
GERRY WEBER

INTERNATIONAL AG

Jahresabschluss
2014/15

GERRY WEBER

INTERNATIONAL AG

Bericht des Aufsichtsrates

Corporate Governance Bericht

BERICHT DES AUFSICHTS- RATS

SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

das Geschäftsjahr 2014 / 15 war für unsere GERRY WEBER Gruppe durch operative und strukturelle Veränderungen gekennzeichnet. Nach der erfreulichen Akquisition des Münchner Modeunternehmens HALLHUBER zu Beginn des Geschäftsjahres trübte sich die geschäftliche Entwicklung im Laufe des Jahres immer weiter ein. Sinkende Kundenfrequenzen in den Innenstädten und Geschäften sowie verschärfte Rabattaktionen des gesamten Modemarktes führten zu niedriger als geplanten Umsatz- und Ertragszahlen.

Vor diesem Hintergrund hat der Vorstand Maßnahmen definiert und zum Teil auch bereits implementiert, um unsere GERRY WEBER Gruppe zurück zu alter Profitabilität zu führen. Unterstützt durch den Aufsichtsrat werden diese Maßnahmen in den kommenden 18 bis 24 Monaten konsequent umgesetzt werden. Erste positive Ergebnisse erwarten wir im Geschäftsjahr 2016 / 17.

Die Umsetzung der notwendigen Maßnahmen wird nicht nur Zeit benötigen, sondern auch mit strukturellen Veränderungen innerhalb der Unternehmensgruppe verbunden sein. Veränderungen sind nicht immer einfach, aber gemeinsam mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, unseren Geschäftspartnern und unseren Aktionären werden wir diese Veränderungen erfolgreich umsetzen. Im Vordergrund des eingeleiteten Transformationsprozesses steht die Weiterentwicklung der GERRY WEBER Gruppe hin zum vertikalen Fashion- und Lifestyle Unternehmen. Diese Veränderungen sind für die Absicherung der Wettbewerbssituation des Unternehmens erforderlich.

Zusammensetzung von Vorstand und Aufsichtsrat

Um der deutlich gestiegenen Anzahl der Mitarbeiter der GERRY WEBER Gruppe Rechnung zu tragen und den damit verbundenen gesetzlichen Bestimmungen des Mitbestimmungsgesetzes zu entsprechen, wurde der Aufsichtsrat der GERRY WEBER International AG von sechs auf zwölf Mitglieder erweitert. Nachdem die Mitarbeiter im Februar 2015 die sechs Vertreter der Arbeitnehmer gewählt hatten, wählte die Hauptversammlung der Gesellschaft am 16. April 2015 die sechs Vertreter der Anteilseignerseite. Der Aufsichtsrat der GERRY WEBER International AG besteht seit dem 16. April 2015 entsprechend aus den folgenden Mitgliedern:



AUFSICHTSRATMITGLIEDER

ALS VERTRETER DER ANTEILSEIGNER:

DR. ERNST F. SCHRÖDER,
GERHARD WEBER,
ALFRED THOMAS BAYARD,
UTE GERBAULET,
UDO HARDIECK, CHARLOTTE
WEBER-DRESSSELHAUS.

ALS VERTRETER DER

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

Bereits vor Inkrafttreten des Gesetzes für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen am 1. Januar 2016 erfüllt die Anteilseignerseite im Aufsichtsrat somit die Frauenquote von 30%.

Die Aufsichtsratsmitglieder wurden bis zum Ablauf der Hauptversammlung, die über die Entlastung des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2018/19 beschließt, gewählt. In der konstituierenden Aufsichtsratssitzung am 16. April 2015 wurde Dr. Ernst F. Schröder als Vorsitzender des Aufsichtsrats bestätigt und Gerhard Weber zum stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt.

Der Vorstand der GERRY WEBER International AG setzte sich zum Ende des Geschäftsjahres am 31. Oktober 2015 aus vier Mitgliedern zusammen. Ralf Weber, der mit Wirkung zum 25. Februar 2015 zum Vorstandsvorsitzenden ernannt wurde, verantwortete bis zum Oktober 2015 die Ressorts Vertrieb und Unternehmensentwicklung. Dies umfasste die Zuständigkeit für das nationale und internationale Geschäft mit den Handelspartnern (Wholesale) sowie mit den Endkunden (Retail). Mit der Bestellung von Norbert Steinke zum Chief Retail Officer ab dem 19. Oktober 2015 übergab Ralf Weber den Retail-Bereich an seinen neuen Vorstandskollegen. Der ausgewiesene Retail-Experte Norbert Steinke wird seine Tätigkeit als Geschäftsführer

des Münchner Mode- und Lifestyle-Unternehmens HALLHUBER auch weiterhin ausüben.

Weitere Mitglieder des Vorstands sind Dr. David Frink, der als CFO und Arbeitsdirektor die Ressorts Finanzen, IT, Logistik sowie Human Resources verantwortet. Ferner ist er Ansprechpartner des Kapitalmarktes. Als Chief Product Officer war Vorstandsmitglied Arnd Buchardt im Geschäftsjahr 2014/15 für die gesamte Produktentwicklung inklusive der Beschaffung verantwortlich. Ferner verantwortete er den Lizenzbereich und das Brand Marketing. Arnd Buchardt schied auf eigenen Wunsch zum 30. November 2015 aus dem Vorstand der GERRY WEBER International AG aus.

Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat

Auch im Berichtsjahr haben Vorstand und Aufsichtsrat gut und konstruktiv im Interesse der Gesellschaft zusammengearbeitet. Gerade in einem herausfordernden Unternehmensumfeld ist unseres Erachtens eine vertrauensvolle Zusammenarbeit der beiden Gremien ein Zeichen guter Unternehmensführung und -kontrolle. Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2014/15 die ihm nach Gesetz, Satzung, Geschäftsordnung und Corporate Governance Kodex obliegenden Aufgaben mit großer Sorgfalt wahrgenommen. Er hat den Vorstand bei der operativen Leitung der GERRY WEBER Gruppe fortlaufend beraten und seine Geschäftsführung überprüft und überwacht. Die strategische Ausrichtung der GERRY WEBER Gruppe sowie die Definition notwendiger Maßnahmen zur Umsetzung der eingeleiteten Transformationsphase der Gesellschaft wurden mit dem Aufsichtsrat diskutiert und abgestimmt.

Der Vorstand hat den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend in schriftlicher und mündlicher Form über alle wesentlichen Themen der GERRY WEBER Gruppe informiert. Der Aufsichtsrat wurde frühzeitig in alle Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für die Unternehmensgruppe eingebunden. Frühzeitig wurde er unter anderem über die Pläne zum Erwerb des Modeunternehmens HALLHUBER informiert und regelmäßig über den Verlauf der Transaktion unterrichtet. Ebenso wurde die Kurz- und Mittelfristplanung vom Vorstand vorgestellt und mit dem Aufsichtsrat besprochen. Regelmäßig wurde über die Finanz- und Ertragslage, die Geschäftsentwicklung auf Segmentebene einschließlich der Risikolage sowie die Einhaltung der verabschiedeten Planung berichtet. Die Umsetzung der Synergien zwischen GERRY WEBER und HALLHUBER sowie die Entwicklung der nationalen und internationalen Verkaufsflächen waren ebenso wiederkehrende Schwerpunkte der Gespräche wie kapitalmarktrelevante und Compliance Themen.

Der Vorsitzende des Aufsichtsrats wurde regelmäßig auch zwischen den Aufsichtsratssitzungen vom Vorstand informiert. Zustimmungspflichtige Geschäfte hat der Vorstand dem Aufsichtsrat ordnungsgemäß zur Beschlussfassung vorgelegt. Gegenstand und Umfang der Berichterstattung des Vorstands wurden den vom Aufsichtsrat gestellten Anforderungen in vollem Umfang gerecht. Ferner hatte der Aufsichtsrat

ausreichend Gelegenheit sich mit den vorgestellten Themen auseinanderzusetzen und seine Beschlussfassung vorzubereiten. Die Beschlussfassungen des Aufsichtsrats erfolgten in Sitzungen oder im schriftlichen Umlaufverfahren.

Schwerpunkte der behandelten Themen im Aufsichtsrat

In allen vier ordentlichen Sitzungen des Aufsichtsrats im Geschäftsjahr 2014/15 wurde regelmäßig über die aktuelle Geschäftsentwicklung inklusive der damit verbundenen Risikolage berichtet. Dies umfasste neben der Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns und seiner Tochtergesellschaften, die Finanz- und Vermögenslage ebenso wie die Entwicklung des Vorordergeschäftes. Insbesondere wurde auf die Abweichungen des Geschäftsverlaufes im Vergleich zur ursprünglich erstellten Planung eingegangen. Der Vorstand erläuterte detailliert die Gründe für die Abweichungen sowie die eingeleiteten Maßnahmen. Im Rahmen der Optimierung des eigenen Retail-Bereichs wurde der Aufsichtsrat umfassend über die eingeleiteten Maßnahmen zur Überprüfung des Store Portfolios unterrichtet.

Der Aufsichtsrat wurde kontinuierlich über die Chancen und Risiken der Geschäftsentwicklung sowie 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. Ebenso waren die Entwicklung des Aktienkurses sowie kapitalmarktrelevante Themen Bestandteil der regelmäßigen Information durch den Vorstand. Das für das Großprojekt „Neubau Logistikzentrum“ zuständige Vorstandsmitglied informierte den Aufsichtsrat auf jeder Sitzung über den Stand des Baufortschritts und die Einhaltung des Kosten- und Zeitplanes.

An den vier ordentlichen Sitzungen haben alle Mitglieder des Aufsichtsrats persönlich teilgenommen. Die Aufsichtsratsbeschlüsse wurden in den vier Präsenzsitzungen gefasst oder im Umlaufverfahren. 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. Neben den bereits genannten regelmäßigen Berichtsthemen wurden folgende Sachverhalte und Projekte auf den vier ordentlichen Aufsichtsratssitzungen besprochen:

Die erste Sitzung des Geschäftsjahres 2014/15 fand am **2. Dezember 2014** und damit vor der Erweiterung und Neuwahl des Aufsichtsrats am 16. April 2015 statt. Im Verlauf der Sitzung informierte der Vorstand über erste vorläufige Umsatzzahlen für das abgelaufene Geschäftsjahr 2013/14 und stellte die Kurz- und Mittelfristplanung der GERRY WEBER Gruppe vor. Er erläuterte ausführlich die Umsatz- und EBIT-Planung für das Geschäftsjahr 2014/15.

Ferner berichtete der Vorstand über den Abschluss der gesellschaftsrechtlichen Neustrukturierung der Markentochtergesellschaften und die daraus resultierende veränderte

Segmentberichterstattung. Ein wesentlicher Schwerpunkt dieser Sitzung waren mögliche Akquisitionen von Retail-Flächen in Norwegen und Finnland sowie des Münchner Modeunternehmens HALLHUBER. Der Vorstand erläuterte ausführlich die Rationale hinter den Akquisitionen und vor allem die Realisierung möglicher Synergieeffekte.

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 2015.

In einer außerordentlichen Aufsichtsratssitzung ebenfalls am 2. Dezember 2014, die ohne Teilnahme des Vorstands stattfand, wurde die Änderung des Vorstandsvergütungssystems beschlossen, welche aufgrund der kontinuierlichen Vertikalisierung des Geschäftsmodells und der damit verbundenen höheren Kapitalbindung notwendig geworden war.

Ein Schwerpunktthema der Aufsichtsratssitzung vom **24. Februar 2015** war die Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses über das Geschäftsjahr 2013/14, mit den von der PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft durchgeführten Abschlussprüfungen sowie der Vorschlag des Vorstands über die Gewinnverwendung. An der Bilanzsitzung nahm der Abschlussprüfer teil und berichtete über seine Prüfung und die Prüfungsergebnisse. Nach Vorbereitung durch den Prüfungsausschuss hat das gesamte Aufsichtsratsplenum den Konzernabschluss 2013/14 ausführlich erörtert und gebilligt. Dem Vorschlag des Vorstands die Dividende mit EUR 0,75 unverändert zu lassen, stimmte der Aufsichtsrat zu.

Der Vorsitzende des Nominierungsausschusses erläuterte die Vorgehensweise bei der anstehenden Erweiterung und Neuwahl des Aufsichtsrats durch die Hauptversammlung am 16. April 2015. Er stellte die Kandidaten für die Mitglieder des Aufsichtsrats vor, die der Hauptversammlung zur Wahl vorgeschlagen werden sollen. Der Vorstand berichtete in diesem Zusammenhang über die Wahl der Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat sowie die Repräsentanten der Gewerkschaft IG Metall. Ferner verabschiedete der Aufsichtsrat die Tagesordnung für die Hauptversammlung am 16. April 2015 und ließ sich über den Stand der Organisation berichten.

Wie auch in den Vorjahren hat sich der Aufsichtsrat einer Effizienzprüfung unterzogen. Die Ergebnisse dieser Prüfung wurden ebenfalls in der Sitzung vom 25. Februar 2015 vorgestellt. Die hohen erzielten Durchschnittswerte deuten laut Wirtschaftsprüfer auf die hohe Effizienz der Aufsichtsrats-tätigkeit hin.

Neben der regelmäßigen Berichterstattung über den aktuellen Geschäftsverlauf, die damit verbundene Risikolage, die Entwicklung des Aktienkurses sowie dem Baufortschritt des Logistikzentrums berichtete der Vorstand über den Stand der HALLHUBER Akquisition. Nach Genehmigung der Kartellbehörden wurde HALLHUBER erstmalig ab Februar 2015 in den Konzernabschluss integriert.

In einer außerordentlichen Sitzung, ohne Teilnahme der Vorstandsmitglieder, wählte der Aufsichtsrat am 25. Februar 2015

mit Wirkung zum Folgetag Ralf Weber zum Vorstandsvorsitzenden der GERRY WEBER International AG.

Nach der Neuwahl des Aufsichtsrats durch die Hauptversammlung am 16. April 2015 fand im Anschluss die konstituierende Sitzung des Aufsichtsrats statt, auf der Dr. Ernst F. Schröder zum Vorsitzenden des Aufsichtsrats und Gerhard Weber zu seinem Stellvertreter gewählt wurden. Ferner wurden die Mitglieder des Vermittlungs-, des Personal-, des Prüfungs- und des Nominierungsausschusses gewählt. Der Aufsichtsrat bestellte Dr. David Frink zum Arbeitsdirektor der Gesellschaft.

In der Aufsichtsratssitzung vom **29. Mai 2015** stellte der Vorstand seine „Strategie 2020“ den neuen Aufsichtsratsmitgliedern vor. Die bereits dem alten Aufsichtsrat vorgestellten Ziele wurden aufgrund der bereits erreichten Teilziele, u. a. die Akquisition HALLHUBER, aktualisiert dargestellt. Ferner erfolgte ein ausführlicher Statusbericht des Vorstands über den aktuellen Geschäftsverlauf, die Planabweichungen und deren Ursachen. Des Weiteren wurde über die Arbeit des Bereiches Compliance berichtet.

Eine weitere ordentliche Sitzung des Aufsichtsrats fand am **2. Oktober 2015** statt. Im Vordergrund der Beratungen stand neben dem Bericht zur Lage der Unternehmensgruppe die Erreichung der aktualisierten Guidance für das Geschäftsjahr 2014/15. Der Vorstand stellte ferner einen Maßnahmenkatalog vor, der nach der Transformationsphase von 18 bis 24 Monaten, eine deutliche Verbesserung der Profitabilität der GERRY WEBER Gruppe zum Ziel habe. Der Aufsichtsrat beauftragte den Vorstand weiter an der Konkretisierung des Maßnahmenkatalogs zu arbeiten und dem Aufsichtsrat in den nächsten Sitzungen vorzustellen, um über die Kurz- und Mittelfristplanung zu beschließen.

Der Vorstand stellte dem Aufsichtsrat neben neuen Partnerschaftskonzepten für den Wholesale-Bereich ebenso Maßnahmen zur Verbesserung der Profitabilität des Retail-Segmentes vor.

Weitere Themen der Sitzung im Oktober waren die laufende Arbeit der Konzernrevision sowie die Änderungen des Corporate Governance Kodex. Vor dem Hintergrund der aktuellen Vertragslage wurde eine Frauenzielquote für den Vorstand von 0% bis zum 30. Juni 2017 festgelegt. Der Aufsichtsrat ist bestrebt, bei der zukünftigen Zusammensetzung des obersten Führungsgremiums den Anteil von Frauen zu erhöhen. Die Frauenzielquote von 30% für die 1. Führungsebene nach dem Vorstand und 50% für die 2. Führungsebene nimmt er zustimmend zur Kenntnis.

Neben den außerordentlichen Sitzungen am **2. Dezember 2014** sowie dem **24. Februar 2015** fand eine weitere

außerordentliche Sitzung des Aufsichtsrats am **1. Oktober 2015** statt. Diese Sitzungen wurden ohne Teilnahme des Vorstandes durchgeführt und befassten sich mit der Vorstandsstruktur. In der Sitzung am 1. Oktober 2015 wurde Norbert Steinke als Chief Retail Officer mit Wirkung zum 19. Oktober 2015 in den Vorstand bestellt.

Ausschüsse des Aufsichtsrats

Bis zur Erweiterung des Aufsichtsrats von sechs auf zwölf Mitglieder durch die Hauptversammlung am 16. April 2015 hatte der Aufsichtsrat aus seiner Mitte zwei Ausschüsse gebildet: den Prüfungsausschuss und den Nominierungsausschuss. Beiden Ausschüssen stand der Aufsichtsratsvorsitzende Dr. Ernst F. Schröder als Vorsitzender vor.

Dem Nominierungsausschuss gehörten vom 1. November 2014 bis zur Neuwahl des Aufsichtsrats Dr. Ernst F. Schröder, Gerhard Weber und Udo Hardieck an. An seinen Sitzungen am 2. Dezember 2014 und 25. Februar 2015 waren alle drei Mitglieder anwesend. Es wurde auf beiden Sitzungen insbesondere über die zukünftige Zusammensetzung und Struktur des Aufsichtsrats nach der Erweiterung von sechs auf zwölf Mitglieder gesprochen. Ferner wurden die Kandidaten für den Vorschlag der Anteilseignerseite an die Hauptversammlung festgelegt.

Nach der Erweiterung und Neuwahl des Aufsichtsrats durch die Hauptversammlung am 16. April 2015 hat der Aufsichtsrat vier Ausschüsse gebildet: den Vermittlungs-, den Personal-, den Prüfungs- und den Nominierungsausschuss. Zum Vorsitzenden der Ausschüsse wurde Dr. Ernst F. Schröder gewählt. Die Zusammensetzung der Ausschüsse kann der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

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

Der Prüfungsausschuss traf sich im Geschäftsjahr 2014/15 zu zwei Sitzungen und berichtete über seine Tätigkeit im Gesamtplenarium. Ferner fanden drei telefonische Sitzungen im Vorfeld der Quartalsberichterstattung statt. Dem Prüfungsausschuss gehörten bis zur Neuwahl des Aufsichtsrats am 16. April 2015 Dr. Ernst F. Schröder, Gerhard Weber und Udo Hardieck an. In der Sitzung vom **24. Februar 2015** befassten sich die Ausschussmitglieder ausführlich mit dem Jahres- und Konzernabschluss 2013/14 sowie dem Bericht des Abschlussprüfers. Der Abschlussprüfer nahm an der Sitzung teil und erläuterte ausführlich den Jahres- und den Konzernabschluss. Die Mitglieder des Prüfungsausschusses diskutierten und bereiteten den Jahres- und Konzernabschluss für die Feststellung durch das

gesamte Aufsichtsratsplenium vor. Ferner überzeugte sich der Prüfungsausschuss von der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers.

Schwerpunkte der Sitzung des Prüfungsausschusses am 2. Oktober 2015 waren neben der Analyse des Forecasts bis Ende des Geschäftsjahres, vor allem die Plausibilisierung der vorläufigen Planzahlen für das Geschäftsjahr 2015/16 sowie der Mittelfristplanung. Der Prüfungsausschuss bereitete die entsprechenden Themen zur Darstellung und Abstimmung im Gesamtplenium vor.

Der am 16. April 2015 neu gewählte Personalausschuss tagte im Geschäftsjahr 2014/15 einmal am 1. Oktober 2015 und bereitete die neue Vorstandsstruktur zur Vorstellung im Gesamtplenium am 2. Oktober 2015 vor.

Corporate Governance

Vorstand und Aufsichtsrat haben sich wie in den Vorjahren intensiv mit den Änderungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) befasst. Vor dem Hintergrund der Erweiterung des Aufsichtsrats von sechs auf zwölf Mitglieder sowie der ab 1. Januar 2016 geltenden Frauenquote im Aufsichtsrat wurden die Ziele für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats aktualisiert. Die Ziele für die Zusammensetzung sowie detaillierte Einzelheiten zur Corporate Governance inklusive des Wortlauts der von Vorstand und Aufsichtsrat am 24. November 2015 abgegebenen Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG können der „Erklärung zur Unternehmensführung und Corporate Governance Bericht“ in diesem Geschäftsbericht und auf der Internetseite der Gesellschaft www.gerryweber.com unter der Rubrik „Investoren – Corporate Governance“ entnommen werden. Die Entsprechenserklärungen der Vorjahre stehen ebenfalls auf der Konzern-Internetseite dauerhaft zur Einsicht bereit.

Prüfung von Jahres- und Konzernabschluss 2014 / 15 (Berichtszeitraum)

Die PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft hat den Konzernabschluss der GERRY WEBER International AG, bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang, sowie den Konzernlagebericht zum 31. Oktober 2015, der mit dem Lagebericht der GERRY WEBER International AG zusammengefasst

ist, geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Ebenso wurde der Einzelabschluss der GERRY WEBER International AG vom Abschlussprüfer geprüft und einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Der Jahresabschluss- und Konzernabschlussprüfer wurde von der Hauptversammlung gewählt und vom Aufsichtsrat beauftragt. Der Aufsichtsrat hat sich von der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers und der für den Abschlussprüfer handelnden Personen überzeugt.

Der Einzelabschluss der GERRY WEBER International AG wurde nach den Regeln des Handelsgesetzbuches (HGB) aufgestellt, der Konzernabschluss gemäß den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind.

Die Abschlussunterlagen und die Prüfberichte wurden durch den Prüfungsausschuss einer Vorprüfung unterzogen und vom gesamten Aufsichtsratsplenium in seiner Sitzung am 25. Februar 2016 ausführlich erörtert. Bei den Beratungen über den Jahresabschluss und den Konzernabschluss war der verantwortliche Abschlussprüfer anwesend. Er berichtete über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfung und stand für ergänzende Auskünfte zur Verfügung. 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.

Die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers sowie die Abschlussunterlagen lagen allen Mitgliedern des Aufsichtsrats vor und wurden in der Bilanzsitzung ausführlich besprochen. Auf Basis seiner eigenen Prüfung des Jahresabschlusses sowie des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts der GERRY WEBER International AG hat sich der Aufsichtsrat dem Ergebnis der Prüfung durch den Abschlussprüfer angeschlossen.

SOMIT HAT DER AUFSICHTSRAT IN DER BILANZSITZUNG VOM 25. FEBRUAR 2016 DEN JAHRES- UND KONZERNABSCHLUSS NEBST DEM BERICHT ÜBER DIE LAGE DER GESELLSCHAFT UND DES KONZERNS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2014 / 15 GEBILDET. DER JAHRESABSCHLUSS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2014 / 15 IST SOMIT GEMÄSS § 172 AKTG FESTGESTELLT.

40

Cent Dividende
je Aktie

Dem Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns und zur Zahlung einer Dividende in Höhe von EUR 0,40 je Aktie hat sich der Aufsichtsrat angeschlossen.

Dem Vorstand und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern danke ich im Namen des gesamten Aufsichtsrats für die geleistete Arbeit. Gerade in einem herausfordernden unternehmerischen Umfeld, wie es unsere Gesellschaft im abgelaufenen Geschäftsjahr erlebt hat, sind sie mit ihrem Wissen und Engagement die Basis für den zukünftigen Erfolg der GERRY WEBER Gruppe.

Der Dank des Aufsichtsrats gilt gleichsam unseren Geschäftspartnern, Kunden und Aktionären für ihr Vertrauen und ihre Loyalität.

Für den Aufsichtsrat
Halle / Westfalen, 25. Februar 2016



Dr. Ernst F. Schröder
Vorsitzender des Aufsichtsrats

CORPORATE GOVERNANCE BE- RICHT

einschließlich der Erklärung
zur Unternehmensführung
und des Vergütungsberichts

Corporate Governance bezeichnet den rechtlichen und faktischen Ordnungsrahmen für die Leitung und Überwachung eines Unternehmens. Dazu gehört die Kompetenzverteilung unter den Gesellschaftsorganen Hauptversammlung, Aufsichtsrat und Vorstand im Hinblick auf Leitung und Kontrolle der Gesellschaft. Wir als GERRY WEBER International AG sind davon überzeugt, dass gute und transparente Corporate Governance, die sowohl nationalen als auch internationalen Standards entspricht, eine wichtige Grundlage für unseren Erfolg ist. Corporate Governance ist daher Teil unseres Selbstverständnisses und Anspruch an uns selber. Ziel ist es, mit einer transparenten Corporate Governance das Vertrauen unserer Kunden, Investoren, Mitarbeiter sowie der gesamten Öffentlichkeit in die Unternehmensführung zu stärken. Vorstand und Aufsichtsrat legen großen Wert auf ein vertrauensvolles Arbeitsverhältnis und die Einhaltung der Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK).

Nachfolgend berichten Vorstand und Aufsichtsrat gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex über die Corporate Governance der GERRY WEBER International AG. Beide Gremien haben sich im Geschäftsjahr 2014 / 15 ausführlich mit den Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex befasst.



FRAUENQUOTE

DER AUFSICHTSRAT STREBT
EINE ANGEMESSENE
BETEILIGUNG VON FRAUEN AN.
**MIT ZWEI VON SECHS
VERTRETERN** ERFÜLLT DIE
ANTEILSEIGNERSEITE BEREITS
HEUTE DIE **GESETZLICHEN
BESTIMMUNGEN.**

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 unter der Rubrik „Investoren“ hinterlegt. Ebenfalls Bestandteil dieses Corporate Governance Berichts ist der Vergütungsbericht der GERRY WEBER International AG. Er ist außerdem Teil des zusammengefassten Konzernlageberichts über das Geschäftsjahr 2014 / 15 und gehört damit zum testierten Konzernabschluss der GERRY WEBER International AG.

Corporate Governance Bericht gemäß des Deutschen Corporate Governance Kodex

Im folgenden Abschnitt berichten Vorstand und Aufsichtsrat über ihre Arbeit. Seit der Einführung des DCGK 2002 entspricht die GERRY WEBER International AG fast allen Empfehlungen. 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 Folgenden 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 elektronischen Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der aktuellen Fassung vom 5. Mai 2015 seit Abgabe der letzten jährlichen Entsprechenserklärung vom 2. Dezember 2014 mit folgenden Ausnahmen entsprochen hat und entspricht:

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 eine Limitierung der variablen Vergütung nach oben. Eine Zielgröße zur Ermittlung der variablen Vergütung ist u. a. die bereinigte Gesamtkapitalrendite der GERRY WEBER Gruppe. Die Höhe der zu erzielenden Gesamtkapitalrendite wird dabei auf Basis der Mittelfristplanung der Gesellschaft vorab festgelegt. Da die in einem Jahr realisierte Gesamtkapitalrendite zum Zeitpunkt der Festsetzung der variablen Vergütungsstruktur nicht feststehen konnte (Feststellung des Ist-Werts erfolgt erst am Ende eines Geschäftsjahres), erfolgte keine betragsmäßige Limitierung dieser variablen Vergütungsgröße, sondern lediglich eine maximal mögliche Zielerreichung von 150%. Bei der nächsten regelmäßigen Kontrolle der Vorstandsvergütungsstruktur wird der Aufsichtsrat die Festlegung von betragsmäßigen Höchstgrenzen überprüfen.

Kodex Ziffer 5.2 – 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.



AUSSCHÜSSE

Vermittlungsausschuss,
Personalausschuss,
Prüfungsausschuss und
Nominierungsausschuss



TAGE

nach Geschäftsjahresende
waren die Zwischenberichte
öffentlich zugänglich.

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 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.

Nicht nur die Empfehlungen, sondern auch die Anregungen des DCGK sind wichtige Leitlinien für eine gute Corporate Governance. Im folgenden Abschnitt werden die Ausnahmen der Anregungen des Kodex, denen die Gesellschaft nicht nachkommt, kommentiert.

Kodex Ziffer 2.3.2 – Stimmrechtsvertreter:

Die Gesellschaft soll den Aktionären die persönliche Wahrnehmung ihrer Rechte und die Stimmrechtsvertretung soweit es geht erleichtern. Die von der GERRY WEBER International AG benannten Stimmrechtsvertreter sind für alle Teilnehmer vor Ort bis unmittelbar vor der Abstimmung erreichbar. Aktionäre, die nicht persönlich an der Hauptversammlung teilnehmen, erreichen die Stimmrechtsvertreter bis 16.00 Uhr am Nachmittag des Tages vor

der Hauptversammlung. Um eine reibungslose und ordnungsgemäße Ausübung der Stimmrechte gewährleisten zu können, ist bis dato eine spätere Erreichbarkeit der Stimmrechtsvertreter nur für an der Hauptversammlung teilnehmenden Aktionäre möglich.

Kodex Ziffer 2.3.4 – Übertragung der Hauptversammlung im Internet:

Die Gesellschaft sollte den Aktionären die Verfolgung der Hauptversammlung über das Internet, z. B. über einen Livestream ermöglichen. Eine Übertragung dieser Art fand bei der Hauptversammlung 2015 nicht statt. Jedoch wurden direkt im Anschluss die Rede des Vorstandsvorsitzenden sowie die Abstimmungsergebnisse der einzelnen Tagesordnungspunkte auf der Internetseite www.gerryweber.com unter der Rubrik Investoren veröffentlicht.

Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB

Zur Erreichung unserer Ziele haben wir über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus, deren Einhaltung für uns eine Selbstverständlichkeit ist, Grundsätze für unser unternehmerisches Handeln definiert. Diese Grundsätze (Verhaltenskodex) basieren auf unseren generellen Wertvorstellungen 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 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

Vorstand

Im dualen Führungssystem der GERRY WEBER International AG leitet der Vorstand das Unternehmen in eigener Verantwortung und vertritt die Gesellschaft bei Geschäften mit Dritten. Der Vorstand legt die Unternehmensziele und die strategische Ausrichtung der GERRY WEBER Gruppe fest und steuert und überwacht die Geschäftseinheiten und Tochtergesellschaften. Sein Handeln und seine Entscheidungen richtet er dabei am Unternehmensinteresse aus. Er ist dabei dem Ziel einer nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts verpflichtet.

Die Mitglieder des Vorstands führen die Geschäfte der Gesellschaft nach Maßgabe der Gesetze, der Satzung, der Geschäftsordnung für den Vorstand sowie aller intern geltenden Richtlinien und Regelungen. Sie verpflichten sich zur Umsetzung der Regeln und Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex soweit diesen den Möglichkeiten des Unternehmens entsprechend entsprochen wurde und in der jährlichen Erklärung des Vorstands gemäß § 161 AktG keine gegenteiligen Erklärungen abgegeben wurden. Die aktuelle Entsprechenserklärung nach § 161 AktG sowie die Entsprechenserklärung der Vorjahre finden Sie auf unserer Internetseite www.gerryweber.com unter der Rubrik Investoren – Corporate Governance.

Der Vorstand besteht derzeit aus drei Mitgliedern. Die Verteilung der Geschäftsbereiche auf die einzelnen Mitglieder des Vorstands ergibt sich aus dem Geschäftsverteilungsplan; Änderungen erfordern einen einstimmigen Beschluss des Gesamtvorstands und die Zustimmung des Aufsichtsrats. Der Vorstand trifft seine Entscheidungen durch Beschluss grundsätzlich mit einfacher Mehrheit. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Vorstandsvorsitzenden.

Der Vorstand berichtet dem Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements und stimmt mit dem Aufsichtsrat die strategische Ausrichtung des Unternehmens ab. Für bestimmte in der Satzung der GERRY WEBER International AG und der Geschäftsordnung des Vorstands festgelegte Geschäfte der Gesellschaft muss der Vorstand vor Abschluss die Zustimmung des Aufsichtsrats einholen.

Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat überwacht und unterstützt den Vorstand und ist in Entscheidungen, die von grundlegender Bedeutung für den GERRY WEBER Gruppe sind, unmittelbar eingebunden. Im regelmäßigen Austausch mit dem Vorstand ist der Aufsichtsrat stets über die Geschäftspolitik, die Unternehmensplanung und die Strategie informiert. Der Aufsichtsrat stimmt der Jahresplanung und dem Finanzierungsrahmen zu und billigt die Jahresabschlüsse der GERRY WEBER International AG und des Konzerns unter Berücksichtigung der Berichte des Abschlussprüfers.

Der Vorsitzende des Aufsichtsrats koordiniert die Arbeit im Aufsichtsrat, leitet dessen Sitzungen und nimmt die Belange des Gremiums nach außen wahr. 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 der an der Abstimmung teilnehmenden Aufsichtsratsmitglieder gefasst werden. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Vorsitzenden. Dieses Beschlussverfahren gilt auch für die Bestellung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern durch den Aufsichtsrat. Beschlüsse werden grundsätzlich in Sitzungen gefasst. Zur

Vereinfachung des Verfahrens können auf Anordnung des Aufsichtsratsvorsitzenden Beschlüsse im Umlaufverfahren herbeigeführt werden.

Der Aufsichtsrat der GERRY WEBER International AG besteht derzeit aus zwölf Mitgliedern, von denen sechs Mitglieder als Vertreter der Arbeitnehmer in das Gremium gewählt wurden. Entsprechend der Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex werden die Vertreter der Anteilseigner von der Hauptversammlung einzeln gewählt. In der Hauptversammlung vom 16. April 2015 wurden die Mitglieder des Aufsichtsrats turnusgemäß neu gewählt. Die Vertreter der Arbeitnehmer wurden bereits im Februar 2015 gewählt. Die Wahl aller Aufsichtsratsmitglieder erfolgte bis zum Ablauf der Hauptversammlung, die über die Entlastung des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2018/19 beschließt.

Bei der Zusammensetzung des Aufsichtsrats der GERRY WEBER International AG wurde stets darauf geachtet, dass die Mitglieder des Aufsichtsrats über die erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachlichen Erfahrungen verfügen, um ihre Aufgaben ordnungsgemäß wahrnehmen zu können. Ebenso wird bei der Besetzung des Aufsichtsrats auf Vielfalt (Diversity) geachtet. Ziel ist es, den Aufsichtsrat so zu besetzen, dass eine qualifizierte Kontrolle und Beratung des Vorstands sowie eine sachgerechte Wahrnehmung der Entscheidungs- und sonstigen Befugnisse des Aufsichtsrats sichergestellt ist.

Ziele für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats

Vor dem Hintergrund der Anpassungen des DCGK zum 5. Mai 2015 sowie der Erweiterung des Aufsichtsrats von sechs auf zwölf Mitglieder hat der Aufsichtsrat die bisher festgelegten Ziele für seine Zusammensetzung erweitert und neu beschlossen.

Der Aufsichtsrat hat sich mit angemessenem zeitlichem Vorlauf Ziele für die zukünftige Zusammensetzung des Aufsichtsrats gesetzt. Folgend genannte Ziele wurden in Abhängigkeit von der Größe des Aufsichtsrats, der unternehmensspezifischen Anforderungen sowie unter dem Gesichtspunkt der Vielfalt (Diversity) festgelegt:

- Mitglieder des Aufsichtsrats sollen über Erfahrungen in den Bereichen Unternehmensführung, Strategie und Personal verfügen. Ferner werden Kenntnisse über das Unternehmen und die Märkte, in denen sich die Gesellschaft bewegt bzw. spezifische Branchenkenntnisse der Kundenseite gefordert.

- Mindestens ein unabhängiges Mitglied muss über 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.
- Aufsichtsratsmitglieder sollen keine Organfunktionen oder Beratungsaufgaben bei wesentlichen Wettbewerbern der Gesellschaft oder eines Konzernunternehmens ausüben.
- 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 letztem Fall soll der Wechsel in den Aufsichtsratsvorsitz eine Ausnahme sein, die der Hauptversammlung zu begründen ist.
- Aufsichtsratsmitglieder sollen für die Wahrnehmung des Mandats genügend Zeit zur Verfügung haben, so dass das Mandat mit der gebotenen Regelmäßigkeit und Sorgfalt wahrgenommen werden kann. 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.
- Der Aufsichtsrat strebt eine angemessene Beteiligung von Frauen an. Unter Berücksichtigung der Einhaltung der ab 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 turnusmäßigen Neubesetzung des Aufsichtsrats oder bei einem vorherigen Ausscheiden eines Aufsichtsratsmitglieds bei seinen Wahlvorschlägen berücksichtigen.
- Mindestens drei von sechs Vertretern der Anteilseigner im Aufsichtsrat sollen 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. Das Bestehen eines Arbeitsverhältnisses von Aufsichtsratsmitgliedern mit einem Unternehmen der GERRY WEBER Gruppe oder das Bestehen einer

Altersversorgungszusage einer dieser Gesellschaften zugunsten von Aufsichtsratsmitgliedern begründet als solches keinen Interessenskonflikt. 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 fünf Jahren aus dem Vorstand der Gesellschaft ausgeschieden ist. Mit drei unabhängigen Mitgliedern gehören dem Aufsichtsrat eine angemessene Anzahl unabhängiger Mitglieder an. Interessenskonflikte einzelner Aufsichtsratsmitglieder gab es keine.

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 drei Mitgliedern – Ralf Weber (CEO), Dr. David Frink (CFO) und Norbert Steinke (CRO). Frauen sind derzeit nicht im Vorstand der Gesellschaft vertreten. Vor diesem Hintergrund sowie aufgrund der bestehenden Vorstandsverträge ist bis zum Ablauf der gesetzlichen Frist zur Zielerreichung am 30. Juni 2017 kein Frauenanteil im Vorstand der GERRY WEBER International AG vorgesehen.

Der Frauenanteil auf der 1. Führungsebene der GERRY WEBER International AG nach dem Vorstand beträgt zum 31. Oktober 2015 33,3%. Der Anteil auf der 2. Führungsebene 53,1%. Zukünftiges Ziel ist es, auf der 1. Führungsebene der GERRY WEBER International AG nach dem Vorstand einen Anteil von Frauen von mindestens 30% zu halten. Auf der 2. Führungsebene nach dem Vorstand soll ein Frauenanteil von mindestens 50% ausgewiesen werden.



PROZENT FRAUENANTEIL

auf der 1. Führungsebene der GERRY WEBER International AG nach dem Vorstand zum 31. Oktober 2015



PROZENT FRAUENANTEIL

auf der 2. Führungsebene der GERRY WEBER International AG nach dem Vorstand zum 31. Oktober 2015

Der angestrebte Anteil von Frauen im Vorstand sowie der 1. und 2. Führungsebene der GERRY WEBER International AG nach dem Vorstand soll am 30. Juni 2017 den genannten Quoten entsprechen. 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. Es gilt das „one share, one vote“-Prinzip, das heißt, jede Aktie gewährt eine Stimme. Im abgelaufenen Geschäftsjahr fand die Hauptversammlung am 16. April 2015 statt. Rund 1.000 Aktionäre, die einen Anteil von 73,3% am Grundkapital repräsentiert haben, nahmen an der Hauptversammlung teil. Die Aktionäre der GERRY WEBER International AG können ihre Stimme persönlich oder über einen Bevollmächtigten ihrer Wahl oder aber über einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter ausüben. Im Vorfeld der Hauptversammlung bekommen die Aktionäre alle relevanten Informationen zugeschickt oder können diese auf der Internetseite der Gesellschaft abrufen. Darüber hinaus sind alle Geschäfts- und Quartalsberichte auf der Internetseite www.gerryweber.com unter der Rubrik Investoren zugänglich. Im Rahmen der Hauptversammlung werden alle Tagesordnungspunkte erläutert und die Teilnahmebedingungen dargelegt.

Rechnungslegung und Abschlussprüfung

Der Konzernabschluss und die Zwischenberichte der GERRY WEBER Gruppe werden nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting

Standard Board (IASB) unter Berücksichtigung der der Interpretationen des Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) erstellt, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Der Jahresabschluss der GERRY WEBER International AG wurde gemäß den Vorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB) erstellt.

Die Hauptversammlung hat die PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft als Abschlussprüfer 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. Er informiert den Aufsichtsrat über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Ergebnisse, die sich im Laufe der Abschlussprüfung ergeben. Darüber hinaus unterrichtet der Abschlussprüfer den Aufsichtsrat, wenn er bei der Abschlussprüfung Tatsachen feststellt, die mit der vom Vorstand und Aufsichtsrat abgegebenen Entsprechenserklärung nicht übereinstimmen.

Chancen- und Risikomanagement

Der gewissenhafte Umgang mit Risiken im Rahmen der Unternehmensführung gehört zu den Grundsätzen guter Corporate Governance und ist wesentlicher Bestandteil der Unternehmensführung. Das frühzeitige Erkennen sowohl von Risiken als auch von Chancen ermöglicht es uns, negative Abweichungen zu antizipieren und Gegenmaßnahmen einzuleiten, aber auch Chancen besser zu nutzen. In diesem Zusammenhang hat die GERRY WEBER Gruppe dem § 91 Abs. 2 AktG folgend ein Risikomanagementsystem eingeführt, welches ausführlich im Risikobericht dieses Geschäftsberichtes dargestellt wird.

Compliance

Compliance bei GERRY WEBER bedeutet die nachhaltige Verankerung regelkonformen Verhaltens im Unternehmensgefüge. Die GERRY WEBER International AG verfügt über eine konzernweite Compliance-Organisation, die die Mitarbeiter im In- und Ausland vor Gesetzesverstößen bewahren und sie dazu befähigen soll, die selbstgesetzten Unternehmensrichtlinien umzusetzen.

Neben der Einhaltung der einerseits vom Gesetzgeber und andererseits vom Unternehmen selber festgelegten Regeln und Gesetze ist es uns vor allem wichtig, ethisch und moralisch einwandfreies Verhalten in der Unternehmenskultur zu verankern. Damit schaffen wir die Grundlage für gegenseitiges Vertrauen.

Basis des Compliance-Programms der GERRY WEBER International AG ist ein für alle Mitarbeiter bindender Verhaltenskodex. Der Kodex führt alle Verhaltensrichtlinien im Umgang mit Kollegen, Kunden, Zulieferern und anderen externen Interessensgruppen auf und liegt den Mitarbeitern in Form von einer gedruckten Broschüre vor. Neben dem Verhaltenskodex bilden Richtlinien zu den Themen Social Compliance, Wettbewerbs- und Kartellrecht, dem Vermeiden von Interessenskonflikten, Geschenke und Einladungen, Kapitalmarkt und Kommunikation sowie Gesundheit, Umwelt und Sicherheit wichtige Säulen der Compliance-Struktur.

Der Compliance-Bereich ist innerhalb der Konzernrevision verankert und durchdringt in seiner Organisation alle wesentlichen Unternehmensbereiche. Der Chief Compliance Officer berichtet direkt an den CFO. Er trägt wesentlich dazu bei, dass das Compliance-Programm in allen Teilen des Konzerns implementiert ist, und dass alle Mitarbeiter und Führungskräfte zu dem Thema Compliance geschult werden. Der Compliance Officer hat den Vorsitz im Compliance Committee. Dieses Gremium verfolgt die kontinuierliche Verbesserung des Compliance-Programms und tritt in regelmäßigen Abständen zusammen. Das Compliance-Programm wird durch das Hinweissystem flankiert, welches die Mitarbeiter ermutigen soll, ihre Anliegen offen anzusprechen und auf Umstände hinzuweisen, die auf die Verletzung von Gesetzestatbeständen oder internen Unternehmensrichtlinien hindeuten. Ein unabhängiger, externer Ombudsmann dient bei begründetem Verdacht auf Unregelmäßigkeiten als Ansprechpartner für Mitarbeiter und Externe.

Mögliche Interessenskonflikte und Directors' Dealings

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 offenzulegen, der über das weitere Vorgehen entscheidet. Im abgelaufenen Geschäftsjahr sind weder bei den Vorstands- noch bei den Aufsichtsratsmitgliedern Interessenskonflikte aufgetreten.

Da Transparenz die wichtigste Grundlage für gute Corporate Governance ist, melden wir alle Transaktionen der Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder sowie die Transaktionen ihrer meldepflichtigen Angehörigen. Nach § 15a WpHG müssen Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder sowie Personen, mit denen sie in einer engen Beziehung stehen, den Erwerb oder die Veräußerung von Aktien sowie darauf bezogene Erwerbs- oder Vermögensrechte, wie etwa Optionen oder Rechte, die unmittelbar vom Börsenkurs der GERRY WEBER International AG abhängen, offenlegen. Die im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014/15 vorgenommen

Directors' Dealings können auf der Internetseite der Gesellschaft www.gerryweber.com unter der Rubrik Investoren – Finanznachrichten abgerufen werden. Der Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat der GERRY WEBER International AG zum Geschäftsjahresende 31. Oktober 2015 kann ferner dem Konzernanhang in diesem Geschäftsbericht entnommen werden.

Transparente Kommunikation

Wir informieren laufend über den Geschäftsverlauf sowie über aktuelle Entwicklungen der GERRY WEBER Gruppe. Alle Interessengruppen, das heißt alle Aktionäre, Kunden, Analysten, Vertreter der Presse und die interessierte Öffentlichkeit werden zeitlich und gleichberechtigt über Pressemitteilungen, Kapitalmarktveröffentlichungen sowie über die Publikation von Geschäfts- und Quartalsberichten informiert. Die zeitgleiche Veröffentlichung in englischer Sprache stellt sicher, dass auch die internationalen, nicht deutschsprachigen Stakeholder sich zeitgleich informieren können. Mit dem Zeitpunkt der Veröffentlichung der Dokumente sind alle Informationen auf unserer Homepage zugänglich und können dort jederzeit abgerufen werden. Darüber hinaus informieren wir auf Investorenkonferenzen und Aktionärsforen, aber auch in Einzelgesprächen bestehende und potenzielle neue Investoren über unser Geschäftsmodell, die Werttreiber und den derzeitigen Geschäftsverlauf. In unserem Finanzkalender auf der Unternehmens-Website werden alle wichtigen Termine des Geschäftsjahres, wie zum Beispiel die Hauptversammlung und die Veröffentlichungstermine, bereitgestellt. Der Finanzkalender ist außerdem am Ende dieses Geschäftsberichts zu finden.

Vergütungsbericht 2014 / 15

Im Vergütungsbericht werden die Grundsätze für die Festsetzung der Gesamtvergütung des Vorstands und des Aufsichtsrats der GERRY WEBER International AG zusammengefasst dargestellt. In diesem Zusammenhang werden die einzelnen Vergütungskomponenten sowie die Höhe der jeweiligen Vergütung der einzelnen Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder erläutert. Der Bericht richtet sich nach den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) und nach den Erfordernissen des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB), der deutschen Rechnungslegungsstandards sowie der International Financial Reporting Standards (IFRS). Der Vergütungsbericht ist Bestandteil des Konzernlageberichts und somit des testierten Abschlusses.

Vergütung des Vorstands der GERRY WEBER International AG

Grundsätze der Vorstandsvergütung

Die Struktur der Vorstandsvergütung wurde von der Hauptversammlung am 16. April 2015 gebilligt. Die Vergütungsstruktur des Vorstands der GERRY WEBER International AG ist auf eine nachhaltige und den Unternehmenswert erhöhende Entwicklung ausgerichtet. Sie enthält sowohl fixe als auch variable

Komponenten. Grundlage für die Bemessung des Vorstandsgehalts sind insbesondere die wirtschaftliche Lage, der Erfolg und die Zukunftsaussichten der GERRY WEBER Gruppe, unter anderem gemessen an der bereinigten Gesamtkapitalrendite sowie dem Konzernjahresüberschuss. Ferner berücksichtigt sie die jeweilige individuelle persönliche Leistung des einzelnen Vorstandsmitglieds sowie die horizontale und vertikale Beurteilung bezogen auf das Vergleichsumfeld. Das Vergleichsumfeld orientiert sich einerseits an den Vergütungsstrukturen vergleichbarer Unternehmen und andererseits an den Gehältern des oberen Führungskreises sowie der relevanten Belegschaft des Unternehmens.

Höhe und Struktur

Den Grundsätzen der Vorstandsvergütung entsprechend enthält diese je eine erfolgsunabhängige (Fixum) und eine erfolgsabhängige (variable) Komponente. Die erfolgsbezogenen Komponenten enthalten dabei Bestandteile mit kurzfristiger und mehrjähriger Bemessungsgrundlage. Daneben erhalten die Vorstandsmitglieder die üblichen Nebenleistungen wie z. B. Sachbezüge und/oder Versicherungsbeiträge. Aktienbasierte Bestandteile der Vorstandsvergütung gibt es nicht.

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

Bei den Vorstandsverträgen richtet sich die variable Vergütung nach den nachfolgend aufgeführten Kriterien:

Die erfolgsabhängigen, also variablen Vergütungsanteile richten sich maßgeblich nach dem Grad der Zielerreichung der vom Aufsichtsrat festgelegten Zielvorgaben. Dabei gliedert sich der Bestandteil der erfolgsabhängigen Vergütung in drei mögliche Komponenten: die auf Mehrjahresbasis ermittelte und um Sondereffekte bereinigte Gesamtkapitalrendite, eine auf den Konzernjahresüberschuss bezogene Tantieme, die bei Überschreitung des Mindestkonzernjahresüberschusses in Bezug auf das Mehrjahresergebnis gezahlt wird, als Komponenten, die den Unternehmenserfolg widerspiegeln, sowie die Option einer leistungsbezogenen Tantieme, die der Aufsichtsrat auf

Basis der individuellen Leistung jedes einzelnen Vorstandsmitglied gewähren kann. Das Vergütungssystem enthält Höchstgrenzen in Form prozentualer Obergrenzen, jedoch keine betragsmäßigen Höchstgrenzen.

a) Bemessungsgrundlage der variablen Vergütung ist die um Sondereffekte bereinigte Gesamtkapitalrendite der GERRY WEBER Gruppe. Diese Gesamtkapitalrendite wird mit einem Zielerreichungsfaktor gewichtet, der den Grad der Zielerreichung wiedergibt. Die Höhe der zu erzielenden Gesamtkapitalrendite wird dabei auf Basis der Mittelfristplanung der Gesellschaft vorab vom Aufsichtsrat festgelegt.

Bei einer Zielerreichung von mehr als 50% wird jeder angefangene Prozentpunkt über 50% mit einem Zielerreichungsfaktor von 0,02 multipliziert. Der sich daraus ergebende Faktor wird mit einem vorher festgelegten Betrag in Euro multipliziert und ergibt so die erste variable Vergütungskomponente. Die maximale Begrenzung der variablen Vergütung liegt bei 150%, sodass eine Begrenzung der variablen Vergütung nach oben gegeben ist.

Bei einer Zielerreichung von 50% oder weniger beträgt der Multiplikationsfaktor Null, sodass die sich aus dieser Komponente ergebende variable Vergütung vollständig entfällt.

b) Eine auf den Konzernjahresüberschuss eines Jahres bezogene Tantieme, die bei Überschreitung eines Mindestkonzernjahresüberschusses in Bezug auf das Mehrjahresergebnis gezahlt wird.

c) Neben den unter a) und b) dargestellten unternehmererfolgsbezogenen Komponenten kann der Aufsichtsrat eine individuelle leistungsbezogene Tantieme gewähren. Diese Tantieme ist abhängig von der individuellen Leistung jedes einzelnen Vorstandsmitglieds. Dazu werden individuell mit den Vorstandsmitgliedern qualitative Ziele festgelegt. Bei einer Zielerreichung von 100% wird die vereinbarte Tantieme vollständig ausgezahlt. Bei einer Über- oder Unterfüllung der Ziele hat der Aufsichtsrat die Möglichkeit, die Tantieme um bis zu 50% des festen Jahresgehalts zu erhöhen bzw. zu reduzieren.

Die Verträge enthalten grundsätzlich eine Limitierung der variablen Vergütung nach oben. Eine Zielgröße zur Ermittlung ist u. a. die bereinigte Gesamtkapitalrendite der GERRY WEBER Gruppe. Die Höhe der zu erzielenden Gesamtkapitalrendite wird dabei auf Basis der Mittelfristplanung der Gesellschaft vorab festgelegt. Da die in einem Jahr realisierte Gesamtkapitalrendite zum Zeitpunkt der Festsetzung der variablen Vergütungsstruktur nicht feststehen konnte (Feststellung des Ist-Wertes erfolgt erst am Ende eines Geschäftsjahres), erfolgte keine betragsmäßige Limitierung dieser variablen Vergütungsgröße, sondern lediglich eine maximal mögliche Zielerreichung von 150%.

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 Dienstvertrages nicht überschreiten. Somit entsprechen die Regelungen in den Vorstandsverträgen hier den Empfehlungen des DCGK in seiner Fassung vom 5. Mai 2015.

Vorstandsvergütung für das Geschäftsjahr 2014/15

Für das Geschäftsjahr 2014/15 ergibt sich vor dem Hintergrund des oben beschriebenen Vergütungssystems eine Gesamtvergütung der Vorstands der GERRY WEBER International AG von EUR 2,6 Mio. (Vorjahr: EUR 6,5 Mio.). Die Zusammensetzung aus fixer und variabler Vergütung für das Geschäftsjahr 2014/15 ist der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen. Die Angaben in Klammern entsprechen dem Vorjahreswert.

In TEUR	Fixe Vergütung	Variable Vergütung	Summe
Gerhard Weber (Vorstandsvorsitzender bis zum 31.10.2014)	0 (755)	0 (3.200)	0 (3.955)
Ralf Weber (seit 01.08.2013 im Vor- stand, seit 25.02.2015 Vorstandsvorsitzender)	671 (472)	250 (350)	921 (822)
Dr. David Frink	568 (474)	250 (350)	818 (824)
Arnd Buchardt (seit 01.08.2013 im Vorstand)	571 (522)	250 (350)	821 (872)
Norbert Steinke (seit 01.10.2015 im Vorstand)	42 (0)	20 (0)	62 (0)
Gesamt	1.852 (2.223)	770 (4.250)	2.622 (6.473)

Gewährte Zuwendungen („Zielvergütung“) ¹⁾

in EUR

Ralf Weber
Vorstandsvorsitzender

	2013 / 14	2014 / 15	2014 / 15 (Min)	2014 / 15 (Max)
Festvergütung	450.000	650.000	650.000	650.000
Nebenleistungen	21.141	21.141	21.141	21.141
SUMME	471.141	671.141	671.141	671.141
Einjährige variable Vergütung	150.000	150.000	0	325.000
Mehrjährige variable Vergütung	276.000	411.600	0	1.237.500
SUMME	426.000	561.600	0	1.562.500
Gesamtvergütung	897.141	1.232.741	671.141	2.233.641

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

in EUR

Dr. David Frink
Vorstand Finanzen, Logistik, IT, Personal

	2013 / 14	2014 / 15	2014 / 15 (Min)	2014 / 15 (Max)
Festvergütung	455.000	550.000	550.000	550.000
Nebenleistungen	18.376	18.376	18.376	18.376
SUMME	473.376	568.376	568.376	568.376
Einjährige variable Vergütung	150.000	150.000	0	275.000
Mehrjährige variable Vergütung	276.000	411.600	0	787.500
SUMME	426.000	561.600	0	1.062.500
Gesamtvergütung	899.376	1.129.976	568.376	1.630.876

in EUR

Arnd Buchardt
Vorstand Produkt und Beschaffung

	2013 / 14	2014 / 15	2014 / 15 (Min)	2014 / 15 (Max)
Festvergütung	497.600	550.000	550.000	550.000
Nebenleistungen	21.075	21.075	21.075	21.075
SUMME	518.675	571.075	571.075	571.075
Einjährige variable Vergütung	150.000	150.000	0	275.000
Mehrjährige variable Vergütung	276.000	411.600	0	787.500
SUMME	426.000	561.600	0	1.062.500
Gesamtvergütung	944.675	1.132.675	571.075	1.633.575

in EUR

Norbert Steinke
Vorstand Retail (seit 5. Oktober 2015)

	2013 / 14	2014 / 15	2014 / 15 (Min)	2014 / 15 (Max)
Festvergütung	0	41.700	41.700	41.700
Nebenleistungen	0	1.000	1.000	1.000
SUMME	0	42.700	42.700	42.700
Einjährige variable Vergütung	0	12.500	0	20.850
Mehrjährige variable Vergütung	0	34.300	0	65.625
SUMME	0	46.800	0	86.475
Gesamtvergütung	0	89.500	42.700	129.175

in EUR

Gerhard Weber
Vorstandsvorsitzender (bis 31. Oktober 2014)

	2013 / 14	2014 / 15	2014 / 15 (Min)	2014 / 15 (Max)
Festvergütung	720.000	0	0	0
Nebenleistungen	34.575	0	0	0
SUMME	754.575	0	0	0
Einjährige variable Vergütung	700.000	0	0	0
Mehrjährige variable Vergütung	3.174.000	0	0	0
SUMME	3.874.000	0	0	0
Gesamtvergütung	4.628.575	0	0	0

Zufluss²

in EUR	Ralf Weber Vorstandsvorsitzender	
	2013 / 14	2014 / 15
Festvergütung	450.000	650.000
Nebenleistungen	21.141	21.141
SUMME	471.141	671.141
Einjährige variable Vergütung	54.200	129.000
Mehrjährige variable Vergütung	53.800	221.000
SUMME	108.000	350.000
Gesamtvergütung	579.141	1.021.141

in EUR	Arnd Buchardt Vorstand Produkt und Beschaffung	
	2013 / 14	2014 / 15
Festvergütung	497.600	550.000
Nebenleistungen	21.075	21.075
SUMME	518.675	571.075
Einjährige variable Vergütung	49.200	129.000
Mehrjährige variable Vergütung	62.800	221.000
SUMME	112.000	350.000
Gesamtvergütung	630.675	921.075

in EUR	Dr. David Frink Vorstand Finanzen, Logistik, IT, Personal	
	2013 / 14	2014 / 15
Festvergütung	455.000	550.000
Nebenleistungen	18.376	18.376
SUMME	473.376	568.376
Einjährige variable Vergütung	47.000	129.000
Mehrjährige variable Vergütung	253.000	221.000
SUMME	300.000	350.000
Gesamtvergütung	773.376	918.376

in EUR	Norbert Steinke Vorstand Retail (seit 05. Oktober 2015)	
	2013 / 14	2014 / 15
Festvergütung	0	41.700
Nebenleistungen	0	1.000
SUMME	0	42.700
Einjährige variable Vergütung	0	0
Mehrjährige variable Vergütung	0	0
SUMME	0	0
Gesamtvergütung	0	42.700

² Diese Tabelle stellt 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.

Gerhard Weber
Vorstandsvorsitzender
(bis 31. Oktober 2014)

in EUR

	2013 / 14	2014 / 15
Festvergütung	720.000	0
Nebenleistungen	34.575	0
SUMME	754.575	0
Einjährige variable Vergütung	286.000	661.000
Mehrjährige variable Vergütung	2.714.000	2.539.000
SUMME	3.000.000	3.200.000
Gesamtvergütung	3.754.575	3.200.600

2 Diese Tabelle stellt 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. Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten außer dem Ersatz ihrer Auslagen eine feste jährliche Vergütung in Höhe von Euro 60.000,00. Jeder stellvertretende Vorsitzende erhält die eineinhalbfache, der Aufsichtsratsvorsitzende die dreifache Vergütung. Die ausschließlich erfolgsunabhängige Vergütung wird nach der Hauptversammlung für das vorangegangene Geschäftsjahr ausgezahlt. Im Falle von Neuwahlen wie in diesem Geschäftsjahr 2014 / 15 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. Auf die einzelnen aktuellen und ausgeschiedenen Mitglieder des Aufsichtsrats entfielen im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014 / 15 die in der folgenden Tabelle aufgezeigten Beträge. Die Angaben in Klammern beziehen sich auf das Vorjahr.

in TEUR	2014 / 15	2013 / 14
Dr. Ernst F. Schröder (Vorsitzender)	180	180
Gerhard Weber (Stellvertretender Vorsitzender)	90	0
Alfred Thomas Bayard	32	0
Ute Gerbaulet	32	0
Udo Hardieck	60	90
Charlotte Weber-Dresselhaus	60	60
Olaf Dieckmann	60	60
Klaus Lippert	60	60
Annette von der Recke	32	0
Andreas Strunk	32	0
Manfred Menningen	32	0
Hans-Jürgen Wentzlaff	32	0
Dr. Wolf-Albrecht Prautzsch	0	60
Gesamt	702	510

Wie der Tabelle zu entnehmen ist, ist im abgelaufenen Geschäftsjahr die Aufsichtsratsvergütung gestiegen und beläuft sich für das abgelaufene Geschäftsjahr auf TEUR 702 im Vergleich zu TEUR 510 im Vorjahr. Dies resultiert allein aus der im April vollzogenen Erweiterung des Aufsichtsrats von sechs auf zwölf Mitglieder. Die Struktur der Aufsichtsratsvergütung und somit die individuelle Vergütung der einzelnen Mitglieder hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht verändert.

GERRY WEBER

INTERNATIONAL AG

Zusammengefasster Lagebericht 2014/15

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.

GRUNDLAGEN DES KONZERNS

Geschäftsmodell

Geschäftstätigkeit und Organisation

Die GERRY WEBER International AG ist eines der bekanntesten Mode- und Lifestyle-Unternehmen in Deutschland. Vier große Markenfamilien, GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON by GERRY WEBER und HALLHUBER, bieten trendorientierte und hochwertige Mode sowie Accessoires für die anspruchsvolle und qualitätsbewusste Kundin. Jede Marke spricht dabei jeweils ihre eigene, ganz individuelle Zielgruppe an. Mit der Akquisition der vollvertikalen Modemarke HALLHUBER im Februar 2015, die ausschließlich mit in Eigenregie geführten Verkaufsflächen am Markt tätig ist, hat sich im Verlauf des Geschäftsjahres 2014/15 der Anteil an in Eigenregie geführten Verkaufsflächen und damit der Vertikalisierungsgrad der Unternehmensgruppe deutlich erhöht.

Die GERRY WEBER International AG wurde 1973 von Gerhard Weber und Udo Hardieck in Ostwestfalen gegründet. Zum 31. Oktober 2015 war das Unternehmen mit Vertriebsstrukturen in mehr als 62 Ländern auf der ganzen Welt aktiv. Zu den unternehmenseigenen Retail-Verkaufsflächen zählen weltweit 520 in Eigenregie geführte Houses of GERRY WEBER und 142 Monolabel Stores, 291 GERRY WEBER Concession-Flächen sowie 34 GERRY WEBER Outlets. Seit der Akquisition von HALLHUBER im Februar 2015 zählen darüber hinaus 262 freistehende HALLHUBER Stores und Concession Stores sowie 13 HALLHUBER Outlets zum Storeportfolio der GERRY WEBER Gruppe. Damit summiert sich die Zahl der in Eigenregie geführten Verkaufsflächen auf 1.262. Neben den in Eigenregie geführten Verkaufsflächen bestehen weitere 271 Houses of GERRY WEBER, die von unseren Franchise-Partnern geführt werden, sowie 2.510 Shop-in-Shops auf den Verkaufsflächen unserer Handelspartner. Eigene Marken-Online-Shops, die es unseren Kundinnen auch außerhalb Deutschlands ermöglichen, online einzukaufen, runden das Vertriebskonzept ab. Rund 7.000 Mitarbeiter sind weltweit

Teil der GERRY WEBER Familie (Jahresdurchschnitt). 1.550 von ihnen durften wir im Februar 2015 im Rahmen der HALLHUBER Akquisition neu im Unternehmen begrüßen. Im Geschäftsjahr 2014/15 (1. November 2014–31. Oktober 2015) betrug der Umsatz der GERRY WEBER Gruppe EUR 920,8 Mio. (Vorjahr: EUR 852,1 Mio.) und das Konzernergebnis EUR 52,2 Mio. (Vorjahr: EUR 71,4 Mio.).

Als operative Holding-Gesellschaft stellt die GERRY WEBER International AG mit Sitz in Halle/Westfalen konzernübergreifende Dienstleistungen, wie z.B. Rechnungswesen, Controlling, Personalwesen, IT, Revision, Compliance sowie Marketing und Kommunikation zur Verfügung. Um bestmögliche Konditionen aushandeln und auch Skaleneffekte realisieren zu können, ist die Produktentwicklung und Warenbeschaffung ebenfalls in der Holding angesiedelt. Der gesamte Einkaufsprozess wird in enger Abstimmung mit den Tochtergesellschaften koordiniert. Lediglich von HALLHUBER, unserer neu erworbenen Tochter, sind nicht alle Divisionen vollständig in die Holding integriert. Um weitere Synergiepotenziale zu heben, werden zukünftig ausgewählte Bereiche an den Standorten Halle/Westfalen oder München zusammengefasst werden. Die Produktentwicklung, und damit das Herz der Marke HALLHUBER, wird dabei am Standort München verbleiben.

Zum 31. Oktober 2015 setzte sich der Konsolidierungskreis der GERRY WEBER Gruppe aus 37 Tochtergesellschaften im In- und Ausland zusammen. Mit der Akquisition der HALLHUBER Beteiligungs GmbH im Februar 2015 kamen ebenfalls die HALLHUBER Beteiligungs GmbH mit ihrer Tochter der HALLHUBER GmbH hinzu.

Bis zum 31. Oktober 2014 verantworteten vier der Tochtergesellschaften das operative Geschäft der Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON by GERRY WEBER. Die Zuständigkeit dieser Markengesellschaften begann mit dem Design der Kollektionen und reichte bis hin zum Vertrieb der Ware. Die GERRY WEBER Retail GmbH war für die in Eigenregie geführten Verkaufsflächen im Inland sowie für die Online Shops der Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON by GERRY WEBER verantwortlich. Die ausländischen Tochtergesellschaften repräsentierten als Vertriebsgesellschaften entweder bestimmte Märkte, auf denen die GERRY WEBER Gruppe aktiv ist, oder Beschaffungs- und Produktionsstandorte.

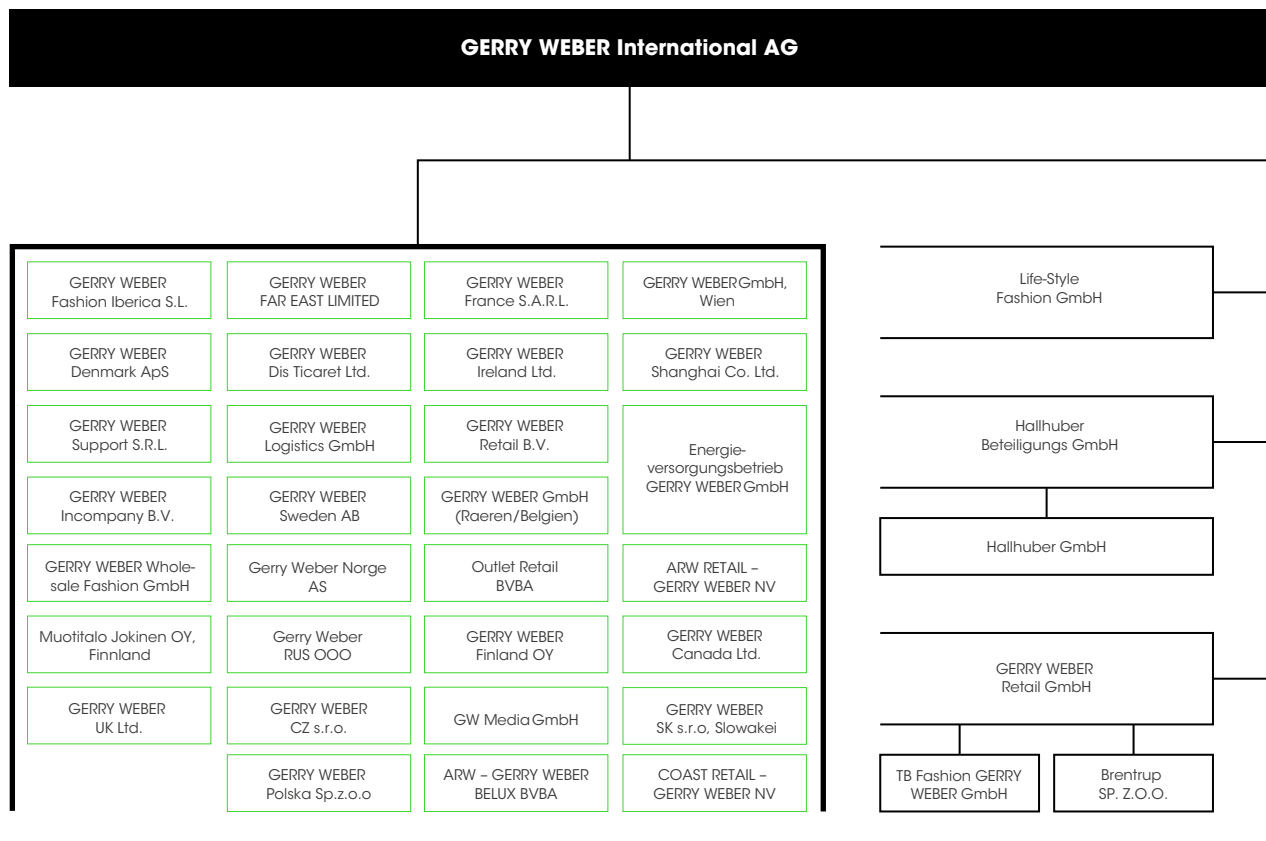
Zur Erhöhung der Transparenz und zur Steigerung der Effektivität wurden im vergangenen Geschäftsjahr 2014/15 die über die Jahre gewachsenen Strukturen vereinfacht und die drei bestehenden Markengesellschaften GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON zu einer Wholesale Vertriebsgesellschaft zusammengeführt. Ziel der sukzessiven rechtlichen Neuordnung war die Schaffung eindeutiger Vertriebsstrukturen, sodass nun zwei Vertriebsgesellschaften den Vertrieb der Segmente „Retail“ und „Wholesale“ verantworten. Dabei werden, im Unterschied zur Vergangenheit, sämtliche Entwicklungs- und Fertigungsbereiche der Waren inklusive Transport und Logistik nicht alleine dem „Produktion und Wholesale“-Segment zugerechnet, sondern beiden Vertriebssegmenten zugeschlüsselt. 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“ verteilt. Die „übrigen Segmente“ blieben unverändert und umfassen vor allem die Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden des Renditeobjektes Halle 30. Die Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden der Holding-Gesellschaft werden ebenfalls den Segmenten entsprechend ihrer Zurechenbarkeit quotall zugeordnet.

Nach dem Erwerb der HALLHUBER Beteiligungs GmbH im Februar 2015 wurde HALLHUBER im 2. Quartal 2014/15 erstmals in den Konzernabschluss der GERRY WEBER International AG mit einbezogen. Zur Erhöhung der Transparenz und aufgrund der operativen Steuerung werden die Umsätze und Ergebnisse von HALLHUBER separat ausgewiesen. Folglich wurden die beiden Segmente „Retail“ und „Wholesale“ um das neu hinzugekommene Segment „HALLHUBER“ ergänzt.



Rechtliche Unternehmensstruktur



Wichtige Geschäftsprozesse und -abläufe

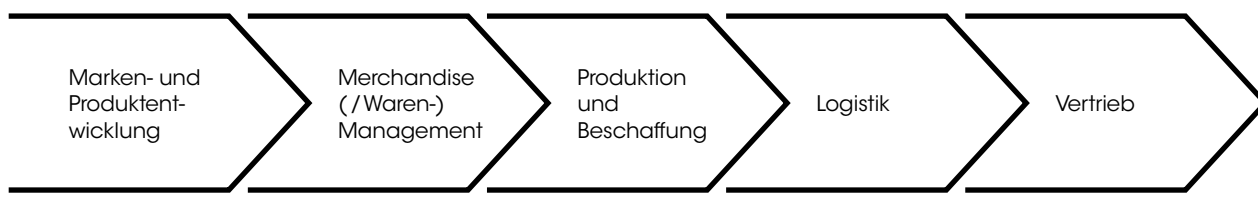
Das Geschäftsmodell der GERRY WEBER Gruppe umfasst die gesamte Wertschöpfungskette, beginnend mit der Entwicklung und dem Design der Kollektionen, der Produktionssteuerung bis hin zum Transport und zur Logistik der Waren zum Point-of-Sale und dem dortigen Verkauf. Die einzelnen Stufen in der Wertschöpfungskette, und insbesondere das einwandfreie Zusammenspiel der jeweiligen Abteilungen an den Schnittstellen, sind eine wichtige Kernkompetenz für die besondere Qualität unserer Produkte und damit die Basis für unseren langfristigen Erfolg. Um die Kollektionen zeit- und kosteneffizient produzieren und vertreiben zu können, müssen alle Arbeitsschritte bestmöglich aufeinander abgestimmt werden. Deshalb arbeiten wir konsequent und kontinuierlich daran, unsere Prozesse weiter zu verbessern. Im laufenden Geschäftsjahr mehr denn je. Es gilt Prozesse zu vereinfachen und effizienter zu gestalten. Um die Prozesse insbesondere rund um das Thema Warenlogistik und Online-Distribution zu optimieren und den geplanten Multi-Channel-Ansatz wie geplant auszugestalten, haben wir im April 2014 mit dem Bau des neuen Logistikzentrums in unmittelbarer Nähe zur Unternehmenszentrale begonnen. Im Dezember 2015 wurde mit der Inbetriebnahme des Logistikzentrums begonnen.

Entwicklung der Kollektionen

Anders als in vielen anderen Modeunternehmen ist Produktentwicklung im Hause GERRY WEBER Teamarbeit. Die Design-Teams bestehen sowohl aus Designern wie auch aus Technikern und Produktmanagern, die über die Entwicklung einzelner Produkte und die Zusammensetzung der Kollektionen entscheiden. Hier trifft Kreativität und Sinn für Innovationen auf technisches Know-how und eine zahlenbasierte Auswertung der verkauften und am meisten nachgefragten Waren. Unsere Designer reisen regelmäßig in die großen Modemetropolen der Welt und lassen sich von den neuesten Trends, Schnitten und Farben inspirieren. Als „Trendfollower“ adaptieren wir diese Trends und passen sie den Bedürfnissen unserer Kundin an. Gemeinsam mit den Bekleidungstechnikern und Ingenieuren wird entschieden, welche Idee mit welchen Materialien umgesetzt werden kann. Die Entwürfe der Design-Teams werden dann an unsere hauseigene Schnittabteilung weitergegeben, die die Schnittmuster für die Prototypen erstellt. Die Prototypen werden komplett in Halle / Westfalen gefertigt. Nach Abstimmung in den Design-Teams wird jedes einzelne Kollektionsteil in einem finalen Workshop abgenommen oder, falls nötig, noch einzelne Änderungen vorgenommen. Die finalen Kollektionsteile werden anschließend im Rahmen der Musterkollektionen für die Handelsvertreter vervielfältigt. Parallel dazu skaliert unsere Schnittabteilung die verschiedenen Größen. Die versandfertigen technischen Daten enthalten neben Schnittmustern für die verschiedenen Größen auch genaue Lagebilder, die zeigen, wie das Material optimal für die einzelnen Teile eines Kleidungsstücks genutzt wird. Mit dieser Herangehensweise gewährleistet GERRY WEBER, dass die beauftragten Produktionspartner die Fertigungs- und Qualitätsstandards einhalten und damit die exzellente und kontinuierliche Passform sichergestellt ist. Diese Vorgehensweise erlaubt es uns, die Kontrolle über unsere Schnitte und Passformen in den eigenen Händen zu bewahren und damit flexibler bei der Wahl der Produktionspartner zu bleiben. Darüber hinaus wird dank der Lagenbilder das zur Verfügung stehende Material bestmöglich genutzt. Auch neue Produktionspartner können auf diese Weise schnell in die Beschaffungsstrukturen der GERRY WEBER Gruppe eingebunden werden. Anders als die GERRY WEBER Core-Marken, GERRY WEBER, TAIFUN und



Wertschöpfungsprozess



SAMOON by GERRY WEBER, entwickelt HALLHUBER seine Kollektionen nicht in Halle/Westfalen, sondern in München, wo das Unternehmen seit jeher tätig ist. Die Herangehensweise im gesamten Kollektionsentwicklungsprozess bei HALLHUBER ist im Wesentlichen der Herangehensweise in Halle sehr ähnlich. Bis dato bezieht HALLHUBER jedoch seine Ware über Agenturen in Asien und ist nicht mit einem eigenen Team von Technikern und Qualitätspersonal vor Ort vertreten. Zukünftig wird HALLHUBER das in den GERRY WEBER Beschaffungsbüros vorhandene Know-how nutzen.

Warenmanagement / Merchandisemanagement

Nach der Kollektionsentwicklung erfolgt das Warenmanagement, in dem festgelegt wird, welche Artikel in welcher Anzahl, für welche Retail-Flächen produziert werden müssen. Dazu werden die Werte aus den Vorjahren analysiert, Trends berücksichtigt und je nach Flächenformat und Absatzregion spezifische Charakteristika, wie z. B. bestimmte Farben, die in einigen Ländern beliebter sind als in anderen, berücksichtigt. Auch Faktoren wie die Größe der individuellen Fläche spielen hierbei eine große Rolle. Die Ware für unsere Vertrauenslimitkunden aus dem Wholesale-Segment wird ebenso wie die für das Retail-Segment bestimmte Ware geplant und bestellt. Als Vertrauenslimitkunde überträgt der Händler sein Orderlimit an GERRY WEBER. Die GERRY WEBER Experten stellen dann für den Händler individuell flächenoptimiert nach Kundenstruktur und Orderlimit die jeweils passenden Kollektionsteile zusammen. Jahrelange Erfahrung auch im Rahmen unserer systematischen Auswertung der täglichen Abverkaufszahlen mithilfe von mehr als 6.000 EDI-Schnittstellen vom Point-of-Sale ermöglicht uns ein optimales, flächenoptimiertes Warenmanagement. Auf diese Weise konnten wir unsere Abverkaufspotenziale über die Jahre hinweg stetig steigern. Wir wollen auch unsere Handelspartner an dem Wissen über unsere eigenen Kollektionen teilhaben lassen. Deswegen nutzen immer mehr Wholesale-Partner unser „Vertrauenslimit-Konzept“.

Im Wholesale-Segment findet parallel dazu für alle Wholesale-Kunden, die keine Vertrauenslimitkunden sind, die sogenannte Vororder statt. Die Vertriebsmitarbeiter präsentieren mithilfe der oben erwähnten Musterkollektionen den Franchise- und Handelspartnern die neue Kollektion aus der diese dann ihren Warenbedarf bestellen. Alternativ besteht die Möglichkeit für unsere Kunden, ihre Order auf der internetbasierten Bestellplattform aufzugeben.

Produktion und Beschaffung

Auf Basis des Warenmanagements und der Daten aus der Vororder der Wholesale-Kunden wird der Produktionsbedarf je Produkt festgelegt. Das Produktionsvolumen der GERRY WEBER Gruppe belief sich im Geschäftsjahr 2014 / 15 auf rund 29 Mio. Einzelteile, wobei 3,6 Mio. Teile auf die Marke HALLHUBER entfallen.



TAUSEND

EDI-Schnittstellen ermöglichen ein optimales, flächenoptimiertes Warenmanagement am Point-of-Sale.

Generell unterscheiden wir hinsichtlich der Beschaffung zwei Bezugsarten: die passive Lohnveredelung und den Vollkauf. Im Rahmen der passiven Lohnveredelung werden alle für das Kleidungsstück notwendigen Einzelteile, wie Reißverschlüsse, Knöpfe und Stoffe von GERRY WEBER im Vorfeld erworben und zur Fertigung zusammengestellt. Allein die eigentliche Produktion der Kleidungsstücke erfolgt durch die ausgewählten Produktionspartner. Im Gegensatz zur passiven Lohnveredelung wird beim Vollkauf das komplette Produkt von unseren Partnern hergestellt. In diesem Falle sind diese nicht nur für die Herstellung, sondern auch für die komplette Beschaffung der Materialien verantwortlich. Unterstützend erhalten diese Partner ebenfalls die technischen Daten sowie klare Vorgaben für Obermaterialien und Zutaten. Im Gegensatz zu den GERRY WEBER Core-Marken (GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON by GERRY WEBER) lässt HALLHUBER seine Ware bis dato ausschließlich über den Vollkauf erstellen. Kosteneffiziente Beschaffungsstrukturen sind essentiell für unseren Erfolg. Die GERRY WEBER Gruppe verfügt über ein eigenes Beschaffungs-System, das die Auswahl von den für uns besten Produktionspartnern hinsichtlich unserer Qualitätsansprüche und der Social Compliance-Vorgaben zu wettbewerbsfähigen Preisen ermöglicht. Alle Produktionspartner unterziehen sich einem strengen Auswahlverfahren und werden laufend von den GERRY WEBER Mitarbeitern überwacht. Eine Aufnahme in den Lieferantenpool der GERRY WEBER Gruppe erfolgt zudem ausschließlich nach Freigabe durch die Social Compliance-Abteilung. Auf diese Weise können wir gemeinsam mit unseren Partnern die Qualität der GERRY WEBER Ware gewährleisten und die dahinter stehenden Produktionsprozesse stetig weiter verbessern.

Kriterien bei der Auswahl neuer Produktionspartner beinhalten auf der einen Seite objektive, produktionstechnische Parameter und auf der anderen Seite GERRY WEBER spezifische Aspekte. Zentrales Auswahlkriterium ist die Einhaltung unserer hohen Qualitäts- und Verarbeitungsstandards. In diesem Zusammenhang ist uns nicht nur das Qualitätsbewusstsein unserer Hersteller im Rahmen des

Produktionsprozesses wichtig, sondern auch die Qualität der verwendeten Materialien. Wir achten penibel auf die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen hinsichtlich der verwendeten Materialien und Zutaten. Waren aus dem Hause GERRY WEBER dürfen keine gesundheitsgefährdenden Materialien enthalten. Um dies gewährleisten zu können, vertrauen wir nicht nur auf die international anerkannten Prüfinstitute, sondern prüfen die Ware stichprobenartig auch in unserem eigenen Labor in Halle / Westfalen. Ein weiteres sehr wichtiges Auswahlkriterium ist die Fähigkeit eines potenziellen Lieferanten, die Ware in der angefragten Menge termingerecht liefern zu können. Es ist für uns unerlässlich, die bestellte Menge zum vereinbarten Zeitpunkt zu erhalten.

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 (BSCI) führen wir Prüfungen nach unseren eigenen Maßstäben durch. So werden ausschließlich Produktionspartner ausgewählt, die durch unsere Social Compliance Abteilung überprüft und für geeignet erklärt werden und unseren Ansprüchen hinsichtlich der Einhaltung der Sozial- und Umweltstandards gerecht werden. Neben den genannten Aspekten zählen zudem Seriosität, Reputation und Bonität zu den Kriterien bei der Lieferantenauswahl.

Wir verfügen über ein globales Netzwerk an Lieferanten und Produktionspartnern und entscheiden in Abhängigkeit von Produkt, Material und den benötigten Volumina, welcher der geprüften Partner welchen Auftrag erhält. Entsprechend flexibel, qualitätsorientiert und kosteneffizient können wir unsere Ware beziehen. Mit unseren eigenen Büros in Shanghai, Istanbul und Bangkok haben wir eigene Mitarbeiter vor Ort in den Beschaffungsregionen und können auf diese Weise sowohl die Einhaltung der hohen Qualitätsstandards als auch die Arbeits- und Produktionsbedingungen regelmäßig überprüfen.

Im Rahmen der Akquisition von HALLHUBER und der Integration des neuen Tochterunternehmens in die GERRY WEBER Gruppe haben wir vor allem in der Beschaffung begonnen, erste Synergien zu heben. Durch die gemeinsame Beschaffung können beachtliche Skaleneffekte realisiert werden. Ein weiterer Lernprozess in der Zusammenarbeit mit dem neuen Tochterunternehmen war die Einführung von sogenannten „Open-to-Buy-Limits“, wie HALLHUBER sie schon seit langem sehr erfolgreich anwendet. Bei dieser Form der Produktions- bzw. Beschaffungsplanung bestellen wir als Käufer der Ware beim Produzenten zunächst rund 80 % des antizipierten Gesamtbedarfs für eine Kollektion. Die übrigen 20 % oder auch mehr können nachträglich in Auftrag gegeben und sehr schnell nachgeliefert werden,

wenn der Bedarf tatsächlich absehbar ist. Auf diese Weise wird nur so viel Ware produziert wie auch am Point-of-Sale verkauft wird und es werden hohe Überbestände am Ende der Saison vermieden. Im Geschäftsjahr 2014 / 15 wurden für die GERRY WEBER Core-Marken (GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON by GERRY WEBER) rund 77,1 % (Vorjahr: 77,9 %) der Ware als Vollkaufware und rund 22,9 % (Vorjahr: 22,1 %) in Form der passiven Lohnveredelung (PLV) bezogen. Die gesamte PLV-Ware wird in Osteuropa, und dort vor allem in Moldavien, Bulgarien und Mazedonien, gefertigt. Damit liegt der Produktionsanteil, der in Osteuropa bezogen wird, bei insgesamt rund 24,5 % (Vorjahr: 22,1 %). Mit rund 48,2 % (Vorjahr: 49,6 %) 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 23,8 % (Vorjahr: 28,3 %) der Waren. Die verbleibenden 3,5 % werden in Westeuropa gefertigt. Wichtigste Produktionsländer für HALLHUBER sind China (39,5 %), die Türkei (23,6 %) und Bulgarien mit 14,1 % Anteil am gesamten Produktionsvolumen.

Logistik

Bis Ende des Geschäftsjahres 2014 / 15 nutzte die GERRY WEBER Gruppe überwiegend die Kapazitäten spezialisierter Logistikdienstleister, um den Gesamtbedarf an Logistikdienstleistungen abzudecken. Eigene GERRY WEBER Mitarbeiter arbeiteten eng mit den Logistikdienstleistern zusammen und begleiteten die Abwicklung gemäß unserer Vorgaben. In insgesamt acht Lagern, die jeweils auf Hänge-, Liege- oder Onlineware oder (wie im Falle von HALLHUBER) auf eine bestimmte Marke spezialisiert sind, führten eigene Mitarbeiter oder die Logistikpartner die gesamte Transportvorbereitung, die Lagerhaltung, die Aufbereitung und Kommissionierung der Ware sowie den Versand an die einzelnen Verkaufspunkte eigenständig durch. Drei der acht Lager werden von der Marke HALLHUBER genutzt. Von diesen drei Lagern werden zwei Lager durch HALLHUBER selber und eines in Zusammenarbeit mit einem Logistikdienstleister für den Online Shop und die Nachversorgung betrieben.

Vor dem Hintergrund der sich ständig verändernden Anforderungen an unsere Logistikprozesse und dem Wachstum der Gesellschaft in den vergangenen Jahren hat sich die GERRY WEBER Gruppe entschieden, ein eigenes, auf unsere Bedürfnisse spezialisiertes Multichannel-Lager zu bauen. Im April 2014 wurde der erste Spatenstich für das neue Logistikzentrum vollzogen. Mit Beginn der Inbetriebnahme des Logistikzentrums im Dezember 2015 und dem Versand des ersten Päckchens aus dem neuen Lager beginnt in der ersten Jahreshälfte 2016 die Anlaufphase des neuen Logistikzentrums. In den nächsten Monaten werden sukzessive alle

Marken in das neue Lager überführt. Während dieser Zeit werden die bestehenden Kooperationen mit den Logistikdienstleistern vorerst aufrechterhalten, um einen sicheren und reibungslosen „Hochfahren“ der neuen Logistikstrukturen zu gewährleisten. Im neuen Multichannel-Lager kann die Entscheidung, in welchen Vertriebskanal, Online, Retail oder Wholesale, die Ware schließlich fließen soll im letzten Moment vor der Auslieferung getroffen werden. Auf diese Weise können bislang verpasste Umsatzpotenziale besser ausgenutzt werden. Darüber hinaus werden wir durch den sehr hohen Automatisierungsgrad die Logistikkosten pro Stück deutlich reduzieren. Das Investitionsvolumen für das Logistikzentrum liegt bei ca. EUR 90 Mio. Ziel ist es, das Logistikzentrum im Laufe des 1. Halbjahres 2016 voll in Betrieb zu nehmen und auch HALLHUBER ab Mitte des Jahres 2016 zu integrieren.

Um das volle Potenzial des Multichannel-Lagers zu nutzen, ist die von uns 2010 eingeführte Radiofrequenz-Identifikationstechnologie (RFID) von zentraler Bedeutung. Dank dieser Technologie können viele Logistikprozesse vereinfacht und beschleunigt werden. Jedes GERRY WEBER Core-Marken-Kollektionsteil wird bereits im Rahmen des Fertigungsprozesses durch einen in das Pflegeetikett integrierten RFID-Mikrochip mit einer eindeutigen Produktnummer gekennzeichnet. Mithilfe von speziellen Lesegeräten kann diese Produktnummer erfasst und ausgewertet werden. Entsprechend schnell und einfach können Waren bei der Anlieferung in das Multichannel-Lager identifiziert und auf Vollständigkeit kontrolliert werden. Gleiches gilt für die Erfassung der Warenbestände in den einzelnen Stores. Durch die RFID-Technologie erhöht sich nicht nur die Transparenz innerhalb des Logistikprozesses, sondern es ist auch eine exaktere 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 zerstört sich nach einigen Waschgängen von selber. Durch seine gute Sichtbarkeit am Pflegeetikett kann die Kundin den RFID-Chip ganz einfach auch jederzeit selber entfernen. Im Zuge der Integration der HALLHUBER Waren in das neue Logistikzentrum werden zukünftig auch alle HALLHUBER Produkte mit dem RFID-Mikrochip versehen werden.



FAKTEN ZUM GERRY WEBER LOGISTIKZENTRUM

- **GESAMTGRUNDSTÜCKSFLÄCHE:** CA. 145.000m²,
DAVON 111.000m² FLÄCHE LOGISTIKZENTRUM
- **LOGISTIKZENTRUM:** CA. 30.000m² BEBAUTE GRUNDFLÄCHE,
CA. 76.000m² NUTZFLÄCHEN
(D. H. LAGER- UND FUNKTIONSFLÄCHEN)
- **LAGERKAPAZITÄT:** 5,6 MIO. TEILE
- **SYSTEMOUTPUT:** BIS ZU 37 MIO. TEILE PRO JAHR
- **BAUZEIT:** INSGESAMT 20 MONATE
- **FERTIGSTELLUNG:** BEGINN DER INBETRIEBNAHME ERFOLGTE
PLANMÄSSIG MITTE DEZEMBER 2015
- **INVESTITIONSVOLUMEN:** CA. EUR 90 MIO.

Vertriebs- und Absatzkanäle

Das Geschäft der GERRY WEBER Gruppe basiert auf drei Vertriebssäulen, die im Wesentlichen gleichzeitig auch die Segmente der GERRY WEBER Gruppe abbilden. Im Rahmen des Wholesale-Segments beliefern wir unsere Handelspartner mit unseren Kollektionen der GERRY WEBER Core-Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON by GERRY WEBER. Im Retail-Segment vertreiben wir die Kollektionen der GERRY WEBER Core-Marken über von uns in Eigenregie geführte Verkaufsflächen und Online Shops direkt an die Endkundin. Schließlich bildet die ausschließlich vollvertikal geführte Marke HALLHUBER die dritte Säule und damit das dritte Segment der GERRY WEBER Gruppe. HALLHUBER wurde im Februar 2015 erworben und wird seit dem 2. Quartal vollständig konsolidiert. Zur besseren Transparenz und aufgrund der operativen Steuerung weisen wir die HALLHUBER Ergebnisse separat aus.

Das GERRY WEBER Core-Retail-Geschäft umfasst alle in Eigenregie geführten Verkaufsformen und Online-Plattformen. Mit einem Umsatzanteil von 47,8% am Gesamtumsatz ist das Retail-Geschäft mit den in Eigenregie geführten Houses of GERRY WEBER, den Monolabel Stores der Marken TAIFUN,

SAMOON by GERRY WEBER und GERRY WEBER EDITION der bedeutendste Vertriebskanal der GERRY WEBER Gruppe. Neben den Houses of GERRY WEBER und den Monolabel Stores zählen zu diesem Vertriebskanal bzw. Segment auch die Concession Stores und die Online Shops der Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON by GERRY WEBER.

SEITE 70 →	Anzahl der Verkaufsflächen in den einzelnen Vertriebskanälen	2014 / 15	2013 / 14
	GERRY WEBER Core-Retail		
	Houses of GERRY WEBER	520	485
	Monolabel Stores	142	144
	Concession-Flächen	291	119
	Factory Outlets	34	30
	GERRY WEBER Core-Wholesale		
	Houses of GERRY WEBER	271	282
	Shop-in-Shops	2.510	2.808
	HALLHUBER		
	HALLHUBER Monolabel Stores	117	–
	HALLHUBER Concession-Flächen	145	–
	HALLHUBER Outlets	13	–



*Wholesale-Kunden übertragen Orderprozess an GERRY WEBER

Nach der Eröffnung des ersten House of GERRY WEBER im Dezember 1999 in Bielefeld ist die Anzahl der in Eigenregie geführten Verkaufsflächen stetig gewachsen. Zum Ende des Berichtszeitraumes am 31. Oktober 2015 bestanden im Rahmen des Retail-Segmentes 987 (Vorjahr: 778) in Eigenregie geführte Houses of GERRY WEBER, Concession Stores, Monolabel Stores und Factory Outlets der GERRY WEBER Core Marken im In- und Ausland. Dabei beträgt die durchschnittliche Größe der Verkaufsfläche eines House of GERRY WEBER rund 200 m². In Abhängigkeit der tatsächlichen Größe und der Lage werden dort alle GERRY WEBER Marken (nicht aber HALLHUBER) angeboten. Mit einer Durchschnittsfläche von rund 100 m² sind die kleineren Monolabel Stores darauf ausgelegt, eine einzelne Marke zu präsentieren. Bei der Ausweitung des Vertriebsnetzwerkes im Rahmen des Retail-Segmentes lag der Fokus im abgelaufenen Geschäftsjahr im Ausland.

Neben den Houses of GERRY WEBER und den Monolabel Stores zählen auch 34 Factory Outlets (Vorjahr: 30) sowie 291 Concession-Flächen (Vorjahr: 119) zum GERRY WEBER Core-Retail-Geschäft. Bei Concession-Flächen handelt es sich um in Eigenregie geführte Shop-in-Shops, die wir mit eigenem Personal ausstatten und deren Warensteuerung wir selber übernehmen. Die Miete, die wir für die Verkaufsfläche zahlen, ist bei diesem Modell vom erzielten Umsatz abhängig, wodurch der Fixkostenanteil an den Mieten insgesamt deutlich gesenkt wird. Die Concession-Flächen befinden sich u. a. in großen Warenhäusern im Ausland, wie etwa bei unserem spanischen Partner „El Corte Inglés“ (42 Flächen) sowie in den Niederlanden bei „de Bijenkorf“, „Hout Brox“ und „van Vuuren Mode“ (64 Flächen). Im Sommer 2015 wurden 162 ehemalige Shop-in-Shops in Galeria Kaufhof Filialen in Deutschland übernommen und zu Concession-Flächen umgewandelt. Damit verfolgen wir unsere angekündigte Vertikalisierungsstrategie konsequent weiter. Durch die hinzugekommenen Verkaufsflächen stärken wir den stringenten Auftritt unserer Marken im Handel. Nach der Eröffnung weiterer Flächen dieses Formats zählten zum 31. Oktober 2015 insgesamt 291 Concession-Flächen im In- und Ausland zum Portfolio.

Das stationäre Storeportfolio des GERRY WEBER Core-Retail-Segments wird durch sechs Online Stores vervollständigt, die eine Verfügbarkeit der Ware in insgesamt neun Ländern gewährleisten. Seit der Eröffnung des EU-Online Shops im

200

m² beträgt die durchschnittliche Größe der Verkaufsfläche eines House of GERRY WEBER

Juni 2014 können nun Kunden aus Deutschland, der Schweiz, der Niederlande, Österreich, Polen, Belgien, Schweden, dem vereinigten Königreich und Frankreich Mode der Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON by GERRY WEBER online erwerben. Unser Ziel ist es, den stationären Handel durch einen eigenen Online Store im jeweiligen Land zu unterstützen.

Neben dem GERRY WEBER Core-Retail-Segment ist HALLHUBER das zweite Segment, das ausschließlich den Vertrieb der Waren auf in Eigenregie geführten Flächen umfasst. Nach der Akquisition der HALLHUBER Beteiligungs GmbH im Februar 2015 ist HALLHUBER Teil der GERRY WEBER Markenwelt und seit dem 2. Quartal 2014/15 voll konsolidiert. HALLHUBER ist ein ausschließlich vertikal ausgerichtetes Unternehmen, das nur über eigene Verkaufsflächen und die Online Shops seine Ware vertreibt. Wenn wir also davon sprechen, wie viel der Retail-Anteil am Gesamtumsatz beträgt, dann beinhaltet der genannte Prozentsatz die Umsätze aus dem GERRY WEBER Core-Retail-Segment und dem HALLHUBER Segment. Mit der Akquisition von HALLHUBER zählen auch die HALLHUBER Stores zu den Verkaufsflächen der GERRY WEBER Gruppe. Nach Eröffnung fünf weiterer HALLHUBER Verkaufsflächen im 3. Quartal unseres Geschäftsjahres und 33 weiterer Stores im 4. Quartal beträgt die Anzahl der HALLHUBER Vertriebsflächen nun 275. Die konsequent fortgeführte Expansionsstrategie von HALLHUBER setzte sich im September 2015 mit dem Markteintritt in Norwegen fort. Die fünf Stores in Oslo, Trondheim und Ålesund sind eigenständige Geschäfte, welche im bekannten HALLHUBER Konzept gestaltet sind. Neben der Erschließung neuer Märkte, steht weiterhin die Expansion in den bereits vorhandenen Märkten im Fokus. Nach Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden, Belgien und Großbritannien ist Norwegen bereits das siebte Land in dem HALLHUBER Fuß fasst. Zu den Flächen zählen im Einzelnen 117 Monolabel Stores, 145 Concession-Flächen sowie 13 Outlets.

Neben den stationären Geschäften vertreibt HALLHUBER seine Produkte auch online über fünf unternehmenseigene Online-Shops in Deutschland, der Schweiz, Österreich, Frankreich und Großbritannien. Zusätzlich sind die HALLHUBER Produkte auch über 15 weitere externe Plattformen wie u. a. bei Amazon, Otto, Zalando oder House of Fraser zu erwerben. Über den Online-Handel erwirtschaftet HALLHUBER derzeit rund 8,6% des Gesamtumsatzes.

Eine detaillierte Aufzählung des Retail-Store-Portfolios nach Regionen kann der folgenden Tabelle entnommen werden.

Land / Region	Summe	davon GWI Core	davon HALLHUBER
Deutschland	839	636	203
Österreich	49	48	1
Niederlande	103	102	1
Belgien	44	29	15
Skandinavien	54	49	5
Osteuropa	28	28	0
Spanien	52	52	0
UK & Irland	50	31	19
Kanada	9	9	0
Italien	1	1	0
Schweiz	31	0	31
Frankreich	2	2	0

Die dritte Säule des GERRY WEBER Vertriebssystems ist das Wholesale-Segment. Unsere Handels- und Franchisepartner bestellen Ware aus unseren Kollektionen und verkaufen diese auf ihren eigenen Verkaufsflächen an die Endkundin weiter. Der Wholesale-Bereich besteht aus drei Vertriebsbausteinen: Houses of GERRY WEBER, die durch unsere Franchise-Partner geführt werden, Shop-in-Shop-Flächen sowie das sogenannte Multilabel-Geschäft. Zum Ende des Geschäftsjahres 2014/15 wurden 271 Houses of GERRY WEBER durch Franchise-Partner geführt (Vorjahr: 282). Diese Geschäfte haben die gleiche Innenausstattung wie unsere eigenen Houses of GERRY WEBER, sodass der Endkunde keinen Unterschied zwischen den beiden Vertriebsformen erkennen kann. Shop-in-Shops sind Verkaufsflächen, die durch den Ladenbau eindeutig der Marke GERRY WEBER (oder TAIFUN/SAMOON) zugeordnet werden können. Sie befinden sich an exponierten Lagen auf den Verkaufsflächen unserer Handelspartner und werden durch diese betrieben. Im Gegensatz dazu sind die Multilabel-Flächen dadurch gekennzeichnet, dass sie kein eigenes Flächenkonzept aufweisen und damit die Marke auch nicht repräsentieren.

Im Juni 2015 haben wir 162 der bestehenden Shop-in-Shop-Flächen in Galeria Kaufhof Filialen in Concession Stores umgebaut. Diese werden seitdem dem Retail-Segment zugeordnet. Abzüglich dieser umgeliederten Verkaufsflächen betrug die Anzahl der Shop-in-Shops zum 31. Oktober 2015 2.510 im Vergleich zu 2.808 im Vorjahr. 536 dieser Flächen befinden sich im Ausland (Vorjahr: 544).

Jahrelange Erfahrung auch im Rahmen unserer systematischen Auswertung der täglichen Abverkaufszahlen mithilfe von mehr als 6.000 EDI-Schnittstellen vom Point-of-Sale ermöglicht uns ein optimales flächenoptimiertes Warenmanagement. Auf diese Weise konnten wir unsere Abverkaufspotenziale über die Jahre hinweg stetig steigern. Wir wollen auch unsere Handelspartner an unserem Wissen über unsere Kollektionen teilhaben lassen. Deswegen nutzen immer mehr Wholesale-Partner unser „Vertrauenslimit-Konzept“. Hierbei überträgt der Händler sein Orderlimit an GERRY WEBER. Die GERRY WEBER Experten stellen dann für den Wholesale-Partner individuell und flächenoptimiert nach Kundenstruktur, Orderlimit und Absatzregion die jeweils passenden Kollektionsteile zusammen. Durch das Vertrauenslimitkunden-Konzept können wir unsere Prozesse weiter vertikalisieren, d.h. eine größere Kontrolle über die Warensteuerung auf der Fläche erlangen. Das hilft uns dabei, auch im Wholesale die Ware noch schneller und kundenwunschoptimierter auf die Verkaufsflächen zu bringen.

Mit Franchise-Partnern geführte Houses of GERRY WEBER nach Regionen

Deutschland	59
Russland	55
Mittlerer Osten	30
Schweiz	24
Osteuropa	22
Frankreich	20
BeNeLux	12
Baltische Staaten	13
Polen	7
Italien	5
Österreich	4
Sonstige	20

Strategie und Ziele

Die Ausgestaltung und Umsetzung von Strategie und Zielen der GERRY WEBER Gruppe obliegt dem Vorstand. Oberstes Unternehmensziel ist das langfristige und profitable Wachstum der Unternehmensgruppe. Zur Erreichung dieses langfristigen Ziels hat der Vorstand Strategien und Maßnahmen ergriffen, die sukzessive umgesetzt und gegebenenfalls an die sich ändernden Rahmenbedingungen angepasst werden. Strategische und langfristig ausgerichtete Schwerpunkte liegen vor allem in der Stärkung der einzelnen Markenprofile, der stetigen Weiterentwicklung unserer Kollektionen und angebotenen Produkte, der konsequenten Optimierung unserer internen Prozesse sowie der weiteren Vertikalisierung und Internationalisierung der Vertriebsstrukturen.

Stärkung der Markenprofile

Unsere Marken zeichnen sich durch eine klare Markt-, Kunden- und Preispositionierung aus. Mit den Dachmarken, GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON by GERRY WEBER und HALLHUBER sind wir im oberen Mittelpreissegment positioniert. Unser Anspruch ist es, eine ähnlich gute Qualität und Passform wie ein Premiumprodukt zu einem deutlich günstigeren Preis anzubieten. Entsprechend sehen wir uns als Brücke zu den Premium- und Luxusanbietern. Dabei sind wir qualitativ deutlich höher positioniert als Produkte aus dem Young Fashion Bereich.

Die GERRY WEBER Zielgruppe ist die modebewusste Frau, die Wert auf attraktives und trendorientiertes Design, verbunden mit hoher Qualität und eine exzellente Passform legt. Dank der GERRY WEBER hauseigenen Schnittabteilung bewahren wir die Hoheit über die Schnitte und Passformen der GERRY WEBER Core-Marken im Hause und können die immer zuverlässigen Passformen garantieren, egal welcher unserer Produzenten den Auftrag für uns realisiert. 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 Anfang 30. Die Zielgruppe der GERRY WEBER Marken entspricht der modebewussten Frau ab Anfang 40. Ergänzt wird das Markenportfolio durch SAMOON by GERRY WEBER, der Kundin mit Anschlussgröße jeden Alters.



PROZENT

Anteil am Gesamtumsatz durch GERRY WEBER, die Dachmarke und Namensgeberin des Unternehmens

Die am längsten bestehende Dachmarke und Namensgeberin des Unternehmens, GERRY WEBER, macht mit 66,6% (Vorjahr: 76,2% ohne HALLHUBER) den größten Anteil am Gesamtumsatz aus. GERRY WEBER Collection steht für qualitativ sehr anspruchsvolle Mode für die modebewusste Frau ab Anfang 40 Jahren, die sich geschlossene Outfits wünscht. Als Kombi-Kollektion erfüllt GERRY WEBER Collection das Bedürfnis der Kundin nach perfekt aufeinander abgestimmten Farb- und Formkombinationen in hoher Qualität mit guter Passform und einem hohen Tragekomfort.

GERRY WEBER Collection wird ergänzt durch die Sublabels GERRY WEBER EDITION, GERRY WEBER CASUAL und G.W. GERRY WEBER EDITION besteht im Gegensatz zu GERRY WEBER Collection aus sportiveren Einzelteilen in den Kategorien Strick, Hose, Rock und Outdoor. Zum 31. Oktober 2015 bestanden 20 eigene Monolabel Stores, in denen ausschließlich GERRY WEBER EDITION Ware angeboten wird. GERRY WEBER CASUAL bewegt sich stilistisch in Richtung GERRY WEBER EDITION, setzt aber systematisch auf den Kombinations-Gedanken von GERRY WEBER Collection. G.W. wurde ursprünglich für den eigenen Retail konzipiert und nicht im Wholesale angeboten. Mittlerweile können auch unsere Wholesale-Kunden G.W. von uns beziehen. Durch die nicht notwendige Vororder können wir die Kollektionen von G.W. schneller auf die Verkaufsflächen bringen und schneller auf Trends reagieren. Für G.W. ist in den nächsten Monaten ein Marken-Relaunch geplant, um die Marke noch mehr den Bedürfnissen der Kundin anzupassen.

TAIFUN ist mit einem Umsatzanteil von 16,1% (Vorjahr ohne HALLHUBER: 18,3%) eine wichtige Marke innerhalb der GERRY WEBER Gruppe. TAIFUN zeichnen neben einem modisch höheren Niveau als GERRY WEBER vor allem die jüngeren Schnitte aus. Die Passformen sind allgemein schmäler, die Röcke etwas kürzer. TAIFUN findet einen gelungenen Mix aus formeller, berufsbezogener und freizeitorientierter Mode. Hochwertige Einzelteile mit einem sehr hohen Modegrad können sowohl zu besonderen Anlässen als auch in der Freizeit geschickt kombiniert werden und werten jedes

Outfit individuell auf. Zum Ende des Berichtszeitraumes, am 31. Oktober 2015, bestanden 80 in Eigenregie geführte TAIFUN Monolabel Stores in Deutschland und in Österreich. Aufgrund der hohen Akzeptanz der TAIFUN Kollektion soll die Marke zukünftig weiter ausgebaut werden. Neben der Neuausrichtung des Store-Konzeptes sollen Accessoires das Portfolio ergänzen.

Hinter SAMOON by GERRY WEBER steht hochwertige Mode in Anschlussgrößen. SAMOON präsentiert lässige, selbstbewusste Mode aus anspruchsvollen Materialien in schmeichelnden Passformen für unsere Kundin ab Kleidergröße 42. Mit derzeit 42 in Eigenregie geführten Monolabel Stores ausschließlich für die SAMOON Kundin haben wird die Eigenständigkeit der Marke in den vergangenen Jahren sukzessive aufgebaut. Bei einem Anteil am Gesamtumsatz von 4,8% (Vorjahr: 5,6% ohne HALLHUBER) sehen wir weiterhin großes Potenzial für SAMOON als Marke mit einer in den Industrienationen stetig wachsenden Zielgruppe.

Nach der Akquisition der HALLHUBER Beteiligungs GmbH ist seit Februar 2015 nun auch HALLHUBER Teil der GERRY WEBER Markenwelt. Bei einer hinsichtlich Preis und Qualitätsanspruch ähnlich gelagerten Positionierung spricht HALLHUBER eine tendenziell jüngere und in ihrem Modestil urbanere Kundin an. Dabei ist HALLHUBER feminin, modern und stilbildend. HALLHUBER bietet modebegeisterten Frauen eine einzigartige Auswahl an Ready-to-wear-Artikeln, Accessoires, Taschen und Schuhen, um individuelle Looks zu kreieren. Die Bedürfnisse der HALLHUBER Kundinnen zu erkennen und diese stilsicher mit den angesagten Modetrends zu verbinden, ist Anspruch und Ansporn zugleich. HALLHUBER verwendet sorgfältig ausgewählte, hochwertige Stoffe und verarbeitet diese mit viel Liebe zum Detail zu topaktuellen Lieblingsstücken. Wie auch bei GERRY WEBER Collection steht der Komplettlook hierbei immer im Vordergrund. Die HALLHUBER Kundinnen schätzen zuverlässige Passformen, perfekte Verarbeitung und ein höchst attraktives Preisniveau. Seit dem 2. Quartal des Geschäftsjahres 2014/15 wird HALLHUBER vollständig konsolidiert. Zum Geschäftsjahresende betrug die Anzahl an HALLHUBER Verkaufsflächen 275 und der Anteil am gesamten Konzernumsatz 12,5%.

Bei GERRY WEBER Core sorgen sechs Kollektionen pro Jahr und Marke, unterteilt in jeweils drei Unterthemen mit 30 bis 35 Einzelteilen dafür, dass unsere Kundin ca. alle drei Wochen neue Ware auf den Verkaufsflächen vorfindet. Eine Ausnahme von diesem Lieferrhythmus stellen G.W. und HALLHUBER dar. Beide Marken sind reine „Retail-Marken“, das heißt es findet keine Vororder mit Wholesale-Kunden statt. Damit sind beide Marken in ihren Entwicklungs- und



PROZENT

beträgt der Anteil am Gesamtumsatz durch die neu integrierte Marke HALLHUBER

Lieferrhythmen schneller auf der Fläche und näher am Trend. Die G.W. Kundin findet einmal im Monat neue Waren im Store. HALLHUBER überrascht seine Kundinnen alle zwei Wochen mit neuen Kollektionen, die einzigartige Geschichten erzählen und unzählige Kombinationsmöglichkeiten bieten.

Basis unseres Erfolges sind die Kollektionen, die die Design-Teams unserer Marken immer wieder neu kreieren. Nur wenn das, was wir entwickeln, dem entspricht, was die Kundin sich wünscht, können wir langfristig erfolgreich sein. Dabei dürfen wir bei unserer Kernmarke GERRY WEBER weder die Bestandskundin, die uns über lange Jahre die Treue gehalten hat, aus den Augen verlieren, noch dürfen wir uns den Ansprüchen der nachwachsenden, jüngeren Kundin verwehren. Die Balance zwischen diesen Anspruchsgruppen ist uns im vergangenen Geschäftsjahr nicht immer vollständig gelungen. Die zielgruppengerechtere Konzeption der einzelnen Kollektionen ist daher Zentrum unserer Aufmerksamkeit für die nächsten Monate.

Internationalisierung der Vertriebsstrukturen

Der Anteil am Konzernumsatz, der mit dem Verkauf unserer Ware im Ausland erwirtschaftet wurde, betrug im Geschäftsjahr 2014/15 rund 37,6%. Im Vorjahr betrug der Auslandsumsatzanteil ohne die Berücksichtigung der HALLHUBER Umsätze, die zu 79,6% in Deutschland realisiert werden, noch rund 40,1%. Zur regionalen Diversifizierung und zur Nutzung vorhandener Marktpotenziale soll der Umsatzanteil aller Marken außerhalb Deutschlands weiter ausgebaut werden. Vor allem für die Marke GERRY WEBER besteht durch die bereits sehr gute Distribution in Deutschland weiteres Wachstumspotenzial fast ausschließlich im Ausland. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014/15 wurde der Markteintritt mit eigenen Verkaufsflächen in Kanada sowie in Finnland mit der Marke GERRY WEBER vollzogen. Anders als GERRY WEBER verfügt HALLHUBER sowohl im In- als auch im Ausland noch über große Wachstumspotenziale, die es zu heben gilt. Die konsequent fortgeführte internationale Expansionsstrategie von HALLHUBER setzte sich im September 2015 mit dem Markteintritt in Norwegen und in den Niederlanden fort.

Retail-Geschäft

Das eigene Retail-Geschäft und damit die einhergehende bessere Kontrolle über den Warenfluss und die Markenpräsentation am Point-of-Sale ist wesentlicher Bestandteil der GERRY WEBER Wachstumsstrategie. Aufgrund der sich zunehmend verändernden Vertriebsstrukturen in der Modeindustrie und der damit verbundenen Vertikalisierung nimmt die Bedeutung der in Eigenregie geführten Retail-Flächen weiter zu. Neben der besseren Positionierung und Präsentation der Marken am Point-of-Sale ermöglicht uns der direkte Kontakt mit unseren Endkundinnen, mehr über ihre Bedürfnisse und Wünsche zu erfahren. Dieses Wissen nutzen wir gezielt, um es direkt in die Kollektionsentwicklung einfließen zu lassen. Mit der Akquisition von HALLHUBER, die ihre Ware ausschließlich über eigenen Flächen vertreiben, ist der Retail-Anteil am Gesamtumsatz im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen. Im Geschäftsjahr 2014 / 15 betrug der Umsatzanteil der über in Eigenregie geführten Flächen realisiert wurde EUR 555,4 Mio. und damit rund 60,3 % des Gesamtumsatzes der GERRY WEBER Gruppe (Vorjahr: 47,5 % ohne HALLHUBER). Der Ausbau der eigenen Retail-Fläche wird im laufenden Geschäftsjahr 2015 / 16 schwerpunktmäßig über die Eröffnung von 50–60 HALLHUBER Stores im In- und Ausland erfolgen. Dem überdurchschnittlichen Ertragspotenzial stehen im eigenen Retail höhere Risiken durch einen höheren Fixkostenanteil gegenüber. Um diese Fixkosten so variabel wie möglich zu gestalten, setzen wir zukünftig zunehmend auf flexiblere Retail-Modelle wie z. B. das Concession Modell. Bei den Concession Stores sind die zu entrichtenden Mieten umsatzabhängig, das heißt zu weiten Teilen variabel, was die Risiken deutlich minimiert. Ferner unterziehen wir regelmäßig das gesamte Store Portfolio einer regelmäßigen Kontrolle und scheuen uns auch nicht, unprofitable Flächen zu schließen.

Vertikalisierung und Optimierung der Prozesse

Organisatorisch hat sich die GERRY WEBER Gruppe über die letzten Jahre mehr und mehr zu einem vertikalen Modeunternehmen entwickelt. Dank der engen Verzahnung, Steuerung und Kontrolle der verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette konnte das Zusammenspiel von Entwicklung, Herstellung und Vertrieb über die Jahre kontinuierlich weiter verbessert werden. Das Ergebnis ist schon jetzt eine

Verkürzung der Entwicklungs- und Lieferzeiten. Die sukzessive Straffung der Kollektionen und die damit einhergehende Verringerung der Komplexität haben ebenfalls zur Beschleunigung der Produktions- und Lieferzyklen beigetragen. Als Bekleidungsunternehmen auf dem Weg zu einem vollvertikalen Player wollen wir die gesamte Wertschöpfungskette begleiten und kontrollieren. Dies ist enorm wichtig in einer Zeit, in der die neusten Trends immer schneller von den Kunden auf den Verkaufsflächen gefordert werden. Durch die zunehmende Vertikalisierung sollen die Lieferzeiten weiter verkürzt und die Kontrolle über das Warenmanagement auf der Fläche gewährleistet werden. Ein weiterer wichtiger Schritt zur Optimierung der Prozesse gelang uns mit der Fertigstellung und Inbetriebnahme des neuen Multichannel-Lagers in unmittelbarer Nähe zur Unternehmenszentrale im Dezember 2015. Im neuen Multichannel-Lager kann die Entscheidung, in welchen Vertriebskanal, Online, Retail oder Wholesale, die Ware schließlich fließen soll im letzten Moment vor der Auslieferung getroffen werden. Auf diese Weise können bislang verpasste Umsatzpotenziale besser ausgenutzt werden. Darüber hinaus können wir durch den sehr hohen Automatisierungsgrad die Logistikkosten pro Stück deutlich reduzieren, was in Summe zu einer deutlichen Logistikkosten-Ersparnis führen wird.

Weitere Integration HALLHUBER und Realisierung von Synergien

Mit dem Erwerb von HALLHUBER als vollvertikales Unternehmen, das seine Ware ausschließlich über in Eigenregie geführte Verkaufsflächen vertreibt, ist der Vertikalisierungsgrad der GERRY WEBER Gruppe weiter gestiegen. Die GERRY WEBER Core-Marken können von der jahrelangen Erfahrung von HALLHUBER als vollvertikalen Player profitieren. Ein wichtiger Lernprozess in der Zusammenarbeit mit dem neuen Tochterunternehmen war die Einführung von sogenannten „Open-to-Buy-Limits“, wie HALLHUBER sie schon seit langem sehr erfolgreich anwendet, auch bei GERRY WEBER. Bei dieser Form der Produktions- bzw. Beschaffungsplanung bestellen wir als Käufer der Ware beim Produzenten zunächst rund 80 % des antizipierten Gesamtbedarfs für eine Kollektion. Die übrigen 20 % oder auch mehr können bei Bedarf nachträglich in Auftrag gegeben und sehr schnell nachgeliefert werden, wenn der Bedarf tatsächlich absehbar ist. Auf diese Weise wird nur so viel Ware produziert, wie auch am Point-of-Sale verkauft wird, und es werden zu große Überbestände am Ende der Saison vermieden. Weitere Synergien bestehen in der Zusammenlegung der Beschaffungsstrukturen, da über größere bestellte Mengen Skaleneffekte realisiert werden können, und in der Integration von HALLHUBER in das neue GERRY WEBER Logistikzentrum im 2. Halbjahr 2016.

18

bis 24 Monate werden wir für den erfolgreichen Neuausrichtungsprozess benötigen

Die nicht zufriedenstellende Geschäftsentwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr sieht uns in der Pflicht, die langfristigen Strategien um Maßnahmen zu ergänzen, die die GERRY WEBER International AG wieder auf den gewohnten Pfad des profitablen Wachstums zurückführen sollen. Der Vorstand hat im September 2015 nach gründlicher Analyse der Ist-Situation ein Maßnahmenpaket definiert, welches bereits im Finanzbericht über das 3. Quartal 2014/15 vorgestellt und in den darauf folgenden Monaten weiter detailliert wurde und noch wird. Mit der Umsetzung der ersten Maßnahmen haben wir bereits im abgelaufenen Geschäftsjahr begonnen. **Wir werden rund 18 bis 24 Monate zur erfolgreichen Umsetzung dieser Maßnahmen benötigen, um die Profitabilität der Gesellschaft wieder deutlich zu verbessern.** Eine detaillierte Darstellung des Programms zur Neuausrichtung der GERRY WEBER Gruppe kann dem Prognosebericht dieses Geschäftsberichts entnommen werden.

Leitung und Kontrolle / Steuerungsgrößen

Als kapitalmarktorientiertes Unternehmen verfolgt die GERRY WEBER International AG die nachhaltige Wertsteigerung der GERRY WEBER Gruppe. Um die Umsetzung der eingeleiteten Strategien

und der daraus resultierenden Ziele messbar zu machen, wurde ein standardisiertes Steuerungssystem eingerichtet, welches mithilfe der Implementierung finanzieller und nicht finanzieller Kennzahlen die Entwicklung des Unternehmens greifbar macht.

Langfristiges Ziel der GERRY WEBER International AG ist es, zukünftig wieder profitabel zu wachsen und damit den Unternehmenswert zu steigern. Folglich ist die profitable **Steigerung des Umsatzes** wichtiges Unternehmensziel und damit eine wichtige Kennzahl, nach der der Vorstand das Unternehmen steuert. Der **Umsatzsplit nach Regionen** ist ebenfalls eine bedeutende Kennzahl, gibt sie doch den **Stand der Internationalisierung des Unternehmens** wider. Mittelfristig soll der Umsatzanteil, der mit den GERRY WEBER Marken außerhalb Deutschlands generiert wird, über 50% liegen. Als nicht nur wachstum-, sondern auch ergebnisorientiertes Unternehmen sind die Kennzahlen **Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)** und das **Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** ebenfalls wichtige finanzielle Steuerungsgrößen der GERRY WEBER Gruppe.

Im Sinne eines langfristig orientierten und nachhaltig profitablen Wachstums ist die Vertikalisierungsstrategie ein wichtiger Fokus unseres Handels. Dies bedeutet nicht nur den profitablen Ausbau des Retail-Segmentes, sondern auch die zunehmende Vertikalisierung des Wholesale-Segmentes. Eine bessere Steuerung des Warenflusses bzw. Betreuung der Verkaufsflächen unserer Wholesale-Partner ist dabei Schwerpunkt unserer Arbeit.

In den kommenden 18 bis 24 Monaten wird der Schwerpunkt der Retail-Expansion auf der Marke HALLHUBER liegen. Pro Jahr sollen 50 bis 60 neue HALLHUBER Verkaufsflächen im In- und Ausland neu eröffnet werden. Nach Jahren der Expansion werden wir das Store Portfolio der GERRY WEBER Core-Marken einer genauen Prüfung unterziehen, um einerseits die Überdistribution zu vermeiden und andererseits die Profitabilität des GERRY WEBER Core-Retail-Bereichs zu verbessern. Die Anzahl bzw. die Verkaufsfläche in Quadratmeter ist wichtige nicht-finanzielle Steuerungsgrößen des Unternehmens.

WIRTSCHAFTS- UND BRANCHEN-BERICHT

Als Mode- und Lifestyle-Unternehmen ist die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der GERRY WEBER International AG vor allem vom Konsumverhalten der Endverbraucher abhängig. Das Konsumentenverhalten wird von einer Vielzahl von Faktoren beeinflusst. Dazu zählen neben der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und den Erwartungen an die zukünftige konjunkturelle Entwicklung vor allem die Einkommensentwicklung der privaten Haushalte. Ebenso beeinflussen das Wetter und die Temperaturen die konkrete Ausgestaltung des Konsumverhaltens der Endverbraucher. Dies beinhaltet einerseits die Frage, ob sie ihr Geld eher sparen oder ausgeben und andererseits für welche Produkte oder Dienstleistungen sie ihr Einkommen verwenden.

Gesamtwirtschaftliche Lage

Wie schon im vergangenen Jahr musste auch 2015 die Prognose für die wirtschaftliche Entwicklung des laufenden Kalenderjahres wiederholt nach unten korrigiert werden. Die Herbstprognosen der Experten des Internationalen Währungsfonds (IWF) und der Weltbank für das weltweite Wirtschaftswachstum 2015 fielen im Schnitt 0,2 % schlechter aus als noch im Frühjahr. Der IWF rechnet nun mit einem im Vergleich zum Vorjahr 0,3 Prozentpunkte niedrigeren Wachstum des globalen Bruttoinlandsproduktes von 3,1 %, die Weltbank rechnet mit einem Wachstum von 2,8 %. Vor allem die Entwicklungs- und Schwellenländer, die nach der Finanzkrise der Motor der Weltwirtschaft waren, blieben hinter den Erwartungen zurück, so die Experten. Der niedrige Ölpreis mache Öl-exportierenden Ländern zunehmend zu schaffen. Auch die Zinserhöhung durch die US-Federal Reserve könnten die Kreditkosten der Schwellenländer weiter erhöhen.

Für die USA und die Eurozone dagegen zeichnen die Experten ein positives Bild. Die niedrige Inflation und die Euro-Schwäche setzen in der Eurozone zusätzliche Impulse. Der IWF rechnet für 2015 mit einem Wirtschaftswachstum von 1,5 % (zuvor: 0,9 %) und damit einer andauernden Erholung der Wirtschaftslage in der Eurozone.

Trotz Euroschwäche und niedrigen Energiekosten blieben auch in Deutschland unterjährige Korrekturen der Prognose zur Entwicklung des deutschen Bruttoinlandsprodukts nicht aus. Insgesamt gingen die führenden Wirtschaftsinstitute zu Jahresbeginn 2015 noch von einem etwas größeren Wachstum des Bruttoinlandsprodukts in Deutschland aus als zum Jahresende. In der Herbstprognose antizipierte die Mehrheit der Experten, einschließlich der Expertenkommission der Bundesregierung, ein Wirtschaftswachstum für Deutschland von im Schnitt 1,7 % für 2015.

Das Konsumverhalten im Kernmarkt Deutschland

Trotz der zunehmenden geographischen Diversifizierung des GERRY WEBER Geschäftsmodells wurden im Geschäftsjahr 2014 / 15 rund 62,4 % des Umsatzes (inklusive HALLHUBER) in Deutschland realisiert. Damit bleibt Deutschland und der deutschsprachige Raum wichtigster Absatzmarkt der GERRY WEBER Gruppe.

Der Konsum der privaten Haushalte war über weite Teile des Jahres 2015 hinweg der wichtigste Treiber der deutschen Wirtschaft. Der Konsumklimaindex für Deutschland der GfK (Gemeinschaft für Konsumforschung) als Gesamtindikator der Teilindikatoren „Konjunkturerwartung“, „Einkommenserwartung“ und „Anschaffungsneigung“ zeigte 2015 vor allem eines: seit 13 Jahren einen Rekordwert nach dem nächsten. Damit zeigten sich die deutschen Konsumenten extrem konsumfreudig. Die Tendenz eines guten Jahresauftaktes in das Jahr 2015 mit einer schwächer als erwarteten zweiten Jahreshälfte zeigt sich jedoch nicht nur in den nach unten korrigierten Jahresprognosen zum Bruttoinlandsprodukt in Deutschland, sondern sie spiegelt sich auch im GfK Konsumklimaindex für Deutschland wider. So stiegen alle Werte in der ersten Jahreshälfte kontinuierlich an und gaben zur zweiten Jahreshälfte nach.

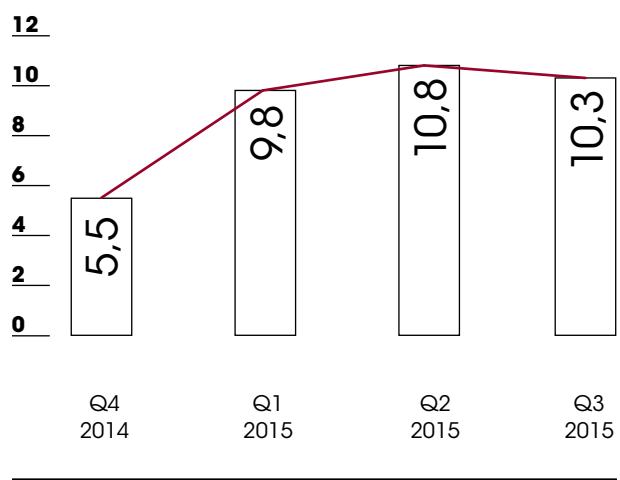
Über Monate hinweg zeigten sich die Deutschen von den Krisenherden in der Ukraine und Syrien oder dem drohenden Ausstieg Griechenlands aus der Währungsgemeinschaft eher unbeeindruckt. Steigende Indexwerte in der Einkommenserwartung, die im Juni 2015 in einem Höchststand seit Wiedervereinigung von 58,6 Punkten mündeten, befeuerten die Anschaffungsneigung der Verbraucher, die ihrerseits im März 2015 einen Höchstwert von 63 Punkten erzielte. Während die Konjunkturerwartung der Deutschen, also der Blick in die Zukunft, bis Mai 2015 stark anstieg, kamen im Juni die Ängste um die Auswirkungen der Griechenlandkrise, der Krisenherde in der Ukraine und im Nahen Osten, aber zunehmend auch die Beunruhigung hinsichtlich des wachsenden Flüchtlingsstroms in Deutschland bei den Konsumenten an. Die Konjunkturerwartung entwickelte sich zum Geschäftsjahresende hin unter die Null-Punkte-Marke und liegt damit unter dem Stand zu Geschäftsjahresbeginn im November 2014.

Das Konsumklima in Europa

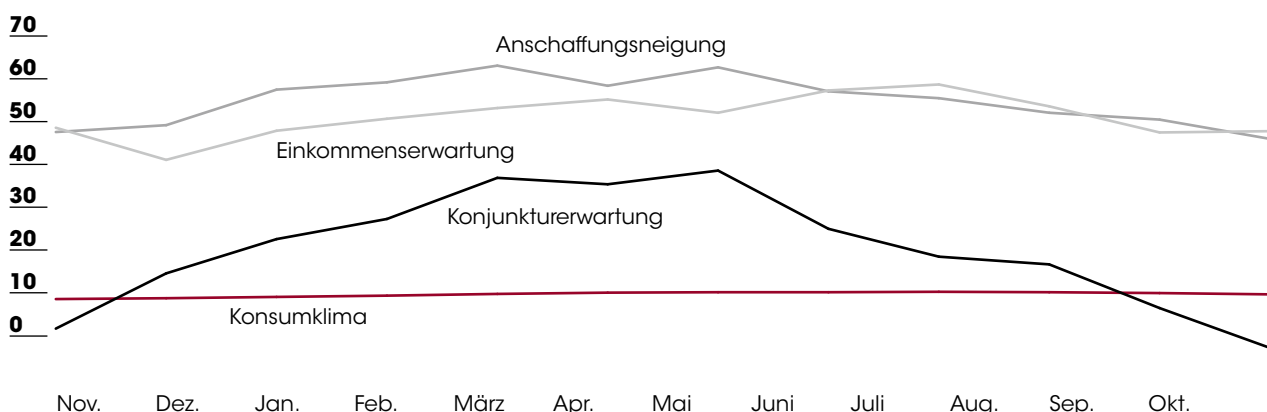
Das Konsumklima in Europa hatte sich vor allem im 1. Kalenderquartal 2015 deutlich verbessert. In den ersten drei Monaten stieg der GfK Konsumklimaindex der EU28 um 4,3 Zähler auf 9,8 Punkte. Das war der höchste Stand seit 2008. Besonders optimistisch waren die Verbraucher in den west- und südeuropäischen Ländern. In Spanien war die Konjunkturerwartung so hoch wie noch nie. In Osteuropa war man dagegen wegen der Krisensituation in der Ukraine und den Wirtschaftssanktionen gegen Russland deutlich pessimistischer.

Trotz der spürbaren Verunsicherung der Konsumenten durch die Krise in Russland und der Ukraine sowie einem möglichen Austritt Griechenlands aus der Eurozone stieg der **GfK Konsumklimaindex für Europa** im 2. Kalenderquartal 2015 weiter auf 10,8 Zähler. Damit setzte der Konsumklimaindex Europa seine Erholung nach einem Dämpfer zum Jahresende 2014 weiter fort.

Konsumklimaindex Europa
GfK-Indikatorpunkte



Entwicklung des Konsumklimas in Deutschland im Zeitraum vom 1. November 2014-31. Oktober 2015
GfK-Indikatorpunkte



In der Befragung zum 3. Kalenderquartal 2015 zeigte sich der Einfluss der Griechenlandkrise, aber auch die zunehmend medial begleitete Flucht tausender Flüchtlinge aus Syrien, wodurch die Krisen im Mittleren und Nahen Osten stärker in das Bewusstsein vieler Europäer gelangten. Während in einigen Ländern die psychologischen Auswirkungen, ausgedrückt durch leicht schlechtere Konjunkturerwartungen, vorherrschten, standen in anderen Ländern konkret Veränderungen hinsichtlich des Wirtschaftswachstums und der Arbeitslosigkeit im Vordergrund.

Russland

Russland ist mit einem Umsatz von etwas mehr als EUR 30 Mio. ein wichtiger Absatzmarkt für die GERRY WEBER Gruppe. Die schwierige wirtschaftliche Lage Russlands, vor allem basierend auf dem nach wie vor sehr niedrigen Ölpreis sowie dem weiteren Verfall des Rubels, aber auch durch die internationalen Sanktionen gegenüber Russland als Folge des Konflikts auf der Krim, haben einen negativen Einfluss auf die Kaufkraft und Konsumlaune der Russen. Diese Entwicklung betraf jedoch nicht nur Russland selber, sondern hatte im Verlauf des Geschäftsjahres 2014/15 auch zunehmend Auswirkungen auf die Anrainerstaaten Russlands. Im 2. Quartal 2015 fiel das Wirtschaftswachstum, nach Angaben der Statistikbehörde Rosstat, mit -4,6% (1. Quartal 2015: -2,2%) geringer aus als erwartet. Nach den schlechten Zahlen für das 2. Quartal korrigierte die Zentralbank die Prognose für das russische Wirtschaftswachstum 2015 auf -3,2% nach unten. Die Entwicklung hatte deutlich negative Auswirkungen auf den Umsatz von GERRY WEBER in Russland und den Anrainerstaaten (z. B. Finnland, Baltische Staaten etc.).

Der deutsche Textilhandel

Bis auf die Situation in Russland waren es im Zeitraum des Geschäftsjahres 2014/15 also Alles in Allem sehr gute Voraussetzungen für die deutsche Wirtschaft, die maßgeblich vom Konsum der Verbraucher profitierte. Der deutsche Textilhandel

dagegen konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr weder von den positiven Wirtschaftsdaten noch von dem gestiegenen Konsumklimaindex profitieren. Laut Angaben des TW Testclubs, eines Panels des deutschen Fachmagazins „Textilwirtschaft“, brachen die Umsätze des deutschen Textilmarktes nahezu über das gesamte Jahr hinweg im Vergleich zum Vorjahr merklich ein. Nach Umsatzrückgängen im Vergleich zum Vorjahresmonat von -9%, -4% und -3% in den Monaten November und Dezember 2014 sowie Januar 2015 (dem 1. Quartal der GERRY WEBER Gruppe), setzte sich der Trend mit Werten von -7%, -4%, und +/- 0% für die Monate Februar bis April 2015 (2. Quartal der GERRY WEBER Gruppe) weiter fort. Nach einem schwachen Mai mit -5% folgten in den Monaten Juni und Juli 2015 (3. Quartal der GERRY WEBER Gruppe) mit jeweils +3% und +4% erstmals wieder positive Wachstumszahlen im Jahresvergleich. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass der positive Wert für den Monat Juli hauptsächlich durch den Umsatzzuwachs im Bereich Herrenmode zustande kam, wohingegen die DOB (Damenoberbekleidung) mit rund -5% weiterhin unter dem Vorjahresumsatz lag. Im 4. Quartal des GERRY WEBER Geschäftsjahres (also in den Monaten August, September und Oktober 2015) zeigten sich die Umsätze sehr volatil. Nach dramatischen -16% im August folgten der September und Oktober mit 8% und 11% erneut positiven Zuwachszahlen, wenn auch auf niedriger Vorjahresbasis. Im Mittel ergibt sich für den Zeitraum November 2014 bis Oktober 2015 ein durchschnittlicher Umsatzrückgang von rund -2% im Vergleich zum Vorjahresmonat.

Gesamteinschätzung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Geschäftsjahr 2014/15

Die Umsatzentwicklung des deutschen Textilhandels im Allgemeinen steht in einem deutlichen Widerspruch zu der positiven Einkommenserwartung und Konsumneigung der privaten Haushalte. Vor allem die Menschen in Deutschland geben offensichtlich weniger Geld für Kleidung aus. Mit einem Umsatzrückgang der GERRY WEBER Core-Marken von -4,4% im Geschäftsjahr 2014/15 folgten diese dem allgemeinen negativen Markttrend und blieben deutlich hinter unseren eigenen Erwartungen zurück. Lediglich unsere Tochtergesellschaft HALLHUBER erzielte im Zeitraum der Konzernzugehörigkeit mit einem Umsatzzuwachs auf vergleichbarer Fläche von 3,2% ein hervorragendes Umsatzwachstum im Vergleich zum Gesamtmarkt.

Neben niedrigen Kundenfrequenzen in den Innenstädten und allgemein sinkenden Umsätzen für Bekleidung in Deutschland erschwerten ergebnisseitig überdurchschnittlich hohe Rabattierungen im direkten Verkaufsumfeld den Abverkauf der Ware zum regulären Preis und zwangen auch GERRY WEBER, Ware verstärkt mit Rabatten zu verkaufen. Der sehr milde Winter 2014/15 sorgte zudem dafür, dass die Winterware in den Läden hängen blieb, sodass erhöhte Warenbestände die Folge waren. Der Abverkauf dieser saisonalen Ware konnte ebenfalls nur deutlich unterhalb des regulären Preises realisiert werden. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass weder der gesamte Textilmarkt noch GERRY WEBER das gute wirtschaftliche Umfeld und die hohe Konsumneigung zu seinen Gunsten nutzen konnte.

ZIEL- ERREICH- UNG

Die GERRY WEBER International AG hatte im Februar 2015 eine Prognose für das Gesamtjahr 2014 / 15 getrennt nach GERRY WEBER Core (GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON) und HALLHUBER bekannt gegeben. Bei Erstellung der Planzahlen und unter Berücksichtigung der zum Zeitpunkt der Prognose herrschenden Marktbedingungen ging der Vorstand von der Erreichung eines Konzernumsatzes für das Geschäftsjahr 2014 / 15 zwischen EUR 970 und 1.000 Mio. aus. Für HALLHUBER rechnete der Vorstand der GERRY WEBER

International AG mit einem Umsatzbeitrag zwischen EUR 110 und 120 Mio. Entsprechend ging die Gesellschaft von einem Umsatzbeitrag des GERRY WEBER Core-Bereiches von ursprünglich EUR 860 bis 880 Mio. aus. Dabei ist zu berücksichtigen, dass HALLHUBER erst seit Februar 2015 in den Konzernabschluss einbezogen wurde, sodass nur neun Monate in den Konzernumsatz einfließen.

Gemäß der ursprünglichen, im Februar 2015 gegebenen, Prognose erwartete der Vorstand die Erreichung eines Konzern-EBITDA zwischen 148 und 157 Mio. und eines Konzern-EBIT zwischen EUR 118 und 126 Mio. Dabei wurde ein zusätzlicher Ergebnisbeitrag von HALLHUBER auf das EBITDA des GERRY WEBER Core-Bereiches von 5 % bis 10 % erwartet.

Ziel- erreichung

Zielerreichung

	Prognose 2014/15 (aktualisiert am 9. Juni 2015)	Erreichung 2014/15
Umsatz	Steigerung im Vergleich zum Vorjahr im einstelligen prozentualen Bereich (Vorjahr: 852,1 Mio.)	EUR 920,8 Mio. (+8,1 %)
EBIT	Rückgang im Vergleich zum Vorjahr von 20 % bis 25 % (Vorjahr: EUR 108,9 Mio.)	EUR 79,3 Mio. (-27,2 %)
Retail	GERRY WEBER Core: Ausweitung der Verkaufsflächen um 10 % (Vorjahr: 138.400 m²) HALLHUBER: Eröffnung von 50-60 neuen Verkaufsflächen	GERRY WEBER Core: Ausweitung der Verkaufsflächen um 12,9 % auf 156.300 m² HALLHUBER: 57 neue Verkaufsflächen
EK-Quote	Erreichung von mindestens 50 %	Eigenkapitalquote: 51,5 %

**PROZENT**

Ausweitung der Verkaufsfläche auf 156.300 m²

Neben den Umsatz- und Ertragszielen lag ein Schwerpunkt der Planung auf der weiteren Expansion der GERRY WEBER Core-Retail-Flächen, die im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014/15 um 10% ansteigen sollten. Ziel für 2014/15 war es, den Anteil des Umsatzes, der über eigene Retail-Verkaufsflächen erwirtschaftet wird, auf mehr als 50% zu erhöhen. Ferner umfasste die ursprüngliche Prognose die Erreichung einer Eigenkapitalquote von mindestens 50%.

Wie bereits in diesem Konzernlagebericht dargestellt, haben sich die externen Rahmenbedingungen im Laufe unseres Geschäftsjahres 2014/15 weiter eingetrübt. Niedrige Kundenfrequenzen in den Innenstädten und Geschäften führten zu niedriger als geplanten Umsätzen. Die geplanten Umsätze für den GERRY WEBER Core-Bereich fielen niedriger aus als geplant, sodass am Ende der Wintersaison hohe Warenbestände verzeichnet wurden. Diese mußten entsprechend mit überdurchschnittlichen Rabattierungen veräußert werden. Aber auch interne Herausforderungen, insbesondere im Hinblick auf die Zusammensetzung und den Modegrad der Kollektionen, führten

**neue Verkaufsflächen von HALLHUBER**

zu niedrigeren Umsätzen des GERRY WEBER Core-Bereiches als ursprünglich geplant. Entsprechend wirkten sich diese Faktoren negativ auf die Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe aus.

Vor diesem Hintergrund hat der Vorstand der GERRY WEBER International AG seine im Februar 2015 gegebene Prognose am 9. Juni 2015, insbesondere für den GERRY WEBER Core-Bereich aktualisiert. Die Ziele für die Tochtergesellschaft HALLHUBER blieben unverändert. Entsprechend prognostizierte der Vorstand einen Anstieg des Konzernumsatzes im hohen einstelligen Prozentbereich sowie eine Reduzierung des Konzern-EBIT zwischen 20% und 25% im Vergleich zum Vorjahr. Die übrigen Ziele blieben unverändert. Auf Basis der am 9. Juni 2015 aktualisierten Planung hat die GERRY WEBER Gruppe die Markterwartung erfüllt. Außerordentlich zufrieden sind wir mit der Entwicklung unserer Tochtergesellschaft HALLHUBER, die, trotz des herausfordernden Marktumfeldes, alle ursprünglich im Februar 2015 gesetzten Ziele erreicht hat. Mit einem Umsatzbeitrag von EUR 115,2 Mio. und einem EBITDA von EUR 10,9 Mio. trug HALLHUBER 13,7% zum Konzern-EBITDA bei und übertraf somit unsere Erwartungen.

VERMÖ- GENS-, FINANZ- UND ERTRAGS- LAGE

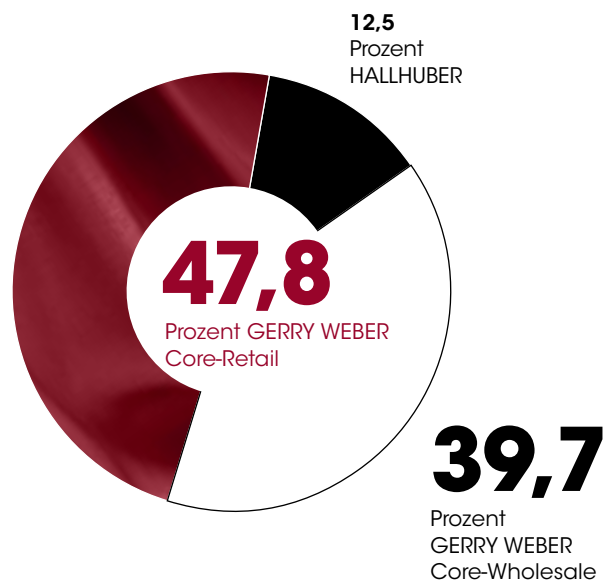
Umsatzentwicklung

Trotz des Umsatzanstieges von EUR 852,1 Mio. auf EUR 920,8 Mio. war das Geschäftsjahr 2014 / 15 kein zufriedenstellendes Jahr für die GERRY WEBER Gruppe. Externe wie interne Faktoren haben sich negativ auf unsere Geschäftsentwicklung ausgewirkt. Das Marktumfeld für den gesamten Modeeinzelhandel ist derzeit herausfordernd und schwierig. Trotz guter ökonomischer Wirtschaftsdaten, insbesondere in unserem größten Markt Deutschland, konnte der Textilhandel nicht von diesem positiven Umfeld profitieren. Hinzu kommt eine deutlich niedrigere Kundenfrequenz in den Innenstädten und Shopping Centern, insbesondere in kleineren und mittelgroßen Städten. Auch der Onlinehandel konnte diesen Rückgang nicht vollständig kompensieren. Die Kundinnen kaufen derzeit einfach weniger Mode. Inverse Wetterverhältnisse können ein Grund sein, da die letzten Winter zu warm und die Sommersaisons verregnet und kühl waren.

Aber auch interne Faktoren haben zu einer nicht zufriedenstellenden Geschäftsentwicklung der GERRY WEBER Gruppe beigetragen. Zwar entwickelte sich die im Februar 2015 erworbene Tochtergesellschaft HALLHUBER sehr positiv und steuerte EUR 115,2 Mio. zum Konzernumsatz bei, jedoch verminderte sich der Umsatz der GERRY WEBER Core Marken (GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON) um 5,4% oder EUR 46,4 Mio. auf EUR 805,6 Mio.

Aufgeteilt nach Segmenten betrug der Anteil des GERRY WEBER Core-Retail-Segmentes am Konzernumsatz EUR 440,3 Mio. und konnte somit seinen Umsatz expansionsbedingt um 8,7% erhöhen. Der Umsatz des GERRY WEBER Wholesale-Segmentes verminderte sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich um 18,3% auf EUR 365,4 Mio. Der Anteil des HALLHUBER Umsatzes am Konzernumsatz belief sich auf 12,5%, wobei zu berücksichtigen ist, dass HALLHUBER erst seit Februar 2015 in den Konzernabschluss einbezogen wurde. Eine genaue Aufteilung des Konzernumsatzes nach Segmenten kann der folgenden Grafik entnommen werden:

**Aufteilung des Konzernumsatzes
2014 / 15 nach Segmenten** zum
31. Oktober 2015



HALLHUBER agiert ausschließlich mit in Eigenregie geführten Verkaufsflächen am Markt und wird daher dem Verkaufskanal Retail zugerechnet. Insgesamt betrug der Anteil des durch die eigenen Verkaufsflächen generierten Umsatzes am Konzernumsatz EUR 555,4 Mio. oder 60,3%.

Umsatzentwicklung**GERRY WEBER Core-Retail**

Der Umsatz der GERRY WEBER Core Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON, der mit unseren eigengeführten Verkaufsflächen generiert wird, wird dem GERRY WEBER Core-Retail-Bereich zugerechnet. Eigene Verkaufsflächen stellen die in Eigenregie geführten Houses of GERRY WEBER und Monolabel Stores, Concession-Flächen, Outlets

sowie eigene Online Shops dar. Dieser Umsatz erhöhte sich im Geschäftsjahr 2014 / 15 um 8,7 % auf EUR 440,3 Mio. Der Umsatzanstieg beruht vor allem auf der Neueröffnung eigener Verkaufsflächen sowie der Umwidmung von ehemals im Wholesale geführten Shop-in-Shop-Flächen in den eigenen Retail (Concession-Flächen).

Im Berichtsjahr konnte die Anzahl der eigenen GERRY WEBER Core-Retail-Geschäfte und Concession Stores von 778 auf 987 erhöht und somit die Verkaufsfläche um 12,9 % auf 156.300 m² (Vorjahr: 138.400 m²) erweitert werden. Neben 55 Houses of GERRY WEBER, überwiegend im Ausland, basiert die Flächenausweitung insbesondere auf der Erhöhung der Concession-Flächen. Im Juni 2015 wurden 162 Shop-in-Shop-Flächen unseres Wholesale-Partners Kaufhof in Concession Stores umgewidmet und seitdem dem GERRY WEBER Core-Retail-Segment zugerechnet. Der Umsatzbeitrag von Juli bis Oktober 2015 betrug EUR 5,8 Mio.

Auf vergleichbarer Fläche, sprich Geschäften, die bereits länger als zwei Jahre bestehen, verminderte sich der GERRY WEBER Core-Retail-Umsatz jedoch um 4,4 % und folgte somit der allgemeinen negativen Marktentwicklung in Deutschland. Der vergleichbare Umsatz im deutschen Mode-einzelhandel verminderte sich im GERRY WEBER

920,8

Mio. EUR Gesamtumsatz im Geschäftsjahr 2014 / 15

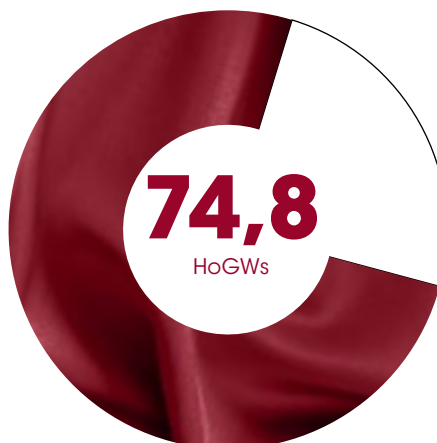
Geschäftsjahr um rund 2%.

Erfreulich entwickelte sich hingegen unser GERRY WEBER Core-Online-Bereich. Der Umsatz des E-Commerce Geschäftes erhöhte sich im Berichtszeitraum von EUR 21,7 Mio. auf EUR 23,8 Mio., was einem Anstieg von 9,3 % entspricht. Ferner werden ausgewählte Produkte der GERRY WEBER Marken auf externen Online-Plattformen wie Zalando.de oder otto.de angeboten. Umsätze mit externen Online-Plattformen werden allerdings nicht dem Retail-Segment, sondern dem Wholesale-Segment zugeordnet.

Bei Betrachtung der Zusammensetzung des GERRY WEBER Core-Retail-Umsatzes nach Vertriebskonzepten, trugen im Berichtszeitraum die 662 Houses of GERRY WEBER und Monolabel Stores 74,8 % zum Retail Umsatz bei (Vorjahr: 76,5 %). Eine Übersicht des Retail-Umsatzes nach Vertriebskonzepten kann der nachfolgenden Grafik entnommen werden.



Umsatzaufteilung Retail
„GERRY WEBER Core“
 2014 / 2015 in Prozent



13,5 Outlets, **5,6** Online Shops, **6,1** Concession Stores

Umsatzentwicklung

GERRY WEBER Core-Wholesale

Das Wholesale-Segment erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014/15 einen Umsatz von EUR 365,4 Mio. nach EUR 447,2 Mio. im Vorjahr. Der Rückgang von 18,3% beruht einerseits auf niedrigeren Ordervolumina unserer Wholesale Kunden sowie andererseits auf einer Verschiebung von Wholesale-Umsatz in den Retail durch Überführung von Shop-in-Shops in Concession-Flächen. Im Gegensatz zu den Shop-in-Shops werden die Concession-Flächen in Eigenregie geführt. Ferner ist GERRY WEBER für die Flächenbestückung und den Warenfluss verantwortlich. Im Geschäftsjahr 2014/15 wurden 162 Shop-in-Shops in den Kaufhof Filialen in Concession-Flächen überführt. Entsprechend wurde Umsatz vom Wholesale in den Retail in Höhe von rund 5,8 Mio. umgewidmet.

Vom bereits im „Wirtschafts- und Branchenbericht“ dargestellten schwierigen Marktumfeld sind auch unsere Wholesale-Partner betroffen. Geringer als geplante Abverkäufe haben nicht nur zu niedrigeren Umsätzen bei unseren Wholesale-Partnern geführt, sondern auch zu überdurchschnittlich hohen Beständen und damit verbunden hohen Rabatten am Ende einer Saison. In der Konsequenz führte dies zu reduzierten Ordervolumina der Wholesale-Partner. Hinzu kommen deutliche Bestellrückgänge unserer Franchise-Partner aus Russland und den Anrainerstaaten aufgrund der wirtschaftlichen und geopolitischen Situation in dieser Region.

GERRY WEBER hat u. a. Lizenzen für Handtaschen, Schuhe, Schmuck und Brillen vergeben, die sowohl im eigenen GERRY WEBER Core-Retail als auch über unsere Wholesale-Partner vertrieben werden. Mit lizenzierten Produkten unter der Marke GERRY WEBER konnten Lizezeinnahmen in Höhe von EUR 2,1 Mio. (Vorjahr: EUR 2,0 Mio.) vereinnahmt werden. Insgesamt entspricht der externe Umsatz, der durch uns und unsere Partner mit Accessoires und Lizenzprodukten erzielt wurde rund EUR 22,3 Mio. (Vorjahr: EUR 21,4 Mio.).

Umsatzentwicklung HALLHUBER

HALLHUBER trug EUR 115,2 Mio. zum Konzernumsatz der GERRY WEBER Gruppe bei. Dabei ist zu berücksichtigen, dass HALLHUBER erstmalig ab Februar 2015 in den Konzernabschluss einbezogen wurde und somit nur neun Monate des HALLHUBER Geschäftsjahres in den GERRY WEBER Abschluss



SEITE
85
→

einfließen. Im Vergleich zum gleichen Vorjahreszeitraum (Februar bis Oktober 2014) konnte HALLHUBER seinen Umsatz um 18,0% steigern. Dabei trugen nicht nur die neu eröffneten Verkaufsflächen zur Umsatzsteigerung bei, sondern auch die bestehenden Flächen. Auf vergleichbarer Fläche erzielte HALLHUBER ein Umsatzwachstum von 3,2% und hat sich damit weitaus besser als der gesamte deutsche Modemarkt (-2%) entwickelt.

In den letzten neun Monaten eröffnete HALLHUBER 57 neue Verkaufsflächen. Zum 31. Oktober 2015 wurden entsprechend 275 Flächen im In- und Ausland in Eigenregie geführt.

Treiber des Umsatzanstieges war auch das Online-Geschäft, das einen um 48,5% höheren Umsatz als im Vorjahreszeitraum erzielte. Mit einem Umsatz von EUR 9,5 Mio. trägt dieser 8,3% zum Umsatz der Monate Februar bis Oktober 2015 bei.

Entwicklung der Markenumsätze

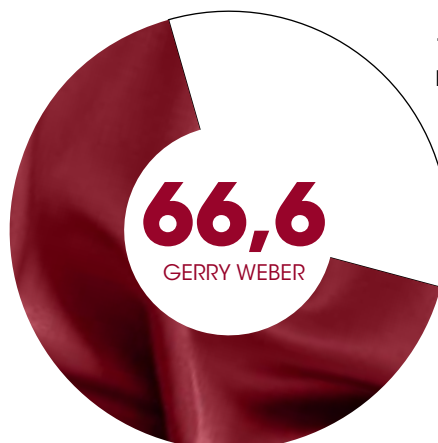
Bei der Vergleichbarkeit der Markenanteile am Konzernumsatz mit den Vorjahreszahlen ist zu berücksichtigen, dass seit Februar 2015 HALLHUBER in den Konzernabschluss einbezogen wurde und somit die Vorjahreszahlen nur bedingt vergleichbar sind.

Die Kernmarke GERRY WEBER mit den Sublabels EDITION, CASUAL und G.W. trug im Geschäftsjahr 2014/15 insgesamt 66,6% (Vorjahr: 76,2%) zum gesamten Konzernumsatz bei. Der Rückgang beruht ausschließlich auf der erstmaligen Einbeziehung von HALLHUBER in den Konzernumsatz. Bei Betrachtung der GERRY WEBER Core-Umsätze (ohne HALLHUBER) erreichte die Markenfamilie GERRY WEBER einen Umsatzanteil von 76,1% (Vorjahr: 76,2%).

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



**Aufteilung des Konzernumsatzes
2014/15 nach Markenfamilien**
in Prozent



16,1 TAIFUN, 12,5 HALLHUBER, 4,8 SAMOON

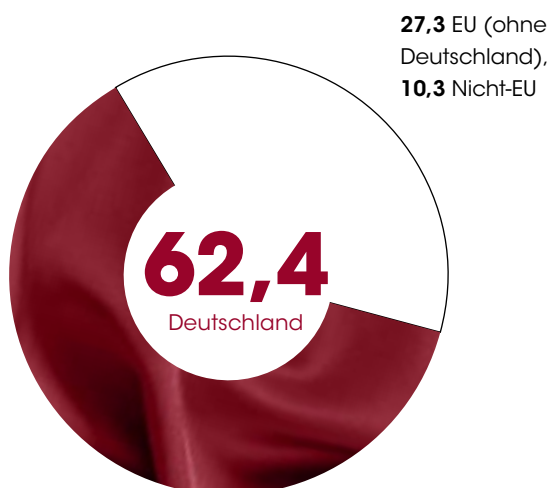
Regionale Umsatzentwicklung

Mit einem Anteil am Konzernumsatz von 62,4 % (Vorjahr: 59,9 %) ist Deutschland der wichtigste Absatzmarkt der GERRY WEBER Gruppe. Der Anstieg im Vergleich zum Vorjahr basiert auf der Einbeziehung von HALLHUBER, die 79,6 % ihres Umsatzes in Deutschland generierten. Bei Betrachtung des Umsatzes der GERRY WEBER Core-Marken hat sich der Umsatzanteil, der in Deutschland erzielt wird, nicht verändert.

Die ausländischen Märkte trugen entsprechend 37,6 % zum Konzernumsatz bei. Dabei wurden 27,3 % (Vorjahr: 29,2 %) innerhalb der Europäischen Union (ohne Deutschland) und 10,3 % (Vorjahr: 10,9 %) außerhalb der EU generiert. Die größten ausländischen Einzelmärkte sind die Niederlande, Österreich sowie Belgien und die Schweiz. Mit 31 Verkaufsflächen und einem Umsatzanteil von 9,7 % ist die Schweiz nach Deutschland der zweitgrößte Markt für HALLHUBER.



Aufteilung des Konzernumsatzes 2014 / 15 nach Regionen (inkl. HALLHUBER) in Prozent



Ertragslage

Verkürzte Gewinn- und Verlustrechnung 2014 / 15 und 2013 / 14

in Mio. Euro	2014 / 15	2013 / 14	Veränderung in %
Umsatzerlöse	920,8	852,1	8,1 %
Sonstige betriebliche Erträge	37,7	15,5	143,2 %
Bestandsveränderungen	12,4	27,9	55,6 %
Materialaufwand	-392,7	-390,9	0,5 %
Personalaufwand	-187,1	-154,9	20,8 %
Abschreibungen	-36,5	-25,3	44,3 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-273,8	-214,2	27,8 %
Sonstige Steuern	-1,5	-1,3	15,4 %
Operatives Ergebnis	79,3	108,9	-27,2 %
Finanzergebnis	-6,2	-4,3	44,2 %
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	73,1	104,6	-30,1 %
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-20,9	-33,2	37,0 %
Konzernjahresüberschuss	52,2	71,4	-26,9 %

Durch die erstmalige Einbeziehung von HALLHUBER stieg der Konzernumsatz der GERRY WEBER Gruppe um 8,1 % auf EUR 920,8 Mio. (Vorjahr: 852,1 Mio.).



Die Profitabilität hingegen verbesserte sich nicht. Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) verminderte sich um 13,7 % auf EUR 115,8 Mio. Entsprechend reduzierte sich auch das operative Ergebnis (EBIT) von EUR 108,9 Mio. im Vorjahr auf EUR 79,3 Mio. Folglich betrug die EBIT-Marge für das Geschäftsjahr 2014 / 15 8,6 % (Vorjahr: 12,8 %).

Im Geschäftsjahr 2014 / 15 erhöhten sich die sonstigen betrieblichen Erträge von EUR 15,5 Mio. auf EUR 37,7 Mio. Gestiegene Mieterlöse aus unseren Immobilien Halle 29 und 30 sowie erhaltenes „Keymoney“ aus der Weitervermietung von Geschäften waren ebenso für den Anstieg verantwortlich wie Erträge aus Kursgewinnen (EUR 4,3 Mio.). Ferner konnten sonstige Verbindlichkeiten aufgelöst werden. Für die verbleibenden Kaufpreiszahlungen für 49 % der Geschäftsanteile unserer Partner in den Niederlanden und Belgien wird von geringeren Beträgen als ursprünglich angenommen ausgegangen. Bei Kauf von 51 % an den Gesellschaften unserer

Franchisepartner in den Niederlanden und Belgien wurde eine Kaufoption für die verbleibenden 49 % vereinbart. Die dafür bilanzierten Verbindlichkeiten konnten zum Bilanzstichtag reduziert werden. Dies führte ebenfalls zu einer Erhöhung der sonstigen betrieblichen Erträge (EUR 12,6 Mio.).

Die Bestückung der neu eröffneten eigenen Retail-Verkaufsflächen führten zu einer Bestandserhöhung in Höhe von EUR 12,4 Mio., wobei davon EUR 9,1 Mio. auf HALLHUBER entfielen. Trotz gestiegener Rabattierungen der Bestände im Verlauf des Geschäftsjahres 2014 / 15 erhöhte sich die Bruttomarge von 57,4 % auf 58,7 %. Dies ist einerseits auf den höheren Retail-Anteil der GERRY WEBER Core-Marken (GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON), sowie der erstmaligen Einbeziehung von HALLHUBER zurückzuführen. Der Materialaufwand des GERRY WEBER Core-Bereiches verminderte sich im Vergleich zum Vorjahr um 11,6 % auf EUR 345,7 Mio. (Vorjahr: EUR 390,9 Mio.) bei nahezu gleichbleibender Bruttomarge. Ferner ist der Anstieg der Konzern-Bruttomarge auf die Einbeziehung von HALLHUBER zurückzuführen. Als voll vertikal ausgerichtetes Modeunternehmen mit ausschließlich eigenen Retail-Flächen erzielte HALLHUBER in den Monaten Februar bis Oktober 2015 eine Bruttomarge von 67,1 %. Wir berechnen die Bruttomarge aus dem um die Bestandsveränderungen ergänzten Materialaufwand im Verhältnis zum Umsatz.

Vor dem Hintergrund der Eröffnung neuer Verkaufsflächen sowie der Übernahme von HALLHUBER hat sich die Zahl der Mitarbeiter der GERRY WEBER Gruppe im Jahresdurchschnitt von 5.202 auf 7.027 erhöht. Bei 1.579 Mitarbeitern betrug der HALLHUBER Personalaufwand für die neun Monate der Einbeziehung in den Konzernabschluss EUR 21,5 Mio. Der Personalaufwand der gesamten GERRY WEBER Gruppe für das Geschäftsjahr 2014 / 15 belief sich auf EUR 187,1 Mio. (Vorjahr: EUR 154,9 Mio.). Bei Betrachtung der Entwicklung der Personalkosten der GERRY WEBER Core-Marken lässt sich feststellen, dass diese im Jahresvergleich um 6,9 % angestiegen sind und die Personalkostenquote 20,5 % betrug (Vorjahr: 18,2 %).

Die Einbeziehung von HALLHUBER (EUR 8,5 Mio.), die Mietereinbauten und Geschäftsausstattungen für die neu eröffneten Filialen sowie planmäßige Abschreibungen auf Grundstücke und Gebäude führten nicht nur zu einem Anstieg des Sachanlagevermögens, sondern damit verbunden auch zu einer Erhöhung der planmäßigen Abschreibungen. Hinzu kamen Abschreibungen aus den im Berichtsjahr getätigten Investitionen. Die Abschreibungen stiegen im Vergleich zum Vorjahr um EUR 11,2 Mio. auf EUR 36,5 Mio.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich im Berichtsjahr deutlich um 27,8 % auf EUR 273,8 Mio. (Vorjahr: EUR 214,2 Mio.), wobei HALLHUBER EUR 47,7 Mio. beitrug. Auf gleicher Vorjahresbasis (ohne HALLHUBER) hätten die sonstigen betrieblichen Aufwendungen EUR 226,1 Mio. betragen. Wie bereits unter den Personalkosten dargestellt, beruht der Anstieg vor allem auf der Expansion des eigenen Retail-Bereiches und damit der Anmietung neuer Verkaufsflächen sowie der Einbeziehung von HALLHUBER. Demzufolge erhöhten sich die Raumkosten des GERRY WEBER Core-Bereiches von EUR 85,5 Mio. auf EUR 97,9 Mio. (+14,4 %) und trugen einen Großteil zur Erhöhung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen bei. Trotz einer Ausweitung der eigenen Verkaufsflächen um 12,9 %, insbesondere außerhalb Deutschlands, stiegen die Fracht- und Verpackungskosten stark unterproportional von EUR 37,2 Mio. auf EUR 40,9 Mio., wobei EUR 3,3 Mio. HALLHUBER zuzurechnen sind.

Ebenfalls in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten sind die Kosten für Marketing und Sponsoring, die im Berichtszeitraum trotz Einbeziehung von HALLHUBER nur um 2,7 % auf EUR 28,3 Mio. angestiegen sind. Erste Erfolge, durch die zunehmende Vertikalisierung unseres Geschäftsmodells Kosten zu reduzieren, zeigten sich im Berichtszeitraum vor allem bei den Kosten der Kollektionsentwicklung, die sich von EUR 6,3 Mio. auf EUR 5,8 Mio. verminderten.

Unter Berücksichtigung aller operativen Kosten ergibt sich ein Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) in Höhe von EUR 115,8 Mio. (Vorjahr: EUR 134,2 Mio.). Die EBITDA-Marge verminderte sich im Berichtszeitraum demzufolge von 15,7 % auf 12,6 %. Insbesondere niedriger als geplante Umsätze des GERRY WEBER Core-Bereiches bei gleichbleibenden Fixkosten sowie die Einbeziehung von HALLHUBER haben zu diesem Rückgang beigetragen.

**MIO. EUR EBIT**

im Geschäftsjahr 2014 / 15

HALLHUBER erwirtschaftet aufgrund seiner ausgeprägten Expansionsphase noch eine insgesamt niedrigere EBITDA-Marge als die GERRY WEBER Core-Bereiche. Wir rechnen jedoch auch aufgrund der Realisierung von Synergie- und Skaleneffekten mit einer deutlichen Steigerung der HALLHUBER Profitabilität in den nächsten beiden Geschäftsjahren.

Das operative Ergebnis (EBIT) verminderte sich entsprechend im Vorjahresvergleich von EUR 108,9 Mio. auf EUR 79,3 Mio. Die EBIT-Marge sank demnach von 12,8% auf 8,6%. Aufgrund der höheren Abschreibungen (EUR +11,2 Mio.) reduzierte sich die EBIT-Marge (-4,2 Prozentpunkte) überproportional zur EBITDA-Marge (-3,1 Prozentpunkte).

Das Finanzergebnis hat sich im Berichtszeitraum von EUR 4,2 Mio. auf EUR 6,2 Mio. verschlechtert, was vor allem auf die höheren Zinsaufwendungen zurückzuführen ist. Insbesondere die Zinszahlungen aus dem Schuldscheindarlehen zur Finanzierung der HALLHUBER Akquisition führen zu den erhöhten Zinsaufwendungen des Konzerns von EUR 3,5 Mio. im Vorjahr auf EUR 6,7 Mio.



Bei nahezu konstanter Steuerquote erwirtschaftete die GERRY WEBER Gruppe einen Konzernjahresüberschuss nach Steuern in Höhe von EUR 52,2 Mio. (Vorjahr: EUR 71,4 Mio.). Entsprechend verminderte sich das Ergebnis je Aktie bei einer unveränderten Aktienanzahl auf EUR 1,14 (Vorjahr: 1,56). HALLHUBER steuerte dabei EUR 0,02 zum Ergebnis pro Aktie bei und leistet damit bereits im ersten Jahr der Einbeziehung einen positiven Beitrag zum Ergebnis pro Aktie.

SEITE

88

Wertschöpfung

Die Wertschöpfungsrechnung stellt die von der GERRY WEBER International AG im Geschäftsjahr erbrachten Unternehmensleistungen abzüglich der Vorleistungen dar. Vorleistungen werden üblicherweise von anderen Unternehmen übernommen und umfassen neben dem Materialaufwand und den sonstigen betrieblichen Aufwendungen auch die Abschreibungen. Die Vorleistungen werden von den Unternehmensleistungen abgezogen, um die Wertschöpfung der Gesellschaft zu ermitteln. Im Vergleich zum Vorjahr ist die erstmalige Einbeziehung von HALLHUBER seit Februar 2015 in den Konzernabschluss (neun Monate) zu berücksichtigen. Daher sind die Vorjahreszahlen nur bedingt vergleichbar. Bei einer Unternehmensleistung in Höhe von EUR 972,9 Mio. und Vorleistungen in Höhe von EUR 704,7 Mio. ergibt sich für das Geschäftsjahr 2014 / 15 eine Wertschöpfung der GERRY WEBER Gruppe in Höhe von EUR 268,2 Mio. (Vorjahr: EUR 265,3 Mio.). Der größte Anteil der Wertschöpfung kam mit 69,8% (Vorjahr: 58,2%) den Mitarbeitern zugute. Der Anteil der Aktionäre an der Wertschöpfung ist mit 12,8% im Vergleich zum Vorjahr (13,0%) nahezu konstant geblieben.

Wertschöpfungsrechnung 2014 / 15

in EUR Mio	2014 / 15	2013 / 14
Herkunft		
Umsatzerlöse	920,8	852,0
Bestandsveränderungen	12,4	27,9
Übrige Erträge und Zinserträge	39,7	15,8
Unternehmensleistung	972,9	895,7
Materialaufwand	392,7	390,9
Abschreibungen	36,5	25,3
Sonstige betriebliche Aufwendungen / Sonstige Steuern	275,5	214,2
Summe Vorleistungen	704,7	630,4
WERTSCHÖPFUNG	268,2	265,3
Verwendung		
Mitarbeiter	187,1	154,9
Öffentliche Hand	20,9	33,2
Kreditgeber	8,2	4,6
Aktionäre	34,4	34,4
Unternehmen (Thesaurierung)	17,6	38,2

Vermögenslage



SEITE

89

Aufgrund der Ausweitung der Geschäftstätigkeit, der Akquisition der HALLHUBER Beteiligungs GmbH im Februar 2015 sowie der in diesem Zusammenhang vollzogenen Emission eines Schuldscheindarlehens mit einem Volumen von EUR 140,0 Mio. zur Finanzierung des Kaufpreises hat sich die Bilanzsumme des GERRY WEBER Konzerns von EUR 685,2 Mio. auf EUR 938,6 Mio. zum 31. Oktober 2015 erhöht. Dies entspricht einer Bilanzverlängerung von 37,0%.

Auf der Aktivseite macht sich die HALLHUBER Akquisition vor allem bei den langfristigen Vermögenswerten und hier insbesondere bei den immateriellen Vermögensgegenständen und den Sachanlagen bemerkbar. So stiegen die langfristigen Vermögenswerte im abgelaufenen Geschäftsjahr um 69,1% von EUR 327,3 Mio. auf EUR 553,2 Mio. an.

Die Zugänge der Immateriellen Vermögensgegenstände von EUR 135,0 Mio. auf EUR 229,9 Mio. betreffen im Wesentlichen erworbene Kundenbeziehungen, Mietverträge und Software sowie Geschäfts- und Firmenwerte im Zusammenhang mit dem Erwerb von 100% der Anteile an HALLHUBER sowie zweier kleinerer Gesellschaften in Finnland und Norwegen. Neben der Übernahme der Vermögens- und Schuldenwerte von HALLHUBER wurde eine Kaufpreisallokation durchgeführt, die stille Reserven auf Seiten von HALLHUBER aufgedeckt hat. Die Kaufpreisallokation ergab einen beizulegenden Zeitwert der Marke HALLHUBER in Höhe von EUR 54,0 Mio. Ferner wurden stille Reserven aus laufenden Mietverträgen aufgedeckt sowie der Wert der Kundenbeziehungen bestimmt. Die ermittelten Werte werden in der Bilanzposition „Immaterielle Vermögenswerte“ ausgewiesen.

Das Sachanlagevermögen stieg im abgelaufenen Geschäftsjahr um EUR 92,7 Mio. oder 47,5% auf EUR 287,8 Mio. und enthält Sachanlagevermögenswerte von HALLHUBER im Wert von EUR 27,0 Mio. Ferner beinhaltet das Sachanlagevermögen die im Rahmen des Neubaus des Logistikzentrums entstandenen Vermögenswerte sowie die Investitionen im Zusammenhang mit der GERRY WEBER Core-Retail-Expansion wie z. B. Mietereinbauten und Geschäftsausstattung.

Die Renditeimmobilien umfassen den Buchwert der Halle 30 in Düsseldorf. Das Gebäude bietet Ausstellungsflächen und Showrooms für verschiedene Modeunternehmen und ist vollständig extern vermietet. Der Buchwert blieb mit EUR 26,5 Mio. (Vorjahr: EUR 26,8 Mio.) im Berichtszeitraum nahezu konstant.

Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen um +7,7% auf EUR 385,4 Mio. in Summe nur leicht an (Vorjahr: EUR 357,9 Mio.). Expansionsbedingt sowie aufgrund der

erstmaligen Einbeziehung des HALLHUBER Vorratsvermögens (EUR 23,7 Mio.) stieg der Vorratsbestand der GERRY WEBER Gruppe im Vergleich zum Geschäftsjahresende 2013/14 um EUR 22,9 Mio. auf EUR 163,6 Mio. (Vorjahr EUR 140,7 Mio.). Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sanken zum Bilanzstichtag um 10,1% auf EUR 63,7 Mio., wohingegen sich der Wert der sonstigen Vermögensgegenstände um EUR 31,3 Mio. auf EUR 70,5 Mio. erhöhte. Diese Position enthält unter anderem die Buchwerte der Finanzderivate zur Währungsabsicherung in Höhe von EUR 46,2 Mio. (Vorjahr: EUR 26,4 Mio.), die den beizulegenden Zeitwerten entsprechen.

Stichtagsbezogen zum 31. Oktober 2015 betrugen die liquiden Mittel EUR 76,1 Mio. nach EUR 104,3 Mio. im Vorjahr.

Auf der Passivseite der Bilanz führte insbesondere das Jahresergebnis abzüglich der Dividendenauszahlung für das Geschäftsjahr 2013/14 zu einem Anstieg des Eigenkapitals von 6,2% auf EUR 483,4 Mio. zum 31. Oktober 2015. Trotz der Aufnahme eines Schuldscheindarlehens mit einem Volumen von EUR 140,0 Mio., das für die Finanzierung des Kaufpreises von HALLHUBER sowie für die Ablösung der HALLHUBER Anleihe aufgenommen wurde, lag die Eigenkapitalquote bei immer noch 51,5% (Vorjahr: 66,4%). Die kumulierten erfolgsneutralen Veränderungen gemäß IAS 39 in Höhe von EUR 31,5 Mio. beinhalten die positiven Zeitwerte von Finanzinstrumenten mit Sicherungsbezug (Devisentermingeschäfte) im Zusammenhang mit der Euro/USD Entwicklung.

Die langfristigen Schulden der GERRY WEBER Gruppe erhöhten sich im Vergleich zum Bilanzstichtag des Vorjahres deutlich von EUR 142,5 Mio. auf EUR 301,4 Mio. Der Anstieg basiert insbesondere auf der Erhöhung der Finanzschulden um EUR 137,9 Mio. auf EUR 215,0 Mio. Die Steigerung beruht vor allem auf der Platzierung des bereits erwähnten Schuldscheindarlehens mit einem Volumen von EUR 140,0 Mio. zur Finanzierung der HALLHUBER Akquisition. Weitere erläuternde Angaben zu diesem und dem bereits im November 2013 emittierten Schuldscheindarlehen zur Finanzierung des Logistikzentrums mit einem Volumen von EUR 75,0 Mio. können dem Konzernanhang dieses Berichtes entnommen werden.

Die langfristigen sonstigen Verbindlichkeiten verminderten sich zum Bilanzstichtag 31. Oktober 2015 von EUR 36,9 Mio. auf EUR 26,6 Mio. Bei Kauf von 51% an den Gesellschaften unserer Franchisepartner in den Niederlanden und Belgien wurde eine Kaufoption für die verbleibenden 49% vereinbart. Die dafür bilanzierten Verbindlichkeiten konnten zum Bilanzstichtag reduziert werden.

Die kurzfristigen Schulden erhöhten sich zum Ende des Berichtszeitraums im Vergleich zum Vorjahr von EUR 87,5 Mio. auf EUR 153,8 Mio. Dies ist in erster Linie auf die



PROZENT
Eigenkapitalquote
zum Bilanzstichtag

Einbeziehung der HALLHUBER Anleihe in den GERRY WEBER Konzernabschluss zurückzuführen. Die Anleihe umfasst ein platziertes Volumen von EUR 30,0 Mio. und wird zu einem Zinssatz von 7,25% verzinst. Aufgrund der vorteilhafteren Finanzierungsmöglichkeiten der GERRY WEBER International AG hat die Hallhuber Beteiligungs GmbH die Anleihe vorzeitig zum 18. Juni 2016 gekündigt. Die kurzfristigen Finanzschulden erhöhten sich entsprechend um EUR 28,7 Mio. auf EUR 35,7 Mio. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich zum 31. Oktober 2015 um EUR 23,4 Mio. auf EUR 60,7 Mio. Dabei ist zu berücksichtigen, dass aus der HALLHUBER Konsolidierung Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von EUR 16,6 Mio. einbezogen wurden.

Die kurzfristigen sonstigen Verbindlichkeiten stiegen leicht von EUR 18,1 Mio. auf EUR 24,3 Mio. Dies ist vor allem auf die Einbeziehung von HALLHUBER (EUR 6,2 Mio.) zurückzuführen. Die kurz- und langfristigen Rückstellungen erhöhten sich ebenfalls von EUR 31,2 Mio. auf EUR 41,8 Mio. Dies ist vor allem auf die Einbeziehung von HALLHUBER zurückzuführen.



SEITE
88
↑

Die GERRY WEBER Gruppe weist trotz der gesunkenen Eigenkapitalquote von 51,1% eine solide Bilanzstruktur auf. Die kurz- und langfristigen Finanzschulden in Höhe von EUR 250,7 Mio. enthalten keine Covenants oder Sicherheitenhinterlegungen. Darüber hinaus decken die liquiden Mittel in Höhe von EUR 76,1 Mio. die kurzfristigen Finanzschulden in Höhe von EUR 35,7 Mio. deutlich ab.

Finanzlage

Trotz eines schlechteren operativen Ergebnisses in Höhe von EUR 79,3 Mio. (Vorjahr: EUR 108,9 Mio.) stieg der Mittelzufluss aus der operativen Geschäftstätigkeit im Vergleich zum Vorjahr um 21,2% auf EUR 82,7 Mio. (Vorjahr: EUR 68,3 Mio.). Ursächlich hierfür waren vor allem die höheren Abschreibungen von EUR 36,5 Mio. (Vorjahr: EUR 25,3 Mio.), die als nicht zahlungswirksame Aufwendungen das operative Ergebnis belasteten. Darüber hinaus trug die geringere Zunahme des Vorratsvermögens in Höhe von EUR 6,8 Mio.

(Vorjahr: EUR 27,4 Mio.) zu dieser Entwicklung bei. Unter Berücksichtigung der liquiditätswirksamen Zinserträge und -aufwendungen sowie der Kosten des Geldverkehrs errechnet sich ein Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit von EUR 77,9 Mio. (Vorjahr: EUR 66,2 Mio.). Damit flossen der Gesellschaft rund EUR 11,7 Mio. mehr zu, das heißt 17,6% mehr liquide Mittel aus der laufenden Geschäftstätigkeit als im Vorjahr.

Das Geschäftsjahr 2014/15 war von einer überdurchschnittlich hohen Investitionstätigkeit geprägt. Die Investitionen in das Sachanlagevermögen erhöhten sich im Vorjahresvergleich von EUR 57,9 Mio. auf EUR 108,8 Mio. zum Bilanzstichtag 31. Oktober 2015. Neben den laufenden Investitionen für die Instandhaltung und Expansion der eigenen Retail-Verkaufsflächen basiert diese vor allem auf den liquiditätswirksamen Investitionen für das neue Logistikzentrum in Höhe von EUR 68,4 Mio. Die Auszahlungen für den Erwerb von vollkonsolidierten Unternehmen erhöhte sich ebenfalls deutlich von EUR 6,4 Mio. auf EUR 107,5 Mio., was insbesondere auf den Erwerb der HALLHUBER Beteiligungs GmbH (EUR 104 Mio. inkl. Erwerbsnebenkosten) sowie zweier kleinerer Gesellschaften in Finnland und Norwegen zurückzuführen ist. Entsprechend erhöhten sich die gesamten Mittelabflüsse aus Investitionstätigkeit von EUR 64,1 Mio. im Vorjahr auf EUR 211,2 Mio. im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014/15. Dies entspricht einem Zuwachs von 229,5%.

Zur Finanzierung der Akquisition der Hallhuber Beteiligungs GmbH und zur Ablösung der HALLHUBER Anleihe mit einem Volumen von EUR 30,0 Mio. zum Juni 2016 wurde im Februar 2015 ein Schuldscheindarlehen in Höhe von EUR 140,0 Mio. aufgenommen. Unter Berücksichtigung der Auszahlung für die Dividende in Höhe von EUR 34,5 Mio. sowie Auszahlungen aus der planmäßigen Tilgung von Finanzkrediten ergibt sich ein Mittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit von EUR 102,3 Mio. (Vorjahr: EUR 36,6 Mio.)

Im Vergleich zum Bilanzstichtag des Vorjahres verringerte sich der Finanzmittelbestand zum 31. Oktober 2015 um EUR 31,0 Mio. Entsprechend betrug dieser zum Ende des Berichtszeitraumes EUR 73,3 Mio.

Investitionen

Wie bereits erwähnt war das Investitionsvolumen der GERRY WEBER Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014/15 überdurchschnittlich hoch und belief sich auf EUR 216,6 Mio. nach EUR 64,1 Mio. im Vorjahr. Hauptträger sind die für das Unternehmen strategisch bedeutsamen Investitionen des Neubaus des Logistikzentrums (EUR 68,4 Mio.) sowie die Akquisition von HALLHUBER (EUR 104,1 Mio. inkl. Erwerbsnebenkosten). Auf Investitionen in Sachanlagen, wie Mieter-einbauten und Betriebs- und Geschäftsausstattung entfielen EUR 45,2 Mio.

Segmentberichterstattung

Die GERRY WEBER International AG hatte ihre Segmentberichterstattung mit Beginn des neuen Geschäftsjahres 2014/15 modifiziert. Erstmals zum 1. Quartal 2014/15 unterschied die GERRY WEBER International AG in die beiden Vertriebssegmente „Wholesale“ und „Retail“. Dabei werden, im Unterschied zur Vergangenheit, sämtliche Entwicklungs- und Fertigungsprozesse der Waren inklusive Transport und Logistik nicht alleine dem „Produktion und Wholesale“ Segment zugerechnet, sondern auf die beiden neuen Segmente „Wholesale“ und „Retail“ 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“ umgelegt.

Vor dem Hintergrund der erstmaligen Einbeziehung der Hallhuber Beteiligungs GmbH sowie der Hallhuber GmbH (im Weiteren HALLHUBER) in den Konzernabschluss der GERRY WEBER International AG wird die Segmentberichterstattung um das Segment „HALLHUBER“ erweitert. 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“ bleiben unverändert und umfassen vor allem die Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden des Renditeobjektes Halle 30. Die Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden der Holdinggesellschaft werden den Segmenten entsprechend ihrer Zurechenbarkeit ebenfalls quotale zugeordnet.

Zur besseren Vergleichbarkeit wurden die Angaben der Segmente „Wholesale“ und „Retail“ für das Geschäftsjahr 2013/14 entsprechend angepasst. Trotz der Anpassung ist eine Vergleichbarkeit nur bedingt gegeben, da HALLHUBER erstmalig ab

dem 2. Quartal 2014/15 in den Konzernabschluss der GERRY WEBER International AG einbezogen wurde und die Vorjahreszahlen entsprechend keine Angaben zu HALLHUBER enthalten.

GERRY WEBER Core-Wholesale-Segment

Der Umsatz des GERRY WEBER Core-Wholesale-Segmentes verminderte sich im Vergleich zum Vorjahr 2013/14 deutlich von EUR 447,5 Mio. auf EUR 365,4 Mio. Damit reduzierte sich der Anteil des Wholesale-Umsatzes am Konzernumsatz von 52,5 % auf 39,7 %. Der Umsatzrückgang von 18,3 % oder EUR 81,8 Mio. basiert unter anderem auf stagnierenden und rückläufigen Ordervolumina unserer Handelspartner. Auch unsere Wholesale-Partner leiden unter den bereits dargestellten schwierigen Marktbedingungen. Überbestände am Ende einer Saison und hohe Rabattierungen führten entsprechend zu einem reduzierten und vorsichtigeren Orderverhalten.

Hinzu kommt, dass sich die Krise in Russland zunehmend auch auf die Anrainerstaaten auswirkt und auch von dort niedrigere Orders platziert wurden. Der Umsatz mit Russland und seinen Anrainerstaaten reduzierte sich entsprechend um rund 30 %.

Aufgrund bereits umgesetzter Kostenmaßnahmen im Segment Wholesale verminderte sich das operative Ergebnis dieses Bereiches mit 26,6 % überproportional zum Umsatzrückgang und betrug im Geschäftsjahr 2014/15 EUR 63,1 Mio.

Aufgrund von Schließungen bzw. Übernahmen einiger durch Franchise-Partner geführten Geschäfte in Ländern, in denen wir zunehmend mit dem eigenen Retail präsent sind (z. B. Finnland) ist die Anzahl der Franchise Houses of GERRY WEBER leicht von 282 zum Ende des Geschäftsjahres 2013/14 auf 271 gesunken. Vor allem aufgrund der Umwidmung von 162 Kaufhof Flächen vom Wholesale hin zum Retail-Segment per Juli 2015 ist die Anzahl an Shop-in-Shop-Flächen im Vergleich zum Geschäftsjahresanfang von 2.808 auf 2.510 gesunken. Zum Ende des Geschäftsjahres 2014/15 befanden sich 536 dieser Shop-in-Shops im Ausland.

Das dem Segment zurechenbare Vermögen stieg um 14,1 % auf EUR 300,1 Mio. ebenso wie die Schulden, die sich um 62,6 % auf EUR 59,2 Mio. erhöhten. Die Investitionen in das langfristige Vermögen betrugen EUR 47,0 Mio. und basieren vor allem auf der quotalen Zurechnung des Vermögens und der Schulden der Holdinggesellschaft auf die einzelnen Segmente. Die Anzahl der Mitarbeiter blieb mit 704 nahezu konstant (Vorjahr: 708).

Anzahl der Verkaufsflächen in den einzelnen Vertriebskanälen

GERRY WEBER Core-Retail

	2014 / 15	2013 / 14
Houses of GERRY WEBER	520	485
Monolabel Stores	142	144
Concession-Flächen	291	119
Factory Outlets	34	30
	987	778

GERRY WEBER Core-Wholesale

Houses of GERRY WEBER	271	282
Shop-in-Shops	2.510	2.808

HALLHUBER

HALLHUBER Monolabel Stores	117	-
HALLHUBER Concession-Flächen	145	-
HALLHUBER Outlets	13	-

GERRY WEBER Core-Retail-Segment

Das GERRY WEBER Core-Retail-Segment umfasst alle in Eigenregie geführten Vertriebskanäle der GERRY WEBER Core Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON.

Der Umsatz des GERRY WEBER Core-Retail-Segmentes erhöhte sich im Vergleich der Geschäftsjahre um 8,7% auf EUR 440,3 Mio. Der Anstieg beruht auf der Neueröffnung eigener Verkaufsflächen sowie der Umwidmung von ehemals im Wholesale geführten Shop-in-Shop-Flächen in das eigene Retail. Im Berichtsjahr konnte die Anzahl der eigenen GERRY WEBER Core-Retail-Geschäfte und Concession Stores von 778 auf 987 erhöht und somit die Verkaufsfläche um

12,9% auf 156.300 m² (Vorjahr: 138.400 m²) erweitert werden. Neben 55 Houses of GERRY WEBER, überwiegend im Ausland, basiert die Flächenausweitung insbesondere auf der Erhöhung der Concession-Flächen. Im Juni 2015 wurden 162 Shop-in-Shop-Flächen unseres Wholesale-Partners Kaufhof in Concession Stores umgewidmet und seitdem dem GERRY WEBER Core-Retail-Segment zugerechnet.

Auf vergleichbarer Fläche, also Geschäften, die bereits länger als zwei Jahre bestehen, verminderte sich der GERRY WEBER Core-Retail-Umsatz jedoch um 4,4% und lag somit unterhalb der allgemeinen Marktentwicklung in Deutschland. Der vergleichbare Umsatz im deutschen Modeeinzelhandel verminderte sich im GERRY WEBER Geschäftsjahr um rund 2%.

Trotz gestiegener Umsätze im Vergleich zum Vorjahr 2013 / 14 hat sich das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) des GERRY WEBER Core-Retail-Bereiches deutlich reduziert. Bei einer auf die Expansion abgestellten Kostenstruktur, insbesondere bei Personalkosten und Mieten für die eigenen Einzelhandelsflächen, verminderte sich das Retail-EBITDA des GERRY WEBER Core-Segmentes von EUR 38,0 Mio. auf EUR 31,5 Mio. Basierend auf unter Plan liegenden Abverkäufen wurde Saisonware aufgrund der Überbestände deutlich unter Vollpreis (ohne Rabatte) veräußert. Hinzu kam, dass auch in den Frühjahr- und Sommermonaten der Verkauf der saisonabhängigen Kollektionen hinter den Erwartungen zurückgeblieben ist. Bei einer gestiegenen Kostenstruktur, insbesondere der Personalkosten und Mieten, führte dies zu einer überdurchschnittlichen Belastung des EBITDA.

Die Abschreibungen des GERRY WEBER Core-Retail-Segmentes erhöhten sich expansions- und akquisitionsbedingt ebenfalls um 14,6% auf EUR 19,3 Mio. Dies ist vor allem auf die Expansion des Retail-Bereiches und der damit verbundenen Erhöhung des Sachanlagevermögens zurückzuführen.

Entsprechend verminderte sich das operative Ergebnis (EBIT) des GERRY WEBER Core-Retail-Segmentes von EUR 21,2 Mio. auf EUR 12,2 Mio. im Geschäftsjahr 2014 / 15.

Aufgrund der Neueröffnungen der letzten zwölf Monate und der Umwidmung von Shop-in-Shops in eigene Concession-Flächen erhöhte sich das Vermögen des GERRY WEBER Core-Retail-Segmentes von EUR 402,2 Mio. auf EUR 417,0 Mio. Die Schulden dieses Segmentes erhöhten sich jedoch leicht von EUR 203,2 Mio. auf EUR 205,1 Mio.

Die Anzahl der Mitarbeiter, die dem GERRY WEBER Core-Retail-Segment zugeordnet werden, erhöhte sich expansionsbedingt von 4.493 auf 4.743.

Segment HALLHUBER

Die Hallhuber Beteiligungs GmbH hält 100 % an der Hallhuber GmbH (HALLHUBER), die das operative Geschäft verantwortet. HALLHUBER ist im gehobenen mittleren Segment der Damenoberbekleidung tätig. Die Produkte werden ausschließlich über eigene Verkaufsflächen und Online vertrieben. Zum Ende des Berichtszeitraumes (31. Oktober 2015) bestanden 275 in Eigenregie geführte HALLHUBER Verkaufsflächen in Deutschland und 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- flächen	2012	2013	2014	Okt. 2015
Deutschland	108	141	161	203
Schweiz	17	24	28	31
UK/Irland	–	6	11	19
Belgien	–	3	10	15
Norwegen	–	–	–	5
Österreich	5	7	8	1
Niederlande	1	1	1	1
Summe	131	182	219	275
davon Mono- label Stores	61	79	94	117
davon Conces- sion-Flächen	60	91	113	145
davon Factory Outlets	10	12	12	13



Seit Einbeziehung in den Konzernabschluss der GERRY WEBER International AG im Februar 2015 trug HALLHUBER EUR 115,2 Mio. zum Konzernumsatz der GERRY WEBER Gruppe bei. Im Vergleich zum gleichen Vorjahreszeitraum konnte die Gesellschaft ihren Umsatz um rund 18 % steigern. Dabei trugen nicht nur die 57 neu eröffneten Verkaufsflächen zur Umsatzsteigerung bei, sondern auch die bereits bestehenden Flächen. Auf vergleichbarer Fläche erzielte HALLHUBER ein Umsatzwachstum von 3,2 % und hat sich damit weitaus besser als der gesamte deutsche Modemarkt (–2 %) entwickelt. Dies ist ein Zeichen für die hohe Akzeptanz der HALLHUBER Mode bei den Kundinnen und deren einzigartige Marktpositionierung.

Der Personalaufwand der Gesellschaft betrug im Berichtszeitraum (Februar – Oktober 2015) EUR 21,5 Mio. Der Anstieg im Vergleich zum Geschäftsjahr 2014 basiert auf der konsequenten Fortführung der Expansionsstrategie und den damit verbundenen Neueinstellungen. Die Personalkostenquote erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr nur geringfügig von 17,8 % auf 18,7 %. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen betrugen EUR 47,7 Mio. und beinhalten im Wesentlichen Raumkosten (EUR 33,3 Mio.), Frachtkosten und Zölle (EUR 3,3 Mio.).

HALLHUBER erwirtschaftete in den Monaten Februar bis Oktober 2015 ein Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) in Höhe von EUR 10,9 Mio. Dies entspricht einem Anstieg zum Vorjahreszeitraum von rund 24 %.

Die Abschreibungen der Gesellschaft erhöhten sich einerseits expansionsbedingt und andererseits aufgrund der im Geschäftsjahr 2014/15 getätigten Akquisitionen auf EUR 8,5 Mio. Die aus Konzernsicht dem HALLHUBER Segment zurechenbaren Abschreibungen auf die identifizierten immateriellen Vermögenswerte betrugen EUR 4,9 Mio.

Unter Berücksichtigung der konzernbedingten Abschreibungen ergibt sich ein operatives Ergebnis für den Berichtszeitraum von EUR 2,4 Mio.

Die Schulden, die dem HALLHUBER Segment zugeordnet werden, betrugen zum 31. Oktober 2015 EUR 197,1 Mio. Darin enthalten sind EUR 27,9 Mio. einer 2013 platzierten Anleihe in Höhe von EUR 30 Mio. Die auf die Anleihe entfallenden Zinsen sind ebenfalls in dieser Position enthalten. Ferner wurde dem Segment HALLHUBER die Finanzierung für den Erwerb von 100 % an der Hallhuber Beteiligungs GmbH zugerechnet. Das dem Segment HALLHUBER zugeordnete Vermögen inklusiver der immateriellen Vermögensgegenstände und Sachanlagen betrug zum 31. Oktober 2015 EUR 167,2 Mio.

HALLHUBER beschäftigte im Jahresdurchschnitt 1.579 Mitarbeiter.

EINZELAB- SCHLUSS DER GERRY WEBER INTERNATIONAL 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. Der Jahresabschluss der GERRY WEBER International AG wurde nach den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuches (HGB) und des Aktiengesetzes (AktG) aufgestellt. Der Konzernabschluss folgt 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 konzernübergreifende Dienstleistungen wie u. a. Rechnungswesen, Controlling, Personalwesen, IT, Revision, Compliance, Marketing und Kommunikation zur Verfügung. Ferner ist in der AG auch die Produktionsentwicklung und die Warenbeschaffung angesiedelt. Im Jahresdurchschnitt (Geschäftsjahr 2014/15) beschäftigte die GERRY WEBER International AG 723 Mitarbeiter.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der AG entsprechen im Wesentlichen denen des GERRY WEBER Konzerns und werden im Konzernlagebericht 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 erbrachte in ihrer Holdingfunktion zentrale Dienstleistungen für die GERRY WEBER Gruppe. Darüber hinaus ist die Produktentwicklung in der AG angesiedelt. Die AG ist folglich für die Beschaffung der Ware verantwortlich, die den Vertriebs-Tochtergesellschaften zu definierten Konzern-Verrechnungspreisen in Rechnung gestellt werden. Dem daraus resultierenden Umsatz stehen entsprechende Aufwendungen für die Beschaffung gegenüber. Vor dem Hintergrund der Eingliederung der Beschaffung und der damit verbundenen Umsätze und Aufwendungen in die AG im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014/15 ist die Gewinn- und Verlustrechnung nur bedingt mit dem Vorjahr vergleichbar. Die daraus resultierenden Umsätze und Erträge stellen bei den Tochtergesellschaften entsprechende Kosten dar.

Durch die Erweiterung des Aufgabenbereichs bzw. der Dienstleistungen der GERRY WEBER International AG im Vergleich zum Vorjahr sind die Umsatzerlöse im abgelaufenen Geschäftsjahr auf EUR 436,6 Mio. nach EUR 8,5 Mio. im Vorjahr gestiegen. Dem gegenüber steht vor allem der gestiegene Materialaufwand für die nun durch die AG bezogenen Waren von EUR 338,6 Mio. (Vorjahr: EUR 5,9 Mio.), aber auch die gestiegenen Personalaufwendungen von EUR 49,0 Mio. Vor dem Hintergrund der Eingliederung der Produktentwicklung sowie der Beschaffung hat sich die Zahl der Mitarbeiter von 516 auf 723 (Jahresdurchschnitt) erhöht. Demzufolge stiegen auch die Personalaufwendungen der AG von EUR 37,3 Mio. auf EUR 49,0 Mio. (+31,3%).

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten im Wesentlichen die Umlagen der Konzerngesellschaften sowie die Mieten der Hallen 29 und 30 und betrugen EUR 35,1 Mio. nach EUR 94,4 Mio. im Vorjahreszeitraum. Die Ertragslage der GERRY WEBER International AG wird auch durch den Erfolg der Tochtergesellschaften beeinflusst. Auf Basis der bestehenden Ergebnisabführungsverträge führten die Tochtergesellschaften insgesamt EUR 51,2 Mio. an die Muttergesellschaft ab (Vorjahr: EUR 98,0 Mio.).

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen blieben im Vergleich zum Vorjahr nahezu konstant und betrugen: EUR 7,3 Mio. (Vorjahr: EUR 7,2 Mio.). Aufgrund der bereits dargestellten Platzierung eines Schuldscheindarlehens zur Finanzierung der HALLHUBER Akquisition mit einem Volumen von EUR 140,0 Mio. im Februar 2015 erhöhten sich die Zinsaufwendungen der AG von EUR 2,1 Mio. auf EUR 3,3 Mio. zum 31. Oktober 2015. Die Zinserträge blieben mit EUR 2,1 Mio. (Vorjahr: EUR 2,0 Mio.) nahezu konstant.

Unter Berücksichtigung der oben genannten Positionen ergibt sich ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von EUR 54,1 Mio. nach EUR 104,5 Mio. im Vorjahr. Nach Abzug der Steuern vom Einkommen und Ertrag und den sonstigen Steuern beläuft sich der Jahresüberschuss auf EUR 36,5 Mio. (Vorjahr: EUR 72,8 Mio.).

Die wirtschaftliche Lage der GERRY WEBER International AG ist vor allem durch die operative Tätigkeit der Tochtergesellschaften geprägt. An den operativen Ergebnissen der Tochtergesellschaften partizipiert die GERRY WEBER International AG über deren Ausschüttungen bzw. über die Ergebnisübernahmen. Damit entspricht die wirtschaftliche Lage der GERRY WEBER International AG grundsätzlich der GERRY WEBER Gruppe.

Vermögenslage der GERRY WEBER International AG

Im Geschäftsjahr 2014/15 erhöhte sich das Anlagevermögen der GERRY WEBER International AG deutlich von EUR 229,2 Mio. auf EUR 391,6 Mio. Dabei erhöhten sich die Sachanlagen von EUR 116,5 Mio. auf EUR 177,8 Mio., was vor allem auf die Investitionen in das neue Logistikzentrum (EUR: 92,6 Mio., Vorjahr: EUR 23,5 Mio.) zurückzuführen ist. Ebenfalls deutlich stiegen die Finanzanlagen, von EUR 97,0 Mio. im Vorjahr auf EUR 193,6 Mio. zum 31. Oktober 2015. Der Anstieg beruht zu weiten Teilen auf dem Erwerb der HALLHUBER Beteiligungs GmbH und weiteren kleinen Gesellschaften in Skandinavien und dem damit verbundenen Anstieg der Anteile an verbundenen Unternehmen von EUR 94,9 Mio. auf EUR 188,4 Mio. zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres 2014/15.

Das Umlaufvermögen erhöhte sich leicht auf EUR 320,2 Mio. (Vorjahr: EUR 310,3 Mio.). Dabei erhöhten sich die Vorräte auf EUR 57,0 Mio. (Vorjahr: EUR 1,9 Mio.), wohingegen sich Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten auf EUR 49,0 Mio. (Vorjahr: EUR 78,7 Mio.) und die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände auf EUR 214,2 Mio. (Vorjahr: EUR 229,7 Mio.) verminderten. Der deutliche Anstieg der Vorräte erklärt sich durch die geänderte Beschaffung, die seit diesem Geschäftsjahr in der AG angesiedelt ist. Folgerichtig wird auch der Warenbestand bei der GERRY WEBER International AG bilanziert.

Die GERRY WEBER International AG hat trotz der getätigten Investitionen und deren Finanzierung auch weiterhin eine solide Bilanzstruktur. Das Eigenkapital der GERRY WEBER International AG blieb mit EUR 430,2 Mio. zum Ende des Berichtszeitraums nahezu konstant. Die Eigenkapitalquote betrug zum 31. Oktober 2015 60,2% (Vorjahr: 79,0%). Der Rückgang des Eigenkapitalanteils an der Bilanzsumme ist vornehmlich auf die Emission eines Schuldscheindarlehens in Höhe von EUR 140,0 Mio. im Februar 2015 zur Finanzierung der Akquisition von HALLHUBER zurückzuführen. Die Finanzverbindlichkeiten stiegen entsprechend von EUR 81,4 Mio. im Vorjahr auf EUR 220,0 Mio. zum 31. Oktober 2015. Unter Berücksichtigung gestiegener Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von EUR 33,6 Mio. (Vorjahr: EUR 6,2 Mio.) summieren sich die Verbindlichkeiten auf EUR 270,4 Mio. zum 31. Oktober 2015 (Vorjahr: EUR 103,5 Mio.). Vor diesem Hintergrund erhöhte sich die Bilanzsumme um 31,9% auf EUR 714,2 Mio.

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 Konzernlageberichts entnommen werden.

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 Konzernlageberichts beschrieben. Für das Geschäftsjahr 2015/16 erwarten wir für die GERRY WEBER International AG einen deutlichen Rückgang des operativen Ergebnisses (EBIT) im Vergleich zum abgelaufenen Geschäftsjahr 2014/15.

CHAN- CEN- UND RISIKO- BE- RICHT

Chancen- und Risiken

Als Teil einer komplexen, globalen Geschäftswelt ist die GERRY WEBER International AG vielfältigen Chancen und Risiken ausgesetzt, die die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowohl positiv als auch negativ beeinflussen können. Das Risiko- und Chancenmanagement der GERRY WEBER International AG verfolgt neben der Bestandssicherung insbesondere das Ziel, die Erreichung der finanziellen und strategischen Ziele der GERRY WEBER Gruppe zu gewährleisten. Daher ist das Risiko- und Chancenmanagement zentraler Bestandteil der GERRY WEBER Unternehmensführung, um Chancen frühzeitig zu erkennen und Risiken weitgehend zu vermeiden bzw. deren Auswirkungen zu minimieren. Die vorliegende Einschätzung des Managements über Chancen und Risiken bezieht sich auf den Zeitraum der allgemeinen Gesamtprognose zur Entwicklung des Geschäftsverlaufs der GERRY WEBER International AG.

Risikobericht

Prinzipien des Risikomanagementsystems

Um Risiken frühzeitig zu erkennen, zu bewerten und zu handhaben, hat die GERRY WEBER International AG ein umfassendes Risikomanagementsystem eingeführt. Ziel dieses Systems ist es, die möglichen künftigen Entwicklungen oder Ereignisse, die zu einer Abweichung der erwarteten Geschäftsentwicklung führen können, zu erkennen und zu steuern. Zentrale Merkmale des Risikomanagementsystems sind:

- Die Integration des Risikomanagementsystems in die laufenden operativen Geschäftsprozesse
- Identifizierung der Risiken und Überwachung der eingeleiteten Maßnahmen durch die Fach- und Funktionsbereiche
- Bewertung der Risiken und Kontrolle gemeinsam mit dem Risikomanagement-Team
- Minimierung bestehender Risiken auf ein akzeptables Maß durch Einleitung geeigneter Gegenmaßnahmen
- Aktive Beteiligung und Integration der einzelnen Mitarbeiter in den Fach- und Funktionsbereichen

Organisation und Instrumente des Risikomanagementsystems

Vor dem Hintergrund der Bedeutung des Risikomanagements als auch des internen Kontrollsystems der Rechnungslegungsprozesse werden diese zentral von der Muttergesellschaft GERRY WEBER International AG gesteuert und kontrolliert. Der Vorstand der Gesellschaft verantwortet die einheitliche Umsetzung und Einhaltung der festgelegten Prozesse. In das Risikomanagementsystem sind alle Mehrheitsgesellschaften der GERRY WEBER International AG einbezogen.

Risikoidentifikation

Die durch die einzelnen Fachabteilungen bzw. deren Mitarbeiter identifizierten möglichen Risiken werden an das Risikomanagement-Team weitergeleitet. Zur Identifizierung nutzen wir unterschiedlichste Instrumente wie die Analyse der Auftrags-, Umsatz- und Bestandsentwicklung, Markt- und Wettbewerbsanalysen, Kundengespräche sowie die laufende Beobachtung und Beurteilung des wirtschaftlichen Umfelds.

Bewertung, Quantifizierung und Management von Risiken

Die identifizierten Einzelrisiken werden vom Risikomanagement-Team erfasst, analysiert und hinsichtlich ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit und ihrer möglichen Auswirkungen in Abstimmung mit den jeweiligen Fachbereichen bewertet. Entsprechend entsteht eine Einschätzung, in

welchem Umfang die Einzelrisiken die GERRY WEBER Gruppe belasten könnten. Im Anschluss werden gemeinsam mit den Spezialisten in den Fachabteilungen, aber auch fachbereichsübergreifend gezielt Gegenmaßnahmen formuliert, um die Auswirkungen des Risikos weitgehend zu minimieren. Ein Risikobeauftragter des Fachbereichs verantwortet gemeinsam mit einem Mitglied des Risikomanagement-Teams die Umsetzung und Kontrolle der festgelegten präventiven Maßnahmen. Bei der Quantifizierung möglicher Risiken gehen wir immer von einer Bruttobetrachtung der Einzelrisiken aus; das heißt, wir betrachten die Auswirkungen vollumfänglich und ohne den Einfluss der jeweiligen Gegenmaßnahmen.

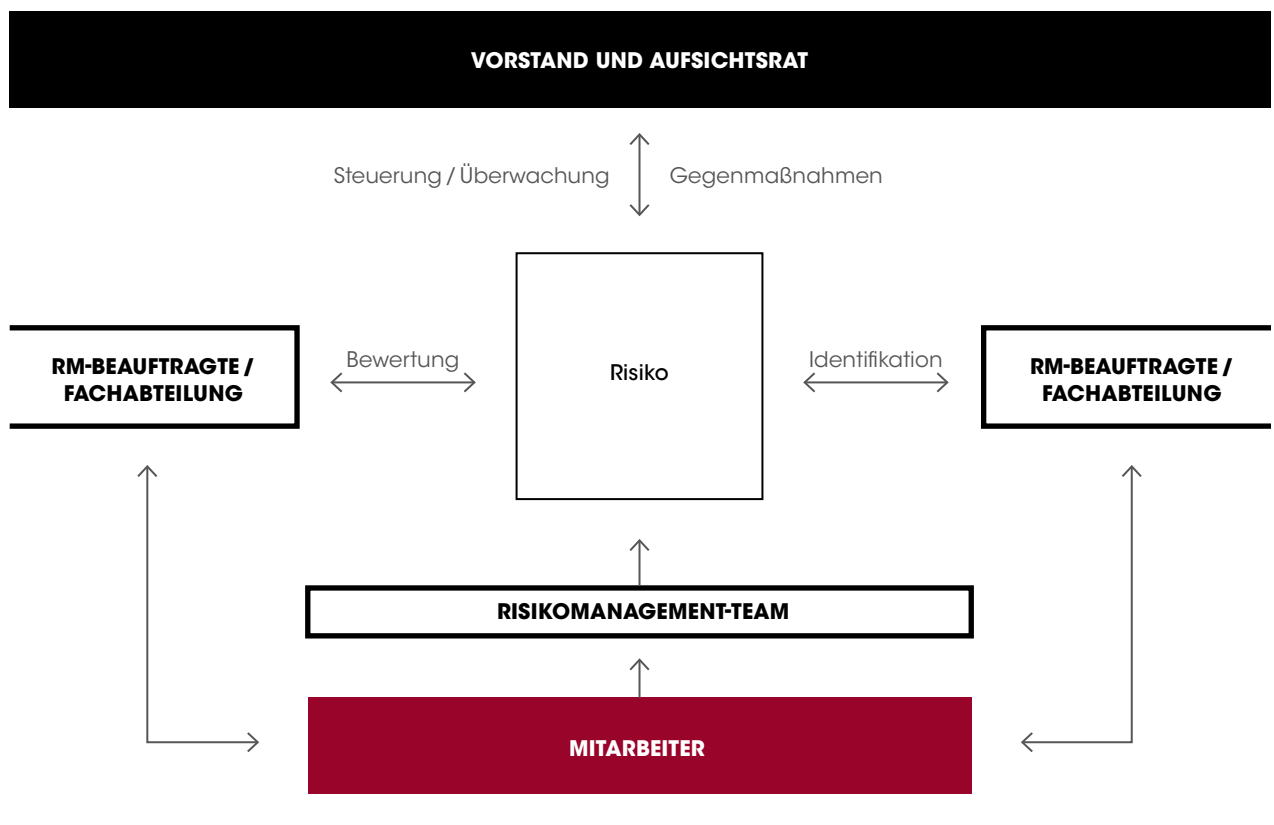
Instrumente

Die Formulierung und Bewertung der Einzelrisiken wird gemeinsam mit den Gegenmaßnahmen im Risikobericht zusammengefasst. Damit legt der Risikobericht die einzelnen Risiken in den unterschiedlichen Unternehmensbereichen offen

und gibt Auskunft über das Gesamtrisiko der GERRY WEBER Gruppe. Der Risikobericht wird quartalsweise erstellt. Das zuständige Risikomanagement-Team berichtet direkt an den Vorstand, der dem Aufsichtsrat turnusgemäß den Risikobericht vorlegt oder, falls erforderlich, ad-hoc informiert. Die Grundsätze, Risikofelder, Handlungsanweisungen und Berichtswege für unser Risikomanagementsystem sind im konzernweit gültigen Risikohandbuch dargestellt. Dieses ist für alle Mitarbeiter bindend und vollumfänglich einzuhalten.



Risikomanagementprozess



Internes Kontrollsystem und Rechnungslegungsprozess

Die folgenden Ausführungen beinhalten Informationen gemäß § 289 Abs. 5 HGB und § 315 Abs. 2 Nr. 5 HGB.

Das interne Kontrollsystem des Rechnungslegungsprozesses ist Bestandteil des Risikomanagementsystems. Es gewährleistet die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben, die Umsetzung der angewandten Bilanzierungsstandards und eine ordnungsgemäße Abbildung der numerischen Geschäftsvorfälle. Es sollen jederzeit zuverlässige Daten über die Vermögens-, Finanz-, und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe vorliegen. Zusätzlich zu den beschriebenen Grundlagen nehmen wir Bewertungen und Analysen vor, um Risiken mit direktem Einfluss auf die Finanzberichterstattung zu minimieren. Wir verfolgen laufend die Änderungen der Rechnungslegung sowie der gesetzlichen Regelungen, schulen unsere Mitarbeiter und ziehen, falls nötig, externe Experten zu bestimmten Fragestellungen hinzu.

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, d. h. der wesentlichen inländischen Gesellschaften werden durch unabhängige Wirtschaftsprüfer geprüft und testiert. Dies dient im Wesentlichen der prozessunabhängigen 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 Jahresabschlussprüfer unterzogen.

Risiken und Risikokategorien

Nachfolgend beschreiben wir die Einzelrisiken, die Auswirkungen auf die Geschäfts-, Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe haben können. Die Reihenfolge der dargestellten Risiken innerhalb der einzelnen Risikokategorien spiegelt die derzeitige Einschätzung des Risikoausmaßes wider und bietet daher einen Anhaltspunkt für die gegenwärtige Bedeutung dieser Risiken für die GERRY WEBER International AG. Sofern im Folgenden nicht anders angegeben, beziehen sich die einzelnen Risiken auf alle GERRY WEBER Segmente. Die für die GERRY WEBER Gruppe relevanten Risiken lassen sich folglich in sechs Kategorien unterteilen: externe Risiken, Branchen- und Marktrisiken, unternehmensstrategische Risiken, finanz- und leistungswirtschaftliche Risiken sowie sonstige unternehmensbezogene Risiken. Eine Zusammenfassung der Risikoeinschätzung kann der Tabelle am Ende des Risikoberichtes entnommen werden.

Risikokategorien

AUSMASS (AUF EBIT)					
EINTRITTSWAHRSCHEINLICHKEIT		<EUR 1,0 Mio. sehr gering	= EUR 1,0–5,0 Mio. gering	= EUR 5,0–10,0 Mio. moderat	>EUR 10,0 Mio. wesentlich
	unwahrscheinlich < 10 %	UNBEDEUTENDES RISIKO	UNBEDEUTENDES RISIKO	MITTLERES RISIKO	MITTLERES RISIKO
	gering = 10 %–20 %	UNBEDEUTENDES RISIKO	MITTLERES RISIKO	MITTLERES RISIKO	BEDEUTENDES RISIKO
	mittel = 20 %–50 %	MITTLERES RISIKO	MITTLERES RISIKO	BEDEUTENDES RISIKO	SCHWERWIEGENDES RISIKO
	wahrscheinlich > 50 %	MITTLERES RISIKO	BEDEUTENDES RISIKO	SCHWERWIEGENDES RISIKO	SCHWERWIEGENDES RISIKO

Externe Risiken – Makroökonomische und Geopolitische Risiken

Risiko im Zusammenhang mit wetterbedingten ungünstigen Rahmenbedingungen

Zunehmende Veränderungen der klimatischen Bedingungen in unseren Absatzmärkten haben nicht nur Einfluss auf das Kaufverhalten unserer Kunden, sondern auch auf Produktions- und Lieferprozesse der GERRY WEBER Gruppe.

Ungünstige Witterungsbedingungen können den Absatz und damit auch den Umsatz der GERRY WEBER Gruppe negativ beeinflussen. Für die jeweilige Jahreszeit atypische Temperaturen und Witterungsverhältnisse können die Kaufbereitschaft der Konsumenten maßgeblich mindern, bzw. es kann eine zeitliche Verschiebung des Bedarfs stattfinden. Beispielsweise kann ein sehr milder Herbst und Winter den gewohnten Absatz der Herbst- / Winterware reduzieren, bzw. zeitlich verschieben. Höhere Bestände am Ende der jeweiligen Saison können ebenso Folge dieser Entwicklung sein, sowie höhere Rabatte zum Abverkauf der verbliebenen, saisonalen Ware. Entspricht das Wetter über einen längeren Zeitraum, bzw. über mehrere Saisonverläufe nicht der Jahreszeit, kann dies negative Auswirkungen auf die Umsatz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe haben.

Um auf ungünstige wetterbedingte Rahmenbedingungen reagieren zu können, hat die GERRY WEBER Gruppe ihre Einkaufsprozesse flexibilisiert. Durch die Einführung so genannter „Open-to-buy-Limits“ zur Frühjahr- / Sommerkollektion 2016 wird anfänglich weniger Ware als für die Planerreichung benötigt produziert und 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 so genanntes „In-Season-Management“ verbessert. Entsprechend erhöhen wir die Anzahl der Produkte, die kurzfristig, in Abhängigkeit der herrschenden Wetterbedingungen, auf die Verkaufsflächen geliefert werden können. Wir schätzen die Wahrscheinlichkeit, dass nicht der jeweiligen Saison entsprechende Wetterbedingungen herrschen, z. B. ein zu kühler Sommer bzw. ein zu milder Winter, als gering ein. Die Auswirkungen kategorisieren wir als wesentlich. Damit klassifizieren wir das Risiko aus ungünstigen wetterbedingten Rahmenbedingungen insgesamt als ein bedeutendes Risiko.

Konjunkturelle Entwicklung

Ökonomische oder geopolitische Rahmenbedingungen können unseren Geschäftserfolg maßgeblich beeinflussen. So können Stagnation oder ein Rückgang der wirtschaftlichen Entwicklung, aber auch die Perspektive auf eine Eintrübung der Konjunktur in den einzelnen Ländern, in denen die GERRY WEBER International AG tätig ist, einen wesentlichen Einfluss auf die Entwicklung der Konsumausgaben der Verbraucher und somit auf die Umsatz- und Ertragslage der Gesellschaft haben. Für unser Geschäftsmodell sind vor allem die Konsum- und Anschaffungsneigung der privaten Haushalte von besonderer Bedeutung. Diese werden durch die Konjunkturerwartungen, die Einkommenszuwächse aber auch die Arbeitslosenzahlen beeinflusst.

Auch geopolitische Ereignisse oder Änderungen des regulatorischen Umfelds, wie z. B. die Krise in der Ukraine bzw. Russland oder Handels-sanktionen, könnten sich negativ auf die Nachfrage der Verbraucher und somit auf unsere Umsätze auswirken. Ein solcher Negativtrend in der Konsumneigung könnte neben einem Absatzrückgang auch zu erhöhtem Margendruck führen. Grundsätzlich verfügt unsere Stammkundin über ein höheres Einkommen und Budget für Mode. Sie ist damit weniger von konjunkturellen Schwankungen betroffen als andere Zielgruppen. Vor diesem Hintergrund schätzen wir das Schadensausmaß einer negativen konjunkturellen Entwicklung verbunden mit einer Verschlechterung der Konsumneigung der Verbraucher auf unser Geschäftsmodell als gering ein. Derzeit schätzen wir auch die Eintrittswahrscheinlichkeit als gering ein. Somit stufen wir dieses Risiko als mittleres Risiko ein.

Wir begegnen den konjunkturellen und geopolitischen Risiken mit unseren regional weit diversifizierten Vertriebsstrukturen und dem Ausbau der Markenpräsenz außerhalb Deutschlands. Durch unsere internationale Wachstumsstrategie und die Vielfalt unserer Marken sind wir in der Lage, neue Märkte und Kundenpotenziale zu erschließen und möglichen Nachfragerückgängen in den einzelnen Märkten entgegenzutreten.

Risiko höherer Gewalt

Zusätzlich zu politischen und regulatorischen Veränderungen besteht zudem eine mögliche Gefahr für die wirtschaftliche Lage der GERRY WEBER International AG in Form von terroristischen Handlungen und Umweltkatastrophen, wie zum Beispiel Überschwemmungen. Um solche Risiken in unseren Beschaffungsmärkten zu minimieren, hat die GERRY WEBER Gruppe ein flexibles Beschaffungssystem entwickelt, welches einen schnellen und unkomplizierten Wechsel von Produktionspartnern ermöglicht. Um vertriebsbezogene Länderrisiken 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 abgeschlossen, die den Schadensfall

abdecken. Die Risiken aus höherer Gewalt schätzt die Gesellschaft derzeit als eher unbedeutend ein; wir halten die Eintrittswahrscheinlichkeit für unwahrscheinlich und das Schadensausmaß für sehr gering.

Branchen- und Marktrisiken

Mode- und Kollektionsrisiko

Als international tätiger Modekonzern basiert das Geschäftsmodell der GERRY WEBER Gruppe auf dem Design, der Entwicklung und der Herstellung und dem anschließenden Vertrieb von Produkten im Bereich Damenoberbekleidung und Accessoires. Die Herausforderung dabei besteht darin, die richtigen Trends rechtzeitig zu erkennen und in attraktive, den Bedürfnissen unserer Kundengruppen entsprechende Kollektionen umzusetzen. In diesem Zusammenhang besteht das Risiko, dass Trends bzw. Markttendenzen nicht oder zu spät erkannt werden oder Teile der Kollektionen an den Bedürfnissen unserer Kunden vorbei entwickelt werden.

Diesem Risiko begegnet GERRY WEBER mit intensiven Analysen der Märkte und Modetrends. Auch unsere Kundennähe aufgrund unserer Einzelhandelsflächen trägt dazu bei, die Kundenbedürfnisse und -anforderungen schnellstmöglich in die Kollektionen einfließen zu lassen. Parallel dazu erhalten wir von rund 6.000 Verkaufsstellen die täglichen Abverkaufszahlen pro Produkt, Größe und Farbe. Alle Informationen werden direkt in den Designteams gebündelt und fließen ebenfalls in die Entwicklung der Kollektionen mit ein. Hinzu kommt, dass wir aufgrund unserer Kollektionsstrukturen mit 16 Kollektionsthemen pro Jahr alle zwei bis drei Wochen neue Ware auf die Verkaufsflächen liefern. Die schnelle Liefergeschwindigkeit gewährleistet ebenfalls, dass die aktuellen Trends zeitnah bei unseren Kunden ankommen.

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 wesentlich ein. Damit klassifizieren wir das Risiko als bedeutendes Risiko.

Risiko im Zusammenhang

mit einer veränderten Kundenstruktur

Ein wichtiger Vertriebskanal des GERRY WEBER Core-Segments (GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON) ist das Geschäft mit unseren Wholesale-Kunden, an die wir unsere Ware liefern. Ebenso wie die GERRY WEBER Gruppe sind auch unsere Wholesale-Kunden externen Risiken ausgesetzt, die deren Umsatz-, Ertrags- und Liquiditätslage beeinflussen können. Folge könnte sein, dass bestehende Wholesale-Kunden ganz wegfallen oder ihre Bestellvolumina bei GERRY WEBER reduzieren.

Ferner könnte der Markteintritt neuer Mode- oder Handelsunternehmen zu einer Verdrängung bestehender Handelspartner führen. Dies wiederum könnte zu einem Ausfall oder der Zahlungsunfähigkeit bestehender Wholesale-Kunden führen. Den aus diesen Risiken resultierenden Umsatz- und Ertragseinbußen wirken wir einerseits durch den Ausbau des eigenen Retail-Geschäftes, aber auch durch die Ausweitung der Wholesale-Kundenstruktur entgegen. Ferner 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 %.

Aufgrund der Fragmentierung des Modemarktes mit einer Vielzahl an Händlern sowie der Diversifizierung unserer Vertriebsstrukturen erachten wir das Risiko, welches sich aus einer veränderten Kundenstruktur ergibt, als unbedeutendes Risiko. Dabei schätzen wir die Eintrittswahrscheinlichkeit deutlich unter 10 % 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 zu einem Verlust von Marktanteilen führen. Auch könnten sich durch eine veränderte Preisstruktur des Wettbewerbs unsere Margen verschlechtern. Aufgrund unseres hauseigenen Kollektionsentwicklungsprozesses, der hohen Qualität und der perfekten Passform der Produkte sowie unserer abgestimmten Geschäftsprozesse konnten wir in den letzten Jahren innerhalb des Marktsegmentes unsere Alleinstellungsmerkmale weiter ausbauen und damit die Markteintrittsbarrieren für neue Wettbewerber deutlich erhöhen. Durch die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Kollektionen sowie die Erhöhung der Marktdurchdringung, insbesondere auch außerhalb Deutschlands, bauen wir unsere Markenbekanntheit und unsere Marktposition weiter aus. Auch vor dem Hintergrund der hohen Fragmentierung des Modemarktes in unserem Segment erachten wir die Wahrscheinlichkeit, dass neue Wettbewerber in unser Marktsegment eintreten als eher unwahrscheinlich. Entsprechend des geringen Ausmaßes kategorisieren wir dieses Risiko als unbedeutend.

Unternehmensstrategische Risiken

Risiko im Zusammenhang mit der

nationalen und internationalen Retail-Expansion

Eine wesentliche Strategie zur Weiterentwicklung der GERRY WEBER Gruppe ist die Vertikalisierung des Geschäftsmodelles und der damit verbundene sukzessive Ausbau der konzerneigenen Retail-Verkaufsflächen. Vor dem Hintergrund

der HALLHUBER Akquisition im Februar 2015, die ausschließlich mit eigenen Einzelhandelsflächen am Markt vertreten sind, hat der Anteil des eigenen Retail-Geschäftes nochmals an Bedeutung gewonnen.

Die zunehmende Anzahl und Bedeutung der konzerneigenen Verkaufsflächen bedingt unter anderem eine Erhöhung des Bestandsrisikos. Die Herausforderung des Vorratsmanagements besteht darin, jederzeit Ware für die optimale Bestückung der Verkaufsflächen liefern zu können ohne am Ende einer Saison hohe Überbestände auszuweisen. Zur Minderung des Bestandsrisikos hat die GERRY WEBER Gruppe ihre Einkaufsprozesse flexibilisiert. Durch die Einführung so genannter „Open-to-buy-Limits“ zur Frühjahr- / Sommerkollektion 2016 wird anfänglich weniger Ware als für die Planung benötigt produziert und Kapazitätsvolumina bei unseren Produktionspartnern reserviert. Läuft die jeweilige Saison planmäßig an, können diese Kapazitätsreserven sowohl für Nachlieferungen als auch für Trendware genutzt werden. Mit der Flexibilisierung der Produktionsvolumina kann nicht nur schneller und bedarfsgerechter auf sich verändernde Marktbedingungen reagiert werden, sondern sie beugt ebenso Überbeständen vor.

Durch den Ausbau des eigenen Retail-Bereiches erhöhen sich die Fixkosten der GERRY WEBER Gruppe wie z. B. Personal- und Mietaufwendungen, die bei planmäßigen Umsätzen einer höheren Rohertragsmarge gegenüber stehen. Nachfrage- und damit verbundene Umsatzrückgänge könnten sich negativ auf die Profitabilität der GERRY WEBER Gruppe auswirken, da bei konstanten Fixkosten die Marge sinken könnte. Zur Minderung dieses Risikos haben wir 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.

Der Erfolg der Retail-Expansion hängt auch davon ab, ob die richtigen Standorte für die neuen Verkaufsflächen gewählt wurden und wie sich die ausgewählten Standorte entwickeln. Eine wirtschaftlich schlecht laufende Verkaufsfläche könnte nicht die notwendige Zielprofitabilität erreichen und einen geringeren Anteil zum Konzernerfolg beitragen. Dies könnte sich 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.

In den letzten Jahren hat die internationale Expansion der GERRY WEBER Gruppe weiter zugenommen. Auf diese Weise wollen wir langfristig nicht nur weiteres Wachstum gewährleisten, sondern auch von strukturellen und wirtschaftlichen Entwicklungen in unserem Heimatmarkt unabhängiger werden und so das Risiko diversifizieren. Die Einführung unserer Marken in neue Märkte birgt kurzfristig aber auch das Risiko einer Fehleinschätzung hinsichtlich der Akzeptanz der GERRY WEBER Marken beim Endverbraucher im jeweiligen Zielmarkt.

Um Fehleinschätzungen und damit verbundene Fehlinvestitionen hinsichtlich unserer Märkte und Standorte zu vermeiden, führen wir nicht nur detaillierte Markt- und Wettbewerbsanalysen durch, sondern wir evaluieren eine umfangreiche Datenbasis. Schwerpunkte bei der Analyse bilden detaillierte Standortanalysen, Analysen des Marktpotentials sowie der vorherrschenden Kundenpotentiale. Ferner wird für jeden einzelnen Standort eine Umsatz- und Ertragsplanung mit detaillierten Zielvorgaben und Fristen zur Zielerreichung erstellt. Erst nach genauer Prüfung aller Informationen wird jede einzelne Neueröffnung genehmigt. Nach Eröffnung ermöglichen es tägliche Performanceüberprüfungen, die Entwicklung jeder einzelnen Einzelhandelsfläche frühzeitig zu erkennen und gegebenenfalls Gegenmaßnahmen einzuleiten. Die Entwicklung verschiedener Konzepte für unsere Geschäfte ermöglicht es uns, schnell auf die veränderte Nachfrage reagieren zu können und ggfs. Geschäftsformate zu verändern. Erfüllen einzelne Standorte die finanziellen Ziele nicht und sehen wir kein weiteres Entwicklungspotenzial, werden diese Verkaufsflächen geschlossen. Die hervorragenden Lagen unserer Stores ermöglichen zum großen Teil eine schnelle Neu- bzw. Untervermietung der Ladenflächen. Ist ein Auslaufen der Mietverträge bzw. eine Weitervermietung kurzfristig nicht möglich, können außerordentliche Kosten der Schließung die Ergebnislage der GERRY WEBER Gruppe belasten.

Derzeit schätzen wir das Risiko im Zusammenhang mit der nationalen und internationalen Expansion als bedeutendes Risiko ein. Aufgrund sich verändernder Rahmenbedingungen und der damit verbundenen externen Risiken erachten wir die derzeitige Eintrittswahrscheinlichkeit eines Risikos aus der nationalen und internationalen Retail-Expansion zwischen 10% und 20%. Vor dem Hintergrund des derzeitigen Marktumfeldes und der zunehmenden Bedeutung des Retail-Geschäfts sind die Auswirkungen als wesentlich einzuschätzen.

Marken- und Corporate Image Risiko

Das Markenimage, also die Wahrnehmung unserer Marken bei unseren Kunden und Stakeholdern, ist für den wirtschaftlichen Erfolg der GERRY WEBER Gruppe von großer Bedeutung. Der hohe Qualitätsstandard und die gute Passform sind unverwechselbare Merkmale unserer Mode und bilden die Basis für das Markenimage. Eine klare Markenpositionierung, der weltweit einheitliche Markenauftritt und dessen gezielte Kommunikation unterstützen die positive Wahrnehmung der GERRY WEBER Markenwelt.

Das Corporate Image der GERRY WEBER Gruppe wird durch die Wahrnehmung der einzelnen Interessengruppen, wie z. B. Kunden, Aktionäre, Lieferanten und Mitarbeiter dem Unternehmen gespiegelt. Mangelnde Einhaltung unseres Qualitätsanspruchs, eine nicht eindeutige Markenpositionierung, aber auch die Nichteinhaltung von nationalen und internationalen Gesetzen und Sozialstandards durch unsere Partner sind potenzielle Risiken, die das Markenimage der GERRY WEBER Markenfamilien negativ beeinträchtigen könnten. Zur Minderung des Marken- und Corporate Image Risikos unterstützen wir die Positionierung unserer Marken durch verschiedene Marketing-, Event- und Sponsoringmaßnahmen und haben umfassende Prozesse in den verschiedenen Bereichen der Unternehmensgruppe implementiert. Um unsere hohen Qualitätsstandards zu erfüllen, durchlaufen unsere Fertigungspartner umfangreiche Audits, bevor sie als Produzenten der GERRY WEBER Gruppe zugelassen werden. Neben der Prüfung von Fertigungsmöglichkeiten und Knowhow des Partners werden auch die Einhaltung der nationalen und internationalen Gesetze und Sozialstandards kontrolliert. Während der Herstellung sind unsere Mitarbeiter vor Ort und überwachen, ob vorgegebene Standards umgesetzt und eingehalten werden. Abschließend wird unsere Ware nochmals durch interne und externe Experten auf Qualitätsstandards hin überprüft. Ergänzt werden diese Prozesse durch ein konzernweites Compliance-Managementsystem. Vor dem Hintergrund des Geschäftsverlaufes der letzten Monate sowie der damit verbundenen medialen Darstellung der GERRY WEBER Gruppe schätzen die Eintrittswahrscheinlichkeit, dass es zu einer Schädigung des Markenimages kommen kann, als mittel ein. Das Ausmaß halten wir für gering. Folglich kategorisieren wir dieses Risiko als mittleres ein.

Investitionsrisiko

Investitionsrisiken können sich aus der Neueröffnung eigener Retail-Verkaufsflächen ergeben. Neben diesem bereits dargestellten Risiko (siehe Risiken aus der nationalen und internationalen Expansion), können Fehlinvestitionen und/oder Abweichungen von Plankosten für Investitionsprojekte die Vermögens-, Finanz-, und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe negativ beeinflussen. Das größte Investitionsprojekt der Firmengeschichte, der Neubau des Logistikzentrums, stellt ein Projekt dar, bei dem derartige Risiken auftreten könnten. Falls der Bau- und Anlaufablauf nicht planungsgemäß verläuft, d. h., falls es zu Verzögerungen oder zu bedeutenden Mehrausgaben im Bau oder im operativen Geschäft kommt, könnte dies die Vermögens-, Finanz-, und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe negativ beeinflussen. Um dieses Risiko so gering wie möglich zu halten, haben wir ausführliche Analysen der technischen und baulichen Möglichkeiten sowie eine umfassende Investitions- und Kostenplanung auch mithilfe externer Experten dem Projekt vorangestellt. Der Start des Logistikzentrums erfolgte Mitte Dezember 2015 planmäßig. Ebenso liegen die geplanten Kosten für den Bau- und die Anlaufphase des Logistikzentrums innerhalb der Planvorgaben. Derzeit schätzen wir das Risiko, dass im weiteren Verlauf der Hochlaufphase des Logistikzentrums noch zeitliche Verzögerungen oder höhere Kosten entstehen, als unbedeutend ein. Dabei sehen wir die Eintrittswahrscheinlichkeit als unwahrscheinlich und das Ausmaß als sehr gering an.

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

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 Fremdwährungsbedarf wird auf Grundlage der Planrechnungen für die einzelnen Kollektionen ermittelt und zu 100 % abgesichert. Um das Währungsrisiko zu minimieren, werden Devisenterminkäufe abgeschlossen. Die Laufzeit der abgeschlossenen Devisenderivate beträgt in der



PROZENT

befrug die Forderungsausfallquote im Geschäftsjahr 2014 / 15

Regel 12 – 24 Monate. Bei einem nachträglich zusätzlich benötigten Fremdwährungsbedarf wird, je nach Einschätzung der Kursentwicklung und bei einem zu erwartenden Anstieg, eine zusätzliche Absicherung vorgenommen. Die GERRY WEBER International AG betreibt darüber hinaus keinen Handel mit Finanzinstrumenten.

Des Weiteren werden die konzerninternen Währungsrisiken auch durch natürliches Hedging minimiert. Dies bedeutet, dass 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 hieraus resultierender Planungssicherheit wird die tatsächliche Wahrscheinlichkeit, von Währungsschwankungen betroffen zu sein, aber als unwahrscheinlich eingestuft. Das Ausmaß auf der Beschaffungsseite bei Eintritt schätzen wir aufgrund des Beschaffungsvolumens in USD als wesentlich ein. Jedoch kann aufgrund der bestehenden Absicherung sowie des flexiblen Sourcing-Systems das tatsächliche Ausmaß als gering angesehen werden. Damit schätzen wir das Währungsrisiko insgesamt als unbedeutendes Risiko ein.

Risiko von Forderungsausfällen

Die Bonität und Zahlungsfähigkeit unserer Kunden wird von uns ausführlich überprüft und überwacht. Trotz unseres Forderungsausfallmanagements kann es zu verspäteten Zahlungen

oder sogar Ausfällen von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen kommen. Um Forderungsausfälle zu vermeiden, werden Neukunden einer strengen Bonitätsprüfung unterzogen und kurze Zahlungsziele vereinbart. Bei unzureichender Kreditversicherung 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. Die Wirksamkeit dieser Handhabung zeigt sich deutlich in unserer Forderungsausfallquote, die derzeit bei konzernweit 0,1% liegt. Aufgrund der implementierten Bonitätsprüfungsmaßnahmen 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

Liquiditätsrisiken ergeben sich aus einem eventuellen Mangel an Mitteln, um fällige Verbindlichkeiten in Bezug auf Fristigkeit, Volumen und Währungsstruktur bedienen zu können. Folge wären fehlende Liquidität zur Begleichung von Verbindlichkeiten oder steigende Finanzierungskosten. Zur derzeitigen 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 größtenteils über Eigenkapital finanziert und seine Verbindlichkeiten aus operativ generierten liquiden Mitteln beglichen. Lediglich zur Finanzierung des Logistikzentrums sowie zum Erwerb des Modeunternehmens HALLHUBER wurden zwei Schuldscheindarlehen über EUR 75 Mio. und EUR 140 Mio. aufgenommen. Sicherheiten wurden nicht gestellt, ebenso umfassen die abgeschlossenen Schuldscheindarlehen keine Covenants. Entsprechend stellt das Finanzierungs- bzw. Liquiditätsrisiko bei GERRY WEBER ein untergeordnetes Risiko dar. Selbst bei einer Veränderung der Kreditvergabenpolitik von Banken sehen wir sowohl das Risiko nicht jederzeit ausreichender liquider Mittel als auch das Risiko mangelnder Fremdfinanzierungen zu attraktiven Konditionen als unbedeutend an. Die Eintrittswahrscheinlichkeit ist unwahrscheinlich und das Ausmaß sehr gering.

Zinsrisiko

Zinsrisiken entstehen durch sich verändernde Marktzinsen und den sich daraus ergebenden Volatilitäten. Die Zinsrisiken wirken sich auf zukünftige Zinszahlungen für variabel verzinsliche Geldanlagen und -aufnahmen aus. Damit nehmen sie Einfluss auf die Höhe der Zinsaufwendungen. Wesentliche Zinsänderungen können daher Rentabilität, Liquidität und die Finanzlage des Konzerns beeinflussen. Die GERRY WEBER International AG steuert dieses Risiko indem sie langfristige Darlehen zu festen Zinssätzen aufnimmt. Um saisonal abhängige Liquiditätsspitzen abzufangen, werden kurzfristige Kreditvereinbarungen teilweise mit variablen Zinssätzen eingegangen. Im Falle solcher Abschlüsse ist die GERRY WEBER International AG kurzzeitig

einem geringfügigen Cashflow-Risiko ausgeliefert. Gemäß den Anforderungen von IFRS 7 haben wir die Auswirkung von Veränderungen der für uns wichtigsten Zinssätze auf den Gewinn untersucht.

Im Geschäftsjahr 2013/14 hat die GERRY WEBER International AG ein Schuldscheindarlehen zur Finanzierung des Baus des Logistikzentrums in Höhe von EUR 75 Mio. mit festen und variablen Zinstranchen platziert. Die fixen Tranchen haben einen durchschnittlichen Zinssatz von 2,3 %. Unter Berücksichtigung des derzeit niedrigen Leitzinses und der hervorragenden Bonität der GERRY WEBER Gruppe ergibt sich ein durchschnittlicher Zinssatz für das gesamte Volumen von derzeit unter 2,0 %. Ferner hat die Gesellschaft ein weiteres Schuldscheindarlehen mit einem Volumen von EUR 140 Mio. platziert. Das Schuldscheindarlehen dient zur Zahlung des HALLHUBER Kaufpreises sowie zur Ablösung der HALLHUBER Anleihe. 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 2014/15 fristgerecht zum 18. Juni 2016 gekündigt. Die Rückzahlung wird sich positiv auf die Zinsaufwendungen der gesamten GERRY WEBER Gruppe auswirken.

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.

Absatz- und Warenbestandsrisiko

Über das Absatz- und Warenbestandsrisiko resultierend aus unserem eigenen Retail-Geschäft haben wir bereits ausführlich im Zusammenhang mit dem Risiko verbunden mit der nationalen und internationalen Retail-Expansion berichtet. Mit zunehmender Anzahl der konzerneigenen Verkaufsflächen erhöht sich auch das Bestandsrisiko. Auch wenn der überwiegende Teil der Warenbestände dem Retail-Segment zugerechnet werden kann, besteht ein geringes Warenbestandsrisiko resultierend aus dem Wholesale Geschäft.

Zur Bedienung von Nachordern unserer Wholesale-Partner werden 5 % bis 10 % mehr Waren, als vom Wholesale in der Vororder bestellt, hergestellt. Sollte die Nachorder unserer Wholesale-Partner in einer Saison geringer als geplant oder gänzlich ausfallen, könnte dies zu höheren Warenbeständen am Ende einer Saison führen.

Zur Bedienung möglicher Nachbestellungen unserer Wholesale-Partner innerhalb des Saisonverlaufes können ebenfalls die bereits dargestellten flexiblen Einkaufsvolumina (Open-to-buy-Limits) genutzt werden. Vor diesem Hintergrund erachten wir die Eintrittswahrscheinlichkeit des Bestandsrisikos aus dem Wholesale-Segment sowie das Ausmaß als gering an. Damit ist das Risiko als unbedeutendes Risiko einzustufen.

Leistungswirtschaftliche Risiken

Beschaffungsrisiko

Hohe Ansprüche an die Qualität der GERRY WEBER Produkte und die Einhaltung der Liefertermine bedingen hohe Anforderungen an unsere Lieferanten. Bereits bei der Auswahl durchlaufen unsere Lieferanten strengste Auswahlkriterien, die neben technischen Fertigungsstandards und Know-how, einer Kapazitäts- und Bonitätsprüfung auch die Einhaltung sozialer Standards umfasst. Nach bestandener Auditierungsverfahren kontrollieren unsere hauseigenen Techniker während des Produktionsprozesses die Einhaltung unserer Standards direkt vor Ort. Die Vergabe von Aufträgen zur Herstellung von GERRY WEBER Produkten sowie die verfügbaren Produktionskapazitäten werden 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.

Sollten trotzdem einer oder mehrere Zulieferer aufgrund wirtschaftlicher oder technischer Probleme, aufgrund von Naturkatastrophen, Kapazitätsengpässen oder Streiks ausfallen, kann die GERRY WEBER Gruppe gezwungen sein, sich zeitnah neue Partner suchen zu müssen. Gleiches gilt im Falle erhöhter Beschaffungspreise aufgrund von Embargos, Handelsbeschränkungen, zusätzlichen Zöllen oder Lohnerhöhungen. Ein solcher kurzfristiger Lieferantenwechsel kann zu Verzögerungen bei der Belieferung und zu einem erhöhten Aufwand führen, der die Umsatz- und Ertragslage der Gesellschaft negativ beeinflussen könnte. Um diesem Risiko vorzubeugen, verfügt die GERRY WEBER Gruppe über ein verlässliches und geprüftes Netzwerk aus strategischen Zulieferpartnern. 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 reagieren und den Produktionspartner wechseln. Die Möglichkeit zur Bereitstellung der technischen Daten erleichtert dabei das Handling zwischen GERRY WEBER und dem Partnerunternehmen und beschleunigt die Auftragsvergabe. Wir schätzen 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

Mit zunehmender nationaler und internationaler Expansion der GERRY WEBER Gruppe nimmt die Bedeutung gut funktionierender Logistikprozesse zu. Jede Störung dieser Prozesse kann sich negativ auf unsere Lieferfähigkeit und damit auf unsere termingerechte Auftragserfüllung auswirken. Die Folge wären Umsatzausfälle, zusätzliche Kosten sowie möglicherweise auch eine Verschlechterung der Kundenbeziehungen. Um mögliche Logistikrisiken zu minimieren, hat die GERRY WEBER International AG derzeit noch die Logistikfunktionen an zwei Logistikunternehmen vergeben. Regelmäßige Terminbesprechungen zwischen Dienstleister und Gesellschaft gewährleisten eine gut funktionierende Steuerung und Überwachung des gesamten Prozesses.

Mit Veränderung und Ausweitung der verschiedenen Vertriebskanäle, zunehmender Internationalisierung und damit auch höheren Umschlagsmengen ist der Bedarf nach einem speziell auf unsere Bedürfnisse zugeschnittenen Handling der Logistikprozesse immer weiter gestiegen. Aus diesem Grund ist im April 2014 mit dem Bau eines in unmittelbarer Nähe zur Konzernzentrale gelegenen Multichannel-Logistikzentrums begonnen worden. Das erste Paket wurde Mitte Dezember 2015 ausgeliefert. Nach einer Hochlaufphase von ca. fünf bis sechs Monaten wird das neue GERRY WEBER Logistikzentrum seine volle Kapazitätsnutzung erreicht haben. Dann wird aus derzeit noch fünf extern geführten GERRY WEBER und drei HALLHUBER Lagern ein gemeinsames Logistikzentrum entstanden sein. Eine genaue Zuordnung nach Vertriebskanal wird dann nicht mehr erforderlich sein. Es wird einen Bestand für alle Vertriebskanäle und Marken

geben. Das neue zentrale Logistikkonzept vermindert somit das Risiko einer Fehlallokation von Waren auf einen Vertriebskanal. Außerdem vereinfacht das zentrale Lager die zeitgleiche Lieferung von Hängeware und Liegeware, die bislang von verschiedenen Lagern kam, an den Point-of-Sale. Das neue Logistiklager gewährleistet somit eine schnellere und optimierte Lieferung der Produkte auf die Verkaufsflächen. Diesem beschriebenen Risikominimierungspotenzial im Bereich Logistik steht ein Investitionsrisiko gegenüber, das unter der Überschrift „Investitionsrisiken“ näher beschrieben wird.

In der Übergangszeit, in der die Umstellung von den dezentralen Lagern auf das neue zentrale Logistiklager vollzogen wird, kann es zu Verzögerungen und / oder Fehlallokationen kommen. Wir kalkulieren mit einer Umstellungszeit von etwa fünf bis sechs Monaten, in der beide Systeme nahezu parallel laufen werden. Sollte diese Umstellungszeit jedoch länger als geplant andauern, so kann dies Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz-, und Ertragslage der GERRY WEBER International AG haben. Die Eintrittswahrscheinlichkeit für einen solchen Fall schätzen wir als jedoch als unwahrscheinlich ein, da eine ausreichende Übergangsphase kalkuliert und das Logistikzentrum fristgerecht in Betrieb genommen wurde. Die Auswirkungen schätzen wir ebenfalls als gering ein, sodass das Logistikrisiko als unbedeutendes Risiko kategorisiert wird.

Informationstechnisches Risiko

Unsere IT-Strukturen und -Systeme unterstützen unsere Geschäftsaktivitäten. Grundsätzlich besteht das Risiko, dass IT-Systeme ausfallen, beeinträchtigt oder durch externe Einflüsse verfälscht oder sogar zerstört werden. Ein schwerwiegender Systemausfall oder ein wesentlicher Datenverlust könnte zu Geschäftsunterbrechungen führen. Projekte von wesentlicher Bedeutung für den Konzern könnten sich verzögern und damit teurer werden als geplant. Darüber hinaus könnten Virenprogramme zu Systemstörungen und schließlich zum Verlust von geschäftskritischen und / oder vertraulichen Informationen führen. Um dieses Risiko zu minimieren, werden unsere Netzwerke ständig überwacht. Ferner haben wir Sicherungs- und Schutzsysteme implementiert, um dem Verlust und dem Missbrauch von Daten entgegenzuwirken.

Neben diesen Schutzmechanismen gegen externen Missbrauch 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 Risiko, dass der Ausfall von IT-Systemen zu finanziellen Auswirkungen führt als eher unwahrscheinlich und in seinem Ausmaß als gering ein. Damit ist dieses Risiko ein unbedeutendes Risiko.

Sonstige Risiken

Personalrisiko

Unsere Mitarbeiter, ihr Engagement und ihre Fähigkeiten sind wesentliche Faktoren für den Erfolg der GERRY WEBER Gruppe. Personalrisiken ergeben sich im Wesentlichen durch die Personalbeschaffung, mangelnde Qualifikation und durch Fluktuation der Mitarbeiter. Das Risiko, dass Mitarbeiter in Schlüsselpositionen ausscheiden oder krankheitsbedingt ausfallen und damit wichtiges Knowhow, Erfahrungen und Kompetenzen nicht mehr zur Verfügung stehen, ist in diesem Zusammenhang von zentraler Bedeutung für die GERRY WEBER Gruppe. Diese Positionen in kurzer Zeit adäquat nachzubersetzen kann die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns beeinflussen. Um diesem Risiko entgegenzuwirken, haben wir nicht nur Prozesse zur Nachbesetzung installiert, sondern darüber hinaus eine umfassende Stellvertreterregelung implementiert. Ferner arbeiten wir kontinuierlich daran, die Attraktivität der GERRY WEBER Gruppe als Arbeitgeber zu verbessern.

Risiken im Personalbereich sind darüber hinaus eine hohe Fluktuation der Mitarbeiter sowie ein zunehmender Wettbewerb um qualifiziertes Personal am Arbeitsmarkt. Eine enge Mitarbeiterbindung und gut geschultes Personal sind daher kritische Faktoren für den Unternehmenserfolg. Durch attraktive Vergütungs-, sowie individuelle Arbeitszeitmodelle, herausfordernde Aufgaben sowie durch interessante

Karrierperspektiven im In- und Ausland sind wir bestrebt, die Mitarbeiterzufriedenheit zu steigern und so die Mitarbeiter im Unternehmen zu halten. Das Ausmaß der genannten Risiken schätzen wir als gering ein. Die Wahrscheinlichkeit des Eintritts erachten wir als mittel. Das Risiko bei den Personalrisiken stufen wir insgesamt als mittleres Risiko ein.

Rechtliche und Compliance Risiken

Im Rahmen unserer Geschäftsaktivitäten können mögliche rechtliche Risiken entstehen. Alle wesentlichen Rechtsgeschäfte werden auch unter Einbeziehung externer Spezialisten geprüft und verabschiedet, um Rechtsstreitigkeiten zu vermeiden. Sollte es in Einzelfällen doch zu Rechtsstreitigkeiten kommen, könnten diese nicht nur mit hohen Kosten verbunden sein, sondern sich auch auf das Image der GERRY WEBER International AG auswirken. Rechtsstreitigkeiten, die einen wesentlichen Einfluss auf die wirtschaftliche Lage der GERRY WEBER Gruppe haben könnten, bestehen derzeit nicht.

Compliance bei GERRY WEBER bedeutet die nachhaltige Verankerung regelkonformen Verhaltens im Unternehmensgefüge. Das Risiko von Rechts- und Gesetzesverletzungen oder Verstößen gegen unseren Verhaltenskodex minimieren wir durch unser Compliance Programm. Im Verhaltenskodex sowie 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 zwar nicht vollständig ausgeschlossen werden, jedoch erachten wir die Eintrittswahrscheinlichkeit und Ausmaß als unwahrscheinlich bzw. gering. Damit ist das Risiko als unbedeutendes Risiko einzustufen.

Haftungsrisiko

Risiken durch Sachanlageschäden wirken wir 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. Haftungsrisiken und Risiken aus Schadensfällen, wie z. B. Wasserschäden, werden durch den Abschluss wirksamer und ausreichend hoher Versicherungen reduziert. Alle versicherten Bereiche werden regelmäßig überprüft, um eine Über- oder Unterversicherung zu vermeiden. 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- gorien / -felder	Einzelrisiken	Eintritts- wahrscheinlichkeit	Ausmaß der Auswirkung	Risikokategorie	Veränder- ung zum Vorjahr
Externe Risiken					
	Risiko im Zusammenhang mit wetterbedingt ungünstigen Rahmenbedingungen	gering	wesentlich	bedeutendes Risiko	→
	Risiko der konjunkturellen und geopolitischen Entwicklung	gering	gering	mittleres Risiko	↗
	Risiko aus höherer Gewalt	unwahrscheinlich	sehr gering	unbedeutendes Risiko	→
Branchen- und Marktrisiken					
	Mode- und Kollektionsrisiko	unwahrscheinlich	wesentlich	bedeutendes Risiko	→
	Risiko aus einer veränderten Kundenstruktur	unwahrscheinlich	gering	unbedeutendes Risiko	→
	Risiko aus einer veränderten Wettbewerbsstruktur	unwahrscheinlich	gering	unbedeutendes Risiko	→
Unternehmensstrategische Risiken					
	Risiko im Zusammenhang mit der nationalen und internationalen Retail-Expansion	gering	wesentlich	bedeutendes Risiko	↗
	Marken- und Corporate Image Risiko	mittel	gering	mittleres Risiko	→
	Investitionsrisiko	unwahrscheinlich	sehr gering	unbedeutendes Risiko	↗
Finanzwirtschaftliche Risiken					
	Währungsrisiko	unwahrscheinlich	wesentlich	mittleres Risiko	↗
	Risiko von Forderungsausfällen	unwahrscheinlich	gering	unbedeutendes Risiko	→
	Kredit/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	unwahrscheinlich	gering	unbedeutendes Risiko	↗
	Informationstechnisches Risiko	unwahrscheinlich	gering	unbedeutendes 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					

Chancenbericht

Die GERRY WEBER Gruppe agiert in einem sich stetig verändernden Umfeld. Als international tätiges Modeunternehmen ändern sich nicht nur die Modetrends, sondern auch die wirtschaftlichen, politischen und sozialen Rahmenbedingungen unserer Vertriebsländer. Um die Risiken aus sich veränderten Rahmenbedingungen zu minimieren, wurde das bereits dargestellte Risikomanagementsystem im Konzern implementiert. Positive Entwicklungen gilt es frühzeitig im Rahmen unseres Chancenmanagements zu erkennen und die sich daraus ergebenden Chancen im Sinne des Unternehmens zu nutzen.

Die **wirtschaftliche Lage** in den Ländern, in denen wir unsere Mode vertreiben, ist für die gesamte GERRY WEBER Gruppe von wesentlicher Bedeutung. Insbesondere das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte, und damit verbunden, deren Konsumverhalten hat Einfluss auf unser Geschäftsmodell. Eine mögliche Verbesserung des konjunkturellen Umfelds insgesamt oder einzelner Regionen kann somit einen positiven Einfluss auf die Umsatz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe haben. Darüber hinaus bietet sich durch die Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen die Möglichkeit zum Vertrieb unserer Produkte in Ländern mit unterschiedlichen wirtschaftlichen Zyklen und Entwicklungsstufen und damit einer größeren Diversifikation hinsichtlich verschiedener Regionen und Produktlebenszyklen.

Eine weitere Chance zur Vergrößerung der Kundengruppe der GERRY WEBER Gruppe besteht in der **demografischen Entwicklung** der westlichen Industrienationen. Für die nächsten Jahrzehnte ist eine Verschiebung der Alterspyramide hin zu den sogenannten „Best Agern“ zu erkennen. Das heißt, die Anzahl potenzieller Kundinnen in unserer Zielgruppe für die Marke GERRY WEBER steigt. Auch auf dieser Grundlage planen wir zukünftig unsere Vertriebsaktivitäten, sowohl mit eigenem Retail als auch gemeinsam mit unseren Partnern, weiter auszubauen.

Vor dem Hintergrund sich **verändernder Vertriebsstrukturen** im Modeeinzelhandel, insbesondere durch die Präsenz von rein vertikalen Modeanbietern und der damit verbundenen Verdrängung kleinerer und mittlerer Modehändler, sehen wir gute Chancen für den eigenen Retail. Durch die Expansion des eigenen Retail-Geschäftes in ausgewählten Märkten Europas und in Kanada ergeben sich zusätzliche Wachstumspotenziale für die gesamte GERRY WEBER Gruppe. Durch die eigenständige Flächenbestückung können nicht nur Umsätze und Erträge verbessert, sondern auch das Markenbild international einheitlich geprägt werden. Hinzu kommt, dass wir

über den direkten Vertrieb das Kaufverhalten und die Bedürfnisse unserer Kunden besser und schneller einschätzen können, sodass wir die gewonnen Erkenntnisse schnell in die Kollektionsentwicklung miteinfließen lassen können.

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 Ausbau unserer Online-Aktivitäten wollen wir auf das sich verändernde Kaufverhalten unserer Kunden reagieren, neue Kundengruppen erschließen und von den sich darbietenden Potenzialen profitieren.

Insbesondere die Verknüpfung von stationärem und dem online-basierten Handel sehen wir als Chance, bislang nicht ausgenutzte Umsatzpotenziale zu realisieren. Zukünftig können wir uns die Möglichkeit vorstellen, dass wenn ein Artikel in einer Filiale nicht mehr zu Verfügung steht, dieser von der Modeberaterin im Store online bestellt und im Anschluss wahlweise im Geschäft selber abgeholt oder zu der Kundin direkt nachhause geliefert werden kann. Eine solche oder ähnliche Lösung kann dabei helfen, bislang nicht realisiertes Umsatzpotenzial zu heben.

Die zunehmende Konsolidierung im Modeeinzelhandel kann ebenfalls als Chance angesehen werden. Vor dem Hintergrund der schwierigen Rahmenbedingungen für den Modeeinzelhandel und stagnierender bis leicht rückläufiger Umsätze textiler Waren in Europa besteht eine hohe Wahrscheinlichkeit, dass kleinere Anbieter nicht mehr mithalten können und nur noch große, vertikal aufgestellte Unternehmen bestehen bleiben, die sich dann das Marktvolumen untereinander aufteilen. Auch aufgrund unserer Größe kann die GERRY WEBER Gruppe im Zuge dieses Konsolidierungsprozesses von den sich daraus ergebenden Effekten profitieren.

Im Zuge des genannten Konsolidierungsprozesses im Bekleidungsmarkt kann sich mittelfristig die Chance auf ein oder mehrere zu der GERRY WEBER Gruppe passende Akquisitionsobjekte ergeben. Mit der **Akquisition** neuer Marken steigt das Umsatz- und Ertragspotenzial der gesamten GERRY WEBER Gruppe. Darüber hinaus können auf diese Weise neue Kundengruppen erschlossen werden. Über den Erwerb von Franchise-Partnern und zusätzlicher Flächen können sich weitere Möglichkeiten ergeben, Umsatz und Ergebnis zu erhöhen.

Auch mithilfe des neuen **Logistikzentrums**, das es uns ermöglicht, erst kurz vor Auslieferung zu entscheiden, in welchen Vertriebskanal ein Produkt geht, wird die Verbindung aus Online und stationärem Handel forciert werden. Somit ermöglichen wir eine schnellere und optimierte Produktverfügbarkeit sowohl Online als auch in den Filialen. Damit unterstützt das Logistikzentrum die Verbindung von stationärem und Online-Handel. Darüber hinaus bestehen Kosteneinsparpotenziale durch die Reduzierung der Logistikkosten pro Teil. Eine weitere Chance im Zusammenhang mit der Errichtung des Logistikzentrums besteht in der optimierten Anlieferung der Einzelteile. Gerade für unsere Kombi-Kollektionen ist es wichtig, dass alle Teile eines Outfits zeitgleich auf den Verkaufsflächen zur Verfügung stehen. So nicht realisiertes Umsatzpotenzial soll durch die Abläufe des neuen Logistikzentrums gehoben werden.

Mit der Akquisition des Münchner Modeunternehmens HALLHUBER hat die GERRY WEBER Gruppe ihre Kundenzielgruppe deutlich verjüngt und erweitert. Die GERRY WEBER Marken sprechen im gehobenen mittleren Marktsegment eine weibliche

Zielgruppe ab Mitte Zwanzig an. Im Zusammenhang unserer **Mehrmarkenstrategie** sehen wir gute Chancen, unterschiedliche Kundengruppen zu erreichen. Daher werden wir insbesondere mit unserer Marke HALLHUBER expandieren, um bestehende und neue Kunden enger über verschiedene Lebensphasen an unsere Marken zu binden. Generell bietet der Eintritt in neue Märkte und die weitere Internationalisierung unserer Vertriebsstrukturen sowie die Entwicklung neuer Kundengruppen zusätzliche Wachstumsmöglichkeiten für unsere Gesellschaft.

Darüber hinaus bietet die **Entwicklung neuer Produkte** weiteres Wachstumspotenzial für die GERRY WEBER Gruppe. Neben der Einführung neuer Produktgruppen in bestehenden Kollektionen, wie z. B. modischer und schnell lieferbarer Trendkapseln, sehen wir weiteres Potenzial in der Entwicklung neuer Untermarken für unsere Hauptmarken. Durch die zunehmende Globalisierung der Märkte ergeben sich für uns Chancen auf der **Beschaffungsseite**. Aufgrund unserer internen Produktentwicklungs- und Beschaffungsstrukturen können wir schnell reagieren und Chancen auf sich verbessernde Konditionen effizient nutzen.

Unsere **Mitarbeiter** sind wesentlicher Faktor für die Entwicklung und das zukünftige Wachstum der GERRY WEBER Gruppe. Ein gutes Arbeitsumfeld mit attraktiven Arbeitszeit- und Vergütungsmodellen sowie weitreichenden Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen erhöht die Attraktivität der GERRY WEBER Gruppe als Arbeitsgeber und damit unsere Möglichkeiten, qualifizierte und engagierte Mitarbeiter für das Unternehmen zu gewinnen und langfristig zu binden.

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

BE- RICHT- ER- STATTUNG

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 Berichtszeitraums am 31. Oktober 2015 unverändert EUR 45.905.960,00 und ist eingeteilt in 45.905.960 auf den Inhaber lautende Stückaktien. Kapitalmaßnahmen wurden im Geschäftsjahr 2014/15 nicht durchgeführt.

Der auf die einzelne Aktie entfallende anteilige Betrag am Grundkapital beträgt rechnerisch EUR 1,00. 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 ähnliche 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, bis 31. Oktober 2014 Vorsitzender des Vorstands und seit 1. November 2014 Mitglied des Aufsichtsrates, war zum 31. Oktober 2015 indirekt mit 29,64 % am Grundkapital der Gesellschaft beteiligt. Aufsichtsratsmitglied Udo Hardieck hielt ebenfalls zum 31. Oktober 2015 direkt und indirekt 17,52 %. 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

Änderungen der Satzung der GERRY WEBER International AG bedürfen eines Beschlusses der Hauptversammlung mit mindestens einer Dreiviertel-Mehrheit 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 Sprecher des Vorstands benennen.

Befugnisse des Vorstands zur Ausgabe neuer Aktien

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 6. Juni 2013 wurde das bestehende genehmigte Kapital aufgehoben und die folgende Ermächtigung erteilt: gemäß § 5 Abs. 3 der Satzung ist der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats 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 grundsätzlich ein Bezugsrecht einzuräumen. Die Satzung der GERRY WEBER International AG sieht im Hinblick auf das genehmigte Kapital vor, dass der Vorstand unter bestimmten Voraussetzungen berechtigt ist, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen.

Die Summe der nach dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts gegen Bar- und Sacheinlagen ausgegebenen 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 Aktienaussgabe festzulegen.

Ferner wurde mit Beschluss der Hauptversammlung vom 6. Juni 2013 das Grundkapital um bis zu EUR 4.590.590,00 durch Ausgabe von bis zu 4.590.590 neuen, auf den Inhaber laufenden Stückaktien bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von auf den Inhaber laufenden Stückaktien an die Inhaber von Wandel- und Optionsschuldverschreibungen (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 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.

Befugnisse des Vorstands zum Erwerb eigener Aktien

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 16. April 2015 wurde der Vorstand ermächtigt, bis zum 15. April 2020 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 AktG als eigene Aktien zugerechnet sind, zu keinem Zeitpunkt mehr als 10 % des jeweiligen Grundkapitals entfallen.

Zum Berichtszeitpunkt am 31. Oktober 2015 hielt die Gesellschaft keine eigenen Aktien.

Bedingungen eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots

Die Dienstverträge zwischen der GERRY WEBER International AG und den Mitgliedern des Vorstands enthalten Regelungen über ein mögliches Ausscheiden der Vorstandsmitglieder bei einem Kontrollwechsel. Diese sind im Vergütungsbericht des Konzernlageberichts dargestellt.

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:

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.

NACH- TRAGS- BE- RICHT

Nach dem Ende des Geschäftsjahres 2014/15 (31. Oktober 2015) haben sich folgende Ereignisse ergeben, die sowohl die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage, als auch die zukünftige Geschäftsentwicklung der GERRY WEBER Gruppe beeinflussen können.

Am 26. Januar 2016 hat der Vorstand der GERRY WEBER International AG ein Programm zur Neuausrichtung der GERRY WEBER Gruppe angekündigt, welches im Detail auf der Bilanzpressekonferenz am 26. Februar 2016 vorgestellt werden soll. Die vollständige Umsetzung des Programms soll 18 bis 24 Monate Zeit in Anspruch nehmen. Ziel dieses Programms ist es, nach Umsetzung der einzelnen Maßnahmen des Programms wieder eine deutliche Verbesserung der Profitabilität der Gesellschaft zu erreichen.

Darüber hinaus haben sich keine weiteren nennenswerten Ereignisse ergeben, die sowohl die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage, als auch die zukünftige Geschäftsentwicklung der GERRY WEBER Gruppe beeinflussen können.

PRO- GNOSE- BERICHT

Zukunftsbezogene Aussagen

Der vorliegende Prognosebericht der GERRY WEBER International AG gibt die Einschätzungen des Managements über den zukünftigen Verlauf der erwarteten unternehmensspezifischen, finanziellen, gesamtwirtschaftlichen, branchenbezogenen und geopolitischen Entwicklungen wieder, die den Geschäftsverlauf der GERRY WEBER Gruppe beeinflussen können. Er entspricht dem Kenntnisstand des Managements zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichtes. Als zunehmend international agierender Mode- und Lifestyle-Konzern ist die GERRY WEBER Gruppe nicht nur in Deutschland, sondern auch in anderen Teilen der Welt tätig. Mit einem Umsatzanteil von 37,6 %, der außerhalb von Deutschland realisiert wird, ist die Bedeutung der wirtschaftlichen, politischen und sozialen Rahmenbedingungen auch außerhalb unseres Heimatmarktes von großer Bedeutung. Darüber hinaus beziehen wir unsere Ware aus verschiedenen Regionen in der Welt und sind auch hier von den jeweiligen wirtschaftlichen und geopolitischen Gegebenheiten abhängig.

Weltwirtschaft

Nach einem prognostizierten Wachstum von 3,1% für 2015 rechnet der Internationale Währungsfonds (IWF) für 2016 mit einem Wachstum der Weltwirtschaft von 3,4% (Aktualisierung im Januar 2016). Dabei bestehen hinsichtlich der Wachstumsraten nach wie vor erhebliche Unterschiede zwischen Industrie- und Schwellenländern. Die Sorgenkinder der Expertenkommission sind nach wie vor die Schwellenländer, deren starke Wachstumsraten in der Vergangenheit nun schon das fünfte Jahr in Folge abgenommen haben. Dabei waren sie der Motor der Weltwirtschaft nach der Finanzkrise. Probleme werden insbesondere durch die konjunkturelle Schwächung der ölexportierenden Länder durch den tiefsten Stand des Ölpreises seit 2009 erwartet. Aber auch die allgemein sinkenden Rohstoffpreise lassen weitere wirtschaftliche Rückschläge für die Volkswirtschaften insbesondere in Lateinamerika erwarten. China kämpft nach den Turbulenzen an der Börse im Spätsommer und zu Beginn des Jahres 2016 nun mit der Umstellung von einer eher exportorientierten hin zur einer Volkswirtschaft, die zunehmend auch auf Binnennachfrage ausgerichtet sein wird.

Euroraum

Der Internationale Währungsfonds (IWF) geht in seinem „Economic Outlook“ von Oktober 2015 davon aus, dass die Wirtschaft der Eurozone nach drei trüben Jahren in 2015 wieder um 1,5% und 2016 wieder um 1,6% wachsen wird. Mit dazu beigetragen haben 2015 die niedrigen Ölpreise, die Währungsschwäche des Euro sowie das quantitative finanzwirtschaftliche Lockerungsprogramm der EZB. Die Eurozone profitiert dabei nicht nur von der guten Konjunkturerholung in Deutschland, sondern auch von der ökonomischen Wiedererstarkung einiger Krisenstaaten. So erwartet der IWF für Spanien im Jahr 2016 ein Wirtschaftswachstum von 2,5%, für Portugal von 1,5% und für Irland sogar ein Plus von 3,0%.

Deutschland

Mit im Schnitt 1,8% für 2016 prognostizieren die Experten der anerkannten Wirtschaftsforschungsinstitute, wie auch die Bundesregierung und die Bundesbank, ein moderates Wachstum der deutschen Wirtschaft. Getragen wird das Wachstum nach wie vor durch ein hohes privates Konsumniveau, dessen hohe Zuwächse sich vor allem aus den realen Einkommensanstiegen der privaten Haushalte speisen. Dies zeigt sich auch in dem Frühindikator „Konjunkturerwartung“

der Verbraucher der Gemeinschaft für Konsumforschung (GfK), dessen Talfahrt der letzten Monate sich zum Jahresende bei 2,9 Punkten für Dezember wieder über dem langjährigen Jahresdurchschnitt von null Punkten stabilisierte. Zusätzliche Nachfrageimpulse gehen von den Mehrausgaben für die Unterbringung und Integration der Flüchtlinge aus. Der niedrige Ölpreis sorgt hierzulande nicht nur für ein höheres reales Einkommen der privaten Haushalte, sondern entlastet zudem die deutsche Wirtschaft. Der schwache Euro beflügelt weiter die Exporte. Problematisch sehen die Experten in diesem Zusammenhang die schwächere Weltwirtschaft. Der deutsche Außenhandel werde sich aufgrund der schlechteren weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen spürbar abschwächen und könne damit mit einem negativen Außenbeitrag die Wachstumsrate des Bruttoinlandsprodukts teilweise aufzehren.

Künftige Ausrichtung der GERRY WEBER Gruppe und strategische Maßnahmen

Die GERRY WEBER Gruppe befindet sich in einer Transformationsphase. Wie bereits ausführlich dargestellt, sind die externen Rahmenbedingungen für den Modehandel derzeit äußerst herausfordernd und nicht einfach. So verzeichnete der deutsche Textileinzelhandel im Berichtszeitraum (November 2014 bis Oktober 2015) einen Umsatzrückgang von rund 2%. Der Vorstand geht auch zukünftig davon aus, dass sich die Kundenfrequenz in den Innenstädten und Einkaufszentren nicht deutlich entspannen wird. Das Unternehmen wird auch weiterhin vor grundlegenden Problemen und Herausforderungen stehen. Vor diesem Hintergrund hat der Vorstand bereits Mitte des Jahres 2015 begonnen, Maßnahmen zu definieren und zu implementieren, um die Gesellschaft auf diese schwierigen Rahmenbedingungen einzustellen.

Unter anderem wurden die Beschaffungsprozesse durch die Einführung der „Open-to-Buy-Limits“ flexibilisiert, die erstmalig zur Frühjahr-/ Sommerkollektion 2016 umgesetzt wurden. Bei diesem Konzept wird anfänglich weniger Ware als für die Planung benötigt produziert und zusätzliche Kapazitätsvolumina bei unseren Produktionspartnern reserviert. Läuft die jeweilige Saison planmäßig an, können diese

Kapazitätsreserven sowohl für Nachlieferungen als auch für Trendware genutzt werden. Mit der Flexibilisierung der Produktionsvolumina kann nicht nur schneller und bedarfsgerechter auf sich verändernde Marktbedingungen reagiert werden, sondern sie beugt ebenso Überbeständen vor. Ferner wurden die Arbeitszeitmodelle der Retail Mitarbeiter überarbeitet, um auch hier die Flexibilität zu erhöhen.

Die bereits eingeleiteten Maßnahmen werden jedoch nicht ausreichen, um die GERRY WEBER Gruppe wieder auf die gewohnte Erfolgsspur zu bringen. Daher hat sich der Vorstand entschlossen, ein Programm zur Neuausrichtung der Gesellschaft aufzusetzen, welches alle Geschäftsbereiche untersucht und Optimierungspotenzial aufdecken soll.

Das Programm zur Neuausrichtung umfasst ein Paket an Maßnahmen, die einerseits auf die Steigerung des Umsatzes und andererseits auf die Verbesserung der Profitabilität der GERRY WEBER Gruppe abzielen. Eine Übersicht über die definierten Maßnahmen und Ziele kann der folgenden Darstellung entnommen werden:

Umsatzprogramme

Steigerung der Attraktivität der eigenen Verkaufsflächen

Vor dem Hintergrund niedrigerer Kundenfrequenzen in den Innenstädten und Einkaufszentren müssen wir die Attraktivität unserer Geschäfte und Verkaufsflächen erhöhen. Es müssen neue Anreize und Impulse gesetzt und Neugier geweckt werden, damit die Kundin gerne in unsere Geschäfte kommt und sich dort wohl fühlt. Dies wollen wir zum Beispiel durch einen ansprechenden Ladenbau, attraktive Fensterfronten, aber auch durch neue attraktive Produkte erreichen.

Überprüfung der Markenaussage / Kollektionen

Die GERRY WEBER Core Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON müssen wieder über mehr Strahlkraft verfügen. Gerade die Hauptmarke GERRY WEBER muss moderner präsentiert und die Kollektionen um moderne, an die aktuellen Kundenwünsche angepasste Lieblingsteile ergänzt werden. Die Markenidentität von TAIFUN werden wir überprüfen, um die Marke noch unabhängiger von der Hauptmarke zu präsentieren. TAIFUN Separates wird vergleichbar zu GERRY WEBER EDITION selbständiger positioniert werden und eher legere Einzelteile anbieten. Die Hauptkollektion TAIFUN wird weiterhin feminine Mode für alle Lebensbereiche anbieten. Zur besseren Kundenansprache haben wir das Store Konzept für TAIFUN neu überarbeitet und bieten dieses auch unseren Wholesale-Partnern für ihre Shop-in-Shop Flächen an.

Erhöhung des Wholesale-Umsatzes

Übergeordnetes Ziel für alle Marken ist es, die Produktentwicklung zu beschleunigen und die Ware schneller und bedarfsorientierter auf die Verkaufsflächen zu bringen. Aus diesem Grund haben wir Konzepte

Maßnahmen im Rahmen des Programms zur Neuausrichtung

Programme	Mittel	Ziel
Umsatzprogramme	Steigerung der Attraktivität der eigenen Verkaufsflächen - Ansprechender Ladenbau und Fensterfronten Überprüfung der Markenaussagen / Kollektionen - Modernisierung GERRY WEBER - Ausbau TAIFUN Separates und weitere Erhöhung der Markenunabhängigkeit Erhöhung des Wholesale Umsatzes - Dienstleistungen für die Wholesale Partner verbessern - Steigerung des Anteils der Vertrauenslimatkunden Digitalisierung - Relaunch GERRY WEBER E-Shop Auftritt - Konsequente Fortführung des Multichannel Ansatzes	Steigerung Umsatz
Rohertragsprogramm	Verbesserte Warensteuerung und effektiveres Bestandsmanagement	Verbesserung Rohertragsmarge
Effizienzprogramme	Optimierung des eigenen Store Portfolios Anpassung und Steigerung der Effizienz von Prozessen und Abläufen der Zentralfunktionen - Überprüfung der Prozessabläufe und Schnittstellen - Reduzierung der Sach- und Personalkosten durch verbesserte Effizienz der Prozesse	Reduzierung der Sach- und Personalkosten Verbesserung des operativen Ergebnisses



aufgesetzt, um den Wholesale stärker am Point of Sale zu unterstützen. Es wurden Partnerschaftsprogramme entwickelt, um die Warensteuerung zu optimieren und den Kunden eine höhere Serviceleistung zur Verfügung zu stellen. Ferner soll der Anteil der Vertrauenslimitkunden weiter ausgebaut werden. Vertrauenslimit bedeutet, dass der Kunde uns sein Einkaufslimit überträgt und die Spezialisten von GERRY WEBER entscheiden, welche Ware wann auf die Verkaufsfläche des Kunden geliefert wird.

Konsequente Fortführung der Digitalisierung

Der Online Handel wird auch zukünftig an Bedeutung gewinnen. Daher ist es von großer Bedeutung, den stationären Handel mit dem Online Handel zu verknüpfen. Der Kundin muss die Auswahl gegeben werden, wo sie die Ware bestellt, abholt oder Retouren zurückbringt. Sowohl bei HALLHUBER als auch bei GERRY WEBER wurden bereits erste Testfilialen mit Tablet Geräten bestückt, wobei die Kundin entscheiden kann, wo sie die Ware kauft – direkt vor Ort im Geschäft oder Online im E-Shop. Bei der Verknüpfung des stationären mit dem Online Handel spielt unser Mitte Dezember 2015 an den Start gegangenes Logistikzentrum eine zentrale Bedeutung, da wir zukünftig nur noch einen Warenbestand für alle Vertriebskanäle haben werden. Ein zentraler, vertriebskanalunabhängiger Warenbestand ermöglicht eine bessere Warensteuerung und ein effektiveres Bestandsmanagement sowie eine schnellere und flexiblere Belieferung der einzelnen Vertriebskanäle.

ROHERTRAGSPROGRAMM

Waren- und Bestandsmanagement

Die Einführung der flexibilisierten Einkaufsvolumina (Open-to-Buy-Limits) war der erste Schritt zu einem verbesserten Waren- und Bestandsmanagement. Daran werden wir anknüpfen und unter anderem durch eine Straffung der Auslieferzyklen das Waren- und Bestandsmanagement weiter optimieren. Ziel ist es, die Ware bedarfsgerechter auf die Fläche zu bringen, die Preisgestaltung am Point of Sale zu verbessern und damit die Rohertragsmarge weiter zu erhöhen. Hinzu kommt die Erhöhung des Anteils an Accessoires auf den Verkaufsflächen.

Effizienzprogramme

Optimierung des eigenen Store Portfolios

Die Anzahl der in Eigenregie geführten Verkaufsflächen der GERRY WEBER Core Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON haben sich in den vergangenen fünf Jahren von 293 auf 987 mehr als verdreifacht. Der Fokus der Retail Strategie lag eindeutig in der Ausweitung der eigenen Verkaufsflächen. Ein Teil der in den letzten Jahren eröffneten Stores erfüllt, auch aufgrund der geänderten Rahmenbedingungen, nicht die ursprünglich geplanten Zielmargen. Ein anderer Teil der Verkaufsflächen befindet sich in Regionen, für die wir zukünftig nur noch eingeschränktes Wachstumspotenzial sehen. Daher haben wir uns entschieden, das gesamte Store Portfolio einer eingehenden Prüfung zu unterziehen und zu optimieren. Mögliche Schließungen von Geschäften schließen wir dabei explizit nicht aus und werden abgestimmt auf die einzelne Miet- und Personalsituation erfolgen. Ziel ist es, das Portfolio zu optimieren, um einerseits eine etwaige regionale Überdistribution zu vermeiden und andererseits die Profitabilität des eigenen GERRY WEBER Core-Retails zu verbessern. Nach Jahren der Expansion gehen wir zum derzeitigen Zeitpunkt jedoch von einem Rückgang der eigenen Verkaufsflächen im niedrigen einstelligen Prozentbereich im Vergleich zum 31. Oktober 2015 aus. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass mögliche Schließungen mit außerordentlichen Einmalaufwendungen für Mieten, Personal aber auch Abschreibungen verbunden sind.

Anpassung und Steigerung der Effizienz von Prozessen und Abläufen der Zentralfunktionen

Die GERRY WEBER Gruppe ist in den letzten Jahren stark gewachsen. In den letzten fünf Jahren hat sich die Zahl der in Eigenregie geführten Verkaufsflächen mehr als verdreifacht und der Umsatz ist von EUR 621,9 Mio. (2009 / 10) auf EUR 920,8 Mio. (+48,1%) angestiegen. Daher nutzen wir das Programm zur Neuausrichtung auch zur Anpassung der internen Strukturen. Prozesse und Abläufe müssen wieder schneller und effizienter werden. Aus diesem Grund haben wir uns alle internen Prozesse analysiert und zum Teil neu definiert. Ziel ist es, durch Optimierung der Abläufe die Sach- und Personalkosten der Zentralbereiche in den nächsten 18 bis 24 Monate nachhaltig zu reduzieren. Das im Dezember 2015 an den Start gegangene neue Logistikzentrum wird dabei ebenfalls einen Teil zur Beschleunigung und Optimierung der Abläufe beitragen.

HALLHUBER

Unsere Tochtergesellschaft HALLHUBER ist von der Transformationsphase des GERRY WEBER Core-Bereiches weitgehend nicht betroffen. HALLHUBER befindet sich auf Expansionskurs und wird in den nächsten Monaten der Wachstumstreiber der GERRY WEBER Gruppe sein.

Für das laufende Geschäftsjahr 2015/16 stehen die Zeichen für HALLHUBER weiter auf Wachstum, verbunden mit einer Verbesserung der Profitabilität. Die Anzahl der Verkaufsflächen (275 zum 31. Oktober 2015) sollen um jährlich 50 bis 60 neue Verkaufsflächen, sprich Geschäfte und Concession-Flächen, erhöht werden. Regionaler Fokus wird dabei auf der Ausweitung der Verkaufsflächen in Deutschland liegen, aber auch in Ländern wie den Niederlanden, Norwegen, Großbritannien und Spanien werden neue HALLHUBER Flächen eröffnet werden. GERRY WEBER wird dabei sein vorhandenes Vertriebsnetz zur Verfügung stellen, um die Expansion voranzutreiben und die HALLHUBER Verkaufsflächen vor Ort zu unterstützen.

Ein Schwerpunkt der Integration von HALLHUBER in die GERRY WEBER Gruppe wird die Einbeziehung in das neue GERRY WEBER Logistikzentrum in Halle/Westfalen sein. Der Start der Überführung der HALLHUBER Marken ist für Mitte des Jahres 2016 geplant. Vor dem Hintergrund des hohen Automatisierungsgrades des neuen Logistikzentrums gehen wir von einer Reduzierung der HALLHUBER Logistikkosten aus.

Langfristige Ausrichtung der GERRY WEBER Gruppe

Die nächsten 18 bis 24 Monate werden für den GERRY WEBER Core-Bereich (GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON) von weitreichenden strukturellen Veränderungen geprägt sein. Ziel dieser Transformationsphase ist es, den Bereich auf die sich verändernden Marktbedingungen einzustellen, schneller und effizienter zu werden und somit erfolgreich und profitabel am Markt agieren zu können.

Dabei haben wir unsere langfristigen Strategien und Ziele nicht aus den Augen verloren. Nach Durchschreiten der Transformationsphase wollen wir wieder profitabel wachsen. Im Vordergrund stehen dabei die Optimierung und Vertikalisierung aller Vertriebskanäle sowie die Internationalisierung unserer Marken.

HALLHUBER wird in den Monaten der Transformation der GERRY WEBER Core-Bereiche der Wachstumstreiber der GERRY WEBER Gruppe sein. Insbesondere die weitere Erhöhung der Markenbekanntheit und die Ausweitung der Verkaufsflächen in ausgewählten europäischen Ländern, verbunden mit einem Umsatz- als auch Ertragswachstum, werden im Vordergrund unserer Tochtergesellschaft stehen.

Erwartete Entwicklung der Ertrags- und Finanzlage

Im Verlauf des Prognoseberichtes haben wir bereits ausführlich über die erwarteten zukünftigen Rahmenbedingungen für unser Geschäft, den Geschäftsverlauf und die anstehenden Maßnahmen für die nächsten 18 bis 24 Monate berichtet. Vor dem Hintergrund der Umsetzung des anstehenden Programms zur Neuausrichtung geht der Vorstand für das laufende Geschäftsjahr 2015/16 von deutlichen Einschnitten auf der Umsatz- und Ertragsseite des GERRY WEBER Core-Bereiches und damit der gesamten Unternehmensgruppe aus. Das Geschäftsjahr wird insbesondere durch außerordentliche Einmalaufwendungen geprägt sein.

Umsatzplanung 2015/16

Die Optimierung des Store Portfolios der GERRY WEBER Core Marken (GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON), der erwartete Rückgang der Umsätze aus dem GERRY WEBER Wholesale-Segment, aber auch aufgrund rückläufiger Umsätze auf vergleichbarer GERRY WEBER Core-Retail-Flächen geht der Vorstand insgesamt von einer Verminderung der Umsätze des GERRY WEBER Core-Bereiches im Vergleich zum Vorjahr aus.



Vor dem Hintergrund der Steigerungsraten der letzten Jahre, die durchschnittlich zwischen 15% und 20% p.a. lagen, der hervorragenden Geschäftsentwicklung der letzten Monate sowie der geplanten Verkaufsflächenausweitung gehen wir für HALLHUBER von einem Umsatzanstieg auf EUR 180 bis 190 Mio. aus. HALLHUBER wird jedoch die Reduzierung der Umsätze aus dem GERRY WEBER Core-Bereich nicht vollständig kompensieren können. Entsprechend gehen wir für das Geschäftsjahr 2015/16 von einem Konzernumsatz für die gesamte GERRY WEBER Gruppe zwischen EUR 890 und 920 Mio. aus (Vorjahr: EUR 920,8 Mio.).

Ergebnisplanung 2015 / 16

Der Vorstand erwartet aus dem eingeleiteten Programm zur Neuausrichtung, insbesondere den Effizienzprogrammen, außerordentliche Einmal-aufwendungen im laufenden Geschäftsjahr 2015 / 16. Zum Zeitpunkt der Erstellung des Prognoseberichtes standen weder die Höhe noch der zeitliche Anfall dieser Einmalkosten konkret fest, da sich das Programm zur Neuausrichtung noch in der Detaillierungsphase befand. Auf der Bilanzpressekonferenz am 26. Februar 2016 wird der Vorstand das detaillierte Programm zur Neuausrichtung der GERRY WEBER Gruppe vorstellen.



SEITE

117



Ferner rechnen wir mit verminderten Erträgen resultierend aus dem prognostizierten Rückgang des Wholesale Geschäftes. Steigende Erträge aus dem HALLHUBER Segment werden diese Rückgänge nicht vollständig kompensieren können. Unter Einbeziehung aller möglicher belastender außerordentlicher Einmaleffekte gehen wir von einem operativen Ergebnis für die GERRY WEBER Gruppe (Konzern-EBIT) zwischen EUR 10 und 20 Mio. aus. Dabei wird HALLHUBER den größten Teil zum Konzern-Ergebnis beitragen.

Die möglichen außerordentlichen Einmalaufwendungen aus den Effizienzprogrammen umfassen nicht nur liquiditätswirksame Effekte, sondern können auch außerordentliche Abschreibungen aus der Optimierung des Store Portfolios umfassen. Der Vorstand rechnet daher für das Geschäftsjahr 2015 / 16 mit einem überdurchschnittlichen Anstieg der Abschreibungen der GERRY WEBER Gruppe, so dass die Betrachtung des Ergebnisses vor Zinsen, Steuern und Abschreibung an

890

EUR bis 920 Million ist das Konzernumsatzziel für 2015 / 16

ENDE

Aussagekraft gewinnen wird. Der Vorstand rechnet unter Berücksichtigung außerordentlicher Effekte aus dem Neuausrichtungsprogramm mit einem Konzern-EBITDA zwischen EUR 60 und 70 Mio. für das Geschäftsjahr 2015 / 16. HALLHUBER soll dabei zwischen EUR 15 bis 20 Mio. zum geplanten Konzern-EBITDA beitragen.

Geschäftsjahr 2016 / 17

Für das darauf folgende Geschäftsjahr 2016 / 17 rechnet der Vorstand noch nicht mit einem signifikanten Anstieg des Umsatzes aus dem GERRY WEBER Core Segment. Auch in diesem Jahr wird der Umsatzanstieg von unserer Tochtergesellschaft HALLHUBER generiert werden. Für die gesamte GERRY WEBER Gruppe erwartet der Vorstand für das Geschäftsjahr 2016 / 17 daher lediglich einen leichten Anstieg des Konzernumsatzes.

Im kommenden Geschäftsjahr 2016 / 17 rechnet der Vorstand jedoch mit ersten positiven Ergebnisauswirkungen aus dem Programm zur Neuausrichtung. Die GERRY WEBER Gruppe wird zwar noch nicht zur alten Profitabilität zurückkehren, wird aber eine operative Marge (EBIT-Marge) im hohen einstelligen Bereich erzielen.

Erwartete Gesamtaussage zur prognostizierten Entwicklung

Der Vorstand der GERRY WEBER International AG geht auch für die kommenden Monate nicht von einer Verbesserung der Rahmenbedingungen für unser Geschäftsmodell aus. Weiterhin werden externe Faktoren wie zum Beispiel das Wetter, die Kundenfrequenz in den Innenstädten oder das wirtschaftliche Umfeld in einigen unserer Vertriebsländer keinen positiven Einfluss auf unsere Geschäftsentwicklung ausüben. Der Vorstand hat daher ein Programm zur Neuausrichtung aufgesetzt, um die GERRY WEBER Gruppe so aufzustellen, dass wir zukünftig auch in diesem schwierigen Marktumfeld profitabel agieren können.

Das Programm zur Neuausrichtung untersucht alle Bereiche des Unternehmens. Es sind verschiedene Maßnahmen geplant bzw. bereits begonnen worden, die sowohl zu einer Erhöhung des Konzernumsatzes, als auch zu einer Verbesserung der Profitabilität der GERRY WEBER Gruppe führen sollen. Das Programm bzw. die Implementierung und Umsetzung der angedachten Maßnahmen wird in den nächsten 18 bis 24 Monaten erfolgen.

Für das laufende Geschäftsjahr 2015 / 16 erwartet der Vorstand jedoch aus dem eingeleiteten Programm zur Neuausrichtung, insbesondere den Effizienzprogrammen, außerordentliche Einmalaufwendungen. Bei einer Umsatzerwartung des Konzerns zwischen EUR 890 und 920 Mio. (Vorjahr: EUR 920,8 Mio.) prognostiziert der Vorstand ein Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Konzern-EBITDA) für die gesamte GERRY WEBER Gruppe zwischen EUR 60 und 70 Mio. Nach Berücksichtigung planmäßiger und möglicher außerplanmäßiger Abschreibungen aus den Effizienzprogrammen ergibt sich somit ein erwartetes operatives Konzernergebnis (Konzern-EBIT) zwischen EUR 10 und 20 Mio.

Unsere im Februar 2015 erworbene Tochtergesellschaft HALLHUBER wird weitgehend nicht vom Programm der Neuausrichtung betroffen sein und ihren Wachstumsweg weiter voranschreiten. Aufgrund der positiven Entwicklung der letzten Monate sowie der Ausweitung der Verkaufsflächen wird HALLHUBER der Wachstumstreiber für die Geschäftsjahre 2015 / 16 und 2016 / 17 sein.

HALLHUBER WIRD ZUM ERWARTETEN KONZERNUMSATZ ZWISCHEN EUR 180 UND 190 MIO. BEITRAGEN. DAS PROGNOSTIZIERTE KONZERN-EBIT ZWISCHEN EUR 10 UND 20 MIO. WIRD ZUM ÜBERWIEGENDEN TEIL DURCH HALLHUBER ERWIRTSCHAFTET WERDEN.

Die kommenden Monate werden für den GERRY WEBER Core-Bereich durch weitreichende Veränderungen bestimmt sein. Die aus der Neustrukturierung resultierenden außerordentlichen Effekte werden, trotz des profitablen HALLHUBER Wachstums, die operative Marge des Gesamtkonzerns kurzfristig belasten. Nach Durchführung des Programms zur Neustrukturierung, der Umsetzung aller geplanten Maßnahmen sowie nach Durchschreiten der Konsolidierungsphase des GERRY WEBER Core-Bereiches, gehen wir mittelfristig wieder von einer deutlichen Steigerung der Profitabilität der gesamten GERRY WEBER Gruppe aus.

GERRY WEBER

INTERNATIONAL AG

Jahresabschluss
und Anhang
2014/15

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

für die Zeit vom 1. November 2014 bis zum 31. Oktober 2015

in TEUR	2014 / 15	2013 / 14
Umsatzerlöse	436.552,5	8.546,7
Verminderung oder Erhöhung des Bestands an unfertigen Erzeugnissen und unfertigen Leistungen	-6.757,1	-103,2
Andere aktivierte Eigenleistungen	1.048,0	618,0
Sonstige betriebliche Erträge	35.063,0	94.398,5
davon aus Währungsumrechnungen: TEUR 7,8 (Vorjahr: TEUR 265,1)		
Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh, Hilfs und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	-63.002,5	-5.579,5
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	-275.570,2	-346,0
	-338.572,7	-5.925,4
Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	-42.305,6	-32.642,5
b) Soziale Abgaben	-6.720,0	-4.698,9
	-49.025,6	-37.341,4
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-7.262,2	-7.157,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-67.053,2	-46.641,6
davon aus Währungsumrechnungen: TEUR 1.054,7 (Vorjahr: TEUR 0,00)		
Erträge aus Beteiligungen	169,8	272,3
davon aus verbundenen Unternehmen: TEUR 169,8 (Vorjahr: TEUR 272,3)		
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	51.189,6	98.001,40
Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	20,4	24,6
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2.122,0	1.977,8
davon aus der Aufzinsung von Forderungen: TEUR 0,00 (Vorjahr: TEUR 17,1)		
davon aus verbundenen Unternehmen: TEUR 2.077,9 (Vorjahr: TEUR 1.707,7)		
Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	-83,5	0
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-3.346,4	-2.140,0
davon aus der Abzinsung von Forderungen: TEUR 31,0 (Vorjahr: TEUR 55,9)		
davon aus der Aufzinsung von Rückstellungen: TEUR 2,0 (Vorjahr: TEUR 5,2)		
davon an verbundene Unternehmen: TEUR 4,9 (Vorjahr: TEUR 7,8)		
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	54.064,6	104.530,9

in TEUR	2014 / 15	2013 / 14
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-17.129,6	-31.452,5
Sonstige Steuern	-394,4	-286,4
Jahresüberschuss	36.540,6	72.791,9
Gewinnvortrag	15.087,6	11.725,1
Einstellung in andere Gewinnrücklagen	0	-35.000,0
Bilanzgewinn	51.628,2	49.517,1

BILANZ

zum 31. Oktober 2015

AKTIVA

in TEUR

	31.10.2015	31.10.2014
Anlagevermögen		
Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	8.130,2	9.186,6
Geleistete Anzahlungen	12.022,5	6.589,0
	20.152,7	15.775,6
Sachanlagen		
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	80.634,9	87.764,4
Technische Anlagen und Maschinen	105,0	144,9
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.450,2	5.107,5
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	92.629,5	23.489,8
	177.819,6	116.506,6
Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen	188.376,5	94.887,8
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	3.271,8	0,0
Beteiligungen	16,6	12,3
Sonstige Ausleihungen	1.965,0	2.059,5
	193.629,9	96.959,6
	391.602,2	229.241,8
Umlaufvermögen		
Vorräte		
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	13.578,9	1.634,6
Unfertige Erzeugnisse, unfertige Leistungen	12.250,0	44,6
Fertige Erzeugnisse und Waren	29.620,5	0,0
Geleistete Anzahlungen	1.566,6	198,5
	57.016,0	1.877,7
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.623,0	1.752,4
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: TEUR 245,2 (Vorjahr: TEUR 480,0)		
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	195.977,1	222.491,2
davon aus Lieferungen und Leistungen: TEUR 27.660,0 (Vorjahr: TEUR 1.360,8)		
Sonstige Vermögensgegenstände	16.562,1	5.423,3
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: TEUR 437,7 (Vorjahr: TEUR 858,6)		
	214.162,2	229.667,0
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	49.004,4	78.721,3
	320.182,6	310.266,0
Rechnungsabgrenzungsposten	2.415,6	1.950,3
Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung	0,0	45,2
	714.200,5	541.503,4

PASSIVA

in TEUR	31.10.2015	31.10.2014
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	45.906,0	45.906,0
Kapitalrücklage	63.201,1	63.201,1
Gewinnrücklagen	269.426,4	269.426,4
Bilanzgewinn	51.628,2	49.517,0
	430.161,6	428.050,5
Rückstellungen		
Steuerrückstellungen	204,2	495,5
Sonstige Rückstellungen	12.708,6	8.486,4
	12.912,8	8.981,9
Verbindlichkeiten		
Finanzverbindlichkeiten	219.981,1	81.441,0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	33.570,1	6.222,2
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	3.294,1	2.501,4
davon aus Lieferungen und Leistungen: TEUR 1.377,6 (Vorjahr: TEUR 21,5)		
Sonstige Verbindlichkeiten	13.545,0	13.530,5
davon aus Steuern: TEUR 4.784,6 (Vorjahr: TEUR 5.441,8)		
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: TEUR 0,00 (Vorjahr: TEUR 4,0)		
	270.390,3	103.695,1
Rechnungsabgrenzungsposten	735,8	775,9
	714.200,5	541.503,4

GERRY WEBER INTERNATIONAL AG
HALLE/WESTF.

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS IM GESCHÄFTSJAHR 2014/2015

	Anschaffungs- und Herstellungskosten					Abschreibungen				Restbuchwerte	
	01.11.2014 TEUR	Zugänge TEUR	Abgänge TEUR	Umbuchungen TEUR	31.10.2015 TEUR	01.11.2014 TEUR	Zugänge TEUR	Abgänge TEUR	31.10.2015 TEUR	31.10.2015 TEUR	31.10.2014 TEUR
Anlagevermögen											
I. Immaterielle Vermögenswerte											
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	28.360.599,3	1.296.339,4	70.404,1	828.063,2	30.414.597,8	19.173.975,3	3.180.827,6	70.404,1	22.284.398,8	8.130.199,0	9.186.624,0
2. Geleistete Anzahlungen	6.589.014,9	6.418.163,5	156.640,4	-828.063,2	12.022.474,9	0,0	0,0	0,0	0,0	12.022.474,9	6.589.014,9
	<u>34.949.614,2</u>	<u>7.714.502,9</u>	<u>227.044,5</u>	<u>0,0</u>	<u>42.437.072,6</u>	<u>19.173.975,3</u>	<u>3.180.827,6</u>	<u>70.404,1</u>	<u>22.284.398,8</u>	<u>20.152.673,9</u>	<u>15.775.638,9</u>
II. Sachanlagen											
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	121.136.697,6	779.868,7	9.086.096,8	0,0	112.830.469,5	33.372.286,9	2.371.436,2	3.548.206,6	32.195.516,5	80.634.953,0	87.764.410,7
2. Technische Anlagen und Maschinen	2.013.519,0	21.607,2	255.371,9	0,0	1.779.754,3	1.868.640,0	61.530,2	255.371,9	1.674.798,3	104.956,0	144.879,0
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	17.700.883,9	1.444.181,0	1.989.134,7	0,0	17.155.930,2	12.593.426,6	1.648.450,3	1.536.185,7	12.705.691,2	4.450.239,0	5.107.457,3
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	23.489.856,9	69.139.658,9	0,0	0,0	92.629.515,8	0,0	0,0	0,0	0,0	92.629.515,8	23.489.856,9
	<u>164.340.957,3</u>	<u>71.385.315,9</u>	<u>11.330.603,5</u>	<u>0,0</u>	<u>224.395.669,7</u>	<u>47.834.353,4</u>	<u>4.081.416,7</u>	<u>5.339.764,2</u>	<u>46.576.005,9</u>	<u>177.819.663,7</u>	<u>116.506.603,8</u>
III. Finanzanlagen											
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	97.774.635,8	93.488.655,4	0,0	0,0	191.263.291,2	2.886.789,1	0,0	0,0	2.886.789,1	188.376.502,1	94.887.846,8
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	0,0	3.271.840,0	0,0	0,0	3.271.840,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3.271.840,0	0,0
3. Beteiligungen	276.725,1	4.308,7	0,0	0,0	281.033,8	264.464,6	0,0	0,0	264.464,6	16.569,2	12.260,5
4. Sonstige Ausleihungen	2.509.509,3	0,0	94.509,3	0,0	2.415.000,0	450.000,0	0,0	0,0	450.000,0	1.965.000,0	2.059.509,3
	<u>100.560.870,2</u>	<u>96.764.804,1</u>	<u>94.509,3</u>	<u>0,0</u>	<u>197.231.165,0</u>	<u>3.601.253,6</u>	<u>0,0</u>	<u>0,0</u>	<u>3.601.253,6</u>	<u>193.629.911,3</u>	<u>96.959.616,6</u>
	<u>299.851.441,7</u>	<u>175.864.622,8</u>	<u>11.652.157,3</u>	<u>0,0</u>	<u>464.063.907,2</u>	<u>70.609.582,3</u>	<u>7.262.244,3</u>	<u>5.410.168,4</u>	<u>72.461.658,3</u>	<u>391.602.248,9</u>	<u>229.241.859,3</u>

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

**ANHANG
FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2014/15**

I. Rechnungslegung

Der Jahresabschluss der Gerry Weber International Aktiengesellschaft, Halle/Westf., für das Geschäftsjahr 2014/15 ist nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches und des Aktiengesetzes sowie der Satzung erstellt worden. Der vorliegende Abschluss umfasst den Zeitraum vom 1. November 2014 bis zum 31. Oktober 2015.

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

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, angesetzt. Die Herstellungskosten enthalten neben den einzeln zurechenbaren Kosten auch angemessene Teile von Gemeinkosten.

Bewegliche Vermögensgegenstände mit einer Nutzungsdauer über fünf Jahre, die bis zum 31. Oktober 2007 angeschafft wurden, werden generell degressiv mit den steuerlichen Höchstsätzen abgeschrieben. Die lineare AfA 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 sind mit den Anschaffungskosten oder dem niedrigeren beizulegenden Wert bilanziert. Es wurden Zuschreibungen auf Finanzanlagen in Höhe von TEUR 0 (Vorjahr: TEUR 1) vorgenommen.

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 4,00 % (Vorjahr: 4,62 %), 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 2015 ein Überhang aktiver latenter Steuern in Höhe von TEUR 306 (Vorjahr: TEUR 19). 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.

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

Sofern wir im Konzern Warenbezüge und Dienstleistungen in ausländischer Währung zu honorieren haben, decken wir die Aufwendungen zur Sicherung der Kalkulationen vor jeder Saison durch Devisentermin- und Optionsgeschäfte ab. Am Bilanzstichtag belief sich das Volumen auf EUR 367,4 Mio. (Vorjahr: EUR 311,3 Mio.).

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 positive Zeitwert der Devisentermin- und Optionsgeschäfte beträgt zum Bilanzstichtag EUR 47,1 Mio. (Vorjahr: EUR 26,4 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 3,6 Mio. (Vorjahr: EUR 9,3 Mio.).

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.

Der positive Zeitwert dieser Devisentermingeschäfte bei Warenforderungen beträgt zum Bilanzstichtag TEUR 92 (Vorjahr: negativer Zeitwert von TEUR 269).

III. Bilanzerläuterungen

1. Entwicklung des Anlagevermögens 2014/2015

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

2. Sonstige Vermögensgegenstände

Zusammensetzung aus folgenden wesentlichen Posten:

	<u>31.10.2015</u>	<u>31.10.2014</u>
	TEUR	TEUR
Steuerforderungen	13.399	3.507
Sponsoring der „GERRY WEBER Open“ (inkl. Namensrecht)	717	692
Boni	517	0

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.

Eigenkapitalspiegel der Gerry Weber International AG

	<u>Gezeichnetes Kapital</u>	<u>Kapitalrücklage</u>	<u>Andere Ge- winnrücklagen</u>	<u>Bilanzgewinn</u>	<u>Eigenkapital</u>
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
Stand 01.11.2014	45.905.960,00	63.201.099,21	269.426.393,18	49.517.074,59	428.050.526,98
Gezahlte Dividenden	0,00	0,00	0,00	-34.429.470,00	-34.429.470,00
Einstellung in die Ge- winnrücklagen aus dem Jahresüberschuss	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Jahresüberschuss	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>36.540.583,82</u>	<u>36.540.583,82</u>
Stand 31.10.2015	<u>45.905.960,00</u>	<u>63.201.099,21</u>	<u>269.426.393,18</u>	<u>51.628.188,41</u>	<u>430.161.640,80</u>

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

	<u>Gezeichnetes Kapital</u>	<u>Kapitalrücklage</u>	<u>Andere Ge- winnrücklagen</u>	<u>Bilanzgewinn</u>	<u>Eigenkapital</u>
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
Stand 01.11.2013	45.905.960,00	63.201.099,21	234.426.393,18	46.154.610,05	389.688.062,44
Gezahlte Dividenden	0,00	0,00	0,00	-34.429.470,00	-34.429.470,00
Einstellung in die Ge- winnrücklagen aus dem Jahresüberschuss	0,00	0,00	35.000.000,00	-35.000.000,00	0,00
Jahresüberschuss	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>72.791.934,54</u>	<u>72.791.934,54</u>
Stand 31.10.2014	<u>45.905.960,00</u>	<u>63.201.099,21</u>	<u>269.426.393,18</u>	<u>49.517.074,59</u>	<u>428.050.526,98</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:

	31.10.2015	31.10.2014
	TEUR	TEUR
Ausstehende Rechnungen	6.300	464
Tantiemen und Prämien	1.676	4.696
Jahressonderzahlung	1.649	1.140
Aufsichtsratsvergütung	702	510
Urlaub und Gutstunden	660	527
Gewährleistung	659	0
Hauptversammlung und Veröffentlichung	350	400
Jahresabschluss	308	318
Altersteilzeit ¹	57	0

¹ Die Rückstellungen für Altersteilzeit in Höhe von TEUR 143 zum 31.10.2015 sind um TEUR 86 (Vorjahr: TEUR 363) 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 Erträge in Höhe von TEUR 2 (Vorjahr: TEUR 15). Dem gegenüber stehen Aufwendungen aus der Aufzinsung der Erfüllungsbeträge in Höhe von insgesamt TEUR 2 (Vorjahr: TEUR 5).

8. Verbindlichkeiten

Gegliedert nach Restlaufzeiten (Vorjahresbeträge in Klammern):

	mit einer Restlaufzeit			Gesamt- betrag
	bis zu 1 Jahr	von 1 bis 5 Jahren	von mehr als 5 Jahren	
	EUR	EUR	EUR	EUR
Verbindlichkeiten				
- Finanzverbindlichkeiten	4.981.114,55 (4.298.204,22)	91.000.000,00 (53.142.857,19)	124.000.000,00 (24.000.000,00)	219.981.114,55 (81.441.061,41)
- aus Lieferungen und Leistungen	33.570.113,92 (6.222.200,49)	0,00 (0,00)	0,00 (0,00)	33.570.113,92 (6.222.200,49)
- gegenüber verbundenen Unternehmen	3.294.038,38 (2.501.359,11)	0,00 (0,00)	0,00 (0,00)	3.294.038,38 (2.501.359,11)
- Sonstige	13.545.003,67 (13.530.471,43)	0,00 (0,00)	0,00 (0,00)	13.545.003,67 (13.530.471,43)
	55.390.270,52 (26.552.235,25)	91.000.000,00 (53.142.857,19)	124.000.000,00 (24.000.000,00)	270.390.270,52 (103.695.092,50)

Die Finanzverbindlichkeiten enthalten in Höhe von TEUR 217.838 (Vorjahr: TEUR 76.441) Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten. Die Finanzverbindlichkeiten umfassen im Übrigen ein Darlehen einer Versicherungsgesellschaft in Höhe von TEUR 2.143 (TEUR 5.000).

9. Haftungsverhältnisse/sonstige finanzielle Verpflichtungen

	31.10.2015 TEUR	31.10.2014 TEUR
Leasingverhältnisse und Wartungsverträge		
- 2015/2016 fällig (2014/2013)	6.704	5.750
- 2016/2017 bis 2019/2020 fällig (2015/2016 bis 2018/2019)	1.404	2.217
	<u>8.108</u>	<u>7.967</u>
Mietverhältnisse		
- 2015/2016 fällig (2014/2015)	1.211	1.238
- 2016/2017 bis 2019/2020 fällig (2015/2016 bis 2018/2019)	3.943	4.452
- nach 2019/2020 fällig	3.575	4.235
	<u>8.729</u>	<u>9.925</u>
Sponsoring-Vertrag mit Namensrechtnutzung „Gerry Weber Open“		
- 2014/2015 fällig (2013/2014)	4.258	4.275
- 2015/2016 bis 2018/2019 fällig (2014/2015 bis 2017/2018)	5.342	9.767
- nach 2018/2019 fällig	0	0
	<u>9.600</u>	<u>14.042</u>

Das Bestellobligo für Investitionen in das Anlagevermögen beträgt zum 31. Oktober 2015 TEUR 11.149.

Sponsoring-Vertrag mit Namensrechtnutzung „GERRY WEBER Open“

Am 20. Dezember 2012 wurde mit Wirkung zum 1. Januar 2013, 00.00 Uhr, ein neuer Sponsoringvertrag mit der Gerry Weber Management & Event oHG, abgeschlossen, der den bisherigen Sponsoringvertrag vom 6. Dezember 2007 ersetzt.

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.

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 2013 bis zum 31. Dezember 2017 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 2015 EUR 20.505,42 EUR (Vorjahr: EUR 24.814,14).

Der Verkäuferin der GERRY WEBER Retail B.V. und der GERRY WEBER Incompany B.V. wurde hinsichtlich der jeweils ausstehenden 49,0 % der Geschäftsanteile an diesen Gesellschaften eine Verkaufsoption eingeräumt, die in der Zeit vom 1. Mai bis 31. Oktober 2017 auszuüben ist.

Der Kaufpreis entspricht in beiden Fällen dem 9-fachen EBIT zum 31. Oktober 2016, mindestens jedoch EUR 8,0 Mio. für die ausstehenden Anteile beider Gesellschaften insgesamt.

Den Verkäufern der ARW RETAIL - GERRY WEBER NV, der COAST RETAIL - GERRY WEBER NV und der ARW - GERRY WEBER BENELUX BV wurde hinsichtlich der jeweils ausstehenden 49,0 % der Geschäftsanteile an diesen Gesellschaften eine Verkaufsoption eingeräumt, die in der Zeit vom 1. April bis 30. April 2017 auszuüben ist.

Der Kaufpreis entspricht für die ARW RETAIL - GERRY WEBER NV und die COAST RETAIL - GERRY WEBER NV 49,0 % des 9-fachen EBIT zum 31. Oktober 2016, mindestens jedoch 49,0 % des 8-fachen EBIT zum 31. Dezember 2013.

Der Kaufpreis für die ARW - GERRY WEBER BELUX BV beträgt EUR 9.800,00 zuzüglich 49,0 % der nicht ausgeschütteten Gewinne für den Zeitraum vom 1. August 2013, 00.00 Uhr, bis zum Stichtag der Option.

IV. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

1. Umsatzerlöse

Von den Umsatzerlösen in Höhe von TEUR 436.553 (Vorjahr: TEUR 8.547) entfallen TEUR 9.596 (Vorjahr: TEUR 8.535) auf Shop-In-Shop-Einrichtungen und TEUR 425.806 (Vorjahr: TEUR 0) auf die Innenumsätze.

Die Umsatzerlöse wurden zu 85,2 % (Vorjahr: 71,1 %) im Inland erzielt.

2. Sonstige betriebliche Erträge

Von den sonstigen betrieblichen Erträgen entfallen auf:

	2014/2015	2013/2014
	TEUR	TEUR
Umlagen an Konzernunternehmen	24.142	79.471
Mieterträge	8.917	9.008
Kfz-Gestellung	538	403
Herabsetzung der Wertberichtigungen auf Forderungen	376	36
Erträge aus der Weiterberechnung von sonstigen Dienstleistungen	282	373
Erträge Shop-In-Shop	194	0
Schadenersatz	149	89
Erträge aus der Auflösung sonstiger Rückstellungen	82	245
Erlöse sonstige Dienstleistungen externe Kunden	62	94
Ausbuchung von Verbindlichkeiten	51	66
Erträge aus Kursschwankungen	8	265
Weiterbelastung Sponsoring „GERRY WEBER Open“	0	4.125
Übrige	262	290
	<u>35.063</u>	<u>94.399</u>

3. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

	<u>2014/2015</u>	<u>2013/2014</u>
	TEUR	TEUR
Verpackungs- und Logistikkosten	15.892	15.091
EDV-Kosten, Telefon, sonst. Büroelektronik	11.256	9.235
Werbekosten	9.260	7.256
Kosten der Kollektionentwicklung	5.702	0
Raumkosten	3.611	3.650
Rechts- und Beratungskosten	2.679	2.209
Versicherungen, Beiträge und Gebühren	2.413	885
Provisionen	2.295	0
Zuführung zu Wertberichtigungen	1.975	191
Sonstige Personalkosten	1.551	1.133
Reisekosten, Bewirtung	1.435	1.093
Fahrzeugkosten	1.423	1.262
Aufwendungen aus Kursschwankungen	1.055	0
Instandhaltungen	844	848
Aufsichtsratsvergütungen	702	510
Hauptversammlung, Geschäftsbericht, Veröffentlichung	613	595
Verluste aus Anlagenabgängen	540	4
Forderungsverluste	413	40
Allgemeine Bürokosten	361	283
Delkredere	356	0
Übrige	2.677	2.357
	<u>67.053</u>	<u>46.642</u>

V. Sonstige Angaben

1. Mitarbeiter

Wir beschäftigten im Jahresdurchschnitt:

	<u>2014/2015</u>	<u>2013/2014</u>
Arbeitnehmer	701	494
Auszubildende	22	22
	<u>723</u>	<u>516</u>

2. Vorstand

- Ralf Weber, Vorsitzender, Vorstand Unternehmensentwicklung und Vertrieb, Kaufmann, Steinhagen,
- Dr. David Frink, Vorstand Finanzen, Logistik, IT, Administration und Personal, Kaufmann, Bielefeld,
- Arnd Buchhardt, bis 30.11.2015, Vorstand Produkt, Marken und Lizenzen, Kaufmann, Bielefeld.
- Norbert Steinke, seit 19.10.2015, Vorstand Retail.

Die entsprechenden Eintragungen in das Handelsregister erfolgten am 19. Oktober 2015.

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 an-deren 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 -, seit dem 16. April 2015,
- Udo Hardieck, Halle/Westf., - stellvertretender Vorsitzender -, bis zum 15. April 2015
- Charlotte Weber-Dresselhaus, Halle/Westf.,
- Ute Gerbaulet, Düsseldorf, seit dem 16. April 2015,
- Alfred Thomas Bayard, Bern, seit dem 16. April 2015,
- Olaf Dieckmann, Halle/Westf., - Arbeitnehmervertreter -,
- Klaus Lippert, Halle/Westf., - Arbeitnehmervertreter -,
- Annette von der Recke, - Arbeitnehmervertreterin –, seit dem 16. April 2015,
- Andreas Strunk, - Arbeitnehmervertreter-, seit dem 16. April 2015,
- Manfred Menningen, Frankfurt am Main,- Arbeitnehmervertreter-, seit dem 16. April 2015,
- Hans-Jürgen Wentzlaff, Bielefeld, - Arbeitnehmervertreter-, seit dem 16. April 2015.

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.

Mitglied des Aufsichtsrats:

- L. Possehl GmbH & Co., Lübeck,
seit dem 15. April 2014 Vorsitzender
- S.A. Damm, Barcelona.

Vorsitzender des Aufsichtsrats:

- 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.

Vorsitzender des Beirats:

- Bankhaus Lampe KG, Düsseldorf.

Herr Gerhard Weber, Kaufmann, Halle/Westf.

- keine Mitgliedschaften

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

Mitglied des Beirats:

- Nordfolien GmbH, Steinfeld

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

- keine Mitgliedschaften

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

- keine Mitgliedschaften

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

- keine Mitgliedschaften

Frau Ute Gerbaulet, Kauffrau, Düsseldorf.

Mitglied des Aufsichtsrates:
RWE Supply & Trading GmbH, Essen

Mitglied des Verwaltungsrates:
NRW Bank, Düsseldorf

Mitglied des Beirats:
Lampe Beteiligungsgesellschaft mbH, 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:
- Mode Bayard Holding AG, Bern, Schweiz
- SPN Invest AG, Visp, Schweiz
- Bayard Immobilien & Handels AG, Visp, Schweiz
- Gerry Weber Switzerland AG, Bern, Schweiz
- Tennis & Sportcenter AG, Bern, Schweiz

Mitglied des Verwaltungsrates:
Mode Bayard AG, Bern, Schweiz

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

Mitglied des Aufsichtsrates:
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:

	2014/15 Fixum TEUR	2014/15 Tantieme TEUR	2014/15 Summe TEUR	2013/14 Fixum TEUR	2013/14 Tantieme TEUR	2013/14 Summe TEUR
Vorstand						
Gerhard Weber ¹	0	0	0	755	3.200	3.955
Ralf Weber	671	250	921	472	350	822
Dr. David Frink	568	250	818	474	350	824
Arnd Buchardt ²	571	250	821	522	350	872
Norbert Steinke ³	42	20	62	0	0	0
	<u>1.852</u>	<u>770</u>	<u>2.622</u>	<u>2.223</u>	<u>4.250</u>	<u>6.473</u>

¹ bis zum 31. Oktober 2014

² seit dem 1. August 2013

³ seit dem 19. Oktober 2015

Die variablen Bestandteile der Vorstandsbezüge werden 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 702 (Vorjahr: TEUR 510), die im Geschäftsjahr zurückgestellt wurden. Es werden keine variablen Vergütungen gewährt.

Im Einzelnen wurden folgende Beträge vergütet:

Aufsichtsrat	2014/15 Fixum TEUR	2014/15 Gesamt TEUR	2013/14 Fixum TEUR	2013/14 Gesamt TEUR
Dr. Ernst F. Schröder Vorsitzender	180	180	180	180
Gerhard Weber Stellvertretender Vorsitzender	90	90	0	0
Udo Hardieck	60	60	90	90
Charlotte Weber Dresselhaus	60	60	60	60
Dr. Wolf Albrecht Prautzsch*	0	0	60	60
Olaf Dieckmann Arbeitnehmersvertreter	60	60	60	60
Klaus Lippert Arbeitnehmersvertreter	60	60	60	60
Annette von der Recke** Arbeitnehmersvertreterin	32	32	0	0
Andreas Strunk** Arbeitnehmersvertreter	32	32	0	0
Hans-Jürgen Wentzlaff** IG Metall	32	32	0	0
Manfred Menningen** IG Metall	32	32	0	0
Alfred Thomas Bayard**	32	32	0	0
Ute Gerbaulet**	32	32	0	0
	<u>702</u>	<u>702</u>	<u>510</u>	<u>510</u>

* Bis zum 31.10.2014

**Ab dem 14.04.2015

Herr Udo Hardieck hat im Geschäftsjahr 2014/2015 Vermietungsleistungen in Höhe von TEUR 26 (Vorjahr: TEUR 25) erbracht.

Herr Gerhard Weber hat im Geschäftsjahr 2014/2015 Beratungsleistungen in Höhe von TEUR 484 (Vorjahr: TEUR 0) erbracht.

6. Anteilsbesitz des Vorstandes

Der Vorstand hielt am Bilanzstichtag direkt und indirekt 1.550.239 Aktien (Vorjahr: 14.458.065 Aktien).

7. Anteilsbesitz des Aufsichtsrates

Mitglieder des Aufsichtsrates hielten am Bilanzstichtag direkt und indirekt 21.729.677 Aktien (Vorjahr: 8.072.051 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 16.09.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 14.09.2015 die Schwelle von 3 % der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,27% (das entspricht 1500000 Stimmrechten) betragen hat.

Die BNY Mellon Service Kapitalanlage-Gesellschaft mbH, Frankfurt am Main, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 26.01.2016 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 22.01.2016 die Schwelle von 5 % der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 5,25% (das entspricht 2.412.000 Stimmrechten) betragen hat.

Die Deutsche Bank AG, Frankfurt am Main, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 2.12.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 26.11.2015 gemäß § 21 WpHG die Schwelle von 3% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,15% (das entspricht 1.445.212 Stimmrechten) betragen hat. Ferner hat die Deutsche Bank AG, Frankfurt am Main, uns am 2.12.2016 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, Deutschland am 26.11.2015 gemäß § 25 WpHG an diesem Tag 4,68 % (das entspricht 2.146.577 Stimmrechten) betragen hat.

9. Anteilsbesitz der Gerry Weber International AG

	Anteils- besitz	Eigenkapital einschl. Bilanz- ergebnis	Jahresüber- schuss (+) Jahresfehl- betrag (-)
	%	TEUR	TEUR
Life-Style Fashion GmbH, Halle/Westf. *	100,0	+10.275	0
GERRY WEBER FAR EAST LTD., Hongkong, VR China	100,0	+328	+128
Gerry Weber Fashion Iberica S.L., Palma de Mallorca, Spanien	100,0	-12.807	-207
Gerry Weber Retail GmbH, Halle/Westf.	100,0	+50.584	+33
Gerry Weber France S.A.R.L., Paris, Frankreich	100,0	+128	+85
Gerry Weber Denmark ApS, Albertslund, Dänemark	100,0	+1.597	+68
Gerry Weber Dis Ticaret Ltd., Sirkuti, Istanbul, Türkei	100,0	+510	+84
Gerry Weber Ireland Ltd., Dublin, Irland	100,0	-2.579	+12
Gerry Weber Shanghai Co. Ltd., Shanghai, VR China	100,0	+993	+168
Gerry Weber Support S.R.L., Bukarest, Rumänien	100,0	+4.325	-194
Gerry Weber GmbH, Wien, Österreich	100,0	+4.731	+298
Gerry Weber Asia Ltd., Hongkong, VR China	100,0	-261	-17
Gerry Weber United Kingdom Ltd., London, England	100,0	-1.078	+29
Gerry Weber GmbH Belgien, Privat- gesellschaft mit beschränkter Haftung, Raeren, Belgien	100,0	+61	+32

	Anteils- besitz	Eigenkapital einschl. Bilanz- ergebnis	Jahresüber- schuss (+) Jahresfehl- betrag (-)
	%	TEUR	TEUR
GW Media GmbH, Halle/Westf.	100,0	+48	+11
GERRY WEBER Retail B.V., Amsterdam, Niederlande	51,0	+28	-1.210
GERRY WEBER Incompany B.V., Amsterdam, Niederlande	51,0	+1.462	+106
Gerry Weber Sweden AB, Malmö, Schweden	100,0	-146	+21
GERRY WEBER CZ s.r.o., Prag, Tschechische Republik	100,0	-24	+35
ARW - GERRY WEBER BELUX BVBA, Brüssel, Belgien	51,0	+681	+341
ARW RETAIL - GERRY WEBER NV, Brüssel, Belgien	51,0	+1.860	-121
COAST RETAIL - GERRY WEBER NV, Brüssel, Belgien	51,0	+996	+225
Gerry Weber SK s.r.o., Bratislava, Slowakei	100,0	+233	+1
Gerry Weber Finland Oy, Finnland	100,0	+10	+8
Gerry Weber Wholesale Fashion GmbH, Glattpark, Schweiz	100,0	+155	+15
GW Norge AS, Trondheim, Norwegen	100,0	-235	-888
Outlet Retail BVBA, Brüssel, Belgien	100,0	-1.393	-958
Gerry Weber Canada Ltd., Moncton, Kanada	100,0	+100	-15

	Anteils- besitz	Eigenkapital einschl. Bilanz- ergebnis	Jahresüber- schuss (+) Jahresfehl- betrag (-)
	%	TEUR	TEUR
Energieversorgungsbetrieb Gerry Weber GmbH, Halle/Westf.	100,0	+1	-102
Gerry Weber Polska Sp. z o.o., Warschau, Polen	100,0	+665	-25
Gerry Weber Logistics GmbH, Halle/Westf. (vormals: Gerry Weber Retail Stores Verwaltungs GmbH)	100,0	+162	+13
Hallhuber Beteiligungs GmbH, München	100,0	-968	+1.135
Gerry Weber RUS OOO, Moskau, Russland	100,0	+78	-7
Muotitalo Jokinen OY, Finnland	100,0	+2.733	-56

* verbunden mit Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag

10. Mittelbarer Anteilsbesitz

	Anteils- besitz	Eigenkapital einschl. Bilanz- ergebnis	Jahresüber- schuss (+) Jahresfehl- betrag (-)
	%	TEUR	TEUR
TB Fashion GERRY WEBER GmbH, Halle/Westf.	51,0	-156	-340
Brentrup Sp. z o.o., Warschau, Polen	51,0	+10	+9
Hallhuber GmbH, München	100,0	+8.412	0*

* verbunden mit Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag

11. Transaktionen gem. § 15a WpHG

Herr Ralf Weber, Vorsitzender des Vorstands, hat im Berichtsjahr 425.294 Stück Aktien zu Kursen zwischen 15,48 und 34,59 EUR/Stück erworben.

Ferner hat Herr Ralf Weber Derivate (Nominal: 4.600) zu einem Kurs von 30,77 EUR/Stück veräußert. Diesen Derivaten liegen jeweils Aktien der Gerry Weber International AG als Basiswert zu Grunde.

Im Berichtsjahr kaufte Frau Irina Weber, Ehefrau von Herrn Ralf Weber, Vorsitzender des Vorstands, 975 Aktien zu einem Stückpreis von 15,16 Euro

Herr Gerhard Weber, Aufsichtsrat, , hat im Berichtsjahr über eine von ihm beherrschte Gesellschaft 291.501 Stück Aktien zu Kursen zwischen 15,00 und 30,68 EUR/Stück erworben und 23.000 Stück zum Kurs von 28,72 EUR/Stück verkauft.

Herr Udo Hardieck, Aufsichtsrat, hat im Berichtsjahr 50.000 Stück Aktien zu einem Kurs von 20,55 EUR/Stück erworben.

Herr Klaus Lippert, Aufsichtsrat hat im Berichtsjahr 400 Stück Aktien zu Kursen zwischen 21,79 und 29,25 EUR/Stück erworben.

12. Entsprechenserklärung gem. § 161 AktG

Die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung wurde von Vorstand und Aufsichtsrat am 24. November 2015 abgegeben und auf der Homepage der Gerry Weber International AG unter www.gerryweber.com unter der Rubrik Investoren/Corporate Governance veröffentlicht.

13. Honorar des Abschlussprüfers

Für die Angabe der Honorare des Abschlussprüfers im Geschäftsjahr 2014/15 wird auf den Anhang zum Konzernabschluss der Gerry Weber International AG verwiesen.

Halle/Westf., den 29. Januar 2016

- Der Vorstand -

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den Jahresabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang - unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, der mit dem Konzernlagebericht zusammengefasst ist, für das Geschäftsjahr vom 1. November 2014 bis 31. Oktober 2015 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und zusammengefasstem Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen der Satzung liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den zusammengefassten Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den zusammengefassten Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und zusammengefassten Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen der Satzung und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der zusammengefasste Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Bielefeld, den 11. Februar 2016

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Carsten Schürmann
Wirtschaftsprüfer

Burkhard Peters
Wirtschaftsprüfer