellschaft vertreten. Vor dem Hintergrund bestehender Verträge und aufgrund der Größe des Vorstands hält der Aufsichtsrat daran fest, keine Frauenquote für den Vorstand festzusetzen.

Gemäß den gesetzlichen Vorgaben hatte der Vorstand bereits im September 2015 Ziele für einen Frauenanteil auf der ersten und zweiten Führungsebene nach dem Vorstand festgelegt. Ziel war es, am 30. Juni 2017 einen Frauenanteil auf der ersten Führungsebene von 30% und auf der zweiten Ebene von 50% zu erzielen. Mit einem Anteil von 36,8% auf der ersten und 60,6% auf der zweiten Führungsebene zum 30. Juni 2017 haben wir die selbstgesteckten Ziele erreicht.

Mit Erreichen der ersten Zielperiode hat der Vorstand die Zielgrößen von 30% und 50% für die erste bzw. die zweite Führungsebene nach dem Vorstand beibehalten. Eine Überprüfung der Zielgrößen wird ab dem Geschäftsjahr 2017/18 jeweils am 31. Oktober eines jeden Jahres, sprich zum Ende eines Geschäftsjahres, erfolgen.

Die Gesellschaft wird regelmäßig im Konzernlagebericht und der Erklärung zur Unternehmensführung über den Stand und die Erreichung der festgelegten Zielgrößen berichten.

## Hauptversammlung und Rechte der Aktionäre

Die Aktionäre der GERRY WEBER International AG üben auf der jährlich stattfindenden ordentlichen Hauptversammlung ihre Mitbestimmungs- und Kontrollrechte aus. Jede Aktie der GERRY WEBER International AG gewährt eine Stimme. Eine Höchstgrenze für Stimmrechte oder Sonderstimmrechte bestehen nicht. Jeder Aktionär, der sich rechtzeitig anmeldet und seine Berechtigung zur Teilnahme an der Hauptversammlung und zur Ausübung seiner Stimmrechte nachweist, ist zur Teilnahme an der Hauptversammlung berechtigt.

Die Aktionäre können ihre Stimme persönlich auf der Hauptversammlung, über einen Bevollmächtigten ihrer Wahl oder aber über einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter ausüben. Gemäß Ziffer 2.3.2 sowie 2.3.3 des DCGK sollten die Stimmrechtsvertreter auch während der Hauptversammlung erreichbar sein. Ferner sollte eine Verfolgung der

Hauptversammlung im Internet ermöglicht werden. Aus organisatorischen und Kostengründen erfüllen wir diese Anregungen des Kodex nicht. Zur Erleichterung der Wahrnehmung ihrer Rechte werden die Aktionäre im Vorfeld der Hauptversammlung durch den Geschäftsbericht sowie die Hauptversammlungseinladung umfassend über das abgelaufene Geschäftsjahr sowie die Tagesordnungspunkte der Versammlung unterrichtet. Alle relevanten Unterlagen und Informationen, einschließlich des Geschäftsberichtes, können auch der Internetseite der Gesellschaft entnommen werden.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr fand die Hauptversammlung am 27. April 2017 statt. Rund 800 Aktionäre, die einen Anteil von rund 72% am Grundkapital repräsentiert haben, nahmen an der Hauptversammlung teil. Im Vorfeld der Hauptversammlung bekommen die Aktionäre alle relevanten Informationen zugeschickt oder können diese, einschließlich der Quartals- und Geschäftsberichte, auf der Internetseite der Gesellschaft unter [www.gerryweber.com](http://www.gerryweber.com) unter der Rubrik „Investoren“ abrufen.

## Rechnungslegung und Abschlussprüfung

Die Hauptversammlung hat die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft als Abschlussprüfer des Jahresabschlusses der GERRY WEBER International AG und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2016/17 gewählt. Die Unabhängigkeit des Wirtschaftsprüfers wurde zuvor durch den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats sichergestellt. Der gewählte Prüfer nimmt an den Beratungen des Aufsichtsrats über den Jahres- und Konzernabschluss teil und berichtet über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfung. Darüber hinaus informiert der Abschlussprüfer den Aufsichtsrat, wenn er bei der Abschlussprüfung Tatsachen feststellt, die mit der von Vorstand und Aufsichtsrat abgegebenen Entsprechenserklärung nicht übereinstimmen.

## Compliance

Das gruppenweite Compliance-Programm der GERRY WEBER International AG ist darauf ausgerichtet, die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen aber auch der unternehmensinternen Richtlinien sicherzustellen. Dies umfasst nicht nur die Einhaltung bindender rechtlicher Bestimmungen, sondern auch die Achtung der von uns selbst festgelegten Regelungen und Werte, die ethisch und moralisch einwandfreies Verhalten in der Unternehmenskultur verankern. Durch organisatorische Maßnahmen und Prozesse soll individuelles Fehlverhalten verhindert bzw. aufgedeckt und sanktioniert werden.

Das Compliance-Programm der GERRY WEBER Gruppe besteht aus folgenden Teilen:

### 1. Compliance-Organisation

Die Wahrnehmung der Compliance-Aufgaben ist im Bereich Corporate Audit angesiedelt und durchdringt in seiner Organisation alle wesentlichen Unternehmensbereiche. Der Chief Compliance Officer berichtet direkt an den CFO. Er ist dafür verantwortlich, dass das Compliance-Programm in allen Teilen des Konzerns implementiert ist, und dass alle Mitarbeiter und Führungskräfte zu dem Thema Compliance geschult werden. Das Compliance Committee verfolgt die kontinuierliche Verbesserung des Compliance-Programms und tritt in regelmäßigen Abständen zusammen. Darüber hinaus wird der Aufsichtsrat in seinen Sitzungen über Compliance-relevante Sachverhalte informiert.

### 2. Verhaltenskodex der GERRY WEBER Gruppe

Der Verhaltenskodex beschreibt unsere Verhaltensgrundsätze und Werte und ist somit Basis unseres Compliance-Programmes. Alle Mitarbeiter, Führungskräfte und der Vorstand sind zur Einhaltung unserer Leitlinien für verantwortungsbewusstes Handeln verpflichtet. Der Verhaltenskodex umfasst nicht nur Themen wie Korruption oder Kartellrecht, sondern beispielsweise ebenfalls Themen wie Menschenrechte, Arbeits- und Sozialstandards oder Chancengleichheit.

### 3. Compliance-Richtlinien

Zur weiteren Ausgestaltung und zum besseren Verständnis des Verhaltenskodex wurden ergänzende Konzernrichtlinien erlassen. Auch diese sind für alle

Mitarbeiter, Führungskräfte und Organe verbindlich. Die Konzernrichtlinien behandeln und regeln unter anderem Themen zum Wettbewerbs- und Kartellrecht, zu Kapitalmarkt und Kommunikation oder zur Informationsweitergabe und zu unserem Verständnis von Social Compliance.

### 4. Hinweismanagement

Die interne Organisation wurde durch die Bestellung eines externen Ombudsmanns vervollständigt. Mitarbeiter, aber auch externe Kunden oder Geschäftspartner können sich vertrauensvoll und auch anonym an den Ombudsmann wenden, wenn sie unkorrektes Verhalten oder Geschäftspraktiken im Unternehmen vermuten. Das Compliance-Programm ermutigt die Mitarbeiter ihre Anliegen offen anzusprechen und auf Umstände hinzuweisen, die auf die Verletzung von Gesetzestatbeständen oder internen Unternehmensrichtlinien hindeuten.

Vor dem Hintergrund der Ausgestaltung des Compliance-Programms erfüllt die GERRY WEBER Gruppe somit auch die Empfehlungen und Anregungen der Ziffer 4.1.3 des DCGK.

## Chancen- und Risikomanagement

Zu einer gewissenhaften Unternehmensführung gehört auch der verantwortungsbewusste Umgang des Unternehmens mit Risiken. Die GERRY WEBER Gruppe verfügt über ein konzernweites internes Kontroll- und Risikomanagementsystem, das die Risikosituation frühzeitig erkennt, beurteilt und Maßnahmen definiert und implementiert, um Risiken zu vermeiden bzw. deren Nachteile zu minimieren. Das Risikomanagementsystem sowie eine Darstellung der Einzelrisiken kann dem Risikobericht dieses Geschäftsberichtes entnommen werden.

### Mögliche Interessenskonflikte und Eigengeschäfte von Führungskräften

Gemäß Art. 19 EU-Marktmissbrauchsverordnung (MAR) müssen insbesondere Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats und Personen, die zu ihnen in einer engen Beziehung stehen, Eigengeschäfte mit Anteilen oder Schuldtiteln der GERRY WEBER International AG oder damit verbundene Finanzinstrumente der Gesellschaft und der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht melden, wenn die Gesamtsumme der Geschäfte in einem Kalenderjahr einen Betrag von EUR 5.000 erreicht oder übersteigt. Die GERRY WEBER International AG veröffentlicht entsprechende Informationen unverzüglich. Im Geschäftsjahr 2016/17 mitgeteilte Wertpapiergeschäfte sind zudem auf der Internetseite der Gesellschaft [www.gerryweber.com](http://www.gerryweber.com) unter der Rubrik „Investoren“ – „Finanznachrichten“ veröffentlicht. Der Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat der



### COMPLIANCE-PROGRAMM

**VOR DEM HINTERGRUND DER AUSGESTALTUNG DES COMPLIANCE-PROGRAMMS ERFÜLLT DIE GERRY WEBER GRUPPE AUCH DIE EMPFEHLUNGEN UND ANREGUNGEN DER ZIFFER 4.1.3 DES DCGK.**

GERRY WEBER International AG zum Geschäftsjahresende, dem 31. Oktober 2017, kann ferner dem Konzernanhang in diesem Geschäftsbericht entnommen werden. Vorstand und Aufsichtsrat sind dem Unternehmensinteresse verpflichtet. Das Ausnutzen ihrer Position zur Verfolgung eigener Interessen oder zur Bevorteilung von nahestehenden Personen ist ihnen untersagt. Etwaige Interessenskonflikte durch Nebentätigkeiten sind unverzüglich dem Aufsichtsrat offen zu legen, der über das weitere Vorgehen entscheidet. Im abgelaufenen Geschäftsjahr sind weder bei den Vorstands- noch bei den Aufsichtsratsmitgliedern Interessenskonflikte aufgetreten.

## Transparente und zeitnahe Kommunikation

Transparenz bei der Unternehmensführung hat für den Vorstand und den Aufsichtsrat einen hohen Stellenwert. Unsere Aktionäre und Finanzanalysten, die Aktionärsvereinigungen und Medien sowie die interessierte Öffentlichkeit werden regelmäßig und aktuell über die Lage sowie über wesentliche geschäftliche und personelle Veränderungen des Unternehmens informiert. Zur umfassenden, gleichberechtigten und zeitnahen Information nutzen wir hauptsächlich das Internet.

Die Berichterstattung über die Geschäftslage und die Unternehmensergebnisse sowie aktuelle Ereignisse der GERRY WEBER Gruppe erfolgt unter anderem durch:

- Geschäfts- und Zwischenberichte,
- Adhoc- und Pressemeldungen,
- Bilanzpressekonferenzen,
- Telefonkonferenzen, jeweils im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Jahres- und Quartalergebnisse beziehungsweise zu besonderen Ereignissen, sowie
- zahlreiche Aktionärs- und Investorenveranstaltungen im In- und Ausland.

Die Termine der regelmäßigen Finanzberichterstattung sind im Finanzkalender zusammengefasst.

## Vergütungsbericht 2016/17

Der Vergütungsbericht ist Bestandteil des zusammengefassten Lageberichtes und erläutert entsprechend der gesetzlichen Vorgaben und der Empfehlungen der aktuellen Fassung des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) die Grundsätze des Vergütungssystems für Vorstand und Aufsichtsrat der GERRY WEBER International AG. Vor diesem Hintergrund wird die Vergütung jedes Vorstands- und Aufsichtsratsmitglied individualisiert dargestellt.

### Vergütung des Vorstands

#### Grundsätze der Vorstandsvergütung

Das Vergütungssystem für den Vorstand einschließlich der Höhe der Vergütungen der einzelnen Vorstandsmitglieder wird vom Aufsichtsrat festgelegt und dessen Angemessenheit regelmäßig überprüft. Die Vergütung der einzelnen Vorstandsmitglieder richtet sich in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorgaben und den Empfehlungen des DCGK insbesondere nach der wirtschaftlichen Lage sowie den Erfolgs- und Zukunftsaussichten der GERRY WEBER Gruppe. Ferner bestimmen die jeweilige individuelle, persönliche Leistung des einzelnen Vorstandsmitglieds sowie die Beurteilung bezogen auf das horizontale und vertikale Vergleichsumfeld die Höhe der variablen Komponente eines jeden Vorstandsmitglieds. Das Vergleichsumfeld orientiert sich einerseits an den Vergütungsstrukturen vergleichbarer Unternehmen und andererseits an den Gehältern des oberen Führungskreises sowie der relevanten Belegschaft des Unternehmens. Die aktuelle Struktur der Vorstandsvergütung wurde von der Hauptversammlung am 14. April 2016 gebilligt, Veränderungen haben sich seitdem nicht ergeben.

Das System zur Vergütung der Vorstandsmitglieder enthält neben einer festen, erfolgsunabhängigen Jahresvergütung (Fixum) erfolgsabhängige (variable) Komponenten. Grundsätzlich werden erfolgsabhängige Komponenten mit mehrjähriger Bemessungsgrundlage vereinbart. Weitere erfolgsabhängige Komponenten mit einjähriger oder mehrjähriger Bemessungsgrundlage können bei entsprechender anlassbezogener Ermessensausübung durch den Aufsichtsrat diese ergänzen. Daneben erhalten die Vorstandsmitglieder die üblichen Nebenleistungen wie z. B. Sachbezüge (Kfz etc.) und Versicherungsschutz. Aktienbasierte Bestandteile der Vorstandsvergütung gibt es nicht. Versorgungszusagen gegenüber den Vorstandsmitgliedern bestehen ebenfalls nicht.

#### Feste Jahresvergütung (Fixum)

Die erfolgsunabhängige, feste Vergütung (Fixum) ist die vertraglich festgelegte Grundvergütung, die monatlich in gleichen Raten ausbezahlt wird. Darüber hinaus erhalten die Vorstandsmitglieder in markt- und konzernüblicher Weise Nebenleistungen in Form von Sachbezügen wie der Nutzung bzw. Überlassung eines Dienstfahrzeuges sowie der Gewährung des



Unfallversicherungsschutzes und eine D&O-Versicherung mit Selbstbehalt. Wenn es sich bei diesen Sachbezügen um geldwerte Vorteile handelt, werden sie entsprechend versteuert. Die sonstigen Bezüge werden als Bestandteil der fixen Vergütung ausgewiesen.

### Erfolgsabhängige Vergütungskomponenten

Die erfolgsabhängige Vergütung gliedert sich in zwei Komponenten: Die erste Komponente, die mit jedem Vorstandsmitglied individuell vereinbart wird, besteht in einem prozentualen Anteil an dem bereinigten Ergebnis vor Steuern gemäß Konzernabschluss nach IFRS und spiegelt den Unternehmenserfolg wider. Die zweite Komponente ist eine leistungsbezogene Tantieme auf Basis der individuellen Leistung und individuell vereinbarter Ziele. Diese Komponente kann auf einer ein- oder mehrjährigen Bemessungsgrundlage beruhen. Bemessungsgrundlage der ersten Komponente der variablen Vergütung ist das Ergebnis vor Steuern gemäß Konzernabschluss nach IFRS, bereinigt um außerordentliche Effekte aus Veräußerungen von Vermögensgegenständen, Beteiligungen, Marken oder sonstiger Unternehmensteile (bereinigtes Ergebnis). Die Bemessungsgrundlage ist mehrjährig, indem der rechnerische Durchschnitt der bereinigten Ergebnisse jeweils aus dem Geschäftsjahr, für das die Vergütung gezahlt werden soll, und aus den zwei vorangegangenen Geschäftsjahren herangezogen wird. Bezogen auf diesen Durchschnittswert erhält jedes Vorstandsmitglied einen individuell festgelegten Prozentsatz. Ein Anspruch auf eine Tantieme nach der beschriebenen Formel entsteht erst, wenn das zugrundeliegende durchschnittliche bereinigte Ergebnis EUR 40,0 Mio. übersteigt. Eine Obergrenze für diese Vergütungskomponente ergibt sich daraus, dass höchstens ein durchschnittliches bereinigtes Ergebnis von EUR 100,0 Mio. als Bemessungsgrundlage zugrunde gelegt wird. Für Zwecke der Berechnung der Bemessungsgrundlage in den ersten zwei Jahren nach Einführung des neuen Vergütungssystems wurde für die Geschäftsjahre 2013/14 und 2014/15 jeweils ein bereinigtes Ergebnis von EUR 40 Mio. angesetzt.

Daneben kann der Aufsichtsrat nach seinem Ermessen jedem Vorstandsmitglied eine individuelle leistungsbezogene Tantieme gewähren. Hierzu können vom Aufsichtsrat mit den Vorstandsmitgliedern qualitative Ziele festgelegt werden. In diesem Fall ist festgelegt, dass bei einer Zielerreichung von 100 % die vereinbarte Tantieme vollständig ausbezahlt wird. Bei einer Über- oder Untererfüllung der

Ziele hat der Aufsichtsrat die Möglichkeit, die Tantieme um bis zu 50 % des festen Jahresgehalts zu erhöhen bzw. zu reduzieren.

Darüber hinaus kann der Aufsichtsrat aufgrund besonderer Umstände (z. B. größere Akquisitionen, Desinvestitionen, stichtagsbezogene Bilanzverzerrungen oder ähnliches) oder besonderer Leistungen eine Sondertantieme ausloben, bzw. die Ermittlung der leistungsbezogenen Tantieme angemessen anpassen. Dabei soll dem Vorstand kein unangemessener Vor- oder Nachteil entstehen.

Grundsätzlich enthalten die Vorstandsverträge der GERRY WEBER International AG durch die Begrenzung der Zielgrößen eine Limitierung der variablen Vergütung nach oben. Lediglich in Ausnahmefällen, aufgrund besonderer Umstände oder Leistungen, kann der Aufsichtsrat eine Sondertantieme ausloben bzw. die Ermittlung der leistungsbezogenen variablen Vergütungskomponente angemessen anpassen.

### Regelungen für den Fall der Beendigung der Vorstandstätigkeit

Im Falle einer vorzeitigen Beendigung der Vorstandstätigkeit, ohne dass ein wichtiger Grund vorliegt, werden die Zahlungen an das ausscheidende Vorstandsmitglied einschließlich der Nebenleistungen nicht länger als zwei Jahre fortgeführt (Vereinbarung eines Abfindungs-Caps). Darüber hinaus dürfen die Zahlungen auch die Vergütung für die Restlaufzeit des jeweiligen Dienstvertrags nicht überschreiten. Somit entsprechen die Regelungen in den Vorstandsverträgen hier den Empfehlungen des DCGK in seiner Fassung vom 2. Februar 2017.

### Vorstandsvergütung für das Geschäftsjahr 2016/17

Für das Geschäftsjahr 2016/17 ergibt sich vor dem Hintergrund des oben beschriebenen Vergütungssystems eine Gesamtvergütung des Vorstands der GERRY WEBER International AG von EUR 2,1 Mio. (Vorjahr: EUR 2,3 Mio.). Die Zusammensetzung aus fixer und variabler Vergütung ist den nachfolgenden Tabellen zu entnehmen. Die Angaben in Klammern entsprechen dem Vorjahreswert.

| TEUR                                                            | Fixe Vergütung           | Variable Vergütung   | Summe                    |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| Ralf Weber<br>(Vorstandsvorsitzender)                           | 712<br>(719)             | 190<br>(150)         | 902<br>(869)             |
| Dr. David Frink<br>(bis 16.11.2017 im<br>Vorstand)              | 593<br>(568)             | 175<br>(150)         | 768<br>(718)             |
| Norbert Steinke<br>(bis 21.06.2017 im<br>Vorstand) <sup>1</sup> | 341<br>(512)             | 100<br>(150)         | 441<br>(662)             |
| Arnd Buchardt (bis<br>30.11.2015 im Vorstand)                   | 0<br>(48)                | 0<br>(0)             | 0<br>(48)                |
| <b>Gesamt</b>                                                   | <b>1.646<br/>(1.847)</b> | <b>465<br/>(450)</b> | <b>2.111<br/>(2.297)</b> |

<sup>1</sup> Im Zusammenhang mit dem vorzeitigen Ausscheiden von Norbert Steinke aus dem Vorstand der GERRY WEBER International AG wurde eine Zahlung von TEUR 861,8 geleistet.

### Gewährte Zuwendungen („Zielvergütung“)

| EUR                            |                  | <b>Ralf Weber</b><br>Vorstandsvorsitzender |                |                  |
|--------------------------------|------------------|--------------------------------------------|----------------|------------------|
|                                | 2015/16          | 2016/17                                    | 2016/17 (Min)  | 2016/17 (Max)    |
| Festvergütung                  | 700.000          | 700.000                                    | 700.000        | 700.000          |
| Nebenleistungen                | 18.665           | 12.269                                     | 12.269         | 12.269           |
| <b>Summe</b>                   | <b>718.665</b>   | <b>712.269</b>                             | <b>712.269</b> | <b>712.269</b>   |
| Einjährige variable Vergütung  | 150.000          | 190.000                                    | 0              | 230.000          |
| Mehrjährige variable Vergütung | 400.000          | 400.000                                    | 0              | 1.000.000        |
| <b>Summe</b>                   | <b>550.000</b>   | <b>590.000</b>                             | <b>0</b>       | <b>1.230.000</b> |
| <b>Gesamtvergütung</b>         | <b>1.268.665</b> | <b>1.302.269</b>                           | <b>712.269</b> | <b>1.942.269</b> |

| EUR                            |                  | <b>Dr. David Frink</b><br>Vorstand Finanzen, Logistik, IT, Personal (bis 16.11.2017) |                |                  |
|--------------------------------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------|------------------|
|                                | 2015/16          | 2016/17                                                                              | 2016/17 (Min)  | 2016/17 (Max)    |
| Festvergütung                  | 550.000          | 575.000                                                                              | 575.000        | 575.000          |
| Nebenleistungen                | 18.408           | 18.439                                                                               | 18.439         | 18.439           |
| <b>Summe</b>                   | <b>568.408</b>   | <b>593.439</b>                                                                       | <b>593.439</b> | <b>593.439</b>   |
| Einjährige variable Vergütung  | 150.000          | 175.000                                                                              | 0              | 207.000          |
| Mehrjährige variable Vergütung | 360.000          | 360.000                                                                              | 0              | 900.000          |
| <b>Summe</b>                   | <b>510.000</b>   | <b>535.000</b>                                                                       | <b>0</b>       | <b>1.107.000</b> |
| <b>Gesamtvergütung</b>         | <b>1.078.408</b> | <b>1.128.439</b>                                                                     | <b>593.439</b> | <b>1.700.439</b> |

Diese Tabellen stellen die Vergütung im Berichts- sowie Vorjahr dar, die sich bei vollständiger Zielerreichung ergäbe (Zieleinkommen), sowie die für das Geschäftsjahr minimale und maximale Vergütung.

| <div> <div>EUR</div> <div> <b>Norbert Steinke</b><br/> Vorstand Retail (bis 21.06.2017) </div> </div> |                  |                |                |                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------|----------------|------------------|
|                                                                                                       | 2015/16          | 2016/17        | 2016/17 (Min)  | 2016/17 (Max)    |
| Festvergütung                                                                                         | 500.000          | 333.333        | 333.333        | 333.333          |
| Nebenleistungen                                                                                       | 12.000           | 8.000          | 8.000          | 8.000            |
| <b>Summe</b>                                                                                          | <b>512.000</b>   | <b>341.333</b> | <b>341.333</b> | <b>341.333</b>   |
| Einjährige variable Vergütung                                                                         | 150.000          | 100.000        | 0              | 207.000          |
| Mehrjährige variable Vergütung                                                                        | 360.000          | 360.000        | 0              | 900.000          |
| <b>Summe</b>                                                                                          | <b>510.000</b>   | <b>460.000</b> | <b>0</b>       | <b>1.107.000</b> |
| <b>Gesamtvergütung</b>                                                                                | <b>1.022.000</b> | <b>801.333</b> | <b>341.333</b> | <b>1.448.333</b> |

| <div> <div>EUR</div> <div> <b>Arnd Buchardt</b><br/> Vorstand Produkt und Beschaffung (bis 30.11.2015) </div> </div> |               |          |               |               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|---------------|---------------|
|                                                                                                                      | 2015/16       | 2016/17  | 2016/17 (Min) | 2016/17 (Max) |
| Festvergütung                                                                                                        | 45.833        | 0        | 0             | 0             |
| Nebenleistungen                                                                                                      | 1.756         | 0        | 0             | 0             |
| <b>Summe</b>                                                                                                         | <b>47.589</b> | <b>0</b> | <b>0</b>      | <b>0</b>      |
| Einjährige variable Vergütung                                                                                        | 12.500        | 0        | 0             | 0             |
| Mehrjährige variable Vergütung                                                                                       | 30.000        | 0        | 0             | 0             |
| <b>Summe</b>                                                                                                         | <b>42.500</b> | <b>0</b> | <b>0</b>      | <b>0</b>      |
| <b>Gesamtvergütung</b>                                                                                               | <b>90.089</b> | <b>0</b> | <b>0</b>      | <b>0</b>      |

Diese Tabellen stellen die Vergütung im Berichts- sowie Vorjahr dar, die sich bei vollständiger Zielerreichung ergäbe (Zieleinkommen), sowie die für das Geschäftsjahr minimale und maximale Vergütung.

**Zufluss**

| <b>Ralf Weber</b><br>Vorstandsvorsitzender |                |                |
|--------------------------------------------|----------------|----------------|
| EUR                                        | 2015/16        | 2016/17        |
| Festvergütung                              | 700.000        | 700.000        |
| Nebenleistungen                            | 18.665         | 12.269         |
| <b>Summe</b>                               | <b>718.665</b> | <b>712.269</b> |
| Einjährige variable Vergütung              | 120.000        | 150.000        |
| Mehrjährige variable Vergütung             | 130.000        | 0              |
| <b>Summe</b>                               | <b>250.000</b> | <b>150.000</b> |
| <b>Gesamtvergütung</b>                     | <b>968.665</b> | <b>862.269</b> |

| <b>Dr. David Frink</b><br>Vorstand Finanzen, Logistik,<br>IT, Personal |                |                |
|------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|
| EUR                                                                    | 2015/16        | 2016/17        |
| Festvergütung                                                          | 550.000        | 575.000        |
| Nebenleistungen                                                        | 18.408         | 18.439         |
| <b>Summe</b>                                                           | <b>568.408</b> | <b>593.439</b> |
| Einjährige variable Vergütung                                          | 120.000        | 150.000        |
| Mehrjährige variable Vergütung                                         | 130.000        | 0              |
| <b>Summe</b>                                                           | <b>250.000</b> | <b>150.000</b> |
| <b>Gesamtvergütung</b>                                                 | <b>818.408</b> | <b>743.439</b> |

| <b>Norbert Steinke</b><br>Vorstand Retail<br>(bis 21.06.2017) <sup>1</sup> |                |                |
|----------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|
| EUR                                                                        | 2015/16        | 2016/17        |
| Festvergütung                                                              | 500.000        | 333.333        |
| Nebenleistungen                                                            | 12.000         | 8.000          |
| <b>Summe</b>                                                               | <b>512.000</b> | <b>341.333</b> |
| Einjährige variable Vergütung                                              | 20.000         | 150.000        |
| Mehrjährige variable Vergütung                                             | 0              | 0              |
| <b>Summe</b>                                                               | <b>20.000</b>  | <b>150.000</b> |
| <b>Gesamtvergütung</b>                                                     | <b>532.000</b> | <b>491.333</b> |

<sup>1</sup> Im Zusammenhang mit dem vorzeitigen Ausscheiden von Norbert Steinke aus dem Vorstand der GERRY WEBER International AG wurde eine Zahlung von TEUR 861,8 geleistet.

| <b>Arnd Buchardt</b><br>Vorstand Produkt und Beschaffung<br>(bis 30.11.2015) |                |          |
|------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------|
| EUR                                                                          | 2015/16        | 2016/17  |
| Festvergütung                                                                | 45.833         | 0        |
| Nebenleistungen                                                              | 1.756          | 0        |
| <b>Summe</b>                                                                 | <b>47.589</b>  | <b>0</b> |
| Einjährige variable Vergütung                                                | 120.000        | 0        |
| Mehrjährige variable Vergütung                                               | 130.000        | 0        |
| <b>Summe</b>                                                                 | <b>250.000</b> | <b>0</b> |
| <b>Gesamtvergütung</b>                                                       | <b>297.589</b> | <b>0</b> |

Diese Tabellen stellen den Zufluss im Sinne des Einkommensteuergesetzes im Berichts- sowie Vorjahr dar. In der Regel handelt es sich bei den variablen Vergütungen um Auszahlungen der für Vorjahre erdienten und bilanzierten Ansprüche.

### Vergütung des Aufsichtsrats der GERRY WEBER International AG

Die Vergütung des Aufsichtsrats wird durch die Hauptversammlung festgelegt und durch § 13 der Satzung der GERRY WEBER International AG geregelt. Änderungen der Vergütungsstruktur und der Höhe der Aufsichtsratsvergütung fanden im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016/17 nicht statt. Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten außer dem Ersatz ihrer Auslagen eine feste jährliche Vergütung in Höhe von EUR 60.000,00. Jeder stellvertretende Vorsitzende erhält die eineinhalbfache, der Aufsichtsratsvorsitzende die dreifache Vergütung.

Die ausschließlich fixe Vergütung wird nach der Hauptversammlung für das vorangegangene Geschäftsjahr ausgezahlt. Im Falle von Neuwahlen erfolgt die Auszahlung zeitanteilig. Die Gesellschaft erstattet jedem Aufsichtsratsmitglied die auf seine Bezüge entfallende Umsatzsteuer und schließt zu Gunsten der Mitglieder des Aufsichtsrats eine Haftpflichtversicherung für aus ihrer Tätigkeit für die Gesellschaft entstehende Haftungsfälle (sogenannte D&O-Versicherung) ab. Entsprechend der Empfehlungen des DCGK enthält die D&O-Versicherung einen Selbstbehalt. Auf die einzelnen Mitglieder des Aufsichtsrats entfielen im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016/17 die in der folgenden Tabelle aufgezeigten Beträge.

| TEUR                                                 | 2016/17    | 2015/16    |
|------------------------------------------------------|------------|------------|
| Dr. Ernst F. Schröder<br>(Vorsitzender)              | 180        | 180        |
| Gerhard Weber<br>(Stellvertretender<br>Vorsitzender) | 90         | 90         |
| Alfred Thomas Bayard                                 | 60         | 60         |
| Ute Gerbaulet                                        | 60         | 60         |
| Udo Hardieck                                         | 60         | 60         |
| Charlotte<br>Weber-Dresselhaus                       | 60         | 60         |
| Olaf Dieckmann                                       | 60         | 60         |
| Klaus Lippert                                        | 60         | 60         |
| Annette von der Recke                                | 60         | 60         |
| Andreas Strunk                                       | 60         | 60         |
| Manfred Menningen                                    | 60         | 60         |
| Hans-Jürgen Wentzlaff                                | 60         | 60         |
| <b>Gesamt</b>                                        | <b>870</b> | <b>870</b> |

**L I F E**  
IS WHAT HAPPENS  
**EVERY DAY**, NOT  
THE SPECIAL  
OCCASIONS.



**talk  
about**

---

# GERRY WEBER

## INTERNATIONAL AG

### Zusammengefasster Lagebericht 2016/17

Der Lagebericht wurde gemäß § 315 Abs. 3 HGB in Verbindung mit § 298 Abs. 3 HGB mit dem Konzernlagebericht der GERRY WEBER International AG zusammengefasst. Der zusammengefasste Lagebericht enthält die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der GERRY WEBER International AG und des GERRY WEBER Konzerns sowie weitere Angaben, die nach Maßgabe des deutschen Handelsgesetzbuches erforderlich sind. Die Währungsangaben erfolgen in Euro. Die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a und § 315 Abs. 5 HGB ist auf der Internetseite der Gesellschaft sowie im Corporate Governance Bericht enthalten.

---

# GRUNDLAGEN DES KONZERNS

## Geschäftsmodell

### Geschäftstätigkeit und Organisation

Die GERRY WEBER Gruppe ist eines der bekanntesten deutschen Mode- und Lifestyleunternehmen. Mit seinen fünf Markenfamilien: GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON, HALLHUBER und talkabout bietet das Unternehmen hochwertige Mode, Accessoires und Lifestyleprodukte für die anspruchsvolle, stilsichere und qualitätsbewusste Kundin. Jede Marke spricht dabei ganz individuell ihre eigene Zielgruppe hinsichtlich des Modestils, der Altersgruppe oder der Kleidergröße an. Vertrieben werden unsere Kollektionen sowohl über den Modefachhandel (Wholesale-Segment) und die in Eigenregie geführten GERRY WEBER Geschäfte als auch im Online-Handel (Retail-Segment). Die im Geschäftsjahr 2015/16 eingeführte Marke „talkabout“ wird dabei exklusiv über ausgewählte Handelspartner vertrieben. Nach einer Testphase mit 30 Verkaufsflächen betrug die Anzahl der talkabout Shop-in-Shop-Flächen zum 31. Oktober 2017 bereits 138. In den nächsten 12 Monaten planen wir, die Anzahl weiter auf 180 bis 200 Flächen zu erhöhen.



### KOLLEKTIONEN PRO JAHR

- \* Premiummarke
- \* ausschließlich Online erhältlich
- \* Feminin, gelassen, stilsicher

Der großartige Erfolg der Marke talkabout bestätigt die Geschäftsführung in der Entscheidung, neue Markenkonzepte zu entwickeln. Im Frühjahr 2018 wird die jüngste Marke innerhalb des Markenportfolios der GERRY WEBER Gruppe, „gr[8]ful“, vorgestellt werden. gr[8]ful ist im Premium-Marktsegment angesiedelt und wird ausschließlich online erhältlich sein. gr[8]ful steht für Attribute wie FEMININ, GELASSEN, STILSICHER sowie ONLINE. Dabei drückt gr[8]ful eine ganz eigene Haltung aus, die von Zurückhaltung, Souveränität, Hochwertigkeit, lässigem Luxus, einer gewissen Form von Entspanntheit geprägt ist. Die erste der insgesamt sieben Kollektionen pro Jahr wird ab Frühjahr 2018 unter [gr8fulfashion.com](http://gr8fulfashion.com) online erhältlich sein.

Die heutige GERRY WEBER International AG wurde 1973 von Gerhard Weber und Udo Hardieck in Halle / Westfalen gegründet. Zum 31. Oktober 2017 unterhielt die Unternehmensgruppe Vertriebsstrukturen in weltweit mehr als 60 Ländern. Ihre Ursprünge hat das Unternehmen im Wholesale-Vertriebssegment. Heute existieren 266 durch Franchise-Partner geführte GERRY WEBER Stores sowie 2.482 Shop-in-Shop-Flächen auf den Verkaufsflächen unserer Handelspartner. Das zweite Vertriebssegment ist das eigene Retail-Geschäft, welches sich aus den in Eigenregie geführten GERRY WEBER Core-Verkaufsflächen der Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON sowie dem Online-Handel zusammensetzt. Das GERRY WEBER Core-Retail-Segment umfasst 454 GERRY WEBER Stores, 79 Monolabel Stores der Marken TAIFUN, SAMOON sowie GERRY WEBER EDITION, 281 Concession-Flächen sowie 36 GERRY WEBER Outlets. Seit der Akquisition des rein vertikal geführten Münchener Modelables HALLHUBER im Februar 2015 zählen auch die mittlerweile 140 in Eigenregie geführten HALLHUBER Monolabel Stores, die 240 HALLHUBER Concession-Flächen sowie 17 HALLHUBER Outlets zum Storeportfolio der GERRY WEBER Gruppe. Aus Transparenzgründen und aus Gründen der operativen Führung bildet HALLHUBER ein eigenständiges Berichtsssegment. Zusammen mit den GERRY WEBER Retail-Flächen summiert sich die Anzahl der in Eigenregie geführten Verkaufsflächen damit auf insgesamt 1.247 Flächen. Sowohl HALLHUBER als auch die GERRY WEBER Kernmarken GERRY WEBER, SAMOON und TAIFUN verfügen über eigene Online-Shops und Partnerschaften mit Online-Plattformen. Der Anteil der online erwirtschafteten Umsätze ist in den vergangenen Geschäftsjahren



dabei stetig gestiegen und wird auch in Zukunft einen immer größeren Anteil im Umsatzgefüge des Unternehmens einnehmen.

Im Geschäftsjahr 2016/17 (1. November 2016 bis 31. Oktober 2017) waren im Jahresdurchschnitt 6.921 Mitarbeiter weltweit für die Unternehmensgruppe tätig. Dabei betrug der Umsatz der GERRY WEBER Gruppe im Geschäftsjahr 2016/17 EUR 880,9 Mio. (Vorjahr: EUR 900,8 Mio.) und das Konzernergebnis EUR –0,8 Mio. (Vorjahr: EUR 0,5 Mio.).

Die GERRY WEBER International AG mit Sitz in Halle/Westfalen ist eine operative Holding-Gesellschaft, die den drei strategischen Geschäftseinheiten der Marken GERRY WEBER mit talkabout, TAIFUN mit SAMOON sowie HALLHUBER konzernübergreifende Dienstleistungen, wie z. B. Rechnungswesen, Controlling, Personalwesen, IT, Revision sowie Compliance zur Verfügung stellt. Auch der Beschaffungsbereich ist für die GERRY WEBER Core-Marken (GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON, talkabout)



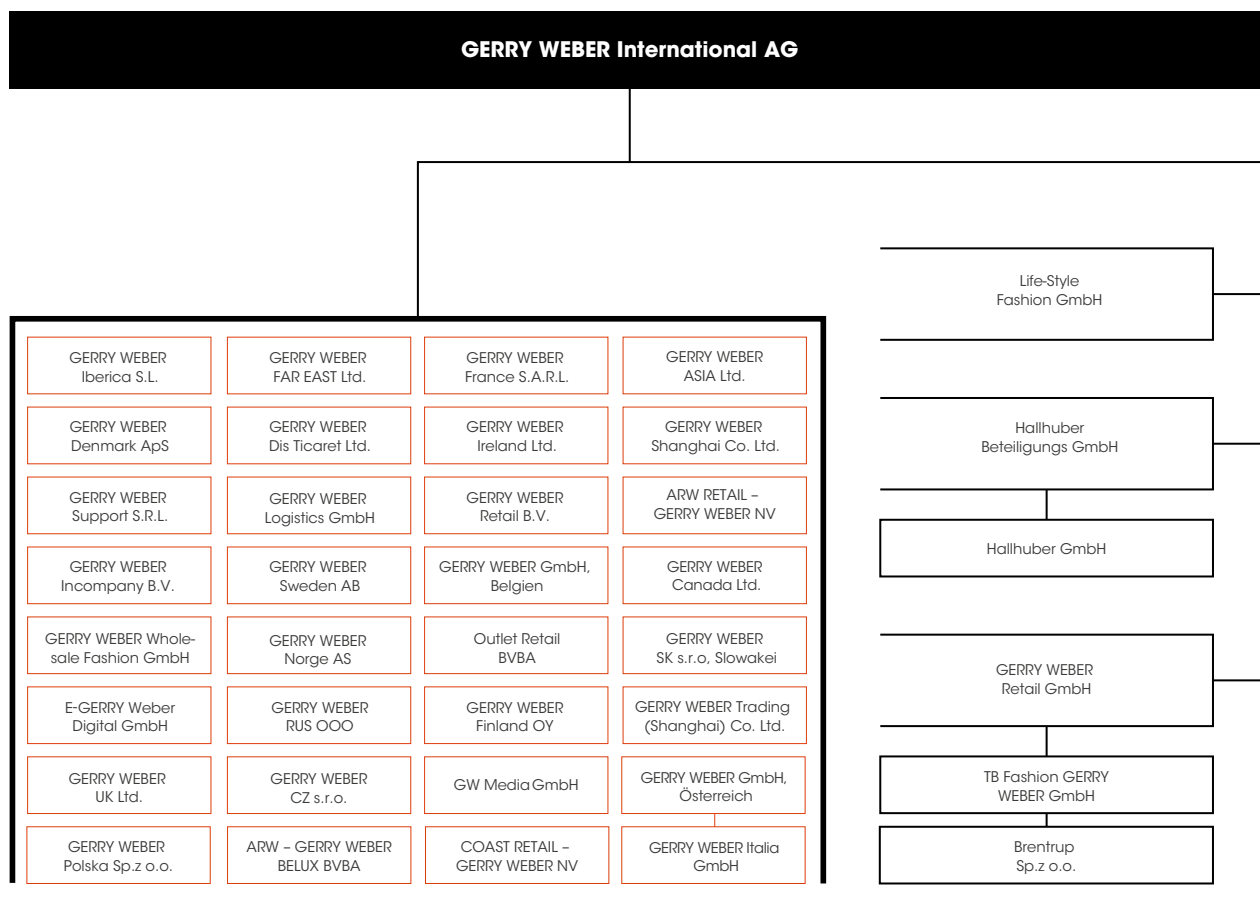
## TOCHTERGESELLSCHAFTEN

umfasst die  
 GERRY WEBER Gruppe  
 zum 31. Oktober 2017.

in der Holding angesiedelt. So können markenübergreifend Skaleneffekte realisiert werden. Lediglich von HALLHUBER, unserer 2015 erworbenen Tochter, sind historisch bedingt nicht alle Dienstleistungsdivisionen vollständig in die Holding integriert. Zwar sind im Geschäftsjahr die Bereiche Rechnungswesen und Personal zu weiten Teilen überführt worden, jedoch bleiben einige Bereiche wie z. B. die Beschaffung oder das Marketing in München bestehen. Um weitere Synergien realisieren zu können, wurden im Geschäftsjahr 2016/17 auch die HALLHUBER Logistikprozesse nahezu vollständig nach Halle/Westfalen in das neue Logistikzentrum verlegt.



### Rechtliche Unternehmensstruktur



Die Führung der E-Commerce-Bereiche für alle Marken wurde ebenfalls zentral gebündelt.

In den drei Strategischen Geschäftseinheiten (GERRY WEBER mit talkabout, TAIFUN mit SAMOON sowie HALLHUBER) werden jeweils alle marken- und produktbezogenen Verantwortungsbereiche gebündelt. Ziel ist es, für die Kundin eine von der Produktentwicklung, über das Marketing und dem Visual Merchandising bis hin zum Touch-Point der Kundin, also entweder der Verkaufsfläche oder dem Online-Shop, ein aus Markensicht ganzheitlich stimmiges Marken- und Produkterlebnis zu schaffen. Auf die Dienstleistungen der Holding-Gesellschaft greifen alle drei Strategischen Geschäftseinheiten zu.

Die GERRY WEBER International AG umfasst drei Vertriebssegmente: zum einen das Segment GERRY WEBER Core-Wholesale, welches alle Wholesale-Umsätze der GERRY WEBER Core-Marken (GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON, talkabout) umfasst, das GERRY WEBER Core-Retail-Segment, welches alle Retail-Umsätze mit den GERRY WEBER Core-Marken beinhaltet sowie das HALLHUBER Segment, in dem alle Geschäftsvorfälle im Zusammenhang mit der Marke HALLHUBER gebündelt werden. Im Geschäftsjahr 2015/16 wurde mit dem Verkauf der Halle 30 Ende Oktober 2016 das Segment „Übrige Segmente“, in dem im Wesentlichen die Erlöse und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden im Zusammenhang mit der Renditeimmobilie Halle 30 gebündelt wurden, aufgelöst.

Zum 31. Oktober 2017 setzte sich der Konsolidierungskreis der GERRY WEBER Gruppe aus der GERRY WEBER International AG sowie 38 Tochtergesellschaften im In- und Ausland zusammen.

### Wichtige Geschäftsprozesse und -abläufe

Anders als bei vielen anderen Modeunternehmen umfasst das Geschäftsmodell der GERRY WEBER Gruppe die komplette Wertschöpfungskette. Zu Beginn steht die Entwicklung und das Design der verschiedenen Markenkollektionen. Das Waren- bzw. Merchandisemanagement antizipiert auf Basis der Informationen aus den vergangenen Saisonverläufen den voraussichtlichen Warenbedarf der einzelnen Produktgruppen bis hin zu jedem einzelnen Kollektionsteil. Die nationalen und internationalen Beschaffungsbereiche sind nach Entwicklung der einzelnen Kollektionen für die qualitativ einwandfreie und fristgerechte Fertigung der Ware verantwortlich. Das eigene Logistikzentrum in unmittelbarer Nähe zum Unternehmenssitz in Halle / Westfalen verantwortet nahezu die gesamten Logistikprozesse und kontrolliert den termingerechten Ein- und Ausgang der Waren. Der Vertrieb erfolgt, wie bereits dargestellt, über den eigenen Retail direkt an die Endkundin oder über die Handelspartner im Segment Wholesale. Das reibungslose Zusammenspiel der jeweiligen Abteilungen an den Schnittstellen der Wertschöpfungsstufen ist unabdingbare Voraussetzung für den Erfolg der Unternehmensgruppe. Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere Prozesse weiter zu verbessern. Im Rahmen des Programms FIT4GROWTH wurden im Geschäftsjahr 2015/16 alle bestehenden Prozesse analysiert und, sofern notwendig, neu aufgesetzt. Aufgrund der Implementierung der angepassten Prozesse und Abläufe wurden insgesamt rund 200 Stellen am Unternehmenshauptsitz in Halle / Westfalen eingespart, was im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016/17 zu einer deutlichen Reduzierung der Personalaufwendungen führte.

### Entwicklung der Kollektionen

Bei GERRY WEBER ist Produktentwicklung in erster Linie Teamarbeit. Anders als bei vielen anderen Modeunternehmen bestimmt nicht ein einzelner Designer die Zusammensetzung und den Stil der Kollektionen, sondern ein Team aus Designern, Technikern und Produktmanagern. In den Teams trifft Kreativität und Sinn für Innovationen auf technisches Know-how und eine zahlenbasierte Sicht auf die einzelnen Produkte. Die Designer reisen regelmäßig in die trendweisenden Metropolen, immer auf der Suche nach neuen Trends, neuen



#### Wertschöpfungsprozess



Schnitten, Farben und Ideen. Die Mode der GERRY WEBER Marken passt dabei die bestehenden Trends den Bedürfnissen der jeweiligen Kundenzielgruppe an.

Die Bekleidungstechniker entscheiden gemeinsam mit den Modedesignern, welche Produktidee mit welchen Materialien umgesetzt werden kann. Der für die einzelne Marke und Produktkategorie verantwortliche Produktmanager erstellt die Kalkulation und evaluiert die angestrebte Preislage und den Mengenbedarf jedes einzelnen Produkts. Die Entwürfe der Design-Teams werden dann an unsere hauseigene Schnittabteilung weitergegeben, die die Schnittmuster für die Prototypen erstellt. Durch diese Herangehensweise stellt GERRY WEBER sicher, dass die beauftragten Produktionspartner unsere Fertigungs- und Qualitätsstandards einhalten und der Materialbedarf optimiert wird. Darüber hinaus erlaubt diese Art der Kollektionsentwicklung einen schnellen und einfachen Wechsel der Produktionspartner, während wir gleichzeitig die Kontrolle über unsere eigenen Schnitte und Passformen behalten. Viele der früher manuell durchgeführten Arbeiten können heutzutage durch digitalisierte Prozesse ersetzt werden, die eine schnellere Entwicklung unserer Kollektionen ermöglichen.

Im Gegensatz zu den GERRY WEBER Core-Marken (GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON, talkabout) entwickelt HALLHUBER seine Kollektionen nicht in der Konzernzentrale in Halle / Westfalen, sondern in der HALLHUBER Unternehmenszentrale in München. Der Kollektionsentwicklungsprozess entspricht bei HALLHUBER zu weiten Teilen dem von GERRY WEBER. Lediglich die Beschaffung der Produkte erfolgt nicht über die GERRY WEBER eigenen Beschaffungsbüros, sondern über externe Agenturen. Eine laufende Qualitätskontrolle der Produkte findet sowohl durch interne Spezialisten als auch über externe Prüfinstitute statt, um die hohen Qualitätsansprüche von HALLHUBER zu gewährleisten. Zukünftig soll HALLHUBER jedoch mehr und mehr das Netzwerk der GERRY WEBER Beschaffungsbüros nutzen, um weitere Skalenvorteile realisieren zu können.

#### Warenmanagement / Merchandisemanagement

Im Anschluss an die Kollektionsentwicklung wird im Rahmen des Waren- und Merchandisemanagements festgelegt, welche Artikel in welcher Anzahl, in welchen Größen und für welche Verkaufsflächen produziert werden müssen. Bei der Festlegung werden verschiedene Aspekte und Erfahrungswerte aus der Vergangenheit berücksichtigt. Neben den Vorjahresdaten, die als Basis dienen, werden Trends analysiert und je nach Flächenformat und -größe sowie Absatzregion spezifische Charakteristika wie Farben, einzelne Trends, die mehr oder weniger stark in einer Region ausgeprägt sind, berücksichtigt. Im Wholesale-Segment findet zeitgleich die Vororder mit den Handelspartnern statt. Dabei präsentieren die Vertriebsmitarbeiter mithilfe der Musterkollektionen den Franchise- und Handelspartnern die neue Kollektion, aus der diese dann ihren Warenbedarf für

# 24,4

#### MILLIONEN

Einzelteile der GERRY WEBER Gruppe ergaben im Geschäftsjahr 2016/17 das Produktionsvolumen, wobei 4,5 Mio. Teile auf die Marke HALLHUBER entfielen.

die nächste Saison bestellen. Die Vororder findet in der Regel in einem der 22 Showrooms im In- und Ausland statt. Alternativ besteht die Möglichkeit für unsere Kunden, ihre Order auf einer internetbasierten Bestellplattform aufzugeben.

Ein immer wichtiger werdender Prozessvorgang für unser Warenmanagement sind die sogenannten „Open-to-buy-Limits“. Bei dieser Form der Produktions- bzw. Beschaffungsplanung bestellen die Wareneinkäufer beim Produzenten zunächst nur 80 % des antizipierten Warenbedarfs für eine Kollektion. Für die übrigen 20 % werden die Kapazitäten beim jeweiligen Produzenten vorgehalten, um bei Bedarf Nachbestellungen vornehmen zu können. Auf diese Weise soll nur so viel Ware produziert werden, wie auch am Point-of-Sale verkauft wird, um Überbestände möglichst zu vermeiden.

Die Open-to-buy-Limits sind jedoch nicht nur Mittel zur Vermeidung von Überbeständen, sondern spielen auch eine immer größere Rolle im Rahmen des „In-Season-Managements“. Im Kontext des sich sukzessive verändernden Kundenverhaltens und den oftmals nicht der Saison entsprechenden Wetterbedingungen wird es immer wichtiger, sich schnell auf die sich ständig verändernden Kundenbedürfnisse einstellen zu können. Die Flexibilisierung des Warenmanagements, also eine angepasste Bedarfsplanung, die sich kurzfristig den geänderten Gegebenheiten anpassen kann, ist dabei unerlässlicher Grundbaustein. Im Rahmen des „In-Season-Managements“ können die Open-to-buy-Limits, bzw. die sich daraus ergebenden Kapazitäten für kurzfristig einzusteuern Trendware, für wetterbedingte Änderungen der Bedarfsnachfrage sowie für anlassbezogene Einzelteile genutzt werden.

Neben dem „In-Season-Management“ kommt den Open-to-buy-Limits eine zunehmende Bedeutung bei der Flexibilisierung der Vororder zuteil. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016/17 wurde damit begonnen, zunächst für die Marken TAIFUN und SAMOON den Anteil der Vororderlimite unserer Handelspartner sukzessive von etwa 80 % auf rund 40 % zu senken. Auf diese Weise hat der Wholesalekunde die Möglichkeit, innerhalb des Saisonverlaufes das verbleibende Orderlimit bedarfs- und trendgerecht zu ordern.

### Produktion und Beschaffung

Im Anschluss wird auf Basis der Vorgaben aus dem Warenmanagement und der Oderdaten der Wholesalekunden der Produktionsbedarf für jedes einzelne Produkt festgelegt. Das Produktionsvolumen der GERRY WEBER Gruppe summierte sich im Geschäftsjahr 2016/17 auf rund 24,4 Mio. Einzelteile. Dabei entfielen 4,5 Teile auf die Marke HALLHUBER.

Bei der Beschaffung werden prinzipiell zwei Bezugsarten unterschieden: zum einen die passive Lohnveredelung und zum anderen der Vollkauf. Bei der passiven Lohnveredelung werden alle für das Kleidungsstück notwendigen Zutaten und Einzelteile, wie zum Beispiel Reißverschlüsse, Garne und Knöpfe von der GERRY WEBER Gruppe im Vorfeld eingekauft und für die Fertigung bereitgestellt. Lediglich die eigentliche Fertigung liegt noch in den Händen der externen Produktionspartner. Im Gegensatz zur passiven Lohnveredelung wird beim Vollkauf das gesamte Produkt von unseren Partnern zusammengestellt und auch erstellt. In diesem Fall ist der Produktionspartner nicht nur für die Herstellung, sondern ebenfalls für die komplette Beschaffung der einzelnen Komponenten zuständig. Klare Vorgaben für Obermaterialien und weitere Zutaten sowie die technischen Daten aus der Schnittabteilung bieten dem Produktionspartner dabei die Rahmenvorgaben. Anders als GERRY WEBER Core mit den Marken GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON und talkabout bezieht HALLHUBER seine Ware ausschließlich über das Modell Vollkauf in Zusammenarbeit mit darauf spezialisierten Agenturen. Aufgrund der heute notwendigen Schnelligkeit bei der Entwicklung der Kollektionen wird auch der GERRY WEBER Core-Bereich zunehmend die Ware im Zuge des Vollkaufes beziehen.

Die Kosteneffizienz und Schnelligkeit der Beschaffungsstrukturen sind maßgebliche Aspekte des Unternehmenserfolges. Die GERRY WEBER Gruppe hat ein eigenes international ausgerichtetes Beschaffungs-Team, welches die Auswahl der für uns idealen Produktionspartner steuert. Dabei achtet das Team neben der Einhaltung unserer hohen Qualitätsansprüche und Social Compliance-Vorgaben auf notwendige Kapazitäten und insbesondere auf wettbewerbsfähige Preise. Vor Aufnahme in den GERRY WEBER Lieferantenpool müssen sich alle Produktionspartner umfangreichen Kontrollen unterziehen, um sicherzustellen, dass sie unseren Auswahlkriterien genügen. Im Vordergrund steht bei den produktionstechnischen Kriterien für unsere Lieferanten immer die Einhaltung unserer hohen Qualitäts- und Verarbeitungsstandards, das Qualitätsbewusstsein unserer Produktionspartner im Rahmen des Produktionsprozesses und die Qualität der verwendeten Materialien. Bei der Qualität und Verarbeitung der verwendeten Materialien und Zutaten achten wir genau auf die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und Standards. Aus diesem Grund vertrauen wir nicht nur international renommierten Prüfinstituten, sondern verfügen außerdem über ein hausinternes Labor in Halle / Westfalen, in dem wir stichprobenartig die Waren kontrollieren. Ein weiteres, ebenfalls sehr wichtiges Auswahlkriterium für einen potenziellen Lieferanten ist die termingerechte Lieferung

der Ware. Eine pünktliche Lieferung der Ware zum vereinbarten Zeitpunkt ist für uns unerlässlich. Neben den produktionstechnischen Parametern müssen unsere Produktionspartner auch GERRY WEBER spezifische Auswahlkriterien im Rahmen unserer Sozial- und Umweltstandards erfüllen. Zusätzlich zu unserer Mitgliedschaft bei der weltweit anerkannten Business Social Compliance Initiative (amfori BSCI) führen wir Prüfungen nach unseren eigenen Maßstäben durch. Auf diese Weise werden ausschließlich Produktionspartner ausgewählt, die durch die Social Compliance-Abteilung überprüft wurden und damit unseren Ansprüchen hinsichtlich der Einhaltung der Sozial- und Umweltstandards gerecht werden. Zusätzlich zu den genannten Aspekten zählen zudem Seriosität, Reputation und Bonität zu unseren Kriterien bei der Lieferantenauswahl.

Unser globales Netzwerk an Produktionspartnern und Lieferanten ermöglicht es uns, in Abhängigkeit von Produkt, Material sowie den benötigten Volumina zu entscheiden, welcher Lieferant welchen Auftrag erhält. Wir können unsere Ware daher entsprechend flexibel und kosteneffizient beziehen. Mit unseren eigenen Mitarbeitern in unseren Beschaffungsbüros vor Ort in Shanghai, Istanbul und Bangkok können wir die Einhaltung der hohen Qualitätsstandards sowie die Arbeitsbedingungen regelmäßig überprüfen.



**PROZENT**  
unserer Produkte werden  
in Europa gefertigt.

Im Geschäftsjahr 2016/17 wurden für die GERRY WEBER Core-Marken (GERRY WEBER TAIFUN, SAMOON und talkabout) rund 74,3 % (Vorjahr: 71,1 %) der Ware als Vollkaufware und rund 25,7 % (Vorjahr: 28,9 %) in Form der passiven Lohnveredelung (PLV) bezogen. Nahezu die gesamte PLV-Ware wird in Osteuropa, und dort vor allem in Bulgarien, Mazedonien und der Ukraine, gefertigt. Damit liegt der Produktionsanteil (Vollkauf und PLV), der in Osteuropa bezogen wird, bei insgesamt 24,2 % (Vorjahr: 28,7 %). Mit rund 48,2 % (Vorjahr: 46,3 %) der Ware ist Asien Hauptbezugsregion der GERRY WEBER Core-Marken. Dort liegen die Schwerpunkte in China, Sri Lanka, Indien und nach Auditierung neuer Produktionspartner auch in Bangladesch. Aus der Türkei stammen 21,3 % (Vorjahr: 23,8 %) der Waren. Die verbleibenden 6,3 % (Vorjahr: 4,3 %) werden in Westeuropa und Nordafrika gefertigt. Die bedeutendsten Produktionsländer für HALLHUBER sind China (34,1 %, Vorjahr: 39,4 %) und die Türkei mit 36,7 % (Vorjahr: 32,7 %) Anteil am gesamten Produktionsvolumen. In Europa werden 20,0 % (Vorjahr: 21,6 %) der HALLHUBER Waren produziert.

### Logistik

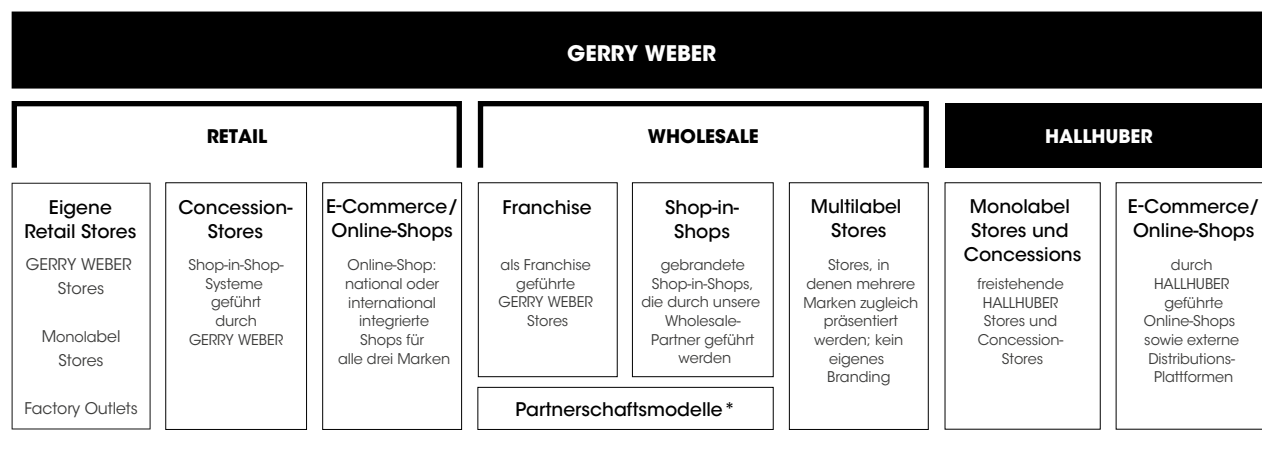
In der Vergangenheit nutzte die GERRY WEBER Gruppe überwiegend die Kapazitäten externer Dienstleister zur Abwicklung der Logistikprozesse. In insgesamt acht Lagern, die jeweils auf Hänge-, Liege-, Outlet- oder Onlineware spezialisiert waren, wurde die gesamte Transportvorbereitung, die Lagerhaltung, die Aufbereitung und Kommissionierung der Ware sowie der

Versand an die einzelnen Verkaufspunkte durchgeführt. Ende 2016 wurde das neue GERRY WEBER Logistikzentrum in Betrieb genommen. Das neue Multichannel-Lager ist genau auf die Bedürfnisse des Mehrmarkenkonzerns und seine Vertriebsstrukturen ausgerichtet. Aus den früher acht, hinsichtlich Spezialisierung und Verortung sehr heterogenen Logistikzentren (von GERRY WEBER Core und HALLHUBER), wurde ein gemeinsames Multichannel-Lager für alle Vertriebskanäle. Lediglich der Online-Handel ist noch nicht in das neue Lager integriert. Spätestens 2020 sollen jedoch alle Prozesse aus dem Lager in unmittelbarer Nähe zum Unternehmenshauptsitz in Halle / Westfalen abgewickelt werden. So kann aufgrund des einen, allumfassenden Lagerbestandes die Entscheidung, in welchen Vertriebskanal die Ware schließlich fließen soll, im letzten Moment vor der Auslieferung getroffen werden. Auf diese Weise können bislang entgangene Umsatzpotenziale, resultierend aus der früher nach den einzelnen Vertriebskanälen separierten Verfügbarkeit nun gehoben werden. Dank des hohen Automatisierungsgrads im neuen Logistikzentrum wurden ferner die Logistikkosten pro Stück deutlich reduziert.

Um das volle Potenzial des Multichannel-Lagers zu nutzen, ist die von uns 2010 eingeführte Radiofrequenz-Identifikationstechnologie (RFID) von zentraler Bedeutung. Sie bildet die Basis für die Automatisierung des Lagers. Alle Produkte werden bereits im Rahmen des Fertigungsprozesses durch einen in das Pflegetikett integrierten RFID-Mikrochip mit einer eindeutigen Produktnummer gekennzeichnet. Durch spezielle Lesegeräte im Lager aber auch in den Läden kann diese Produktnummer erfasst und ausgewertet werden. Entsprechend schnell und einfach können Waren bei der Anlieferung in das Multichannel-Lager identifiziert, auf Vollständigkeit kontrolliert und voll automatisch an ihren Platz im Lager transportiert werden. Durch die RFID-Technologie erhöht sich nicht nur die



### Vertriebskanäle



\* teilweise Übernahme der Flächenbestückung durch GERRY WEBER



# 3.589

## GERRY WEBER Core-Verkaufsflächen weltweit

Transparenz innerhalb des Logistikprozesses, sondern es ist auch eine genauere Bestandsgenauigkeit und damit auch eine schnellere Warenversorgung am Point-of-Sale gegeben. Nach dem Verkauf des Artikels wird der Mikrochip entweder an der Kasse deaktiviert bzw. entfernt oder er wird durch einige Waschgänge zerstört. Durch seine gute Sichtbarkeit am Pflegeetikett kann die Kundin den RFID-Chip auch jederzeit selber entfernen.

### Vertriebs- und Absatzkanäle

Die GERRY WEBER Gruppe vertreibt ihre Modekollektionen über drei Haupt-Vertriebskanäle, die gleichzeitig auch die Segmenteinteilung der GERRY WEBER Gruppe abbilden. Im Bereich des Wholesale-Segments beliefern wir die Handelspartner mit unseren Kollektionen der GERRY WEBER Core-Marken GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON und talkabout. Im Retail-Segment werden die Kollektionen der GERRY WEBER Core-Marken (außer talkabout) über von uns in Eigenregie geführte Verkaufsflächen und Online-Shops direkt an die Endkundin vertrieben. Schließlich bildet HALLHUBER, unsere vollvertikale Marke mit ausschließlich eigenen Retail-Verkaufsflächen und Online-Shops, die dritte Säule unserer Vertriebsstruktur, bzw. das dritte Segment der GERRY WEBER Gruppe. Aufgrund der operativen Steuerung und zur besseren Transparenz weisen wir die HALLHUBER Ergebnisse separat in einem eigenen Segment aus.

Das **GERRY WEBER Core-Retail-Geschäft** umfasst alle in Eigenregie geführten Verkaufsflächen und Online-Shops der GERRY WEBER Core-Marken (außer talkabout). Dazu gehören neben den GERRY WEBER Stores die Monolabel Stores der Marken TAIFUN und SAMOON sowie GERRY WEBER EDITION, die Concession-Flächen und Outlet-Stores sowie die eigenen Online-Shops. Zukünftig wird die neue Marke gr[8]ful, die im

Frühjahr 2018 auf den Markt gebracht werden soll, ausschließlich über einen eigenen Online-Shop vertrieben. Charakteristisch für den eigenen Retail sind neben eigenen Flächen auch eigenes Personal sowie das volle Warenrisiko. Dem gegenüber stehen eine bessere Kontrolle über den Warenfluss, eine einwandfreie Markendarstellung sowie, bei planmäßigen Umsätzen, eine höhere Marge. Der Anteil des GERRY WEBER Core-Retails am Konzernumsatz betrug im Geschäftsjahr 2016/17 44,5 %.

Im Dezember 1999 wurde in Bielefeld der erste eigene GERRY WEBER Store eröffnet. Zum Ende des Berichtszeitraumes am 31. Oktober 2017 bestanden im Rahmen des Retail-Segmentes 850 (Vorjahr: 924) in Eigenregie geführte Verkaufsflächen der GERRY WEBER Core-Marken im In- und Ausland. Im Durchschnitt beträgt die Verkaufsfläche eines GERRY WEBER Stores etwa 200 qm. Je nach Größe und Lage der Verkaufsfläche werden dort alle GERRY WEBER Core-Marken (bis auf talkabout und gr[8]ful) angeboten. In den kleineren Monolabel Stores mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von rund 100 qm werden jeweils die Marken TAIFUN und SAMOON präsentiert.

Im Rahmen des Programms zur Neustrukturierung FIT-4GROWTH wurden im Zusammenhang mit dem Baustein „Retail optimieren“ eigene Retail Stores geschlossen, die hinsichtlich ihrer Profitabilität die Rentabilitätsziele der GERRY WEBER Gruppe nicht erfüllten oder für die keine Zukunftsperspektive gesehen wurde. Insgesamt wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr 68 eigene Verkaufsflächen geschlossen nachdem im Vorjahr bereits 75 der 103 fest geplanten Stores geschlossen wurden. Neben den 103 fest definierten Schließungen standen rund 50 Stores auf einer Beobachtungsliste, von denen wir aufgrund des allgemeinen Marktumfeldes und der individuellen Performance nun weitere 40 Flächen geschlossen haben. Damit betrug die Anzahl an GERRY WEBER Stores zum Ende des Geschäftsjahres 454 nach 487 im Vorjahr. Daneben betrug die Anzahl an Monolabel Stores der Marken TAIFUN, SAMOON und GERRY WEBER EDITION 79 nach 107 im Vorjahr. Neben den GERRY WEBER Stores und den Monolabel Stores zählen auch 36 (Vorjahr: 35) Factory Outlets sowie 281 (Vorjahr: 295) Concession-Flächen zum GERRY WEBER Core-Retail-Geschäft. Concession-Flächen sind in Eigenregie geführte Shop-in-Shops, die

wir mit eigenem Personal ausstatten und bei denen wir die Warensteuerung vollständig kontrollieren. Die Miete ist in den meisten Fällen umsatzabhängig, wodurch der Fixkostenanteil insgesamt geringer wird. Die Concession-Flächen befinden sich hauptsächlich in großen Warenhäusern im In- und Ausland, wie etwa bei unserem spanischen Partner „El Corte Inglés“ oder in „Galeria Kaufhof“ Filialen.

| SEITE | Anzahl der Verkaufsflächen in den einzelnen Vertriebskanälen | 31.10.2017   | 31.10.2016   |
|-------|--------------------------------------------------------------|--------------|--------------|
|       |                                                              |              |              |
| 69    | <b>GERRY WEBER Core-Retail</b>                               |              |              |
|       | GERRY WEBER Stores                                           | 454          | 487          |
|       | Monolabel Stores                                             | 79           | 107          |
|       | Concession-Flächen                                           | 281          | 295          |
|       | Factory Outlets                                              | 36           | 35           |
|       |                                                              | <b>850</b>   | <b>924</b>   |
|       | <b>GERRY WEBER Core-Wholesale</b>                            |              |              |
|       | GERRY WEBER Franchise Stores                                 | 266          | 269          |
|       | Shop-in-Shops                                                | 2.482        | 2.396        |
|       |                                                              | <b>2.748</b> | <b>2.665</b> |
|       | <b>HALLHUBER</b>                                             |              |              |
|       | HALLHUBER Monolabel Stores                                   | 140          | 138          |
|       | HALLHUBER Concession-Stores                                  | 240          | 188          |
|       | HALLHUBER Outlets                                            | 17           | 16           |
|       |                                                              | <b>397</b>   | <b>342</b>   |



## HALLHUBER Verkaufsflächen in Europa

Ebenfalls zum GERRY WEBER Core-Retail-Geschäft zählen die Umsätze der GERRY WEBER Core-Marken, die über die eigenen Online-Shops erzielt werden. Im März 2017 fand der Relaunch der GERRY WEBER Core-Shops für die Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON statt. Durch das neue, zeitgemäßere Look-and-Feel und die eigenständigere Präsentation der Marken konnte das Markenbild der einzelnen Marken weiter geschärft und noch gezielter auf ihre jeweilige Zielgruppe abgestimmt werden. Der erfolgte Relaunch der Online-Shops der Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON zeigte bereits im Geschäftsjahr 2016/17 positive Resultate. Der Online-Umsatz erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 9,5 % auf EUR 28,6 Mio.

Im Rahmen des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH (Baustein „Retail optimieren“) ist die zunehmende Digitalisierung der Vertriebskanäle ein zentrales Ziel. Mit dem Relaunch des Online-Shops der GERRY WEBER Core-Marken und der damit verbundenen Verbesserung der Online-Serviceleistungen wurde die Basis für die fortschreitende Digitalisierung aller Vertriebskanäle gelegt. Ein weiteres wichtiges Ziel, an dem die GERRY WEBER Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr gearbeitet hat, ist die zunehmende Verzahnung der stationären und der online Vertriebskanäle. Die Kundin muss die Möglichkeit haben, selber zu wählen, wo und wie sie das Produkt kaufen möchte, wie sie es zugeschickt bekommt, bzw. wo sie es abholen möchte. Gleiches gilt für die Retouren: Neben der Abgabe der zu retournierenden Ware im Store muss ebenso die Möglichkeit bestehen, die Ware per Post zurückzuschicken. Die HALLHUBER Kundinnen haben das in den HALLHUBER Monolabel Stores bereits eingeführte Click & Collect-System sehr gut angenommen. Als rein vertikaler Modeanbieter führt HALLHUBER alle seine Verkaufsflächen in Eigenregie, mit eigenem Personal und mit unabhängiger Warensteuerung. Zum 31. Oktober 2017 betrieb HALLHUBER insgesamt 140 Monolabel Stores, 240 Concession-Flächen und 17 Outlets. Neben den stationären Geschäften vertreibt HALLHUBER seine Ware über fünf unternehmenseigene



Online-Shops in Deutschland, der Schweiz, Österreich, Frankreich, und Großbritannien. Darüber hinaus sind die HALLHUBER Produkte bei insgesamt 15 weiteren externen Plattformen, wie z. B. bei Amazon, Otto, Zalando oder House of Fraser in Großbritannien erhältlich. Der Online-Anteil am Gesamtumsatz betrug bei HALLHUBER im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016/17 10,4 % (+13,4%).

Eine umfassende Übersicht des Retail-Store-Portfolios, also der in Eigenregie geführten Verkaufsflächen der GERRY WEBER Gruppe nach Regionen kann der folgenden Tabelle entnommen werden.

| In Eigenregie geführte Verkaufsflächen nach Land / Region | Summe        | davon GWI Core | davon HALLHUBER |
|-----------------------------------------------------------|--------------|----------------|-----------------|
| Deutschland                                               | 812          | 545            | 267             |
| Österreich                                                | 52           | 36             | 16              |
| Niederlande                                               | 112          | 105            | 7               |
| Belgien                                                   | 47           | 29             | 18              |
| Skandinavien                                              | 46           | 38             | 8               |
| Osteuropa                                                 | 20           | 20             | 0               |
| Spanien                                                   | 50           | 50             | 0               |
| UK & Irland                                               | 63           | 26             | 37              |
| Schweiz                                                   | 42           | 0              | 42              |
| Italien                                                   | 2            | 1              | 1               |
| Luxemburg                                                 | 1            | 0              | 1               |
| <b>Summe</b>                                              | <b>1.247</b> | <b>850</b>     | <b>397</b>      |

Das **Wholesale-Segment** umfasst das Geschäft mit unseren externen Handelspartnern. Im Wholesale-Geschäft bestellen unsere Handels- und Franchise-Partner Ware aus unseren Kollektionen und verkaufen diese auf ihren eigenen Verkaufsflächen an die Endkundin weiter. Insgesamt drei Vertriebsbausteine – die GERRY WEBER Stores, die von Franchise-Partnern geführt werden, die Shop-in-Shop-Flächen bei unseren Handelspartnern sowie das sogenannte Multilabel-Geschäft – umfasst das GERRY WEBER Wholesale-Segment. Zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres 2016/17 wurden 266 GERRY WEBER Stores durch Franchise-Partner geführt (Vorjahr: 269). Diese Geschäfte haben dieselbe Kennzeichnung und Innenausstattung wie unsere eigenen GERRY WEBER Stores, sodass die Kundin keinen Unterschied zwischen den beiden Vertriebsformen erkennen kann. Bei den Shop-in-Shop-Flächen handelt es sich um Verkaufsflächen bei unseren Handelspartnern, die durch den Ladenbau und die allgemeine Gestaltung eindeutig der jeweiligen Marke zugeordnet werden können. Diese Verkaufsflächen werden im Gegensatz zu den Concession-Flächen, die ebenfalls auf den Verkaufsflächen der Handelspartner zu finden sind, auch durch selbige betrieben. Damit liegen sowohl das Personal- wie auch das Warenrisiko bei den Handelspartnern. Im Gegensatz zu den Shop-in-Shops kennzeichnet die Multilabel-Flächen keine eigene Markendarstellung. Vielmehr handelt es sich hierbei um klassische Einzelhändler, die mehrere Marken vertreiben. Die Anzahl der Shop-in-Shops betrug zum 31. Oktober 2017 2.482 nach 2.396 Shop-in-Shops im Vorjahr. 560 dieser Stores befinden sich im Ausland (Vorjahr: 550).

Eine Übersicht der Franchise-Partner nach Regionen entnehmen Sie bitte der folgenden Übersicht.

| Franchise-Partner pro Land / Region | GWI Core 31.10.2017 | GWI Core 31.10.2016 |
|-------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Russland                            | 55                  | 59                  |
| Deutschland                         | 52                  | 55                  |
| Mittlerer Osten                     | 35                  | 31                  |
| Schweiz                             | 25                  | 24                  |
| Osteuropa                           | 25                  | 20                  |
| Frankreich                          | 13                  | 18                  |
| Baltische Staaten                   | 14                  | 13                  |
| BeNeLux                             | 11                  | 11                  |
| Polen                               | 6                   | 7                   |
| Italien                             | 4                   | 5                   |
| Österreich                          | 4                   | 4                   |
| Sonstige                            | 22                  | 22                  |
| <b>Summe</b>                        | <b>266</b>          | <b>269</b>          |

Im Zuge der zunehmenden **Vertikalisierung** auch des **Wholesale-Segmentes** wird die Auswahl der Kollektionsteile bzw. die Warensteuerung zunehmend den GERRY WEBER Experten überlassen. Das umfangreiche Know-how unserer Inhouse-Spezialisten auf Basis der Informationen von einer Vielzahl von internen und externen Datenschnittstellen erlaubt es uns, eine auf die jeweilige Fläche angepasste Flächenbestückung zu realisieren. Ziel ist es, die aus der Abverkaufsanalyse gewonnenen Erkenntnisse sowohl für die stetige Optimierung der Kollektionen zu nutzen als auch die Vertikalisierung des Wholesale-Geschäfts voranzutreiben. Dies ermöglicht uns neben der verbesserten Preisgestaltung auch eine größere Kontrolle über die Warensteuerung auf der Fläche. Im Zuge der Einführung von Partnerschaftsmodellen mit verbesserten Service-Leistungen für unsere Wholesalekunden wurde für ausgewählte Partner auch ein Teil des Warenrisikos auf GERRY WEBER übertragen. Das bedeutet, dass, in Abhängigkeit ihres jeweiligen Partnerstatus, Wholesale-Partner einen Teil der am Ende einer Saison nicht verkauften Ware zurück an GERRY WEBER geben können. Besagte Ware wird in der Folge über die eigenen GERRY WEBER Outlets weiterverkauft. Durch die eingeführten Partnerschaftsmodelle wird

10,4

## PROZENT

des HALLHUBER Umsatzes  
wurde Online generiert.

nicht nur die Präsentation der Kollektionen am Point-of-Sale optimiert, sondern die Modelle führen auch zu einer verbesserten Preisgestaltung und somit zu höheren Erträgen für beide Partner.

### Online-Geschäft

Die GERRY WEBER Core-Marken werden über eigene Online-Shops aber auch über externe Plattformen vertrieben. Dabei wird der Umsatz, der über die eigenen Shops generiert wird, dem Core Retail-Geschäft zugerechnet. Darüber hinaus nutzt GERRY WEBER Core auch vermehrt externe Online-Plattformen wie Otto, Amazon oder Zalando bzw. digitale Vertriebskanäle wie Shopping-Fernsehskanäle. Da hier die Plattformkunden die Ware bei uns einkaufen, werden diese Umsätze dem Wholesale-Segment zugerechnet. Der Umsatz der GERRY WEBER Core-Marken, der online generiert wurde, betrug im Geschäftsjahr 2016/17 EUR 31,5 Mio., was etwa 8% des GERRY WEBER Core-Umsatzes entspricht.

Auch HALLHUBER vertreibt seine Kollektionen neben den stationären Geschäften ebenfalls online. Mittlerweile bestehen eigene Online-Shops in Deutschland, der Schweiz, Österreich, Frankreich und Großbritannien. Darüber hinaus sind die HALLHUBER Produkte auch über 15 externe Plattformen, u. a. bei Amazon, Otto, Zalando oder House of Fraser zu erwerben.

Im Unterschied zu GERRY WEBER Core nutzt HALLHUBER dabei die sogenannten Marktplatzmodelle dieser Plattformen und ist somit für die Belieferung, die Abwicklung und das Retourenmanagement selbst verantwortlich. Diese Online-Modelle entsprechen somit einem vertikalen Vertriebsmodell und werden dementsprechend den eigenen Online-Stores zugerechnet. Insgesamt betrug der von HALLHUBER online generierte Umsatz im Geschäftsjahr 2016/17 EUR 20,1 Mio. Dies entspricht einem Online-Anteil am Gesamtumsatz von 10,4%.

Ende März 2017 fand der Relaunch der GERRY WEBER Core-Shops für die Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON statt. Durch das neue, zeitgemäßere Look-and-Feel und die eigenständigere Präsentation der Marken konnte das Image der einzelnen Marken weiter geschärft und noch gezielter auf die jeweiligen Zielgruppen abgestimmt werden. Der erfolgte Relaunch der Online-Shops der Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON zeigte bereits im abgelaufenen Geschäftsjahr positive Resultate. Der Umsatz erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 9,5% auf EUR 28,6 Mio.

Auch bei dem Plattform-Geschäft zeigen sich erste erfreuliche Erfolge. Der Online-Umsatz des GERRY WEBER Core-Bereiches, der mit externen Plattformen sowie Shoppingkanälen generiert wird, verdoppelte sich nahezu im Jahresvergleich von EUR 1,8 Mio. auf nunmehr EUR 2,9 Mio. Dies alles sind wichtige Schritte auf dem Weg zu unserem Ziel der Verdoppelung unseres Online-Umsatzes im Vergleich zum Geschäftsjahr 2016/17 auf EUR 100,0 Mio. bis zum Jahr 2020. Die neue Premium-Online-Marke gr[8]ful, die im Frühjahr 2018 eingeführt werden soll, ist dabei ein wesentlicher Baustein unserer Online-Strategie. Mehr zu unserer Digitalisierungsstrategie und den Ausbau des Online-Geschäfts lesen Sie auf der Seite 74 dieses Geschäftsberichts.

## Strategie und Ziele

Das Marktumfeld für den Modehandel ist unverändert herausfordernd. Die Kundenfrequenzen in den Innenstädten und Shopping Malls verharren auf einem sehr niedrigen Niveau und andere Produkte und Dienstleistungen wie z. B. elektronische Geräte, Möbel oder Ausgaben für Freizeitaktivitäten haben Kleidung als einen der Hauptausgabefaktoren der Konsumenten abgelöst. Strukturelle Marktveränderungen wie der zunehmende Verkauf von Mode und Accessoires über digitale Kanäle wie den Online-Handel oder Teleshopping führen zur Notwendigkeit von tiefgreifenden Veränderungen innerhalb der Branche.

Die GERRY WEBER Gruppe hat bereits frühzeitig begonnen, ihr Geschäftsmodell auf die veränderten Marktgegebenheiten und Kundenverhalten auszurichten, um das langfristige und profitable Wachstum der GERRY WEBER zu sichern. Entsprechend hat der Vorstand Strategien definiert und größtenteils bereits mit der Umsetzung begonnen, die sowohl unser Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH als auch die definierten Handlungsfelder zur strategischen Weiterentwicklung der GERRY WEBER Gruppe widerspiegeln.

Im Fokus unsers Handelns steht die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden. Attraktive Kollektionen, ein profitables und ausgewogenes Vertriebsnetz sowie höchste Serviceleistungen gewährleisten das nachhaltige und profitable Wachstum der GERRY WEBER Gruppe. Wir haben drei strategische Handlungsfelder definiert, um unsere Ziele zu erreichen und dies auch zukünftig zu gewährleisten.

1. Modernisierung und Schärfung der Markenprofile, insbesondere der GERRY WEBER Core-Marken, verbunden mit der stetigen Weiterentwicklung unserer Kollektionen und der Sortimentsgestaltung
2. Konsequente Weiterentwicklung und Optimierung aller Vertriebskanäle
3. Digitalisierung des Geschäftsmodells

Zur Verbesserung der nachhaltigen Profitabilität der GERRY WEBER Gruppe begleitet die Fortführung unseres konsequenten Kostenmanagements die Umsetzung der drei strategischen Handlungsfelder.



## STRATEGIE / ZIELE

**MODERNISIERUNG UND SCHÄRFUNG DER MARKENPROFILE,**  
 INSBESONDERE DER GERRY WEBER CORE-MARKEN, VERBUNDEN  
 MIT DER STETIGEN WEITERENTWICKLUNG UNSERER KOLLEKTIONEN  
 UND DER SORTIMENTSGESTALTUNG  
 KONSEQUENTE BEDARFSGERECHTE WEITERENTWICKLUNG UND  
 OPTIMIERUNG ALLER VERTRIEBSKANÄLE  
**STEIGERUNG DER PROFITABILITÄT DES GERRY WEBER CORE  
 RETAIL-BEREICHES**  
**DIGITALISIERUNG** DES GESCHÄFTSMODELLS  
**KONTROLLIERTES WACHSTUM** UND STEIGERUNG DER NACH-  
 HALTIGEN PROFITABILITÄT VON HALLHUBER  
**PROZESS- UND KOSTENOPTIMIERUNG** ALS ANHALTEND  
 UNTERNEHMERISCHE HERAUSFORDERUNG

### Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH mit Ende des Geschäftsjahres 2016/17 abgeschlossen

Das im Februar 2016 bekanntgegebene Programm zur Neuausrichtung des GERRY WEBER Core-Bereiches haben wir zum Ende des Berichtszeitraumes erfolgreich abgeschlossen. Alle definierten Maßnahmen im Rahmen von FIT4GROWTH wurden innerhalb des festgelegten Zeitrahmens erfolgreich umgesetzt. Ziel des Programmes war, neben der Reduzierung der Kostenbasis vor allem die Schaffung der notwendigen Voraussetzung, um die GERRY WEBER Gruppe mittelfristig wieder auf den Pfad des profitablen Wachstums zu führen. Eine ausführliche Darstellung der durchgeführten Maßnahmen und die damit verbundenen Erfolge können diesem Lagebericht auf Seite 76 entnommen werden.

Nach Abschluss des nahezu zweijährigen Transformationszeitraumes hat das Management der GERRY WEBER Gruppe die bereits genannten Handlungsfelder definiert, um nachhaltiges Umsatzwachstum und eine verbesserte Profitabilität zu gewährleisten. Dabei wurden für die einzelnen Marken und Vertriebskanäle detaillierte Maßnahmen und Ziele heruntergebrochen, um die individuellen Potenziale der verschiedenen Marken bestmöglich zu nutzen.

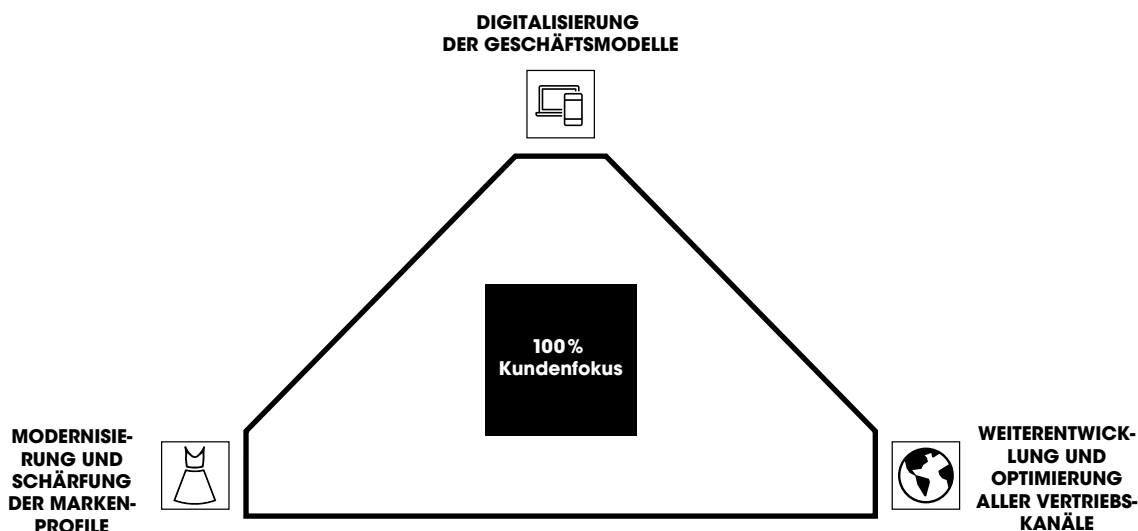
### Modernisierung und Schärfung der Markenprofile, insbesondere der GERRY WEBER Core-Marken, verbunden mit der stetigen Weiterentwicklung unserer Kollektionen

Um unsere Marken GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON, talkabout und HALLHUBER nachhaltig zu stärken und sie eigenständiger am Markt agieren lassen zu können, wurden Strategische Geschäftseinheiten gebildet. Ziel ist es, die Marken und Kernprodukte des Konzerns stärker in den Vordergrund zu rücken sowie den Verantwortlichen ein Höchstmaß an Entscheidungshoheit zu geben, um sich individuell an den Bedürfnissen ihrer Zielkundengruppe ausrichten zu können. Insgesamt wurden drei Strategische Geschäftseinheiten gebildet: GERRY WEBER (inklusive talkabout), TAIFUN gemeinsam mit SAMOON sowie HALLHUBER.

Unsere Marken zeichnen sich durch eine klare Markt-, Kunden- und Preispositionierung aus. Mit den Markenfamilien, GERRY WEBER (inklusive talkabout), TAIFUN und SAMOON sowie HALLHUBER sind wir im oberen Mittelpreissegment positioniert. Unsere Zielgruppe ist dabei die modebewusste Frau, die Wert auf attraktives und trendorientiertes Design, verbunden mit hoher Qualität und einer exzellenten Passform legt. Neben diesen Gemeinsamkeiten zeichnen sich die einzelnen Marken durch ihre jeweils ganz individuelle Handschrift bzw. Modeaussage aus. Während HALLHUBER tendenziell die Kundin ab 20 Jahren anspricht, richtet sich die Mode von TAIFUN an die Kundin ab Mitte 30. Die Zielgruppe der GERRY WEBER Marken entspricht der modebewussten Frau ab 40 Jahren. Ergänzt wird das Markenportfolio durch SAMOON, ausgerichtet auf die Kundin mit Anschlussgröße jeden Alters. Mit talkabout haben wir seit August 2016 eine zeitgemäße, individuelle und



## STRATEGISCHE HANDLUNGSFELDER



22,1

**PROZENT**

beträgt der Anteil  
von HALLHUBER am  
Konzernumsatz.

sinnliche Marke exklusiv für und in Zusammenarbeit mit dem Wholesale eingeführt.

**Markenfamilie GERRY WEBER**

Mit einem Anteil von 57,8% (Vorjahr: 59,6%) erwirtschaftet die Markenfamilie GERRY WEBER den größten Anteil am Konzernumsatz. Innerhalb der Markenfamilie steht GERRY WEBER Collection für eine anspruchsvolle und feminine Kombi-Kollektion, die dem Bedürfnis der Kundin nach perfekt aufeinander abgestimmten Farb- und Formkombinationen nachkommt.

GERRY WEBER Collection wird ergänzt durch die Sublabels GERRY WEBER EDITION und GERRY WEBER Casual. GERRY WEBER EDITION besteht im Gegensatz zu GERRY WEBER Collection aus sportiveren Einzelteilen in den Kategorien Strick, Shirt, Bluse, Hose, Rock und Outdoor. GERRY WEBER Casual mit seinem natürlichen und lässigen Chic, bietet Outfits aus natürlichen Materialien für jeden Tag. Somit bietet die Markenfamilie GERRY WEBER der stilsicheren Kundin ab 40 Jahre Mode für jeden Kaufanlass. Gemeinsam ist allen Kollektionen die hohe Qualität der Produkte, verbunden mit einer perfekten Passform und einem hohen Tragekomfort.

In den letzten beiden Geschäftsjahren ist der Anteil der Markenfamilie GERRY WEBER am Konzernumsatz zurückgegangen. Insbesondere das Sublabel Collection verzeichnete deutliche Umsatzrückgänge. Teilweise entsprach die Ausrichtung und der Modegrad der Kollektionen nicht mehr den Erwartungen unserer Kundinnen. Vor diesem Hintergrund haben wir die Marke GERRY WEBER Collection modernisiert und an den aktuellen Kundenansprüchen ausgerichtet. Präsentiert wurde die modernisierte und inspirierende Kollektion durch eine neue Imagekampagne mit dem Supermodel der Neunzigerjahre Eva Herzigova.

Eine weitere strategische Maßnahme ist die Ausweitung des Sublabels GERRY WEBER Casual. Dem derzeitigen Trend nach legerer und sportlicher Mode entsprechend, wird der Casual-Anteil in unseren eigenen Geschäften aber auch bei unseren Facheinzelhandelspartnern weiter ausgebaut werden.

GERRY WEBER Casual verarbeitet überwiegend natürliche Materialien wie Baumwolle oder Cashmere. Einzelteile werden z. B. aus reiner Bio-Baumwolle gefertigt, deren Ursprung bis hin zur Verarbeitung über ein Online-Portal [www.remei.ch](http://www.remei.ch) nachvollzogen werden kann.

Die Fokussierung des Sublabels EDITION wird auch weiterhin auf außergewöhnlichen Einzelteilen liegen. Dabei stehen individuelle Einzelteile aus hochwertigen und funktionalen Materialien wie z. B. Gore-Tex für Outdoor-Jacken im Vordergrund. Ergänzt werden diese Neuerungen durch eine moderne und kundenorientierte Präsentation der Kollektionen in allen Vertriebskanälen, sei es am Point-of-Sale oder im Online-Shop. Die dargestellten Maßnahmen sollen zu einer Stabilisierung des Umsatzes der Markenfamilie GERRY WEBER führen.

**Marke TAIFUN**

Mit einem Umsatzanteil von 15,6% (Vorjahr: 15,5%) steht TAIFUN für urbane Mode für die selbstbewusste Frau ab Mitte 30. Die Ausrichtung von TAIFUN ist feminin und ein gelungener Mix aus formeller, berufsbezogener und freizeitorientierter Mode, die verschiedene Stile kombiniert ohne die eigene Handschrift zu verlieren.

Aufgrund der zunehmenden Nachfrage der TAIFUN Kollektionen soll die Marke zukünftig weiter ausgebaut sowie eigenständiger und in urbanerem Umfeld präsentiert werden. Zur Präsentation der eigenen, individuellen TAIFUN Stilwelt wurde bereits im letzten Geschäftsjahr ein neues Store-Konzept erarbeitet, welches das bisherige Konzept schrittweise ablösen wird. Die Planung sieht insbesondere eine Ausweitung der TAIFUN Shop-in-Shop-Flächen bei unseren Wholesale-Partnern vor. Erweitert werden die TAIFUN Kollektionen durch außergewöhnliche Kapselkollektionen z. B. Einzelteile aus dem Bereich „Athleisure“ und schmückende Accessoires. TAIFUN spricht eine jüngere, online-affine Zielgruppe an, die es ermöglicht, die Marke zunehmend digital zu positionieren. Die Loslösung vom GERRY WEBER Online-Shop und der individuelle Markenauftritt unter einer eigenen Domain im März 2017 stellt dabei einen wesentlichen Schritt zu Digitalisierung der Marke dar. Für Marketingmaßnahmen, Kampagnen oder Blogs sollen überwiegend soziale Medien genutzt werden, um die online-affine Kundengruppe direkt und individueller anzusprechen. Ziel für das Geschäftsjahr 2017/18 ist es, den Umsatz der Marke TAIFUN, trotz des schwierigen Marktumfeldes, leicht im einstelligen prozentualen Bereich zu erhöhen.

**Marke SAMOON**

SAMOON präsentiert lässige, selbstbewusste Mode aus anspruchsvollen Materialien in schmeichelnden Passformen für unsere Kundin in den Anschlussgrößen 42 bis 54. Der Anteil von SAMOON am Konzernumsatz beträgt 4,5% (Vorjahr: 4,5%).

SAMOON ist in unseren großen GERRY WEBER Geschäften ebenso wie auf ausgesuchten Shop-in-Shop-Flächen unserer Wholesale-Partner erhältlich. Besonders erfolgreich ist SAMOON jedoch im Online-Handel. Vor diesem Hintergrund werden wir den Vertrieb von SAMOON über digitale Vertriebskanäle weiter ausbauen. Neben den eigenen Online-Shops in verschiedenen Ländern wird der Fokus insbesondere auf dem Ausbau der Zusammenarbeit mit nationalen und internationalen externen



Online-Plattformen sowie dem Teleshopping liegen. Insgesamt geht das Management davon aus, den Umsatz von SAMOON im Geschäftsjahr 2017/18 im niedrigen einstelligen Prozentbereich erhöhen zu können.

#### Marke talkabout

Seit Mitte 2016 wird die GERRY WEBER Markenfamilie durch die Marke „talkabout“ vervollständigt. Das Motto von talkabout ist „Life is what happens every day“ und bietet entsprechend Mode für jede Tageszeit und jede Gelegenheit. Das Design der trendigen Einzelteile von talkabout ist puristisch und verspielt, elegant und ungezwungen oder relaxed und aufregend zugleich. Das talkabout Designteam entwirft eine individuelle Auswahl von ca. 15 Teilen pro Monat – und somit 12 Kollektionen im Jahr.

Nach einer Testphase von 30 Shop-in-Shops bei ausgewählten Wholesale-Kunden konnten wir die Anzahl der Shopflächen per Ende Oktober 2017 auf 138 erweitern. Entsprechend ist der Umsatz- und Ergebnisbeitrag der neuen Marke für das abgelaufene wie auch für das laufende Geschäftsjahr eher von geringer Bedeutung für die gesamte GERRY WEBER Gruppe. Die Erfahrungen der letzten Monate haben jedoch gezeigt, dass talkabout von den Kunden sehr gut angenommen wird. Bis Ende des Geschäftsjahres 2017/18 soll die Anzahl der Shop-in-Shops daher auf 180 bis 200 Flächen ansteigen.

#### Markenfamilie HALLHUBER

HALLHUBER mit seinen Marken „HALLHUBER“ und „HALLHUBER Donna“ gehört seit Anfang 2015 zum GERRY WEBER Markenuniversum. HALLHUBER ist feminin, modern, stilbildend, immer am Zeitgeist ausgerichtet und bietet modebegeisterten Frauen eine einzigartige Auswahl an Ready-to-wear-Artikeln, Accessoires, Taschen und Schuhen, um individuelle Looks zu kreieren. HALLHUBER verwendet sorgfältig ausgewählte, hochwertige Stoffe und verarbeitet diese mit viel Liebe zum Detail zu topaktuellen Lieblingsstücken. Ziel ist es, HALLHUBER zu einer vertikalen Premiummarke weiterzuentwickeln.

HALLHUBER ist in den letzten Geschäftsjahren überdurchschnittlich gewachsen. Auch für das angelaufene Geschäftsjahr 2017/18 geht das Management von einer weiteren Umsatzsteigerung aus. Das prognostizierte Wachstum basiert dabei sowohl auf dem Flächenwachstum der letzten Jahre als auch auf einer Umsatzverbesserung auf bestehenden

# 30

**HALLHUBER Verkaufsflächen**  
für 2017/18 bereits  
jetzt in Planung

Flächen. Nach erfolgreicher Umstellung des Warenmanagements in den ersten neun Monaten des abgelaufenen Geschäftsjahres 2016/17 rechnen wir für die bestehenden HALLHUBER Flächen, trotz des rückläufigen Marktumfeldes, wieder mit einer positiven Umsatzentwicklung auf vergleichbarer Fläche im niedrigen einstelligen Prozentbereich.

HALLHUBER wird auch im Geschäftsjahr 2017/18 weitere Retail-Flächen eröffnen. Dabei wird der Schwerpunkt der rund 30 geplanten Flächen mit rund 75% auf der Eröffnung neuer Concession-Flächen liegen.

In den HALLHUBER Kernmärkten, Deutschland, Österreich und Schweiz, werden neue Verkaufsflächen in Form von Concession- und Depotflächen, überwiegend in Zusammenarbeit mit neuen und bestehenden Wholesale-Partnern, entstehen. In den definierten Fokusmärkten Großbritannien, den BeNeLux-Ländern und Skandinavien wird die kontrollierte Expansion in den Metropolen der jeweiligen Länder fortgeführt. Auch hier wird der Fokus der Neueröffnungen auf neuen Concession-Flächen liegen. Flankiert werden diese durch ausgewählte HALLHUBER Monolabel-Stores oder individuelle Pop-up-Stores, um die Markenbekanntheit zu erhöhen.

Weiteres Wachstum wird durch die konsequente Ausweitung des Online-Geschäftes und der damit verbundenen Serviceleistungen für die HALLHUBER Kundinnen generiert werden. Zur optimalen Bedienung der Online affinen Kundin wird noch im Geschäftsjahr 2017/18 der HALLHUBER Online-Shop neu gestaltet. Darüber hinaus soll die Zusammenarbeit mit nationalen und internationalen Online-Plattformen weiter ausgebaut werden.

Trotz der weiteren Expansion von HALLHUBER ist neben dem kontrollierten Umsatzwachstum das oberste Ziel die Verbesserung der HALLHUBER Profitabilität. Wesentliche Maßnahmen wie die Überführung der



HALLHUBER Logistik in das neue GERRY WEBER Logistikzentrum im Sommer 2017 oder die Zusammenlegung von Zentralfunktionen wurden bereits umgesetzt. Für das Geschäftsjahr 2017/18 gilt es, weitere bestehende Wertschöpfungspotenziale zu identifizieren und umzusetzen.

### **Konsequente Weiterentwicklung und Optimierung aller Vertriebskanäle**

#### **GERRY WEBER Core-Retail**

Nach Schließung von 143 GERRY WEBER Geschäften im Rahmen des Programmes zur Neuausrichtung FIT4GROWTH steht das Geschäftsjahr 2017/18 des GERRY WEBER Core-Retail-Bereiches ganz im Zeichen der Verbesserung der Profitabilität. Vor dem Hintergrund des weiter anhaltenden schwierigen Marktumfeldes gehen wir auch im Berichtszeitraum von sinkenden Kundenfrequenzen im stationären Handel und damit von einem Umsatzrückgang des Gesamtmarktes in Deutschland auf vergleichbaren Flächen von rund 2 % aus. Daher gehen wir auch für unseren eigenen GERRY WEBER Core-Retail nicht von einer deutlichen Erhöhung der Umsätze auf vergleichbarer Fläche aus. Wir behalten uns auch weiterhin vor, bei Geschäften, die nicht unsere Zielperformance erzielen, die Mietverträge nicht zu verlängern und die Geschäfte zu schließen. Entsprechend erwarten wir für das Segment GERRY WEBER Core-Retail kein Netto-Flächenwachstum in 2017/18.

Ein Anstieg der Umsätze pro Quadratmeter, verbunden mit einer Verbesserung der Conversion Rate sowie des Rohertrages, sollen zu einer besseren Abdeckung der Fixkosten und somit zu einer Erhöhung des operativen Ergebnisses pro Geschäft führen. Neben den finanziellen Zielen soll der Einkauf in einem GERRY WEBER Store ein nachhaltiges Erlebnis für die Kundin sein. Eine kundenspezifische und inspirierende Präsentation unserer Marken, Schulungen der Mitarbeiter und mehr Zeit für unsere Kunden sollen die Strahlkraft der GERRY WEBER Marken unterstreichen. Für das Geschäftsjahr 2017/18 erwarten wir daher eine deutliche Verbesserung der Profitabilität des GERRY WEBER Core-Retail-Segmentes.

#### **GERRY WEBER Core-Wholesale**

In unseren Kernmärkten – Deutschland, Österreich und der Schweiz – haben wir mit den Shop-in-Shops der Marke GERRY WEBER bereits eine sehr gute Marktdurchdringung erreicht. Ein Flächenwachstum ist für die Marke GERRY WEBER in diesen Regionen nur noch in geringem Maße sinnvoll, auch um eine Überdistribution der Marke zu vermeiden. Wachstumspotenzial

besteht jedoch sowohl für die Marken TAIFUN und SAMOON sowie unsere jüngste Marke talkabout in der DACH-Region.

Nach Jahren konjunkturell und geopolitisch bedingt rückläufiger Umsätze mit unseren Wholesale-Partnern im Mittleren Osten und Russland wird der Schwerpunkt der internationalen Expansion der Marken GERRY WEBER und TAIFUN in diesen Regionen liegen. Dabei steht, neben der Ausweitung der Umsätze mit bestehenden Partnern, insbesondere die Neueröffnung von Franchise-Geschäften im Vordergrund.

Insgesamt soll der Umsatz des Wholesale-Segmentes, bei gleichzeitig stabiler operativer Marge, leicht ansteigen. Insbesondere die Marken TAIFUN und talkabout werden dabei zum Umsatzwachstum des GERRY WEBER Core-Wholesale beitragen.

#### **Vertikalisierung des Wholesale-Bereiches**

Wesentlicher Baustein unserer Wachstumsstrategie ist die zunehmende Vertikalisierung unserer Wholesale-Vertriebsstrukturen. Zur besseren Betreuung unserer Wholesale-Partner haben wir im letzten Geschäftsjahr Partnerschaftsmodelle eingeführt, um eine bessere Steuerung und Kontrolle des Warenflusses bzw. eine serviceorientiertere Betreuung der Verkaufsflächen unserer Wholesale-Partner zu gewährleisten. Je nach Status der Partnerschaftsprogramme übernehmen die GERRY WEBER Experten die Bestückung der Shop-in-Shop-Flächen. Dabei wird z. B. ausverkaufte Ware ersetzt oder im Saisonverlauf Ware durch neue Kollektionsteile ausgetauscht. Neu ist ebenfalls die teilweise Rücknahme nicht verkaufter Ware, um diese dann nach der jeweiligen Saison in den GERRY WEBER Outlet Stores zu verkaufen. Diese Vorgehensweise sichert eine stabile Preispolitik auf den Verkaufsflächen unserer Wholesale-Partner.

Als nächsten Schritt der Vertikalisierung haben wir begonnen, die Order- und Lieferzyklen umzustellen. Bei den Marken TAIFUN und SAMOON haben wir den Großteil unserer Kunden bereits auf eine geänderte und individuellere Belieferung umgestellt. Wurden in der Vergangenheit rund 80 % der Umsätze mit einem Wholesale-Kunden bereits bei der Vororder, sprich rund fünf Monate vor Saisonstart und Auslieferung bestellt, ist es mittelfristiges Ziel, den Vororderanteil auf unter 40 % des Umsatzvolumens zu reduzieren. Das verbleibende

Umsatzlimit setzt sich aus Kapselkollektionen innerhalb der Saison, wiederkehrenden Saisonbestsellern („never out of stock-Ware“) sowie Accessoires und Lifestyle-Produkten zusammen. Ziel ist eine verbesserte Warensteuerung innerhalb der Saison, die Vermeidung von Überbeständen sowie eine optimierte Preisgestaltung. Die Kundin soll nach dem „ready-to-wear“-Prinzip der Jahreszeit entsprechende Ware auf den Verkaufsflächen unserer Wholesale-Partner finden.

### Digitalisierung des Geschäftsmodells

Digitalisierung ist ein Prozess, der kontinuierlich fortschreitet, der begleitet und der auch genutzt werden muss. Ein wichtiger Bestandteil unserer Digitalisierungsstrategie ist dabei der Bereich E-Commerce. Nach der Modernisierung und dem Relaunch der Online-Shops unserer Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON mit einem jeweils unabhängigen Markenauftritt sowie der Entwicklung exklusiver Online-Produkte stehen die Ausweitung der Zusammenarbeit mit externen Online-Plattformen, der Relaunch des HALLHUBER E-Shops sowie die Erweiterung des Online-Service-Angebotes im Vordergrund unserer Arbeit.

In Zeiten sinkender Kundenfrequenzen in den Innenstädten und einem von Grund auf veränderten Kundenverhalten ist es von zentraler Bedeutung, mehrere Vertriebskanäle gleichzeitig bedienen zu können. Nicht nur dem Online-Handel an sich, sondern auch der Vernetzung von Online- und stationärem Handel kommt dabei eine zentrale Bedeutung zu. Der Kunde fordert eine zunehmend vernetzte Einkaufserfahrung bei der sekundär ist, über welchen „Kanal“ er die Produkte erwirbt. Wichtig ist einzig und allein die Möglichkeit, je nach aktuellem Bedarf, die Wünsche der Kunden schnell und möglichst komfortabel erfüllen zu können.

Schritt für Schritt werden wir daher unsere Online-Aktivitäten mit unserem stationären Handel verknüpfen. HALLHUBER bietet bereits heute die Möglichkeit des „Click & Collect“, sprich online bestellte Ware im Geschäft abzuholen oder im Geschäft online per Tablet zu bestellen. Diese und weitere Serviceleistungen werden auch auf die Shops der anderen Marken ausgedehnt werden. Dabei stehen die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden immer im Vordergrund. Ausgehend von der Bestellung im Geschäft (in-store ordering) werden in einer

Pilotphase in ausgewählten GERRY WEBER Geschäften die für unsere Kundin relevanten Services ermittelt. Langfristiges Ziel ist es, der jeweiligen Kundenzielgruppe die Serviceleistungen anzubieten, die von dieser gefordert werden und entsprechend den größten Mehrwert für die Kundin erbringen. Im Frühjahr 2018 wird die neue und rein digitale Marke des Markenportfolios der GERRY WEBER Gruppe, „gr[8]ful“, vorgestellt werden. gr[8]ful ist im Premium-Marktsegment angesiedelt und wird ausschließlich online erhältlich sein. gr[8]ful steht für Attribute wie FEMININ, GELASSEN, STILSICHER sowie ONLINE. Dabei drückt gr[8]ful eine ganz eigene Haltung aus, die von Zurückhaltung, Souveränität, Hochwertigkeit, lässigem Luxus und einer gewissen Form von Entspanntheit geprägt ist. Die Marke setzt sich damit ganz bewusst von der Schnelllebigkeit des Alltags ab und bietet der Kundin einen Ruhepol und einen digitalen Zufluchtsort, an dem sie ihren inspirierenden Lifestyle jederzeit verfügbar hat. Auch im Marketing wird gr[8]ful rein auf digitale Kommunikationskanäle setzen, ob direkt mit ihren Kundinnen über Instagram oder Facebook oder über Blogs trendgebender Influencer.

Im Hintergrund arbeiten wir mit Hochdruck an der Einführung eines neuen Customer Relationship Management Systems (CRM), um die eingehenden Informationen und Daten individuell zugeschnitten auf die jeweilige Kundengruppe nutzen zu können. Durch die Implementierung eines einheitlichen CRM-Systems sollen Marken und Vertriebskanal übergreifend die Kundeninformationen genutzt sowie eine individuelle und persönliche Ansprache der Kunden ermöglicht werden.

Ziel ist es, unseren Umsatz mit digitalen Vertriebskanälen in den nächsten vier bis fünf Jahren nahezu zu verdoppeln. Die zur Erreichung unserer ehrgeizigen Online-Ziele notwendigen Investitionen werden dabei rund EUR 10 Mio. betragen.

Die Digitalisierung unserer Vertriebskanäle ist jedoch nur ein Baustein unserer Digitalisierungsstrategie. Die gesamte Wertschöpfungskette der GERRY WEBER Gruppe soll auf die sich bietenden Möglichkeiten digitaler Anwendungen überprüft und Ideen aus anderen Branchen auf unsere Bedürfnisse adaptiert werden. Beispielsweise können früher manuell durchgeführten Arbeiten heutzutage durch digitalisierte Prozesse ersetzt werden. Um die Chancen der digitalen Welt optimal für uns nutzen zu können, haben wir einen „Think Tank“ gegründet, der Raum für kreative, innovative Entwicklungen und Ideen bietet.

# ZIEL- ER- REICH- UNG

Das Geschäftsjahr 2015/16 sowie der gerade abgelaufene Berichtszeitraum 2016/17 standen im Zeichen der Neuausrichtung der GERRY WEBER Gruppe. Im Rahmen des Programms FIT4GROWTH wurden Maßnahmen und Ziele definiert, um das Unternehmen an die sich verändernden Marktgegebenheiten anzupassen, aber auch um langfristig wieder profitabel und nachhaltig zu wachsen.

Der Konzernumsatz, das operative Konzernergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) bzw. das operative Konzernergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (EBITDA) sind dabei zentrale Steuerungsgrößen des Konzerns, um das profitable Wachstum messbar zu machen. Im Rahmen der jährlichen Budgetplanung werden Zielvorgaben für diese Messgrößen ermittelt.



## Zielerreichung

| Zielerreichung       |                                                                           |                                                                                                                                                                    |   |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|                      | Prognose 2016/17                                                          | Zielerreichung 2016/17                                                                                                                                             |   |
| Umsatz               | <b>Ziel-Konzern-Umsatz:</b><br>EUR 865–883 Mio. (Vorjahr: EUR 900,8 Mio.) | <b>IST-Konzern-Umsatz:</b><br>EUR 880,9 Mio.                                                                                                                       | ✓ |
| EBITDA<br>(reported) | <b>Ziel-Konzern-EBITDA:</b><br>EUR 60–70 Mio.                             | <b>IST-Konzern-EBITDA:</b> EUR 58,2 Mio.<br>– darin enthalten EUR 6,2 Mio. besondere Aufwendungen im Rahmen des Programms FIT4GROWTH                               | ! |
| EBIT<br>(reported)   | <b>Ziel-Konzern-EBIT:</b><br>EUR 10–20 Mio.                               | <b>IST-Konzern-EBIT:</b> EUR 10,3 Mio.<br>– darin enthalten EUR 6,2 Mio. besondere Aufwendungen und EUR 3,4 Mio. Abschreibungen im Rahmen des Programms FIT4GROWTH | ✓ |
| HALLHUBER            | <b>Ziel-Anzahl Neueröffnungen:</b><br>40–50 Verkaufsf lächen              | <b>IST-Anzahl Neueröffnungen:</b><br>55 Verkaufsf lächen                                                                                                           | ✓ |

### Umsatzziele erreicht

Für das abgelaufene Geschäftsjahr 2016/17 ging der Vorstand von einem Konzernumsatz aus, der 2% bis 4% unterhalb des Vorjahres liegt. Nach einem Konzernumsatz von EUR 900,8 Mio. im Vorjahr betrug der Umsatz des Konzerns im Berichtszeitraum EUR 880,9 Mio., sodass das Umsatzziel für die GERRY WEBER Gruppe im Geschäftsjahr 2016/17 erreicht wurde. Insbesondere der Umsatz aus dem Wholesale-Segment lag mit EUR 294,0 Mio. über dem erwarteten Wert, sodass der realisierte Konzernumsatz am oberen Ende der prognostizierten Spanne liegt.

### Konzern-Ergebnisziele liegen überwiegend im Rahmen der prognostizierten Erwartungen

Das Geschäftsjahr 2016/17 war einerseits durch ein herausforderndes Marktumfeld in unseren Kernmärkten und andererseits durch die Umsetzung umfangreicher und das gesamte Geschäftsmodell betreffender Maßnahmen geprägt. Diese Maßnahmen haben sich direkt und indirekt auch auf unsere Umsatz- und Ergebnisziele ausgewirkt.

Ziel für das Geschäftsjahr 2016/17 war es, ein Konzern-Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Konzern-EBITDA reported) zwischen EUR 60 und 70 Mio. zu erzielen. Das IST-EBITDA des Geschäftsjahres betrug EUR 58,2 Mio. und enthält Aufwendungen von außergewöhnlicher Bedeutung resultierend aus dem Programm FIT4GROWTH in Höhe von EUR 6,2 Mio. Das Ergebnisziel ein Konzern-EBITDA (reported) – inklusive außerordentlicher Effekte – in Höhe von mindestens EUR 60,0 Mio. zu erzielen, haben wir somit nur knapp verfehlt.

Nach Berücksichtigung der Abschreibungen in Höhe von EUR 47,9 Mio. ergibt sich für das Berichtsjahr ein Konzern-Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Konzern-EBIT reported) von EUR 10,3 Mio. Damit liegt die Zielerreichung am unteren Ende der vom Vorstand prognostizierten EBIT-Spanne von EUR 10 bis 20 Mio. Im EBIT reported sind Sondereffekte und Abschreibungen resultierend aus dem Programm FIT4GROWTH in Höhe von EUR 6,2 Mio. bzw. EUR 3,4 Mio. enthalten. Diese liegen EUR 3,6 Mio. über den budgetierten Sonderaufwendungen resultierend aus FIT4GROWTH in Höhe von EUR 6,0 Mio. Das bereinigte Konzern-EBIT für das Geschäftsjahr 2016/17 beträgt entsprechend EUR 19,9 Mio. Somit liegt die Ergebniserwartung im Rahmen der veröffentlichten Ziele für das abgelaufene Geschäftsjahr 2016/17. Aufgrund der schwachen Marktlage mit sinkenden Kundenfrequenzen in den Innenstädten erzielte das Segment GERRY WEBER Core-Retail einen höheren negativen Ergebnisbeitrag als erwartet. Ferner fiel der Ergebnisbeitrag des Segmentes HALLHUBER geringer aus als in der ursprünglichen Planung prognostiziert. Ursächlich hierfür war insbesondere die Umstellung des HALLHUBER Warenflusses verbunden mit einer Reduzierung der Ware auf den Verkaufsflächen zu Beginn des Geschäftsjahres 2016/17. Eine genaue Ergebnisanalyse kann der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage dieses Lageberichtes entnommen werden.



### MIO. EURO

bereinigtes Konzern-EBIT  
in 2016/17

78

SEITE



### Zielerreichung Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH

Das im Februar 2016 bekanntgegebene Programm zur Neuausrichtung des GERRY WEBER Core-Bereiches haben wir zum Ende des Berichtszeitraumes erfolgreich abgeschlossen. Alle definierten Maßnahmen im Rahmen von FIT4GROWTH wurden innerhalb des festgelegten Zeitrahmens erfolgreich umgesetzt. Ziel des Programmes, neben der Reduzierung der Kostenbasis, war vor allem die Schaffung der notwendigen Voraussetzung, um die GERRY WEBER Gruppe mittelfristig wieder auf den Pfad des profitablen Wachstums zu führen.

Das auf zwei Jahre ausgelegte Programm umfasste vier Bausteine: „Retail optimieren“, „Strukturen und Prozesse anpassen“, „Wholesale stärken“ und „Marken modernisieren“. Jeder Baustein umfasst verschiedene Maßnahmen, die entsprechend eines definierten Zeitplanes bis zum Ende des Geschäftsjahres 2016/17 umgesetzt werden sollten. Anhand der einzelnen Bausteine wird im Folgenden die Zielerreichung dargestellt:

#### Retail optimieren

Seit Beginn des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH im Februar 2016 wurden 143 Geschäfte der GERRY WEBER Core-Marken geschlossen. Damit haben wir sowohl die 103 zu Beginn definierten Geschäfte sowie nahezu alle 50 Geschäfte auf der Beobachtungsliste innerhalb unseres Zeitplanes geschlossen.

Die Digitalisierungsstrategie ist wesentlicher Bestandteil unserer zukünftigen Ausrichtung. Neben der Erarbeitung einer Roadmap zur Fortführung der Digitalisierung der Vertriebsstrukturen haben wir das digitale Markenerlebnis deutlich verbessert. Mit dem Relaunch der Online-Shops im März 2017 für die GERRY WEBER Core-Marken haben wir die Produktpräsentation der jeweiligen Marke völlig neu gestaltet und auf die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse der einzelnen Marken

zugeschnitten. Ein neu eingerichtetes Fotostudio in unmittelbarer Nähe zu den Design-Teams unterstützt dabei die zeitnahe Umsetzung der Kollektionsaussagen. Ferner wurde bei HALLHUBER Click & Collect eingeführt und bei GERRY WEBER Core mit dem Projekt „In-Store Ordering“ gestartet, sodass die Verknüpfung zwischen stationärem und Online-Handel ebenfalls weiter voranschreitet.

### Strukturen und Prozesse anpassen

Zur Steigerung der Effektivität und Reduzierung der Kostenbasis wurden alle wesentlichen Geschäftsabläufe und -prozesse bereits im Geschäftsjahre 2015/16 analysiert und gegebenenfalls neu aufgesetzt. Dies führte zu einem Abbau von rund 200 Stellen in der Zentrale in Halle/Westfalen und zu Personal- und Sachkosteneinsparungen auf Konzernebene in Höhe von rund EUR 30 Mio., wobei enthaltene außerordentliche Belastungen aus FIT4GROWTH für die Vergleichszeiträume nicht berücksichtigt wurden. Ursprüngliches Ziel war es, im Vergleich zum Geschäftsjahr 2014/15 insgesamt Kosten in Höhe von EUR 20 bis 25 Mio. einzusparen. Dieses Ziel haben wir somit ebenfalls erreicht.

Ferner wurde Anfang des Jahres 2016 damit begonnen, alle Logistikprozesse auf das neu gebaute Logistikzentrum zu überführen und schrittweise die Kapazitäten hochzufahren. Seit Ende Oktober 2017 werden alle GERRY WEBER Core-Marken und rund 80 % der HALLHUBER Logistikmengen über das neue Logistikzentrum abgebildet. Der Online-Handel wird erst zu einem späteren Zeitpunkt in das neue Logistikzentrum überführt werden. Auch hier haben wir alle festgelegten Maßnahmen innerhalb unseres Zeitplanes umgesetzt.

### Wholesale stärken

Mit der Einführung unserer Partnerschaftsprogramme haben wir einen wichtigen Schritt zur serviceorientierteren Betreuung der Wholesale-Kunden sowie erste Schritte zur Vertikalisierung des Wholesale-Segmentes vorgenommen. Je nach Status der Partnerschaftsprogramme – Bronze, Silber, Gold oder Platin – übernehmen wir die Bestückung der externen Shop-in-Shop-Flächen. Dabei wird z. B. ausverkaufte Ware ersetzt oder im Saisonverlauf Ware durch neue Kollektionsteile ausgetauscht. Neu ist ebenfalls, je nach Status der Partnerschaft, die teilweise Rücknahme nicht verkaufter Ware. Durch die Partnerschaftsmodelle wird nicht nur die Präsentation der GERRY WEBER Kollektionen am Point-of-Sale optimiert, sondern diese führen auch zu einer verbesserten Preisgestaltung und somit höheren Erträgen für beide Partner.

Die stetig zunehmende Vertikalisierung unseres Geschäftsmodells ist ein langfristiges Ziel der GERRY WEBER Gruppe. Mit der Einführung der Partnerschaftsmodelle für unsere Wholesale-Kunden, verbunden mit der teilweisen Unterstützung beim Warenmanagement auf den Verkaufsflächen sowie der begonnenen Umstellung unserer Vororderprozesse bei den Marken TAIFUN und SAMOON sind erste wesentliche Schritte, um das Ziel der Vertikalisierung zu erreichen, unternommen.

Die Einführung der Marke talkabout exklusiv für den Wholesale ist eine weitere Maßnahme zur Stärkung des Wholesale. Nach einer Einführungsphase mit 30 Test-Flächen sollten im Berichtszeitraum 120 bis 150 talkabout Shop-in-Shops hinzukommen. Die Anzahl von 138 Flächen zum 31. Oktober 2017 zeigt die hohe Akzeptanz der neuen Marke.

### Marken modernisieren

Unsere hochwertige Mode ist Herzstück unseres Unternehmens. Um unsere Produkte weiter zu modernisieren und den sich verändernden Bedürfnissen unserer Kundinnen anzupassen, haben wir nicht nur die Zusammensetzung unserer Kollektionen aktualisiert, sondern insbesondere in die Wertigkeit unserer Produkte investiert. Zur Modernisierung der Markenfamilie GERRY WEBER wurde das Sublabel Casual weiter ausgebaut. Casual steht für lässigen Chic und die Nutzung überwiegend natürlicher Materialien.

Unterstützt wird die Attraktivität der GERRY WEBER Marke nicht nur durch eine aufwendige Präsentation am Point-of-Sale und in den Schaufenstern unserer Geschäfte, sondern auch durch eine inspirierende Imagekampagne mit dem Supermodel der Neunzigerjahre Eva Herzigova.

Auch die GERRY WEBER Core-Marken TAIFUN und SAMOON stehen für eine trendige, hochwertige Mode für die jeweilige Zielgruppe. Jede Marke repräsentiert ihre eigene Stilwelt, abgestimmt auf die Ansprüche der jeweiligen Kundengruppe. TAIFUN verbindet lässige Styles für jeden Tag mit individuellen Business-Outfits. Ergänzt wurde die Kollektion um anlassbezogene und sportive Einzelteile sowie individuelle Accessoires, um die Stilwelt der urbanen Zielgruppe zu komplettieren.

Um unsere Marken GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON, talkabout und HALLHUBER nachhaltig zu stärken und sie eigenständiger am Markt agieren lassen zu können, wurden unterhalb der Holdinggesellschaft Strategische Geschäftseinheiten gebildet. Ziel ist es, die Marken und Kernprodukte des Konzerns stärker in den Vordergrund zu rücken sowie den Verantwortlichen ein Höchstmaß an Entscheidungshoheit zu geben, um sich individuell an den Bedürfnissen ihrer Zielkundengruppe



ausrichten zu können. Insgesamt wurden drei Strategische Geschäftseinheiten gebildet: GERRY WEBER (inklusive talkabout), TAIFUN gemeinsam mit SAMOON sowie HALLHUBER.

### HALLHUBER

Wachstumstreiber der GERRY WEBER Gruppe ist die Tochtergesellschaft HALLHUBER. Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016/17 haben wir die kontrollierte Expansion von HALLHUBER weiter fortgeführt. Alle 55 geplanten Neueröffnungen konnten im vorgesehenen Zeitrahmen eröffnet werden. Entsprechend erhöhte sich der Umsatz von HALLHUBER von EUR 183,2 Mio. im Vorjahr auf EUR 194,3 Mio. im Berichtszeitraum.

#### Fazit

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016/17 haben wir nahezu alle unsere gesetzten Ziele erreicht. Trotz der Umsetzung der vielfältigen Maßnahmen sowie der deutlichen Kostenreduzierungen ist es uns nicht gelungen, die Profitabilität der GERRY WEBER Gruppe kurzfristig signifikant zu verbessern. Insbesondere der schwache Monat Oktober 2017 führte zu einer deutlich niedrigeren Rohertragsmarge des GERRY WEBER Core-Retail-Bereiches als ursprünglich prognostiziert. Auch unsere Tochtergesellschaft HALLHUBER trug weniger zum Konzernergebnis bei als in der Planung für das abgelaufene Geschäftsjahr vorgesehen.

Darüber hinaus werden die eingeleiteten prozessualen Maßnahmen erst in den kommenden Geschäftsjahren ihr Ertragspotenzial realisieren. Ebenso braucht es weitere Saisonverläufe bis der neue Modegrad und damit die Begehrlichkeit für unsere Mode die Endkundin erreicht. Hinzu kommt, dass der gesamte Modemarkt in unseren Kernmärkten, insbesondere in Deutschland, weiter anhaltend schwierig bleibt. Vor diesem Hintergrund behält sich der Vorstand vor, weitere Maßnahmen zur Verbesserung der Umsatz- und Ertragslage einzuleiten.

### Leitung und Kontrolle / Steuerungsgrößen

Das interne Steuerungssystem der GERRY WEBER Gruppe ist darauf ausgerichtet, die Umsetzung der Unternehmensstrategie zu unterstützen. Dabei werden unter anderem Kennzahlen und Leistungsindikatoren verwendet, die die Ziele der einzelnen Bereiche, aber vor allem das profitable Wachstum der GERRY WEBER Gruppe messbar und bewertbar machen.

Langfristiges Ziel der GERRY WEBER International AG ist es, profitabel zu wachsen und damit den Unternehmenswert zu

steigern. Folglich ist der Konzernumsatz eine zentrale Steuerungsgröße der GERRY WEBER Gruppe. Die Zusammensetzung des Konzernumsatzes nach Vertriebskanälen (GERRY WEBER Core-Retail und -Wholesale sowie HALLHUBER) bzw. nach Marken (GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON, talkabout, HALLHUBER) ist ebenfalls ein bedeutender Leistungsindikator, gibt er doch Auskunft über die Entwicklung und den Umsatzbeitrag der einzelnen Marken und Vertriebskanäle.

Die Profitabilität der GERRY WEBER Gruppe messen wir insbesondere anhand des operativen Ergebnisses. Entsprechend sind das Konzernergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) bzw. das operative Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (EBITDA) wichtige Steuerungsgrößen des Konzerns. Jede operative Entscheidung wird kurz- und langfristig daran gemessen, wie nachhaltig sie das EBIT bzw. EBITDA beeinflusst. Im Rahmen der jährlichen Budgetplanung werden Zielvorgaben für diese Messgrößen ermittelt und deren Entwicklung kontinuierlich im Rahmen des rollierenden Forecasts überwacht.

Kennzahl für das Wachstum des Segmentes HALLHUBER ist zusätzlich zu den Umsatz- und Ertragskennzahlen die Anzahl neu eröffneter HALLHUBER Geschäfte und Verkaufsflächen. Pro Geschäftsjahr sollen rund 30 bis 40 neue HALLHUBER Verkaufsflächen, überwiegend Concession-Flächen, im In- und Ausland eröffnet werden. In den kommenden Monaten wird die HALLHUBER Expansion ein Wachstumsträger des GERRY WEBER Konzerns sein. Ein Nettowachstum der eigenen Verkaufsflächen der GERRY WEBER Core-Marken ist für das Geschäftsjahr 2017/18 nicht vorgesehen. Hier wird jedoch ein Wachstum über das Franchise-Geschäft unterstellt. Die Anzahl der Verkaufsflächen unter Berücksichtigung des jeweiligen Vertriebsformates (z. B. Monolabel Store, Concession-Fläche, Franchise Geschäft) bzw. die Verkaufsfläche in Quadratmeter sind wichtige nichtfinanzielle Steuerungsgrößen des Unternehmens.

Ferner haben wir unternehmensspezifische Frühindikatoren für die einzelnen Marken- und Vertriebskanäle definiert, deren Entwicklung positive wie negative Implikationen für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben können. Dazu zählen unter anderem für das Retail-Segment die Produktivität pro Quadratmeter Verkaufsfläche, die Conversion-Rate oder die Entwicklung der Besuche auf unseren Online-Shops. Auch für die anderen operativen Bereiche wurden ergänzende Kennzahlen definiert, deren Entwicklung und Zielerreichung im Rahmen des internen Steuerungssystems überwacht wird. Dazu zählen z. B. die Logistikkosten pro Teil. Andere Indikatoren wie z. B. aus den Bereichen Corporate Social Responsibility, Human Resources oder Marketing werden nicht zur direkten Unternehmenssteuerung genutzt, leisten aber wesentliche Erkenntnisse zur Erreichung der finanziellen Ziele der GERRY WEBER Gruppe.



# WIRT- SCHAFTS- UND BRAN- CHEN- BERICHT

Das Konsumentenverhalten der Endverbraucher, also unserer Kunden, ist einer der entscheidenden Einflussfaktoren für die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der GERRY WEBER Gruppe als Mode- und Lifestyleunternehmen. Das Konsumentenverhalten wird auf der einen Seite von der wirtschaftlichen Lage in der jeweiligen Absatzregion und dem verfügbaren Einkommen der Konsumenten beeinflusst, auf der anderen Seite spielen aber auch strukturelle Faktoren, wie beispielsweise der Rückgang der Kundenfrequenzen in den Innenstädten eine immer größere Rolle. Die teilweise Verlagerung des Einkaufsverhaltens in die Online-Welt und das dadurch rund um die Uhr verfügbare Produktangebot mit einer sofortigen Preistransparenz haben das Kundenverhalten über die letzten Jahre dramatisch verändert.

## Gesamtwirtschaftliche Lage

Nachdem das Jahr 2016 mit einem **weltweiten Wirtschaftswachstum** von nur 3,2% als schwächstes Wachstumsjahr seit der globalen Finanzkrise verzeichnet wurde, prognostiziert der Internationale Währungsfonds (IWF) in seinem Global Economic Outlook für 2017 ein Weltwirtschaftswachstum in Höhe von 3,6% und für 2018 ein Wachstum von 3,7%. Der globale Aufwärtstrend, der sich schon in der zweiten Jahreshälfte 2016 abzeichnete, verstärkt sich damit weiter. Der Anstieg des Weltwirtschaftswachstums basiert vor allem auf korrigierten Wirtschaftsaussichten für Teile Europas, die Schwellenländer in



**PROZENT**  
des GERRY WEBER  
Umsatzes werden in  
Deutschland generiert.

Asien aber auch für Russland im Vergleich zu den vorangegangenen Prognosen. Schlechter als erwartet fielen dagegen die Prognosen sowohl für die Vereinigten Staaten als auch für Großbritannien aus. Die insgesamt positive Tendenz der Experten des Internationalen Währungsfonds wird unterstützt durch eine positive Tendenz des ifo Weltwirtschaftsklimas, das sich in der Umfrage vom November 2017 in fast allen Regionen der Welt verbesserte und den besten Wert seit 2011 erzielte.

Die **deutsche Wirtschaft** erlebte 2017 einen Boom. Führende Wirtschaftsinstitute rechnen auch bis 2019 mit zunehmenden Wachstumsraten. So wurden die Konjunkturprognosen aus dem Frühjahr 2017 für die Jahre 2017 und 2018 im Herbst noch einmal deutlich angehoben. Im Mittel pendelten die Konjunkturprognosen für 2017 und 2018 jeweils um 1,9% Wachstumsrate mit leicht steigender Tendenz für 2018. Bei den Prognosen ist zu berücksichtigen, dass die aktuelleren und kürzlich, im Oktober oder November 2017 aktualisierten Prognosen tendenziell in der oberen Bandbreite von 2,0% bis 2,2% angesiedelt sind. Die Wirtschaftsweisen gehen in ihrem Jahresgutachten vom November von einem Wachstum für 2017 von 2,0% und für 2018 von einem Wachstum von 2,2% aus. Sie sehen jedoch auch „deutliche Anzeichen für eine Überbelastung“ und befürchten eine Überhitzung der deutschen Wirtschaft.

## Das Konsumverhalten im Kernmarkt Deutschland

Auch im Geschäftsjahr 2016/17 blieb mit einem Umsatzanteil von 63,3% der Heimatmarkt Deutschland wichtigster Absatzmarkt der GERRY WEBER Gruppe. Der Konsumklimaindex für Deutschland der Gemeinschaft für Konsumforschung GfK, der sich aus den Einzelindikatoren „Konjunkturerwartung“, „Einkommenserwartung“ und „Anschaffungsneigung“ zusammensetzt, spiegelt die Boomphase der deutschen Wirtschaft deutlich wider. Weder der ungelöste Nordkoreakonflikt noch die zähen Brexitverhandlungen oder die wieder steigende Inflation

konnten das Konsumklima nachhaltig belasten – im Gegenteil: für September 2017 erzielte das Konsumklima mit 10,9 Punkten seinen höchsten Wert seit langem. Die Konjunkturerwartung startete mit 15,3 Punkten im November 2016 in das GERRY WEBER Geschäftsjahr. Nach einem Dämpfer im März 2017 stieg sie bis auf einen weiteren Rücksetzer im August sukzessive weiter an, erreichte im Juli 2017 mit 44,6 Punkten ein Drei-Jahreshoch und schloss mit 43,5 Punkten im Oktober 2017 ab. Sowohl die Anschaffungsneigung als auch die Einkommenserwartung pendelten während des Geschäftsjahres auf einem anhalten hohen Niveau mit leicht steigender Tendenz und schlossen bei jeweils 59,2 Punkten sowie 48,7 Punkten im Oktober 2017.

## Das Konsumklima in Europa

Die Betrachtung des Konsumklimas in Europa innerhalb des GERRY WEBER Geschäftsjahres zeichnet ein mit dem deutschen Verbrauchermarkt vergleichbares Bild. Zwar gibt es in der Einzelbetrachtung der europäischen Länder große Unterschiede, aber insgesamt zeigte sich eine sehr positive Entwicklung des

Konsumklimas in Europa. Im September erreichte es mit 20,9 Punkten den höchsten Wert seit Ende 2016. Während die Brexit-Verhandlungen beim Konsumklima in Großbritannien deutliche Spuren hinterließen, entwickelte sich in Belgien und Österreich ein positiver Trend bezüglich der Konjunkturerwartungen. Auch in den Niederlanden stieg die Anschaffungsneigung wieder an. Insgesamt war der private Konsum in Europa eine starke Stütze der europäischen Wirtschaft.

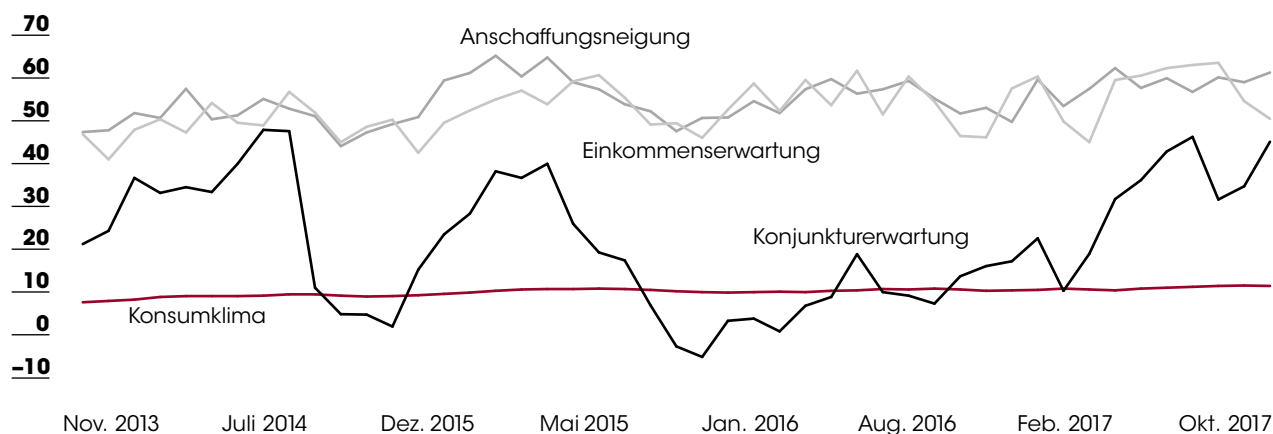
## Russland

Mit rund EUR 19 Mio. Umsatz ist Russland für die GERRY WEBER Gruppe ein wichtiger Absatzmarkt. Nachdem die russische Wirtschaft in den vergangenen Jahren ab 2014 durch den Ölpreisverfall sowie die Sanktionen im Zusammenhang mit der Krimkrise deutlich geschrumpft war, verbesserte sich im Laufe der zweiten Hälfte 2016 die wirtschaftliche Lage Russlands



**GfK Konsum-Daten für Deutschland während der letzten vier Geschäftsjahre 2013 / 14, 2014 / 15, 2015 / 16 und 2016 / 17**

GfK-Indikatorpunkte



# 20,9

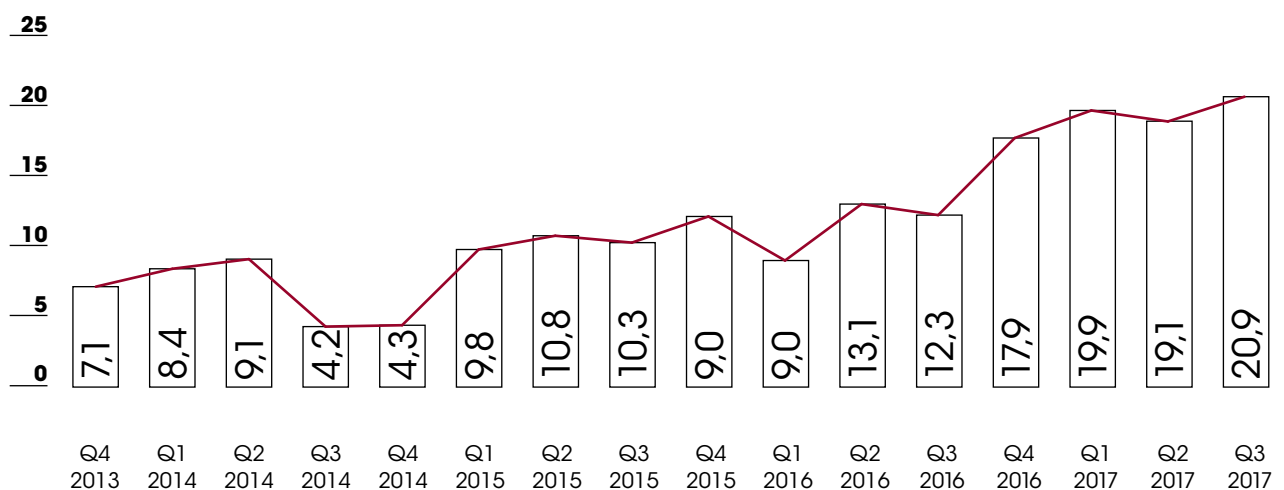
**Punkte** betrug der GfK-Konsumklima-  
index in Europa im September 2017.

deutlich. So konnte im vierten Quartal 2016 nach Angaben der russischen Statistikbehörde Rosstat erstmals wieder ein leichtes Wachstum des russischen Bruttoinlandsprodukts (BIP) von 0,3% verzeichnet werden. Im ersten Quartal 2017 steigerte sich dieses Wachstum auf 0,5%, gefolgt von einem noch stärkeren zweiten Quartal 2017 mit 2,5%

Wirtschaftswachstum. Nach ersten Schätzungen des Statistikamtes sei im dritten Quartal 2017 die russische Wirtschaft nun um 1,8% gewachsen. Für die positive Entwicklung in der ersten Hälfte 2017 seien vor allem die abgelegte Kaufzurückhaltung der Konsumenten sowie niedrige Temperaturen in den Monaten April bis Juni 2017, die für eine höhere Energieproduktion sorgten, verantwortlich. Insgesamt rechnen die Experten des Internationalen Währungsfonds in ihrer Prognose aus Oktober 2017 für das Jahr 2017 mit einem Wachstum von 1,8% und für 2018 mit einem Wachstum von 1,6%. Nach einem Rückgang von -0,2% im Jahr 2016 eine deutliche Erholung. Experten schätzen, dass langfristig jedoch strukturelle Reformen notwendig sind, um ein nachhaltiges Wachstum der russischen Wirtschaft zu gewährleisten.



**Konsumklimaindex Europa während der letzten vier Geschäftsjahre 2013/14, 2014/15, 2015/16 und 2016/17**  
GfK-Indikatorpunkte



## Der deutsche Textilhandel

Die Entwicklung des deutschen Textilhandels spiegelt die gute Konsumstimmung der deutschen Verbraucher nicht wider. Im Zeitraum des GERRY WEBER Geschäftsjahres waren die Absatzzahlen im deutschen Textil- und Bekleidungshandel vor allem von einer hohen Volatilität geprägt. Nach einem moderaten Start in den Monaten November und Dezember 2016 mit Werten von jeweils 1% und 0% Umsatzwachstum im Vergleich zum jeweiligen Vorjahresmonat, enttäuschten die Monate Januar und Februar 2017 mit jeweils -7% und -9% Umsatzrückgang im Vergleich zum Vorjahresmonat. Mit einem Umsatzwachstum von 9% setzte der März ein positives Zeichen. Die Monate April bis Juli enttäuschten abermals mit negativen Vergleichszahlen von -7%, -6%, -2% und -8%. Auf einen moderaten August mit 3% folgte ein fulminanter September 2017 mit 20% mehr Umsatz im Vergleich zum Vorjahresmonat, der, trotz der schwachen Vorjahreswerte (-16%), Hoffnungen auf eine Trendwende weckte. Der Oktober 2017 enttäuschte jedoch wieder mit einem Wert von -13%. Insgesamt war damit das Branchenumfeld während des GERRY WEBER Geschäftsjahres 2016/17 wiederholt schwierig.

## Gesamteinschätzung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Geschäftsjahr 2016/17

Mit einem Umsatzrückgang in den Monaten von November 2016 bis Oktober 2017 von insgesamt rund 2% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum war auch das letzte Geschäftsjahr von rückläufigen Umsätzen in der gesamten deutschen Modebranche

# -2%

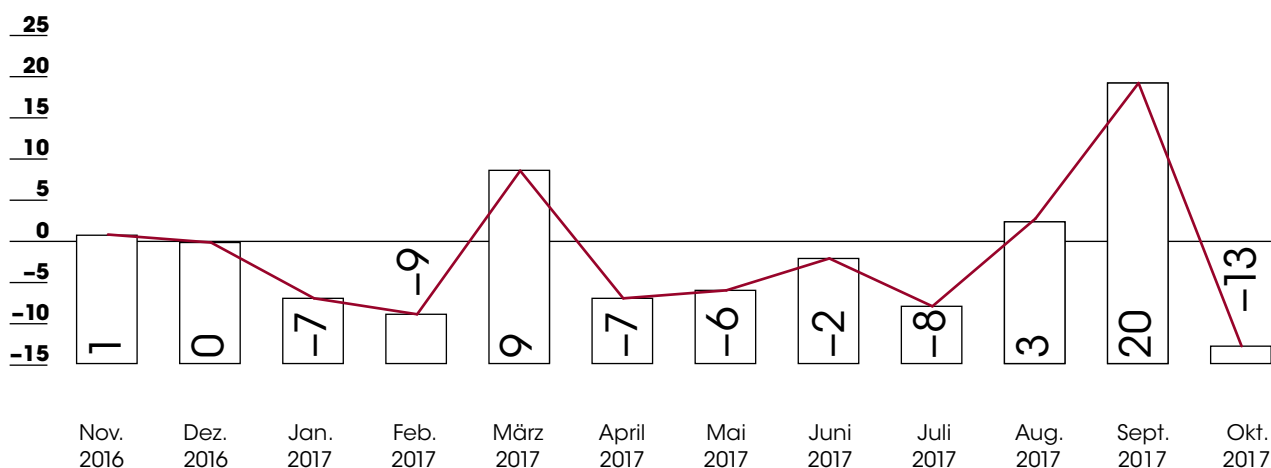
## Umsatzrückgang im deutschen Textilhandel in den Monaten November 2016 bis Oktober 2017

geprägt. Wieder konnte der Modehandel nicht von den positiven Einkommensentwicklungen der privaten Haushalte profitieren. Andere Produktgruppen wie elektronische Endgeräte, Möbel oder Ausgaben für Sport und Freizeit stehen derzeit höher in der Gunst der Endverbraucher und nehmen zunehmend einen größeren Anteil der privaten Einkommen ein.

Mit einem Umsatzrückgang von 1,9% auf vergleichbarer Fläche konnten sich auch unsere GERRY WEBER Core-Marken diesem Markttrend nicht entziehen. Die Modernisierung unserer Marken, die attraktive Präsentation unserer Kollektionen in und außerhalb der Geschäfte sowie die neuen Imagekampagnen haben dazu beigetragen, dass sich die GERRY WEBER Marken im abgelaufenen Geschäftsjahr vergleichbar zum Gesamtmarkt in Deutschland entwickelt haben.



**Umsätze Textilwirtschaft  
im Geschäftsjahr 2016/17**  
in Prozent



# VER- MÖGENS-, FINANZ- UND ERTRAGS- LAGE

## Umsatzentwicklung

84  
SEITE

Mit einem Konzernumsatz von EUR 880,9 Mio. (Vorjahr: EUR 900,8 Mio.) haben wir unser avisiertes Ziel, einen Konzernumsatz zu erwirtschaften, der 2 % bis 4 % unterhalb des Vorjahres liegt, erreicht. Bereits in der Planung für das abgeschlossene Geschäftsjahr wurde sowohl ein Umsatzrückgang basierend auf den geplanten Geschäftsschließungen aus dem Restrukturierungsprogramm FIT4GROWTH als auch aufgrund eines weiterhin belastenden Marktumfeldes berücksichtigt.

Das Marktumfeld für den gesamten Modeeinzelhandel ist auch in den letzten zwölf Monaten anhaltend herausfordernd und schwierig geblieben. Sinkende Kundenfrequenzen in den Innenstädten und Shopping-Centern sowie das sich verändernde Konsumentenverhalten haben die Umsätze im deutschen Modeeinzelhandel belastet. Dabei nimmt der Anteil für die Mode am verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte weiterhin ab und wird unter anderem kompensiert durch Ausgaben für elektronische Geräte, Freizeit- und Urlaubsaktivitäten oder Investitionsgüter. Der vergleichbare Umsatz im deutschen Modeeinzelhandel verminderte sich im GERRY WEBER Geschäftsjahr 2016/17 (1. November 2016 bis 31. Oktober 2017) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um rund 2 %.

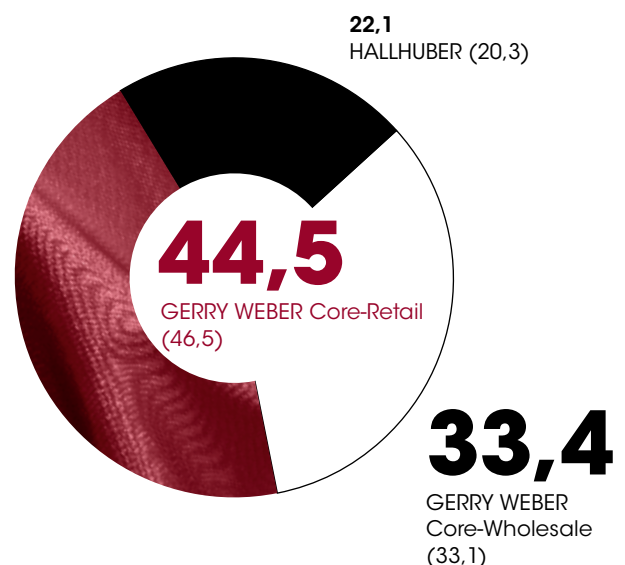
Der Umsatz der GERRY WEBER Gruppe setzt sich zusammen aus den Umsatzerlösen des GERRY WEBER Core-Bereiches mit den Marken GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON und talkabout

sowie dem Umsatz der Tochtergesellschaft HALLHUBER. Dabei verminderte sich der Umsatz der GERRY WEBER Core-Marken im Berichtszeitraum November 2016 bis Oktober 2017 um 4,4 % auf EUR 686,6 Mio. (Vorjahr: EUR 717,6 Mio.). Das Vertriebssegment GERRY WEBER Core-Wholesale trug dabei EUR 294,0 Mio. (Vorjahr: EUR 298,4 Mio.) zum gesamten Core-Umsatz bei, das Core-Retail-Segment EUR 392,6 Mio. (Vorjahr: EUR 419,2 Mio.).

Die 100 % Tochtergesellschaft HALLHUBER trug mit EUR 194,3 Mio. (Vorjahr: EUR 183,2 Mio.) rund 22,1 % (Vorjahr: 20,3 %) zum Konzernumsatz der GERRY WEBER Gruppe bei.

Eine Aufteilung des Konzernumsatzes 2016/17 (Vorjahr in Klammern) nach Segmenten kann der folgenden Grafik entnommen werden:

**Aufteilung des Konzernumsatzes 2016/17 nach Segmenten**  
zum 31. Oktober 2017 in Prozent  
(Vorjahr)



# 880,9

**Mio. EUR Gesamtumsatz**  
im Geschäftsjahr 2016/17

## Umsatzentwicklung GERRY WEBER Core-Retail

Der Umsatz des GERRY WEBER Core-Retail-Segmentes umfasst alle Umsätze der Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON, die mit den in Eigenregie geführten Verkaufsflächen sowie den eigenen Online-Shops dieser Marken erwirtschaftet werden.

Der Umsatz des Core-Retail-Segmentes verminderte sich im Geschäftsjahr 2016/17 um 6,3% auf EUR 392,6 Mio. (Vorjahr: EUR 419,2 Mio.). Der Rückgang basiert vor allem auf den Geschäftsschließungen im Rahmen des Programms FIT4GROWTH. Im Geschäftsjahr 2016/17 wurden 68 und im Vorjahr bereits 75 eigene Geschäfte im In- und Ausland geschlossen. Entsprechend verminderte sich die Anzahl der eigenen Geschäfte der Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON im Berichtsjahr von 924 auf 850.

Ferner belasteten Umsatzrückgänge auf vergleichbarer Fläche den Umsatz des Core-Retail-Bereiches. Im Vergleich zum Vorjahr reduzierten sich diese um 1,9% und verlaufen somit parallel zur Marktentwicklung in Deutschland, deren Umsätze sich im Vergleichszeitraum ebenfalls um rund 2% verminderten. Als vergleichbar definieren wir eine Verkaufsfläche nach zwei Jahren des Bestehens.

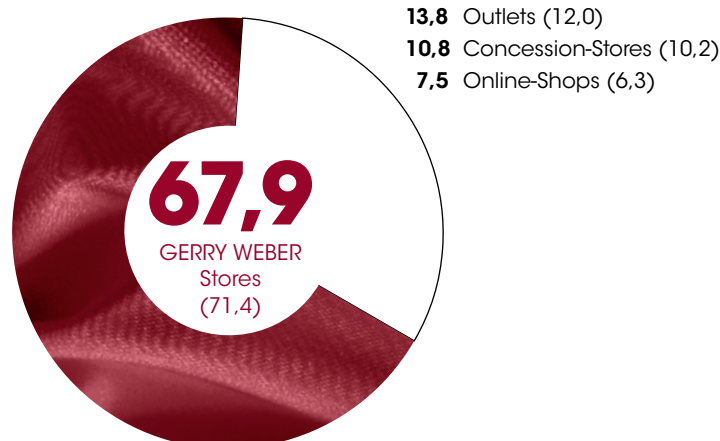
Erfreulich entwickelte sich das GERRY WEBER Core-Online-Geschäft. Der Online-Umsatz erhöhte sich im Berichtszeitraum von EUR 26,1 Mio. auf EUR 28,6 Mio., was einem Anstieg von 9,5% entspricht.

Bei Betrachtung der Zusammensetzung des GERRY WEBER Core-Retail-Umsatzes nach Vertriebskonzepten, trugen im Berichtszeitraum die 533 GERRY WEBER Stores und Monolabel Stores

67,9% zum Retail-Umsatz bei (Vorjahr: 71,4%). Ursächlich für den Rückgang des Anteils am Core-Retail-Umsatz waren insbesondere die bereits genannten Geschäftsschließungen. Zulegen konnten die Concession-Flächen und der Online-Shop, die ihren Anteil von 10,2% auf 10,8% bzw. 6,3% auf 7,5% erhöhen konnten. Eine Übersicht des Retail-Umsatzes nach Vertriebskonzepten kann der nachfolgenden Grafik entnommen werden.



## Umsatzaufteilung „GERRY WEBER Core-Retail“ 2016/17 in Prozent (Vorjahr)







85

SEITE



## Umsatzentwicklung

### GERRY WEBER Core-Wholesale

Der Umsatz des Core-Wholesale-Segmentes umfasst alle Umsätze mit unseren Handelspartnern, sei es den Franchise-Partnern, Facheinzelhändlern oder den großen Kaufhäusern, auf deren Flächen Shop-in-Shops unserer Core-Marken geführt werden. Ursprünglich waren wir, auch aufgrund der Marktgegebenheiten, von einem Rückgang des Wholesale-Umsatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich im Vergleich zum Vorjahr ausgegangen. Aufgrund der von uns bereits umgesetzten Maßnahmen im Zuge des Programms FIT4GROWTH verringerte sich der Wholesale-Umsatz jedoch nur um 1,5 % auf EUR 294,0 Mio. (Vorjahr: EUR 298,4 Mio.). Dies bestätigt nicht nur den Erfolg unserer Maßnahmen, sondern auch die wieder zunehmende Attraktivität unserer neuen Kollektionen.



86

SEITE



## Umsatzentwicklung HALLHUBER

HALLHUBER führt als rein vertikales Modeunternehmen ausschließlich in Eigenregie geführte Verkaufsflächen. Dies sind Monolabel Stores, Concession-Flächen, Outlets sowie in Eigenverantwortung geführte Online-Shops. Der HALLHUBER Umsatz erhöhte sich expansionsbedingt im Geschäftsjahr 2016/17 im Vergleich zum Vorjahr um 6,1 % auf EUR 194,3 Mio. (Vorjahr: EUR 183,2 Mio.).

Der Umsatzanstieg basiert ausschließlich auf der Neueröffnung von HALLHUBER Verkaufsflächen, da sich die Umsätze auf vergleichbarer Fläche um 3,5 % verminderten. Die unterdurchschnittliche Umsatzentwicklung auf vergleichbarer Fläche, insbesondere in der ersten Geschäftsjahreshälfte, basierte vor allem auf einer geänderten Warensteuerung während dieses Zeitraumes. Um Überbeständen am Ende der Saison vorzubeugen und damit die Rohertragsmarge zu verbessern, wurde im Verlauf des gesamten 1. Halbjahres 2016/17 im Schnitt rund 25 % weniger Ware auf die HALLHUBER Verkaufsflächen geliefert. Erst ab Ende April 2017 wurde die Anzahl der Teile pro Quadratmeter wieder schrittweise erhöht. Erste positive Effekte dieser Entwicklung zeichneten sich bereits im 3. Quartal 2016/17 ab. Im isolierten 4. Quartal 2016/17 betrug die Umsatzentwicklung auf vergleichbarer HALLHUBER Fläche bereits wieder +2,3 %.

Im Umsatz enthalten ist auch das Online-Geschäft, welches mit EUR 20,1 Mio. (Vorjahr: EUR 17,6 Mio.) einen Anteil von 10,4 % (Vorjahr: 9,7 %) zum gesamten HALLHUBER Umsatz beitrug.

## Entwicklung der Markenumsätze

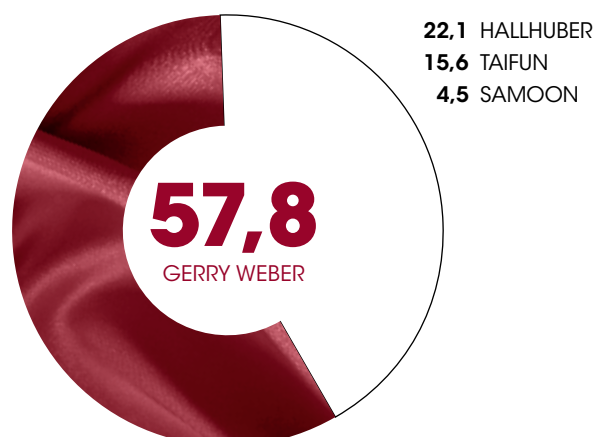
Vor dem Hintergrund des expansionsbedingten Umsatzwachstums von HALLHUBER sowie der Schließung von Geschäften der Core-Marken sank der Anteil der Markenfamilie GERRY WEBER mit seinen Sublabels COLLECTION, EDITION und Casual von 59,7 % auf 57,8 %. Innerhalb der Markenfamilie GERRY WEBER machen die Sublabels EDITION und Casual zusammen mittlerweile mehr als die Hälfte des Markenumsatzes aus. Trotz Geschäftsschließungen blieben die Anteile der Marken TAIFUN und SAMOON am Konzernumsatz mit jeweils 15,6 % und 4,5 % nahezu unverändert. HALLHUBER erhöhte seinen Anteil am Konzernumsatz aufgrund neu eröffneter Verkaufsflächen von 20,3 % auf 22,1 %.

Bei Betrachtung der GERRY WEBER Core-Umsätze (ohne HALLHUBER) erreichte die Markenfamilie GERRY WEBER einen Umsatzanteil von 74,3 % (Vorjahr 75,0 %). Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr ist vor allem der guten Performance von TAIFUN geschuldet. Innerhalb der GERRY WEBER Core-Marken erhöhte TAIFUN seinen Anteil im Vergleich zum Vorjahr von 19,3 % auf 20,0 %. Der Anteil der Marke SAMOON blieb mit 5,7 % nahezu konstant.

Die Aufteilung des Konzernumsatzes nach Markenfamilien, inklusive HALLHUBER, kann der folgenden Grafik entnommen werden:



**Aufteilung des Konzernumsatzes  
2016/17 nach Markenfamilien**  
in Prozent

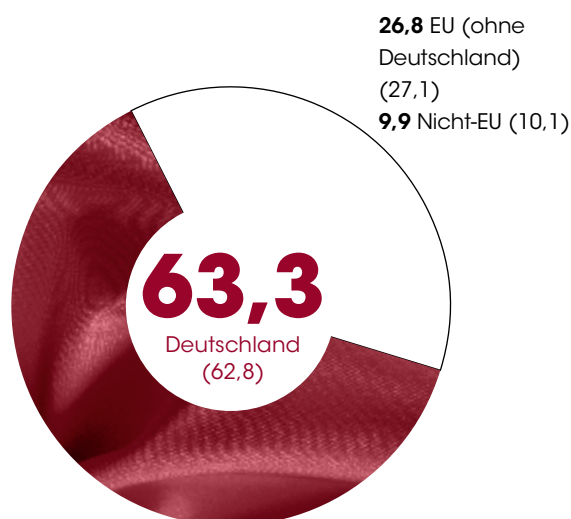


### Regionale Umsatzentwicklung

Vor dem Hintergrund der Expansion von HALLHUBER, der wie der zunehmenden Bedeutung des Wholesale-Segmentes sowie der Einführung der Marke talkabout in Deutschland ist der Anteil des Konzernumsatzes, den die GERRY WEBER Gruppe in Deutschland erwirtschaftet von 62,8% im Vorjahr auf 63,3% angestiegen. Dabei generieren die GERRY WEBER Core-Marken 59,3% (Vorjahr: 58,9%) und HALLHUBER sogar 77,5% (Vorjahr: 78,5%) des Umsatzes in Deutschland.

Mit 6,5% und 6,0% bleiben die Niederlande und Österreich ebenfalls wichtige Absatzmärkte für den Konzern. Insgesamt entfiel aus Konzernsicht ein Anteil von 36,7% (Vorjahr: 37,2%) auf die ausländischen Märkte. Dabei wurden 26,8% (Vorjahr: 27,1%) innerhalb der Europäischen Union (ohne Deutschland) und 9,9% (Vorjahr: 10,1%) außerhalb der EU generiert.

### Aufteilung des Konzernumsatzes 2016/17 nach Regionen (inkl. HALLHUBER) in Prozent (Vorjahr)



## Ertragslage

### Verkürzte Gewinn- und Verlustrechnung 2016/17 und 2015/16

| in Mio. Euro                                        | 2016/17     | 2015/16     | Veränderung in % |
|-----------------------------------------------------|-------------|-------------|------------------|
| Umsatzerlöse                                        | 880,9       | 900,8       | -2,2 %           |
| Sonstige betriebliche Erträge                       | 14,6        | 46,3        | -68,5 %          |
| Bestandsveränderungen                               | -8,1        | 12,7        | 163,8 %          |
| Materialaufwand                                     | -356,7      | -369,8      | -3,5 %           |
| Personalaufwand                                     | -192,0      | -202,7      | -5,3 %           |
| Abschreibungen                                      | -47,9       | -63,5       | -24,6 %          |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen                  | -279,3      | -308,7      | -9,5 %           |
| Sonstige Steuern                                    | -1,2        | -1,3        | -7,7 %           |
| <b>Operatives Ergebnis</b>                          | <b>10,3</b> | <b>13,8</b> | <b>-25,4 %</b>   |
| Finanzergebnis                                      | -7,7        | -8,6        | -10,5 %          |
| <b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b> | <b>2,6</b>  | <b>5,2</b>  | <b>-50,0 %</b>   |
| Steuern vom Einkommen und Ertrag                    | -3,3        | -4,7        | -29,8 %          |
| <b>Konzernjahresfehlbetrag/überschuss</b>           | <b>-0,8</b> | <b>0,5</b>  |                  |



87

SEITE

Der Konzernumsatz der GERRY WEBER International AG im Geschäftsjahr 2016/17 verminderte sich um 2,2% von EUR 900,8 Mio. im Vorjahr auf EUR 880,9 Mio. Eine ausführliche Darstellung der Zusammensetzung des Konzernumsatzes haben wir bereits im Kapitel „Umsatzentwicklung“ dieses Lageberichtes gegeben. Die sonstigen betrieblichen Erträge des Berichtszeitraumes 2016/17 verminderten sich deutlich von EUR 46,3 Mio. auf EUR 14,6 Mio. Dies ist vor allem auf die Sondereffekte des Vorjahres zurückzuführen. Im Geschäftsjahr 2015/16 ist in den sonstigen betrieblichen Erträgen der Buchgewinn aus dem Verkauf der Renditeimmobilie Halle 30 in Höhe von EUR 23,4 Mio. enthalten. Ferner waren im Vorjahr noch die Mieterträge aus der Halle 30 in Höhe von EUR 2,7 Mio. in dieser Position enthalten. Die sonstigen betrieblichen Erträge des Berichtszeitraumes verminderten sich entsprechend.

Aufgrund der 68 Filialschließungen der GERRY WEBER Core-Marken (GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON) im Geschäftsjahr 2016/17 sowie Veränderungen im Warenmanagement

sowohl bei GERRY WEBER Core als auch bei unserer Tochtergesellschaft HALLHUBER fand ein Bestandsabbau in Höhe von EUR 8,1 Mio. statt. Im Vorjahr verzeichnete die GERRY WEBER Gruppe noch einen Bestandsaufbau von EUR 12,7 Mio. Die Kombination aus einer angepassten Struktur der Modekollektionen mit einem zunehmenden Anteil von kleineren, saisonalen Kapseln sowie das modifizierte Warenmanagement haben zum einen zum Ziel, schneller auf aufkommende Trends reagieren zu können, zum anderen aber auch einen Bestandsaufbau und die in der Regel damit verbundenen notwendigen Rabatte auf die Saisonware zu vermeiden.



88

SEITE



Die Materialaufwendungen des Geschäftsjahres 2016/17 reduzierten sich im Vergleich zum Vorjahr um 3,5 % auf EUR 356,7 Mio. (Vorjahr: EUR 369,8 Mio.). Investitionen verbunden mit dem Einkauf qualitativ noch höherwertiger Ware, insbesondere bei den Core-Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON, führten zu einer kurzfristigen Belastung der Konzern-Rohertragsmarge, die von 60,4 % im Vorjahr auf 58,6 % sank. Deutlich wird dies auch bei der Betrachtung der Bereiche GERRY WEBER Core und HALLHUBER. Während HALLHUBER seine Bruttomarge aufgrund des veränderten Warenmanagements von 60,5 % nochmals auf 63,7 % verbessern konnte, verminderte sich die Bruttomarge des GERRY WEBER Core-Bereiches im Jahresvergleich von 60,3 % auf 57,1 %. Wir berechnen die Bruttomarge aus dem um die Bestandsveränderungen ergänzten Materialaufwand im Verhältnis zum Umsatz.

Die Personalaufwendungen der gesamten GERRY WEBER Gruppe reduzierten sich, trotz der HALLHUBER Expansion, deutlich um 5,3 % oder EUR 10,7 Mio. auf EUR 192,0 Mio. Grund für die gesunkenen Personalaufwendungen ist vor allem der Personalabbau im Zusammenhang mit dem Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH. Aufgrund der Geschäftsschließungen sowie der Prozessanpassungen in der Unternehmenszentrale wurden Stellen sowohl im Core-Retail-Segment als auch in der Firmenzentrale in Halle / Westfalen eingespart. Die Zahl der Mitarbeiter des Core-Bereiches verminderte sich entsprechend von 5.174 auf 4.857 und die Personalaufwendungen sanken deutlich um EUR 16,0 Mio. (9,4 %) auf EUR 153,7 Mio. Im Gegenzug erhöhten sich die Personalkosten von HALLHUBER aufgrund der Geschäftseröffnungen um EUR 5,3 Mio. (16,0 %) auf EUR 38,3 Mio. Die Anzahl der HALLHUBER

# 68

## weitere Store-Schließungen in 2016/17 nach 75 in 2015/16

Mitarbeiter erhöhte sich entsprechend von 1.847 auf 2.064 im Jahresdurchschnitt.

Die Abschreibungen des Konzerns sanken im Vergleich der Geschäftsjahre um EUR 15,6 Mio. auf EUR 47,9 Mio. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das Vorjahr durch außerordentliche Abschreibungen basierend auf dem Geschäftsschließungsprogramm in Höhe von EUR 15,0 Mio. belastet wurde. Auch das Geschäftsjahr 2016/17 enthält noch in geringem Maße außerordentliche Abschreibungen aus Geschäftsschließungen in Höhe von EUR 3,4 Mio.

In den Konzernabschreibungen sind Abschreibungen unserer Tochtergesellschaft HALLHUBER in Höhe von EUR 13,6 Mio. (Vorjahr: EUR 12,8 Mio.) enthalten. Diese umfassen auch die planmäßigen Konzernabschreibungen aus der Kaufpreisallokation von HALLHUBER in Höhe von EUR 6,5 Mio. (Vorjahr: 6,5 Mio.).

Im Geschäftsjahr 2016/17 betrugen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen der GERRY WEBER Gruppe EUR 279,3 Mio. und liegen damit EUR 29,4 Mio. (9,5 %) unterhalb des Vorjahres. Ursächlich für die deutliche Reduzierung sind insbesondere die Einsparungen basierend auf dem Programm FIT4GROWTH, verbunden mit den Schließungen von 68 Geschäften des GERRY WEBER Core-Bereiches. Ferner ist zu berücksichtigen, dass die sonstigen betrieblichen Aufwendungen des Vorjahres Sonderbelastungen resultierend aus FIT4GROWTH in Höhe von EUR 9,6 Mio. enthielten. Auch der Berichtszeitraum 2016/17 wurde durch Sondereffekte aus FIT4GROWTH in Höhe von EUR 3,3 Mio. weiterhin belastet.

Betrachtet man den GERRY WEBER Core-Bereich isoliert, so haben sich dessen sonstige betriebliche Aufwendungen sogar um EUR 35,1 Mio. auf EUR 201,6 Mio. reduziert. Expansionsbedingt erhöhten sich dagegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen von HALLHUBER von EUR 71,9 Mio. auf EUR 77,7 Mio. (+8,0 %).

Wesentliche Aufwandsposition der sonstigen betrieblichen Aufwendungen des Konzerns sind die Raumkosten in Höhe von EUR 148,6 Mio. (Vorjahr: EUR 155,7 Mio.). Der Anteil von

HALLHUBER an den Raumkosten beträgt EUR 56,0 Mio. (Vorjahr: EUR 52,1 Mio.). Die Raumkosten des Core-Bereiches verminderten sich aufgrund der 68 Geschäftsschließungen im Geschäftsjahr 2016/17 deutlich um EUR 11,0 Mio. auf EUR 92,6 Mio. Ebenfalls zu Kostensenkungen führte die Abwicklung unserer Logistikprozesse durch das neue eigene Logistikzentrum. Die Fracht- und Verpackungskosten reduzierten sich von EUR 35,7 Mio. auf EUR 22,0 Mio.

Ebenfalls in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten sind die Kosten für Marketing, die sich im Vergleich zum Vorjahr von EUR 25,6 Mio. auf EUR 29,7 Mio. erhöhten. In Prozent vom Umsatz betrugen die Marketingaufwendungen 3,4% (Vorjahr: 2,8%). Die Kosten der Kollektionsentwicklung verminderten sich hingegen leicht von EUR 5,5 Mio. auf EUR 4,9 Mio. im Berichtszeitraum. Aufgrund der Einführung neuer IT-Systeme und die Überführung unserer Tochtergesellschaften in unsere Systemlandschaft erhöhten sich die EDV-Kosten von EUR 12,0 Mio. im Vorjahr auf EUR 14,6 Mio. Insgesamt gilt festzuhalten, dass wir alle Maßnahmen zur Kostensenkung resultierend aus dem Programm FIT4GROWTH erfolgreich umgesetzt haben. Ziel war es, die Personal- und Sachkosten auf Konzernebene um EUR 20 und 25 Mio. zu senken. Dies ist uns gelungen.



90

SEITE



Unter Berücksichtigung aller operativen Kosten ergibt sich ein Konzernergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Konzern-EBITDA reported) in Höhe von EUR 58,2 Mio. (Vorjahr: EUR 77,3 Mio.). Die EBITDA-Marge verminderte sich im Berichtszeitraum demzufolge von 8,6% auf 6,6%. Das adjustierte Konzern-EBITDA ohne Sondereffekte aus dem Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH in Höhe von EUR 6,2 Mio. beträgt somit EUR 64,4 Mio. Das vergleichbare Konzern-EBITDA des Vorjahres, ebenfalls ohne Sonderbelastungen bzw. dem Gewinn aus dem Verkauf der Halle 30, beträgt EUR 71,6 Mio. Die bereinigte EBITDA-Marge (Konzern-EBITDA adjusted) beträgt entsprechend 7,3% (Vorjahr: 7,9%).

Unter Einbeziehung der Abschreibungen in Höhe von EUR 47,9 Mio. errechnet sich ein operatives Konzernergebnis (Konzern-EBIT reported) in Höhe von EUR 10,3 Mio. (Vorjahr: EUR 13,8 Mio.) und eine EBIT-Marge (reported) von 1,2% (Vorjahr: 1,5%). Ohne Sondereffekte resultierend aus FIT4GROWTH beträgt das bereinigte Konzern-EBIT des Geschäftsjahres 2016/17 EUR 19,9 Mio. und die bereinigte EBIT-Marge 2,3% (Vorjahr: 2,6%).



## PROZENT

beträgt die um Sondereffekte  
bereinigte EBITDA-Marge.

Trotz der erfolgreichen Umsetzung des Programms FIT4GROWTH und der damit verbundenen Kosteneinsparungen bei den Personal- und Sachkosten in Höhe von rund EUR 30 Mio. ist es uns nicht gelungen, das operative Konzernergebnis zu verbessern. Vor allem die Reduzierung des Rohertrages des GERRY WEBER Core-Bereiches um EUR 40,5 Mio. auf EUR 392,4 Mio., einerseits aufgrund des gesunkenen Umsatzes und andererseits beruhend auf Investitionen in die Qualität der Produkte, führte zu einer Belastung des operativen Ergebnisses, welches nicht vollständig durch die Kosteneinsparungen kompensiert werden konnte. Insbesondere der Monat Oktober 2017 führte aufgrund der schwachen Marktnachfrage zu einer Planabweichung des Rohergebnisses von EUR 3,4 Mio. im Core-Bereich. Darüber hinaus verzeichnete unsere Tochtergesellschaft HALLHUBER zwar ein im Vergleich zum Vorjahr verbessertes, allerdings noch negatives Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) von EUR 2,5 Mio. im Geschäftsjahr 2016/17 und belastete das Konzern-EBIT zusätzlich. Folglich haben wir zwar das ausgegebene Ziel, ein EBIT von mindestens EUR 10 Mio. erzielen zu wollen erreicht, mit der Profitabilität des Geschäftsjahres 2016/17 sind wir jedoch nicht zufrieden.

Das negative Finanzergebnis hat sich im Berichtszeitraum von EUR 8,6 Mio. auf EUR 7,7 Mio. verbessert. Dies ist vor allem auf geringere Zinsaufwendungen zurückzuführen, die sich um EUR 1,1 Mio. auf EUR 5,7 Mio. reduzierten. Die planmäßige Rückzahlung einer Schuldscheintranche in Höhe von EUR 20 Mio. führte unter anderem zu der Minderung der Zinsaufwendungen. Unter Berücksichtigung der Steuern vom Einkommen und Ertrag ergibt sich ein Jahresverlust der GERRY WEBER Gruppe für das Geschäftsjahr 2016/17 in Höhe von EUR 0,8 Mio. Der Verlust pro Aktie beträgt EUR 0,02 pro Aktie (Vorjahr: Gewinn pro Aktie von EUR 0,01).

## Vermögenslage

Im Vergleich zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres 2015/16 reduzierte sich die Bilanzsumme der GERRY WEBER Gruppe um 12,3 % oder EUR 110,7 Mio. auf nun EUR 789,9 Mio. zum 31. Oktober 2017. Maßgebliche Treiber der Veränderungen innerhalb der Bilanzstruktur waren die planmäßige Rückzahlung der ersten Tranche des im November 2014 begebenen Schuldscheindarlehens, die Ausübung der Call-Option über die restlichen 49 % an unseren niederländischen und belgischen Tochtergesellschaften sowie der planmäßige Verbrauch von Rückstellungen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Auf der Aktivseite sank das langfristige Vermögen leicht im Vergleich zum 31. Oktober 2016 um 2,1 % und belief sich damit zum 31. Oktober 2017 auf EUR 513,1 Mio. Die immateriellen Vermögensgegenstände betrugen zum 31. Oktober 2017 EUR 229,9 Mio. nach EUR 226,2 Mio. zum Ende des Geschäftsjahres 2015/16. Sie beinhalten neben Belieferungsrechten für fremdbetriebene Franchise GERRY WEBER Stores sowie Geschäfts- und Firmenwerten auch vorteilhafte Mietverträge und Kundenbeziehungen im Rahmen der in den letzten Jahren getätigten Unternehmensakquisitionen. Darüber hinaus zählen die im Zusammenhang mit Akquisitionen erworbenen Markenrechte (im Wesentlichen HALLHUBER) zu dieser Bilanzposition. Die größte Veränderung innerhalb der langfristigen Vermögensgegenstände zeigte sich innerhalb der Sachanlagen, die unter anderem im Rahmen der definierten Schließungen der eigenen Retail-Stores und den dazugehörigen Ladeneinbauten um 5,2 % oder EUR 15,1 Mio. auf EUR 272,9 Mio. sanken. Die langfristigen Finanzanlagen blieben mit EUR 2,1 Mio. zum Ende des Berichtszeitraumes nahezu unverändert (Vorjahr: EUR 2,3 Mio.).

Die kurzfristigen Vermögensgegenstände betrugen zum 31. Oktober 2017 insgesamt EUR 276,8 Mio. Sie verminderten sich damit im Vergleich zum 31. Oktober 2016 deutlich um EUR 99,7 Mio. oder 26,5 %. Dazu beigetragen hat unter anderem der Rückgang der Vorräte im Vergleich der Geschäftsjahre um 5,7 % von EUR 173,3 Mio. auf EUR 163,4 Mio. Darüber hinaus ist der Rückgang der kurzfristigen Vermögensgegenstände vor allem auf die sonstigen Vermögensgegenstände zurückzuführen, die sich von EUR 87,0 Mio. auf EUR 21,0 Mio. verringerten (–75,8 %). In dieser Position war im Vorjahr unter anderem auch die Kaufpreisforderung aus der Veräußerung der Halle 30 enthalten. Nach Erfüllung der Fälligkeitsvoraussetzungen im Dezember 2016

# 19,9

**MIO. EURO**

betrug das bereinigte Konzern-EBIT  
im Geschäftsjahr 2016/17.

wurde der Verkaufspreis in Höhe von EUR 49,1 Mio. zu Beginn des Geschäftsjahres 2016/17 gezahlt. Der Erhalt der Kaufpreiszahlung ließ die liquiden Mittel entsprechend ansteigen. Im Gegenzug verminderte die Rückzahlung der ersten Tranche des Schuldscheindarlehens (EUR 20 Mio.), die Ausübung der Call-Optionen über die restlichen 49 % an unseren niederländischen und belgischen Tochtergesellschaften (EUR 17,2 Mio.) sowie die Zahlungen im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms für die erworbenen Aktien (EUR 5,0 Mio.) die liquiden Mittel zum Ende des Geschäftsjahres 2016/17. Insgesamt betrugen die liquiden Mittel zum Ende des Berichtszeitraumes EUR 36,6 Mio. nach EUR 50,8 Mio. zum 31. Oktober 2016. Ebenso verminderten sich die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen im Berichtszeitraum von EUR 63,3 Mio. auf EUR 49,2 Mio. (–22,2 %).

Auf der Passivseite sank das Eigenkapital im Vergleich zum Ende des Geschäftsjahres 2015/16 um 7,6 % (EUR 33,7 Mio.) auf EUR 412,7 Mio. zum 31. Oktober 2017. Aufgrund des Aktienrückkaufprogrammes wird das Eigenkapital abzüglich des Anteils ausgewiesen, der auf die durch die Gesellschaft erworbenen Aktien entfällt. Die GERRY WEBER International AG startete am 28. März 2017 ein Rückkaufprogramm für eigene Aktien im Volumen von bis zu 500.000 Aktien maximal jedoch zu einem Gesamtkaufpreis (ohne Erwerbsnebenkosten) von bis zu EUR 5,0 Mio. Das Aktienrückkaufprogramm wurde am 13. Juni 2017 beendet. Innerhalb des Berichtszeitraumes wurden 398.245 eigene Aktien mit einem Volumen von EUR 5,0 Mio. zurückgekauft. Die Gewinnrücklagen sanken aufgrund der eigenen gehaltenen Aktien um EUR 4,6 Mio. auf EUR 225,8 Mio. zum 31. Oktober 2017. Vor dem Hintergrund der Euro/USD Entwicklung betrugen die kumulierten erfolgsneutralen Veränderungen nach IAS 39 zum 31. Oktober 2017 EUR –4,7 Mio. nach EUR 10,9 Mio. im Vorjahr. Die Eigenkapitalquote stieg von 49,6 % zum 31. Oktober 2016 auf 52,3 % zum Ende des Berichtszeitraumes.

Die langfristigen Schulden sanken um 6,7 % auf nun EUR 261,6 Mio. (Vorjahr: EUR 280,3 Mio.), was unter anderem auf die Verminderung der langfristigen Finanzschulden um EUR 3,0 Mio. auf EUR 218,2 Mio. sowie der sonstigen Verbindlichkeiten um EUR 8,6 Mio. auf EUR 3,6 Mio. zurückzuführen ist. Ferner verminderten sich die passiven latenten Steuerschulden ebenso deutlich um EUR 7,4 Mio. auf EUR 30,9 Mio.



# 11,6

## MIO. EURO

(-5,7%) Reduzierung der  
Netto-Verschuldung zum  
31. Oktober 2017.

Die kurzfristigen Schulden reduzierten sich im Geschäftsjahresvergleich nahezu um ein Drittel von EUR 173,9 Mio. auf EUR 115,5 Mio. zum 31. Oktober 2017. Aufgrund getätigten Auszahlungen im Zusammenhang mit den Maßnahmen des Programms FIT4GROWTH verminderten sich sowohl die kurzfristigen Personalrückstellungen im Vergleich zum Geschäftsjahresende von EUR 16,2 Mio. auf EUR 12,2 Mio. als auch die sonstigen Rückstellungen von EUR 18,0 Mio. auf EUR 10,1 Mio. Insgesamt sanken die kurzfristigen Rückstellungen von EUR 45,4 Mio. auf EUR 24,5 Mio. (-46,0%).

Die kurzfristigen Finanzschulden sanken im Wesentlichen aufgrund der Rückzahlung der ersten Tranche des Schuldscheindarlehens (EUR 20,0 Mio.) im Dezember 2016 von EUR 33,5 Mio. auf EUR 10,8 Mio. zum Ende des Berichtszeitraumes. Die Sonstigen Verbindlichkeiten verminderten sich um EUR 9,3 Mio. oder -24,7% auf EUR 28,3 Mio. Maßgeblich für diese Entwicklung ist die planmäßige Ausübung der Call-Optionen über die restlichen 49% an unseren niederländischen und belgischen Tochtergesellschaften.



116

SEITE



Die GERRY WEBER Gruppe weist mit einer Eigenkapitalquote von 52,3% eine solide Bilanzstruktur aus. Die kurz- und langfristigen Finanzschulden enthalten keine Covenants oder Sicherheitshinterlegungen. In Summe betrugen die kurzfristigen und langfristigen Finanzschulden zum Ende des Geschäftsjahres 2016/17 EUR 229,1 Mio. nach EUR 254,8 Mio. zum 31. Oktober 2016. Die Nettoverschuldung sank aufgrund der gesunkenen Finanzschulden um 5,7% auf EUR 192,5 Mio. zum 31. Oktober 2017 (Vorjahr: EUR 204,1 Mio.).

## Finanzlage

Ausgehend von einem im Vergleich zum Vorjahr um EUR 3,5 Mio. niedrigeren operativen Konzernergebnis in Höhe von EUR 10,3 Mio. verminderte sich der Mittelzufluss aus der operativen Geschäftstätigkeit um 13,6% auf EUR 47,2 Mio. (Vorjahr: EUR 54,6 Mio.). Die nicht liquiditätswirksamen Abschreibungen verminderten sich ebenfalls von EUR 63,5 Mio. auf EUR 47,9 Mio. Es ist zu berücksichtigen, dass das Vorjahr EUR 15,0 Mio. außerordentliche Abschreibungen resultierend aus den Geschäftsschließungen im Rahmen des Neustrukturierungsprogrammes enthielten. Positiv wirkten sich sowohl die Abnahme des Vorratsvermögens (EUR 9,9 Mio.) als auch der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (EUR 14,0 Mio.) auf den Mittelzufluss aus der operativen Geschäftstätigkeit aus. Darüber hinaus reduzierten sich die Rückstellungen um EUR 11,5 Mio. und die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um EUR 5,4 Mio. Im Gegenzug belastete der Abfluss für Ertragsteuerzahlungen in Höhe von EUR 18,2 Mio. den operativen Mittelzufluss. Unter Berücksichtigung des liquiditätswirksamen Finanzergebnisses von EUR 6,7 Mio. errechnet sich ein Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit von EUR 40,5 Mio. (Vorjahr: EUR 47,8 Mio.). Die GERRY WEBER Gruppe hatte im Berichtszeitraum liquiditätswirksame Sonderbelastungen im Rahmen des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH in Höhe von EUR 6,2 Mio. (Vorjahr: EUR 9,6 Mio.) zu verzeichnen.

Die Zahlung aus dem Verkauf der Renditeimmobilie Halle 30 im Dezember 2016 führte zu einem Mittelzufluss in Höhe von EUR 49,1 Mio. Die Mittelverwendung wurde auch im Geschäftsjahr 2016/17 durch Investitionen in das Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögensgegenstände in Höhe von EUR 38,2 Mio. geprägt. Diese umfassen insbesondere Investitionen in IT-Systeme zur weiteren Digitalisierung unseres Geschäftsmodells sowie Einbauten für die neu eröffneten HALLHUBER Verkaufsflächen. Darüber hinaus flossen liquide Mittel in Höhe von EUR 23,9 Mio. in den Erwerb von Anteilen an unseren niederländischen, belgischen und norwegischen Tochterunternehmen. Insgesamt ermittelt sich ein Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit in Höhe von EUR 12,5 Mio. nach EUR 58,8 Mio. im Vorjahr. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das Vorjahr vor allem durch Mittelabflüsse im Zusammenhang mit dem Bau des neuen Logistikzentrums beeinflusst wurde.

Der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit umfasst im Geschäftsjahr 2016/17 die Auszahlung der Dividende in Höhe von EUR 11,4 Mio. sowie die Mittelabflüsse für die Tilgung von Finanzkrediten in Höhe von EUR 30,7 Mio. Ferner flossen EUR 5,0 Mio. für den Erwerb von 398.245 eigenen Aktien ab. Insgesamt beträgt der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit EUR 47,1 Mio. Im Vergleich zum Bilanzstichtag des Vorjahres verringerte sich der Finanzmittelbestand zum 31. Oktober 2017 um EUR 19,1 Mio. (Vorjahr: EUR 25,4 Mio.). Entsprechend betrug dieser zum Ende des Berichtszeitraumes EUR 31,6 Mio. (Vorjahr: EUR 50,7 Mio.).



## Segmentberichterstattung

Basierend auf der internen Berichterstattung unterteilt die GERRY WEBER Gruppe ihr Geschäftsmodell in die drei Segmente „Wholesale“, „Retail“ und „HALLHUBER“. Durch den Verkauf der Renditeimmobilie Halle 30 entfallen ab dem Geschäftsjahr 2016/17 die „übrigen Segmente“. Die beiden Segmente „Wholesale“ und „Retail“ bilden die Geschäftsvorfälle des GERRY WEBER Core-Bereiches und damit die Marken GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON und talkabout ab. Sämtliche Entwicklungs- und Fertigungsprozesse dieser Marken inklusive Transport und Logistik werden dabei auf diese beiden Segmente verteilt. Entsprechend werden alle Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden, die der Produktentwicklung und -beschaffung zugerechnet werden können, auf die beiden Vertriebssegmente „Wholesale“ und „Retail“ allokiert.

Seit der Akquisition von HALLHUBER im Februar 2015 werden die Geschäftsvorfälle unserer 100-prozentigen Tochtergesellschaft als drittes Segment ausgewiesen. Die Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden von HALLHUBER werden entsprechend zur Erhöhung der Transparenz als eigenes Segment dargestellt.

Die „übrigen Segmente“ des Vorjahres umfassen vor allem die Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden des Renditeobjektes Halle 30, welches im Oktober 2016 verkauft wurde. Die Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden der Holdinggesellschaft werden den Segmenten entsprechend ihrer Zurechenbarkeit ebenfalls quotale zugeordnet.

### GERRY WEBER Core-Wholesale-Segment

Auch unsere Wholesale-Partner bleiben von den schwierigen Marktgegebenheiten des deutschen Modehandels, verbunden mit rückläufigen Umsätzen im Vergleich zum Vorjahr, nicht unberührt. Weiterhin durchläuft der Modeeinzelhandel eine Konsolidierungsphase, die auch unsere Wholesale-Umsätze belastet hat. Nahezu in Übereinstimmung mit der allgemeinen Umsatzentwicklung in Deutschland, die einen Rückgang im Vergleich zum Vorjahr von rund 2% verzeichnete, entwickelte sich der GERRY WEBER Core-Wholesale-Umsatz. Mit EUR 294,0 Mio. im Geschäftsjahr 2016/17 fiel der Rückgang mit 1,5% niedriger aus als ursprünglich von uns in der Unternehmensplanung berücksichtigt. Dies bestätigt nicht nur den Erfolg unserer umgesetzten Maßnahmen im Rahmen des Programmes FIT4GROWTH, sondern auch die wieder zunehmende Attraktivität unserer neuen Kollektionen. Wir haben durch die

Partnerschaftsmodelle unseren Service für unsere Wholesale-Partner deutlich verbessert und mit dem aktiven Warenmanagement einen wesentlichen Schritt in Richtung Vertikalisierung des Vertriebskanals vorgenommen. Auch die erfolgreiche Einführung unserer aufstrebenden Marke talkabout, ausschließlich für unsere Wholesale-Kunden, hat das Vertrauen unserer Partner in die GERRY WEBER Gruppe gestärkt.

Die Anzahl der durch Franchise-Partner geführten GERRY WEBER Stores blieb mit 266 nahezu unverändert. Die hohe Akzeptanz unserer Kollektionen bestätigt auch der Anstieg der Shop-in Shop-Flächen, deren Anzahl sich von 2.396 auf 2.482 erhöhte.

Der Personalaufwand des Wholesale-Segmentes reduzierte sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich um EUR 8,5 Mio. (17,9%) auf EUR 39,1 Mio., sodass trotz des Umsatzrückganges das Wholesale-EBITDA mit EUR 34,6 Mio. nahezu unverändert geblieben ist. Aufgrund der leicht gestiegenen Abschreibungen basierend auf der anteiligen Zuordnung der Abschreibungen des neuen Logistikzentrums in Höhe von EUR 10,6 Mio. (Vorjahr: EUR 9,4 Mio.) lag das operative Wholesale-Ergebnis (EBIT) mit EUR 24,0 Mio. leicht unterhalb des Vorjahreswertes von EUR 25,4 Mio.

Das dem Segment zurechenbare Vermögen betrug EUR 248,6 Mio., die Schulden EUR 63,6 Mio. Die Investitionen in das langfristige Vermögen betrugen EUR 16,5 Mio. und basieren vor allem auf der quotalen Zurechnung des Vermögens und der Schulden der Holdinggesellschaft auf die einzelnen Segmente.

Trotz des Personalabbaus in der Unternehmenszentrale blieb die Anzahl der Mitarbeiter, die dem Wholesale-Segment zugerechnet werden, mit 757 Mitarbeitern nahezu konstant. Dies ist auf die Zurechnung der Mitarbeiter aus der Logistik zurückzuführen.

| Anzahl der Verkaufsflächen in den einzelnen Vertriebskanälen | 31.10.2017   | 31.10.2016   |
|--------------------------------------------------------------|--------------|--------------|
| <b>GERRY WEBER Core-Retail</b>                               |              |              |
| Houses of GERRY WEBER                                        | 454          | 487          |
| Monolabel Stores                                             | 79           | 107          |
| Concession-Flächen                                           | 281          | 295          |
| Factory Outlets                                              | 36           | 35           |
|                                                              | <b>850</b>   | <b>924</b>   |
| <b>GERRY WEBER Core-Wholesale</b>                            |              |              |
| GERRY WEBER Franchise-Stores                                 | 266          | 269          |
| Shop-in-Shops                                                | 2.482        | 2.396        |
|                                                              | <b>2.748</b> | <b>2.665</b> |
| <b>HALLHUBER</b>                                             |              |              |
| HALLHUBER Monolabel Stores                                   | 140          | 138          |
| HALLHUBER Concession-Flächen                                 | 240          | 188          |
| HALLHUBER Outlets                                            | 17           | 16           |
|                                                              | <b>397</b>   | <b>342</b>   |

### **GERRY WEBER Core-Retail-Segment**

Der Umsatz des GERRY WEBER Core-Retail-Segmentes umfasst alle Umsätze der Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON, die mit den in Eigenregie geführten Verkaufsflächen sowie den eigenen Online-Shops dieser Marken erwirtschaftet werden.

Der Umsatz des GERRY WEBER Core-Retail-Segmentes sank im Geschäftsjahr 2016/17 um 6,3% auf EUR 392,6 Mio. (Vorjahr: EUR 419,2 Mio.). Der Rückgang basiert vor allem auf den Geschäftsschließungen zur Optimierung des Geschäftsportfolios im In- und Ausland. Im Geschäftsjahr 2016/17 wurden 68 und im Vorjahr bereits 75 eigene Geschäfte geschlossen, davon rund ein Drittel außerhalb Deutschlands. Ferner belasteten Umsatzrückgänge von 1,9% auf vergleichbarer Fläche den Umsatz des Core-Retail-Bereiches.

Aufgrund der bereits dargestellten Optimierung des Geschäftsportfolios nahm die Anzahl der in Eigenregie geführten Verkaufsflächen von 924 auf 850 ab. Dabei wurden insbesondere Geschäfte der Marken TAIFUN und SAMOON geschlossen. Demzufolge sank die Verkaufsfläche der GERRY WEBER Core-Marken von 145.000 qm zum Ende des letzten Geschäftsjahres auf nunmehr 135.400 qm.

Der Personalaufwand des Core-Retail-Segmentes verminderte sich basierend auf den Geschäftsschließungen deutlich um EUR 7,4 Mio. auf EUR 114,7 Mio. Entsprechend sank die Zahl der Mitarbeiter, die diesem Segment zugerechnet werden, von 4.428 auf 4.099 im Jahresdurchschnitt. Mit den Geschäftsschließungen ist darüber hinaus eine Reduktion der Mietaufwendungen verbunden, sodass sich das negative EBIT des Core-Retail-Segmentes aus dem Vorjahr von EUR -31,9 Mio. deutlich auf EUR -11,1 Mio. verbesserte. In beiden Geschäftsjahren ist zu berücksichtigen, dass dem operativen Ergebnis des Retail-Bereiches der größte Teil der Sondereffekte aus dem Programm zur Neuausrichtung zugerechnet wurde. Alleine die außerordentlichen Abschreibungen betrugen im Geschäftsjahr 2015/16 EUR 15,0 Mio. und 2016/17 EUR 3,4 Mio.

Die Schließung von eigenen Retail-Geschäften und die damit verbundene Reduzierung von Sachanlagen (z. B. Mietereinfbauten) sowie der Abbau von zurechenbarem Holdingvermögen führten unter anderem zu einer Verminderung des Retail-Vermögens von EUR 16,8% auf EUR 358,7 Mio. Parallel dazu sanken auch die Retail-Schulden auf EUR 119,6 Mio. (-35,1%), da einerseits zurechenbare Finanzverbindlichkeiten reduziert und andererseits Rückstellungen für den Retail-Bereich abgebaut wurden.

# 135

### **TAUSEND QUADRATMETER**

Verkaufsfläche der  
GERRY WEBER Core-Marken  
per 31. Oktober 2017.

### **Online-Geschäft weiter im Fokus**

Zum GERRY WEBER Core-Retail-Bereich zählt auch das Online-Geschäft mit den Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON. Dieses erhöhte sich im Vergleich der Geschäftsjahre um 9,5% auf EUR 28,6 Mio. Besonders erfreulich entwickelte sich das Online-Geschäft mit externen Plattformen, welches sich um 62,0% im Vergleich zum Vorjahr erhöhte und EUR 2,9 Mio. (Vorjahr: EUR 1,8 Mio.) zum Online-Umsatz des Konzerns beitrug. Unter Hinzuziehung der HALLHUBER Online-Umsätze in Höhe von EUR 20,1 Mio. ergibt sich ein Konzernumsatz basierend auf den Online-Aktivitäten von EUR 51,6 Mio. (Vorjahr: 45,5 Mio.). Entsprechend erhöhte sich der Konzernumsatz aus unseren Online-Aktivitäten im Vergleich zum Vorjahr um 13,4%.

| in Mio. Euro                    | 2016/17     | 2015/16     | Diff. in %   |
|---------------------------------|-------------|-------------|--------------|
| GERRY WEBER Core-Retail         | 28,6        | 26,1        | 9,5%         |
| GERRY WEBER externe Plattformen | 2,9         | 1,8         | 62,0%        |
| HALLHUBER                       | 20,1        | 17,6        | 14,2%        |
| <b>Online Konzernumsatz</b>     | <b>51,6</b> | <b>45,5</b> | <b>13,4%</b> |

**Segment HALLHUBER**

HALLHUBER ist eine 100%-prozentige Tochtergesellschaft der GERRY WEBER International AG und ist im gehobenen mittleren Segment der Damenoberbekleidung tätig. HALLHUBER agiert vollständig vertikal, d.h. vertreibt seine Kollektionen ausschließlich über eigene Verkaufsflächen und über in Eigenverantwortung geführte Online-Shops bzw. Plattformen. Zum Ende des Berichtszeitraumes (31. Oktober 2017) bestanden 397 in Eigenregie geführte HALLHUBER Verkaufsflächen in Deutschland und den einzelnen Ländern Europas. Eine genaue Aufteilung nach Art der Verkaufsfläche und Region sowie deren Entwicklung in den letzten Jahren kann der nachfolgenden Tabelle entnommen werden.

| Verkaufs-<br>flächen          | 2014       | 2015       | 2016       | 2017       |
|-------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| Deutschland                   | 161        | 193        | 231        | 267        |
| Schweiz                       | 28         | 31         | 38         | 42         |
| UK/Irland                     | 11         | 19         | 26         | 37         |
| Belgien                       | 10         | 15         | 17         | 18         |
| Norwegen                      | –          | 5          | 7          | 8          |
| Österreich                    | 8          | 11         | 16         | 16         |
| Niederlande                   | 1          | 1          | 6          | 7          |
| Luxemburg                     | –          | –          | 1          | 2          |
| <b>Summe</b>                  | <b>219</b> | <b>275</b> | <b>342</b> | <b>397</b> |
| davon Mono-<br>label Stores   | 94         | 117        | 138        | 140        |
| davon Conces-<br>sion-Flächen | 113        | 145        | 188        | 240        |
| davon Factory<br>Outlets      | 12         | 13         | 16         | 17         |

Basierend auf der Ausweitung eigener Verkaufsflächen von rund 45.000 qm auf 52.000 qm zum Ende des Geschäftsjahres 2016/17 erhöhte sich der HALLHUBER Umsatz im Vergleich zum Vorjahr von EUR 183,2 Mio. auf EUR 194,3 Mio. (+6,1%). Auf bestehender Fläche (like-for-like) verminderte sich der HALLHUBER Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 3,5%. Dies ist insbesondere auf eine geänderte Warensteuerung zurückzuführen. Um Überbeständen am Ende der Saison vorzubeugen und damit die Rohertragsmarge zu verbessern, wurde im Verlauf des gesamten 1. Halbjahres 2016/17 im Schnitt rund 25% weniger Ware auf die HALLHUBER Verkaufsflächen geliefert.

Erst ab Ende April 2017 wurde die Anzahl der Teile pro Quadratmeter wieder schrittweise erhöht. Erste positive Effekte dieser Entwicklung zeichneten sich bereits im 3. Quartal 2016/17 ab. Im isolierten 4. Quartal 2016/17 betrug die Umsatzentwicklung auf vergleichbarer HALLHUBER Fläche bereits wieder 2,3%.

Basierend auf der gestiegenen Anzahl von Verkaufsflächen (+55) erhöhte sich auch die Anzahl der Mitarbeiter von 1.847 auf 2.065 im Jahresdurchschnitt. Entsprechend stiegen die Personalaufwendungen von HALLHUBER von EUR 33,0 Mio. auf EUR 38,3 Mio. (+16,0%). Auch die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich expansionsbedingt um 8,2% auf EUR 77,7 Mio. (Vorjahr: EUR 71,9 Mio.). Ursächlich ist unter anderem der Anstieg der Raumkosten um EUR 3,9 Mio. auf EUR 56,0 Mio.

Im Geschäftsjahr 2016/17 erwirtschaftete HALLHUBER ein Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) in Höhe von EUR 11,1 Mio. nach EUR 8,3 Mio. im Vorjahr. Dies entspricht einem Anstieg von 33,9% und ist insbesondere auf eine Verbesserung der Rohertragsmarge von 60,5% auf 63,7% zurückzuführen. Die Abschreibungen erhöhten sich aufgrund der fortlaufenden Expansion der Gesellschaft von EUR 12,8 Mio. auf EUR 13,6 Mio. Die Abschreibungen, die dem Segment HALLHUBER zugerechnet werden, umfassen auch die planmäßigen Konzernabschreibungen aus der Kaufpreisallokation in Höhe von EUR 6,5 Mio. Das negative Ergebnis vor Zinsen und Abschreibungen (HALLHUBER EBIT) verbesserte sich von EUR –4,5 Mio. im Vorjahr auf EUR –2,5 Mio. (+45,5%).

Die dem HALLHUBER Segment zugerechneten Schulden betrugen zum 31. Oktober 2017 EUR 201,6 Mio. und sind damit im Vergleich zum Vorjahr nahezu unverändert geblieben. Darin enthalten sind die für die Finanzierung des Erwerbs von HALLHUBER aufgenommenen Mittel. Das HALLHUBER Vermögen sank geringfügig um 2,2% auf EUR 189,7 Mio.

# EINZEL- AB- SCHLUSS DER GERRY WEBER INTER- NATIO- NAL AG

(Kurzfassung nach HGB)

Ergänzend zu der Berichterstattung des GERRY WEBER Konzerns erläutern wir im Folgenden die Entwicklung der GERRY WEBER International AG. Der zusammengefasste Lagebericht umfasst grundsätzlich auch alle gesetzlichen Verpflichtungen für die GERRY WEBER International AG. Während der Jahresabschluss der GERRY WEBER International AG nach den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuches (HGB) und des Aktiengesetzes (AktG) aufgestellt wurde, folgt der Konzernabschluss den International Financial Reporting Standards (IFRS). Durch die Unterschiede bei den beiden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden kommt es zu einer unterschiedlichen Bewertung vor allem beim Anlagevermögen, den Rückstellungen, Finanzinstrumenten und den latenten Steuern.

Die GERRY WEBER International AG mit Sitz in Halle / Westfalen, Deutschland, ist Muttergesellschaft für diverse Tochtergesellschaften In- und Ausland. Die als operative Holdinggesellschaft fungierende Muttergesellschaft stellt allen Tochtergesellschaften, bzw. den strategischen Geschäftseinheiten (GERRY WEBER mit talkabout, TAIFUN und SAMOON

sowie HALLHUBER) konzernübergreifende Dienstleistungen wie u. a. Rechnungswesen, Controlling, Personalwesen, IT, Revision, Compliance, Marketing und Kommunikation zur Verfügung. Ferner ist die Beschaffung in der AG angesiedelt.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der AG entsprechen im Wesentlichen denen des GERRY WEBER Konzerns und werden im Abschnitt „Wirtschafts- und Branchenbericht“ ausführlich dargestellt. Für die GERRY WEBER International AG stellen der Umsatz mit den Tochtergesellschaften sowie das Beteiligungsergebnis die wesentlichen Leistungsindikatoren dar.

## Ertragslage der GERRY WEBER International AG

Die GERRY WEBER International AG bietet in ihrer Holdingfunktion zahlreiche zentrale Dienstleistungen an, die durch die Tochtergesellschaften genutzt werden. Die durch die AG eingekauften Waren werden den Vertriebs-Tochtergesellschaften zu definierten Konzern-Verrechnungspreisen in Rechnung gestellt. Auf der einen Seite stehen entsprechende Aufwendungen für die Beschaffung dem daraus erwirtschafteten Umsatz auf der anderen Seite gegenüber. Die erwirtschafteten Umsätze und Erträge in der AG stellen bei den Tochtergesellschaften entsprechende Kosten dar.

Als Folge der Neufassung des Bilanzrichtlinien-Umsetzungsgesetzes (BILRUG) und damit verbunden einer Änderung der Umsatzdefinition gemäß § 277 Abs. 1 HGB erhöhten sich die Umsatzerlöse der GERRY WEBER International AG im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016/17 im Vergleich zum Vorjahr deutlich um EUR 44,3 Mio. auf EUR 389,4 Mio. (+12,8%). Geschäftsvorfälle, die vorher in den sonstigen betrieblichen Erträgen abgebildet wurden, werden aufgrund der Änderung der Bilanzierungsrichtlinien jetzt als Umsatzerlöse ausgewiesen. Entsprechend verminderten sich die sonstigen betrieblichen Erträge von EUR 60,7 Mio. auf EUR 3,5 Mio. Ferner ist zu berücksichtigen, dass die Position sonstige betriebliche Erträge im Vorjahr auch den Ertrag aus dem Verkauf der Renditeimmobilie Halle 30 in Höhe von EUR 23,4 Mio. enthielt. Aufgrund des niedrigeren Absatzes der Vertriebsgesellschaften, vor allem des Core-Retail-Segmentes im Vergleich zum Vorjahr, reduzierte sich auch der Materialaufwand der AG für die bezogenen Waren um 6,8% auf EUR 282,5 Mio. (Vorjahr: EUR 302,9 Mio.). Die vorgenommenen Filialschließungen haben ebenfalls zum Rückgang der bestellten Produkte und somit des Materialaufwandes beigetragen. Aufgrund der Reduzierung der Mitarbeiterzahl in der AG im Zusammenhang mit dem Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH von 670 auf 587 (Jahresdurchschnitt) sanken die Personalaufwendungen deutlich um 17,8% auf EUR 41,3 Mio.

# 17,8

**Prozent** niedrigere Personalaufwendungen im Vergleich zum Vorjahr

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen blieben mit EUR 76,9 Mio. (Vorjahr: EUR 76,9 Mio.) konstant. Neben den Umsatzerlösen und den sonstigen betrieblichen Erträgen prägt der Erfolg der Tochtergesellschaften die Ertragslage der GERRY WEBER International AG. Im Rahmen der Ergebnisabführung wurden Erträge in Höhe von EUR 26,3 Mio. vereinnahmt. Im Vorjahr waren es noch EUR 32,0 Mio. Der Rückgang spiegelt deutlich den schwierigen Geschäftsverlauf der GERRY WEBER Gruppe mit ihren einzelnen Tochtergesellschaften im Geschäftsjahr 2016/17 wider. Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen sind im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen und beliefen sich auf EUR 12,0 Mio. (Vorjahr: EUR 10,4 Mio.), was vor allem auf gestiegene Abschreibungen resultierend aus dem Bau des Logistikzentrums sowie neuen Digitalisierungsprojekten zurückzuführen ist.

Die Zinserträge im Geschäftsjahr 2016/17 sanken mit 23,4% im Vergleich zum Vorjahr deutlich auf EUR 1,5 Mio. Die Zinsaufwendungen verminderten sich ebenfalls um 4,8% auf EUR 4,1 Mio. (Vorjahr: EUR 4,3 Mio.), was vor allem auf die planmäßige Tilgung einer Tranche des Schuldscheindarlehens sowie die günstige Zinssituation zurückzuführen ist.

Vor dem Hintergrund der rückläufigen Umsatzentwicklung der Tochtergesellschaften sowie den im Vergleich zum Vorjahr deutlich niedrigeren sonstigen betrieblichen Erträgen, verminderte sich das Ergebnis nach Steuern, trotz Reduktion der operativen Personal- und Sachkosten, von EUR 15,8 Mio. auf nunmehr EUR –3,4 Mio. Unter Berücksichtigung von sonstigen Steuern in Höhe von EUR 0,5 Mio. ergibt sich ein Jahresfehlbetrag von EUR –3,9 Mio. (Vorjahr: Jahresüberschuss EUR 15,5 Mio.). Bei einer durch den Rückkauf eigener Aktien leicht verminderten durchschnittlichen Aktienanzahl ergibt sich ein Verlust pro Aktie in Höhe von EUR 0,09 (Vorjahr: Gewinn pro Aktie von EUR 0,34).

Die operative Tätigkeit der Tochtergesellschaften beeinflusst primär die wirtschaftliche Lage der GERRY WEBER International AG. Über die Ergebnisübernahmen bzw. über deren Ausschüttungen nimmt die GERRY WEBER International AG an den operativen Ergebnissen der Tochtergesellschaften teil. Folglich spiegelt die wirtschaftliche Lage der GERRY WEBER International AG im Wesentlichen die der GERRY WEBER Gruppe wider.

## Vermögenslage der GERRY WEBER International AG

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016/17 sank die Bilanzsumme der GERRY WEBER International AG um EUR 71,8 Mio. oder 9,7% auf EUR 672,2 Mio. Auf der Aktivseite stieg das Anlagevermögen um 5,6% auf EUR 440,6 Mio., wohingegen das Umlaufvermögen um EUR –96,3 Mio. (–29,7%) sank.

Das Anlagevermögen setzt sich aus den immateriellen Vermögensgegenständen (EUR 42,9 Mio.; Vorjahr: EUR 29,0 Mio.), den Sachanlagen (EUR 160,2 Mio.; Vorjahr: EUR 165,5 Mio.) sowie den Finanzanlagen (EUR 237,5 Mio.; Vorjahr: EUR 222,5 Mio.) zusammen. Ursächlich für den starken Anstieg der Immateriellen Vermögensgegenstände waren vor allem Investitionen in diverse Digitalisierungsprojekte. Der Anstieg der Finanzanlagen um 6,7% bzw. EUR 15,0 Mio. begründet sich vor allem in der Erhöhung der Position Anteile an verbundenen Unternehmen, die sich durch die Ausübung der Call-Option über die restlichen 49% an unseren niederländischen und belgischen Tochtergesellschaften um EUR 15,1 Mio. auf EUR 235,8 Mio. erhöhte.

Maßgeblich für die Reduktion der Bilanzsumme war auf der Aktivseite vor allem das Umlaufvermögen, welches mit EUR 227,9 Mio. nach EUR 324,2 Mio., also um 29,7% oder EUR 96,3 Mio. deutlich sank. Dabei reduzierten sich vor allem die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände deutlich von EUR 214,7 Mio. auf EUR 142,9 Mio. Unter der Position Sonstige Vermögensgegenstände (EUR 9,5 Mio.; Vorjahr: EUR 55,5 Mio.) war im Vorjahr noch der Verkaufspreis der



Halle 30 enthalten, da die Zahlung gemäß Fälligkeitsvereinbarung erst im Dezember 2016 erfolgte. Die im Umlaufvermögen enthaltenen Vorräte sanken ebenfalls deutlich von EUR 84,3 Mio. auf EUR 74,0 Mio. Auch der Kassenbestand und die Guthaben bei Kreditinstituten trugen zur Reduktion des Umlaufvermögens bei. Sie sanken um EUR 14,2 Mio. auf EUR 11,0 Mio. (–56,2%).

Auf der Passivseite trugen eine Reduktion des Eigenkapitals (EUR –20,4 Mio.), rückläufige Rückstellungen (EUR –13,2 Mio.) im Vergleich zum Vorjahr sowie deutlich niedrigere Verbindlichkeiten (EUR –38,4 Mio.) zu der insgesamt EUR 71,8 Mio. niedrigeren Bilanzsumme im Vergleich zum Vorjahr bei. Das Eigenkapital der GERRY WEBER International AG sank von EUR 427,3 Mio. auf EUR 407,0 Mio. zum Geschäftsjahresende 2016/17 um 4,8% oder EUR 20,4 Mio. Dies ist sowohl auf die im Mai 2017 getätigte Dividendenausschüttung, das Aktienrückkaufprogramm als auch auf den Jahresfehlbetrag des Berichtszeitraumes zurückzuführen. Die Rückstellungen sanken im Geschäftsjahr 2016/17 mit Beendigung des Programms FIT4GROWTH und den damit verbundenen Auflösungen der gebildeten Rückstellungen um 62,7% bzw. EUR 13,2 Mio. und beliefen sich auf EUR 7,9 Mio. Insbesondere die Steuerrückstellungen sanken dabei deutlich um EUR 7,5 Mio. auf EUR 0,2 Mio. Die Verbindlichkeiten verminderten sich stichtagsbezogen in Summe um 13,0% oder EUR 38,4 Mio. auf EUR 256,6 Mio. Ursächlich war insbesondere die Reduktion der Finanzverbindlichkeiten um 9,4% auf EUR 223,9 Mio. (Vorjahr: EUR 247,1 Mio.), basierend auf der im Dezember 2016 erfolgten planmäßigen Rückzahlung der ersten Tranche des im November 2014 begebenen Schuldscheindarlehens zur Finanzierung des Logistikzentrums in Höhe von EUR 20,0 Mio. Trotz des gesunkenen Eigenkapitals beträgt die Eigenkapitalquote der GERRY WEBER International AG dank des konsequenten und planmäßigen Abbaus der Finanzverbindlichkeiten bzw. auch der sonstigen Verbindlichkeiten sehr solide 60,5% nach 57,4% im Vorjahr.

## Risiken und Chancen der GERRY WEBER International AG

Die Geschäftsentwicklung der GERRY WEBER International AG unterliegt im Wesentlichen den gleichen Chancen und Risiken wie der GERRY WEBER Konzern. Sowohl das Risikomanagement als auch das interne Kontrollsystem des Rechnungslegungsprozesses sind bei der GERRY WEBER International AG als Muttergesellschaft angesiedelt und werden von dieser überwacht. Eine ausführliche Darstellung über die Chancen und Risiken des GERRY WEBER Konzerns können dem Risiko- und Chancenbericht des zusammengefassten Lageberichts entnommen werden.

60,5

**Prozent** betrug die Eigenkapitalquote der GERRY WEBER International AG zum 31. Oktober 2017 (Vorjahr: 57,4%).

## Ausblick

Die Erwartungen für die weitere Geschäftsentwicklung der GERRY WEBER International AG in den kommenden zwölf Monaten sind im Wesentlichen identisch mit dem Ausblick des GERRY WEBER Konzerns, da die Ertragslage der Muttergesellschaft maßgeblich durch den Erfolg der Tochtergesellschaften beeinflusst wird. Die Erwartungen und die Prognose der Entwicklung des GERRY WEBER Konzerns ist ausführlich im Prognosebericht dieses Lageberichts beschrieben. Für das Geschäftsjahr 2017/18 erwartet die GERRY WEBER International AG eine leichte Erholung des operativen Ergebnisses (EBIT) der Holdinggesellschaft aufgrund geringfügig höherer Erträge aus den Gewinnabführungsverträgen der Tochtergesellschaften.



FEMININE  
CASUAL  
**CHIC**  
INSPIRING



GERRY WEBER  
*casual*

# CHAN- CEN- UND RISIKO- BE- RICHT

## Chancen und Risiken

Ein wesentlicher Einflussfaktor für den Erfolg der GERRY WEBER Gruppe ist das Erkennen von Chancen und Risiken für unser Geschäftsmodell und das konsequente und zielgerichtete Steuern der identifizierten Chancen und Risiken. Basis hierfür ist ein stringentes Risikomanagementsystem, dessen Aufgabe es ist, Chancen und Risiken frühzeitig zu identifizieren und zu steuern. Als Risiken werden Ereignisse, Entwicklungen oder Handlungen verstanden, die verhindern, unsere selbst gesteckten Ziele zu erreichen oder nur mit zeitlicher Verzögerung zu realisieren. Der nachhaltige Unternehmenserfolg wie auch die langfristige profitable Weiterentwicklung des Unternehmens stehen dabei im Zentrum nicht nur der GERRY WEBER Unternehmensführung, sondern sind auch Grundlage des Risikomanagementsystems. Die vorliegende Einschätzung des Managements über Chancen und Risiken unter Einbeziehung des Unternehmensumfeldes bezieht sich auf den Zeitraum der allgemeinen Gesamtprognose zur Entwicklung des Geschäftsverlaufs der GERRY WEBER International AG. Eine Verrechnung von Chancen und Risiken erfolgt nicht.

## Risikobericht

### Prinzipien des Risikomanagementsystems

Das Risikomanagementsystem der GERRY WEBER Gruppe spiegelt als zentraler Bestandteil der Unternehmenssteuerung die betrieblichen Prozesse der Aufbau- und Ablauforganisation, des Planungssystems, der Berichts- und Informationssysteme, der technischen Standards und einer Vielzahl von Managementrichtlinien wider. Ziel des Systems ist es, potenzielle Ereignisse und Entwicklungen, die zu einer Abweichung der antizipierten Geschäftsentwicklung führen können, zu erkennen und, soweit möglich, zu steuern. Das Risikomanagementsystem kennzeichnet sich dabei aus durch:

- die Integration des Risikomanagementsystems in die laufenden operativen Geschäfts-, Planungs- und Investitionsprozesse,
- die Identifizierung der Risiken und die Überwachung der eingeleiteten Maßnahmen durch die Fach- und Funktionsbereiche,
- die Bewertung und Kontrolle der Risiken gemeinsam mit dem Risikomanagement-Team,
- die Minimierung bestehender Risiken auf ein akzeptables Maß durch Einleitung geeigneter Gegenmaßnahmen,
- sowie die aktive Beteiligung und Integration der einzelnen Mitarbeiter in den Fach- und Funktionsbereichen.

### Organisation und Instrumente des Risikomanagementsystems

Das Risikomanagementsystem wie auch das interne Kontrollsystem der Rechnungslegungsprozesse des Konzerns wird zentral durch die Muttergesellschaft, die GERRY WEBER International AG, gesteuert und überwacht. Damit verantwortet der Vorstand der GERRY WEBER International AG die einheitliche Umsetzung und Einhaltung der festgelegten Prozesse. Alle Mehrheitsgesellschaften werden in das Risikomanagementsystem der GERRY WEBER International AG miteinbezogen. Die Grundsätze, Risikofelder, Handlungsanweisungen und Berichtswege für unser Risikomanagementsystem sind im konzernweit gültigen Risikohandbuch dargestellt. Dieses ist für alle Mitarbeiter bindend und vollumfänglich einzuhalten.

### Risikoidentifikation

In den einzelnen Fachabteilungen werden die potenziellen Risiken, die zu einer Abweichung oder zeitlichen Verzögerung der gesteckten Ziele führen können, von den Mitarbeitern identifiziert. Dabei wird sowohl die Erreichung von Konzern- als auch von Bereichs- und Abteilungszielen überprüft. Die so identifizierten Risiken werden an das Risikomanagement-System weitergeleitet. Bei der Identifizierung werden individuell je nach Fachbereich verschiedene Instrumente und Kennzahlensysteme, wie z.B. die Auftrags-, Umsatz-, Ergebnis- und Bestandsentwicklung, aber auch Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie Kundengespräche zu Rate gezogen.

### Bewertung, Quantifizierung und Management von Risiken

Die Sammlung und Aggregation der identifizierten Risiken obliegt dem Risikomanagement-Team. Das Team analysiert die Einzelrisiken hinsichtlich ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit und ihrer möglichen Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Fachbereichen. Es gilt mögliche Abweichungen dahingehend zu bewerten, ob und in welchem Maße Einzelrisiken und die Gesamtheit aller Risiken das geplante EBIT und damit den Unternehmenserfolg belasten können. Bei der Analyse der Auswirkungen werden neben Abweichungen der Ertragslage auch die Auswirkungen auf nicht monetäre Größen wie z. B. Sicherheit, Reputation oder Strategie berücksichtigt.

Im Anschluss an die Bewertung und Quantifizierung der Einzelrisiken und des aggregierten Gesamtrisikos, werden gemeinsam mit den Spezialisten in den Fachabteilungen, aber auch fachbereichsübergreifend, gezielt Gegenmaßnahmen formuliert, um die Auswirkungen des Risikos weitestgehend zu minimieren. Ein Risikobeauftragter des Fachbereichs verantwortet gemeinsam mit einem Mitglied des Risikomanagement-Teams die Umsetzung und Kontrolle der festgelegten präventiven Maßnahmen.

### Instrumente

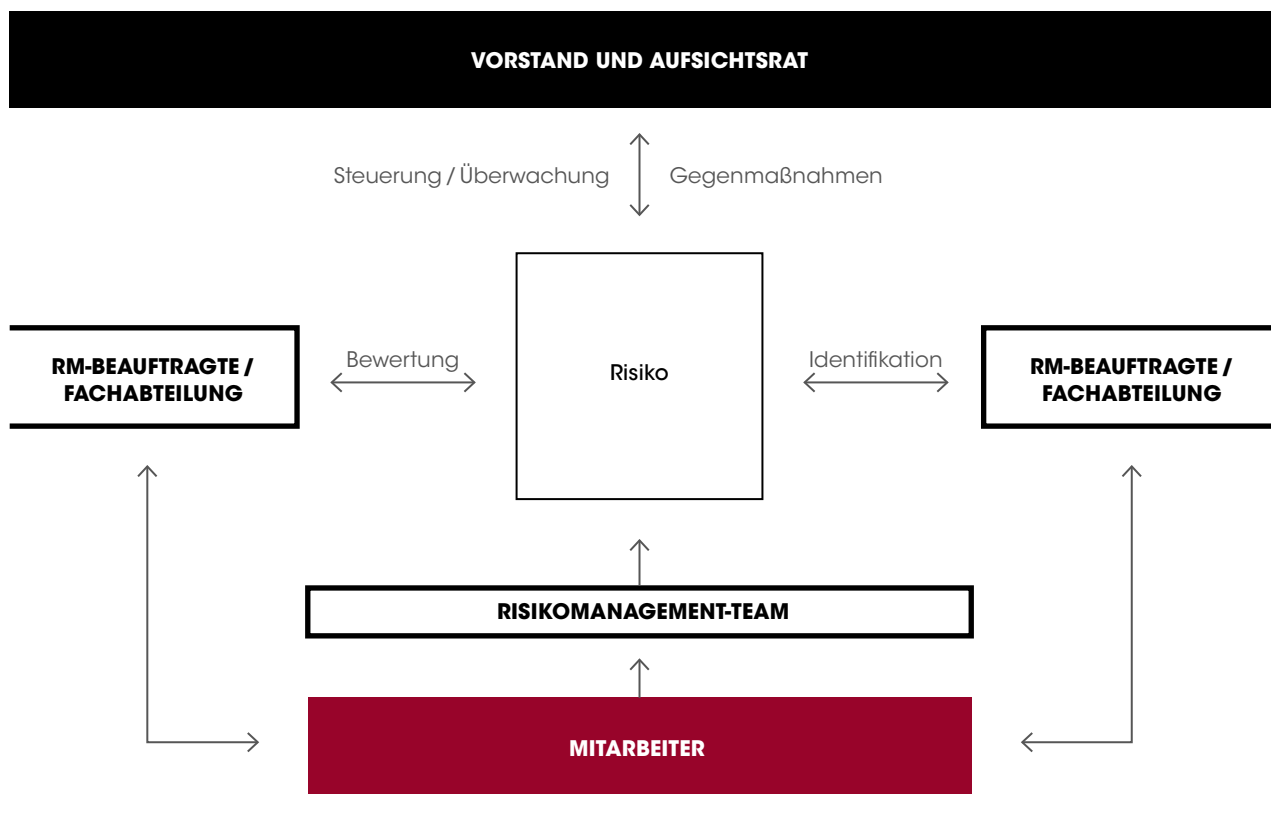
Im Risikobericht werden die Einzelrisiken formuliert und zusammen mit den möglichen Gegenmaßnahmen zusammengefasst. Auf diese Weise legt der Risikobericht die einzelnen Risiken aus den unterschiedlichen Unternehmensbereichen offen und gibt Auskunft über das Gesamtrisiko der GERRY WEBER Gruppe. Der Risikobericht wird quartalsweise erstellt und vom Risikomanagement-Team direkt an den Vorstand weitergeleitet, der den Bericht wiederum dem Aufsichtsrat turnusgemäß vorstellt und diesen, falls nötig, auch ad-hoc über wesentliche Änderungen informiert.

### Internes Kontrollsystem und Rechnungslegungsprozess

Das interne Kontrollsystem des Rechnungslegungsprozesses ist Bestandteil des Risikomanagementsystems. Es gewährleistet mit seinen Grundsätzen und Verfahren die Sicherstellung der Ordnungsmäßigkeit, Verlässlichkeit und Wirksamkeit der Rechnungslegung. Als Resultat sollen jederzeit zuverlässige Daten über die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe vorliegen. Darüber hinaus umfasst das interne Kontrollsystem Bewertungen und Analysen von definierten Plan- und Kennzahlen, um Risiken mit direktem Einfluss auf die Finanzberichterstattung zu minimieren.



### Risikomanagementprozess



Der Finanzbereich, der dem Finanzvorstand untersteht, ist für den Rechnungslegungsprozess und damit für die Erstellung der Konzern- und Einzelabschlüsse der meisten Tochtergesellschaften verantwortlich. Die Jahresabschlüsse der prüfungspflichtigen Gesellschaften werden durch unabhängige Wirtschaftsprüfer geprüft und testiert. Dies dient im Wesentlichen der prozessunabhängigen und objektiven Überwachung des Konzernrechnungslegungsprozesses. Die Zwischen- und Jahresabschlüsse einzelner ausländischer Tochtergesellschaften werden durch extern beauftragte Dienstleister erstellt. Sie werden durch lokale Wirtschaftsprüfungsgesellschaften testiert, bevor sie in den Konzernabschluss einbezogen werden. Konsolidierte Konzernzwischenabschlüsse werden jedes Quartal erstellt, der Konzernjahresabschluss wird einer vollständigen Prüfung durch den Abschlussprüfer unterzogen.

### Risiken und Risikokategorien

In dem nun folgenden Abschnitt des Chancen- und Risiko-berichts werden die Einzelrisiken, die Auswirkungen auf die Geschäfts-, Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe haben können, detailliert aufgeführt und mögliche Gegenmaßnahmen beschrieben. Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich die einzelnen Risiken auf alle GERRY WEBER Segmente. Basis der Einstufung in eine Risikokategorie ist einerseits die Einschätzung der Eintrittswahrscheinlichkeit und andererseits die Bewertung des Ausmaßes auf das geplante, bzw. erwartete Konzernergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) bezogen auf den Planungshorizont von einem Jahr.

Insgesamt lassen sich die für die GERRY WEBER Gruppe relevanten Risiken in sechs Risikogruppen unterteilen: externe Risiken, Branchen- und Marktrisiken, unternehmensstrategische Risiken, finanz- und leistungswirtschaftliche Risiken sowie sonstige unternehmensbezogene Risiken.

### Risiken aus externen Rahmenbedingungen

#### Risiko im Zusammenhang mit wetterbedingt ungünstigen Rahmenbedingungen

Für die jeweilige Saison untypische Wetterbedingungen sowie die damit verbundenen Saisonverschiebungen können zu geringeren Abverkäufen als geplant und damit zu erheblichen Umsatz- und Ertragseinbußen der GERRY WEBER Gruppe führen.

Für die jeweilige Jahreszeit atypische Temperaturen oder extreme Witterungsverhältnisse können die Kaufbereitschaft der Konsumenten für die jeweilige Saisonware maßgeblich mindern. Beispielsweise kann ein sehr milder Herbst und Winter den gewohnten Absatz der Herbst- / Winterware reduzieren, bzw. zeitlich verschieben. Folge ist, dass die Ware nicht mehr zum vollen Preis, sondern nur mit Abschlägen, also Rabatten verkauft werden kann. Entsprechend können höhere Rabatte zum Abverkauf der verbliebenen, saisonalen Ware ebenso Folge der negativen Wetterbedingungen sein, wie höhere Bestände am Ende der jeweiligen Saison. Der Einfluss von für die Saison

### Risiko- kategorien

| AUSMASS (AUF EBIT)          |                          |                              |                                |                                  |                              |
|-----------------------------|--------------------------|------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|
| EINTRITTSWAHRSCHEINLICHKEIT |                          | <EUR 1,0 Mio.<br>sehr gering | = EUR 1,0 – 5,0 Mio.<br>gering | = EUR 5,0 – 10,0 Mio.<br>moderat | >EUR 10,0 Mio.<br>wesentlich |
|                             | unwahrscheinlich<br><10% | UNBEDEUTEND                  | UNBEDEUTEND                    | MITTLERES<br>RISIKO              | MITTLERES<br>RISIKO          |
|                             | gering<br>= 10% – 20%    | UNBEDEUTEND                  | MITTLERES<br>RISIKO            | MITTLERES<br>RISIKO              | BEDEUTENDES<br>RISIKO        |
|                             | mittel<br>= 20% – 50%    | MITTLERES<br>RISIKO          | MITTLERES<br>RISIKO            | BEDEUTENDES<br>RISIKO            | SCHWERWIEGEN-<br>DES RISIKO  |
|                             | wahrscheinlich<br>>50%   | MITTLERES<br>RISIKO          | BEDEUTENDES<br>RISIKO          | SCHWERWIEGEN-<br>DES RISIKO      | SCHWERWIEGEN-<br>DES RISIKO  |

untypischen Wetterbedingungen auf das Kaufverhalten der Konsumenten betrifft sowohl den stationären als auch den Online-Handel. Entspricht das Wetter über einen längeren Zeitraum bzw. über mehrere Saisonverläufe hinweg nicht der Jahreszeit, kann dies spürbar negative Auswirkungen auf die Umsatz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe haben.

Die zunehmende Veränderung der klimatischen Bedingungen in unseren Absatzmärkten und die daraus resultierenden saisonalen Verschiebungen haben damit nicht nur Einfluss auf das Kaufverhalten unserer Kunden, sondern auch auf die Produktions- und Lieferprozesse der GERRY WEBER Gruppe. Die GERRY WEBER Gruppe hat seit Beginn 2016 ihre Einkaufsprozesse flexibilisiert, um sich auf die zunehmend volatile Kaufbereitschaft der Kunden einstellen zu können. Durch die Einführung sogenannter „Open-to-buy-Limits“ wird anfänglich weniger Ware als für die Planerreichung benötigt produziert und es werden Kapazitätsvolumina bei unseren Produktionspartnern vorgehalten. Läuft die jeweilige Saison planmäßig an, können diese Kapazitätsreserven sowohl für Nachlieferungen als auch für die Produktion von Trendware genutzt werden. Des Weiteren haben wir unser sogenanntes „In-Season-Management“ verbessert sowie den Anteil von „Ganzjahresware“ an der Gesamtkollektion erhöht. Entsprechend haben wir die Anzahl derjenigen Produkte erhöht, die kurzfristig, in Abhängigkeit der herrschenden Wetterbedingungen oder anlassbezogen auf die Verkaufsflächen geliefert werden können. Darüber hinaus haben wir im Geschäftsjahr 2016/17 bei unseren Marken TAIFUN und SAMOON damit begonnen, den Vororderanteil der Ware an der Gesamtkollektion zu minimieren, damit auch die Wholesalekunden besser, flexibler und schneller auf die Kundenwünsche reagieren können. Die Wholesalekunden können im Saisonverlauf also genau die Teile nachbestellen, die zu diesem Zeitpunkt nachgefragt werden. Aufgrund der dargestellten Maßnahmen sowie der veränderten Kollektionsstruktur erachten wir die Eintrittswahrscheinlichkeit, nicht der jeweiligen Jahreszeit entsprechende Ware liefern zu können als gering ein. Das Ausmaß wird jedoch als wesentlich eingeschätzt. Damit klassifizieren wir das Risiko aus wetterbedingt ungünstigen Rahmenbedingungen insgesamt als ein bedeutendes Risiko.

**Makroökonomische und Geopolitische Risiken**  
Ökonomische, geopolitische und regulatorische Rahmenbedingungen sowie die konjunkturelle Entwicklung in den einzelnen Ländern und Absatzmärkten können einen wesentlichen Einfluss auf

die Entwicklung der Konsumausgaben und somit auch auf die Umsatz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe haben. Für unser Geschäftsmodell sind vor allem die Konsum- sowie die Anschaffungsneigung der privaten Haushalte von besonderer Bedeutung. Diese werden unter anderem durch die Konjunkturerwartungen, die Einkommensverhältnisse der privaten Haushalte aber auch die Arbeitslosenzahlen beeinflusst.

Auch geopolitische Ereignisse oder Änderungen des regulatorischen Umfelds, wie z.B. die Unruhen im Nahen und Mittleren Osten, die politischen Veränderungen in der Türkei oder Handelssanktionen könnten sich negativ auf die Nachfrage der Verbraucher und somit auf unsere Geschäftsentwicklung auswirken. Ein solcher Negativtrend in der Konsumneigung könnte neben einem Absatzrückgang auch zu erhöhtem Margendruck führen. Ein Aufschwung der russischen Wirtschaft hingegen, wie er sich im abgelaufenen Geschäftsjahr abzeichnete, könnte zu einem Anstieg der Umsätze und Erträge in dieser Region führen. Unsere diversifizierten Vertriebsstrukturen in verschiedenen Ländern und Regionen sowie die gezielte regionale Ausweitung der Markenpräsenz reduziert die Abhängigkeit von einzelnen Regionen und lässt uns auch an positiven Entwicklungen partizipieren. Durch die Vielfalt unserer Marken sind wir in der Lage, neue Märkte und Kundenpotenziale zu erschließen und möglichen Nachfragerückgängen in den einzelnen Märkten entgegenzutreten. Mit der neuen Marke talkabout und zukünftig auch mit unserer reinen Online-Marke gr[8]ful haben wir die Anzahl der Marken im Portfolio erhöht und vermindern sukzessive die Abhängigkeit des Unternehmenserfolges von einzelnen Marken oder Kundenzielgruppen. Darüber hinaus verfügt unsere Stammkundin über alle Marken des Portfolios hinweg über ein höheres Durchschnittseinkommen und ist somit weniger von konjunkturellen Schwankungen betroffen. Vor diesem Hintergrund schätzen wir das Schadensausmaß einer negativen konjunkturellen bzw. geopolitischen Entwicklung, verbunden mit einer Verschlechterung der Konsumneigung der Verbraucher auf unser Geschäftsmodell als moderat ein. Derzeit schätzen wir auch die Eintrittswahrscheinlichkeit als gering ein. Somit stufen wir dieses Risiko als mittleres Risiko ein.

#### Risiko höherer Gewalt

Neben politischen und regulatorischen Veränderungen können auch unvorhersehbare Ereignisse wie z.B. terroristische Handlungen und Umweltkatastrophen einen negativen Einfluss auf die Geschäftsentwicklung der GERRY WEBER Gruppe haben. Auf der einen Seite können solche Ereignisse die Beschaffung unserer Waren erschweren und auf der anderen Seite können sie das Risiko von Umsatzeinbußen in den Absatzmärkten erhöhen. Mit dem Ziel das Risiko höherer Gewalt in unseren Beschaffungsmärkten zu minimieren, hat die GERRY WEBER Gruppe ein flexibles Beschaffungssystem entwickelt, welches einen schnellen und unkomplizierten Wechsel von Produktionspartnern ermöglicht. Um das Risiko höherer Gewalt in unseren Absatzmärkten so gering wie möglich zu halten, werden GERRY WEBER Produkte überwiegend in Ländern mit stabilen politischen Rahmenbedingungen vertrieben. Für mögliche Schäden aus Umweltkatastrophen haben wir, soweit es uns möglich ist, Versicherungen



# 143

## GERRY WEBER Core-Geschäfte im Rahmen von FIT4GROWTH geschlossen

abgeschlossen, die den Schadensfall abdecken. Trotzdem können wir temporäre Auswirkungen, z. B. durch Geschäftsschließungen aufgrund terroristischer Anschläge, nicht ausschließen. Die Risiken aus höherer Gewalt schätzt die Gesellschaft derzeit als eher unbedeutend ein. Einem Rückgang des Globalen Terrorindex für 2017 steht eine leichte Erhöhung der Todesfälle aus Klimakatastrophen gegenüber, was eine unverändert niedrige Eintrittswahrscheinlichkeit impliziert. Wir halten die Eintrittswahrscheinlichkeit für unwahrscheinlich und das Schadensausmaß für sehr gering.

### Branchen- und Marktrisiken

#### Mode- und Kollektionsrisiko

Unser Geschäftsmodell umfasst das Design, die Entwicklung, Herstellung und den Vertrieb von Modekollektionen und Accessoires. Die Herausforderung dabei besteht darin, die richtigen Trends rechtzeitig zu erkennen und diese in attraktive, den Bedürfnissen unserer Kundengruppen entsprechende Kollektionen umzusetzen. In diesem Zusammenhang besteht das Risiko, dass Trends bzw. Veränderungen der Kundenbedürfnisse nicht oder zu spät erkannt werden oder Teile der Kollektionen nicht den aktuellen Bedürfnissen unserer Kundinnen entsprechen. Eine mangelnde Attraktivität unserer Mode könnte zu Umsatz- und Ertragsverlusten führen und gegebenenfalls das Markenimage nachhaltig beschädigen.

Um aktuelle Trends rechtzeitig zu erkennen, beobachten wir die nationalen und internationalen Modemärkte und adaptieren die sich dort abzeichnenden Trends für unsere Zielgruppen. Regelmäßige Kundenbefragungen sowie das Feedback von unseren Modeberaterinnen auf unseren eigenen Verkaufsflächen helfen uns, die Anforderungen unserer Kundinnen frühzeitig zu erfassen und in unseren Kollektionen umzusetzen. Ferner nutzen wir die Informationen aus dem Online-Handel sowie von rund 6.000 Verkaufsstellen, um diese Kenntnisse für die

Entwicklung der neuen Kollektionen zu nutzen. Die GERRY WEBER Gruppe repräsentiert fünf Markenfamilien, was die Wahrscheinlichkeit einer totalen Fehlentwicklung aller Kollektionen deutlich reduziert. Mit den zwei neuen Marken talkabout und zukünftig auch gr[8]ful wird dieses Risiko sukzessive auf noch mehr Marken und Kollektionen verteilt. Die schrittweise Minimierung des Vororderanteils bei unseren Marken TAIFUN und SAMOON für die Wholesalekunden führt zu einem flexibleren und nachfrageorientierterem Warenmanagement und sorgt zusätzlich dafür, dass zeitnäher und kundenwunschorientierter auf die Nachfrage nach einzelnen Trends eingegangen werden kann.

Vor diesem Hintergrund erachten wir die Wahrscheinlichkeit als gering, dass unsere Kollektionen nicht den Trends und Anforderungen unserer Kundinnen entsprechen. Falls es jedoch zu einem solchen Fall kommt, schätzen wir das Ausmaß als wesentlich ein. Damit klassifizieren wir das Risiko als bedeutendes Risiko.

#### Risiko im Zusammenhang mit einer veränderten Kundenstruktur

Wie die GERRY WEBER Gruppe sind auch unsere Wholesalekunden internen und externen Risiken ausgesetzt, die deren Umsatz-, Ertrags- und Liquiditätslage negativ beeinflussen können. Ein Nachfragerückgang der Endkunden kann die Geschäftslage unserer Wholesale-Partner ebenso verschlechtern wie es negative Auswirkungen auf unseren eigenen Retail haben kann. Die Folge könnte sein, dass bestehende Wholesalekunden ganz wegfallen oder ihre Bestellvolumina bei der GERRY WEBER Gruppe reduzieren. Ferner könnte der Markteintritt neuer Mode- oder Handelsunternehmen zu einer Verdrängung bestehender Handelspartner führen. Auch die derzeit voranschreitende Konsolidierungstendenz im Markt könnte die Anzahl an potenziellen Vertriebspartnern für die GERRY WEBER Marken reduzieren. Andererseits entstehen durch die zunehmende Digitalisierung der Modebranche neue Online-Händler, die zusätzliches Vertriebspotenzial darstellen.

Den aus diesen Risiken resultierenden Umsatz- und Ertragsverlusten wirken wir einerseits durch unser eigenes Retail-Geschäft, aber auch durch die Ausweitung der Wholesale- und Online-Kundenstruktur entgegen. Darüber hinaus reduzieren wir durch die Präsenz in unterschiedlichen Ländern und Regionen sowie durch die Verteilung des Umsatzes auf mehrere Marken die Abhängigkeit von wenigen großen Kunden. Kein Wholesale-Kunde generiert derzeit ein Umsatzvolumen von über 5 % des gesamten Wholesale-Umsatzes.

Wir haben Maßnahmen und Programme definiert, um unsere Wholesale-Kunden u. a. bei der Warenpräsentation und der Flächenbestückung zu unterstützen, die Attraktivität von GERRY WEBER als Partner zu verbessern und unsere Kunden langfristig an uns zu binden. Die Einführung der Marke talkabout exklusiv für die Wholesale-Kunden steigert zusätzlich die Attraktivität der GERRY WEBER Gruppe als Partner. Mit der Verringerung des Vororderanteils an der Gesamtkollektion



sorgen wir für größere Flexibilität des Wholesale-Kunden und ein trend- und nachfrageorientierteres Warenmanagement. Hierdurch sinkt das Orderrisiko des Wholesale-Kunden, was ebenfalls die Attraktivität der GERRY WEBER Gruppe als Partner erhöht. Letztgenannte Maßnahme ist im abgelaufenen Geschäftsjahr sukzessive zunächst für die Marken TAIFUN und SAMOON eingeführt worden.

Aufgrund der dargestellten Maßnahmen, der Fragmentierung des Modemarktes sowie der Diversifizierung unserer Vertriebsstrukturen erachten wir das Risiko, welches sich aus einer veränderten Kundenstruktur ergibt, als unbedeutendes Risiko. Dabei schätzen wir die Eintrittswahrscheinlichkeit als unwahrscheinlich und die Auswirkungen, die ein solcher Fall auf unser EBIT hätte, als gering ein.

#### **Risiko im Zusammenhang mit einer veränderten Wettbewerbsstruktur**

Der Eintritt neuer Wettbewerber in unser Marktsegment kann zu höherem Wettbewerb und, damit verbunden, zu einem Verlust von Marktanteilen führen. Auch könnten sich durch eine veränderte Preisstruktur des Wettbewerbs unsere Margen verschlechtern. Wir wirken dem Eintritt neuer Mitbewerber in unser Marktsegment entgegen, indem wir durch das gute Preis-Leistungsverhältnis unserer Produkte, die einzigartige Modeaussage unserer Kollektionen sowie unsere individuellen Vertriebs- und Serviceleistungen für unsere Kundinnen unseren Marktanteil festigen und die Markteintrittsbarrieren für neue Marktteilnehmer erhöhen. Die derzeitige Konsolidierungswelle in der Modebranche bietet jedoch auch Chancen unseren Marktanteil zu vergrößern. Dem entgegen wirkt die zunehmende Anzahl und die steigende Bedeutung von reinen Online-Händlern. Durch den wachsenden Anteil des Online-Geschäftes hat sich nicht nur das Wettbewerbsumfeld verändert, sondern insgesamt auch die Strukturen und Prozesse innerhalb der Modeindustrie im Allgemeinen.

Wir reduzieren die aus einer veränderten Wettbewerbsstruktur möglicherweise resultierenden Risiken durch eine Vielzahl von Maßnahmen. Qualitativ hochwertige und attraktive Kollektionen, die Unterstützung des Wholesales beim Warenmanagement oder die zunehmende Erweiterung unserer stationären und digitalen Serviceleistungen erhöhen die Kundenbindung und erschweren den Markteintritt neuer Wettbewerber. Aufgrund zunehmender Herausforderungen resultierend aus dem Online-Handel schätzen wir die Risiken aus einer veränderten Wettbewerbsstruktur, trotz der Konsolidierungswelle im

stationären Handel, als mittleres Risiko ein. Dabei haben wir die Chancen, die sich z. B. durch neue Online-Vertriebskanäle ergeben, nicht berücksichtigt. Entsprechend haben wir die Wahrscheinlichkeit, dass neue Wettbewerber in unser Marktsegment eintreten von unwahrscheinlich auf gering erhöht. Die direkten Auswirkungen auf unser Geschäft erachten wir ebenfalls als gering.

### **Unternehmensstrategische Risiken**

#### **Risiko im Zusammenhang mit dem Vertriebssegment Retail**

Die Vertikalisierung des Geschäftsmodells ist eine wesentliche Strategie zur Weiterentwicklung der GERRY WEBER Gruppe. Neben der Vertikalisierung des Vertriebssegmentes Wholesale, z. B. durch die Einführung von Partnerschaftsmodellen sowie der teilweisen Übernahme der Warensteuerung auf den Verkaufsflächen, spielte in den letzten fünf Jahren, vor der Einführung des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH, Anfang 2016 insbesondere der Ausbau der konzerneigenen Retail-Verkaufsflächen eine wesentliche Rolle bei der Umsetzung der GERRY WEBER Vertikalisierungsstrategie.

Grundsätzlich bedingt eine zunehmende Anzahl konzern-eigener Verkaufsflächen eine Erhöhung des Bestandsrisikos sowie eine Erhöhung der Umsatz- und Ertragsvolatilität. Eigene Retail-Flächen ermöglichen einerseits eine höhere Rohermargenrate als im Wholesale-Geschäft, führen andererseits aber auch zu höheren Fixkosten aus Mieten und Personalkosten. Nachfrage- und damit verbundene Umsatzrückgänge könnten sich negativ auf die Profitabilität der GERRY WEBER Gruppe auswirken, da bei konstanten Fixkosten die Marge sinken könnte. Fixkosten könnten nicht schnell genug reduziert bzw. umsatzabhängig gesteuert werden.

Insbesondere in Zeiten sinkender Kundenfrequenzen und einem veränderten Konsumverhalten hängt der Erfolg des eigenen Retail-Geschäftes auch von der richtigen Standortwahl ab. Es besteht das Risiko, dass Geschäfte die Zielprofitabilität nicht erreichen und nur einen geringeren Anteil oder sogar einen Verlust zum Konzernergebnis beitragen. Dies könnte sich ebenfalls negativ auf die Umsatz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe auswirken. Ein solches Szenario ist auch im Zusammenhang mit anderen Risiken zu sehen, wie etwa einer veränderten Wettbewerbsstruktur oder atypischen Witterungsbedingungen, die Ursache für einen wirtschaftlich unattraktiven Geschäftsverlauf einzelner Verkaufsstellen sein können.

Vor dem Hintergrund eines sich verändernden Konsumverhaltens der Endverbraucher, sinkender Kundenfrequenzen, insbesondere in kleineren und mittleren Städten, sowie der zunehmenden Bedeutung des Online-Handels hat sich GERRY WEBER Anfang 2016 dazu entschieden, teilweise eigene Geschäfte der Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON (GERRY WEBER Core) zu schließen. Im Rahmen des Programmes FIT4GROWTH wurden bis zum 31. Oktober 2017 143 eigene Retail-Geschäfte geschlossen, im Gegenzug aber auch

122 HALLHUBER Verkaufsflächen in den letzten zwei Jahren eröffnet. Trotz der Geschäftsschließungen erachten wir das Risikopotenzial aus dem Retail-Geschäft immer noch als bedeutend. Bei sich weiterhin verschlechternden Marktbedingungen könnte es zu einer weiteren Verschlechterung der Profitabilität des eigenen Retail kommen. Auch könnten bereits eingeleitete Maßnahmen zur Verbesserung der Profitabilität nicht die gewünschten Erfolge erzielen oder deren Umsetzung sich verzögern.

Den aus dem Retail-Geschäft erwachsenden Risiken treten wir mit verschiedenen Maßnahmen entgegen: Vor der Planung und Neueröffnung einer Verkaufsfläche werden detaillierte Standortanalysen sowie Analysen des Markt- und Kundenpotenzials durchgeführt. Dies betrifft derzeit überwiegend die Neueröffnung von Verkaufsflächen von HALLHUBER. Dabei werden überwiegend Concession-Flächen eröffnet, deren Risikoprofil deutlich unterhalb des Risikos aus einem Monolabel Store liegt.

Zur besseren Steuerung der Fixkosten wurden Maßnahmen ergriffen, um die Personal- und Mietkosten des Retail-Bereiches zu flexibilisieren. Dazu zählen unter anderem die Implementierung eines zentral gesteuerten Arbeitszeitmanagements sowie die Einführung variabler Gehaltsbestandteile im Retail-Segment ebenso wie die Vereinbarung umsatzabhängiger Mieten, z.B. bei den Concession-Flächen. Darüber hinaus wurden Maßnahmen definiert, um die Flächenproduktivität und -profitabilität der eigenen Retail-Stores zu verbessern.

Aufgrund anhaltend schwieriger Rahmenbedingungen wie niedrigen Kundenfrequenzen in den Innenstädten, den damit verbundenen externen Risiken sowie der Bedeutung des Segmentes Retail für den Gesamtkonzern, erachten das Retail-Risiko als bedeutend für die GERRY WEBER Gruppe. Aufgrund der bereits eingeleiteten Maßnahmen und der bestehenden Überwachungstools schätzen wir die Eintrittswahrscheinlichkeit als mittel ein und die Auswirkungen als moderat.

#### **Marken- und Corporate Image-Risiko**

Ein positives Markenimage und die nachhaltige Positionierung unserer Marken ist die Basis für den wirtschaftlichen Erfolg der GERRY WEBER Gruppe. Attraktive und bedarfsgerechte Mode, die Begehrlichkeit der einzelnen Marken, der hohe Qualitätsstandard und die gute Passform unserer Mode sind unverwechselbare Merkmale und bilden die Basis für das Markenimage. Eine klare Markenpositionierung und deren gezielte Kommunikation sowie eine eindeutige Definition und Ansprache unserer Zielgruppen unterstützen die positive Wahrnehmung der GERRY WEBER Markenwelt.

Das Corporate Image der GERRY WEBER Gruppe wird sowohl durch das Image der Marken als auch durch die Wahrnehmung der einzelnen Interessengruppen, wie z. B. Kunden, Aktionäre, Lieferanten und Mitarbeiter geprägt. Für unsere Zielgruppe unattraktive Kollektionen, die mangelnde Einhaltung unserer Qualitätsansprüche, eine nicht eindeutige Markenpositionierung, aber auch die Nichteinhaltung von nationalen und internationalen Gesetzen und Sozialstandards durch unsere Partner sind potenzielle Risiken, die das GERRY WEBER Image negativ beeinträchtigen könnten. Ferner können unvorhergesehene, von der Öffentlichkeit als negativ angesehene Ereignisse wie z. B. die Nicht-Einhaltung von Umsatz- und Ertragsprognosen, Entlassungen von Mitarbeitern oder allgemeine Misserfolge das Image der GERRY WEBER Marken und des Konzerns negativ beeinflussen.

Verschiedene Marketing-, Event- und Sponsoringmaßnahmen dienen der Positionierung unserer Marken und damit zur Reduzierung des Marken- und Corporate Image-Risikos. Die einzelnen Marken werden sowohl am Point-of-Sale als auch im Online-Shop entsprechend ihres Markenimages individuell präsentiert. Der Relaunch unseres Online-Shops im März 2016 ermöglicht es, die einzelnen Zielgruppen noch bedarfsorientierter anzusprechen und die Marken individuell vorzustellen.

Um die Einhaltung unserer hohen Qualitätsstandards sicherzustellen, durchlaufen unsere Fertigungspartner vor ihrer Zulassung als Produzenten der GERRY WEBER Gruppe umfangreiche Audits. Neben der Prüfung der Fertigungsmöglichkeiten und des Know-hows des Partners wird auch die Einhaltung der nationalen und internationalen Gesetze und Sozialstandards kontrolliert. Während der Herstellung sind unsere Mitarbeiter vor Ort und kontrollieren, ob vorgegebene Standards umgesetzt und eingehalten werden. Abschließend wird unsere Ware nochmals durch interne und externe Experten auf Qualitätsstandards hin überprüft. Diese Prozesse werden durch ein konzernweites Compliance-Managementsystem ergänzt.

Vor dem Hintergrund des Geschäftsverlaufes der letzten beiden Jahre, der Durchführung unseres Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH sowie der damit verbundenen medialen Darstellung der GERRY WEBER Gruppe schätzen wir die Eintrittswahrscheinlichkeit, dass es zu einer nachhaltigen Schädigung des Markenimages kommen kann als mittel ein. Das Ausmaß halten wir im Eintrittsfall für moderat. Folglich kategorisieren wir dieses Risiko als bedeutend ein.

#### **Investitionsrisiko**

Neben dem Investitionsrisiko, das mit der Neueröffnung von eigenen Verkaufsflächen verbunden ist, können Fehlinvestitionen und/oder Abweichungen von Plankosten für andere Investitionsprojekte die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe negativ beeinflussen.

In den kommenden Geschäftsjahren wird unsere Marke HALLHUBER weiterhin kontrolliert und planmäßig expandieren. Neben eigenen Geschäften soll insbesondere in risikoärmere Concession-Flächen investiert werden. Der Anteil an geplanten



## MIO. EURO

Sonderaufwendungen  
resultierend aus FIT4GROWTH.

HALLHUBER Concession-Flächen an den gesamten Eröffnungen für das Geschäftsjahr 2017/18 beträgt etwa 75%. Für die Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON ist nur eine äußerst geringe Anzahl an Neueröffnungen geplant. Daneben sind für das laufende Geschäftsjahr Investitionen im Rahmen der Digitalisierung des Geschäftsmodells und der Ausweitung unserer Online-Aktivitäten in Höhe von rund EUR 10 Mio. vorgesehen. Gebündelt und koordiniert werden diese Maßnahmen in der neu gegründeten E-GERRY WEBER Digital GmbH, einem Think-Tank für zukunftsweisende Digitalprojekte, sowie unserem Bereich E-Commerce. Ferner wird ein Teil des Investitionsvolumens für die stetige Anpassung und Erneuerung unserer IT-Strukturen und -Systeme verwendet. Größere Investitionsprojekte sind darüber hinaus nicht vorgesehen. Vor diesem Hintergrund sowie aufgrund unserer Überwachungsmaßnahmen und Budgetkontrollen erachten wir die Eintrittswahrscheinlichkeit von zukünftigen Fehlinvestitionen als eher unwahrscheinlich. Die Vielzahl kleinerer und mittlerer Projekte führt entsprechend zu einer sehr geringen Auswirkung auf die Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe. Das Risiko von Fehlinvestitionen wird daher als unbedeutend klassifiziert.

### Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH

Das sich stetig verändernde Kaufverhalten der Kunden, sinkende Frequenzen in den Innenstädten und Einkaufszentren, der weiter zunehmende Online-Handel, aber auch die immer kürzer werdenden Trendzyklen haben die Rahmenbedingungen für unser Geschäft nachhaltig verändert. Die andauernd schwierige Situation in der gesamten Modebranche, aber auch interne Fehlentwicklungen haben dazu geführt, dass die Umsätze und die Profitabilität der GERRY WEBER Gruppe deutlich belastet wurden. Um

diesen negativen Entwicklungen entgegenzuwirken und die GERRY WEBER Gruppe auf die sich verändernden Marktbedingungen auszurichten, hat der Vorstand bereits zu Beginn des Geschäftsjahres 2016 das Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH für den GERRY WEBER Core-Bereich implementiert. Das Programm hat zum Ziel, sowohl das Wachstum als auch die nachhaltige Profitabilität der GERRY WEBER Gruppe zu ermöglichen und langfristig zu sichern.

Das Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH wurde zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres 2016/17 erfolgreich abgeschlossen. Das Programm umfasste vier Bausteine: (1) Retail optimieren, (2) Strukturen und Prozesse anpassen, (3) Wholesale stärken und (4) Marken modernisieren. Die vorgestellten Maßnahmen hatten zum Ziel, zukünftiges Umsatzwachstum zu ermöglichen, die Effizienz der Prozesse und Abläufe zu verbessern, die Kosten zu reduzieren sowie den Rohertrag zu steigern. Im Rahmen der Umsetzung des Programms FIT4GROWTH wurden unterschiedliche Maßnahmen definiert, deren Umsetzung Umsatz und Ertrag der GERRY WEBER Gruppe belastet haben. Die Konsolidierung des Filialnetzes und die Effizienzmaßnahmen führten einerseits zu Umsatzrückgängen aufgrund von Geschäftsschließungen und andererseits zu außerordentlichen Einmalaufwendungen und Abschreibungen. Nach EUR 31,2 Mio. im Geschäftsjahr 2015/16 betrugen diese Einmalaufwendungen im Berichtszeitraum 2016/17 EUR 9,6 Mio. und liegen damit EUR 3,6 Mio. über den budgetierten Belastungen von EUR 6,0 Mio. für FIT4GROWTH.

Eine ausführliche Darstellung der umgesetzten Maßnahmen und Ergebnisse des Programms zur Neuausrichtung kann den Seiten 76 ff. in diesem Geschäftsbericht entnommen werden. Auch wenn das Programm zum 31. Oktober 2017 abgeschlossen wurde, werden wir weiterhin an der stetigen Verbesserung unserer Ziele arbeiten. Im Geschäftsjahr 2017/18 wird der Fokus neben einer kontinuierlichen Optimierung unseres Store-Portfolios und der regelmäßigen Überprüfung und Anpassung unserer Prozesse vor allem auf der Modernisierung und Positionierung unserer Marken liegen. Dies umfasst auch die stetige Überprüfung unserer Abläufe im Bereich der Kollektionsentwicklung und Sortimentsgestaltung. Die Modernisierung unserer Marken, insbesondere der Marke GERRY WEBER, und der damit verbundenen Aufwertung, benötigt bis zur völligen Entfaltung einige Saisonverläufe. Die vollzogenen Veränderungen innerhalb der Kollektionen werden u. a. über Imagekampagnen sowie Maßnahmen am Point-of-Sale kommuniziert und benötigen zur Durchsetzung bei der Kundin eine nachhaltige Bestätigung.

Vor dem Hintergrund, dass das Programm zur Neuausrichtung mit seinen definierten Maßnahmen im festgesetzten Zeitrahmen zum 31. Oktober 2017 erfolgreich abgeschlossen wurde, sehen wir das Risiko der Umsetzung des Programms FIT4GROWTH als nicht mehr gegeben an. Aufgrund der Vergleichbarkeit mit dem Vorjahr und zur besseren Nachvollziehbarkeit führen wir es jedoch in diesem Risikobericht noch einmal auf.

### Finanzwirtschaftliche Risiken

#### Währungsrisiko

Die Währungsrisiken der GERRY WEBER International AG resultieren aus der internationalen Ausrichtung der geschäftlichen Aktivitäten, insbesondere auch im Hinblick auf die teilweise Beschaffung und den Vertrieb in Ländern außerhalb der Eurozone. Hinzu kommt die zunehmende

20

MIO. EURO

planmäßige Tilgung des  
1. Schuldscheindarlehens.

konzerninterne Finanzierung von Nicht-Euro-Gesellschaften wie zum Beispiel die Tochtergesellschaften in Großbritannien, Schweden, Norwegen oder Russland. Des Weiteren bestehen Wechselkursrisiken aus der Umrechnung des Nettovermögens sowie der Erträge und Aufwendungen von Tochtergesellschaften außerhalb der Eurozone.

Risiken im Währungsbereich entstehen durch die sich permanent verändernden Marktbewertungen und den sich daraus ergebenden Volatilitäten. Voraussetzung für eine Ergebnisbelastung ist das Vorhandensein offener Devisenpositionen. Als „offen“ wird eine Position dann bezeichnet, wenn zu einer Position keine Gegenposition in Form eines Grundgeschäftes bzw. eines Absicherungsgeschäftes besteht.

Währungsrisiken, die sich aus der Beschaffung außerhalb der Eurozone ergeben, wirken wir durch Währungsabsicherungsmaßnahmen entgegen. Da wir einen Teil unserer Waren in USD beziehen, könnte insbesondere eine weitere Schwächung des Euro gegenüber dem USD zu einer Erhöhung der Beschaffungskosten und damit zu einer Verminderung der operativen Marge führen. Der sich aus der Beschaffung ergebende USD-Bedarf wird auf Grundlage der Planrechnungen für jede einzelne Kollektion ermittelt und zu 100 % durch Devisentermingeschäfte abgesichert. Die Laufzeit der abgeschlossenen Devisenderivate beträgt in der Regel 12–24 Monate. Ergibt sich während des Saisonverlaufs ein zusätzlicher Fremdwährungsbedarf wird, falls notwendig, eine zusätzliche Absicherung vorgenommen. Die GERRY WEBER International AG betreibt darüber hinaus keinen Handel mit Finanzinstrumenten. Ferner können aufgrund unseres flexiblen Sourcing Systems und der Anzahl von geprüften Produktionspartnern in verschiedenen Ländern Währungsrisiken vermieden werden.

Konzerninterne Währungsrisiken werden auch durch natürliches Hedging minimiert, sodass sich Einnahmen und Aufwendungen in Fremdwährung nahezu ausgleichen. Gemäß den Anforderungen von IFRS 7 haben wir die Auswirkung von Veränderungen der für uns wichtigsten Wechselkursschwankungen auf das Eigenkapital untersucht und im Anhang unter Abschnitt H dargestellt.

Die Wahrscheinlichkeit, dass grundsätzlich Währungsschwankungen auch in bedeutendem Umfang eintreten könnten, wird als mittel eingestuft. Aufgrund der bestehenden Absicherung und der hieraus resultierenden Planungssicherheit wird die tatsächliche Wahrscheinlichkeit von Währungsschwankungen betroffen zu sein aber als gering kategorisiert. Das Ausmaß auf der Beschaffungsseite bei Eintritt schätzen wir aufgrund des Beschaffungsvolumens in USD vor Maßnahmen als wesentlich ein. Jedoch kann aufgrund der bestehenden Absicherung sowie des flexiblen Sourcing Systems das tatsächliche Ausmaß als moderat angesehen werden. Damit schätzen wir das Währungsrisiko insgesamt als ein mittleres Risiko ein.

#### Risiko von Forderungsausfällen

Ein Ausfallrisiko von Forderungen entsteht, wenn ein Kunde oder ein anderer Geschäftspartner seinen finanziellen Verpflichtungen nicht, teilweise oder mit zeitlicher Verzögerung nachkommt. Ausfallrisiken ergeben sich hauptsächlich aufgrund von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

Zur Vermeidung von Forderungsausfällen wird die notwendige Bonität unserer Kunden vor Abschluss der Leistungserbringung und auch während der Geschäftsbeziehung mit GERRY WEBER kontinuierlich überwacht. Bei unzureichender Kreditversicherung potenzieller und bestehender Kunden verlangen wir von unseren Kunden die Zahlung durch Vorkasse. Ist dies ebenfalls nicht möglich, behalten wir uns vor, diesen Kunden vorerst nicht zu beliefern. Im Allgemeinen richten sich vereinbarte Zahlungsregelungen u. a. nach der Länge und dem Volumen der Geschäftsbeziehung sowie den Erfahrungen vorangegangener Geschäfte. Außerdem beobachten und kontrollieren wir kontinuierlich das Zahlungsverhalten unserer Kunden. Trotz dieser Prüfungen und unseres Forderungsausfallmanagements kann es zu verspäteten Zahlungen oder sogar Ausfällen von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen kommen. Die Wirksamkeit dieser Handhabung zeigt sich deutlich in unserer Forderungsausfallquote, die derzeit bei konzernweit 0,1% liegt. Aufgrund der implementierten Maßnahmen betrachten wir die Eintrittswahrscheinlichkeit von Forderungsausfällen eher als unwahrscheinlich und das Ausmaß auf unser EBIT als gering. Insgesamt schätzen wir das Risiko aus Forderungsausfällen daher als unbedeutend ein.

#### Finanzierungs- und Liquiditätsrisiko

Beim Liquiditätsrisiko besteht die Gefahr, dass liquide Mittel zur Erfüllung von Zahlungsverpflichtungen nicht in ausreichendem Maße zur Verfügung stehen oder nur zu überhöhten Kosten beschafft werden können. Zur



jederzeitigen Sicherung der Zahlungsverbindlichkeiten sowie der finanziellen Flexibilität werden in Abstimmung mit der Finanz- und rollierenden Liquiditätsplanung ausreichend liquide Mittel und Kreditlinien vorgehalten. Das operative Geschäft des Unternehmens wird überwiegend über Eigenkapital finanziert. Zur Finanzierung des Logistikzentrums sowie zum Erwerb von HALLHUBER wurden zwei Schuldscheindarlehen über EUR 75 Mio. und EUR 140 Mio. aufgenommen. Sicherheiten wurden nicht gestellt, ebenso umfassen die abgeschlossenen Schuldscheindarlehen keine Covenants. Tilgungen wurden bereits im November 2016 planmäßig vorgenommen. Entsprechend stellt das Finanzierungs- bzw. Liquiditätsrisiko bei GERRY WEBER ein undeutendes Risiko dar. Selbst im Falle einer Veränderung der Kreditvergabepolitik von Banken sehen wir sowohl das Risiko nicht jederzeit ausreichender liquider Mittel zur Verfügung zu haben als auch das Risiko mangelnder Fremdfinanzierungen zu attraktiven Konditionen zu erhalten als unbedeutend an. Die Eintrittswahrscheinlichkeit ist unwahrscheinlich und das Ausmaß sehr gering.

#### Zinsrisiko

Zinsrisiken entstehen durch sich verändernde Marktzinsen die sich auf zukünftige Zinszahlungen für variabel verzinsliche Geldanlagen und -aufnahmen auswirken können. Wesentliche Zinserhöhungen können daher die Ertrags-, Liquiditäts- und die Finanzlage des Konzerns belasten. Die GERRY WEBER International AG minimiert dieses Risiko, indem sie langfristige Verbindlichkeiten zu größtenteils festen Zinssätzen aufnimmt. Um saisonal abhängige Liquiditätsspitzen mit variablen Zinsvereinbarungen bzw. die variablen Tranchen der Schuldscheindarlehen abzufangen, werden bei Bedarf Zinsderivate zur Sicherung abgeschlossen. In vertretbarem Maße können auch variable Zinsen sinnvoll sein, um von niedrigen Zinsen profitieren zu können.

Das zur Finanzierung des Logistikzentrums aufgenommene Schuldscheindarlehen in Höhe von EUR 75 Mio. ist mit festen und variablen Zinstranchen ausgestattet. Die fixen Tranchen haben einen durchschnittlichen Zinssatz von 2,3 %. Die variable Tranche wurde im November 2016 planmäßig getilgt. Ferner hat die Gesellschaft ein weiteres Schuldscheindarlehen mit einem Volumen von EUR 140 Mio. platziert. Das Schuldscheindarlehen diente zur Finanzierung der HALLHUBER Akquisition. Der durchschnittliche festverzinsliche Zinssatz dieses Schuldscheindarlehens wurde mit 1,5 % abgeschlossen. Die von unserer Tochtergesellschaft HALLHUBER im Jahr 2013 platzierte Anleihe mit einem Zinssatz von 7,25 % wurde im Geschäftsjahr 2015/16 fristgerecht zum 18. Juni 2016 zurückgezahlt. Die Rückzahlung hat sich im Vergleich der Geschäftsjahre positiv auf die Zinsaufwendungen der gesamten GERRY WEBER Gruppe ausgewirkt.

Vor dem Hintergrund der zinsgünstigen Finanzierungsstruktur, des hohen Eigenkapitalanteils der GERRY WEBER International AG sowie des derzeit niedrigen Zinsniveaus, erachten wir sowohl die Eintrittswahrscheinlichkeit als auch das Ausmaß

des Zinsänderungsrisikos als unwahrscheinlich bzw. sehr gering und kategorisieren damit das Zinsrisiko als unbedeutend.

#### Leistungswirtschaftliche Risiken

##### Absatz- und Warenbestandsrisiko aus dem Wholesale-Geschäft

Das Absatz- und Warenbestandsrisiko resultierend aus dem Retail-Geschäft ist unter dem „Risiko aus dem Retail-Geschäft“ erläutert.

Aufgrund der zunehmenden Warenbevorratung für das Wholesale-Segment besteht auch in diesem Vertriebssegment ein Absatz- und Warenbestandsrisiko. Im Rahmen der im letzten Geschäftsjahr implementierten Partnerschaftsmodelle mit ausgewählten Wholesale-Partnern nimmt GERRY WEBER, je nach Status und den Bedingungen des Partnerschaftsmodells, einen vorher definierten Teil der am Ende einer Saison verbleibenden Ware zurück bzw. tauscht diese gegen neue Ware aus. Als Folge steigt das Retourenrisiko und somit das Absatz- und Warenbestandsrisiko für die GERRY WEBER Gruppe.

Des Weiteren wurde das Warenmanagement für unsere Wholesale-Kunden angepasst. GERRY WEBER übernimmt bei einem Teil der Wholesale-Kunden den Austausch und das Replacement von vorher festgelegten Artikeln. Auch durch den Austausch von Produkten kann sich das Risiko zunehmender Warenbestände am Ende einer Saison erhöhen. Ebenso stieg das Warenbestandsrisiko durch die Zunahme von Ganzjahresware (Never-out-of-Stock-Ware) als Bestandteil einer Kollektion. Für diese nicht saisonalen Produkte muss zur Bedienung von Nachbestellungen Ware vorgehalten werden.

Mit Ausweitung der Partnerschafts- und Depotmodelle könnte das Volumen an Ware zunehmen, das GERRY WEBER von seinen Wholesale-Kunden zurücknimmt. Entsprechend steigt das Warenbestandsrisiko aus dem Wholesale-Segment. Im Gegenzug wurde der Anteil von saisonalen und kurzfristig produzierbaren Produkten erhöht, wodurch ein gegenläufiger Effekt eintreten kann.

Zur Bedienung möglicher Nachbestellungen unserer Wholesale-Partner innerhalb des Saisonverlaufes können die flexiblen Einkaufsvolumina (Open-to-buy-Limits) genutzt und Waren schnellstmöglich nachbestellt werden. Sollte dennoch für den Wholesale vorgesehene Ware am Ende einer Saison übrig sein, kann diese über die Outlets der GERRY WEBER Gruppe veräußert werden, was die Eintrittswahrscheinlichkeit des Bestandsrisikos aus dem Wholesale reduziert. Auch die Zusammenführung von Wholesale- und Retail-Beständen in einem Warenlager führt zu einer verbesserten Warensteuerung und somit zu einer Reduzierung der Warenbestände.

Auf Basis der implementierten Steuerungs- und Überwachungsmaßnahmen erachten wir die Eintrittswahrscheinlichkeit von nicht geplanten Überbeständen als mittel. Das

Ausmaß bei Eintritt dieses Risikos schätzen wir als gering ein, sodass das Absatz- und Warenbestandsrisiko als mittleres Risiko klassifiziert wird.

#### **Beschaffungsrisiko**

Unsere hohen Ansprüche an die Qualität und Passform der GERRY WEBER Produkte sowie die Einhaltung der Liefertermine bedingen hohe Anforderungen an unsere Lieferanten. Vor Aufnahme in den GERRY WEBER Lieferantenpool müssen sich alle potenziellen Produktionspartner verschiedenen Überprüfungen unterziehen, um unseren strengen Auswahlkriterien zu entsprechen. Neben technischen Fertigungsstandards und umfangreichem Know-how, einer Kapazitäts- und Bonitätsprüfung wird insbesondere auch die Einhaltung sozialer Standards sowie lokaler Gesetze überprüft. Auch nach Zulassung als GERRY WEBER Lieferant werden regelmäßig Qualitätskontrollen durchgeführt. GERRY WEBER Mitarbeiter aus den lokalen Beschaffungsbüros prüfen dabei die Einhaltung unserer Standards direkt vor Ort. Die Vergabe zur Herstellung von GERRY WEBER Produkten wird zentral durch unseren Bereich Beschaffung gesteuert. Dabei wird das Produktionsvolumen auf verschiedene, bereits durch uns auditierte Lieferanten in unterschiedlichen Regionen verteilt und somit das Ausfallrisiko reduziert.

Unsere Tochtergesellschaft HALLHUBER vergibt Beschaffungsaufträge an etablierte und geprüfte Beschaffungsagenturen, mit denen sie zum großen Teil bereits seit Jahren zusammenarbeitet. Eine Qualitätskontrolle zur Einhaltung der Produkt- und Materialqualität wird fortlaufend in der HALLHUBER Zentrale in München und durch externe Institute durchgeführt.

Risiken bei der Beschaffung können durch den Ausfall von Lieferanten oder verspätete Lieferungen entstehen. Ein kurzfristig notwendiger Lieferantenwechsel könnte zu Verzögerungen in der Belieferung und/oder zu erhöhten Beschaffungspreisen führen. Gleiches gilt im Falle gestiegener Beschaffungspreise aufgrund von Lohnerhöhungen, Handelsbeschränkungen und/oder höherer Zölle.

Darüber hinaus besteht trotz umfassender Qualitätsprüfungen das Risiko, dass Materialien oder Verarbeitungstechniken verwendet werden, die nicht unseren Vorgaben und damit unseren Qualitätsstandards entsprechen. Gleiches gilt für die Einhaltung von Sozialstandards und Arbeitsbedingungen bei den Lieferanten oder deren Zulieferern. Dies könnte das Image der GERRY WEBER Marken negativ beeinflussen.

Um dem Beschaffungsrisiko vorzubeugen, verfügt die GERRY WEBER Gruppe über ein verlässliches und geprüftes Netzwerk aus strategischen Zulieferpartnern bzw. bei HALLHUBER aus etablierten Beschaffungsagenturen. Dank der hauseigenen Produktentwicklung und den umfangreichen technischen Produktionsvorbereitungen im Hause GERRY WEBER, wie z. B. der Erstellung der Schnittmuster und der Skalierung der Größen in Halle / Westfalen, können wir zudem sehr schnell und flexibel die Produktionspartner wechseln. Aufgrund der Verteilung der Produktionsvolumina auf ein breites Lieferantenportfolio in verschiedenen Ländern, der eigenen lokalen Sourcing-Offices sowie der externen und internen Kontrollen durch anerkannte Prüfinstitute schätzen wir die Wahrscheinlichkeit, dass es zu Lieferungsverzögerungen und Mehrkosten aufgrund von Beschaffungsproblemen kommt als unwahrscheinlich ein. Das Auswirkungsmaß sehen wir als ebenfalls gering an. Damit ist das Risiko als ein unbedeutendes Risiko einzustufen.

#### **Logistikrisiko**

Seit Inbetriebnahme des eigenen Logistikzentrums im Jahr 2016 betreibt GERRY WEBER nahezu alle Logistikprozesse in Eigenverantwortung. Jede Störung der Logistikprozesse kann sich negativ auf unsere Fähigkeit, termingerecht und vollständig Ware auszuliefern auswirken. Die Folge wären Umsatzausfälle, zusätzliche Kosten sowie möglicherweise auch eine Verschlechterung der Kundenbeziehungen. Durch den Bau des eigenen Logistikzentrums wurden aus den acht durch externe Partner betriebenen Logistikzentren (GERRY WEBER Core und HALLHUBER) ein gemeinsames Warenlager für alle Vertriebskanäle. Eine genaue Allokation der eingehenden Produkte nach Vertriebskanal ist, bis derzeit noch auf das Online-Geschäft, seitdem nicht mehr erforderlich. Es gibt einen Warenbestand für alle Marken und Vertriebswege. Das neue zentralisierte Logistikkonzept vermindert somit das Risiko einer Fehlallokation von Waren auf die einzelnen Vertriebskanäle und reduziert die Kosten der Logistik.

Auch nach der erfolgreich abgeschlossenen Hochlaufphase kann es in den Logistikprozessen zu Verzögerungen und/oder Fehlallokationen kommen. Darüber hinaus können aufgrund der Erfahrungen im „Live-Betrieb“ technische und prozessuale Anpassungen notwendig sein. Dies kann Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe haben. Trotzdem haben sich die Risiken aus der Logistik seit Abschluss der Hochlaufphase deutlich vermindert.

Unabhängig von unserem neuen Logistikzentrum kann es zu Verzögerungen oder sogar zum Warenverlust auf dem Transportweg vom Lieferanten zum Logistikzentrum bzw. zum Kunden kommen. Sollte dies zu Lieferverzögerungen oder -ausfällen führen, könnte sich dies ebenfalls negativ auf die Geschäftsentwicklung des Konzerns auswirken.



Dass es zu wesentlichen Ausfällen, Verzögerungen und/oder fehlerhaften Auslieferungen kommt, bewerten wir mit einer eher geringen Wahrscheinlichkeit. Das Ausmaß der Auswirkungen erachten wir aufgrund der Vielzahl von Auslieferungen mit unterschiedlichen Volumina als ebenfalls gering. Insgesamt bewerten wir das Logistikrisiko als mittleres Risiko.

#### Informationstechnisches Risiko

Grundsätzlich besteht durch die zunehmende Digitalisierung und IT-technische Verknüpfung aller Geschäftsprozesse die Abhängigkeit von IT-Prozessen und Produkten. Es besteht das Risiko, dass IT-Komponenten bzw. -Systeme ausfallen, beeinträchtigt und/oder durch externe Einflüsse verfälscht oder sogar zerstört werden können. Solche Beeinträchtigungen könnten zu einer Geschäftsunterbrechung führen. Projekte von wesentlicher Bedeutung für den Konzern könnten sich verzögern und damit teurer werden als geplant. Darüber hinaus könnte Cyberkriminalität, z.B. durch Virenprogramme zu Systemstörungen und schließlich zum Verlust von geschäftskritischen und/oder vertraulichen Informationen führen.

Um dieses Risiko zu minimieren, haben wir eine Vielzahl von Maßnahmen und Überwachungsprozessen implementiert. Dabei nutzen wir sowohl interne als auch externe Ressourcen, um Ausfälle und Beeinträchtigungen unserer IT-Komponenten und -Prozesse zu vermeiden. Der Großteil unser Serverstrukturen wurde z. B. an ein externes Rechenzentrum ausgelagert, um einen noch besseren Schutz für unsere Systeme und Daten zu gewährleisten. Ferner haben wir Sicherungs- und Schutzsysteme implementiert, um dem Verlust und dem Missbrauch von Daten entgegenzuwirken.

Neben diesen Schutzmechanismen gegen externen Missbrauch oder Verlust sorgen wir auch konzernintern für größtmögliche Sicherheit im Umgang mit Daten und Informationen. Die nutzerabhängige Vergabe von Zugangsberechtigungen, die Protokollierung systemimmanenter Vorgänge, die eindeutige Zuordnung von Administratorrechten sowie umfassende Sicherungsmechanismen sollen die Sicherheit und Vertraulichkeit von Daten gewährleisten. Wir schätzen das grundsätzliche Risiko, dass der Ausfall von IT-Systemen zu finanziellen Auswirkungen führt, als eher gering und in seinem Ausmaß ebenfalls als gering ein.

Aufgrund der Einführung neuer wesentlicher IT-Systeme und Programme sowie der zunehmenden Digitalisierung bewerten wir die Wahrscheinlichkeit von zeitlichen Verzögerungen von Projekten als zusätzliches Risiko, jedoch mit geringer Eintrittswahrscheinlichkeit ein. Bei einem moderaten Ausmaß erachten wir das Informationstechnische Risiko insgesamt als mittleres Risiko für die GERRY WEBER Gruppe.

#### Sonstige Risiken

##### Personalrisiko

Das Engagement und die Fähigkeiten unserer Mitarbeiter sowie das von ihnen aufgebaute Expertenwissen sind entscheidende Faktoren für den Erfolg der GERRY WEBER Gruppe. Personalrisiken ergeben sich im Wesentlichen durch die Personalbeschaffung, mangelnde Qualifikation und durch Fluktuation der Mitarbeiter. Scheiden Mitarbeiter in Schlüsselpositionen aus dem Unternehmen aus oder fallen sie krankheitsbedingt aus, fließen wichtiges Know-how, Erfahrungen und Kompetenzen ab und es kann, gerade bei Führungspositionen, ein Vakuum entstehen, das zu Unsicherheiten nach innen wie außen führt. Diese Positionen nachzubersetzen, aber auch die Zeit der Überbrückung, kann die Ertragslage des Konzerns belasten. Um diese Risiken zu begrenzen, verfolgen wir unterschiedliche Ansätze: attraktive Vergütungs- und flexible Arbeitszeitmodelle, herausfordernde Aufgaben und vielfältige Karriereperspektiven sollen die Mitarbeiter an die GERRY WEBER Gruppe binden. Mit Hilfe der Schaffung neuer Ausbildungsplätze oder dem Ausbau von fachspezifischen Praktikanten- und Nachwuchsprogrammen investieren wir in die Nachwuchsförderung.

Insbesondere nach Abschluss des Programms FIT4GROWTH arbeiten wir auch weiterhin kontinuierlich daran, die Attraktivität der GERRY WEBER Gruppe als Arbeitgeber zu verbessern. Eine nachhaltige und vorausschauende Personalpolitik bleibt entsprechend weiterhin im Fokus unserer Gesellschaft.

Vor dem Hintergrund der in den letzten zwei Geschäftsjahren erfolgten Personalmaßnahmen und der Umsetzung des Programms zur Neuausrichtung erachten wir die Eintrittswahrscheinlichkeit von Personalrisiken derzeit als mittel. Das Ausmaß der genannten Risiken schätzen wir als gering ein, so dass insgesamt das Personalrisiko als mittleres Risiko definiert bleibt.

##### Rechtliche und Compliance Risiken

Durch Rechtstreitigkeiten entstandene Schäden können mit hohen Kosten verbunden sein und/oder sich negativ auf das Image der GERRY WEBER Gruppe auswirken. Gleiches gilt bei



HALLHUBER

Verstößen gegen geltendes Recht und Sozialstandards sowie bei Nicht-Einhaltung von externen und internen Regeln und Normen.

Zur Vermeidung von Rechtsstreitigkeiten werden nahezu alle wesentlichen Rechtsgeschäfte unter Einbeziehung externer Spezialisten geprüft. Rechtsstreitigkeiten, die einen wesentlichen Einfluss auf die wirtschaftliche Lage der GERRY WEBER Gruppe haben könnten, bestehen derzeit nicht.

Um gesetz- und regelkonformes Verhalten im Unternehmen zu verankern, hat GERRY WEBER ein umfassendes Compliance-Programm implementiert, das eine Reihe organisatorischer und präventiver Maßnahmen beinhaltet. Im Verhaltenskodex sowie in den Konzernrichtlinien haben wir Grundsätze für ein verantwortungsbewusstes unternehmerisches Handeln definiert, die für alle Mitarbeiter bindend sind. Die konzernweite Einhaltung dieser Regeln und Richtlinien wird zentral überwacht und direkt an den Vorstand berichtet. Dank der festgelegten Handlungsgrundsätze und der Überwachung durch das Compliance-Team, können Verstöße gegen diese Grundsätze zwar nicht vollständig ausgeschlossen werden, jedoch erachten wir die Eintrittswahrscheinlichkeit als unwahrscheinlich bzw. das Ausmaß als gering. Damit ist das Risiko als unbedeutendes Risiko einzustufen.

#### Haftungsrisiko

Haftungsrisiken können aus Sachanlageschäden und/oder Betriebsunterbrechungen entstehen. Die Gesellschaft hat sich gegen wesentliche Risiken aus diesen Schäden versichert. Im Schadensfall muss die GERRY WEBER International AG daher nur bis zur Höhe des Selbstbehalts für den Schaden aufkommen. Darüber hinaus wirken wir Risiken durch Sachanlageschäden unter anderem durch die Einführung effizienter baulicher und technischer Schutzmaßnahmen wie z. B. Brandschutztüren, Rauchmelder, aber auch durch regelmäßige Wartungen und Überprüfungen von Anlagen und Maschinen entgegen. Um eine Über- oder Unterversicherung zu vermeiden, überprüfen wir alle versicherten Bereiche regelmäßig. Wir schätzen die finanziellen Auswirkungen aus Haftungsrisiken als sehr gering und die Eintrittswahrscheinlichkeit als unwahrscheinlich ein. Damit stufen wir das Risiko als unbedeutendes Risiko ein.

| Risikokate-<br>gorien /<br>-felder                                                           | Einzelrisiken                                                                | Eintritts-<br>wahrscheinlichkeit                        | Ausmaß der<br>Auswirkung | Risikokategorie      | Veränder-<br>ung zum<br>Vorjahr |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------|---------------------------------|
| Externe Risiken                                                                              |                                                                              |                                                         |                          |                      |                                 |
|                                                                                              | Risiko im Zusammenhang mit<br>wetterbedingt ungünstigen<br>Rahmenbedingungen | gering                                                  | wesentlich               | bedeutendes Risiko   | →                               |
|                                                                                              | Risiko der konjunkturellen und<br>geopolitischen Entwicklung                 | gering                                                  | moderat                  | mittleres Risiko     | →                               |
|                                                                                              | Risiko aus höherer Gewalt                                                    | unwahrscheinlich                                        | sehr gering              | unbedeutendes Risiko | →                               |
| Branchen- und Marktrisiken                                                                   |                                                                              |                                                         |                          |                      |                                 |
|                                                                                              | Mode- und Kollektionsrisiko                                                  | gering                                                  | wesentlich               | bedeutendes Risiko   | →                               |
|                                                                                              | Risiko aus einer veränderten<br>Kundenstruktur                               | unwahrscheinlich                                        | gering                   | unbedeutendes Risiko | →                               |
|                                                                                              | Risiko aus einer veränderten<br>Wettbewerbsstruktur                          | gering                                                  | gering                   | mittleres Risiko     | ↗                               |
| Unternehmensstrategische Risiken                                                             |                                                                              |                                                         |                          |                      |                                 |
|                                                                                              | Risiko im Zusammenhang mit<br>dem Vertriebssegment Retail                    | mittel                                                  | moderat                  | bedeutendes Risiko   | →                               |
|                                                                                              | Marken- und Corporate Image Risiko                                           | mittel                                                  | moderat                  | bedeutendes Risiko   | →                               |
|                                                                                              | Investitionsrisiko                                                           | unwahrscheinlich                                        | sehr gering              | unbedeutendes Risiko | →                               |
|                                                                                              | FIT4GROWTH                                                                   | Risiko entfallen, da Programm erfolgreich abgeschlossen |                          |                      |                                 |
| Finanzwirtschaftliche Risiken                                                                |                                                                              |                                                         |                          |                      |                                 |
|                                                                                              | Währungsrisiko                                                               | gering                                                  | moderat                  | mittleres Risiko     | →                               |
|                                                                                              | Risiko von Forderungsausfällen                                               | unwahrscheinlich                                        | gering                   | unbedeutendes Risiko | →                               |
|                                                                                              | Finanzierungs- und Liquiditätsrisiko                                         | unwahrscheinlich                                        | sehr gering              | unbedeutendes Risiko | →                               |
|                                                                                              | Zinsrisiko                                                                   | unwahrscheinlich                                        | sehr gering              | unbedeutendes Risiko | →                               |
| Leistungswirtschaftliche Risiken                                                             |                                                                              |                                                         |                          |                      |                                 |
|                                                                                              | Absatz- und Warenbestandsrisiko                                              | mittel                                                  | gering                   | mittleres Risiko     | →                               |
|                                                                                              | Beschaffungsrisiko                                                           | unwahrscheinlich                                        | gering                   | unbedeutendes Risiko | →                               |
|                                                                                              | Logistikrisiko                                                               | gering                                                  | gering                   | mittleres Risiko     | →                               |
|                                                                                              | Informationstechnisches Risiko                                               | gering                                                  | moderat                  | mittleres Risiko     | →                               |
| Unternehmensbezogene Risiken                                                                 |                                                                              |                                                         |                          |                      |                                 |
|                                                                                              | Personalrisiko                                                               | mittel                                                  | gering                   | mittleres Risiko     | →                               |
|                                                                                              | Rechtliche und Compliance Risiken                                            | unwahrscheinlich                                        | gering                   | unbedeutendes Risiko | →                               |
|                                                                                              | Haftungsrisiko                                                               | unwahrscheinlich                                        | sehr gering              | unbedeutendes Risiko | →                               |
| →  Unveränderte Risikobedeutung   ↗ Gestiegene Risikobedeutung   ↘ Gesunkene Risikobedeutung |                                                                              |                                                         |                          |                      |                                 |

→| Unveränderte Risikobedeutung   ↗ Gestiegene Risikobedeutung   ↘ Gesunkene Risikobedeutung

## Chancenbericht

Neben den als negativ zu bewertenden Veränderungen und Ereignissen, die den Geschäftserfolg der GERRY WEBER Gruppe beeinflussen können, gilt es auch die positiven Veränderungen und die daraus resultierenden Möglichkeiten zu erkennen und zu steuern. Hinsichtlich unseres Geschäftsmodells ändern sich nicht nur Modetrends und Saisonverläufe, sondern auch die wirtschaftlichen, politischen und sozialen Rahmenbedingungen innerhalb unserer Absatzmärkte. Um die daraus resultierenden Risiken zu erkennen, wurde das Risikomanagementsystem implementiert. Genauso gilt es daraus resultierende Chancen zu erkennen und diese im Sinne des Unternehmens zu nutzen.

Beispielsweise kann eine mögliche Verbesserung der **wirtschaftlichen und geopolitischen Lage** in einigen wichtigen Absatzmärkten, auf denen wir unsere Mode vertreiben, einen positiven Einfluss auf die Umsatz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe haben. So kann sich zum Beispiel die Erholung der russischen Konjunktur positiv auf die Geschäftsentwicklung der GERRY WEBER Gruppe auswirken, nachdem der Umsatz in den letzten drei Jahren aufgrund der wirtschaftlichen Lage in Russland und der Entwicklung des Rubels zurückgegangen war.

Im Bereich der Entwicklung neuer Produkte und Marken haben wir mit der Einführung der Marke talkabout gezeigt, dass wir schnell auf neue Bedürfnisse der Modekundin eingehen und diese auch flächendeckend umsetzen können. Gleiches erwarten wir auch für unsere neue Marke gr[8]ful. Als Reaktion auf den zunehmenden Online-Handel haben wir gr[8]ful als reine Online-Marke entwickelt und als Premiumprodukt positioniert. Entsprechend haben wir gezeigt, dass wir in der Lage sind, aufkommende Chancen zu nutzen, z. B. neue Vertriebswege und Kundengruppen und somit neue Wachstumsmöglichkeiten für die GERRY WEBER Gruppe zu erschließen. Auch im Kontext der Akquisition von HALLHUBER konnte dies bereits bewiesen werden. Neben der Einführung neuer Marken sehen wir außerdem Potenzial in der Erweiterung des Produktangebots durch Lifestyleartikel aus dem Home and Living-Bereich oder Kosmetika wie Handcremes. Damit bietet die **Entwicklung neuer Produkte und Marken** weiteres Wachstumspotenzial für die GERRY WEBER Gruppe.

Die flexiblen Beschaffungsstrukturen sowie der breite Pool an geprüften Produktionspartnern ermöglichen es uns, in unterschiedlichen Regionen produzieren zu können und schnell reagieren zu können, falls Wechsel aufgrund von strukturellen, geopolitischen oder finanziellen Gegebenheiten nötig werden. Damit können wir eine gleichbleibende Qualität zu einer niedrigen Preisstruktur sichern.

Durch das neue Logistikzentrum wurde die Abhängigkeit von externen Partnern minimiert. Nach der Hochlaufphase besteht weiteres Potenzial, die Logistikkosten zu senken und vor allem eine noch schnellere und optimierte Verfügbarkeit von Produkten auf den Verkaufsflächen zu ermöglichen. Damit reduziert das neue **Logistikzentrum** nicht nur die Logistikkosten, sondern bietet so die Chance, bisher nicht genutzte Umsatzpotenziale zu heben.

Die zunehmende Bedeutung des **Online-Handels** in der Modeindustrie sehen wir ebenfalls als Chance, neue Kundengruppen für die GERRY WEBER Marken gewinnen zu können. Mit dem Relaunch der GERRY WEBER Online-Shops für die Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON im Frühjahr 2017 sowie mit dem Ausbau des Online-Geschäftes mit externen Plattformen haben wir auf das sich verändernde Kaufverhalten unserer Kunden reagiert und den ersten Schritt getan, um online neue Kundengruppen zu erschließen. In einem nächsten Schritt sehen wir die weitere Verknüpfung von Stationärem und Online-Handel als Chance, bislang nicht ausgenutzte Umsatzpotenziale zu realisieren. Ware, die zum Wunschkaufzeitpunkt der Kundin nicht auf der Verkaufsfläche des stationären Handels verfügbar ist, kann über Tablets in den Stores nachbestellt werden. Dabei kann die Kundin frei entscheiden, ob sie die Ware lieber zu sich nach Hause gesandt bekommen oder diese im Laden abholen möchte.

Grundsätzlich gilt es, die Chance der zunehmenden **Digitalisierung** zu nutzen und auf unsere Geschäftsprozesse zu adaptieren. Dazu haben wir Anfang des Geschäftsjahres 2017/18 eine eigene Gesellschaft gegründet, die E-GERRY WEBER Digital GmbH. Dieser Think-Tank soll branchenübergreifend innovative Ideen aufnehmen, entwickeln und digitale Innovationen auf die GERRY WEBER Geschäftsprozesse übertragen.

Die zunehmende **Konsolidierung im Modeeinzelhandel** kann ebenfalls als Chance angesehen werden. Ferner könnten sich Mitbewerber aufgrund des herausfordernden Marktumfeldes aus unseren Vertriebsländern zurückziehen. In beiden Fällen könnte die GERRY WEBER Gruppe von freiwerdenden Marktanteilen profitieren. Darüber hinaus kann das insolvente Unternehmen oder die dahinterstehende Marke, sofern es sich um eine interessante, nachhaltig funktionierende Marke handelt, als Akquisitionsobjekt von Interesse für die GERRY WEBER Gruppe sein.

Ziel unseres Chancenmanagements ist es, gegebene und aufkommende Chancen rechtzeitig zu erkennen und diese zum Vorteil der GERRY WEBER Gruppe zu nutzen.

# BE- RICHT- ERSTAT- TUNG

gemäß § 289 Abs. 4 HGB bzw. § 315 Abs. 4 HGB

## **Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals**

Das gezeichnete Kapital (Grundkapital) der GERRY WEBER International AG betrug zum Ende des Geschäftsjahres, also zum 31. Oktober 2017, EUR 45.905.960. Aufgrund des während des Geschäftsjahres 2016/17 durchgeführten Aktienrückkaufprogramms wird das Grundkapital mit EUR 45.507.715 in der Bilanz abzüglich des Anteils ausgewiesen, der auf die durch die Gesellschaft gehaltenen Aktien entfällt. Das Grundkapital ist in 45.905.960 auf den Inhaber lautende Stückaktien eingeteilt. Der anteilige Betrag am Grundkapital, der auf die einzelne Aktie entfällt, beträgt damit rechnerisch EUR 1,00. Im März 2017 startete die GERRY WEBER International AG ein Rückkaufprogramm für eigene Aktien im Volumen von bis zu maximal EUR 5,0 Mio. Insgesamt wurden 398.245 eigene Aktien mit einem Volumen von EUR 5,0 Mio. im Zeitraum vom 28. März bis zum 13. Juni 2017 zurückgekauft.

Alle Aktien sind mit den gleichen Rechten und Pflichten versehen. Jede Aktie gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme und ist maßgebend für den Anteil der Aktionäre am Gewinn der Gesellschaft. Beschränkungen, Sonderrechte oder vergleichbare Vereinbarungen bezüglich der Aktien bestehen nicht. Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen sowie Stimmrechtskontrollen beteiligter Arbeitnehmer bestehen ebenfalls nicht.

## **Kapitalbeteiligungen, die 10% der Stimmrechte übersteigen**

Gerhard Weber, stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats, hielt zum 31. Oktober 2017 direkt und indirekt 29,6% am Grundkapital der Gesellschaft. Aufsichtsratsmitglied Udo Hardieck wurden zum 31. Oktober 2017 direkt und indirekt

17,5% des Aktienkapitals zugerechnet. Darüber hinaus sind der Gesellschaft keine weiteren Stimmrechte bekannt, die 10% des Grundkapitals der GERRY WEBER International AG überschreiten.

## **Vorschriften zur Satzungsänderung sowie zur Bestellung bzw. Abberufung von Vorstandsmitgliedern**

Satzungsänderungen der GERRY WEBER International AG bedürfen eines Beschlusses der Hauptversammlung mit mindestens einer Dreiviertelmehrheit des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals; die §§ 179 ff. AktG finden Anwendung.

Der Vorstand der GERRY WEBER International AG besteht gemäß der Satzung aus mindestens zwei Mitgliedern. Die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands bestimmen sich nach §§ 84 und 85 AktG sowie der Satzung der Gesellschaft. Der Aufsichtsrat bestellt die Mitglieder des Vorstands, legt die Anzahl der Vorstandsmitglieder fest und kann einen Vorsitzenden des Vorstands benennen.

## **Befugnisse des Vorstands zur Ausgabe neuer Aktien**

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 6. Juni 2013 wurde der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Grundkapital der Gesellschaft in der Zeit bis zum 5. Juni 2018 gegen Bareinlagen und/ oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu EUR 22.952.980,00 durch die Ausgabe von neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien zu erhöhen. Den Aktionären ist dabei grundsätzlich ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand ist unter bestimmten Voraussetzungen berechtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen. Die Summe der nach dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts gegen Bar- und Sacheinlagen ausgegeben Aktien ist insgesamt auf einen Betrag, der 20% des Grundkapitals nicht überschreitet, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung noch im Zeitpunkt der Ausnutzung dieser Ermächtigung, beschränkt.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates die weiteren Einzelheiten der Kapitalerhöhung und ihrer Durchführung einschließlich des Inhaltes der Aktienrechte und der Bedingungen der Aktienausgabe festzulegen.

Ferner wurde mit Beschluss der Hauptversammlung vom 6. Juni 2013 das Grundkapital um bis zu EUR 4.590.590,00 durch Ausgabe von 4.590.590 neuen, auf den Inhaber laufenden Stückaktien bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung



dient der Gewährung von auf den Inhaber lautenden Stückaktien an die Inhaber von Wandel- und Optionschuldverschreibungen (oder Kombinationen dieser Instrumente) jeweils mit Wandlungs- oder Optionsrechten oder mit Wandlungs- oder Optionspflichten, die bis zum 5. Juni 2018 von der Gesellschaft oder einer Konzerngesellschaft der Gesellschaft im Sinne von § 18 AktG ausgegeben werden. Die Ausgabe der neuen Aktien erfolgt jeweils zu einem zu bestimmenden Wandlungs- oder Optionspreis. Die bedingte Kapitalerhöhung ist nur insoweit durchzuführen, wie von Wandlungs- oder Optionsrechten Gebrauch gemacht wird oder Wandlungs- oder Optionspflichten erfüllt werden und soweit nicht andere Erfüllungsformen eingesetzt werden. Die aufgrund der Ausübung des Wandlungs- oder Optionsrechts oder der Erfüllung der Wandlungs- oder Optionspflicht ausgegebenen neuen Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie entstehen am Gewinn teil. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen.

#### **Befugnisse des Vorstands zum Erwerb eigener Aktien**

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 16. April 2015 wurde der Vorstand ermächtigt, bis zum 15. April 2020 zu jedem zulässigen Zweck eigene Aktien gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG in einem Volumen von bis zu 10% des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben. Dabei dürfen auf die gemäß dieser Ermächtigung erworbenen Aktien zusammen mit anderen Aktien der Gesellschaft, die die Gesellschaft bereits erworben hat, und jeweils noch besitzt oder ihr gemäß §§ 71d und 71e als eigene Aktien zuzurechnen sind, zu keinem Zeitpunkt mehr als 10% des jeweiligen Grundkapitals entfallen.

Der Vorstand der GERRY WEBER International AG hatte mit Zustimmung des Aufsichtsrats am 15. März 2017 entschieden, ein Aktienrückkaufprogramm in einem Volumen von bis zu 500.000 Aktien der GERRY WEBER International AG maximal jedoch zu einem Gesamtkaufpreis (ohne Erwerbsnebenkosten) von bis zu EUR 5,0 Mio. durchzuführen. Der Aktienrückkauf wurde mit einer Ad-hoc-Mitteilung am 15. März 2017 gemäß Artikel 17 MAR angekündigt. Der Rückkauf, der ausschließlich über den Xetra-Handel der Frankfurter Wertpapierbörse erfolgte, begann am 28. März 2017 und endete am 13. Juni 2017. Im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms wurden im Verlauf des Geschäftsjahres 2016/17 insgesamt 398.245 eigene Aktien zu einem Durchschnittspreis von EUR 12,56 erworben. Eine Übersicht über die Aktienrückkäufe kann der Internetseite der Gesellschaft unter [ir.gerryweber.com](http://ir.gerryweber.com) entnommen werden.

Zum Berichtszeitpunkt am 31. Oktober 2017 und damit nach Abschluss des Aktienrückkaufprogramms hielt die Gesellschaft 398.245 eigene Aktien.

#### **Bedingungen eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots**

Die durch die GERRY WEBER International AG aufgenommenen Darlehen sowie zur Verfügung gestellte Kreditlinien enthalten marktübliche Vertragsbestandteile, die bei einem Kontrollwechsel infolge eines Übernahmeangebots den Vertragspartnern zusätzliche Kündigungsrechte einräumen.

#### **Entschädigungsvereinbarungen, die im Fall eines Übernahmeangebots mit Mitgliedern des Vorstands getroffen sind**

Im Falle einer vorzeitigen Beendigung der Vorstandstätigkeit, ohne dass ein wichtiger Grund vorliegt, werden die Zahlungen an das ausscheidende Vorstandsmitglied einschließlich der Nebenleistungen nicht länger als zwei Jahre fortgeführt (Vereinbarung eines Abfindungs-Caps). Darüber hinaus dürfen die Zahlungen auch die Vergütung für die Restlaufzeit des jeweiligen Dienstvertrages nicht überschreiten. Somit entsprechen die getroffenen Regelungen in den Vorstandsverträgen hier den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in seiner Fassung vom 7. Februar 2017. Für den Fall eines vorzeitigen Verlusts des Vorstandsamts aufgrund eines Kontrollwechsels haben die betroffenen Vorstandsmitglieder einen Anspruch auf eine Abgeltungszahlung. Entsprechend dem Deutschen Corporate Governance Kodex beträgt die Höhe der Abfindungszahlungen für die Vorstandsmitglieder 150% der Abfindungs-Caps.

# PRO- GNOSE- BERICHT

## Zukunftsbezogene Aussagen

Der folgende Prognosebericht der GERRY WEBER International AG umfasst die Einschätzungen des Managements über den zukünftigen Verlauf der erwarteten unternehmensbezogenen, finanziellen, gesamtwirtschaftlichen, branchenbezogenen und geopolitischen Entwicklungen, die den Geschäftsverlauf der GERRY WEBER Gruppe beeinflussen können. Der nun folgende Bericht entspricht dem Kenntnisstand des Managements zum Zeitpunkt der Erstellung des zusammengefassten Lageberichts. Die GERRY WEBER Gruppe ist ein international agierender Mode- und Lifestylekonzern mit Absatz- und Beschaffungsstrukturen im In- und Ausland. Infolgedessen sind die wirtschaftlichen, politischen und sozialen Rahmenbedingungen auch außerhalb unseres Heimatmarktes von Bedeutung.

## Ausblick auf die Entwicklung der Wirtschaftslage in den wichtigsten Absatzmärkten

Nach einem besser als erwarteten prognostizierten Wachstum von 3,6% für 2017 rechnen die Experten des Internationalen Währungsfonds (IWF) für 2018 mit einem Wachstum des weltweiten Bruttoinlandsproduktes von 3,7%. Auch die Weltbank erhöhte ihre Prognosen im Januar 2018 im Vergleich zum Juni 2017 auf nun 3,1% Weltwirtschaftswachstum. Gleichzeitig warnte die Organisation aber auch vor den Risiken dieser Entwicklung. Besonders die Finanzmärkte seien anfällig, wenn die Zentralbanken aufgrund der boomenden Konjunktur die Zinsen schneller als erwartet anheben müssten. Wichtige Themen für 2018 bleiben der noch ungewisse Ausgang der

Brexit-Verhandlungen und seine Implikationen für den Europäischen Handel, die Spannungen zwischen Nordkorea und den USA, die Abschottungstendenzen der Türkei, die Fortsetzung der protektionistischen Politik der US-Regierung sowie insbesondere für den Kapitalmarkt die zukünftigen Zinsentscheidungen der Fed sowie der Europäischen Zentralbank. Aber auch Themen wie die zunehmende Gefahr von Cyberattacken und Terrorismus könnten 2018 an Bedeutung gewinnen.

Die deutsche Wirtschaft befand sich zum Jahreswechsel 2017/18 in einer Hochkonjunkturphase, die durch eine niedrige Arbeitslosenrate, volle Auftragsbücher bei den Unternehmen, aber im weiteren Verlauf auch durch Produktionsgrenzen durch Fachkräftemangel gekennzeichnet sein könnte. Einige Experten sehen derzeit bei Vollausslastung die Gefahr der Überhitzung, andere Experten blicken dagegen zuversichtlich in das Jahr 2018. Der ifo-Geschäftsklimaindex verharrte im Dezember auf einem anhaltend hohen Niveau, nachdem im November ein neues Allzeithoch erreicht worden war. Die Bundesbank erhöhte im Dezember 2017 ihre Wachstumsprognose für die deutsche Wirtschaft deutlich. Sie rechnet kalenderbereinigt mit einem Wachstum für 2017 von 2,6% und für 2018 mit 2,5%. Noch im Juni 2017 betrugen die entsprechenden Erwartungen jeweils 1,9% sowie 1,7%. Die Experten sehen die Wirtschaft bald ähnlich stark ausgelastet wie auf dem Höhepunkt des Wirtschaftsbooms vor der globalen Finanzkrise 2007. Der breite Aufschwung werde zu steigenden Löhnen führen und dem Staat steigende Überschüsse bescheren. Ab 2019 werde das Tempo aber nachlassen, weil zunehmend auch Fachkräfte fehlten.

Die Konsumstimmung der Deutschen ist derzeit ungebrochen. Die Verbraucher zeigen sich in Hochstimmung und das Konsumklima setze seinen Höhenflug nach 10,9, 10,8 und

10,7 Punkten in den Monaten September bis November im Dezember 2017 mit ebenfalls 10,7 Punkten weiter fort. Trotz der hohen Konsumneigung kann der deutsche Modeeinzelhandel nicht von den guten Bedingungen profitieren. Nach einem enttäuschenden Jahr 2017 vermeldete das Fachmagazin Textilwirtschaft für die ersten Monate des GERRY WEBER Geschäftsjahres November und Dezember 2017 sowie Januar 2018 Umsatzveränderungen im Vergleich zum Vorjahr von jeweils 2,5 %, –2,7 % sowie +3,0 %. Rückläufige Kundenfrequenzen in den Innenstädten, der Anstieg des Online-Handels und ein nachhaltig verändertes Konsumverhalten haben die Marktbedingungen nicht nur des deutschen Modehandels, sondern auch für GERRY WEBER nachhaltig verändert. Die Auswirkungen haben sich in den vergangenen Geschäftsjahren mehr als deutlich gezeigt. Das Management der GERRY WEBER International AG geht nicht davon aus, dass sich die Bedingungen im laufenden Geschäftsjahr 2017/18 signifikant verbessern werden. Im Gegenteil, der Trend werde sich noch fortsetzen. Mit der Digitalisierungsstrategie und dem Ausbau der Online-Aktivitäten passt sich GERRY WEBER den stetig verändernden Marktgegebenheiten an. Daher stehen Maßnahmen im Rahmen der Digitalisierung der gesamten Wertschöpfungskette und dem sich verändernden Konsumentenverhalten im Zentrum der strategischen Ausrichtung der GERRY WEBER Gruppe.

## Künftige Ausrichtung der GERRY WEBER Gruppe und strategische Maßnahmen

Seit Jahren befindet sich der Modeeinzelhandel in und außerhalb Deutschlands in einer Phase des Umbruchs. Die Kundenfrequenzen in den Innenstädten und Shopping Malls sind stetig weiter gesunken und andere Produkte und Dienstleistungen wie z. B. elektronische Geräte, Möbel oder Ausgaben für Freizeitaktivitäten haben Kleidung als einen der Hauptausgabefaktoren der Konsumenten abgelöst. Strukturelle Marktveränderungen wie der zunehmende Verkauf von Mode und Accessoires über digitale Kanäle wie den Online-Handel oder Teleshopping führen zur Notwendigkeit von tiefgreifenden Veränderungen innerhalb der Branche.

Die GERRY WEBER Gruppe hat mit dem Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH bereits vor zwei Jahren begonnen, das Geschäftsmodell der GERRY WEBER Gruppe auf die sich veränderten Marktgegebenheiten und Kundenverhalten auszurichten, um das langfristige und profitable Wachstum der GERRY WEBER zu sichern. Das Programm FIT4GROWTH mit seinen vier Bausteinen: „Retail optimieren“, „Strukturen und Prozesse anpassen“, „Wholesale stärken“ und „Marken modernisieren“ haben wir mit Ende des Geschäftsjahres 2016/17 erfolgreich abgeschlossen. Alle definierten Maßnahmen wurden innerhalb des gesetzten Zeitrahmens erfolgreich umgesetzt. Eine detaillierte Darstellung der Maßnahmen kann dem Kapitel „Zielerreichung“ dieses Lageberichtes entnommen werden.

Der Weg zur Sicherung nachhaltigen profitablen Wachstums ist jedoch noch nicht abgeschlossen. Es gilt, sich den stetig verändernden Marktgegebenheiten anzupassen und die GERRY WEBER Gruppe darauf erfolgreich auszurichten. Chancen aus neuen digitalen Entwicklungen und technischen Neuerungen gilt es zu erkennen und zu nutzen. Entsprechend hat der Vorstand Strategien definiert und größtenteils bereits mit der Umsetzung begonnen, die die definierten Handlungsfelder zur strategischen Weiterentwicklung der GERRY WEBER Gruppe widerspiegeln.



117

SEITE



Im Fokus unseres Handelns steht die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden sowie die bedarfsgerechte Bestückung unserer Verkaufsflächen. Attraktive Kollektionen, ein profitables und ausgewogenes Vertriebsnetz sowie höchste Serviceleistungen gewährleisten das nachhaltige und profitable Wachstum der GERRY WEBER Gruppe. Darüber hinaus wird die Optimierung unserer Prozesse zur Beschaffung, Produktentwicklung sowie zur Sortimentsgestaltung unter Berücksichtigung der Marktentwicklung und der neusten digitalen Möglichkeiten ein Schwerpunkt unserer Arbeit sein. Maßnahmen zur Optimierung der genannten Bereiche werden konsequent weiterentwickelt und mit deren Umsetzung bereits im Geschäftsjahr 2017/18 begonnen werden. Im Rahmen dieser Maßnahmen wird es voraussichtlich auch im Geschäftsjahr 2017/18 zu Veränderungen verbunden mit deutlichen Kosteneinsparungen sowohl bei den Personal- als auch bei den Sachkosten kommen. Die in diesem Zusammenhang zu erwartenden Sonderbelastungen und zukunftsgerichteten Investitionen haben wir bei der Erstellung der Prognose für das Geschäftsjahr 2017/18 bereits berücksichtigt.



118

SEITE



Die entwickelten Maßnahmen zielen jedoch nicht nur auf eine Verbesserung der Rohertragsmarge ab, sondern auch auf eine Steigerung der Umsätze, insbesondere der GERRY WEBER Core-Marken.

Neben der Erarbeitung der Maßnahmen hat der Vorstand strategische Handlungsfelder definiert, um unsere Ziele zu erreichen.

1. Modernisierung und Schärfung der Markenprofile, insbesondere der GERRY WEBER Core-Marken, verbunden mit der stetigen Weiterentwicklung unserer Kollektionen sowie der Optimierung unserer Sortimentsgestaltung,
2. Konsequente Weiterentwicklung und Optimierung aller Vertriebskanäle,
3. Digitalisierung des Geschäftsmodells.

Zur nachhaltigen Verbesserung der Profitabilität der GERRY WEBER Gruppe begleitet die Fortführung unseres konsequenten Kostenmanagements die Umsetzung der strategischen Handlungsfelder. Weitere Erläuterungen zu den definierten Handlungsfeldern und Zielen können dem Kapitel „Strategie und Ziele“ dieses Lageberichtes entnommen werden.

Der Vorstand geht davon aus, dass das anhaltend herausfordernde Marktumfeld sowie die in den kommenden Monaten zu entwickelnden Maßnahmen in den Bereichen Produktentwicklung, Sortimentsgestaltung und Beschaffung die Umsatz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe im Geschäftsjahr 2017/18 und auch im kommenden Geschäftsjahr beeinflussen werden.

## Erwartete Entwicklung der Ertrags- und Finanzlage

Im Verlauf des Lageberichtes haben wir bereits umfassend über die schwierigen Marktbedingungen berichtet. Auch für das Jahr 2018 geht der Vorstand nicht von einer Erholung des Marktes, insbesondere in unseren Kernmärkten Deutschland, Österreich und den Niederlanden aus. Trotz der Einschätzung einer weiter leicht rückläufigen Marktentwicklung geht der Vorstand davon aus, den Konzernumsatz stabil zwischen EUR 870 und 890 Mio. halten zu können (Umsatz 2016/17: EUR 880,9 Mio.).

## Umsatzplanung

Nach einem Konzernumsatz von EUR 880,9 Mio. im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016/17 ist es Ziel für das Geschäftsjahr 2017/18 einen stabilen Konzernumsatz zwischen EUR 870 und 890 Mio. zu erzielen. Erwartete leichte Umsatzrückgänge der GERRY WEBER Marke werden kompensiert durch den geplanten Umsatzanstieg der Marken TAIFUN, SAMOON und insbesondere von HALLHUBER. Expansionsbedingt, aber auch aufgrund einer erwarteten positiven Umsatzentwicklung auf vergleichbarer Fläche wird der Umsatz von HALLHUBER auch im Geschäftsjahr 2017/18 weiter wachsen.

## Ergebnisplanung

Die Maßnahmen des Programms FIT4GROWTH führten zu Einsparungen von Personal- und Sachkosten auf Konzernebene in Höhe von rund EUR 30 Mio. p. a. Im Gegenzug verschlechterte sich das Rohergebnis des Geschäftsjahres 2016/17 im Vergleich zum Vorjahr um EUR 27,7 Mio. und dies trotz der Verbesserung des Rohertrages von HALLHUBER (EUR +13,1 Mio.). Darüber hinaus belasteten Sondereffekte resultierend aus dem Programm FIT4GROWTH sowie der Integration von HALLHUBER das operative Konzernergebnis (EBIT reported) mit EUR 9,6 Mio. Entsprechend beträgt das bereinigte Konzern-EBIT EUR 19,9 Mio.

Die Umsetzung der geplanten, zukunftsgerichteten Maßnahmen in den Bereichen Produktentwicklung, Beschaffung und Sortimentsgestaltung sowie die konsequente Weiterverfolgung der Maßnahmen zur Modernisierung der Marken wird im Geschäftsjahr 2017/18 zu weiteren Sondereffekten führen, die das operative Ergebnis der GERRY WEBER Gruppe belasten werden. Ziel der zu entwickelnden Maßnahmen ist es, die Rohertragsmarge, insbesondere der Marke GERRY WEBER zu verbessern und die Produktivität auf den Verkaufsflächen zu steigern, um damit die Profitabilität des Core-Bereiches zu erhöhen. Die positiven Auswirkungen der noch im Detail zu erarbeitenden Maßnahmen werden sich jedoch erst in den kommenden Geschäftsjahren niederschlagen.

Für HALLHUBER erwartet das Management im Geschäftsjahr 2017/18 eine deutliche Verbesserung des operativen Ergebnisses und damit einen positiven Ergebnisbeitrag zum Konzern-EBIT. Insbesondere durch die Integration der HALLHUBER

Logistik in das neue GERRY WEBER Logistikzentrum in der zweiten Jahreshälfte 2017 sowie die teilweise Zusammenführung von administrativen Funktionen werden positive Kosteneffekte generiert werden. Mit rund 30 geplanten neuen Verkaufsflächen werden wir die kontrollierte Expansion von HALLHUBER auch im Geschäftsjahr 2017/18 fortsetzen.

Aufgrund der dargestellten Entwicklungen sowie der Sonderbelastungen aus den zu erarbeitenden Maßnahmen prognostiziert der Vorstand der GERRY WEBER International AG ein Konzern-EBIT (reported) zwischen EUR 10,0 und 20,0 Mio. Darin enthalten sind planmäßige Abschreibungen in Höhe von rund EUR 45,0 bis 48,0 Mio. Insofern erwartet der Vorstand ein Konzern-EBITDA (reported) in Höhe von EUR 55,0 bis 68,0 Mio. Das unverändert schwierige Marktumfeld, die Neuausrichtung des Konzerns verbunden mit der Vertikalisierung unseres Geschäftsmodells sowie die Belastungen aus dem zu entwickelnden Maßnahmenpaket werden im Geschäftsjahr 2017/18 die Profitabilität der GERRY WEBER Gruppe beeinträchtigen. Dabei wird der Umfang der Belastungen von den noch im Detail zu entwickelnden Maßnahmen in den Bereichen Beschaffung, Produktentwicklung und Sortimentsgestaltung abhängen.

## Gesamtaussage zur prognostizierten Entwicklung

Externe Faktoren, wie anhaltend niedrige Kundenfrequenzen in den Geschäften und das sich verändernde Konsumverhalten der Verbraucher, aber auch interne Faktoren werden in den kommenden beiden Geschäftsjahren unsere Umsatz- und Ergebnisentwicklung beeinflussen.



ENDE



Die Modernisierung unserer Marken, die Optimierung unserer Beschaffungs- und Produktentwicklungsprozesse sowie der Sortimentsgestaltung einerseits und die weitere Vertikalisierung unserer Vertriebsstrukturen andererseits werden insbesondere die Profitabilität der GERRY WEBER Core-Marken weiterhin beeinflussen. Darüber hinaus werden wir konsequent in die Digitalisierung unserer Wertschöpfungskette investieren. Entsprechend geht der Vorstand bei einem nahezu konstanten Konzernumsatz im Vergleich zum Vorjahr zwischen EUR 870 und 890 Mio. von einem stabilen Konzern-EBIT (reported) in Höhe von EUR 10,0 bis 20,0 Mio. für das Geschäftsjahr 2017/18 aus.

Aufgrund unserer starken Marken, der Innovationskraft des Unternehmens und der Flexibilität sich auf Veränderungen einstellen zu können, ist es weiterhin oberstes Ziel, die Profitabilität und das Wachstum der GERRY WEBER Gruppe zu stabilisieren und ab dem Geschäftsjahr 2018/19 wieder nachhaltig zu verbessern.



---

# **GERRY WEBER**

INTERNATIONAL AG

Jahresabschluss  
und Anhang  
2016/17

---

**Jahresabschluss für das Geschäftsjahr  
vom 1. November 2016 bis 31. Oktober 2017**

## Gerry Weber International AG, Halle/Westf.

## Bilanz zum 31. Oktober 2017

## Aktiva

|                                                                                                                                            | <u>31.10.2017</u>     | <u>31.10.2016</u>     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
|                                                                                                                                            | €                     | €                     |
| <b>A. Anlagevermögen</b>                                                                                                                   |                       |                       |
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände                                                                                                       |                       |                       |
| 1. Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten | 17.874.320,00         | 13.735.791,00         |
| 2. Geleistete Anzahlungen                                                                                                                  | <u>24.999.272,44</u>  | <u>15.311.857,76</u>  |
|                                                                                                                                            | <u>42.873.592,44</u>  | <u>29.047.648,76</u>  |
| II. Sachanlagen                                                                                                                            |                       |                       |
| 1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken                                    | 100.113.990,94        | 102.259.555,94        |
| 2. Technische Anlagen und Maschinen                                                                                                        | 56.205.053,00         | 57.724.740,00         |
| 3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung                                                                                      | 3.772.949,00          | 4.591.862,00          |
| 4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau                                                                                               | <u>131.992,23</u>     | <u>942.842,84</u>     |
|                                                                                                                                            | <u>160.223.985,17</u> | <u>165.519.000,78</u> |
| III. Finanzanlagen                                                                                                                         |                       |                       |
| 1. Anteile an verbundenen Unternehmen                                                                                                      | 235.750.357,92        | 220.636.141,10        |
| 2. Beteiligungen                                                                                                                           | 35.786,88             | 30.293,88             |
| 3. Sonstige Ausleihungen                                                                                                                   | <u>1.726.666,68</u>   | <u>1.862.500,00</u>   |
|                                                                                                                                            | <u>237.512.811,48</u> | <u>222.528.934,98</u> |
|                                                                                                                                            | <u>440.610.389,09</u> | <u>417.095.584,52</u> |
| <b>B. Umlaufvermögen</b>                                                                                                                   |                       |                       |
| I. Vorräte                                                                                                                                 |                       |                       |
| 1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe                                                                                                         | 9.836.288,86          | 11.763.451,88         |
| 2. Unfertige Erzeugnisse, unfertige Leistungen                                                                                             | 11.650.170,51         | 12.958.062,39         |
| 3. Fertige Erzeugnisse und Waren                                                                                                           | 51.477.582,46         | 57.392.600,98         |
| 4. Geleistete Anzahlungen                                                                                                                  | <u>1.008.255,79</u>   | <u>2.158.295,54</u>   |
|                                                                                                                                            | <u>73.972.297,62</u>  | <u>84.272.410,79</u>  |
| II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände                                                                                          |                       |                       |
| 1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen                                                                                              | 1.776.529,67          | 2.164.001,96          |
| 2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen                                                                                                | 131.633.588,84        | 157.040.203,24        |
| - davon aus Lieferungen und Leistungen: € 25.215.548,13 (Vorjahr: € 34.497.608,26)                                                         |                       |                       |
| 3. Sonstige Vermögensgegenstände                                                                                                           | <u>9.450.878,37</u>   | <u>55.509.988,26</u>  |
|                                                                                                                                            | <u>142.860.996,88</u> | <u>214.714.193,46</u> |
| III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten                                                                                       | <u>11.028.477,35</u>  | <u>25.198.727,56</u>  |
|                                                                                                                                            | <u>227.861.771,85</u> | <u>324.185.331,81</u> |
|                                                                                                                                            | <u>3.772.777,99</u>   | <u>2.756.074,34</u>   |
| <b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>                                                                                                       |                       |                       |
|                                                                                                                                            | <u>672.244.938,93</u> | <u>744.036.990,67</u> |

**Passiva**

|                                                                                     | <b><u>31.10.2017</u></b><br><b>€</b> | <b><u>31.10.2016</u></b><br><b>€</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <b>A. Eigenkapital</b>                                                              |                                      |                                      |
| I. Gezeichnetes Kapital                                                             | 45.507.715,00                        | 45.905.960,00                        |
| II. Kapitalrücklage                                                                 | 63.201.099,21                        | 63.201.099,21                        |
| III. Gewinnrücklagen                                                                | 264.824.679,92                       | 269.426.393,18                       |
| IV. Bilanzgewinn                                                                    |                                      |                                      |
| 1. Gewinnvortrag                                                                    | 37.351.497,61                        | 33.265.804,41                        |
| 2. Jahresfehlbetrag (Vorjahr: -überschuss)                                          | <u>-3.913.184,51</u>                 | <u>15.529.308,20</u>                 |
|                                                                                     | <u>33.438.313,10</u>                 | <u>48.795.112,61</u>                 |
|                                                                                     | <u>406.971.807,23</u>                | <u>427.328.565,00</u>                |
| <b>B. Rückstellungen</b>                                                            |                                      |                                      |
| 1. Steuerrückstellungen                                                             | 198.840,00                           | 7.716.429,62                         |
| 2. Sonstige Rückstellungen                                                          | <u>7.670.862,28</u>                  | <u>13.353.546,36</u>                 |
|                                                                                     | <u>7.869.702,28</u>                  | <u>21.069.975,98</u>                 |
| <b>C. Verbindlichkeiten</b>                                                         |                                      |                                      |
| 1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten                                     | 223.902.149,29                       | 247.097.832,99                       |
| 2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen                                 | 21.884.377,99                        | 30.543.596,43                        |
| 3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen                              | 5.555.202,28                         | 4.307.105,79                         |
| - davon aus Lieferungen und Leistungen: € 4.060.799,78<br>(Vorjahr: € 2.074.139,69) |                                      |                                      |
| 4. Sonstige Verbindlichkeiten                                                       | 5.250.761,66                         | 12.990.021,16                        |
| - davon aus Steuern: € 5.178.325,22 (Vorjahr: € 4.761.640,35)                       |                                      |                                      |
| - davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: € 1.400,75 (Vorjahr: € 1.225,66)         |                                      |                                      |
|                                                                                     | <u>256.592.491,22</u>                | <u>294.938.556,37</u>                |
| <b>D. Rechnungsabgrenzungsposten</b>                                                | <u>810.938,20</u>                    | <u>699.893,32</u>                    |
|                                                                                     | <b><u>672.244.938,93</u></b>         | <b><u>744.036.990,67</u></b>         |

Gerry Weber International AG, Halle/Westf.

# Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. November 2016 bis zum 31. Oktober 2017

|                                                                                                         | 2016/17         | 2015/16         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|
|                                                                                                         | €               | €               |
| 1. Umsatzerlöse                                                                                         | 389.360.271,87  | 345.055.284,41  |
| 2. Verminderung (Vorjahr: Erhöhung) des Bestands an unfertigen und fertigen Erzeugnissen und Leistungen | -7.021.489,02   | 27.248.205,72   |
| 3. Andere aktivierte Eigenleistungen                                                                    | 175.411,49      | 780.366,70      |
| 4. Sonstige betriebliche Erträge                                                                        | 3.477.003,84    | 60.667.994,83   |
| - davon aus Währungsumrechnungen: € 96.340,30<br>(Vorjahr: € 1.661.556,71)                              |                 |                 |
| 5. Materialaufwand                                                                                      |                 |                 |
| a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren                              | -62.779.782,05  | -73.510.799,26  |
| b) Aufwendungen für bezogene Leistungen                                                                 | -219.679.867,00 | -229.426.159,93 |
|                                                                                                         | -282.459.649,05 | -302.936.959,19 |
| 6. Personalaufwand                                                                                      |                 |                 |
| a) Löhne und Gehälter                                                                                   | -35.726.473,22  | -43.850.004,08  |
| b) Soziale Abgaben                                                                                      | -5.553.054,46   | -6.357.110,76   |
|                                                                                                         | -41.279.527,68  | -50.207.114,84  |
| 7. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen             | -11.988.807,72  | -10.426.426,17  |
| 8. Sonstige betriebliche Aufwendungen                                                                   | -76.949.153,19  | -76.948.573,18  |
| - davon aus Währungsumrechnungen: € 1.398.652,29<br>(Vorjahr: € 24.185,46)                              |                 |                 |
| 9. Erträge aus Beteiligungen                                                                            | 24.771,39       | 57.371,19       |
| - davon aus verbundenen Unternehmen: € 24.771,39<br>(Vorjahr: € 57.371,19)                              |                 |                 |
| 10. Erträge aus Gewinnabführungsverträgen                                                               | 26.305.885,61   | 31.976.245,91   |
| 11. Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens                         | 17.477,20       | 19.959,99       |
| 12. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge                                                                | 1.463.406,04    | 1.910.996,07    |
| - davon aus verbundenen Unternehmen: € 1.460.171,17<br>(Vorjahr: € 1.883.705,04)                        |                 |                 |
| 13. Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens                            | -350.000,00     | 0,00            |
| 14. Zinsen und ähnliche Aufwendungen                                                                    | -4.045.017,59   | -4.250.052,70   |
| - davon an verbundene Unternehmen: € 26.359,14 (Vorjahr: € 49.018,00)                                   |                 |                 |
| 15. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag                                                                | -158.149,82     | -7.195.408,23   |
| <b>16. Ergebnis nach Steuern</b>                                                                        | -3.427.566,63   | 15.751.890,51   |
| 17. Sonstige Steuern                                                                                    | -485.617,88     | -222.582,31     |
| <b>18. Jahresfehlbetrag (Vorjahr: -überschuss)</b>                                                      | -3.913.184,51   | 15.529.308,20   |
| 19. Gewinnvortrag                                                                                       | 37.351.497,61   | 33.265.804,41   |
| <b>20. Bilanzgewinn</b>                                                                                 | 33.438.313,10   | 48.795.112,61   |



## Anlagenspiegel

Gerry Weber International AG, Halle/Westf.

## Entwicklung des Anlagevermögens 2016/2017

|                                                                                                                                         | Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten |                      |                    |                     | 31.10.2017            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------|--------------------|---------------------|-----------------------|
|                                                                                                                                         | 01.11.2016                            | Zugänge              | Umbuchungen        | Abgänge             |                       |
|                                                                                                                                         | €                                     | €                    | €                  | €                   | €                     |
| Immaterielle Vermögensgegenstände                                                                                                       |                                       |                      |                    |                     |                       |
| Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten | 40.566.342,66                         | 5.147.316,93         | 3.611.656,45       | 0,00                | 49.325.316,04         |
| Geleistete Anzahlungen                                                                                                                  | 15.311.857,76                         | 12.868.980,85        | -3.181.566,17      | 0,00                | 24.999.272,44         |
|                                                                                                                                         | <u>55.878.200,42</u>                  | <u>18.016.297,78</u> | <u>430.090,28</u>  | <u>0,00</u>         | <u>74.324.588,48</u>  |
| Sachanlagen                                                                                                                             |                                       |                      |                    |                     |                       |
| Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken                                    | 134.823.963,42                        | 617.775,86           | 32.812,19          | 0,00                | 135.474.551,47        |
| Technische Anlagen und Maschinen                                                                                                        | 60.922.169,14                         | 1.256.948,32         | 287.864,78         | 4.500,00            | 62.462.482,24         |
| Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung                                                                                      | 18.153.640,90                         | 643.137,82           | 71.037,90          | 945.001,42          | 17.922.815,20         |
| Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau                                                                                               | 942.842,84                            | 41.911,65            | -821.805,15        | 30.957,11           | 131.992,23            |
|                                                                                                                                         | <u>214.842.616,30</u>                 | <u>2.559.773,65</u>  | <u>-430.090,28</u> | <u>980.458,53</u>   | <u>215.991.841,14</u> |
| Finanzanlagen                                                                                                                           |                                       |                      |                    |                     |                       |
| Anteile an verbundenen Unternehmen                                                                                                      | 223.522.930,17                        | 15.114.216,82        | 0,00               | 0,00                | 238.637.146,99        |
| Beteiligungen                                                                                                                           | 294.758,44                            | 5.493,00             | 0,00               | 0,00                | 300.251,44            |
| Sonstige Ausleihungen                                                                                                                   | 2.312.500,00                          | 240.000,00           | 0,00               | 25.833,32           | 2.526.666,68          |
|                                                                                                                                         | <u>226.130.188,61</u>                 | <u>15.359.709,82</u> | <u>0,00</u>        | <u>25.833,32</u>    | <u>241.464.065,11</u> |
|                                                                                                                                         | <u>496.851.005,33</u>                 | <u>35.935.781,25</u> | <u>0,00</u>        | <u>1.006.291,85</u> | <u>531.780.494,73</u> |

| Abschreibungen       |                      |                   |                      | Restbuchwerte         |                       |
|----------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 01.11.2016           | Zugänge              | Abgänge           | 31.10.2017           | 31.10.2017            | 31.10.2016            |
| €                    | €                    | €                 | €                    | €                     | €                     |
| 26.830.551,66        | 4.620.444,38         | 0,00              | 31.450.996,04        | 17.874.320,00         | 13.735.791,00         |
| 0,00                 | 0,00                 | 0,00              | 0,00                 | 24.999.272,44         | 15.311.857,76         |
| <u>26.830.551,66</u> | <u>4.620.444,38</u>  | <u>0,00</u>       | <u>31.450.996,04</u> | <u>42.873.592,44</u>  | <u>29.047.648,76</u>  |
| 32.564.407,48        | 2.796.153,05         | 0,00              | 35.360.560,53        | 100.113.990,94        | 102.259.555,94        |
| 3.197.429,14         | 3.064.500,10         | 4.500,00          | 6.257.429,24         | 56.205.053,00         | 57.724.740,00         |
| 13.561.778,90        | 1.507.710,19         | 919.622,89        | 14.149.866,20        | 3.772.949,00          | 4.591.862,00          |
| 0,00                 | 0,00                 | 0,00              | 0,00                 | 131.992,23            | 942.842,84            |
| <u>49.323.615,52</u> | <u>7.368.363,34</u>  | <u>924.122,89</u> | <u>55.767.855,97</u> | <u>160.223.985,17</u> | <u>165.519.000,78</u> |
| 2.886.789,07         | 0,00                 | 0,00              | 2.886.789,07         | 235.750.357,92        | 220.636.141,10        |
| 264.464,56           | 0,00                 | 0,00              | 264.464,56           | 35.786,88             | 30.293,88             |
| 450.000,00           | 350.000,00           | 0,00              | 800.000,00           | 1.726.666,68          | 1.862.500,00          |
| <u>3.601.253,63</u>  | <u>350.000,00</u>    | <u>0,00</u>       | <u>3.951.253,63</u>  | <u>237.512.811,48</u> | <u>222.528.934,98</u> |
| <u>79.755.420,81</u> | <u>12.338.807,72</u> | <u>924.122,89</u> | <u>91.170.105,64</u> | <u>440.610.389,09</u> | <u>417.095.584,52</u> |

**GERRY WEBER INTERNATIONAL AKTIENGESELLSCHAFT  
HALLE/WESTF.**

**ANHANG  
FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2016/17**

**I. Rechnungslegung**

Der Jahresabschluss der Gerry Weber International Aktiengesellschaft, Halle/Westf., eingetragen im Handelsregister beim Amtsgericht Gütersloh (HRB 4779), für das Geschäftsjahr 2016/17 ist nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches und des Aktiengesetzes sowie der Satzung erstellt worden. Der vorliegende Abschluss umfasst den Zeitraum vom 1. November 2016 bis zum 31. Oktober 2017.

Wir haben zur Verbesserung der Übersichtlichkeit der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung Vermerke und Erläuterungen zu einzelnen Posten, soweit nicht ausdrücklich gesetzliche Vorschriften dem entgegenstehen, im Anhang dargestellt und auf den Ausweis von Leerposten verzichtet.

Der Abschluss wird beim Betreiber des Bundesanzeigers elektronisch eingereicht und im Bundesanzeiger veröffentlicht.

Die Gerry Weber International AG ist eine große Kapitalgesellschaft

**II. Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze**

Die Vorjahreszahlen der Umsatzerlöse sind aufgrund der Neufassung von § 277 Abs. 1 HGB durch das BilRUG nicht vergleichbar. Somit werden im Geschäftsjahr 2016/17 Umsatzerlöse in Höhe von EUR 21.150.644,58 ausgewiesen, die im Vorjahr (EUR 25.256.663,29) unter den sonstigen betrieblichen Erträgen erfasst wurden.

Eine gesetzliche Änderung der GuV-Gliederungsschemata ist die Einfügung eines Zwischenergebnisses „Ergebnis nach Steuern“ zwischen dem Posten „Steuern vom Einkommen und vom Ertrag“ und dem Posten „sonstige Steuern“.

Der Abschluss der Gerry Weber International Aktiengesellschaft wird nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen aufgestellt.

Immaterielle Vermögensgegenstände werden mit den Anschaffungskosten angesetzt und linear über die voraussichtliche Nutzungsdauer abgeschrieben.

Das Sachanlagevermögen ist zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten, vermindert um planmäßige nutzungsbedingte Abschreibungen und sofern erforderlich außerplanmäßige Abschreibungen, angesetzt. Die Herstellungskosten enthalten neben den einzeln zurechenbaren Kosten auch angemessene Teile von Gemeinkosten.

Die lineare Abschreibung wird bei beweglichen Wirtschaftsgütern mit einer Nutzungsdauer bis fünf Jahren, bei immateriellen Vermögensgegenständen und bei Mietereinbauten angewandt. Bei Wirtschaftsgütern, die seit dem 1. November 2007 zugegangen sind, wird grundsätzlich die lineare Abschreibung angewandt.

Vermögensgegenstände mit einem Wert von bis zu EUR 150,00 werden sofort als Aufwand gebucht. Vermögensgegenstände mit einem Wert von mehr als EUR 150,00 bis EUR 1.000,00 werden analog den steuerlichen Vorschriften über fünf Jahre abgeschrieben.

Die Anteile an verbundenen Unternehmen und Beteiligungen sowie Ausleihungen sind mit den Anschaffungskosten oder dem niedrigeren beizulegenden Wert bilanziert.

Die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sind zu Anschaffungskosten bewertet. Die unfertigen Erzeugnisse wurden zu den Herstellkosten bewertet, wobei angemessene Teile von fertigungsbedingten Gemeinkosten enthalten sind. Die fertigen Erzeugnisse werden mit den Herstellkosten bewertet. Diese werden retrograd mit dem Verkaufspreis abzüglich eines Abschlags für Gewinn, noch anfallende Kosten sowie nicht aktivierungsfähige Gemeinkosten ermittelt. Vom Wahlrecht der Aktivierung aktivierungsfähiger Gemeinkosten wird teilweise Gebrauch gemacht.

Bei den Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen, die mit ihren Anschaffungskosten angesetzt sind, wurden erkennbare Einzelrisiken durch Wertberichtigungen berücksichtigt. Dem allgemeinen Ausfallrisiko für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wurde durch die Bildung einer Pauschalwertberichtigung Rechnung getragen. Längerfristige unverzinsliche Forderungen werden mit dem Barwert angesetzt.

Der Kassenbestand und die Guthaben bei Kreditinstituten sind zum Nominalbetrag angesetzt.

Die aktiven Rechnungsabgrenzungsposten enthalten Ausgaben vor dem Bilanzstichtag, die Aufwand für eine bestimmte Zeit nach diesem Tag darstellen.

Die Steuerrückstellungen entsprechen den auf Grund der erzielten steuerlichen Ergebnisse zu erwartenden Steuernachzahlungen.

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen, soweit sie passivierungspflichtig sind. Sie sind nach dem Erkenntnisstand im Zeitpunkt der Abschlusserstellung jeweils in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags angesetzt.

Es werden Altersteilzeitvereinbarungen nach dem Blockmodell abgeschlossen. Die Rückstellungen für Verpflichtungen aus Altersteilzeitarbeitsverhältnissen sind nach den Vorgaben des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes unter Berücksichtigung der Stellungnahme des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V. (IDW) RS HFA 3 gebildet worden. Als Rechnungsgrundlage wurden die Richttafeln 2005G von Prof. Dr. Klaus Heubeck und ein Diskontierungszinssatz von 2,88 % (Vorjahr: 3,32 %), unter Berücksichtigung eines Gehaltstrends von 1 % (Vorjahr: 1 %) p. a., verwendet. Ein Fluktuationsabschlag wurde nicht berücksichtigt.

Die Aufstockungsbeträge haben Entgeltcharakter und werden wie der Erfüllungsrückstand

ratierlich bis zum Beginn der Freistellungsphase angesammelt. Der Verbrauch der Rückstellung erfolgt in der Freistellungsphase.

Die Verpflichtungen und der Aktivwert der Rückdeckungsversicherungen werden nach § 246 Abs. 2 Satz 2 HGB saldiert ausgewiesen.

Die Verbindlichkeiten sind mit den Erfüllungsbeträgen angesetzt.

Die passiven Rechnungsabgrenzungsposten enthalten Einnahmen vor dem Bilanzstichtag, die Ertrag für eine bestimmte Zeit nach diesem Tag darstellen.

Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährungen sind mit dem Devisenkassamittelkurs am Abschlussstichtag angesetzt.

Soweit sich passive latente Steuern ergeben, werden diese mit aktiven latenten Steuern verrechnet. Es ergibt sich zum 31. Oktober 2017 ein Überhang aktiver latenter Steuern in Höhe von TEUR 658 (Vorjahr: TEUR 75). Wir haben vom Wahlrecht der Nichtbilanzierung gem. § 274 Abs. 1 Satz 2 HGB Gebrauch gemacht.

Die aktiven latenten Steuern entfallen im Wesentlichen auf Ansatz- und Bewertungsunterschiede bei Rückstellungen, auf Bewertungsunterschiede im Anlagevermögen und auf abweichende Bewertungen von Forderungen gegen ausländische verbundene Unternehmen sowie auf steuerliche Verlustvorträge.

Soweit § 8b KStG zur Anwendung kommt, wurde ein Steuersatz von 1,5 %, im Übrigen ein Steuersatz von 30,0 % berücksichtigt.

#### Devisentermin- und Optionsgeschäfte bei Beschaffungen von Waren

Warenbezüge und Dienstleistungen in ausländischer Währung werden zur Sicherung der Kalkulationen vor jeder Saison durch Devisentermin- oder Devisenoptionsgeschäfte abgesichert. Am Bilanzstichtag belief sich das Volumen auf EUR 286,1 Mio. (Vorjahr: EUR 297,8 Mio.). Die Termingeschäfte haben eine Laufzeit bis zu zwei Jahren.

Bei den Devisentermin- und Optionsgeschäften waren Bewertungseinheiten mit den zu Grunde liegenden Grundgeschäften gegeben.

Die Wertänderungen der gebildeten Bewertungseinheiten wurden nach § 254 HGB nach der Einfrierungsmethode nicht bilanziert.

Der negative Zeitwert der Devisentermin- und Optionsgeschäfte beträgt zum Bilanzstichtag EUR -6,7 Mio. (Vorjahr: positiver Zeitwert EUR 17,4 Mio.).

#### Devisentermingeschäfte beim Absatz von Waren

Fremdwährungsforderungen aus dem Absatzbereich im Konzern zum Bilanzstichtag haben wir durch Devisentermingeschäfte abgesichert.



Es handelt sich am Bilanzstichtag um ein Volumen an Termingeschäften von EUR 12,3 Mio. (Vorjahr: EUR 2,2 Mio.). Die Termingeschäfte haben eine Laufzeit bis zu drei Jahren.

Bei den Devisentermingeschäften waren Bewertungseinheiten mit den zu Grunde liegenden Grundgeschäften gegeben.

Die Wertänderungen der gebildeten Bewertungseinheiten wurden nach § 254 HGB nach der Einfrierungsmethode nicht bilanziert.

### **III. Bilanz Erläuterungen**

#### **1. Entwicklung des Anlagevermögens 2016/2017**

Zur Gliederung und Entwicklung des Anlagevermögens verweisen wir auf den Anlagenspiegel, der diesem Anhang als Anlage beigelegt ist.

#### **2. Sonstige Vermögensgegenstände**

Die sonstigen Vermögensgegenstände beinhalten im Wesentlichen Steuerforderungen (TEUR 1.833; Vorjahr: T€ 3.469) und Forderungen aus dem Sponsoringvertrag mit der Gerry Weber Management und Event OHG, Halle/Westf. (T€ 767; Vorjahr: T€ 742).

#### **3. Liquide Mittel**

Die liquiden Mittel bestehen fast ausschließlich aus Guthaben bei in- und ausländischen Kreditinstituten.

#### 4. Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital der Gerry Weber International AG ist in 45.905.960 auf den Inhaber lautende Stückaktien mit einem rechnerischen Wert von EUR 1,00 eingeteilt.

Im Zeitraum von März bis Juni 2017 wurden 398.245 Inhaber-Stückaktien zurückgekauft. Hierfür wurden EUR 4.999.958 EUR aufgewendet. Das gezeichnete Kapital wird zum Stichtag um den Nennwert der zurückgekauften Aktien von EUR 398.24 vermindert mit EUR 45.507.715,00 ausgewiesen. Der den Nennwert übersteigende Betrag von EUR 4.601.713 wurde von den freien Gewinnrücklagen abgezogen. Eine Veräußerung zurück erworbener Anteile erfolgte im Berichtsjahr nicht.

#### Eigenkapitalspiegel der Gerry Weber International AG

|                         | <u>Gezeichnetes<br/>Kapital</u> | <u>Kapitalrücklage</u> | <u>Andere Ge-<br/>winnrücklagen</u> | <u>Bilanzgewinn</u>  | <u>Eigenkapital</u>   |
|-------------------------|---------------------------------|------------------------|-------------------------------------|----------------------|-----------------------|
|                         | EUR                             | EUR                    | EUR                                 | EUR                  | EUR                   |
| Stand 01.11.2016        | 45.905.960,00                   | 63.201.099,21          | 269.426.393,18                      | 48.795.112,61        | 427.328.565,00        |
| Gezahlte Dividenden     | 0,00                            | 0,00                   | 0,00                                | -11.443.615,00       | -11.443.615,00        |
| Rückkauf eigener Aktien | -398.245,00                     | 0,00                   | -4.601.713,26                       | 0,00                 | -4.999.958,26         |
| Jahresfehlbetrag        | 0,00                            | 0,00                   | 0,00                                | -3.913.184,51        | -3.913.184,51         |
| Stand 31.10.2017        | <u>45.507.715,00</u>            | <u>63.201.099,21</u>   | <u>264.824.679,92</u>               | <u>33.438.313,10</u> | <u>406.971.807,23</u> |

Zum Vergleich die Entwicklung des Eigenkapitals der Gerry Weber International AG des Vorjahres:

|                     | <u>Gezeichnetes<br/>Kapital</u> | <u>Kapitalrücklage</u> | <u>Andere Ge-<br/>winnrücklagen</u> | <u>Bilanzgewinn</u>  | <u>Eigenkapital</u>   |
|---------------------|---------------------------------|------------------------|-------------------------------------|----------------------|-----------------------|
|                     | EUR                             | EUR                    | EUR                                 | EUR                  | EUR                   |
| Stand 01.11.2015    | 45.905.960,00                   | 63.201.099,21          | 269.426.393,18                      | 51.628.188,41        | 430.161.640,80        |
| Gezahlte Dividenden | 0,00                            | 0,00                   | 0,00                                | -18.362.384,00       | -18.362.384,00        |
| Jahresüberschuss    | 0,00                            | 0,00                   | 0,00                                | 15.529.308,20        | 15.529.308,20         |
| Stand 31.10.2016    | <u>45.905.960,00</u>            | <u>63.201.099,21</u>   | <u>269.426.393,18</u>               | <u>48.795.112,61</u> | <u>427.328.565,00</u> |

## 5. Genehmigtes Kapital

Der Vorstand ist ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft bis 5. Juni 2018 mit Zustimmung des Aufsichtsrates durch Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautender Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmalig um bis zu insgesamt EUR 22.952.980,00 zu erhöhen. Den Aktionären ist grundsätzlich ein Bezugsrecht einzuräumen. Das Bezugsrecht kann auch in der Weise eingeräumt werden, dass die neuen Aktien von einem oder mehreren Kreditinstitut(en) oder diesen nach § 186 Abs. 5 Satz 1 AktG gleichstehenden Unternehmen mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären der Gesellschaft zum Bezug anzubieten (mittelbares Bezugsrecht). Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in folgenden Fällen auszuschließen:

- a) um Spitzenbeträge vom Bezugsrecht auszunehmen;
- b) soweit dies erforderlich ist, um Inhabern von Wandlungs- oder Optionsrechten oder den zur Wandlung oder Optionsausübung Verpflichteten aus Schuldverschreibungen, die von der Gesellschaft oder einer ihrer Konzerngesellschaften begeben wurden oder noch werden, ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung des Options- oder Wandlungsrechts oder der Erfüllung der Options- oder Wandlungspflicht als Aktionär zustehen würde;
- c) bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder beim Erwerb von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen einschließlich der Erhöhung bestehenden Anteilsbesitzes oder sonstigen Vermögensgegenständen;
- d) bei Kapitalerhöhungen gegen Bareinlagen, wenn der Ausgabepreis der neuen Aktien den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien zum Zeitpunkt der endgültigen Festsetzung des Ausgabepreises durch den Vorstand nicht wesentlich im Sinne der §§ 203 Abs. 1 und 2, 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unterschreitet und der auf die neuen Aktien, für die das Bezugsrecht ausgeschlossen wird, insgesamt entfallende Anteil am Grundkapital 10 % des zum Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung oder falls dieser Betrag geringer ist, des zum Zeitpunkt der jeweiligen Ausübung dieser Ermächtigung bestehenden Grundkapitals nicht übersteigt. Auf die Höchstgrenze von 10 % des Grundkapitals sind Aktien anzurechnen, die während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben oder veräußert werden. Ebenfalls anzurechnen sind Aktien, die zur Bedienung von Schuldverschreibungen mit Wandlungs- oder Optionsrecht oder mit Wandlungs- oder Optionspflicht auszugeben sind, sofern die Schuldverschreibungen während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechtes in entsprechender Anwendung von § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben werden.

Die Summe der nach dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechtes gegen Bar- und Sacheinlagen ausgegeben Aktien ist insgesamt auf einen Betrag, der 20 % des Grundkapitals nicht überschreitet, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung noch im Zeitpunkt der Ausnutzung dieser Ermächtigung, beschränkt.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates die weiteren Einzelheiten der Kapitalerhöhung und ihrer Durchführung einschließlich des Inhalts der Aktienrechte und der Bedingungen der Aktienausgabe festzulegen.

#### 6. Bedingtes Kapital

Das Grundkapital ist um bis zu EUR 4.590.590,00 durch Ausgabe von bis 4.590.590 neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von auf den Inhaber lautenden Stückaktien an die Inhaber von Wandel- oder Optionsschuldverschreibungen (oder Kombinationen dieser Instrumente) jeweils mit Wandlungs- oder Optionsrechten oder mit Wandlung- oder Optionspflichten, die aufgrund der von der Hauptversammlung vom 6. Juni 2013 beschlossenen Ermächtigung bis zum 5. Juni 2018 von der Gesellschaft oder einer Konzerngesellschaft der Gesellschaft im Sinne von § 18 AktG ausgegeben werden. Die Ausgabe der neuen Aktien erfolgt zu dem nach Maßgabe des vorstehend bezeichneten Ermächtigungsbeschlusses jeweils zu bestimmenden Wandlungs- oder Optionspreis. Die bedingte Kapitalerhöhung ist nur insoweit durchzuführen, wie von Wandlungs- oder Optionsrechten Gebrauch gemacht wird oder Wandlungs- oder Optionspflichten erfüllt werden und soweit nicht andere Erfüllungsformen eingesetzt werden. Die aufgrund der Ausübung des Wandlungs- oder Optionsrechts oder der Erfüllung der Wandlungs- oder Optionspflicht ausgegebenen neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie entstehen, am Gewinn teil. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen.

## 7. Sonstige Rückstellungen

Die größten Posten der sonstigen Rückstellungen betreffen:

|                                       | 31.10.2017 | 31.10.2016 |
|---------------------------------------|------------|------------|
|                                       | TEUR       | TEUR       |
| Ausstehende Rechnungen                | 1.458      | 3.442      |
| Jahressonderzahlung                   | 1.262      | 1.341      |
| Tantiemen und Prämien                 | 1.008      | 1.474      |
| Aufsichtsratsvergütung                | 870        | 870        |
| Abfindung und Freistellung            | 776        | 3.157      |
| Urlaub und Gutstunden                 | 552        | 660        |
| Gewährleistung                        | 549        | 534        |
| Hauptversammlung und Veröffentlichung | 300        | 350        |
| Jahresabschluss                       | 320        | 320        |
| Altersteilzeit                        | 275        | 143        |

Die Rückstellungen für Altersteilzeit in Höhe von TEUR 782 zum 31. Oktober 2017 sind um TEUR 507 (Vorjahr: TEUR 64) durch die Saldierung mit Deckungsvermögen gem. § 246 Abs. 2 Satz 2 HGB gemindert. Der angegebene Aktivwert stellt den Zeitwert und zugleich die fortgeführten Anschaffungskosten dar.

Aus dem Deckungsvermögen resultieren Aufwendungen in Höhe von TEUR 14 (Vorjahr: TEUR 2). Aus der Aufzinsung der Erfüllungsbeträge liegen Aufwendungen in Höhe von insgesamt TEUR 6 (Vorjahr: TEUR 3) vor.

## 8. Verbindlichkeiten

Gegliedert nach Restlaufzeiten (Vorjahresbeträge in Klammern):

|                                     | mit einer Restlaufzeit  |                              |                                 | Gesamt-<br>betrag |
|-------------------------------------|-------------------------|------------------------------|---------------------------------|-------------------|
|                                     | bis zu<br><u>1 Jahr</u> | von 1 bis<br><u>5 Jahren</u> | von mehr<br><u>als 5 Jahren</u> |                   |
|                                     | EUR                     | EUR                          | EUR                             | EUR               |
| Verbindlichkeiten                   |                         |                              |                                 |                   |
| - gegenüber Kreditinstituten        | 5.652.149,29            | 178.250.000,00               | 40.000.000,00                   | 223.902.149,29    |
|                                     | (25.847.832,99)         | (121.250.000,00)             | (100.000.000,00)                | (247.097.832,99)  |
| - aus Lieferungen und Leistungen    | 21.884.377,99           | 0,00                         | 0,00                            | 21.884.377,99     |
|                                     | (30.543.596,43)         | (0,00)                       | (0,00)                          | (30.543.596,43)   |
| - gegenüber verbundenen Unternehmen | 5.555.202,28            | 0,00                         | 0,00                            | 5.555.202,28      |
|                                     | (4.307.105,79)          | (0,00)                       | (0,00)                          | (4.307.105,79)    |
| - Sonstige                          | 5.250.761,66            | 0,00                         | 0,00                            | 5.250.761,66      |
|                                     | (5.042.436,94)          | (7.947.584,22)               | (0,00)                          | (12.990.021,16)   |
|                                     | 38.342.491,22           | 178.250.000,00               | 40.000.000,00                   | 256.592.491,22    |
|                                     | (65.740.972,15)         | (129.197.584,22)             | (100.000.000,00)                | (294.938.556,37)  |



## 9. Sonstige finanzielle Verpflichtungen

|                                                                 | 31.10.2017    | 31.10.2016   |
|-----------------------------------------------------------------|---------------|--------------|
|                                                                 | TEUR          | TEUR         |
| Leasingverhältnisse und Wartungsverträge                        |               |              |
| - 2017/2018 fällig (2016/2017)                                  | 7.186         | 8.028        |
| - 2018/2019 bis 2021/2022 fällig (2017/2018 bis 2020/2021)      | 673           | 1.162        |
|                                                                 | <u>7.859</u>  | <u>9.190</u> |
| Mietverhältnisse                                                |               |              |
| - 2017/2018 fällig (2016/2017)                                  | 1.092         | 1.086        |
| - 2018/2019 bis 2021/2022 fällig (2017/2018 bis 2020/2021)      | 3.029         | 3.464        |
| - nach 2021/2022 fällig                                         | 2.206         | 2.852        |
|                                                                 | <u>6.327</u>  | <u>7.402</u> |
| Sponsoring-Vertrag mit Namensrechtnutzung<br>„Gerry Weber Open“ |               |              |
| - 2017/2018 fällig (2016/2017)                                  | 4.000         | 4.575        |
| - 2018/2019 bis 2021/2022 fällig (2017/2018 bis 2020/2021)      | 17.500        | 767          |
|                                                                 | <u>21.500</u> | <u>5.342</u> |

Das Bestellobligo für Investitionen in das Anlagevermögen beträgt zum 31. Oktober 2017 TEUR 2.305.

### Sponsoring-Vertrag mit Namensrechtnutzung „GERRY WEBER Open“

Am 20. Dezember 2012 wurde mit Wirkung zum 1. Januar 2013, ein Sponsoringvertrag mit der Gerry Weber Management & Event oHG, abgeschlossen.

In diesem Vertrag verpflichtet sich die Gerry Weber Management & Event oHG u. a., ihre Aktivitäten während der Laufzeit des Vertrages unter der Dachmarke „GERRY WEBER WORLD“ durchzuführen und zu vermarkten. Zu den Aktivitäten gehören insbesondere sämtliche Sport- und Unterhaltungsveranstaltungen im Zusammenhang mit dem GERRY WEBER Stadion, dem GERRY WEBER Event & Convention Center, dem GERRY WEBER Sportpark und dem GERRY WEBER Sportpark Hotel. Der Vertrag hat eine Laufzeit vom 1. Januar 2013 bis zum 31. Dezember 2017 mit einer zweimaligen Verlängerungsoption von jeweils fünf Jahren. Gemäß Nachtrag vom 25. Januar 2017 wurde von der ersten Verlängerungsoption Gebrauch gemacht. Der Vertrag wurde um 5 Jahre bis zum 31. Dezember 2022 verlängert.

Auf der Basis eines unabhängigen Gutachtens wurden Sponsoringbeträge für das Namensrecht an der „GERRY WEBER WORLD“ und für die Sponsoringzahlungen für die „GERRY WEBER OPEN“ von insgesamt EUR 21,5 Mio. über die Laufzeit vom 1. Januar 2018 bis zum 31. Dezember 2022 ermittelt.

Weitere Haftungsverhältnisse/sonstige finanzielle Verpflichtungen

In einer unbefristeten Patronatserklärung vom 4. Dezember 2009 hat sich die Gesellschaft verpflichtet, das Tochterunternehmen Gerry Weber GmbH, Wien, Österreich, in Zukunft bei Bedarf mit ausreichend finanziellen Mitteln auszustatten, sodass diese ihren Zahlungsverpflichtungen nachkommen kann.

In weiteren Patronatserklärungen vom 29. November 2013 hat sich die Gesellschaft verpflichtet, die Gerry Weber UK Ltd., London, Großbritannien, und die Gerry Weber Ireland Ltd., Dublin, Irland, in Zukunft bei Bedarf mit ausreichend finanziellen Mitteln auszustatten, sodass diese ihren Zahlungsverpflichtungen nachkommen können. Die Laufzeit der Patronatserklärungen beträgt zumindest zwölf Monate.

Mit einer Inanspruchnahme aus den Patronatserklärungen ist aufgrund der positiven Ertragsaussichten der Begünstigten nicht zu rechnen.

Die Resteinzahlungsverpflichtungen für noch nicht eingeforderte Einlagen für Anteile an Personengesellschaften betragen zum 31. Oktober 2017 EUR 12.634,77 (Vorjahr: EUR 13.821,22 EUR).

**IV. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung****1. Umsatzerlöse**

Von den Umsatzerlösen in Höhe von TEUR 389.360 (Vorjahr: TEUR 345.055) entfallen TEUR 6.196 (Vorjahr: TEUR 5.442) auf Shop-In-Shop-Einrichtungen und TEUR 351.755 (Vorjahr: TEUR 334.910) auf den Verkauf von Damenoberbekleidung.

Die Umsatzerlöse wurden zu 82,1 % (Vorjahr: 85,5 %) im Inland erzielt.

**2. Sonstige betriebliche Erträge**

Von den sonstigen betrieblichen Erträgen entfallen auf:

|                                                    | 2016/2017    | 2015/2016     |
|----------------------------------------------------|--------------|---------------|
|                                                    | TEUR         | TEUR          |
| Herabsetzung der Wertberichtigungen auf            |              |               |
| Forderungen                                        | 986          | 0             |
| Schadenersatz                                      | 877          | 67            |
| Erträge aus der Auflösung sonstiger Rückstellungen | 559          | 73            |
| KFZ-Gestellung                                     | 489          | 510           |
| Optionsprämien                                     | 344          | 0             |
| Erträge aus Kursschwankungen                       | 96           | 1.662         |
| Umlagen an Konzernunternehmen                      | 0            | 25.494        |
| Erträge aus Abgängen Anlagevermögen                | 0            | 22.841        |
| Mieterträge                                        | 0            | 7.789         |
| Erträge Shop-In-Shop                               | 0            | 1.652         |
| Erträge aus der Weiterberechnung von sonstigen     |              |               |
| Dienstleistungen                                   | 0            | 448           |
| Übrige                                             | 126          | 132           |
|                                                    | <u>3.477</u> | <u>60.668</u> |

### 3. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

|                                                      | <u>2016/2017</u> | <u>2015/2016</u> |
|------------------------------------------------------|------------------|------------------|
|                                                      | TEUR             | TEUR             |
| Verpackungs- und Logistikkosten                      | 21.071           | 23.198           |
| EDV-Kosten, Telefon, sonst. Büroelektronik           | 13.687           | 12.269           |
| Werbekosten                                          | 11.295           | 9.591            |
| Kosten der Kollektionsentwicklung                    | 5.136            | 5.723            |
| Sonstige Personalkosten                              | 3.958            | 2.068            |
| Rechts- und Beratungskosten                          | 3.372            | 4.505            |
| Raumkosten                                           | 2.672            | 3.197            |
| Provisionen                                          | 2.492            | 2.382            |
| Versicherungen, Beiträge und Gebühren                | 2.179            | 2.578            |
| Zuführung zu Wertberichtigungen/Forderungsverluste   | 2.140            | 1.299            |
| Aufwendungen aus Währungsumrechnung                  | 1.399            | 24               |
| Instandhaltungen                                     | 1.244            | 1.106            |
| Fahrzeugkosten                                       | 1.161            | 1.143            |
| Reisekosten, Bewirtung                               | 1.092            | 1.057            |
| Aufsichtsratsvergütungen                             | 870              | 870              |
| Hauptversammlung, Geschäftsbericht, Veröffentlichung | 590              | 545              |
| Delkredere                                           | 347              | 402              |
| Verluste aus Anlagenabgängen                         | 11               | 0                |
| Restrukturisierungskosten                            | 0                | 3.276            |
| Übrige                                               | 2.233            | 3.072            |
|                                                      | <u>76.949</u>    | <u>78.305</u>    |

## V. Sonstige Angaben

### 1. Mitarbeiter

Wir beschäftigten im Jahresdurchschnitt:

|               | <u>2016/2017</u> | <u>2015/2016</u> |
|---------------|------------------|------------------|
| Arbeitnehmer  | 566              | 645              |
| Auszubildende | 21               | 25               |
|               | <u>587</u>       | <u>670</u>       |

## 2. Vorstand

- Ralf Weber, Vorsitzender, Vorstand Unternehmensentwicklung und Vertrieb, Kaufmann, Steinhagen,
- Dr. David Frink, bis 16.11.2017, Vorstand Finanzen, Logistik, IT, Administration und Personal, Kaufmann, Bielefeld,
- Norbert Steinke, bis 21.06.2017, Vorstand Retail, Kaufmann, Starnberg,
- Jörg Stüber, ab 16.11.2017, Vorstand Finanzen, IR, Zentraleinkauf, Compliance und IT, Halle/Westf.

Herr Dr. David Frink ist - wie im Vorjahr - Mitglied des Aufsichtsrats der DSC Arminia Bielefeld GmbH & Co. KGaA, Bielefeld.

Herr Steinke ist Mitglied des Beirates der eyes and more GmbH, Hamburg.

Darüber hinaus üben und üben die Vorstandsmitglieder keine weiteren Mitgliedschaften in anderen Aufsichtsräten und Kontrollgremien im Sinne von § 125 Abs. 1 Satz 3 AktG aus.

## 3. Aufsichtsrat

- Dr. Ernst F. Schröder, Bielefeld, - Vorsitzender -,
- Gerhard Weber, Halle/Westf., - stellvertretender Vorsitzender -,
- Udo Hardieck, Halle/Westf.,
- Charlotte Weber-Dresselhaus, Halle/Westf.,
- Ute Gerbaulet, Düsseldorf,
- Alfred Thomas Bayard, Bern,
- Olaf Dieckmann, Halle/Westf., - Arbeitnehmervertreter -,
- Klaus Lippert, Halle/Westf., - Arbeitnehmervertreter -,
- Annette von der Recke, Bielefeld, - Arbeitnehmervertreterin -,
- Andreas Strunk, Bad Salzuflen, - Arbeitnehmervertreter-,
- Manfred Menningen, Frankfurt am Main,- Arbeitnehmervertreter-,
- Hans-Jürgen Wentzlaff, Bielefeld, - Arbeitnehmervertreter-,

Die Aufsichtsräte sind Mitglieder in folgenden anderen Aufsichtsräten und Kontrollgremien im Sinne von § 125 Abs. 1 Satz 3 AktG.

Herr Dr. Ernst F. Schröder, Kaufmann, Bielefeld.

Vorsitzender des Aufsichtsrats:

- L. Possehl GmbH & Co., Lübeck
- S.A.S. Hôtel Le Bristol, Paris, Frankreich,
- S.A.S. Hôtel du Cap-Eden-Roc, Antibes, Frankreich,
- S.A.S. Château du Domaine St. Martin, Vence, Frankreich.

Mitglied des Aufsichtsrats:

- S.A. Damm, Barcelona.

Vorsitzender des Beirats:

- Bankhaus Lampe KG, Düsseldorf.

Herr Gerhard Weber, Kaufmann, Halle/Westf.

- Keine weiteren Mitgliedschaften

Herr Udo Hardieck, Diplom-Ingenieur, Halle/Westf.

Mitglied des Beirats:

- Nordfolien GmbH, Steinfeld

Frau Charlotte Weber-Dresselhaus, Bankkauffrau, Halle/Westf.

- Keine weiteren Mitgliedschaften

Herr Olaf Diekmann, techn. Angestellter, Halle/Westf.

- Keine Mitgliedschaften

Herr Klaus Lippert, kfm. Angestellter, Halle/Westf.

- Keine weiteren Mitgliedschaften



Frau Ute Gerbaulet, Kauffrau, Düsseldorf.

Mitglied des Aufsichtsrates:

- RWE AG, Essen

Mitglied des Verwaltungsrates:

- NRW Bank, Düsseldorf

Mitglied des Prüfungsausschusses:

- NRW Bank, Düsseldorf

Mitglied des Förderausschusses:

- NRW Bank, Düsseldorf

Frau Annette von der Recke, kfm. Angestellte, Bielefeld

- Keine weiteren Mitgliedschaften

Herr Andreas Strunk, technischer Angestellter, Bad Salzuflen.

- Keine weiteren Mitgliedschaften

Herr Alfred Thomas Bayard, Kaufmann, Bern, Schweiz.

Präsident des Verwaltungsrates:

- SPN Invest AG, Visp, Schweiz
- Bayard Immobilien & Handels AG, Visp, Schweiz

Mitglied des Verwaltungsrates:

- Mode Bayard AG, Bern, Schweiz
- Soladis Krankenkasse, Visp, Schweiz
- Tennis & Sportcenter AG, Visp, Schweiz

Herr Manfred Menningen, Sekretär beim Vorstand der IG Metall, Frankfurt.

Mitglied des Aufsichtsrates:

- Hella KGaA, Lippstadt

Mitglied des Prüfungsausschusses:

- Hella KGaA, Lippstadt

Herr Hans-Jürgen Wentzlaff, zweiter Bevollmächtigter der IG Metall, Bielefeld.

- Keine weiteren Mitgliedschaften

#### 4. Gesamtbezüge des Vorstandes

Im Einzelnen wurden folgende Beträge vergütet:

|                              | 2016/17<br>Fixum<br>TEUR | 2016/17<br>Variabel<br>TEUR | 2016/17<br>Summe<br>TEUR | 2015/16<br>Fixum<br>TEUR | 2015/16<br>Variabel<br>TEUR | 2015/16<br>Summe<br>TEUR |
|------------------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Vorstand                     |                          |                             |                          |                          |                             |                          |
| Ralf Weber                   | 712                      | 190                         | 902                      | 719                      | 150                         | 869                      |
| Dr. David Frink <sup>3</sup> | 593                      | 175                         | 768                      | 568                      | 150                         | 718                      |
| Arnd Buchardt <sup>1</sup>   | 0                        | 0                           | 0                        | 48                       | 0                           | 48                       |
| Norbert Steinke <sup>2</sup> | 25                       | 962                         | 987                      | 0                        | 150                         | 150                      |
|                              | <u>1.330</u>             | <u>1.327</u>                | <u>2.657</u>             | <u>1.335</u>             | <u>450</u>                  | <u>1.785</u>             |

<sup>1</sup> bis zum 30. November 2015

<sup>2</sup> bis zum 21. Juni 2017 (der variable Anteil 2016/17 enthält Abfindungen in Höhe von TEUR 862)

<sup>3</sup> bis zum 16. November 2017

Die variablen Bestandteile der Vorstandsbezüge werden grundsätzlich ergebnisabhängig ermittelt. Aktienkursorientierte Modelle, wie z. B. Stock Options, existieren nicht.

#### 5. Gesamtbezüge des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat erhält für seine Tätigkeit ausschließlich ein Fixum in Höhe von TEUR 870 (Vorjahr: TEUR 870), die im Geschäftsjahr zurückgestellt wurden. Es werden keine variablen Vergütungen gewährt.

Im Einzelnen wurden folgende Beträge vergütet:

| Aufsichtsrat                                      | 2016/17<br>Fixum<br>TEUR | 2016/17<br>Gesamt<br>TEUR | 2015/16<br>Fixum<br>TEUR | 2015/16<br>Gesamt<br>TEUR |
|---------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Dr. Ernst F. Schröder<br>Vorsitzender             | 180                      | 180                       | 180                      | 180                       |
| Gerhard Weber<br>Stellvertretender Vorsitzender   | 90                       | 90                        | 90                       | 90                        |
| Udo Hardieck                                      | 60                       | 60                        | 60                       | 60                        |
| Charlotte Weber Dresselhaus                       | 60                       | 60                        | 60                       | 60                        |
| Olaf Dieckmann<br>Arbeitnehmersvertreter          | 60                       | 60                        | 60                       | 60                        |
| Klaus Lippert<br>Arbeitnehmersvertreter           | 60                       | 60                        | 60                       | 60                        |
| Annette von der Recke<br>Arbeitnehmersvertreterin | 60                       | 60                        | 60                       | 60                        |
| Andreas Strunk<br>Arbeitnehmersvertreter          | 60                       | 60                        | 60                       | 60                        |
| Hans-Jürgen Wentzlaff<br>IG Metall                | 60                       | 60                        | 60                       | 60                        |
| Manfred Menningen<br>IG Metall                    | 60                       | 60                        | 60                       | 60                        |
| Alfred Thomas Bayard                              | 60                       | 60                        | 60                       | 60                        |
| Ute Gerbaulet                                     | 60                       | 60                        | 60                       | 60                        |
|                                                   | <u>870</u>               | <u>870</u>                | <u>870</u>               | <u>870</u>                |

Herr Udo Hardieck hat im Geschäftsjahr 2016/2017 Vermietungsleistungen in Höhe von TEUR 0 (Vorjahr: TEUR 16) sowie Beratungsleistungen in Höhe von TEUR 30 (Vorjahr: TEUR 0) erbracht.

Herr Gerhard Weber hat im Geschäftsjahr 2016/2017 Beratungsleistungen in Höhe von TEUR 0 (Vorjahr: TEUR 470) erbracht.

## 6. Anteilsbesitz des Vorstandes

Der Vorstand hielt am Bilanzstichtag direkt und indirekt 1.823.046 Aktien (Vorjahr: 1.552.239 Aktien).

## 7. Anteilsbesitz des Aufsichtsrates

Mitglieder des Aufsichtsrates hielten am Bilanzstichtag direkt und indirekt 21.729.929 Aktien (Vorjahr: 21.729.929 Aktien).

## 8. Anteilsbesitz

Die R + U Weber GmbH & Co. KG, Halle/Westfalen, Deutschland, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 21.03.2005 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG (ISIN: DE0003304101), 33790 Halle/Westfalen, Deutschland, am 21.03.2005 die Meldeschwellen von 5 % der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 26,35 % der Stimmrechte betrug.

Die Hardieck Anlagen GmbH & Co. KG, Halle/Westfalen, Deutschland, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 24.10.2012 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG (ISIN: DE0003304101), 33790 Halle/Westfalen, Deutschland, am 19.10.2012 durch Aktien die Meldeschwellen von 3, 5, 10, 15 % der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 16,78 % der Stimmrechte (7.704.000 Stimmrechte) betrug.

Die Hardieck Anlagen-Verwaltungs-GmbH, Halle/Westfalen, Deutschland, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 24.10.2012 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG (ISIN: DE0003304101), 33790 Halle/Westfalen, Deutschland, am 19.10.2012 die Meldeschwellen von 3, 5, 10, 15 % der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 16,78 % der Stimmrechte (7.704.000 Stimmrechte) betrug. Sämtliche dieser Stimmrechte werden der Hardieck Anlagen-Verwaltungs-GmbH nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet. Von folgenden kontrollierten Unternehmen werden der Hardieck Anlagen-Verwaltungs-GmbH dabei 3 % oder mehr zugerechnet: Hardieck Anlagen GmbH & Co. KG.

Herr Ralf Weber, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 16.06.2015 mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 12.06.2015 die Schwelle von 3 % der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,3204 % (das entspricht 1.524.239 Stimmrechten) betragen hat. 0,9411 % dieser Stimmrechte (das entspricht 432.000 Stimmrechten) sind Herrn Ralf Weber gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Die BNY Mellon Service Kapitalanlage-Gesellschaft mbH, Frankfurt am Main, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 09.10.2017 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 01.10.2017 die Schwelle von 5 % der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 0,04 % (das entspricht 20.000 Stimmrechten) betragen hat.

Die Axxion S.A., Grevenmacher, Luxemburg, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 06.10.2017 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 01.10.2017 die Schwelle von 5 % der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 8,62 % (das entspricht 3.958.607 Stimmrechten) betragen hat.

Die FMR LLC, Wilmington, Delaware, Vereinigte Staaten von Amerika hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 31.01.2017 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 27.01.2017 die Schwelle von 3 % der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,25 % (das entspricht 1.493.203 Stimmrechten) betragen hat.

Die FMR LLC, Wilmington, Delaware, Vereinigte Staaten von Amerika hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 21.03.2017 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 15.03.2017 die Schwelle von 3 % der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,98 % (das entspricht 1.369.919 Stimmrechten) betragen hat.

Die FMR LLC, Wilmington, Delaware, Vereinigte Staaten von Amerika hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 13.04.2017 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 07.04.2017 die Schwelle von 3 % der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,06 % (das entspricht 1.405.903 Stimmrechten) betragen hat.

Die FMR LLC, Wilmington, Delaware, Vereinigte Staaten von Amerika hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 19.04.2017 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 10.04.2017 die Schwelle von 3 % der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,99 % (das entspricht 1.375.903 Stimmrechten) betragen hat.

Die FMR LLC, Wilmington, Delaware, Vereinigte Staaten von Amerika hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 26.06.2017 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 22.06.2017 die Schwelle von 3 % der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,01 % (das entspricht 1.382.283 Stimmrechten) betragen hat.

Die FMR LLC, Wilmington, Delaware, Vereinigte Staaten von Amerika hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 29.06.2017 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 28.06.2017 die Schwelle von 3 % der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,99 % (das entspricht 1.370.938 Stimmrechten) betragen hat.

Die FMR LLC, Wilmington, Delaware, Vereinigte Staaten von Amerika hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 29.09.2017 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 27.09.2017 die Schwelle von 3 % der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,02 % (das entspricht 1.386.285 Stimmrechten) betragen hat.

Die FMR LLC, Wilmington, Delaware, Vereinigte Staaten von Amerika hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 12.10.2017 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber

International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 05.10.2017 die Schwelle von 3 % der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,98 % (das entspricht 1.366.402 Stimmrechten) betragen hat.

Die FMR LLC, Wilmington, Delaware, Vereinigte Staaten von Amerika hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 09.11.2017 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 03.11.2017 die Schwelle von 3 % der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,11 % (das entspricht 1.428.674 Stimmrechten) betragen hat.

Die FMR LLC, Wilmington, Delaware, Vereinigte Staaten von Amerika hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 22.11.2017 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 15.11.2017 die Schwelle von 3 % der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,97 % (das entspricht 1.363.636 Stimmrechten) betragen hat.

Die FMR LLC, Wilmington, Delaware, Vereinigte Staaten von Amerika hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 04.01.2018 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 29.12.2017 die Schwelle von 3 % der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,24 % (das entspricht 1.487.813 Stimmrechten) betragen hat.



9. Anteilsbesitz der Gerry Weber International AG

|                                                                                                | Anteils-<br>besitz | Eigenkapital<br>einschl.<br>Bilanz-<br>ergebnis | Jahresüber-<br>schuss (+)<br>Jahresfehl-<br>betrag (-) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
|                                                                                                | %                  | TEUR                                            | TEUR                                                   |
| Life-Style Fashion GmbH, Halle/Westf. *                                                        | 100,0              | +10.275                                         | 0*                                                     |
| GERRY WEBER FAR EAST LTD.,<br>Hongkong, VR China                                               | 100,0              | +468                                            | +105                                                   |
| Gerry Weber Fashion Iberica S.L.,<br>Palma de Mallorca, Spanien                                | 100,0              | -13.003                                         | +21                                                    |
| Gerry Weber Retail GmbH, Halle/Westf.                                                          | 100,0              | +50.975                                         | +173                                                   |
| Gerry Weber France S.A.R.L., Paris,<br>Frankreich                                              | 100,0              | +324                                            | +71                                                    |
| Gerry Weber Denmark ApS,<br>Albertslund, Dänemark                                              | 100,0              | +1.703                                          | +56                                                    |
| Gerry Weber Dis Ticaret Ltd.,<br>Sirkuti, Istanbul, Türkei                                     | 100,0              | +442                                            | +36                                                    |
| Gerry Weber Ireland Ltd., Dublin, Irland                                                       | 100,0              | -2.558                                          | +11                                                    |
| Gerry Weber Shanghai Co. Ltd.,<br>Shanghai, VR China                                           | 100,0              | +1.136                                          | +114                                                   |
| Gerry Weber Support S.R.L.,<br>Bukarest, Rumänien                                              | 100,0              | +3.728                                          | -213                                                   |
| Gerry Weber GmbH, Wien, Österreich                                                             | 100,0              | +5.360                                          | +470                                                   |
| Gerry Weber Asia Ltd., Hongkong,<br>VR China                                                   | 100,0              | -253                                            | -3                                                     |
| Gerry Weber United Kingdom Ltd.,<br>London, England                                            | 100,0              | -157                                            | +143                                                   |
| Gerry Weber GmbH Belgien, Privat-<br>gesellschaft mit beschränkter Haftung,<br>Raeren, Belgien | 100,0              | +57                                             | -2                                                     |

|                                                           | Anteils-<br>besitz | Eigenkapital<br>einschl.<br>Bilanz-<br>ergebnis | Jahresüber-<br>schuss (+)<br>Jahresfehl-<br>betrag (-) |
|-----------------------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
|                                                           | %                  | TEUR                                            | TEUR                                                   |
| GW Media GmbH, Halle/Westf.                               | 100,0              | +55                                             | +5                                                     |
| GERRY WEBER Retail B.V., Amsterdam,<br>Niederlande        | 100,0**            | +3.558                                          | +2.535                                                 |
| GERRY WEBER Incompany B.V.,<br>Amsterdam, Niederlande     | 100,0**            | +2.871                                          | +749                                                   |
| Gerry Weber Sweden AB, Malmö, Schweden                    | 100,0              | +122                                            | +34                                                    |
| GERRY WEBER CZ s.r.o., Prag,<br>Tschechische Republik     | 100,0              | +14                                             | +27                                                    |
| ARW - GERRY WEBER BELUX BVBA,<br>Brüssel, Belgien         | 100,0**            | +224                                            | -647                                                   |
| ARW RETAIL - GERRY WEBER NV,<br>Brüssel, Belgien          | 100,0**            | +1.356                                          | -375                                                   |
| COAST RETAIL - GERRY WEBER NV,<br>Brüssel, Belgien        | 100,0**            | +1.035                                          | +58                                                    |
| Gerry Weber SK s.r.o., Bratislava, Slowakei               | 100,0              | +244                                            | +10                                                    |
| Gerry Weber Finland Oy, Finnland                          | 100,0              | +3.136                                          | +97                                                    |
| Gerry Weber Wholesale Fashion GmbH,<br>Glattpark, Schweiz | 100,0              | +276                                            | +99                                                    |
| GW Norge AS, Trondheim, Norwegen                          | 100,0              | +141                                            | +275                                                   |
| Outlet Retail BVBA, Brüssel, Belgien                      | 100,0              | -4.226                                          | -1.800                                                 |
| Gerry Weber Canada Ltd., Moncton, Kanada                  | 100,0              | +261                                            | +101                                                   |
| Gerry Weber Trading (Shanghai) Co. Ltd.                   | 100,0              | +66                                             | +4                                                     |

|                                                   | Anteils-<br>besitz | Eigenkapital<br>einschl.<br>Bilanz-<br>ergebnis | Jahresüber-<br>schuss (+)<br>Jahresfehl-<br>betrag (-) |
|---------------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
|                                                   | %                  | TEUR                                            | TEUR                                                   |
| E-Gerry Weber Digital GmbH,<br>Halle/Westf.       | 100,0              | +89                                             | +52                                                    |
| Gerry Weber Polska Sp. z o.o.,<br>Warschau, Polen | 100,0              | +334                                            | -70                                                    |
| Gerry Weber Logistics GmbH, Halle/Westf.          | 100,0              | +199                                            | +32                                                    |
| Hallhuber Beteiligungs GmbH, München              | 100,0              | +27.107                                         | -769                                                   |
| Gerry Weber RUS OOO, Moskau, Russland             | 100,0              | +972                                            | +975                                                   |

\* verbunden mit Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag

\*\* Anteile im laufenden Geschäftsjahr erworben

#### 10. Mittelbarer Anteilsbesitz

|                                              | Anteils-<br>besitz | Eigenkapital<br>einschl.<br>Bilanz-<br>ergebnis | Jahresüber-<br>schuss (+)<br>Jahresfehl-<br>betrag (-) |
|----------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
|                                              | %                  | TEUR                                            | TEUR                                                   |
| TB Fashion GERRY WEBER GmbH,<br>Halle/Westf. | 51,0               | +1.701                                          | +1.645                                                 |
| Brentrup Sp. z o.o., Warschau, Polen         | 51,0               | +14                                             | +4                                                     |
| Hallhuber GmbH, München                      | 100,0              | +8.412                                          | 0*                                                     |
| Gerry Weber Italia S.R.L., Brennero, Italien | 100,0              | +36                                             | +18                                                    |

#### 11. Transaktionen gem. § 15a WpHG

Herr Ralf Weber, Vorsitzender des Vorstands, hat im Berichtsjahr 275.807 Stück Aktien zu einem Kurs von 11,00 EUR/Stück bis 11,58 EUR/Stück erworben.

#### 12. Entsprechenserklärung gem. § 161 AktG

Die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung wurde von Vorstand und Aufsichtsrat am 11. Oktober 2017 abgegeben und auf der Homepage der Gerry Weber International AG unter [www.gerryweber.com](http://www.gerryweber.com) unter der Rubrik Investoren/Corporate Governance veröffentlicht.

#### 13. Verwendung des Bilanzgewinns

Das Jahresergebnis soll auf neue Rechnung vorgetragen werden.

#### 14. Nachtragsbericht

Nach dem Ende des Geschäftsjahres 2016/17 (31. Oktober 2017) haben sich keine nennenswerten Ereignisse ergeben, die sowohl die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage, als auch die zukünftige Geschäftsentwicklung des GERRY WEBER Konzerns wesentlich beeinflussen können.

Mit Datum vom 16. November 2017 ist Herr Dr. David Frink aus dem Vorstand der Gerry Weber International AG ausgeschieden.

#### 15. Honorar des Abschlussprüfers

Für die Angabe der Honorare des Abschlussprüfers im Geschäftsjahr 2016/17 wird auf den Anhang zum Konzernabschluss der Gerry Weber International AG verwiesen.

Halle/Westf., den 30. Januar 2018

- Der Vorstand -

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER  
(„BILANZEID“)

„Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Jahresabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der GERRY WEBER International AG vermittelt und im zusammengefassten Lagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage der Gesellschaft und des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung der GERRY WEBER International AG und des Konzerns beschrieben sind.“

Halle / Westfalen, den 30. Januar 2018

GERRY WEBER International AG  
Der Vorstand

Ralf Weber

Jörg Stüber

## **BESTÄTIGUNGSVERMERK DES UNABHÄNGIGEN ABSCHLUSSPRÜFERS**

An die Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen

### ***VERMERK ÜBER DIE PRÜFUNG DES JAHRESABSCHLUSSES UND DES LAGEBERICHTS***

#### *Prüfungsurteile*

Wir haben den Jahresabschluss der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, – bestehend aus der Bilanz zum 31. Oktober 2017 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. November 2016 bis zum 31. Oktober 2017 sowie dem Anhang, einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Lagebericht der Gerry Weber International AG, der mit dem Konzernlagebericht zusammengefasst ist, für das Geschäftsjahr vom 1. November 2016 bis zum 31. Oktober 2017 geprüft. Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289a HGB und § 315 Abs. 5 HGB haben wir in Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften nicht inhaltlich geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Jahresabschluss in allen wesentlichen Belangen den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft zum 31. Oktober 2017 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. November 2016 bis zum 31. Oktober 2017 und
- vermittelt der beigefügte Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Lagebericht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar. Unser Prüfungsurteil zum Lagebericht erstreckt sich nicht auf den Inhalt der oben genannten Erklärung zur Unternehmensführung.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Jahresabschlusses und des Lageberichts geführt hat.

#### *Grundlage für die Prüfungsurteile*

Wir haben unsere Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-Abschlussprüferverordnung (Nr. 537/2014; im Folgenden „EU-APrVO“) unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den europarechtlichen sowie den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Darüber hinaus erklären wir gemäß Artikel 10 Abs. 2 Buchst. f)



EU-APrVO, dass wir keine verbotenen Nichtprüfungsleistungen nach Artikel 5 Abs. 1 EU-APrVO erbracht haben. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht zu dienen.

#### *Besonders wichtige Prüfungssachverhalte in der Prüfung des Jahresabschlusses*

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemäßen Ermessen am bedeutsamsten in unserer Prüfung des Jahresabschlusses für das Geschäftsjahr vom 1. November 2016 bis zum 31. Oktober 2017 waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung des Jahresabschlusses als Ganzem und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu berücksichtigt; wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab.

Aus unserer Sicht waren folgende Sachverhalte am bedeutsamsten in unserer Prüfung:

- ① Bewertung von Anteilen an verbundenen Unternehmen sowie von Forderungen an verbundene Unternehmen
- ② Bewertung des Vorratsvermögens

Unsere Darstellung dieser besonders wichtigen Prüfungssachverhalte haben wir jeweils wie folgt strukturiert:

- ① Sachverhalt und Problemstellung
- ② Prüferisches Vorgehen und Erkenntnisse
- ③ Verweis auf weitergehende Informationen

Nachfolgend stellen wir die besonders wichtigen Prüfungssachverhalte dar:

- ① Bewertung von Anteilen an verbundenen Unternehmen sowie von Forderungen an verbundene Unternehmen
- ① Im Jahresabschluss der Gesellschaft werden Anteile an verbundenen Unternehmen in Höhe von € 235,8 Mio (35,1 % der Bilanzsumme) sowie Forderungen an verbundene Unternehmen von € 131,6 Mio (19,6 % der Bilanzsumme) ausgewiesen. Deren handelsrechtliche Bewertung richtet sich nach den Anschaffungskosten und dem niedrigeren beizulegenden Wert. In einem abgestuften Verfahren wird hinsichtlich der beizulegenden Werte wesentlicher Beteiligungen zunächst auf das bilanzielle Eigenkapital zum Bilanzstichtag abgestellt. Bei Unterdeckung des jeweiligen Beteiligungswertansatzes durch das bilanzielle Eigenkapital werden Barwerte der erwarteten künftigen Zahlungsströme, die sich aus den von den gesetzlichen Vertretern erstellten Planungsrechnungen ergeben, ermittelt. Die Diskontierung erfolgt aufgrund einheitlicher Risikostruktur mittels konzerneinheitlich ermittelter Kapitalkosten. In die Berechnung werden Forderungen an verbundene Unternehmen einbezogen. Bei Wertaufholungen erfolgt eine Zuschreibung bis maximal zur Höhe der Anschaffungskosten. Auf Basis der

ermittelten Werte sowie weiterer Dokumentationen ergab sich für das Geschäftsjahr ein Saldo aus Abwertungen und Zuschreibungen in Höhe von € -1,1 Mio. Das Ergebnis der Bewertung aufgrund von Planungsrechnungen ist in hohem Maße abhängig davon, wie die gesetzlichen Vertreter die künftigen Zahlungsströme einschätzen, sowie von den jeweils verwendeten Diskontierungszinssätzen und Wachstumsraten. Die Bewertung ist daher mit wesentlichen Unsicherheiten behaftet. Vor diesem Hintergrund war dieser Sachverhalt im Rahmen unserer Prüfung von besonderer Bedeutung.

- ② Im Rahmen unserer Prüfung haben wir unter anderem das methodische Vorgehen zur Bewertung nachvollzogen. Wir haben insbesondere beurteilt, ob die beizulegenden Werte der wesentlichen Beteiligungen sachgerecht ermittelt wurden. Dabei haben wir uns unter anderem auf einen Abgleich mit allgemeinen und branchenspezifischen Markterwartungen sowie auf umfangreiche Erläuterungen der gesetzlichen Vertreter zu den wesentlichen Werttreibern gestützt, die den erwarteten Zahlungsströmen zugrunde liegen. Mit der Kenntnis, dass bereits relativ geringe Veränderungen des verwendeten Diskontierungszinssatzes wesentliche Auswirkungen auf die Höhe des auf diese Weise ermittelten Unternehmenswerts haben können, haben wir uns intensiv mit den bei der Bestimmung des verwendeten Diskontierungszinssatzes herangezogenen Parametern beschäftigt und das Berechnungsschema nachvollzogen. Die von den gesetzlichen Vertretern angewandten Bewertungsparameter und zugrunde gelegten Bewertungsannahmen sind unter Berücksichtigung der verfügbaren Informationen aus unserer Sicht insgesamt geeignet, um die Bewertung der Anteile an verbundenen Unternehmen nebst der Forderungen an verbundene Unternehmen sachgerecht vorzunehmen
- ③ Die Angaben der Gesellschaft zu den Finanzanlagen sowie den Forderungen an verbundene Unternehmen sind im Anhang enthalten.

## ② Bewertung des Vorratsvermögens

- ① Im Jahresabschluss der Gerry Weber International AG werden Vorräte im Gesamtwert von € 74,0 Mio (11,0 % der Bilanzsumme) ausgewiesen. Es handelt sich dabei um Textilien im Bereich der Damenoberbekleidung, die modischen und saisonalen Einflüssen unterworfen sind. Im Rahmen der verlustfreien Bewertung der Vorratsbestände nimmt die Gesellschaft Abschläge auf Grundlage der saisonalen Kollektionszugehörigkeiten vor. Diesen werden jeweils pauschalisierte Abwertungssätze zugeordnet, die erfahrungsbedingte Verwertungsrisiken reflektieren.
- ② Im Rahmen unserer Prüfung haben wir die angewendeten Abwertungssätze anhand historischer Daten nachvollzogen sowie deren konsistente und im Zeitablauf stetige Anwendung überprüft. Dabei haben wir festgestellt, dass die jeweiligen Vorratsbestände unter Berücksichtigung der Verwertungsrisiken angemessen bewertet wurden.

- ③ Die Angaben der Gesellschaft zu den hinsichtlich des Bilanzpostens „Vorräte“ vorgenommenen Bewertungsmethoden sowie vorgenommene Wertberichtigungen/Abschriften, sind im Anhang dargestellt.

#### *Sonstige Informationen*

Die gesetzlichen Vertreter sind für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289a HGB und § 315 Abs. 5 HGB.

Die sonstigen Informationen umfassen zudem die von uns vor Datum dieses Bestätigungsvermerks erlangten übrigen Teile des Geschäftsberichts – ohne weitergehende Querverweise auf externe Informationen –, mit Ausnahme des geprüften Jahresabschlusses, des geprüften Lageberichts sowie unseres Bestätigungsvermerks.

Unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht erstrecken sich nicht auf die sonstigen Informationen, und dementsprechend geben wir weder ein Prüfungsurteil noch irgendeine andere Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu ab.

Im Zusammenhang mit unserer Prüfung haben wir die Verantwortung, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen

- wesentliche Unstimmigkeiten zum Jahresabschluss, zum Lagebericht oder unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder
- anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

### *Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für den Jahresabschluss und den Lagebericht*

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses, der den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Jahresabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Lageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Lageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen, und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Lagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses der Gesellschaft zur Aufstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts.

### *Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts*

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und ob der Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-APrVO unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses und Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Jahresabschluss und im Lagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.
- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme der Gesellschaft abzugeben.
- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben.
- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss und im Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann.
- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Jahresabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Jahresabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt.

- beurteilen wir den Einklang des Lageberichts mit dem Jahresabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage der Gesellschaft.
- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Wir geben gegenüber den für die Überwachung Verantwortlichen eine Erklärung ab, dass wir die relevanten Unabhängigkeitsanforderungen eingehalten haben, und erörtern mit ihnen alle Beziehungen und sonstigen Sachverhalte, von denen vernünftigerweise angenommen werden kann, dass sie sich auf unsere Unabhängigkeit auswirken, und die hierzu getroffenen Schutzmaßnahmen.

Wir bestimmen von den Sachverhalten, die wir mit den für die Überwachung Verantwortlichen erörtert haben, diejenigen Sachverhalte, die in der Prüfung des Jahresabschlusses für den aktuellen Berichtszeitraum am bedeutsamsten waren und daher die besonders wichtigen Prüfungssachverhalte sind. Wir beschreiben diese Sachverhalte im Bestätigungsvermerk, es sei denn, Gesetze oder andere Rechtsvorschriften schließen die öffentliche Angabe des Sachverhalts aus.

## **SONSTIGE GESETZLICHE UND ANDERE RECHTLICHE ANFORDERUNGEN**

### ***Übrige Angaben gemäß Artikel 10 EU-APrVO***

Wir wurden von der Hauptversammlung am 27. April 2017 als Abschlussprüfer gewählt. Wir wurden am 27. April 2017 vom Aufsichtsrat beauftragt. Wir sind ununterbrochen seit dem Geschäftsjahr 2012/2013 als Abschlussprüfer der Gerry Weber International AG tätig.

Wir erklären, dass die in diesem Bestätigungsvermerk enthaltenen Prüfungsurteile mit dem zusätzlichen Bericht an den Prüfungsausschuss nach Artikel 11 EU-APrVO (Prüfungsbericht) in Einklang stehen.

### **VERANTWORTLICHER WIRTSCHAFTSPRÜFER**

Der für die Prüfung verantwortliche Wirtschaftsprüfer ist Carsten Schürmann.

Bielefeld, den 9. Februar 2018

PricewaterhouseCoopers GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Carsten Schürmann  
Wirtschaftsprüfer

ppa. Maik Schure  
Wirtschaftsprüfer