

GERRY WEBER
INTERNATIONAL AG

THE
FASHION
AND
LIFESTYLE
COMPANY

MORE
THAN
STYLE

GERRY WEBER

DIE GERRY WEBER GRUPPE AUF EINEN BLICK:

DER INTERNATIONALE,
BÖRSENNOTIERTE FASHION-
UND LIFESTYLEKONZERN
KENNT DIE BEDÜRFNISSE
SEINER KUNDIN UND SETZT
SEINE WELTWEITE EXPERTISE
EIN, UM TRENDS STILSICHER
IN LIEBLINGSSTÜCKE ZU
ÜBERSETZEN.

*** JUST
LIKE
ME ***
*JUST LIKE ...:
FASHION UND LIFESTYLE
HERVORGEHOBEN DURCH
HOCHWERTIGE MATERIALIEN
UND AUSSERGEWÖHNLICHE
DETAILS*



71
SEITE

SCHNELLESE-
INFORMATION:
IM BEREICH DIESES
ZEICHENS FINDEN
SIE DIE WICHTIGSTEN
INFORMATIONEN
ÜBER DAS
GERRY WEBER
GESCHÄFTS-
JAHR 2015 / 16

5 STARKE MARKEN

**GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON,
HALLHUBER und talkabout**
erzählen die einzigartige
Geschichte unserer anspruchsvollen und qualitätsbewussten Kundin und unterstreichen ihr modisch-unbeschwertes Lebensgefühl durch exzellente Passformen und trendige Schnitte.

DABEI SETZEN UNSERE FÜNF

STARKEN MODEMARKEN mit ihrer zeitgemäßen, charakteristischen Handschrift ein Zeichen, das den individuellen Stil und die Persönlichkeit seiner Trägerin widerspiegelt.

Mit Vertriebsstrukturen in mehr als **60 Ländern**, mit rund **1.270 eigenen Stores** und Verkaufsfächen, **2.300 Shopflächen**, **270 Franchise-Stores** sowie Marken-Onlineshops in neun Ländern ist die GERRY WEBER Gruppe einer der bekanntesten Modeanbieter aus Deutschland.

Die besondere Dynamik in der Unternehmenskultur und das eindrucksvolle Engagement unserer rund **7.000 Mitarbeiter** sind ein Wachstumsmotor für die Zukunft. Der Mut zu neuen Ideen in Verbindung mit dem ausgeprägten Teamgeist der einzelnen Mitarbeiter trägt zum langfristigen Erfolg der GERRY WEBER Gruppe bei.



MIO. EUR
900,8
UMSATZ

GENERIERTE DIE GERRY WEBER GRUPPE
IM GESCHÄFTSJAHR 2015/16

MIO. EUR
77,3
EBITDA

BETRUG DAS KONZERN-
EBITDA IM ABGELAUFENEN
GESCHÄFTSJAHR.

GERRY WEBER IN ZAHLEN

EUR Mio.	2015 / 16	2014 / 15	Veränderung in %
Umsatz nach Regionen	900,8	920,8	-2,2%
Inland	598,9	574,6	4,2%
Ausland	301,9	346,2	-12,8%
Umsatz nach Segmenten	900,8	920,8	-2,2%
GERRY WEBER Core-Wholesale	298,4	365,4	-18,3%
GERRY WEBER Core-Retail	419,2	440,3	-4,8%
HALLHUBER ³	183,2	115,2	59,0%
Umsatzanteile nach Marken			
GERRY WEBER	59,7%	66,6%	-6,9%-Punkte
TAIFUN	15,5%	16,1%	-0,6%-Punkte
SAMOON	4,5%	4,8%	-0,3%-Punkte
HALLHUBER ³	20,3%	12,5%	7,8%-Punkte
Übrige	<1,0%	<1,0%	-
Ertragskennzahlen			
EBITDA	77,3	115,8	-33,3%
EBITDA-Marge	8,6%	12,6%	-4,0%-Punkte
EBIT	13,8	79,3	-82,6%
EBIT-Marge	1,5%	8,6%	-7,1%-Punkte
EBT	5,2	73,1	-92,9%
EBT-Marge	0,6%	7,9%	-7,3%-Punkte
Jahresüberschuss	0,5	52,2	-99,0%
Ergebnis je Aktie in Euro ¹	0,01	1,14	-99,0%
Bilanzsumme	900,7	938,6	-4,0%
Eigenkapital	446,5	483,4	-7,6%
Investitionen	59,9	216,6	-72,3%
Eigenkapitalquote	49,6%	51,5%	-1,9%-Punkte
Kennzahlen			
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	7.022	7.027	-0,1%
Return on Investment (ROI) ²	1,5%	8,4%	-6,9%-Punkte
Return on Equity (ROE) ²	3,1%	16,4%	-13,3%-Punkte

¹ Auf Basis der ausstehenden Aktienzahl von 45.905.960
³ Im Geschäftsjahr 2014 / 15 nur 9 Monate konsolidiert

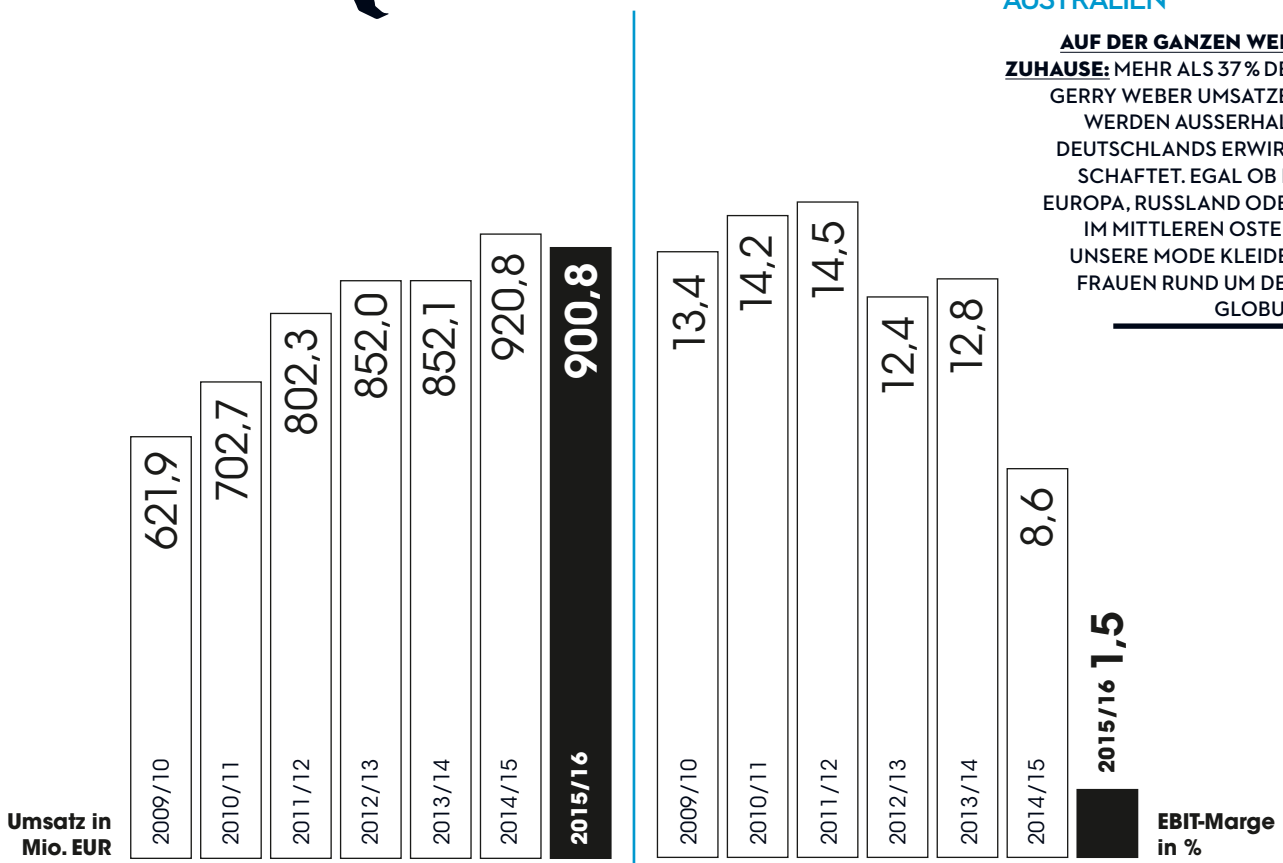
² Auf Basis des EBIT

GERRY WEBER WELTWEIT

JUST
LIKE:



AUF DER GANZEN WELT
ZUHAUSE: MEHR ALS 37% DES
 GERRY WEBER UMSATZES
 WERDEN AUSSERHALB
 DEUTSCHLANDS ERWIRTSCHAFTET. EGAL OB IN
 EUROPA, RUSSLAND ODER
 IM MITTLEREN OSTEN,
 UNSERE MODE KLEIDET
 FRAUEN RUND UM DEN
 GLOBUS.



CREATING FEMININE FASHION *in* CONTENT *style*

05

DIE GERRY WEBER GRUPPE
AUF EINEN BLICK

- 06 VORWORT DES VORSTANDS
- 12 BRAND-PORTFOLIO
- 40 BERICHT DES AUFSICHTSRATS
- 47 CORPORATE GOVERNANCE
BERICHT
- 59 DIE GERRY WEBER AKTIE

12

UNSERE MARKEN
SIND SO
VIELSEITIG WIE
UNSERE
KUNDINNEN.



64

ZUSAMMENGEFASSTER
LAGEBERICHT

123

KONZERNABSCHLUSS

130

KONZERNANHANG

199

JAHRESABSCHLUSS DER
GERRY WEBER INTERNATIONAL AG

205

SERVICE



so chic

DIE GERRY WEBER- EXPERIENCE

Modernes Design, hohe Qualität
und eine passgenaue Form –
jede Kollektion unterstreicht
den eigenen Stil und spiegelt
weltweite Trends wider.



A FASHION AND LIFE STYLE COMPANY

DIE GERRY WEBER GRUPPE AUF EINEN BLICK

Die GERRY WEBER International AG ist eines der bekanntesten Mode- und Lifestyle-Unternehmen aus Deutschland. **FÜNF MARKEN-FAMILIEN – GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON, HALLHUBER UND TALKABOUT** – stehen für hochwertige und trendorientierte Mode sowie Accessoires für die anspruchsvolle und qualitätsbewusste Kundin. Dabei unterstreicht jede Marke auf ihre ganz eigene Weise den individuellen Stil ihrer Trägerin.

S

**SEHR GEEHRTE
AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,
SEHR GEEHRTE
DAMEN UND HERREN,**

mit dem Geschäftsjahr 2015/16 hat die GERRY WEBER Gruppe ein herausforderndes Jahr abgeschlossen. Das Jahr war vor allem von der im Februar 2016 eingeleiteten Neuausrichtung **FIT4GROWTH geprägt. Trotz des schwierigen Marktumfelds ist es uns gelungen, unsere selbst gesetzten Ziele zu erreichen und wir haben die Maßnahmen unseres Programms zur Neuausrichtung wie geplant umgesetzt. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen haben hart dafür gearbeitet.**

DAS PROGRAMM **FIT4GROWTH** umfasst vier Bausteine: (1) Retail optimieren, (2) Strukturen und Prozesse anpassen, (3) Wholesale stärken und (4) Marken modernisieren. Zur Umsetzung dieser Programmbausteine haben wir umfangreiche Maßnahmen definiert, durch die wir bereits erste Fortschritte erzielen konnten.

IM BEREICH **'RETAIL OPTIMIEREN'** konnten wir von den 103 geplanten Schließungen bis zum Ende des Geschäftsjahrs 2015 / 16 zum 31. Oktober bereits insgesamt 75 Geschäfte schließen, bis zum Jahresende 2016 waren es 87. Die verbleibenden Geschäfte werden wir im laufenden Geschäftsjahr 2016 / 17 schließen. Entsprechende Vereinbarungen wurden bereits getroffen. Ein wesentlicher Schwerpunkt im Segment Retail liegt auf dem Ausbau unserer Digitalisierungsstrategie. Auch hier liegen wir im Plan, die Vorbereitungen für den Relaunch des E-Shops der GERRY WEBER Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON im Frühjahr 2017 laufen. Daneben bauen wir die kanalübergreifenden Aktivitäten weiter aus, denn die Verknüpfung von stationärem und Online-Handel ist für uns ein Schlüssel zum Erfolg. In ausgewählten Stores hat die Kundin zudem Zugang zu kostenfreiem WLAN und bei HALLHUBER haben wir Click & Collect und In-Store-Ordering als weitere Omnichannel Services eingeführt und ausgebaut.

DIE MASSNAHMEN im Bereich **'STRUKTUREN UND PROZESSE ANPASSEN'** haben wir weitgehend abgeschlossen. Im Oktober 2016 wurde die letzte der drei Phasen des Sozialplanes und damit des leider unvermeidlichen Stellenabbaus umgesetzt. Die ersten Effekte hieraus werden sich im neuen Geschäftsjahr 2016 / 17 zeigen.

”
TROTZ DES
SCHWIERIGEN
MARKTUM-
FELDES IST ES
UNS GELUNGEN,
UNSERE ZIELE
ZU ERREICHEN.“



GERRY WEBER

INTERNATIONAL AG

RALF WEBER • CHIEF EXECUTIVE OFFICER

AUCH IM BEREICH **„WHOLESALE STÄRKEN“** haben wir mit den neuen Partnerprogrammen unsere Hausaufgaben gemacht. Die Maßnahmen zielen darauf ab, die Wholesale-Kunden besser zu betreuen, den Warenfluss und das Warenangebot auf der Fläche unserer Partner zu optimieren und die Marke am Point of Sale zeitgemäßer zu präsentieren. Darüber hinaus wollen wir damit auch neue Wholesale-Kunden gewinnen. Bis zum Ende des Geschäftsjahres 2015 / 16 haben bereits 40% Prozent unserer Wholesale-Partner in Deutschland, Österreich und der Schweiz die neuen Partnerschaftsmodelle übernommen. Vor dem Hintergrund des schwierigen Marktumfeldes rechnen wir aber noch nicht mit einer schnellen Erholung der Umsätze aus dem Wholesale-Geschäft, denn auch für unsere Wholesale-Partner ist das Marktumfeld derzeit nicht einfach.

Beim Thema **„MARKEN MODERNISIEREN“** sind wir ebenfalls wichtige Schritte vorangekommen. Dies betrifft vor allem die Modernisierung der Kollektion der Marke GERRY WEBER. Wir haben neue Materialien eingeführt, arbeiten z.B. im Outdoor-Bereich mit Gore-Tex zusammen und haben die GERRY WEBER Casual Kollektionen um Einzelteile aus Biobaumwolle ergänzt.

Insgesamt wurde die Zusammensetzung der Kollektionen erweitert und um höherwertige Einzelteile vervollständigt. Dazu gehört auch eine modernere und zielgruppen-spezifischere Ansprache der Kundinnen mit einer neuen Imagekampagne und einer moderneren Präsentation der Ware in den Geschäften und den Schaufenstern. Außerdem haben wir mit **„talkabout“** eine neue und moderne Marke eingeführt, die speziell junge Frauen mit individuellem Lifestyle anspricht. „talkabout“ wurde zunächst auf 30 Flächen unserer Wholesale-Partner in Deutschland getestet. Aufgrund der positiven Resonanz planen wir für das Geschäftsjahr 2016/17 einen Ausbau auf 120 bis 150 Flächen.

DIE MODERNISIERUNG DER MARKEN wird auch im laufenden Geschäftsjahr im Fokus stehen, insbesondere bei der Kernmarke GERRY WEBER. Wir führen gerade Befragungen unserer Endkundinnen durch, um noch mehr über deren Bedürfnisse und Anforderungen an uns und unsere Produkte zu erfahren. Unser Ziel ist es, die Marke wieder wertiger für unsere Kundinnen zu machen und vor allem die Modernität, die hohe Qualität und die herausragende Passform der Kollektionen wieder in den Vordergrund zu stellen. Dazu werden wir die bereits angestoßenen Maßnahmen, wie die Erhöhung der Wertigkeit unserer Produkte, zielstrebig weiter fortführen. Wir unterstützen die Modernisierung der Produkte durch eine völlig neue Bildsprache von der Imagekampagne bis hin zum Point of Sale. Der allgemein sinkenden Kundenfrequenz müssen wir einen noch besseren Service in unseren Filialen und auch **Online** entgegenstellen. Die Bedeutung jeder einzelnen Kundin muss noch deutlicher in den Vordergrund gestellt werden. Darüber hinaus werden wir die Umsetzung der Digitalisierungsstrategie fokussiert vorantreiben und weiterhin in die Stärkung des Wholesales investieren.

Der eingeschlagene Kurs ist richtig und wir halten am Umfang des Programms fest. Selbstverständlich prüfen wir aber fortlaufend, inwieweit wir weiter auf Veränderungen des Marktes und Anforderungen unserer Kundinnen reagieren müssen. Wir sind flexibel genug aufgestellt, um gegebenenfalls dort nachzusteuern, wo sich weiteres Verbesserungspotenzial zeigt.

31,2

MIO. EURO

**SONDEREFFEKTE UND
ABSCHREIBUNGEN**
RESULTIEREND AUS
FIT4GROWTH HABEN UNSER
ERGEBNIS BELASTET.

”
DER VON UNS
EINGESCHLAGENE
WEG – MIT DER
IMPLEMENTIERUNG
VON FIT4GROWTH –
IST RICHTIG
UND NOTWENDIG.“



GERRY WEBER

INTERNATIONAL AG

DR. DAVID FRINK · CHIEF FINANCE & OPERATING OFFICER

Bereits bei Veröffentlichung des Programms haben wir betont, dass weitere ca. 50 Geschäfte auf unserer Beobachtungsliste stehen. Diese Stores schauen wir uns genau an und behalten uns je nach Entwicklungsstand vor, sie ebenfalls zu schließen bzw. Mietverträge auslaufen zu lassen. Wir müssen die Entwicklungen auf dem Markt unentwegt im Auge behalten, alles andere wäre fahrlässig. Entscheidend ist aber, dass wir mit **FIT4GROWTH** auf dem richtigen Weg sind.

Die Planungen für das abgeschlossene Geschäftsjahr 2015/16 waren wir angesichts der im Februar 2016 angekündigten Neuausrichtung konservativ und zuversichtlich zugleich angegangen. Das Marktumfeld hat sich im Laufe des Jahres jedoch erneut verschärft, und zwar erheblich. Die gesamte Modebranche steht unter einem enormen Druck. Die Konsumenten geben einerseits weniger Geld für Mode aus und andererseits nimmt die Frequenz in den Innenstädten weiter ab. Der extrem milde September war ebenfalls nicht förderlich für die Abverkäufe im Modelhandel. Das macht nicht nur uns zu schaffen, sondern auch vielen anderen Modeunternehmen. Das haben wir im operativen Geschäft deutlich gespürt und entsprechend wenig zufriedenstellend fiel das für uns so wichtige 4. Quartal des Geschäftsjahres 2015/16 aus. Diesem Trend konnten wir uns trotz Neuausrichtung nicht entziehen. Das zeigt umso mehr, wie richtig und wichtig es war, dass wir schon früh auf die sich verändernden Marktbedingungen reagiert haben.

Es ist uns gelungen, unsere finanziellen Ziele trotz des teils schwachen operativen Geschäfts zu erfüllen, wenn letztendlich auch der Verkauf der „Halle 30“ dafür maßgeblich war, die als Renditeimmobilie nicht zu unserem Kerngeschäft gehörte. Wir hatten zu Beginn des Geschäftsjahres 2015/16 Umsatz- und Ergebnisziele definiert, die die außerordentlichen Erträge und Aufwendungen bereits beinhaltet haben. Die Umsatzplanung für das abgelaufene Geschäftsjahr belief sich auf EUR 890–920 Mio. und die EBIT-Zielgröße auf EUR 10–20 Mio. gemäß Ausweis in der Gewinn- und Verlustrechnung. Unser Umsatz lag entsprechend mit EUR 900,8 Mio. ebenso wie das berichtete EBIT in Höhe von EUR 13,8 Mio. im Rahmen der gegebenen Prognose.

Vor allem die in Verbindung mit den vorgenommenen Geschäftsschließungen entstandenen Abschreibungen und Sonderbelastungen haben das Ergebnis der GERRY WEBER Gruppe im Geschäftsjahr 2015/16 negativ beeinflusst. Immerhin betragen die Sondereffekte basierend auf den Maßnahmen des Programms FIT4GROWTH insgesamt EUR 31,2 Mio. Entsprechend hätte sich ohne diese Aufwendungen, aber auch ohne die außerordentlichen Erträge aus dem Verkauf der Immobilie ein EBIT in Höhe von rund EUR 23,1 Mio. ergeben.

Auch HALLHUBER konnte sich dem negativen Marktumfeld nicht ganz entziehen. Zwar ist es uns gelungen, neue Flächen zu eröffnen und den Umsatz auf gleicher Fläche erneut zu steigern – dieses Wachstum ging aber zunächst vor allem zulasten der Profitabilität. Dennoch sind wir mit **HALLHUBER** weiter auf Wachstumskurs und wollen den Umsatz und die Profitabilität weiterhin kontinuierlich steigern – sowohl in den Geschäften als auch Online.

Die Situation wird in absehbarer Zeit nicht einfacher. Wir haben es nicht mit einer kleinen Delle, sondern mit einem fundamentalen Wandel auf dem Modemarkt zu tun. Das Konsum- und Nachfrageverhalten der Kunden hat sich gewandelt. Die Kundin will spontan entscheiden, wann und wo sie einkaufen geht. Diese Möglichkeiten, verbunden mit einem ausgezeichneten Service, müssen wir ihr bieten können. Die Kundenfrequenz in den Innenstädten wird sich auf absehbare Zeit nicht erholen. Entsprechend wichtiger wird es, die einzelne Kundin in unsere Geschäfte zu holen und dort herausragend zu beraten. Eine Entspannung am Modemarkt ist derzeit nicht in Sicht. Es ist daher umso wichtiger, dass wir unser Programm zur **Neuausrichtung** weiter so konsequent vorantreiben.

Angesichts dieser Marktverhältnisse müssen wir realistisch sein: Eine kurzfristige Verbesserung des operativen Ergebnisses, zurück zu einer zweistelligen EBIT-Marge, kann es nicht geben. Zwar werden die ersten positiven Effekte aus dem Programm **FIT4GROWTH** im laufenden Geschäftsjahr 2016/17 ersichtlich sein, es wird jedoch bis zum nächsten Geschäftsjahr dauern, bis sich eine signifikante Erholung des operativen Ergebnisses abzeichnen wird. Sowohl für den eigenen GERRY WEBER Core-Retail als auch für den Wholesale gehen wir nicht von einer Erholung der Umsätze und damit einer deutlichen Steigerung des operativen Ergebnisses im Geschäftsjahr 2016/17 aus. Auch die positiven Effekte aus den bereits umgesetzten Maßnahmen werden sich erst teilweise im operativen Ergebnis niederschlagen.

**AB FRÜHJAHR 2017 WIRD
SICH UNSER GERRY WEBER
ONLINE SHOP IN
EINEM VÖLLIG NEUEN
LOOK PRÄSENTIEREN
UND NOCH MEHR
SERVICELEISTUNGEN FÜR
UNSERE KUNDINNEN
ANBIETEN.**

43,9

MIO. EURO TRUG
DER ONLINE-
HANDEL ZUM
KONZERNUMSATZ
2015 / 16 BEL.



”
DIE VERKNÜPFUNG VON STATIONÄREM UND ONLINE-HANDEL IST SCHWERPUNKT UNSERER ARBEIT IN DEN KOMMENDEN MONATEN.“

HALLHUBER wird weiterwachsen, jedoch noch nicht die Profitabilität des GERRY WEBER Core-Bereiches erreichen können. Wir gehen daher nach EUR 900,8 Mio. im abgelaufenen Geschäftsjahr für 2016/17 von einem leicht rückläufigen Konzern-Umsatz von ca. -2 bis -4% aus. Entsprechend erwarten wir ein Konzern-EBIT vergleichbar zum Vorjahr von EUR 10-20 Mio.

Wir sind uns bewusst, dass die aktuelle Phase für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Kunden, Partner und Aktionäre nicht einfach ist. Bereits im Februar 2016 hatten wir angekündigt, dass die Umsetzung des Programms **FIT4GROWTH** 18 bis 24 Monate andauern wird. Wir im Vorstand sind aber davon überzeugt, dass sich die derzeitigen Anstrengungen der Neuausrichtung für alle lohnen werden. Mit **FIT4GROWTH** wollen wir die GERRY WEBER Gruppe zurück auf die Erfolgsspur bringen, um zukünftig wieder nachhaltig profitabel zu wachsen. Wir haben das klare Ziel, unsere Position als führendes Unternehmen der Mode- und Lifestyleindustrie zu sichern und auszubauen.

Wir sind auf dem richtigen Weg.

Ralf Weber
Chief Executive Officer

Dr. David Frink
Chief Finance & Operating Officer

Norbert Steinke
Chief Retail Officer



GERRY WEBER



SAMOON

MARKEN

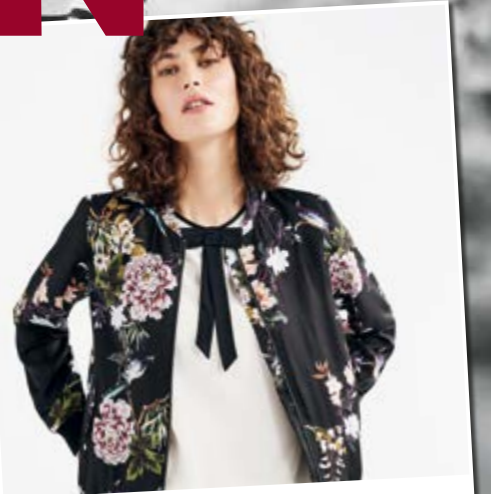
AUFREGEND, MODERN
UND UNWIDERSTEHLICH
FEMININ



TAIFUN



talk
about



HALLHUBER


BRAND-PORTFOLIO: FÜNF STARKE MODEMARKEN
GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON, HALLHUBER UND
TALKABOUT STEHEN FÜR EINEN LEBENDIGEN LIFESTYLE.

**THE
FASHION
AND
LIFESTYLE
COMPANY**

**MORE
THAN
STYLE**

**UNSERE FÜNF MARKEN-
FAMILIEN STEHEN FÜR MEHR
ALS MODE – SIE DRÜCKEN
EIN LEBENSGEFÜHL AUS.**

**ENTDECKEN SIE
UNSERE STILWELTEN!**

 **JUST
LIKE**
GERRY WEBER
casual

Casual

A. ADJ (ADV CASUALLY) 1. ZUFÄLLIG
2. GELEGENLICH, UNREGELMÄSSIG
3. LÄSSIG; B. ZWANGLOS, SALOPP
„HIS CASUAL MANNER“
4. SPORTLICH, SALOPP (KLEIDUNG)
„CASUAL WEAR“ FREIZEITKLEIDUNG
„DRESS CASUALLY“ SICH LEGER KLEIDEN

ÜBERWIEGEND NATÜRLICHE MATERIALIEN,
EINE ERSTKLASSIGE VERARBEITUNG, VIEL LIEBE
ZUM DETAIL UND KOMFORTABLE, UNKOMPLIZIERTE
PASSFORMEN DEFINIEREN DIE STILWELT
VON GERRY WEBER CASUAL. PERFEKT AUF DIE
KOLLEKTION ABGESTIMMTE **ACCESSOIRES**
KOMPLETTIEREN DEN LOOK.

emotional
NATURAL
CHIC

ORGANIC COTTON:

SHIRTS AUS BIORÉ-COTTON
UND STRICK AUS GOTS
(GLOBAL ORGANIC TEXTILE
STANDARD)-ZERTIFIZIERTEN
GARNEN



We
CARE

- BIO-BAUMWOLLE AUS KONTROLLIERTEM ANBAU
- ÖKOLOGISCH UND HAUTFREUNDLICH
- VOLLE TRANSPARENZ DURCH RÜCKVERFOLGBARKEIT BIS ZUM ANBAU DANK ELEKTRONISCHEM NACHVERFOLGBARKEITS-TOOL
- QUALITÄTSSIEGEL DER REMEI AG
- FAIRE PRODUKTION

 **JUST
LIKE
TAIFUN**

15%

FÜNF
DES
KONZERNUMSATZES
WURDEN VON
TAIFUN ERZIELT.

URBAN
dressy

CONTEMPORARY

DRESSED FOR

SUCCESS

TAIFUN STEHT FÜR INTERNATIONALE UND URBANE MODE, DIE TRENDORIENTIERT UND GLEICHZEITIG BUSINESSSTAUGLICH IST. STETS MIT EINEM »FEMININEN TOUCH«.





**DURCH DIE PERFEKTE
INTERPRETATION
VON AKTUELLEN TRENDS
WERDEN FEMININE
RUNDUNGEN INS RECHTE
LICHT GERÜCKT UND
SORGEN FÜR EIN NEUES,
SELBSTBEWUSSTES
KÖRPERGEFÜHL.**

**JUST
LIKE
SAMOON**

4,5%

SOLIDER

UMSATZANTEIL

UNSERER MARKE SAMOON
AM KONZERNUMSATZ

the perfect plus

LÄSSIGE, SELBST-
BEWUSSTE MODE
AUS HOCHWERTIGEN
MATERIALIEN UND
IN AUSGEZEICHNETEN
PASSFORMEN FÜR
UNSERE KUNDIN AB
KLEIDERGRÖSSE 42.

confident
POSITIVE
CONTEMPORARY



183,2 MIO.

EURO
TRÄGT HALLHUBER
ZUM KONZERN-
UMSATZ BEI.

READY TO WEAR

DIE MARKE IST MODERN, INTERNATIONAL VERNETZT UND STETS AM ZEITGEIST ORIENTIERT. DAS DESIGNEAM ARBEITET NUR MIT SORGFÄLTIG AUSGEWÄHLTEN, HOCHWERTIGEN STOFFEN, DIE MIT VIEL LIEBE ZUM DETAIL ZU TOPAKTUELLEN LIEBLINGSSTÜCKEN VERARBEITET WERDEN. DABEI ÜBERRASCHT **HALLHUBER** DIE KUNDINNEN ALLE ZWEI WOCHEN MIT NEUEN KOLLEKTIONEN, DIE EINZIGARTIGE GESCHICHTEN ERZÄHLEN UND UNZÄHLIGE KOMBINATIONSMÖGLICHKEITEN BIETEN.



 **JUST
LIKE**
HALLHUBER

LET'S TALK ABOUT

LIFE IS WHAT HAPPENS
EVERY DAY,
NOT THE SPECIAL
OCCASIONS.

talk about

TALKABOUT-FASHION.COM

12
KOLLEKTIONEN
PRO JAHR MIT
JEWEILS 15 ARTIKELN

COOL
RELAXED
ELEGANT
COSY
TRENDY

MODE BRINGT MENSCHEN ZUSAMMEN, MODE IST KOMMUNIKATION. BEI DER NEUEN MARKE TALKABOUT STEHEN FASHION-STATEMENTS UND INDIVIDUELLE LOOKS IM VORDERGRUND.

MIT ALLEN SINNEN AM PULS DER ZEIT, ELEGANT UND UNGEZWUNGEN ZUGLEICH: TALKABOUT STEHT FÜR EIN MODISCHES LEBENSGEFÜHL, DAS SICH NICHT ÜBER DAS ALTER DEFINIERT, SONDERN ÜBER DIE EINSTELLUNG. VOR ALLEM ABER ÜBER DIE LIEBE ZU HOCHWERTIGEN MATERIALIEN UND UN-KONVENTIONELLEN SCHNITTEN, DIE ÜBERRASCHEN.



JUST
LIKE
talk
about



DIE OPTIMALE ERGÄNZUNG ZUR
FASHION- UND LIFESTYLEWELT
VON GERRY WEBER BILDEN
DIE GERRY WEBER ACCESSORIES
UND LIZENZ-KOLLEKTIONEN:

GERRY WEBER BAGS,
GERRY WEBER SHOES, GERRY WEBER
JEWELRY UND GERRY WEBER
EYEWEAR

GERRY WEBER ACCESSORIES
BEGEISTERT DURCH TRENDIGE
PRODUKTWELTEN: SCHALS, TÜCHER,
PONCHOS, STOLEN, MÜTZEN, HÜTE,
GÜRTEL, MODESCHMUCK SOWIE
HANDSCHUHE RUNDEN JEDES
OUTFIT OPTIMAL AB.

21
MIO.
EURO

BETRUGEN
DIE ERTRÄGE MIT
DEN GERRY WEBER
LIZENZPRODUKTEN

IM GESCHÄFTS-
JAHR 2015 / 16.

**JUST
LIKE
GERRY WEBER
ACCESSORIES**

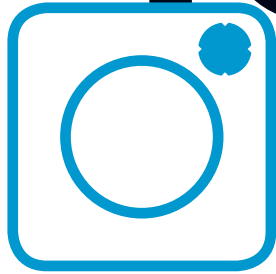




THAT
EXIT
RR
WHAT
WOMEN
WANT

SOME
THING
STYLING
COMPLETED

BABY, I LIKE YOUR



style



DIE DIGITALE UMKLEIDEKABINE

EUROPAPREMIERE:
TAIFUN VERBINDET INNOVATION
UND INDIVIDUELLES EINKAUFSERLEBNIS
MIT DEM INTERAKTIVEN SPIEGEL
VON OAK LABS, INC.

DIE TECHNOLOGIE des Spiegels erkennt mit Hilfe von RFID die Anzahl der Kleidungsstücke in der Umkleidekabine und zeigt die Produktinformationen mit einem Produktfoto und in den verfügbaren Farben und Größen sowie weitere Produktempfehlungen auf der Spiegelfläche an. Kundinnen können per Touchfunktion weitere Größen und Farben auswählen und bei der Modeberaterin im Store anfragen, die die Bestellung über ein mobiles Endgerät erhält. Die Lichtintensität in der Kabine kann ebenfalls per Touchfunktion in den drei Lichtstärken „Street-Style“, „Candlelight Dinner“ und „Dress-Up“ reguliert werden, um Outfits mit den gewünschten Lichtverhältnissen zu testen.

„DURCH DIE NUTZUNG EINER DER AKTUELLSTEN TECHNOLOGISCHEN ENTWICKLUNGEN IM EINZELHANDEL BIETEN WIR UNSEREN ZUNEHMEND VERNETZTEN KUNDEN EIN EINZIGARTIGES EINKAUFSERLEBNIS.“



STREETSTYLE: ANGESAGTE STREETSTYLES AUS DEN METROPOLLEN DIESER WELT ZEIGEN IHRE WAHRE LÄSSIGKEIT BEI TAGESLICHT: AUTHENTISCH, KLAR UND IM HIER UND JETZT.

DRESS UP: READY, SET, GO: DAS PERFEKTE PARTY-OUTFIT KOMMT IM „DRESS UP-MODUS“ DER DIGITALEN UMKLEIDEKABINE ERST RICHTIG ZUR GELTUNG.



(GRÖSSE: 34)
PURPUR



ANDERE GRÖSSEN

+
34



WHAT'S
your
STYLE
?

OUTFIT VERVOLLSTÄNDIGEN



CANDLELIGHT DINNER: SHINE A LIGHT ... DIE WAHRE KLASSE EINES VERFÜHRERISCHEN OUTFITS ZEIGT SICH IM SCHMEICHELNDEN KERZENSCHEN DES „CANDLELIGHT DINNER-MODUS“.

**BLICK
FANG**

catc



AUGEN SIND DIE
(SCHAU)FENSTER
UNSERER SEELE.

UNSERE SCHAUFENSTER SIND
DIE VISITENKARTE UNSERER STORES
UND DER AUSDRUCK UNSERES
MODESTILS. WAS WIR DRAUSSEN
IM SCHAUFENSTER SEHEN MACHT
UNS NEUGIERIG AUF DAS „MEHR“
IM LADEN. IM ZUSAMMENHANG MIT
DEM BAUSTEIN „RETAIL OPTIMIEREN“
DES PROGRAMMS FIT4GROWTH
HABEN WIR DIE SCHAUFENSTER
UNSERER STORES NEU GESTALTET:
MODERN, AUSSERGEWÖHNLICH
UND IMMER EINEN BLICK WERT.

KOMMEN SIE IN UNSERE STORES
UND ENTDECKEN SIE DIE NEUE DNA
DER GERRY WEBER CORE-MARKEN.

ner

SHOP
BY

Inspiration

IN.S.PI.RA.TI.ON IST SO INDIVIDUELL
WIE UNSERE KUNDIN. SIE GIBT UNS NEUE IDEEN,
ANSTÖSSE UND PRÄGT UNSEREN MODESTIL.
MODE IST JEDOCH AUCH EINE QUELLE DER
INSPIRATION FÜR IHREN LIFESTYLE.

STORES IN STYLE

UNSERE STORES

SCHAFFEN EINE
WOHLFÜHLATMOSPHERE.
SIE LADEN UNS EIN, ZU
VERWEILEN UND LASSEN
UNS MODE IN EINEM
VÖLLIG NEUEN UMFELD
ERLEBEN.



594

IN
EIGENREGIE
GEFÜHRTE
GERRY WEBER CORE
STORES

SEIEN WIR EHRLICH:

Unsere Schränke sind voll. Shoppen ist kein notwendiges To-Do, das wir abhaken müssen. Im Gegenteil, Mode ist immer ein aufregendes und berauschendes Erlebnis. Vorbei die Zeiten, in denen wir uns in enge Kabinen quetschten und verzweifelt die passende Größe auf dem Ständer suchten. Nein, shoppen ist etwas Schönes, Entspanntes und Inspirierendes. Allein, mit der besten Freundin oder mit dem Partner. Wir wollen unser Ich präsentieren, unseren Stil mit tollen Lieblingsteilen unterstreichen und dabei etwas Tolles erleben.

IN UNSEREN NEUEN STORES

können Sie sich einfach nur wohlfühlen. In den im Rahmen des Programms zur Neuorientierung FIT4GROWTH neu gestalteten Houses of GERRY WEBER finden Sie den Raum, den Sie sich für eine entspannte und genussvolle Zeit beim Shoppen wünschen.

Kommen Sie zu uns und fühlen Sie sich wie zu Hause.

37

MILLIONEN

TEILE SYSTEMOUTPUT
PRO JAHR

5,6

MILLIONEN

TEILE LAGER-
KAPAZITÄT

76K QM

LAGER- UND
FUNKTIONSFLÄCHE

AUF DREI EBENEN



ORDERED PACKED SENT

KLEIDER VON RECHTS
RAUSCHEN LEICHT SCHWINGEND
AN DEN TRANSPORTGESTÄNGEN
VORBEI RICHTUNG
HOCHREGALLAGER.

GLEICHZEITIG rasen modernste Shuttle-Schlitten in atemberaubender Geschwindigkeit in die Regalsysteme, um die gewünschten Artikel ihrer Auslieferung zuzuführen. Nahezu durch Geisterhand bewegen sich die Kleidungsstücke und Kartonagen durch die riesigen Hallen, um gelagert, verpackt und ausgeliefert zu werden.

In knapp 20 Monaten Bauzeit wurde unser hochmodernes und fast voll automatisiertes Logistikzentrum auf einer Grundfläche von 30.000 qm errichtet.

THE
STYLE



WE
TALK
ABOUT

talk
about

DAS STOREKONZEPT

der Wholesale-Marke talkabout wurde im Juni 2016 auf der Modemesse Panorama in Berlin vorgestellt. Das Store-Konzept unterstützt die Wholesale-Partner bei der Präsentation der neuen Marke und ermöglicht so die optimale Markenpositionierung.

ca. **100**
NEUE
TALKABOUT FLÄCHEN
FÜR 2016/17 GEPLANT



EIN OFFENER UND GERADLINIGER LOFTCHARAKTER

charakterisiert das Storedesign von talkabout, das mit den Farbkombinationen Schwarz, Weiß und Apricot für Leichtigkeit, Transparenz und eine Wohlfühlatmosfera sorgt. Der moderne Lifestyle wird durch den Einsatz von vielfältigen Elementen wie Pflanzen, Designmöbeln und indirekter Beleuchtung wirkungsvoll unterstützt.

**GEMEINSAM MIT UNSEREN
WHOLESALE-PARTNERN**
arbeiten wir an der optimalen Gestaltung
der Warenpräsentation von unserer neuen
WHOLESALE-MARKE TALKABOUT.
Mit Leffers konnten wir wie in Leer
dieses topaktuelle Schaufenster-Design
für talkabout gestalten.

**OPTIMALE WAREN- UND
MARKENPRÄSENTATION**
am Point of Sale und ein
innovatives **SCHAUFENSTERDESIGN**
gehen damit Hand-in-Hand. Wir
wollen in Zukunft Leuchtturmprojekte
dieser Art weiter ausbauen, unsere
Wholesale-Partner damit stärken
und den Bekanntheitsgrad der Marke
talkabout erhöhen.

Life is
what happens
every Day
at the special occasions.

talk
about

talk
about

TALK
ABOUT

a
brand
new

Happy to
see you!

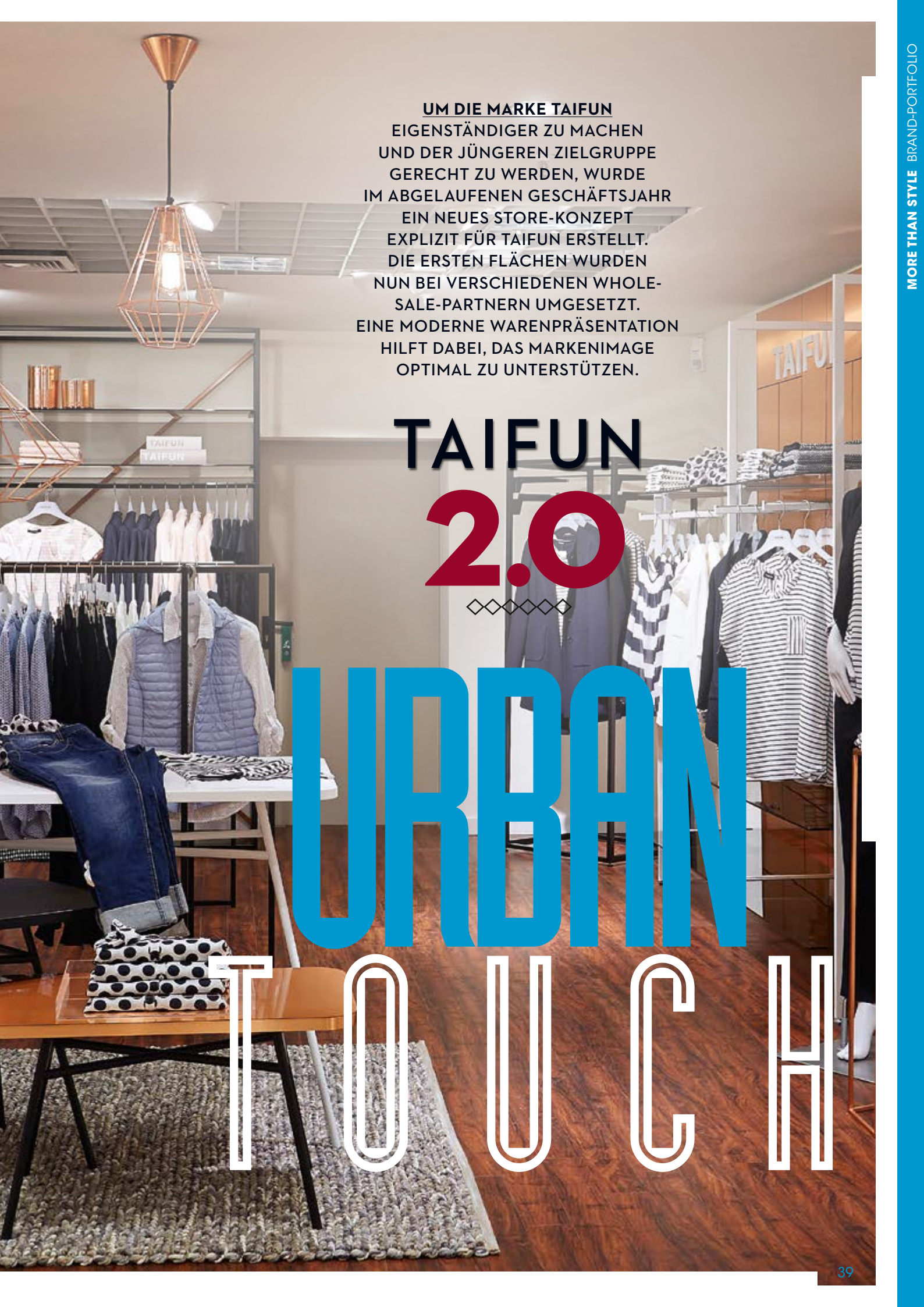
style
offensive

BRAND
new

**WHOLESALE
STÄRKEN:
DAS TAIFUN
STORE
KONZEPT 2.0**

**UNKONVENTIONELLES
INDUSTRIAL DESIGN, EIN
COOLER FABRIKSTIL
SOWIE EIN KLARES FARB-
KONZEPT UNTERSTREICHEN
DIE URBANE UND FEMININE
AUSRICHTUNG VON
TAIFUN UND TAIFUN
SEPARATES.**





**UM DIE MARKE TAIFUN
EIGENSTÄNDIGER ZU MACHEN
UND DER JÜNGEREN ZIELGRUPPE
GERECHT ZU WERDEN, WURDE
IM ABGELAUFENEN GESCHÄFTSJAHR
EIN NEUES STORE-KONZEPT
EXPLIZIT FÜR TAIFUN ERSTELT.
DIE ERSTEN FLÄCHEN WURDEN
NUN BEI VERSCHIEDENEN WHOLE-
SALE-PARTNERN UMGESETZT.
EINE MODERNE WARENPRÄSENTATION
HILFT DABEI, DAS MARKENIMAGE
OPTIMAL ZU UNTERSTÜTZEN.**

TAIFUN 2.0



URBAN

TOUCH

BERICHT DES AUFSICHTS- RATS

SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

hinter unserer GERRY WEBER Gruppe liegt ein herausforderndes Geschäftsjahr. Vorstand und Mitarbeiter haben die Herausforderungen angenommen, Maßnahmen erarbeitet und diese erfolgreich gemeistert. Der Aufsichtsrat hat während des gesamten Geschäftsjahres den Vorstand bei seiner Arbeit unterstützt und sich über die Fortschritte der eingeleiteten Maßnahmen informiert.

Das vom Vorstand definierte und zu Beginn des Geschäftsjahres 2015 / 16 vorgestellte Programm zur Neuausrichtung der Gesellschaft FIT4GROWTH wurde konsequent und entsprechend des festgelegten Zeitrahmens umgesetzt. Ziel des Programmes ist es, GERRY WEBER wieder auf den Erfolgspfad zu führen und die Profitabilität der Gesellschaft nachhaltig zu sichern.

Das erste Jahr des Programms stand im Zeichen der Straffung des Retail-Portfolios sowie der Optimierung der bestehenden Abläufe und Prozesse innerhalb der Konzernzentrale. Insgesamt konnten bereits drei Viertel der geplanten 103 eigenen Retail-Geschäfte geschlossen werden. Auch die Erarbeitung und Umsetzung des Sozialplanes in der Zentrale in Halle / Westfalen wurde innerhalb des Geschäftsjahres 2015 / 16 abgeschlossen.

Aber auch die beiden Bereiche des Programms FIT4GROWTH, die langfristig zu einer Verbesserung des Umsatzes führen werden, wurden erfolgreich begonnen. Die Bedeutung unserer Wholesale-Partner wurde nicht nur durch die Einführung der Partnerschaftsmodelle herausgestellt, sondern insbesondere durch die Einführung der Marke „talkabout“, die ausschließlich über ausgewählte Wholesale-Partner vertrieben werden soll. Ebenfalls wurde mit der Modernisierung des Markenimages von GERRY WEBER begonnen.

Das Programm zur Neuausrichtung hat nicht nur zu tiefen Einschnitten für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geführt, sondern einen umfangreichen Veränderungsprozess innerhalb des Konzerns angestoßen. Veränderungen brauchen Zeit und sind nur gemeinsam umsetzbar. Meine Aufsichtsratskollegen und ich bitten Sie, auch den restlichen Weg gemeinsam mit Vorstand und Aufsichtsrat zu gehen und unsere GERRY WEBER Gruppe wieder auf die Erfolgsspur zu führen.



SITZUNGEN

IN DEN VIER ORDENTLICHEN PRÄSENZSITZUNGEN DES AUFSICHTSRATS WURDEN REGELMÄSSIG FOLGENDE THEMEN BEHANDELT:

- AKTUELLE GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES KONZERNS UND DER TOCHTERGESELLSCHAFTEN
- UMSATZENTWICKLUNG DER EINZELNEN MARKEN BZW. AUF VERGLEICHBARER FLÄCHE
- ENTWICKLUNG DES AKTIENKURSES SOWIE KAPITALMARKTRELEVANTE THEMEN
- CHANCEN- UND RISIKOBERICHT
- HOCHLAUFPHASE UND KAPAZITÄTEN DES LOGISTIKZENTRUMS

Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2015/16 die ihm nach Gesetz, Satzung, Geschäftsordnung sowie Corporate Governance Kodex obliegenden Aufgaben mit großer Sorgfalt wahrgenommen. Der Vorstand unterrichtete den Aufsichtsrat regelmäßig und umfassend in schriftlicher und mündlicher Form über alle relevanten Aspekte der Unternehmensentwicklung, der Lage des Konzerns einschließlich der Risikolage sowie über aktuelle Themen. Vor dem Hintergrund der Neuausrichtung der GERRY WEBER Gruppe informierte der Vorstand regelmäßig über den Stand der eingeleiteten Maßnahmen aus dem Programm FIT4GROWTH.

Der Aufsichtsrat und seine Ausschüsse haben die Berichte des Vorstands eingehend geprüft und kritisch ausgewertet. Er hat die Arbeit des Vorstandes auch auf Basis dieser Berichterstattung überwacht und ihn sowohl bei der operativen Leitung als auch bei der Umsetzung des Programms zur Neuausrichtung beraten. Zusätzlich zu den vom Vorstand erstellten Berichten ließ sich der Aufsichtsrat zu einzelnen Themen vom Vorstand

ergänzende Informationen bereitstellen. Entsprechend fand auch zwischen den Aufsichtsratssitzungen ein regelmäßiger Austausch, insbesondere zwischen dem Aufsichtsratsvorsitzenden und dem Vorstand, statt. Der Aufsichtsrat wurde frühzeitig in alle Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für die Unternehmensgruppe eingebunden. Soweit die Maßnahmen bzw. die Geschäfte nach Gesetz, Satzung oder Geschäftsordnung des Vorstands der Zustimmung des Aufsichtsrats bedurften, wurden diese nach eingehender Prüfung vom Aufsichtsrat in Sitzungen oder im schriftlichen Umlaufverfahren entschieden.

Zusammensetzung des Aufsichtsrat

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

Bereits vor Inkrafttreten des Gesetzes für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen am 1. Januar 2016 erfüllte die Anteilseignerseite im Aufsichtsrat somit die Frauenquote von 30%. Weitere Informationen über die Zusammensetzung des Aufsichtsrates können dem Corporate Governance Bericht in diesem Geschäftsbericht entnommen werden.

Schwerpunkte der Beratungen im Aufsichtsrat

Im Geschäftsjahr 2015/16 (1. November 2015 bis 31. Oktober 2016) trat der Aufsichtsrat zu vier ordentlichen Sitzungen zusammen. Alle Mitglieder des Aufsichtsrates haben an mehr als der Hälfte der Sitzungen persönlich teilgenommen. Die Aufsichtsratsbeschlüsse wurden in den vier Präsenzsitzungen oder im schriftlichen Umlaufverfahren gefasst. An den meisten Sitzungen nahmen die Mitglieder des Vorstands, an einzelnen Sitzungen auch Referenten zu bestimmten Themen als Gäste teil. Ferner tagte der Aufsichtsrat auch ohne Beteiligung des Vorstands bzw. mit einzelnen Vorstandsmitgliedern.

Die aktuelle Geschäftsentwicklung sowie der Stand der Umsetzung des Programms FIT4GROWTH wurde in allen vier ordentlichen Sitzungen des Aufsichtsrates des Geschäftsjahres 2015/16 behandelt. Ferner gab der Vorstand einen regelmäßigen Überblick über die Umsatzentwicklung der einzelnen Marken auch auf vergleichbarer Fläche in Relation zur Gesamtmarktentwicklung in Deutschland. Der Aufsichtsrat wurde kontinuierlich über die Chancen und Risiken der Geschäftsentwicklung sowie über Compliance relevante Themen auf dem Laufenden gehalten. Entsprechend waren der Aufsichtsrat und

insbesondere der Prüfungsausschuss, als Bestandteil des internen Kontrollsystems der GERRY WEBER Gruppe, stets über die Risikolage der Gesellschaft informiert. Ebenso waren die Entwicklung des Aktienkurses sowie kapitalmarktrelevante Themen Bestandteil der regelmäßigen Information durch den Vorstand. Des Weiteren wurde regelmäßig über die Hochlaufphase und die Kapazitätsauslastung des neu erbauten Logistikzentrums berichtet. Neben den bereits genannten regelmäßigen Berichtsthemen wurden folgende Sachverhalte und Projekte auf den vier ordentlichen Aufsichtsratssitzungen besprochen:

Die erste ordentliche Aufsichtsratssitzung des Geschäftsjahres 2015/16 fand am **24. November 2015** statt. Neben den Regelthemen stellte der Vorstand die Kurz- und Mittelfristplanung der GERRY WEBER Gruppe inklusive HALLHUBER vor. Er erläuterte ausführlich die Umsatz- und EBIT-Planung für das Geschäftsjahr 2015/16 sowie die beiden Folgejahre.

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 2016.

In einer außerordentlichen Aufsichtsratssitzung ebenfalls am 24. November 2015, die ohne Teilnahme des Vorstands stattfand, erläuterte der Aufsichtsratsvorsitzende die Zusammensetzung und Höhe der variablen Vergütung des Vorstands für das Geschäftsjahr 2014/15, welcher einstimmig zugestimmt wurde.

In der Sitzung des Aufsichtsrates vom **25. Februar 2016** stand die Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2014/15 sowie des Gewinnverwendungsvorschlags im Mittelpunkt der Beratung des Aufsichtsrates. 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 2014/15 ausführlich erörtert und gebilligt. Dem Vorschlag des Vorstands der Hauptversammlung eine Dividende von EUR 0,40 vorzuschlagen stimmte der Aufsichtsratsrat zu. Zudem hat der Aufsichtsrat die Tagesordnung für die Hauptversammlung 2016 verabschiedet.

Wie auch in den Vorjahren hat sich der Aufsichtsrat einer Effizienzprüfung unterzogen. Die sich hieraus ergebenden Ergebnisse wurden durch den Wirtschaftsprüfer anonymisiert ausgewertet. Die hohen erzielten Durchschnittswerte deuten laut Wirtschaftsprüfer auf die hohe Effizienz der Aufsichtsratsstätigkeit hin.

Neben der regelmäßigen Berichterstattung informierte der Vorstand über das Konzept und die Implementierung der Strategischen Geschäftseinheiten für die einzelnen Marken. Des Weiteren berichtete er über die weitere Vorgehensweise bei der Umsetzung der kurzfristigen Maßnahmen des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH. Dabei standen insbesondere die Schließung der definierten Retail-Geschäfte sowie die personellen Folgen der Prozessoptimierung im Vordergrund. Ein weiterer wesentlicher Tagesordnungspunkt war die Darstellung der langfristigen Markenstrategie für die einzelnen GERRY WEBER Markenfamilien: GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON und HALLHUBER.

In einer außerordentlichen Sitzung, ohne Teilnahme der Vorstandsmitglieder, erläuterte der Aufsichtsratsvorsitzende den vorliegenden Vorschlag zur Anpassung des Systems zur Vorstandsvergütung. Das neue System der variablen Vorstandsvergütung wurde einstimmig beschlossen und wurde am 14. April 2016 von der Hauptversammlung gebilligt.

Eine Nachlese der Hauptversammlung vom 14. April 2016 fand in der Aufsichtsratssitzung vom **20. Mai 2016** statt. Ein Schwerpunkt dieser Sitzung war die Berichterstattung des Vorstands zu den Fortschritten des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH. Dabei unterrichtete der Arbeitsdirektor Dr. Frink unter anderem über die mögliche Ausgestaltung des Sozialplans sowie den geplanten Zeitrahmen. Ein wesentlicher Meilenstein der Neuausrichtung ist die Entwicklung und die Vorstellung der neuen GERRY WEBER Marke „talkabout“, deren Modeaussage und Ziele in der Aufsichtsratssitzung vom 20. Mai 2016 ausführlich vom Vorstandsvorsitzenden vorgestellt wurden. Weitere Themen dieser Sitzung waren der Statusbericht des Bereiches Compliance sowie die Vorstellung und Auswirkungen der am 3. Juli 2016 in Kraft tretenden „Market Abuse Regulation“. Vor dem Hintergrund der geänderten Zuordnung der Vorstandsressorts, bedingt durch das Ausscheiden des Produktvorstandes, wurde ebenfalls die Geschäftsordnung für den Vorstand neu gefasst. In einer gesonderten Sitzung, ohne Teilnahme des Vorstandes, beschloss der Aufsichtsrat die Verlängerung der Vorstandsverträge von Ralf Weber und Dr. David Frink um weitere drei Jahre.

Eine weitere ordentliche Sitzung des Aufsichtsrats fand am **16. September 2016** statt. Im Vordergrund der Beratungen stand neben dem Bericht zum Stand der Umsetzung des Programms FIT4GROWTH vor allem die Erläuterung der Parameter für die Kurz- und Mittelfristplanung der GERRY WEBER Gruppe. Intensiv setzte sich der Aufsichtsrat mit der aktuellen Geschäftslage von HALLHUBER auseinander und ließ sich vom Vorstand über die zukünftig geplante Expansionsstrategie der Gesellschaft berichten. Ferner unterrichtete der Vorstand den Aufsichtsrat ausführlich über die Entwicklung der einzelnen

Vertriebsländer und deren Vertriebsausrichtung für die Zukunft. Weitere Themen der Sitzung im September waren die laufende Arbeit der Konzernrevision sowie die Ergebnisse der Studie „Fashion Future“ und deren Implikationen für die GERRY WEBER Gruppe.

Vor den ordentlichen Aufsichtsratssitzungen tagte der Aufsichtsrat ohne Teilnahme des Vorstandes, um Themen, die den Vorstand, dessen Struktur und die Vorstandsvergütungsstruktur betreffen, zu diskutieren. Entsprechend wurden in der Sitzung vom 19. Mai 2016 die Beschlüsse über die Verlängerung der Vorstandsverträge von Ralf Weber und Dr. David Frink um drei weitere Jahre diskutiert. Ebenso erfolgte der Beschluss über die Anpassung des Vertrags von Norbert Steinke auf die seit April 2016 geltende Vorstandsvergütungsstruktur in einer solchen Sitzung am 15. September 2016.

Ausschüsse des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat aus seiner Mitte vier Ausschüsse gebildet, den Vermittlungs-, den Personal-, den Prüfungs- und den Nominierungsausschuss, die sich wie folgt dargestellt zusammensetzen:

Ausschuss	Mitglieder
Vermittlungsausschuss	Dr. Ernst F. Schröder, Gerhard Weber, Olaf Dieckmann, Hans-Jürgen Wentzlauff
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** überwacht die Rechnungslegung sowie die Funktionsfähigkeit des Risikomanagement- sowie des internen Kontrollsystems. Darüber hinaus befasst er sich mit Fragen und Themen der Abschlussprüfung der GERRY WEBER Gruppe und bereitet diese für das Aufsichtsratsplenar vor. Der Prüfungsausschuss traf sich im Geschäftsjahr 2015/16 zu zwei Sitzungen und berichtete über seine Tätigkeit im Gesamtpenar. Ferner fanden drei telefonische Sitzungen im Vorfeld der Quartalsberichterstattung statt. In



AUFSICHTSRATMITGLIEDER

ALS VERTRETER DER ANTEILSEIGNER:
 DR. ERNST F. SCHRÖDER,
 GERHARD WEBER,
 ALFRED THOMAS BAYARD,
 UTE GERBAULET,
 UDO HARDIECK, CHARLOTTE
 WEBER-DRESSELHAUS.
ALS VERTRETER DER ARBEITNEHMER:
 OLAF DIECKMANN,
 KLAUS LIPPERT,
 ANDREAS STRUNK,
 ANNETTE VON DER RECKE
 SOWIE MANFRED MENNINGEN
 UND HANS-JÜRGEN
 WENTZLAFF ALS REPRÄSEN-
 TANTEN DER IG METALL

der Prüfungsausschusssitzung vom 25. Februar 2016 befassten sich die Ausschussmitglieder ausführlich mit dem Jahres- und Konzernabschluss 2014/15 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 Aufsichtsratsplenar vor. Ferner überzeugte sich der Prüfungsausschuss von der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers.

Ein Schwerpunkt der Sitzung des Prüfungsausschusses am 15. September 2016 war die Definition der Prüfungsschwerpunkte für den Abschlussprüfer für die kommende Jahresabschluss- und Konzernjahresabschlussprüfung über das Geschäftsjahr 2015/16.

Der **Personalausschuss** tagte jeweils im Vorfeld der drei ordentlichen Aufsichtsratssitzungen. Zu seinen Aufgaben zählen insbesondere die Regelung von Personalangelegenheiten des Vorstands sowie die Zusammensetzung der Vergütungsstruktur des Vorstands und die Vorbereitung dieser Themen für das gesamte Aufsichtsratsplenar. Der **Nominierungs- und der Vermittlungsausschuss** traten im Geschäftsjahr 2015/16 nicht zusammen.

Corporate Governance

Der Aufsichtsrat hat sich gemeinsam mit dem Vorstand auch im Geschäftsjahr 2015/16 eingehend mit Fragen guter Corporate Governance und dem Deutschen Corporate Governance Kodex befasst. Die gemeinsame Entsprechenserklärung von Vorstand und Aufsichtsrat nach § 161 AktG ist Bestandteil des Corporate Governance Berichtes und auf der Internetseite der Gesellschaft dauerhaft zugänglich gemacht. Danach entspricht die GERRY WEBER International AG den Empfehlungen und Anregungen des Kodex mit wenigen begründeten Ausnahmen. Interessenskonflikte der Aufsichtsratsmitglieder sind im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015/16 nicht bekannt geworden. Weitere Informationen zur Corporate Governance können dem Corporate Governance-Bericht sowie der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB entnommen werden. Diese und auch die Entsprechenserklärungen der Vorjahre werden auf der Internetseite www.gerryweber.com unter der Rubrik „Investoren – Corporate Governance“ zur Verfügung gestellt.

Prüfung von Jahres- und Konzernabschluss 2015/16 (Berichtszeitraum)

Der vom Vorstand der GERRY WEBER International AG nach Regeln des HGB aufgestellte Jahresabschluss und der nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellte Konzernabschluss sowie der zusammengefasste Lagebericht für das Geschäftsjahr 2015/16 wurde durch den Abschlussprüfer PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und jeweils mit 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.

Die Abschlussunterlagen, die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers und der Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands wurden allen Aufsichtsratsmitgliedern ordnungsgemäß und rechtzeitig ausgehändigt. Die Abschlussunterlagen und die Prüfberichte wurden durch den Prüfungsausschuss einer Vorprüfung unterzogen und vom gesamten

Aufsichtsratsplenium in seiner Sitzung am 21. Februar 2017 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.

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 21. Februar 2017 den Jahres- und Konzernabschluss nebst dem Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2015/16 gebilligt. Der Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2015/16 ist somit gemäß § 172 AktG festgestellt.

DER DANK DES AUFSICHTSRATES GILT GLEICHSAM UNSEREN GESCHÄFTSPARTNERN, KUNDEN UND AKTIONÄREN FÜR IHR **VERTRAUEN** UND IHRE **LOYALITÄT**.
GERADE IN DIESEM SCHWIERIGEN JAHR, WELCHES MIT GROSSEN HERAUSFORDERUNGEN UND EINSCHNITTEN VERBUNDEN WAR, **DANKE** ICH IM NAMEN DES GESAMTEN AUFSICHTSRATES DEM VORSTAND UND ALLEN MITARBEITERINNEN UND MITARBEITERN FÜR DIE GELEISTETE ARBEIT UND IHR ENGAGEMENT IM SINNE UNSERER GESELLSCHAFT.

Damit schließe ich den Kreis vom Beginn des Aufsichtsratsberichtes und ermutige Sie, den eingeschlagenen Weg auch weiterhin gemeinsam mit uns zum Wohle unserer GERRY WEBER Gruppe zu gehen.

Für den Aufsichtsrat
Halle / Westfalen, 21. Februar 2017



Dr. Ernst F. Schröder
Vorsitzender des Aufsichtsrats

25

Cent Dividende
je Aktie

Dem Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns und zur Zahlung einer Dividende in Höhe von EUR 0,25 je Aktie hat sich der Aufsichtsrat unter Abwägung des Wohls der Gesellschaft und der Aktionärsinteressen angeschlossen.



*

PROZENT DER ANTEILE

DES GRUNDKAPITALS

waren auf der Hauptversammlung 2016 anwesend.

CORPORATE GOVERNANCE BERICHT

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 unter anderem die Kompetenzverteilung unter den Gesellschaftsorganen Hauptversammlung, Aufsichtsrat und Vorstand im Hinblick auf die Leitung und Kontrolle der Gesellschaft, aber auch der Werteframework, den wir uns für unser tägliches Handeln gegeben haben. Wir stellen dadurch eine verantwortungsbewusste, auf nachhaltige Wertschöpfung ausgerichtete Leitung und Kontrolle der GERRY WEBER Gruppe sicher. Verantwortungsvolle und transparente Corporate Governance, die sowohl nationalen als auch internationalen Standards entspricht, ist dementsprechend eine wichtige Grundlage für unseren Erfolg. 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 konstruktives und offenes 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 2015/16 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 darüber hinaus ebenfalls Teil des zusammengefassten Konzernlageberichts über das Geschäftsjahr 2015/16 und gehört damit zum testierten Konzernabschluss der GERRY WEBER International AG.

Corporate Governance Bericht gemäß des Deutschen Corporate Governance Kodex

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

Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG

Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats der GERRY WEBER International AG zu den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ gemäß § 161 AktG

Aufsichtsrat und Vorstand der GERRY WEBER International AG erklären gemäß § 161 AktG, dass die Gesellschaft den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der aktuellen Fassung vom 5. Mai 2015 seit Abgabe der letzten jährlichen Entsprechenserklärung vom 24. November 2015 mit folgenden Ausnahmen entsprochen hat und entspricht:

Kodex Ziffer 4.2.3 – Betragsmäßige Höchstgrenze der Vorstandsvergütung:

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

Kodex Ziffer 5.2 – Vorsitzender des Prüfungsausschusses:

Der Vorsitzende des Aufsichtsrates 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 Aufsichtsrates.



**DER 7
ANREGUNGEN**
des Deutschen Corporate
Governance Kodex erfüllt die
GERRY WEBER International AG.



DER INSGESAMT 102

Empfehlungen des Deutschen Corporate
Governance Kodex kommt die
GERRY WEBER International AG nach.

Kodex Ziffer 5.4.1 – Altersgrenze und Regelgrenze für Aufsichtsratsmitglieder:

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

Kodex Ziffer 5.4.6 – Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder:

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

Kodex Ziffer 7.1.2 – Konzernabschluss:

Der Konzernabschluss war binnen 120 Tagen nach Geschäftsjahresende öffentlich zugänglich. Die Zwischenberichte 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 teilnehmende 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 Live-stream ermöglichen. Eine Übertragung dieser Art fand bei der Hauptversammlung 2016 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 uns Grundsätze für unser unternehmerisches Handeln definiert, die über die gesetzlichen Bestimmungen hinausgehen. Diese, in einem Verhaltenskodex zusammengefassten Grundsätze, 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, nach Maßgabe des Gesetzes, der Satzung, der Geschäftsordnung für den Vorstand sowie unter Berücksichtigung der Beschlüsse der Hauptversammlung. Unbeschadet des Grundsatzes der Gesamtverantwortung des Vorstandes führt jedes Vorstandsmitglied die ihm übertragenen Ressorts in eigener Verantwortung. Der Vorstand legt die Unternehmensziele und die strategische Ausrichtung der GERRY WEBER Gruppe fest und steuert und überwacht die Geschäftseinheiten und Tochtergesellschaften. Sein Handeln und seine Entscheidungen richtet er dabei am Unternehmensinteresse aus. Er ist dem Ziel einer nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts verpflichtet.

Der Vorstand besteht derzeit aus drei Mitgliedern. Die Verteilung der Geschäftsbereiche auf die einzelnen Mitglieder des Vorstands ergibt sich aus der Geschäftsordnung des Vorstands. Ferner regelt diese wesentliche Angelegenheiten der Gesellschaft, die einer Entscheidung des Gesamtvorstandes bedürfen, die Aufgaben des Vorstandsvorsitzenden sowie das Verfahren der Beschlussfassung. Änderungen erfordern einen einstimmigen Beschluss des Gesamtvorstands und die Zustimmung des Aufsichtsrats. Der Vorstand trifft seine Entscheidungen grundsätzlich durch Beschluss mit einfacher Mehrheit. Bei Stimmgleichheit 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. Er stimmt die strategische Ausrichtung des Unternehmens mit dem Aufsichtsrat 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 bestellt, überwacht und unterstützt den Vorstand und ist in Entscheidungen, die von grundlegender Bedeutung für die GERRY WEBER Gruppe sind, unmittelbar eingebunden. Im regelmäßigen Austausch mit dem Vorstand ist der Aufsichtsrat stets über die Geschäftsentwicklung, die Unternehmensplanung und die Strategie sowie Themen von wesentlicher Bedeutung informiert. Der Aufsichtsrat stimmt der Jahresplanung und dem Finanzierungsrahmen zu und billigt die Jahresabschlüsse der GERRY WEBER International AG und des Konzerns.

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 Stimmgleichheit entscheidet die Stimme des Vorsitzenden. Beschlüsse werden grundsätzlich in Sitzungen gefasst. Zur Vereinfachung des Verfahrens können auf Anordnung des Aufsichtsratsvorsitzenden Beschlüsse im Umlaufverfahren herbeigeführt und gefasst werden.

Zusammensetzung des Aufsichtsrates

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 sechs Vertreter der Anteilseigner von der Hauptversammlung einzeln gewählt. Die Mitglieder des am 16. April 2015 neu konstituierten Aufsichtsrates wurden bis zum Ablauf der Hauptversammlung, die über die Entlastung des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2018/19 beschließt, gewählt.

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 Aufsichtsrates sichergestellt ist.

Ziele für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats

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

- Mitglieder des Aufsichtsrates 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 bei einem Konzernunternehmen 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 diesem 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, sodass 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 seit dem 1. Januar 2016 geltenden gesetzlichen Vorgaben hält die Gesellschaft einen Anteil von mindestens einem Drittel Frauen auf Anteilseigner- und Arbeitnehmervertreterebene für angemessen. Der Aufsichtsrat wird dies bei der nächsten turnusgemäßen Neubesetzung des Aufsichtsrats oder bei einem vorherigen Ausscheiden eines Aufsichtsratsmitglieds im Rahmen seiner Wahlvorschläge berücksichtigen.
- 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 acht und das zweite seit mehr als zwei 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 bei 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



PROZENT FRAUENANTEIL

auf der 1. Führungsebene der
GERRY WEBER International AG
nach dem Vorstand
zum 31. Oktober 2016



PROZENT FRAUENANTEIL

auf der 2. Führungsebene der
GERRY WEBER International AG
nach dem Vorstand
zum 31. Oktober 2016

zum 31. Oktober 2016 43,8% (Vorjahr: 33,3%). Der Anteil auf der 2. Führungsebene beträgt 53,3% (Vorjahr: 53,1%). Zukünftiges Ziel ist es, auf der 1. Führungsebene der GERRY WEBER International AG nach dem Vorstand einen Frauenanteil von mindestens 30% zu halten. Auf der 2. Führungsebene nach dem Vorstand soll ein Frauenanteil von mindestens 50% ausgewiesen werden können. 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%.

Der angestrebte Anteil von Frauen im Vorstand sowie in der 1. und 2. Führungsebene der GERRY WEBER International AG nach dem Vorstand soll am 30. Juni 2017 den oben 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 14. April 2016 statt. Rund 1.000 Aktionäre, die einen Anteil von 70,3% am Grundkapital repräsentiert haben, nahmen an der Hauptversammlung teil. Die Aktionäre der GERRY WEBER International AG können ihre Stimme persönlich, 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, einschließlich der Quartals- und Geschäftsberichte, auf der Internetseite der Gesellschaft unter www.gerryweber.com unter der Rubrik „Investoren“ abrufen.

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 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. Darüber hinaus informiert 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

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

Compliance

Compliance bei GERRY WEBER bedeutet die nachhaltige Verankerung regelkonformen Verhaltens im Unternehmensgefüge. Dies umfasst nicht nur die Einhaltung bindender rechtlicher Bestimmungen, sondern auch die Achtung der von uns selbst festgelegten Regelungen und Werte, die ethisch und moralisch

einwandfreies Verhalten in der Unternehmenskultur verankern. Die GERRY WEBER International AG verfügt über eine konzernweite Compliance-Organisation, deren Ziel es ist, ungesetzlichem und nicht ethischem Verhalten entgegenzuwirken und dies zu verhindern. Durch organisatorische Maßnahmen und Prozesse soll individuelles Fehlverhalten verhindert bzw. rechtzeitig aufgedeckt und ggf. sanktioniert werden.

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. 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 ist dafür verantwortlich, dass das Compliance-Programm in allen Teilen des Konzerns implementiert ist, und dass alle Mitarbeiter und Führungskräfte zu dem Thema Compliance geschult werden. Das Compliance Committee verfolgt die kontinuierliche Verbesserung des Compliance-Programms und tritt in regelmäßigen Abständen zusammen. Das Compliance-Programm ermutigt die Mitarbeiter ihre Anliegen offen anzusprechen und auf Umstände hinzuweisen, die auf die Verletzung von Gesetzestatbeständen oder internen Unternehmensrichtlinien hindeuten. Ein unabhängiger, externer Ombudsmann kann bei begründetem Verdacht auf Unregelmäßigkeiten als Ansprechpartner für Mitarbeiter und Externe dienen.

Im Bereich der Kapitalmarkt-Compliance haben sich im abgelaufenen Geschäftsjahr wesentliche Änderungen in der Gesetzgebung ergeben. Die EU-Marktmissbrauchsverordnung (MAR) trat am 3. Juli 2016 in Kraft. Diese Verordnung ist Teil der Vereinheitlichung und Verschärfung des Marktmissbrauchsrechts durch die Europäische Union und in allen Mitgliedsländern umzusetzen. Im Kern zielt die Anpassung der Kapitalmarktregulatorik darauf ab, die Integrität und Transparenz der Kapitalmärkte zu stärken und den Anlegerschutz zu verbessern. Die GERRY WEBER International AG hat alle erforderlichen Vorkehrungen getroffen und Prozesse definiert, um die Anforderungen der Marktmissbrauchsverordnung konzernweit umzusetzen.

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 offen zu

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

Nach Art. 19 MAR müssen Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder sowie bestimmte Personen, zu denen sie in einer engen Beziehung stehen, den Erwerb oder die Veräußerung von Aktien sowie darauf bezogene Rechte offenlegen und der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht und der Gesellschaft melden. Die im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015/16 vorgenommenen 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 2016 kann ferner dem Konzernanhang in diesem Geschäftsbericht entnommen werden.

Transparente und zeitnahe Kommunikation

Aktionäre, Kapitalmarktteilnehmer, Medien und die interessierte Öffentlichkeit werden gleichermaßen zeitgleich und gleichberechtigt über die wesentlichen Entwicklungen und Ereignisse sowie die Lage der GERRY WEBER Gruppe unterrichtet. So stehen allen Aktionären und Stakeholdern unverzüglich sämtliche Informationen in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung. Mit dem Zeitpunkt der Veröffentlichung der Dokumente sind alle Informationen auf unserer Homepage zugänglich und können dort jederzeit abgerufen werden. In unserem Finanzkalender auf der Unternehmens-Website werden alle wichtigen Termine des Geschäftsjahres, wie zum Beispiel die Hauptversammlung und die Veröffentlichungstermine der Finanzberichte, bereitgestellt. Der Finanzkalender ist außerdem am Ende dieses Geschäftsberichts zu finden.

Vergütungsbericht 2015 / 16

In diesem Vergütungsbericht werden die Grundsätze für die Festsetzung der Gesamtvergütung des Vorstands und des Aufsichtsrats der GERRY WEBER International AG zusammengefasst dargestellt. 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 Teil des testierten Abschlusses.

Vergütung des Vorstands

Grundsätze der Vorstandsvergütung

Die Struktur des Vergütungssystems und die Höhe der Vergütungen der einzelnen Vorstandsmitglieder werden vom Aufsichtsrat festgelegt. Die Vergütungsstruktur des Vorstands der GERRY WEBER International AG ist auf eine nachhaltige und den Unternehmenswert erhöhende Entwicklung ausgerichtet. Grundlage für die Bemessung der Vorstandsvergütung sind

insbesondere die wirtschaftliche Lage sowie der Erfolg und die Zukunftsaussichten der GERRY WEBER Gruppe. Ferner bestimmen die jeweilige individuelle persönliche Leistung des einzelnen Vorstandsmitglieds sowie die Beurteilung bezogen auf das horizontale und vertikale Vergleichsumfeld die Höhe der variablen Komponente eines jeden Vorstandsmitglieds. Das Vergleichsumfeld orientiert sich einerseits an den Vergütungsstrukturen vergleichbarer Unternehmen und andererseits an den Gehältern des oberen Führungskreises sowie der relevanten Belegschaft des Unternehmens. Die Angemessenheit der Vorstandsvergütung wird regelmäßig vom Aufsichtsrat überprüft. Die aktuelle Struktur der Vorstandsvergütung wurde von der Hauptversammlung am 14. April 2016 gebilligt.

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

Feste Jahresvergütung (Fixum)

Die erfolgsunabhängige, feste Vergütung (Fixum) ist die vertraglich festgelegte Grundvergütung, die monatlich in gleichen Raten ausbezahlt wird. Darüber hinaus erhalten die Vorstandsmitglieder in markt- und konzernüblicher Weise Nebenleistungen in Form von Sachbezügen wie der Nutzung bzw. Überlassung eines Dienstfahrzeuges sowie der Gewährung des Unfallversicherungsschutzes und eine D&O Versicherung mit Selbstbehalt. Wenn es sich bei diesen Sachbezügen um geldwerte Vorteile handelt, werden sie entsprechend versteuert. Die sonstigen Bezüge werden als Bestandteil der fixen Vergütung ausgewiesen.

Erfolgsabhängige Vergütungskomponenten

Die erfolgsabhängige Vergütung gliedert sich in zwei mögliche Komponenten: Die erste Komponente, die mit jedem Vorstandsmitglied vereinbart wird, besteht in einem prozentualen Anteil an dem bereinigten Ergebnis vor Steuern gemäß Konzernabschluss nach IFRS und spiegelt den Unternehmenserfolg wider. Als zweite Komponente besteht für

den Aufsichtsrat die Möglichkeit, jedem Vorstandsmitglied eine leistungsbezogene Tantieme auf Basis der individuellen Leistung zu gewähren (Ermessenstantieme); diese kann auf ein- oder mehrjähriger Bemessungsbasis beruhen.

a) Bemessungsgrundlage der ersten Komponente der variablen Vergütung ist das Ergebnis vor Steuern gemäß Konzernabschluss nach IFRS, bereinigt um außerordentliche Effekte aus Veräußerungen von Vermögensgegenständen, Beteiligungen, Marken oder sonstiger Unternehmensteile (bereinigtes Ergebnis). Die Bemessungsgrundlage ist mehrjährig, indem der rechnerische Durchschnitt der bereinigten Ergebnisse jeweils aus dem Geschäftsjahr, für das die Vergütung gezahlt werden soll, und aus den zwei vorangegangenen Geschäftsjahren herangezogen wird. Bezogen auf diesen Durchschnittswert erhält jedes Vorstandsmitglied einen individuell festgelegten Prozentsatz. Ein Anspruch auf eine Tantieme nach der beschriebenen Formel entsteht erst, wenn das zugrunde zulegende durchschnittliche bereinigte Ergebnis EUR 40,0 Mio. übersteigt. Eine Obergrenze für diese Vergütungskomponente ergibt sich daraus, dass höchstens ein durchschnittliches bereinigtes Ergebnis von EUR 100,0 Mio. als Bemessungsgrundlage zugrunde gelegt wird. Für Zwecke der Berechnung der Bemessungsgrundlage in den ersten zwei Jahren nach Einführung des neuen Vergütungssystems wird für die Geschäftsjahre 2013/14 und 2014/15 jeweils ein bereinigtes Ergebnis von EUR 40 Mio. angesetzt.

b) Daneben kann der Aufsichtsrat nach seinem Ermessen jedem Vorstandsmitglied eine individuelle leistungsbezogene Tantieme gewähren. Hierzu können vom Aufsichtsrat mit den Vorstandsmitgliedern qualitative Ziele festgelegt werden. Falls dies geschieht, ist festgelegt, dass bei einer Zielerreichung von 100 % die vereinbarte Tantieme vollständig ausgezahlt wird. Bei einer Über- oder Untererfüllung der Ziele hat der Aufsichtsrat die Möglichkeit, die Tantieme um bis zu 50% des festen Jahresgehalts zu erhöhen bzw. zu reduzieren.

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

Grundsätzlich enthalten die Vorstandsverträge der GERRY WEBER International AG durch die Begrenzung der Zielgrößen eine Limitierung der variablen Vergütung nach oben. Lediglich in Ausnahmefällen, aufgrund besonderer Umstände oder Leistungen, kann der Aufsichtsrat eine Sondertantieme ausloben bzw. die Ermittlung der leistungsbezogenen variablen Vergütungskomponente angemessen anpassen. Dabei soll dem Vorstand kein unangemessener Vor- oder Nachteil entstehen.

Regelungen für den Fall der Beendigung der Vorstandstätigkeit

Im Falle einer vorzeitigen Beendigung der Vorstandstätigkeit, ohne dass ein wichtiger Grund vorliegt, werden die Zahlungen an das ausscheidende Vorstandsmitglied einschließlich der Nebenleistungen nicht länger als zwei Jahre fortgeführt (Vereinbarung eines Abfindungs-Caps). Darüber hinaus dürfen die Zahlungen auch die Vergütung für die Restlaufzeit des jeweiligen Dienstvertrags nicht überschreiten. Somit entsprechen die Regelungen in den Vorstandsverträgen hier den Empfehlungen des DCGK in seiner Fassung vom 5. Mai 2015.

Vorstandsvergütung für das Geschäftsjahr 2015/16

Für das Geschäftsjahr 2015/16 ergibt sich vor dem Hintergrund des oben beschriebenen Vergütungssystems eine Gesamtvergütung des Vorstands der GERRY WEBER International AG von EUR 2,3 Mio. (Vorjahr: EUR 2,6 Mio.). Die Zusammensetzung aus fixer und variabler Vergütung für das Geschäftsjahr 2015/16 ist den nachfolgenden Tabellen zu entnehmen. Die Angaben in Klammern entsprechen dem Vorjahreswert.

TEUR	Fixe Vergütung	Variable Vergütung	Summe
Ralf Weber (Vorstandsvorsitzender)	719 (671)	150 (250)	869 (921)
Dr. David Frink	568 (568)	150 (250)	718 (818)
Norbert Steinke (seit dem 19.10.2015 im Vorstand)	512 (42)	150 (20)	662 (62)
Arnd Buchardt (bis 30.11.2015 im Vorstand)	48 (571)	0 (250)	48 (821)
Gesamt	1.847 (1.852)	450 (770)	2.297 (2.622)

Gewährte Zuwendungen („Zielvergütung“)

EUR	Ralf Weber Vorstandsvorsitzender			
	2014/15	2015/16	2015/16 (Min)	2015/16 (Max)
Festvergütung	650.000	700.000	700.000	700.000
Nebenleistungen	21.141	18.665	18.665	18.665
Summe	671.141	718.665	718.665	718.665
Einjährige variable Vergütung	150.000	150.000	0	250.000
Mehrjährige variable Vergütung	411.600	400.000	0	1.000.000
Summe	561.600	550.000	0	1.250.000
Gesamtvergütung	1.232.741	1.268.665	718.665	1.968.665

EUR	Dr. David Frink Vorstand Finanzen, Logistik, IT, Personal			
	2014/15	2015/16	2015/16 (Min)	2015/16 (Max)
Festvergütung	550.000	550.000	550.000	550.000
Nebenleistungen	18.376	18.408	18.408	18.408
Summe	568.376	568.408	568.408	568.408
Einjährige variable Vergütung	150.000	150.000	0	250.000
Mehrjährige variable Vergütung	411.600	360.000	0	900.000
Summe	561.600	510.000	0	1.150.000
Gesamtvergütung	1.129.976	1.078.408	568.408	1.718.408

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

EUR	Norbert Steinke Vorstand Retail			
	2014 / 15	2015 / 16	2015 / 16 (Min)	2015 / 16 (Max)
Festvergütung	41.700	500.000	500.000	500.000
Nebenleistungen	1.000	12.000	12.000	12.000
Summe	42.700	512.000	512.000	512.000
Einjährige variable Vergütung	12.500	150.000	0	250.000
Mehrfährige variable Vergütung	34.300	360.000	0	900.000
Summe	46.800	510.000	0	1.150.000
Gesamtvergütung	89.500	1.022.000	512.000	1.662.000

EUR	Arnd Buchardt Vorstand Produkt und Beschaffung (bis 30.11.2015)			
	2014 / 15	2015 / 16	2015 / 16 (Min)	2015 / 16 (Max)
Festvergütung	550.000	45.833	45.833	45.833
Nebenleistungen	21.075	1.756	1.756	1.756
Summe	571.075	47.589	47.589	47.589
Einjährige variable Vergütung	150.000	12.500	0	20.833
Mehrfährige variable Vergütung	411.600	30.000	0	75.000
Summe	561.600	42.500	0	95.833
Gesamtvergütung	1.132.675	90.089	47.589	143.422

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

Zufluss

EUR	Ralf Weber Vorstandsvorsitzender	
	2014 / 15	2015 / 16
Festvergütung	650.000	700.000
Nebenleistungen	21.141	18.665
Summe	671.141	718.665
Einjährige variable Vergütung	129.000	120.000
Mehrjährige variable Vergütung	221.000	130.000
Summe	350.000	250.000
Gesamtvergütung	1.021.141	968.665

EUR	Norbert Steinke Vorstand Retail (seit 19.10.2015)	
	2014 / 15	2015 / 16
Festvergütung	41.700	500.000
Nebenleistungen	1.000	12.000
Summe	42.700	512.000
Einjährige variable Vergütung	0	20.000
Mehrjährige variable Vergütung	0	0
Summe	0,00	20.000
Gesamtvergütung	42.700	532.000

EUR	Dr. David Frink Vorstand Finanzen, Logistik, IT, Personal	
	2014 / 15	2015 / 16
Festvergütung	550.000	550.000
Nebenleistungen	18.376	18.408
Summe	568.376	568.408
Einjährige variable Vergütung	129.000	120.000
Mehrjährige variable Vergütung	221.000	130.000
Summe	350.000	250.000
Gesamtvergütung	918.376	818.408

EUR	Arnd Buchardt Vorstand Produkt und Beschaffung (bis 30.11.2015)	
	2014 / 15	2015 / 16
Festvergütung	550.000	45.833
Nebenleistungen	21.075	1.756
Summe	571.075	47.589
Einjährige variable Vergütung	129.000	120.000
Mehrjährige variable Vergütung	221.000	130.000
Summe	350.000	250.000
Gesamtvergütung	921.075	297.589

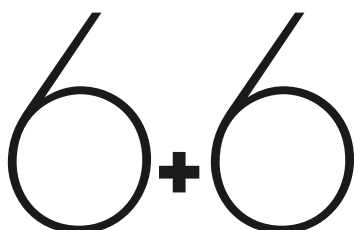
Diese Tabellen stellen den Zufluss im Sinne des Einkommensteuergesetzes im Berichts- sowie Vorjahr dar. In der Regel handelt es sich bei den variablen Vergütungen um Auszahlungen der für Vorjahre verdienten und bilanzierten Ansprüche.

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 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 2015 / 16 die in der folgenden Tabelle aufgeführten Beträge. Die Angaben in Klammern beziehen sich auf das Vorjahr.

TEUR	2015 / 16	2014 / 15
Dr. Ernst F. Schröder (Vorsitzender)	180	180
Gerhard Weber (Stellvertretender Vorsitzender)	90	90
Alfred Thomas Bayard	60	32
Ute Gerbault	60	32
Udo Hardieck	60	60
Charlotte Weber-Dresselhaus	60	60
Olaf Dieckmann	60	60
Klaus Lippert	60	60
Annette von der Recke	60	32
Andreas Strunk	60	32
Manfred Menningen	60	32
Hans-Jürgen Wentzlaff	60	32
Gesamt	870	702

Wie der Tabelle zu entnehmen ist, ist im abgelaufenen Geschäftsjahr die Aufsichtsratsvergütung gestiegen und beläuft sich für das abgelaufene Geschäftsjahr auf TEUR 870,0 im Vergleich zu TEUR 702,3 im Vorjahr. Im April 2015 wurde der Aufsichtsrat aufgrund gesetzlicher Bestimmungen von sechs auf zwölf Mitglieder erhöht. Entsprechend wurde die Aufsichtsratsvergütung der sechs neuen Mitglieder nur zeitanteilig berücksichtigt. In abgelaufenen Geschäftsjahr 2015 / 16 stieg die Aufsichtsratsvergütung lediglich aufgrund der ganzjährigen Tätigkeit der neuen Mitglieder im Aufsichtsrat. Die Struktur der Aufsichtsratsvergütung hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr jedoch nicht verändert.



6 Anteilseignervertreter und
6 Vertreter der Arbeitnehmer
bilden den Aufsichtsrat.

DIE GERRY WEBER AKTIE

Ein anhaltend schwieriges Marktumfeld mit sinkenden Kundenfrequenzen in den deutschen Einkaufsstraßen sorgte nahezu in der gesamten Modebranche für nicht zufriedenstellende Ergebnisse. Mit unserem Programm „FIT4GROWTH“ haben wir zu Beginn des GERRY WEBER Geschäftsjahres 2015 / 16 ein Neuorientierungsprogramm beschlossen, das den sich ändernden Marktbedingungen Rechnung trägt.

Das abgelaufene Geschäftsjahr 2015 / 16 stand somit für die GERRY WEBER International AG ganz im Zeichen der Bekanntgabe und der planmäßigen Umsetzung des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH sowie dessen finanzieller Auswirkungen auf die Umsatz- und Ertragslage der Gesellschaft. Dies spiegelt sich auch im Kursverlauf der GERRY WEBER Aktie wider. Anlässlich der Veröffentlichung der Halbjahres-, bzw. Quartalszahlen haben wir regelmäßig über den Fortschritt der im Rahmen des Programms definierten Maßnahmen und dessen Implikationen berichtet.

Entwicklung des DAX

Die Entwicklung des Deutschen Aktienindex (DAX) stand im Betrachtungszeitraum, dem abgelaufenen Geschäftsjahr der GERRY WEBER Gruppe (1. November 2015 bis 31. Oktober 2016), immer wieder im Zeichen von enttäuschten Erwartungen. Der DAX startete am 2. November 2015 mit 10.950,67 Punkten in das Geschäftsjahr der GERRY WEBER Gruppe und stieg in den ersten Tagen zunächst stetig an, bis er am 30. November seinen höchsten Stand im Betrachtungszeitraum von 11.382,23 Punkten erzielte. Mario Draghi, Präsident der Europäischen Zentralbank (EZB), hatte in mehreren Aussagen einen weiteren Schub lockerer Geldpolitik durch die EZB angedeutet, was die Märkte befeuerte. Die Entscheidung am 3. Dezember 2015 über die weitere Geldpolitik enttäuschte die Kapitalmärkte jedoch. In den Folgemonaten verlor der Index deutlich an Wert bis er am 11. Februar 2016 seinen Tiefpunkt in der Betrachtungsperiode von 8.752,87 erlangte. Ein schwacher Ölpreis sowie Rezessionsängste in den USA verunsicherten die Lage an den Börsen weltweit spürbar. In den Folgemonaten bis Juni 2016 erholte sich der DAX nur mäßig und konnte sein vorheriges Niveau nicht wieder erreichen. In den Tagen vor dem Votum zum Austritt Großbritanniens aus der Europäischen Union kam es zu starken Bewegungen an den Börsen weltweit, so auch beim DAX: Die Umfragen prognostizierten, dass sich das britische Volk gegen einen Austritt aus der EU entscheiden würde. Diese Entscheidung schienen die Märkte bereits schon vor dem eigentlichen Referendum eingepreist zu haben. Der tatsächliche Ausgang des Referendums für einen Austritt Großbritanniens war für viele ein Schock und schickte den DAX am 23. Juni 2016 und in den Tagen darauf auf Talfahrt. Die Verluste, die unmittelbar im Nachgang des Referendums entstanden waren, konnte der DAX in den folgenden Wochen wieder aufholen. Dennoch stieg der Deutsche Aktienindex im Zeitraum des GERRY WEBER Geschäftsjahres insgesamt nur geringfügig um 2,7%.

**Entwicklung der GERRY WEBER Aktie
 im Geschäftsjahr 2015 / 16**


Der Kurs der GERRY WEBER Aktie startete am 2. November 2015 mit einem Wert von EUR 15,28 (Schlusskurs Xetra) in das Geschäftsjahr 2015/16 der GERRY WEBER Gruppe. Nach einem leichten Anstieg in den ersten Tagen erreichte er bereits am 4. November 2015 seinen Höchststand innerhalb des Betrachtungszeitraums von EUR 16,28. Dem allgemeinen Markttrend folgend, fiel der Kurs der GERRY WEBER Aktie in den Folgewochen, bis er am 19. Januar 2016 seinen Tiefststand von EUR 10,08 innerhalb des Geschäftsjahres 2015/16 erreichte. Die Ankündigung des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH sowie die Veröffentlichung der vorläufigen Zahlen am 26. Januar 2016, die leicht über der allgemeinen Markterwartung lagen, bewirkten einen deutlichen und anhaltenden Anstieg des GERRY WEBER Aktienkurses bis auf EUR 14,65 am 22. Februar 2016. Die detaillierte Vorstellung des Programms FIT4GROWTH mit all seinen Implikationen für das laufende und das kommende Geschäftsjahr 2016/17 sowie die Vorlage der Prognose für das Geschäftsjahr 2015/16 im Rahmen der Bilanzpressekonferenz am 26. Februar 2016 enttäuschten die Kapitalmarktteilnehmer, sodass der Aktienkurs erneut an Wert verlor. Die Aktie erholte sich zwar in den Folgewochen wieder, konnte aber ihr zuvor erreichtes Niveau nicht wieder erreichen. Bis zum

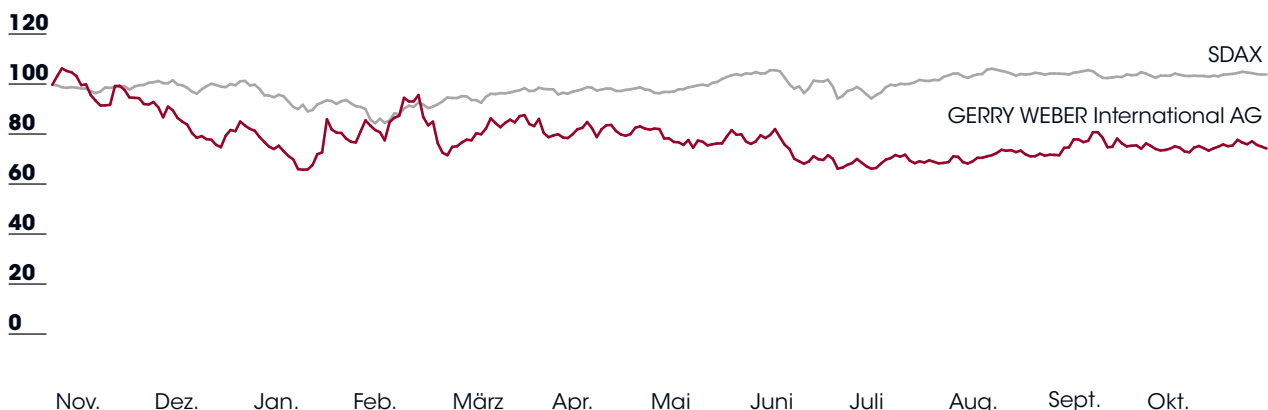
34,9

MILLIONEN
 GERRY WEBER Aktien wurden im Geschäftsjahr an allen deutschen Börsenplätzen gehandelt (Vorjahr: 62,1 Mio.).

31. Oktober 2016 bewegte sich der Kurs der GERRY WEBER Aktie seitwärts in einer Bandbreite zwischen EUR 10,14 und 13,42. Zum Ende des Geschäftsjahres 2015/16 lag der Kurs der GERRY WEBER Aktie bei EUR 11,38 (Schlusskurs Xetra). Damit gab der Kurs der Aktie im Berichtszeitraum rund 25,5% nach. Der SDAX, in dem die GERRY WEBER Aktie gelistet ist, legte im selben Zeitraum 4,1% zu.

Nach einem durchschnittlichen Tagesumsatz von 246.475 Aktien im Geschäftsjahr 2014/15 wurden im Betrachtungszeitraum, dem Geschäftsjahr 2015/16, nur noch durchschnittlich 137.838 Aktien pro Tag gehandelt. Der Rückgang des Handelsvolumens kann unter anderem auf den Wechsel vom MDAX in den SDAX am 21. September 2015 zurückgeführt werden. Insgesamt wurden im Geschäftsjahr 2015/16 34,9 Mio. GERRY WEBER Aktien gehandelt (Vorjahr: 62,1 Mio.).

 **Entwicklung der GERRY WEBER Aktie und des SDAX**
 im Zeitraum vom 1. November 2015 – 31. Oktober 2016 (indexiert)



	2015 / 16	2014 / 15	2013 / 14
Jahresüberschuss nach Steuern (in EUR Mio.)	0,5	52,2	71,4
Ergebnis pro Aktie (in EUR)	0,01	1,14	1,56
Dividende pro Aktie (in EUR)	0,25 *	0,40	0,75
Ausschüttungssumme (in EUR Mio.)	11,5 *	18,4	34,4
Ausschüttungsquote (in %)		35,1	48,2

* Vorschlag an die kommende Hauptversammlung

Aktionärsstruktur und Hauptversammlung

Zum 31. Oktober 2016, und damit zum Ende des Geschäftsjahres 2015 / 16, wurden den Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats folgende Aktien zugerechnet: Der stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende und Unternehmensmitbegründer Gerhard Weber hielt 29,6% der Aktien. Udo Hardieck, ebenfalls Firmenmitbegründer und Aufsichtsratsmitglied, hielt 17,5% der Aktien. Ralf Weber, Vorstandsvorsitzender der GERRY WEBER International AG wurden 3,4% der Aktien zugerechnet. Damit lag der Freefloat zum Ende des Geschäftsjahres 2015 / 16

unverändert bei 49,5%. An der ordentlichen Hauptversammlung am 14. April 2016 in Halle / Westfalen nahmen rund 1.000 Aktionäre persönlich teil. Insgesamt waren 70,3% (Vorjahr: 73,3%) des Grundkapitals der Gesellschaft von EUR 45.905.960 auf der Hauptversammlung vertreten. Allen beschlussfähigen Tagesordnungspunkten wurde durch die Versammlung mit großer Mehrheit zugestimmt. Die einzelnen Tagesordnungspunkte sowie die Abstimmungsergebnisse können auf der Internetseite www.gerryweber.com unter der Rubrik „Investoren“ unter dem Menüpunkt „Hauptversammlung“ eingesehen werden.

GERRY WEBER am Kapitalmarkt

Insbesondere in Zeiten des Wandels, wie wir sie im Rahmen des Programms zur Neuausrichtung erleben, ist transparente, regelmäßige Kommunikation und der offene Dialog mit unseren Stakeholdern besonders wichtig. Eine zentrale Säule in der Kommunikation mit den Kapitalmarktteilnehmern ist die Veröffentlichung von Geschäfts- und Finanzberichten auf Quartalsbasis sowie die Erstellung und Publikation von Pressemitteilungen und Präsentationen, in denen wir über die Entwicklung der GERRY WEBER Gruppe berichten. Wir haben im Rahmen der Quartalsberichterstattung regelmäßig und ausführlich über den Fortschritt des Programms FIT4GROWTH berichtet. Aber auch in den zahlreichen Gesprächen auf Konferenzen und Roadshows sowie in einer Vielzahl von Telefonaten war die Umsetzung und die Auswirkungen des Programms zur Neuorientierung ein wichtiges und immer wiederkehrendes Thema. Im Geschäftsjahr 2015 / 16 haben wir an 10 nationalen und internationalen Konferenzen teilgenommen. Darüber hinaus haben wir auf verschiedenen Roadshowtagen und in diversen



Entwicklung der GERRY WEBER International AG Aktie

im Zeitraum vom 1. November 2015 – 31. Oktober 2016 (in Euro)



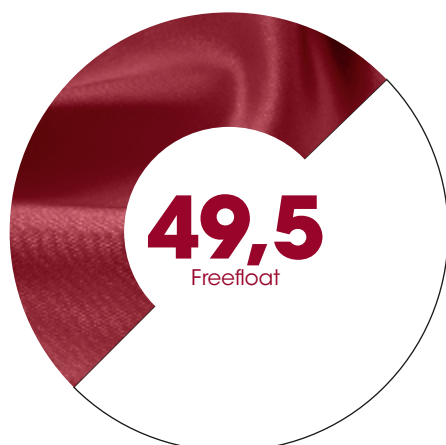
Meetings mit Investoren die aktuelle und zukünftige Entwicklung des Unternehmens, den Fortschritt des Programms FIT4GROWTH und die Chancen und Risiken, die sich für die weitere Entwicklung des Unternehmens ergeben, vorgestellt und dargelegt. Auf zwei Aktionärsveranstaltungen informierten wir Privataktionäre über den aktuellen Stand der Gesellschaft sowie den Fortschritt im Zusammenhang mit dem Programm FIT4GROWTH und beantworteten Fragen im direkten Austausch. Neben den Finanzberichten und Präsenzveranstaltungen finden alle Interessenten auf unserer Internetseite www.gerryweber.com ein umfassendes Informationsangebot zu den Themen Corporate Governance, Hauptversammlung sowie viele weitere nützliche Informationen. Für weitere, über den dortigen Inhalt hinausgehende Informationen steht das Investor Relations Team gerne zur Verfügung.

Die GERRY WEBER Aktie im Überblick

WKN / ISIN	330410 / DE0003304101
Indizes	SDAX, DAXsector Consumer, DAXsubsector Clothes & Footwear, DAXPLUS Family 30, CDAX
Transparenzlevels	Regulierter Markt Frankfurt / Prime Standard
Anzahl Aktien zum 31.10.2016	45.905.960 Stück
Designated Sponsors	ODDO SEYDLER BANK AG



Aktionärsstruktur per 31. Oktober 2016 in %



29,6 Gerhard Weber, **17,5** Udo Hardieck, **3,4** Ralf Weber, **5,3** BNY Mellon Kapitalanlage-Gesellschaft *

* inkludiert im Freefloat



AKTIONÄRE

vertreten ihre Stimme auf der Hauptversammlung 2016 in Halle/Westfalen.

Börsenkurse Berichtsjahr 2015 / 16

Höchstkurs* (in EUR)	16,28
Tiefstkurs* (in EUR)	10,08
Schlusskurs am 31.10.2016 (in EUR)	11,38
Kursperformance im Berichtszeitraum in %	-25,52
Marktkapitalisierung zum 1.11.2015 (in EUR Mio.)	701,4
Marktkapitalisierung zum 31.10.2016 (in EUR Mio.)	522,4
Durchschnittlicher Aktienumsatz pro Tag** (in EUR)	1.698.815
Durchschnittlicher Aktienumsatz pro Tag in Stück**	137.838
Dividende je Stammaktie*** (in EUR)	0,25
Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,01

* Schlusskurs Xetra Handel

** Alle deutschen Börsenplätze

*** Vorschlag an die kommende Hauptversammlung



DER
LIFE
style

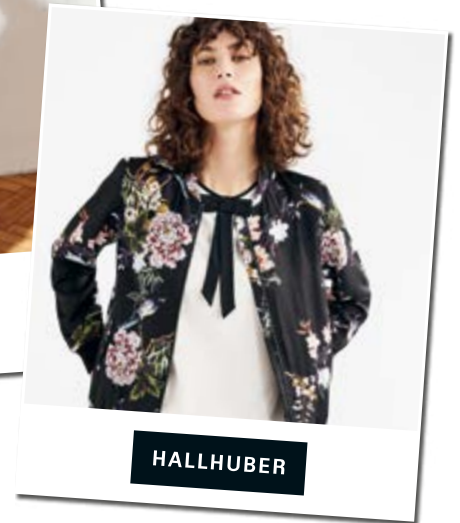
VON

TAIFUN





talk
about



HALLHUBER



TAIFUN

LAGE- BERICHT

Zusammengefasster Lagebericht für das Geschäftsjahr 2015 / 16

Der Konzernlagebericht wurde gemäß §315 Abs. 3 HGB in Verbindung mit §298 Abs. 3 HGB mit dem Lagebericht 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.

64 GRUNDLAGEN DES KONZERNS

65 Geschäftsmodell //74 Strategie und Ziele
//78 Leitung und Kontrolle / Steuerungsgrößen

79 WIRTSCHAFTS- UND BRANCHENBERICHT

79 Gesamtwirtschaftliche Lage //79 Das Konsumverhalten im Kernmarkt Deutschland //80 Das Konsumklima in Europa //81 Russland //82 Frequenzrückgang in den deutschen Einkaufszentren und Innenstädten //82 Der deutsche Textilhandel //83 Gesamteinschätzung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Geschäftsjahr 2015 / 16

84 ZIELERREICHUNG

88 VERMÖGENS-, FINANZ- UND ERTRAGSLAGE

88 Umsatzentwicklung //91 Ertragslage
//94 Vermögenslage //95 Finanzlage
//96 Segmentberichterstattung

100 EINZELABSCHLUSS DER GERRY WEBER INTERNATIONAL AG

100 Ertragslage //101 Vermögenslage //102 Risiken und Chancen der GERRY WEBER International AG
//102 Ausblick

104 CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

104 Chancen und Risiken //104 Risikobericht
//116 Chancenbericht

117 BERICHTERSTATTUNG

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

118 NACHTRAGSBERICHT

119 PROGNOSEBERICHT

119 Zukunftsbezogene Aussagen //119 Ausblick auf die Entwicklung der Weltwirtschaftslage in den wichtigsten Absatzmärkten //120 Künftige Ausrichtung und strategische Maßnahmen //121 Erwartete Entwicklung der Ertrags- und Finanzlage //122 Gesamtaussage zur prognostizierten Entwicklung

GRUNDLAGEN DES KONZERNS

Geschäftsmodell

Geschäftstätigkeit und Organisation

Die GERRY WEBER International AG ist eines der bekanntesten Mode- und Lifestyle-Unternehmen in Deutschland. Fünf große Markenfamilien, GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON by GERRY WEBER (SAMOON), talkabout 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 Entwicklung von „talkabout“ haben wir im Geschäftsjahr 2015/16 eine Marke exklusiv für und in enger Zusammenarbeit mit unseren Wholesale-Partnern platziert. Mit talkabout befinden wir uns derzeit in einer Testphase: Rund 30 Wholesale-Partner präsentieren die Kollektionen der Herbst-/Wintersaison 2016/17 auf ihren Flächen. Im laufenden Geschäftsjahr 2016/17 soll die Anzahl der Shop-in-Shop-Flächen auf 120 bis 150 erhöht werden.



TRENDY, COOL, FRESH, RELAXED

- * Markteinführung Sommer 2016 mit 30 Test-Shop-in-Shops
- * exklusive Marke für den Wholesale
- * voll vertikale Marke mit 12 Lieferterminen
- * Ausweitung auf 120–150 Shop-in-Shops in 2016/17

Die GERRY WEBER International AG wurde 1973 von Gerhard Weber und Udo Hardieck in Ostwestfalen gegründet. Zum 31. Oktober 2016 war das Unternehmen mit Vertriebsstrukturen in mehr als 60 Ländern auf der ganzen Welt aktiv. Zu den unternehmenseigenen Retail-Verkaufsflächen zählen weltweit 487 in Eigenregie geführte Houses of GERRY WEBER und 107 Monolabel Stores, 295 GERRY WEBER Concession-Flächen sowie 35 GERRY WEBER Outlets. Seit der Akquisition des Münchner Damenmodeunternehmens HALLHUBER im Februar 2015 zählen darüber hinaus 138 HALLHUBER Filialen und 188 Concession-Flächen sowie 16 HALLHUBER Outlets zum Storeportfolio der GERRY WEBER Gruppe. Damit summiert sich zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres die Zahl der in Eigenregie geführten Verkaufsflächen auf 1.266.

Dem Wholesale-Vertriebssegment werden weitere 269 Houses of GERRY WEBER, die von unseren Franchise-Partnern geführt werden, sowie 2.396 Shop-in-Shops auf den Verkaufsflächen unserer Handelspartner zugerechnet. Eigene Marken-Online-Shops, die es unseren Kundinnen auch außerhalb Deutschlands ermöglichen, online einzukaufen, runden das Vertriebskonzept ab. 7.022 Mitarbeiter sind weltweit Teil der GERRY WEBER Gruppe (Jahresdurchschnitt). Im Geschäftsjahr 2015/16 (1. November 2015 bis 31. Oktober 2016) betrug der Umsatz der GERRY WEBER Gruppe EUR 900,8 Mio. (Vorjahr: EUR 920,8 Mio.) und das Konzernergebnis EUR 0,5 Mio. (Vorjahr: EUR 52,2 Mio.).

Die GERRY WEBER International AG mit Sitz in Halle / Westfalen ist eine operative Holding-Gesellschaft. Durch sie werden konzernübergreifende Dienstleistungen, wie z. B. Rechnungswesen, Controlling, Personalwesen, IT, Revision, Compliance sowie Marketing und Kommunikation zur Verfügung gestellt. Die Produktentwicklung sowie der Beschaffungsbereich für die GERRY WEBER Core-Marken sind ebenfalls in der Holding angesiedelt. Somit können markenübergreifend Skaleneffekte und somit Kostenvorteile realisiert werden. Lediglich von HALLHUBER, unserer 2015 erworbenen Tochter, sind historisch bedingt nicht alle Dienstleistungs-Divisionen vollständig in die Holding integriert. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015/16 haben wir die Verantwortung für den E-Commerce der GERRY WEBER Core-Marken (GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON) in München bei HALLHUBER gebündelt. Um weitere Synergien realisieren zu können, wurde bereits damit begonnen, die Logistikprozesse von HALLHUBER in das neue GERRY WEBER Logistikzentrum in Halle / Westfalen zu überführen.

Zwei Vertriebsgesellschaften, die Life-Style Fashion GmbH und die GERRY WEBER Retail GmbH, verantworten den Vertrieb der Segmente GERRY WEBER Core-„Retail“ und „Wholesale“ in Deutschland. Darüber hinaus bestehen Ländergesellschaften für den Vertrieb der Retail-Produkte in dem jeweiligen Land sowie Beschaffungsgesellschaften in den verschiedenen Regionen. Sämtliche Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden der Entwicklungs- und Fertigungsbereiche inklusive Transport und Logistik werden quotal den beiden Vertriebssegmenten Retail und Wholesale zugechlüsselt. Seit dem Erwerb von HALLHUBER im Februar 2015 werden die Erträge, Aufwendungen, Schulden und das Vermögen der Tochtergesellschaft separat im Segment „HALLHUBER“ ausgewiesen. Die „Übrigen Segmente“ 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 quotal entsprechend ihrer Zurechenbarkeit zugeordnet.



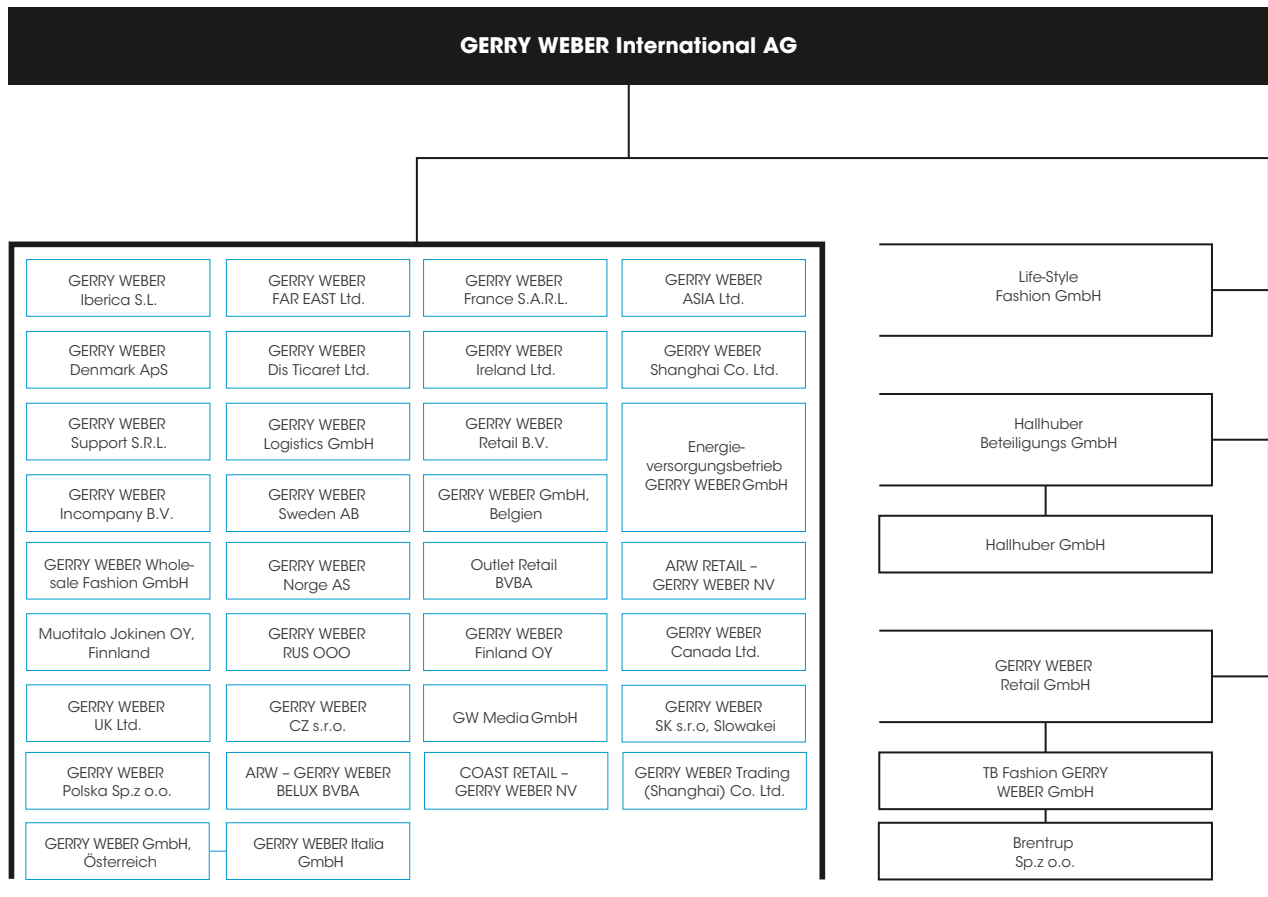
TOCHTERGESELLSCHAFTEN

umfasst die
 GERRY WEBER Gruppe
 zum 31.10.2016.

Zum 31. Oktober 2016 setzte sich der Konsolidierungskreis der GERRY WEBER Gruppe aus der GERRY WEBER International AG sowie 39 Tochtergesellschaften im In- und Ausland zusammen.

Um unsere Marken GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON, talkabout und HALLHUBER nachhaltig zu stärken und ihre Eigenständigkeit am Markt zu unterstützen, wurden im Februar 2016 Strategische Geschäftseinheiten gebildet. Ziel ist es, die Marken und Kernprodukte des Konzerns stärker in den Vordergrund zu rücken sowie den Verantwortlichen ein Höchstmaß an Entscheidungshoheit zu geben, um sich individuell an den Kundenbedürfnissen ausrichten zu können. Insgesamt wurden vier Strategische

Rechtliche Unternehmensstruktur



Geschäftseinheiten gebildet: GERRY WEBER (einschließlich talkabout), TAIFUN, SAMOON sowie HALLHUBER. Die jeweiligen Verantwortlichen (Retail, Wholesale, Online) sind für den Vertrieb und die Warensteuerung aller Marken zuständig und agieren als markenübergreifende Querschnittsfunktion für die GERRY WEBER Core-Marken.

Wichtige Geschäftsprozesse und -abläufe

Das Geschäftsmodell der GERRY WEBER Gruppe umfasst die gesamte Wertschöpfungskette. Am Anfang steht die Entwicklung und das Design der Kollektionen. Unsere nationalen und internationalen Beschaffungsbereiche sind für die qualitativ ordnungsgemäße und fristgerechte Fertigstellung der Produkte verantwortlich. Das neue Logistikzentrum verantwortet zunehmend die gesamten Logistikprozesse und kontrolliert den termingerechten Ein- und Ausgang der Waren. Im eigenen Retail verkaufen wir unsere Kollektionen direkt an die Endkundin, wohingegen das Wholesale-Segment für den Vertrieb an unsere Handelspartner verantwortlich ist. Das einwandfreie Zusammenspiel der jeweiligen Abteilungen an den Schnittstellen der Wertschöpfungsstufen ist eine unserer wichtigsten Kernkompetenzen. Sie sorgt für die besondere Qualität unserer Produkte und ist damit die Basis für unseren langfristigen Erfolg. Um die Kollektionen zeit- und kosteneffizient produzieren und vertreiben zu können, müssen alle Arbeitsschritte bestmöglich aufeinander abgestimmt sein. Deshalb arbeiten wir konsequent und kontinuierlich daran, unsere Prozesse weiter zu verbessern. Im Rahmen des Bausteins „Strukturen und Prozesse optimieren“ im Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH wurden während des abgelaufenen Geschäftsjahres alle bestehenden Prozesse analysiert und, falls erforderlich, neu aufgesetzt. Aufgrund der effizienteren Prozesse und Abläufe wurden so am Hauptsitz in Halle / Westfalen rund 200 Stellen eingespart.

Entwicklung der Kollektionen

Anders als in vielen anderen Modeunternehmen ist Produktentwicklung im Hause GERRY WEBER nicht auf einzelne Designer fokussiert, sondern 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 auf technisches Know-how und eine zahlenbasierte Kalkulation der Produkte. 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 Kundinnen an. Die Bekleidungstechniker entscheiden gemeinsam mit den Kreativ-Teams, welche Produktidee 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. In den Design-Teams wird jedes einzelne Kollektionsteil in einem finalen Workshop freigegeben oder, falls nötig, noch einzelnen Änderungen unterzogen, um unsere einzigartige Passform zu gewährleisten. Die von der Schnittabteilung erstellten 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 unsere Fertigungs- und Qualitätsstandards einhalten. Diese Vorgehensweise erlaubt es uns, die Kontrolle über unsere Schnitte und Passformen in den eigenen Händen zu bewahren und damit flexibler bei der Auswahl der Produktionspartner zu bleiben. 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 SAMOON, entwickelt HALLHUBER seine Kollektionen nicht in Halle / Westfalen, sondern in ihrer Unternehmenszentrale in München. Die Herangehensweise im gesamten Kollektionenentwicklungsprozess bei HALLHUBER ist im Wesentlichen der der GERRY WEBER Core-Marken sehr ähnlich. Bis dato bezieht HALLHUBER jedoch seine Ware über auf die Beschaffung spezialisierte Agenturen, ohne ein eigenes Netzwerk

 **Wertschöpfungsprozess**



an lokalen Beschaffungsbüros in den Produktionsregionen. Eine ständige Qualitätskontrolle der Produkte findet sowohl über interne Spezialisten als auch über externe Prüfinstitute statt, um die hohen Qualitätsansprüche von HALLHUBER zu gewährleisten. Zukünftig soll HALLHUBER jedoch das regionale Netzwerk der GERRY WEBER Beschaffungsbüros nutzen, um mögliche Kostenvorteile realisieren zu können.

Warenmanagement / Merchandisemanagement

Auf die Kollektionsentwicklung folgt das Waren- bzw. Merchandisemanagement. Es wird festgelegt, welche Artikel in welcher Anzahl, in welchen Größen für welche Retail-Flächen produziert werden müssen. Dazu werden die Werte aus den Vorjahren analysiert, Trends evaluiert und je nach Flächenformat und Absatzregion spezifische Charakteristika, wie z. B. bestimmte Farben, die in einigen Ländern beliebter sind als in anderen, berücksichtigt. Ebenso müssen die individuellen Größen der Flächen sowie mögliche Neueröffnungen oder Schließungen mit in die Kalkulation einbezogen werden. Im Wholesale-Segment findet zeitgleich zum Warenmanagement im Retail die sogenannte „Vororder“ für alle Wholesale-Kunden statt. Die Vertriebsmitarbeiter präsentieren anhand von Musterkollektionen den Franchise- und Handelspartnern die neue Kollektion, aus der diese dann ihren Warenbedarf bestellen. Die Vororder findet in der Regel in einem der 22 Showrooms im In- und Ausland statt. Alternativ besteht die Möglichkeit für unsere Kunden, ihre Order auf einer internetbasierten Bestellplattform aufzugeben.

Ein wichtiger Prozess, den wir von unserer voll vertikal ausgerichteten Tochtergesellschaft HALLHUBER übernommen haben, war die Einführung von sogenannten „Open-to-Buy-Limits“ auch bei GERRY WEBER. Bei dieser Form der Produktions- bzw. Beschaffungsplanung bestellen die Wareneinkäufer beim Produzenten zunächst rund 80% des antizipierten Gesamtbedarfs für eine Kollektion. Für die übrigen 20% werden Kapazitäten beim jeweiligen Produzenten vorgehalten, um bei Bedarf Nachbestellungen vornehmen zu können. Auf diese Weise soll nur so viel Ware produziert werden, wie auch am Point-of-Sale verkauft wird. Ziel ist es, hohe Überbestände am Ende der Saison zu vermeiden. Im Rahmen des sogenannten „In-Season-Managements“ können die Open-to-Buy-Limits, bzw. die sich daraus ergebenden Kapazitäten, auch für kurzfristig einzusteuern Trendware oder anlassbezogene Einzelteile genutzt werden.

Produktion und Beschaffung

Auf Basis der Vorgaben des Warenmanagements und der Daten aus der Vororder der Wholesale-Kunden wird der Produktionsbedarf je Produkt festgelegt. Im Geschäftsjahr 2015/16 summierte sich das Produktionsvolumen der GERRY WEBER Gruppe auf rund 27,4 Mio. Einzelteile, wobei 4,3 Mio. Teile auf die Marke HALLHUBER entfielen.

27,4

MILLIONEN

Einzelteile der GERRY WEBER Gruppe ergaben im Geschäftsjahr 2015/16 das Produktionsvolumen, wobei 4,3 Mio. Teile auf die Marke HALLHUBER entfielen.

Generell werden bei der Beschaffung zwei Bezugsarten unterschieden: die passive Lohnveredelung und der Vollkauf. Bei der passiven Lohnveredelung werden alle für das Kleidungsstück notwendigen Zutaten und Einzelteile, wie Reißverschlüsse, Knöpfe und Stoffe von GERRY WEBER vorab eingekauft und für die Fertigung zusammengestellt. Damit erfolgt lediglich die eigentliche Fertigung der Kleidungsstücke durch die jeweils ausgewählten Produktionspartner. Beim Vollkauf wird im Gegensatz zur passiven Lohnveredelung das komplette Produkt von unseren Partnern zusammengestellt. Hierbei 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 in Halle/Westfalen designten und entwickelten GERRY WEBER Core-Marken (GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON und talkabout) lässt HALLHUBER seine Ware bis dato ausschließlich über den Vollkauf und in Zusammenarbeit mit Beschaffungsagenturen erstellen.

Kosteneffiziente Beschaffungsstrukturen sind ein wesentlicher Wettbewerbsvorteil. Die GERRY WEBER Gruppe verfügt daher über ein eigenes nationales und internationales Beschaffungsteam, das die Auswahl des für uns besten Produktionspartners sowohl hinsichtlich unserer Qualitätsansprüche und Social Compliance-Vorgaben als auch zu wettbewerbsfähigen Preisen ermöglicht. Vor Aufnahme in den GERRY WEBER Lieferantenpool müssen sich alle potenziellen Produktionspartner verschiedenen Kontrollen unterziehen, um unseren strengen Auswahlkriterien zu entsprechen. Kriterien bei der Auswahl neuer Produktionspartner beinhalten auf der einen Seite objektive, produktionstechnische Parameter und auf der anderen Seite GERRY WEBER spezifische Aspekte. Immer im Vordergrund steht die Einhaltung unserer hohen Qualitäts- und Verarbeitungsstandards. Ebenso wichtig wie das Qualitätsbewusstsein

unserer Hersteller im Rahmen des Produktionsprozesses ist uns dabei auch die Qualität der verwendeten Materialien. Wir achten sehr genau auf die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen hinsichtlich der verwendeten Materialien und Zutaten. GERRY WEBER Produkte dürfen keinesfalls Materialien enthalten, die die Gesundheit unserer Kundin gefährden. Wir vertrauen daher nicht nur auf die international anerkannten Prüfinstitute, sondern prüfen die Ware stichprobenartig zusätzlich auch in unserem eigenen Labor in Halle/Westfalen. Ein weiteres, sehr wichtiges Auswahlkriterium eines potenziellen Lieferanten ist die termingerechte Lieferung der Ware. 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 damit unseren Ansprüchen hinsichtlich der Einhaltung der Sozial- und Umweltstandards gerecht werden. Zusätzlich zu den genannten Aspekten zählen zudem Seriosität, Reputation und Bonität zu unseren Kriterien bei der Lieferantenauswahl.

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 Geschäftsjahr 2015/16 wurden für die GERRY WEBER Core-Marken (GERRY WEBER, TAIFUN, talkabout und SAMOON) rund 71,1% (Vorjahr: 77,1%) der Ware als Vollkaufware und rund 28,9% (Vorjahr: 22,9%) in Form der passiven Lohnveredelung (PLV) bezogen. Nahezu die gesamte PLV-Ware wird in Osteuropa, und dort vor allem in Bulgarien und Mazedonien, gefertigt. Damit liegt der Produktionsanteil (Vollkauf und PLV), der in Osteuropa bezogen wird, bei insgesamt rund 28,7% (Vorjahr: 24,5%). Mit rund 46,3% (Vorjahr: 48,2%) 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 20,7% (Vorjahr: 23,8%) der Waren. Die verbleibenden 4,3% (Vorjahr: 3,5%) werden in Westeuropa und Nordafrika gefertigt. Wichtigste Produktionsländer für HALLHUBER sind China (39,4%, Vorjahr: 39,5%) und die Türkei mit 32,7% (Vorjahr: 23,6%) Anteil am gesamten Produktionsvolumen. In Europa werden 21,6% der HALLHUBER Waren produziert.

Logistik

Die GERRY WEBER Gruppe nutzte in der Vergangenheit zur Abwicklung ihrer Logistikprozesse überwiegend die Kapazitäten externer Logistikdienstleister. In insgesamt acht Lagern, die jeweils auf Hänge-, Liege-, Outlet- oder Onlineware spezialisiert waren, wurde die gesamte Transportvorbereitung, die Lagerhaltung, die Aufbereitung und Kommissionierung der Ware sowie der Versand an die einzelnen Verkaufspunkte durchgeführt. Im Jahr 2016 wurde das neue GERRY WEBER Logistikzentrum in Betrieb genommen, welches genau auf die Bedürfnisse des Mehrmarken-Konzerns und seiner Vertriebsstrukturen ausgerichtet wurde. Aus früher acht durch externe Partner betriebenen Logistikzentren (GERRY WEBER Core und HALLHUBER) wurde ein gemeinsames Multichannel-Lager für alle Vertriebskanäle. Im neuen Logistikzentrum kann aufgrund des einheitlichen Warenbestandes die Entscheidung, in welchen Vertriebskanal die Ware schließlich fließen soll, im letzten Moment vor der Auslieferung getroffen werden. Auf diese Weise können bislang verpasste Umsatzpotenziale besser gehoben werden. Darüber hinaus werden wir durch den sehr hohen Automatisierungsgrad im neuen Logistikzentrum die Logistikkosten pro Stück deutlich reduzieren können.



PROZENT
der Ware wurde als
Vollkaufware bezogen.

Seit Beginn 2016 wurden entsprechend eines genau festgelegten Zeit- und Ablaufplanes die Produkte der einzelnen Marken in das neue Logistikzentrum überführt und werden nun von dort ausgeliefert. Parallel dazu erfolgte die kontinuierliche Steigerung und Nutzung der vorhandenen Kapazitäten. Eine Ausnahme bildet die Ware für das Online-Geschäft, welche aus vertraglichen Gründen erst zu einem späteren Zeitpunkt in das neue Logistikzentrum überführt werden wird. Bis dahin wird das Online-Geschäft mit unseren Endkunden weiterhin durch unsere externen Partner durchgeführt.

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. Alle GERRY WEBER Produkte werden bereits im Rahmen des Fertigungsprozesses durch einen in das Pflegeetikett integrierten RFID-Mikrochip mit einer eindeutigen Produktnummer gekennzeichnet. Durch spezielle Lesegeräte kann diese Produktnummer erfasst und ausgewertet werden. Entsprechend schnell und einfach können Waren bei der Anlieferung in das Multichannel-Lager identifiziert, auf Vollständigkeit kontrolliert und voll automatisch an ihren im Lager vorgegebenen Ort transportiert werden. Ähnlich bei der Erfassung der Warenbestände in den einzelnen Stores: Durch die RFID-Technologie erhöht sich nicht nur die Transparenz

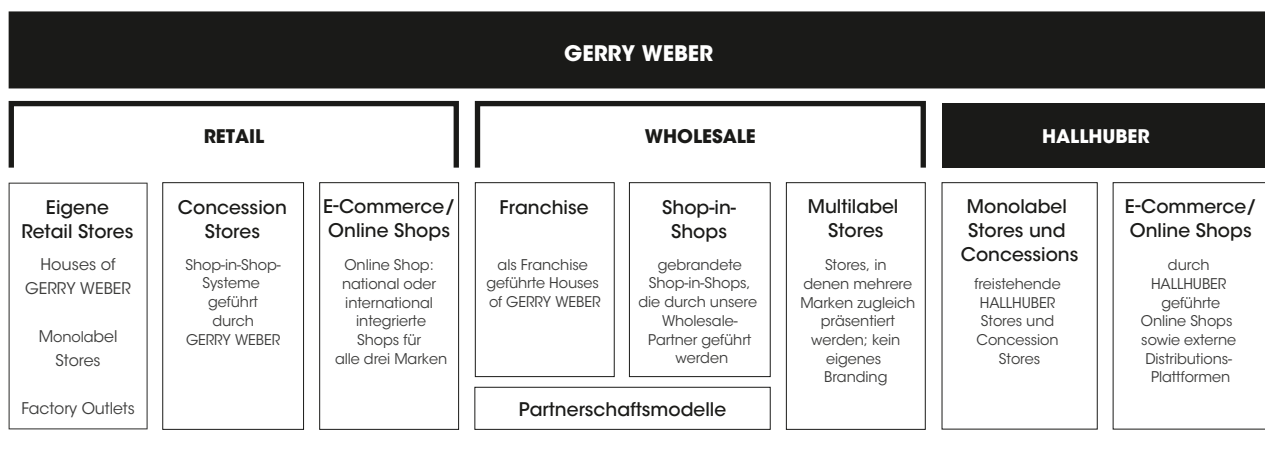
innerhalb des Logistikprozesses, es ist auch eine exaktere Bestandsgenauigkeit und damit auch eine schnellere Warenversorgung am Point-of-Sale gegeben. Nach dem Verkauf des Artikels wird der Mikrochip entweder an der Kasse deaktiviert bzw. entfernt oder er wird durch einige Waschgänge zerstört. Durch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

Vertriebs- und Absatzkanäle

Das Geschäft der GERRY WEBER Gruppe basiert auf drei Vertriebssäulen, die gleichzeitig auch die Segmenteinteilung der GERRY WEBER Gruppe abbilden. Im Rahmen des Wholesale-Segments beliefern wir die Handelspartner mit unseren Kollektionen der GERRY WEBER Core-Marken GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON und talkabout. Im Retail-Segment vertreiben wir die Kollektionen der GERRY WEBER Core-Marken (außer talkabout) über von uns in Eigenregie geführte Verkaufsflächen und Online Shops direkt an die Endkundin. Letztlich 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 2014/15 vollständig konsolidiert. Aufgrund der operativen Steuerung und zur besseren Transparenz weisen wir die HALLHUBER Ergebnisse in einem eigenen Segment separat aus.

Das **GERRY WEBER Core-Retail-Geschäft** umfasst alle in Eigenregie geführten Verkaufsflächen und Online-Plattformen der GERRY WEBER Core-Marken (außer talkabout). Dazu zählen neben den Houses of GERRY WEBER, die Monolabel Stores der Marken TAIFUN, SAMOON und GERRY WEBER EDITION, die Concession-Flächen und Outlet-Center sowie die eigenen Online Shops. Der Anteil des GERRY WEBER Core-Retails am Konzernumsatz betrug im Berichtszeitraum 46,5%.

Vertriebskanäle



3.589

GERRY WEBER Core-Verkaufsflächen weltweit

SEITE 74

Anzahl der Verkaufsflächen in den einzelnen Vertriebskanälen (31.10.2016)

	2015 / 16	2014 / 15
GERRY WEBER Core-Retail		
Houses of GERRY WEBER	487	520
Monolabel Stores	107	142
Concession-Flächen	295	291
Factory Outlets	35	34
	924	987
GERRY WEBER Core-Wholesale		
Houses of GERRY WEBER	269	271
Shop-in-Shops	2.396	2.510
	2.665	2.781
HALLHUBER		
HALLHUBER Monolabel Stores	138	117
HALLHUBER Concession-Flächen	188	145
HALLHUBER Outlets	16	13
	342	275

Im Dezember 1999 wurde in Bielefeld das erste in Eigenregie geführte House of GERRY WEBER eröffnet. Zum Ende des Berichtszeitraumes am 31. Oktober 2016 bestanden im Rahmen des Retail-Segmentes 924 (Vorjahr: 987) in Eigenregie geführte Verkaufsflächen der GERRY WEBER Core-Marken im In- und Ausland. Die durchschnittliche Größe der Verkaufsfläche eines House of GERRY WEBER beträgt rund 200 qm. In Abhängigkeit der tatsächlichen Größe und der Lage werden dort alle GERRY WEBER Marken (nicht aber HALLHUBER und talkabout) angeboten. Mit einer Durchschnittsfläche von rund 100 qm sind die kleineren Monolabel Stores der Marken TAIFUN und SAMOON darauf ausgelegt, jeweils eine einzelne Marke zu präsentieren. Im Rahmen der definierten Maßnahmen im Zusammenhang mit dem Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH (Baustein „Retail optimieren“) wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr 75 von insgesamt 103 geplanten Filialen der GERRY WEBER Core-Marken geschlossen. Über diese 103 definierten Stores hinaus stehen auch weiterhin 50 Geschäfte auf einer Beobachtungsliste.

Neben den Houses of GERRY WEBER und den Monolabel Stores zählen auch 35 Factory Outlets (Vorjahr: 34) sowie 295 Concession-Flächen (Vorjahr: 291) 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 kontrollieren. Die Miete der Fläche ist in den meisten Fällen umsatzabhängig,

HALLHUBER-Verkaufsflächen in Europa



PROZENT
des HALLHUBER Umsatzes
werden Online generiert.

wodurch der Fixkostenanteil insgesamt deutlich flexibilisiert wird. Die Concession-Flächen befinden sich u. a. in großen Warenhäusern im Ausland, wie etwa bei unserem spanischen Partner „El Corte Inglés“ (45 Flächen) sowie in den Niederlanden bei „van Uffelen“, „Hout Brox“ und „van Vuuren Mode“ (58 Flächen), aber auch in Deutschland mit beispielsweise 85 Flächen in „GALERIA Kaufhof“ Filialen. Sechs Online Stores vervollständigen das stationäre Storeportfolio des GERRY WEBER Core-Retail-Segments und ermöglichen damit die Online-Verfügbarkeit der Ware in insgesamt neun Ländern: Mittlerweile können Kunden aus Deutschland, der Schweiz, der Niederlande, Österreich, Polen, Belgien, Schweden, dem vereinigten Königreich und Frankreich Mode der Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON online erwerben. Unser Ziel ist es, den stationären Handel durch einen eigenen Online Store im jeweiligen Land zu unterstützen. Ebenfalls Teil des Programms FIT4GROWTH ist im Rahmen des Bausteins „Retail optimieren“ die zunehmende Digitalisierung der Vertriebskanäle. Diese umfasst neben der Einführung von Click&Collect in den HALLHUBER Monolabel Stores auch den Relaunch des GERRY WEBER Online Shops für die Core-Marken im Frühjahr 2017. Ziel ist es, die Verkaufskanäle online und stationär immer weiter zu verzahnen. Die Kundin muss zukünftig die Möglichkeit haben, selber zu wählen, wo und wie sie das Produkt kaufen kann wie sie es zugeschickt bekommt bzw. wo sie es abholen möchte. Gleiches gilt für die Retoure: Eine Abgabe der Ware in den Stores muss genauso möglich sein wie das Rücksenden per Post. Von den

HALLHUBER Kundinnen ist die Einführung des Click&Collect-Systems in den Monolabel Stores bereits sehr erfolgreich angenommen worden. Die Retourenquote bei den über die Tablets der Verkäuferinnen im Store bestellte Ware ist dabei deutlich geringer als bei der auf die herkömmliche Weise im Online Shop bestellten Ware.

Seit der Akquisition der **HALLHUBER** Beteiligungs GmbH im Februar 2015 ist HALLHUBER Teil der GERRY WEBER Markenwelt. HALLHUBER ist ein voll vertikal ausgerichtetes Modeunternehmen, das nur über eigene Verkaufsflächen und die Online Shops seine Ware vertreibt. HALLHUBER stellt in der Segmentberichterstattung das dritte Segment dar und wird aufgrund seiner ausschließlich vertikalen Strukturen aus Konzernsicht dem Vertriebskanal „Retail“ zugerechnet. HALLHUBER betrieb zum 31. Oktober 2016 insgesamt 138 Monolabel-Stores, 188 Concession-Flächen und 16 Outlets. Neben den stationären Geschäften vertreibt HALLHUBER seine Produkte auch online über fünf unternehmenseigene Online Shops in Deutschland, der Schweiz, Österreich, Frankreich und Großbritannien. Darüber hinaus kann die Kundin die HALLHUBER Produkte auch über 15 weitere externe Plattformen wie u. a. bei Amazon, Otto, Zalando oder House of Fraser bestellen. Über den Online-Handel erwirtschaftet HALLHUBER derzeit rund 9,7% seines 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	818	587	231
Österreich	58	42	16
Niederlande	110	104	6
Belgien	46	29	17
Skandinavien	48	41	7
Osteuropa	25	25	0
Spanien	53	53	0
UK & Irland	57	31	26
Schweiz	38	0	38
Kanada	5	5	0
Italien	6	6	0
Frankreich	1	1	0
Luxemburg	1	0	1

Die dritte Säule der GERRY WEBER Vertriebsstruktur ist das **Wholesale-Segment**. Im Wholesale-Geschäft bestellen unsere Handels- und Franchisepartner Ware aus unseren Kollektionen und verkaufen diese auf ihren eigenen Verkaufsflächen an die Endkundin weiter. Der Wholesale-Bereich besteht dabei wiederum aus drei Vertriebsbausteinen: den Houses of GERRY WEBER, die durch unsere Franchise-Partner geführt werden, den Shop-in-Shop-Flächen sowie dem sogenannten Multilabel-Geschäft. Zum Ende des Geschäftsjahres 2015/16 wurden 269 Houses of GERRY WEBER durch Franchise-Partner geführt (Vorjahr: 271). Diese Geschäfte haben die gleiche Innenausstattung wie unsere eigenen Houses of GERRY WEBER, sodass der Endkunde keinen Unterschied zwischen den beiden Vertriebsformen Retail und Wholesale erkennen kann. Shop-in-Shops sind Verkaufsflächen, die durch den Ladenbau eindeutig der jeweiligen Marke zugeordnet werden können. Sie befinden sich auf den Verkaufsflächen unserer Handelspartner und werden durch diese auch betrieben. Im Gegensatz zu den Shop-in-Shops sind die Multilabel-Flächen dadurch gekennzeichnet, dass sie kein eigenes Flächenkonzept aufweisen und damit die Marke auch nicht visuell repräsentieren. Die Anzahl der Shop-in-Shops betrug zum 31. Oktober 2016 2.396 im Vergleich zu 2.510 im Vorjahr. 550 dieser Flächen befinden sich im Ausland (Vorjahr: 536).

Jahrelange Erfahrung, auch im Rahmen unserer systematischen Auswertung der täglichen Abverkaufszahlen anhand von mehr als 6.000 EDI-Schnittstellen am Point-of-Sale, ermöglicht uns ein optimales und auf die einzelnen Flächentypen spezialisiertes Warenmanagement. Das hilft uns dabei, auch im Wholesale die Ware noch schneller und kundenwunschoptimierter auf die Verkaufsflächen zu bringen und die Warenpräsentation gemäß unseren Wünschen zu realisieren. Ziel ist es, die aus der Abverkaufsanalyse resultierenden Erkenntnisse sowohl für die stetige Optimierung der Kollektionszusammensetzung zu nutzen als auch die Vertikalisierung des Wholesale-Geschäftes voranzutreiben, d.h. eine größere Kontrolle über die Warensteuerung auf der Fläche zu erlangen.

Zur Unterstützung unserer Wholesale-Partner haben wir innerhalb des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH verschiedene Maßnahmen definiert (Baustein: „Wholesale stärken“), um die Wholesale-Partner serviceorientierter betreuen und den Warenfluss und die -präsentation besser steuern zu können. Dazu zählt unter anderem die Einführung von Partnerschaftsprogrammen. Je nach Status der Partnerschaftsprogramme – Bronze, Silber, Gold oder Platin – übernehmen die GERRY WEBER Experten die Bestückung der Shop-in-Shop-Flächen. Dabei wird z. B. ausverkaufte Ware ersetzt oder im Saisonverlauf Ware durch neue Kollektionsteile ausgetauscht. Neu ist ebenfalls die teilweise Rücknahme nicht verkaufter Ware, um diese dann nach der jeweiligen Saison in den GERRY WEBER Outlet Stores zu verkaufen. Durch die neu eingeführten Partnerschaftsmodelle wird nicht nur die Präsentation der GERRY WEBER Kollektionen am Point-of-Sale optimiert, sondern diese führen auch zu einer verbesserten Preisgestaltung und somit höheren Erträgen für beide Partner. Auf diese Weise bleiben die Oderlimits der Partner flexibel. Daneben ist es erklärtes Ziel, den Anteil an Vertrauenslimitkunden zu erhöhen. Bereits 40% der Wholesale-Kunden in der DACH-Region nutzen diese Form der Partnerschaft. Die Einführung der Marke talkabout exklusiv im Wholesale ist eine weitere Maßnahme zur Stärkung des Wholesales. Die Kollektionen wurden gemeinsam mit unseren Wholesale-Partnern entwickelt und im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015/16 auf 30 Shop-in-Shop-Flächen getestet. Aufgrund des positiven Feedbacks werden die talkabout Flächen in den nächsten zwölf Monaten auf 120 bis 150 Shop-in-Shops ausgebaut werden.

Franchise-Partner pro Land / Region	GW Core
Russland	59
Deutschland	55
Mittlerer Osten	31
Schweiz	24
Osteuropa	20
Frankreich	18
Baltische Staaten	13
BeNeLux	11
Polen	7
Italien	5
Österreich	4
Sonstige	22



VON 103

im Rahmen von FIT4GROWTH definierten Geschäfte wurden bis 31. Oktober bereits geschlossen.

Strategie und Ziele

Oberstes Unternehmensziel ist das langfristige und profitable Wachstum der Unternehmensgruppe. Das derzeit herausfordernde Marktumfeld für die Modebranche mit sinkenden Kundenfrequenzen und einem sich verändernden Konsumverhalten der Verbraucher, aber auch interne Fehlentwicklungen haben dazu geführt, dass unsere Strategien zur Erreichung dieses langfristigen Ziels kontinuierlich überprüft und angepasst werden. Entsprechend hat der Vorstand Strategien definiert und bereits eingeleitet, die sowohl unser Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH als auch die definierten Handlungsfelder zur strategischen Weiterentwicklung der GERRY WEBER Gruppe widerspiegeln.

Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH konsequent weiter umsetzen

Die Bausteine des Programms FIT4GROWTH, die am Hebel Kostenoptimierung ansetzen, haben wir zum großen Teil bereits im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015/16 umgesetzt. Es wurden 75 der definierten 103 Geschäfte im Laufe des Berichtszeitraumes geschlossen und auch die Personalanpassungen als Resultat aus den Prozessoptimierungen wurden bis Ende Oktober 2016 umgesetzt. Insgesamt wurden so am Hauptsitz in Halle/Westfalen rund 200 Stellen eingespart. Erste Kosteneffekte erwarten wir im Geschäftsjahr 2016/17, wobei ein Ganzjahreseffekt erst im darauffolgenden Geschäftsjahr darstellbar sein wird. Aus den genannten Maßnahmen sowie aus den positiven Effekten aus dem Insourcing der Logistikprozesse erwarten wir Kosteneinsparungen in Höhe von EUR 20 bis 25 Mio. (Ganzjahreseffekt) ab dem Geschäftsjahr 2017/18 gegenüber dem Vergleichsjahr 2014/15.

Trotzdem gilt es, das Programm weiterhin konsequent, entsprechend des festgelegten Zeitplanes umzusetzen. Sollten interne Entwicklungen oder externe Rahmenbedingungen eine weitere Anpassung der Prozess- und Kostenstrukturen notwendig erscheinen lassen, ist GERRY WEBER flexibel genug aufgestellt, um diese auch umzusetzen.



STRATEGIE / ZIELE

- 1 PROZESS- UND KOSTENOPTIMIERUNG** ALS ANHALTEND UNTERNEHMERISCHE HERAUSFORDERUNG
- 2 MODERNISIERUNG UND SCHÄRFUNG DER MARKENPROFILE**, INSBESONDERE DER GERRY WEBER CORE-MARKEN, VERBUNDEN MIT DER STETIGEN WEITERENTWICKLUNG UNSERER KOLLEKTIONEN UND ANGEBOTENEN PRODUKTE
- 3 RÜCKFÜHRUNG** DES GERRY WEBER CORE RETAIL-BEREICHES ZUR ALTEN PROFITABILITÄT
- 4 VERTIKALISIERUNG** UND STÄRKUNG DES WHOLESALE-BEREICHES
- 5 DIGITALISIERUNG** UND VERKNÜPFUNG DER VERTRIEBSKANÄLE
- 6 KONTROLLIERTES WACHSTUM** UND STEIGERUNG DER NACHHALTIGEN PROFITABILITÄT VON HALLHUBER

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

Um unsere Marken GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON, talkabout und HALLHUBER nachhaltig zu stärken und sie eigenständiger am Markt agieren lassen zu können, wurden im Februar 2016 Strategische Geschäftseinheiten gebildet. Ziel ist es, die Marken und Kernprodukte des Konzerns stärker in den Vordergrund zu rücken sowie den Verantwortlichen ein Höchstmaß an Entscheidungshoheit zu geben, um sich individuell an den Bedürfnissen ihrer Zielkundengruppe ausrichten zu können. Insgesamt wurden vier Strategische Geschäftseinheiten gebildet: GERRY WEBER (inklusive talkabout), TAIFUN, SAMOON sowie HALLHUBER.

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

Markenfamilie GERRY WEBER

Die am längsten bestehende Markenfamilie GERRY WEBER macht mit 59,7% (Vorjahr, HALLHUBER nur neun Monate konsolidiert: 66,6%) den größten Anteil am Konzernumsatz aus. GERRY WEBER steht für qualitativ anspruchsvolle Mode für die modebewusste Frau ab 40 Jahren. 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 und GERRY WEBER CASUAL. GERRY WEBER EDITION besteht im Gegensatz zu GERRY WEBER Collection aus sportiveren Einzelteilen in den Kategorien Strick, Shirt, Bluse, Hose, Rock und Outdoor. GERRY WEBER CASUAL, mit seinem natürlichen und lässigen Chic, bietet

Outfits aus natürlichen Materialien für jeden Tag. Somit bietet die Markenfamilie GERRY WEBER der stilsicheren Kundin ab 40 Jahre Mode für jeden Kaufanlass.

Teilweise wird der Markenauftritt nicht mehr auf allen Ebenen dem Anspruch von GERRY WEBER als führendes Mode- und Lifestyle-Unternehmen gerecht. Zur Modernisierung, insbesondere der Markenfamilie GERRY WEBER, haben wir bereits Maßnahmen auf den Weg gebracht, die die Modernisierung der Marke unterstützen. Neben einer Anpassung der Kollektionsstruktur von GERRY WEBER Collection, einer Ausweitung des Sublabels CASUAL und einer Fokussierung auf außergewöhnliche Einzelteile im Bereich EDITION haben wir die Wertigkeit der Produkte erhöht und die Kollektionen stärker an den aktuellen Kundenwünschen ausgerichtet. Sei es beispielsweise durch die Nutzung neuer Materialien wie Gore-Tex in der Produktkategorie „Outdoor“, fair gehandelter Bio-Baumwolle bei ausgewählten CASUAL-Produkten oder durch die Veredelung von Einzelteilen durch Swarovski-Kristalle im Bereich EDITION. Ergänzt werden diese Neuerungen durch eine moderne und kundenorientierte Präsentation der Kollektionen in allen Vertriebskanälen, sei es am Point of Sale oder im Online-Shop.

Markenfamilie TAIFUN

Mit einem Umsatzanteil von 15,5% (Vorjahr, HALLHUBER nur neun Monate konsolidiert: 16,1%) steht TAIFUN für urbane Mode, die trendorientiert und zugleich businesstauglich ist. Die Ausrichtung von TAIFUN ist feminin und ein gelungener Mix aus formeller, berufsbezogener und freizeitorientierter Mode, die verschiedene Stile kombiniert. Aufgrund der hohen Akzeptanz der TAIFUN Kollektion soll die Marke zukünftig weiter ausgebaut sowie eigenständiger und in urbanerem Umfeld präsentiert werden. Zur Präsentation der eigenen, individuellen TAIFUN Stilwelt wurde ein neues Store-Konzept erarbeitet, welches in den kommenden Monaten ausgerollt werden soll. Zudem wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015/16 erstmalig markenspezifische Accessoires entwickelt, die das Portfolio passend zu den TAIFUN Kollektionsteilen ergänzen und die TAIFUN Welt komplettieren.

Die etwas jüngere, online-affinere Zielgruppe erlaubt es uns, TAIFUN als Marke zu positionieren, die eine Vorreiterrolle hinsichtlich der Digitalisierung im Rahmen der GERRY WEBER

Markenwelt einnimmt. Die Kooperation mit Bloggerinnen sowie die Einbindung digitaler Umkleidekabinen, wie erstmalig im September des abgelaufenen Geschäftsjahres 2015/16 eingeführt, werden diesem Trend gerecht und bilden den Anfang der zunehmenden Digitalisierung der Marke TAIFUN. Die digitalen Umkleidekabinen adaptieren das Vorgehen beim Online-Einkauf. Dies geschieht indem der Spiegel, sobald die Kundin die Kabine mit einem RFID-gekennzeichneten Produkt betritt, Vorschläge zu Kombinationsmöglichkeiten, Kleidergrößen und Alternativartikeln zu diesem Produkt anbietet. Zudem kann per Knopfdruck jederzeit die Fashion-Beraterin hinzugerufen werden. Atmosphärisches Licht, das ganz auf den Geschmack der Kundin angepasst werden kann, ergänzt dabei das Shopping-Erlebnis.

Markenfamilie SAMOON

SAMOON steht für hochwertige Mode in Anschlussgrößen. SAMOON präsentiert lässige, selbstbewusste Mode aus anspruchsvollen Materialien in schmeichelnden Passformen für unsere Kundin ab Konfektionsgröße 42. Dabei ist die SAMOON Mode bis zur Größe 54 erhältlich. Die SAMOON Kundin kauft ihre Kleidung bevorzugt online. Dies zeigt sich immer wieder in dem überdurchschnittlich hohen Anteil am Online-Umsatz im Vergleich zu den anderen GERRY WEBER Core-Marken. Bei einem Anteil am Gesamtumsatz von 4,5% (Vorjahr: HALLHUBER nur neun Monate konsolidiert: 4,8%) sehen wir weiterhin großes Potenzial für SAMOON als Marke mit einer in den Industrienationen stetig wachsenden Zielgruppe. Aufgrund des Kundenverhaltens der SAMOON Kundin, aber auch aufgrund des allgemein wachsenden Online-Umsatzes, sehen wir auch bei SAMOON einen Wachstumsschwerpunkt im Online-Handel.

Marke talkabout

Seit Mitte des Jahres 2016 wird die GERRY WEBER Markenfamilie durch die neue Marke „talkabout“ vervollständigt. Die neue, eher am angesagten „Contemporary“-Stil ausgerichtete Marke wurde erstmalig im Juli 2016 auf der Modemesse Panorama in Berlin vorgestellt. Das Motto von talkabout ist „Life is what happens every day“. Das Design von talkabout ist insgesamt puristisch, elegant und ungezwungen zugleich. Das talkabout Designteam entwirft eine individuelle Auswahl von ca. 15 Teilen pro Monat – und somit 12 Kollektionen im Jahr. Derzeit wird die neue Marke bei rund 30 ausgewählten Wholesale-Partnern

präsentiert und deren Akzeptanz bei den Kundinnen getestet. Entsprechend ist der Umsatz- und Ergebnisbeitrag der neuen Marke für das abgelaufene wie auch für das laufende Geschäftsjahr eher von geringer Bedeutung für die gesamte GERRY WEBER Gruppe. Die Erfahrungen der letzten Monate zeigen jedoch, dass talkabout erfreulicherweise von den Kunden sehr gut angenommen wird. Im Frühjahr 2017 sollen die Verkaufsflächen daher auf 120 bis 150 erweitert werden.

Markenfamilie HALLHUBER

Seit der Akquisition der HALLHUBER Beteiligungs GmbH im Februar 2015 zählt auch HALLHUBER mit seinen Marken „HALLHUBER“ und „HALLHUBER Donna“ zur GERRY WEBER Markenwelt. HALLHUBER ist feminin, modern, stilbildend, immer am Zeitgeist ausgerichtet und bietet modebegeisterten Frauen eine einzigartige Auswahl an Ready-to-wear-Artikeln, Accessoires, Taschen und Schuhen, um individuelle Looks zu kreieren. HALLHUBER verwendet sorgfältig ausgewählte, hochwertige Stoffe und verarbeitet diese mit viel Liebe zum Detail zu topaktuellen Lieblingsstücken. Seit dem 2. Quartal des Geschäftsjahres 2014/15 wird HALLHUBER vollständig konsolidiert. Zum Geschäftsjahresende betrug die Anzahl an HALLHUBER Verkaufsflächen 342 und der Anteil am gesamten Konzernumsatz 20,3% (Vorjahr: 12,5%).

Rückführung des GERRY WEBER Core-Retail-Bereiches zur alten Profitabilität

Ein weiterer Baustein des Programms FIT4GROWTH ist die „Optimierung des GERRY WEBER Core-Retail-Bereiches“, um dessen Profitabilität zu erhöhen. Neben der bereits weitgehend umgesetzten Bereinigung des Store-Portfolios ist eine wesentliche Aufgabe die Flexibilisierung der Fixkosten. Neue Arbeitszeitmodelle, eine verbesserte Allokation von Arbeitsstunden, der Abbau administrativer Tätigkeiten sowie eine Erhöhung variabler Vergütungsbestandteile sollen eine am Umsatz ausgerichtete Fixkostenstruktur erleichtern. Dazu gehört auch die verstärkte Nutzung umsatzabhängiger Mietmodelle, z. B. durch Concession-Flächen.

20,3

PROZENT

beträgt der Anteil
von HALLHUBER am
Konzernumsatz.

Vertikalisierung und Stärkung des Wholesale-Bereiches

Im Sinne eines langfristig orientierten und nachhaltig profitablen Wachstums ist die Vertikalisierungsstrategie ein wichtiger Fokus unseres Handelns. Dies beinhaltet auch die zunehmende Vertikalisierung des Wholesale-Segmentes. Im Rahmen des Programms FIT4GROWTH wurden unter anderem Partnerschaftsprogramme eingeführt, um eine bessere Steuerung und Kontrolle des Warenflusses bzw. eine serviceorientiertere Betreuung der Verkaufsflächen unserer Wholesale-Partner zu gewährleisten. Je nach Status der Partnerschaftsprogramme übernehmen die GERRY WEBER Experten die Bestückung der Shop-in-Shop-Flächen. Dabei wird z. B. ausverkaufte Ware ersetzt oder im Saisonverlauf Ware durch neue Kollektionsteile ausgetauscht. Neu ist ebenfalls die teilweise Rücknahme nicht verkaufter Ware, um diese dann nach der jeweiligen Saison in den GERRY WEBER Outlet Stores zu verkaufen.

Ebenfalls zur Stärkung des Wholesale-Segmentes haben wir in Zusammenarbeit mit ausgewählten Wholesale-Partnern eine neue, exklusiv für den Wholesale entwickelte Marke eingeführt. Die Marke talkabout ist mit ihren 12 Monatskollektionen vollständig vertikal ausgerichtet und fördert somit zeitgleich die Vertikalisierung der Wholesale-Strukturen.

Digitalisierung und Verknüpfung der Vertriebskanäle

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

Der Fokus unserer Digitalisierungsstrategie für die nächsten zwölf Monate liegt auf der Weiterentwicklung bestehender Angebote und Systeme. Im Frühjahr 2017 findet der Relaunch des GERRY WEBER Online-Shops statt. Der vollständig responsive Shop wird erstmalig eine Trennung der einzelnen GERRY WEBER Core-Marken umfassen, um eine klare und individuelle Ansprache der jeweiligen Kundengruppe gewährleisten zu können. Ferner ist die Bereitstellung kleinerer Kollektionskapseln exklusiv für die Online-Shops, einerseits zur Erweiterung der Kundenzielgruppe und andererseits zum Ausbau des Online-Vertriebskanals, geplant.

Um die Digitalisierung des Unternehmens weiter voran zu treiben, arbeiten wir an einer Roadmap, die Maßnahmen enthält, die es uns ermöglichen, den Online-Umsatz in den nächsten fünf Jahren deutlich zu steigern und die vollständige Verzahnung der Vertriebskanäle zu realisieren.

Kontrolliertes Wachstum und Steigerung der nachhaltigen Profitabilität von HALLHUBER

Neben der Erschließung neuer Märkte steht für unsere Tochtergesellschaft HALLHUBER weiterhin die Expansion in den bereits vorhandenen Märkten im Fokus. Nach Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden, Belgien, Luxemburg und Großbritannien ist Norwegen bereits das achte Land in dem HALLHUBER Fuß fasst. Zu den Flächen zählen im Einzelnen 138 Monolabel Stores, 188 Concession-Flächen sowie 16 Outlets. Die Anzahl der eigenen Verkaufsflächen soll im Geschäftsjahr 2016/17 um 40–50 Neueröffnungen ansteigen, sodass HALLHUBER ein Wachstumstreiber der GERRY WEBER Gruppe sein wird.

Leitung und Kontrolle / Steuerungsgrößen

Um unsere strategischen Ziele zu erreichen, benötigen wir Kennzahlen und Leistungsindikatoren, anhand derer wir die Ergebnisse unserer Maßnahmen messen können. Langfristiges Ziel der GERRY WEBER International AG ist es, zukünftig wieder profitabel zu wachsen und damit den Unternehmenswert zu steigern. Folglich sind neben dem Umsatz das operative Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) bzw. das operative Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (EBITDA) zentrale Steuerungsgrößen des Konzerns.

Die profitable **Steigerung des Konzernumsatzes** ist wichtiges Unternehmensziel und damit eine maßgebende Kennzahl, nach der der Vorstand das Unternehmen steuert. Die **Umsatzaufteilung nach Vertriebskanälen (GERRY WEBER Core-Retail und Wholesale sowie HALLHUBER) bzw. nach Marken (GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON, talkabout)** ist ebenfalls ein bedeutender Leistungsindikator, gibt er doch Auskunft über das Wachstum der einzelnen Marken und Vertriebskanäle.

Zentrale Kennzahlen zur Steuerung der Ertragskraft sind das **Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) und das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)**. Jede operative Entscheidung wird kurz- und langfristig daran gemessen, wie nachhaltig sie das EBIT bzw. EBITDA beeinflusst. Im Rahmen der jährlichen Budgetplanung werden Zielvorgaben für diese Messgrößen ermittelt. Wir verwenden insbesondere das EBIT als Steuerungsgröße, da sich auf dieser Basis eine Entwicklung über mehrere Berichtsperioden besser beurteilen lässt.



STEUERUNGSGRÖSSEN

- **UMSATZ**
- **EBITDA**
- **EBIT**

Kennzahl für das Wachstum des Segmentes HALLHUBER ist zusätzlich zu den Umsatz- und Ertragskennzahlen die Anzahl neu eröffneter HALLHUBER Geschäfte und Verkaufsflächen. Pro Geschäftsjahr sollen 40–50 neue HALLHUBER Verkaufsflächen im In- und Ausland eröffnet werden. In den kommenden Monaten wird die HALLHUBER Expansion ein Wachstumsträger des GERRY WEBER Konzerns sein. Das Store-Portfolio der GERRY WEBER Core-Marken wird in den kommenden 12 Monaten nicht im Fokus unserer Expansionsstrategie liegen. Die Anzahl der Verkaufsflächen bzw. die Verkaufsfläche in Quadratmeter sind wichtige nichtfinanzielle Steuerungsgrößen des Unternehmens.

Ferner haben wir unternehmensspezifische Frühindikatoren definiert, deren wesentliche Veränderungen positive wie negative Implikationen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben können. Dazu zählen unter anderem die Performance pro Quadratmeter Verkaufsfläche oder die Conversion Rate für den Bereich Retail oder der Prozentsatz an Wholesale-Kunden, die unsere Partnerschaftsmodelle nutzen für den Wholesale-Bereich.

WIRTSCHAFTS- UND BRANCHENBERICHT

Die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der GERRY WEBER Gruppe ist als Mode- und Lifestyle-Unternehmen vor allem vom Konsumentenverhalten der Endverbraucher abhängig. Das Konsumentenverhalten wird einerseits von der wirtschaftlichen Lage im jeweiligen Land und dem verfügbaren Einkommen der Konsumenten beeinflusst, andererseits spielen aber auch strukturelle Faktoren, wie beispielsweise der Rückgang der Kundenfrequenzen in den kleinen und mittelgroßen Städten eine immer größere Rolle. Die Verlagerung des Einkaufsverhaltens in die Online-Welt und dadurch ein immer größeres, jederzeit verfügbares Produktangebot mit einer hohen Preistransparenz haben das Kundenverhalten schon jetzt deutlich verändert.

Gesamtwirtschaftliche Lage

Der Internationale Währungsfonds (IWF) sieht die **Entwicklung der Weltwirtschaft** kritisch. Laut IWF Chefin Lagarde ist 2016 das fünfte Jahr in Folge, in dem das globale Wachstum unter dem Durchschnittswert der Jahre 1990 bis 2007 von 3,7% geblieben ist. So rechnet der IWF für 2016 mit einem Wachstum des globalen Bruttoinlandsprodukts von 3,1% im Vergleich zum Vorjahr. Der IWF hatte die Prognose aus dem Januar 2016 im Oktober als Folge schwächer als erwarteter Wachstumszahlen aus den USA und des Referendums der Briten für den Austritt aus der Europäischen Union leicht nach unten korrigiert. Zwar seien die eigentlichen Auswirkungen noch nicht absehbar, es bestünde jedoch eine zunehmend höhere ökonomische, politische und institutionelle Unsicherheit. Während die Weltbank ebenfalls ihre Wachstumsprognose für 2016 von 2,9% auf 2,4% deutlich nach unten korrigierte, rechnet die OECD im Vergleich dazu noch mit einem Wachstum von 2,9%.

Haupttreiber für die **Entwicklung der deutschen Wirtschaft** waren auch 2016 Bauinvestitionen und der private Konsum. Nach einem Wachstum von 0,7% im ersten und nach 0,4% im zweiten Quartal 2016, schwächte das Wachstum mit 0,2% im dritten Quartal deutlich ab. Die Frühindikatoren weisen jedoch auf einen Jahresendspurt für das vierte Quartal hin. So hatte der ifo-Geschäftsklimaindex zum Jahresende den höchsten Wert seit zwei Jahren. Viele Firmenchefs glauben somit auch an einen guten Start in 2017. Für 2017 rechnen die führenden Prognoseinstitute mit einem Wachstum von rund 1,9%. Zunehmende Unsicherheiten könnten jedoch laut den Experten durch den Beginn der Verhandlungen zum Austritt Großbritanniens aus der EU entstehen. Darüber hinaus könnte es negative Auswirkungen auf den deutschen Export haben, sollte US-Präsident Donald Trump den Freihandel einschränken und den US-Markt abschotten. Folgerichtig sind sich die Konjunkturforscher in dem Punkt einig, dass das Wirtschaftswachstum für 2017 geringer ausfallen wird als für 2016. Die Prognosen der einzelnen Institute unterscheiden sich jedoch bislang deutlich. Im Mittel betragen sie 1,5%.

Das Konsumverhalten im Kernmarkt Deutschland

Mit 62,8% Umsatzanteil blieb auch im Geschäftsjahr 2015 / 16 Deutschland der wichtigste Absatzmarkt der GERRY WEBER Gruppe. Der Konsumklimaindex für Deutschland der Gemeinschaft für Konsumforschung (GfK) als Gesamtindikator der Teilindikatoren „Konjunkturerwartung“, „Einkommenserwartung“ und „Anschaffungsneigung“ zeigte sich 2016 als sehr robust und blieb vergleichsweise unbeeindruckt gegenüber Unsicherheiten wie der Brexit-Entscheidung, den Terroranschlägen oder geopolitischen Entwicklungen. In den Monaten Juli bis September 2016 zeigte sich lediglich ein kleiner Dämpfer in der Konjunkturerwartung, die sich jedoch in den Folgemonaten wieder erholte.



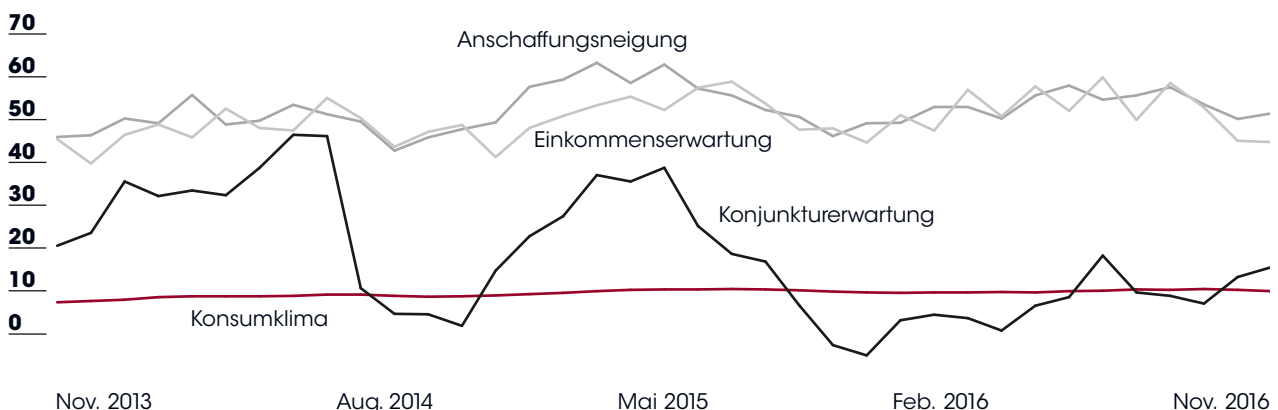
PROZENT
des GERRY WEBER
Umsatzes werden in
Deutschland generiert.

Zu Beginn des Geschäftsjahres 2015/16 der GERRY WEBER Gruppe lag die Konjunkturerwartung der Deutschen als Folge der Erwartung höherer Arbeitslosenzahlen resultierend aus dem Zustrom an Asylbewerbern mit -5,3 Punkten auf dem niedrigsten Stand seit 2011. Im Verlauf des Geschäftsjahres erholte sie sich jedoch stetig und schloss bei 13 Punkten im Oktober 2016. Einkommenserwartung und Anschaffungsneigung bewegten sich während des gesamten Geschäftsjahres auf einem anhaltend hohen Niveau. Insbesondere die Anschaffungsneigung blieb damit auch 2016 wiederholt ein wichtiger Motor der deutschen Wirtschaft. Die Einkommenserwartung gab gegen Ende des Geschäftsjahres 2015/16 im Oktober leicht nach und fiel auf 44,8 Punkte, nachdem sie im Juni 2016 ihren Höchstwert seit Wiedervereinigung von 59,6 Punkten erzielt hatte. Das Konsumklima als Gesamtindikator für die Parameter Konjunkturerwartung, Einkommenserwartung und Anschaffungsneigung stieg im Betrachtungszeitraum auf hohem Niveau weiter leicht an und schloss im Oktober 2016 mit 10 Zählern, nachdem es im November 2015 mit 9,4 Punkten gestartet war.

Das Konsumklima in Europa

Im vierten Kalenderquartal 2015 bewegten die niedrigen Verbraucherpreise sowie gute wirtschaftliche Rahmenbedingungen, aber auch die Anschläge in Paris die Konsumentenstimmung in Europa. In diesem Zeitraum überwogen die positiven Aspekte; folglich stieg das Konsumklima für die Europäische Union um 1,9 Punkte auf 12,2 Zähler. Im ersten Kalenderquartal 2016 dagegen rückten mit der Schließung der Balkanroute und anwachsenden Flüchtlingsströmen, dem Syrienkrieg sowie der steigenden Terrorgefahr die negativen Aspekte mehr in das Bewusstsein der europäischen Konsumenten: Das Konsumklima sank um 3,2 Zähler auf nun 9 Punkte. Das zweite Kalenderquartal 2016 war weitestgehend von landesspezifischen Themen geprägt. Folgerichtig entwickelte sich das Konsumklima in den einzelnen Ländern sehr heterogen. Insgesamt stieg das Konsumklima jedoch um 4,1 Punkte auf 13,1 Zähler. Beherrschendes Thema im dritten Kalenderquartal 2016 war unbestritten die Entscheidung der Briten für den Austritt aus der Europäischen Union. In fast allen Ländern, besonders aber in Großbritannien, fielen das Konsumklima und vor allem die Konjunkturerwartungen zum Teil dramatisch (Juni/Juli), erholten sich jedoch auch schnell wieder (September). Die reale wirtschaftliche Entwicklung in Europa entwickelte sich dagegen positiv. Bedingt durch die zunehmenden politischen Unsicherheiten konnte sich die positive reale Entwicklung der Wirtschaft nicht gegen das Unsicherheitsempfinden der Konsumenten durchsetzen. Der Indikator verlor nach dem Brexit-Referendum von Juni auf Juli 10 Punkte, erholte sich jedoch bis September 2016 wieder und pendelte sich auf dem Niveau von Beginn unseres Betrachtungszeitraumes (12,3 Zählern) ein.

GfK Konsum-Daten für Deutschland während der letzten drei Geschäftsjahre 2013/14, 2014/15 und 2015/16
GfK-Indikatorpunkte



12,3

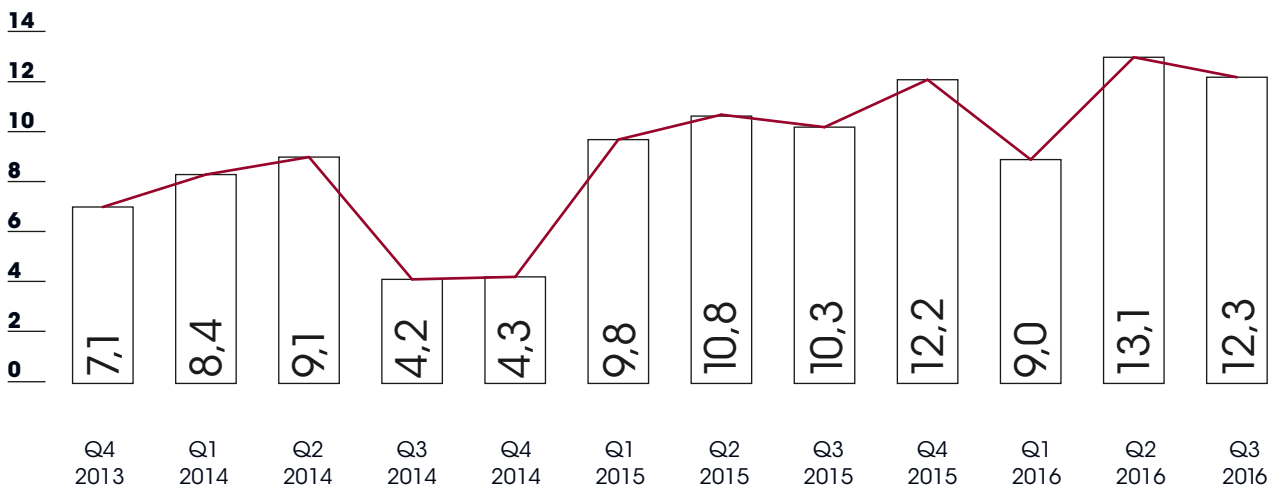
Punkte höchste Werte im Q3 2016 für den GfK-Konsumklimaindex

Russland

Mit rund EUR 18 Mio. Umsatz ist Russland ein wichtiger Absatzmarkt für die GERRY WEBER Gruppe, auch wenn wir dort nicht mit eigenem Retail vertreten sind. Der niedrige Ölpreis sowie die westlichen Sanktionen infolge der Krimkrise bleiben auch weiterhin die Hauptprobleme der russischen Wirtschaft. Noch immer machen fossile Rohstoffe rund 70% des Exports aus und tragen zur Hälfte des russischen Haushalts bei.

Nachdem das russische Bruttoinlandsprodukt (BIP) im Kalenderjahr 2015 um 3,7% geschrumpft war, zeigten sich im Laufe des Kalenderjahres 2016 erste Anzeichen einer Verlangsamung der Talfahrt. Nach einem schwachen ersten und zweiten Quartal 2016, in denen das russische Bruttoinlandsprodukt um 1,2%, bzw. 0,6% sank, ging das russische BIP im dritten Quartal nur noch um 0,4% zurück. Auch wenn die Prognosen für das Jahr 2016 zwischen skeptisch (Weltbank und Internationaler Währungsfonds: -0,8%) und nun aber auch gedämpft optimistisch (das russische Wirtschaftsministerium: -0,6%) schwanken, so war 2016 jedoch für die Russen das erste Jahr seit 2009, in dem die Reallöhne sanken.

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



Frequenzrückgang in den deutschen Einkaufszentren und Innenstädten

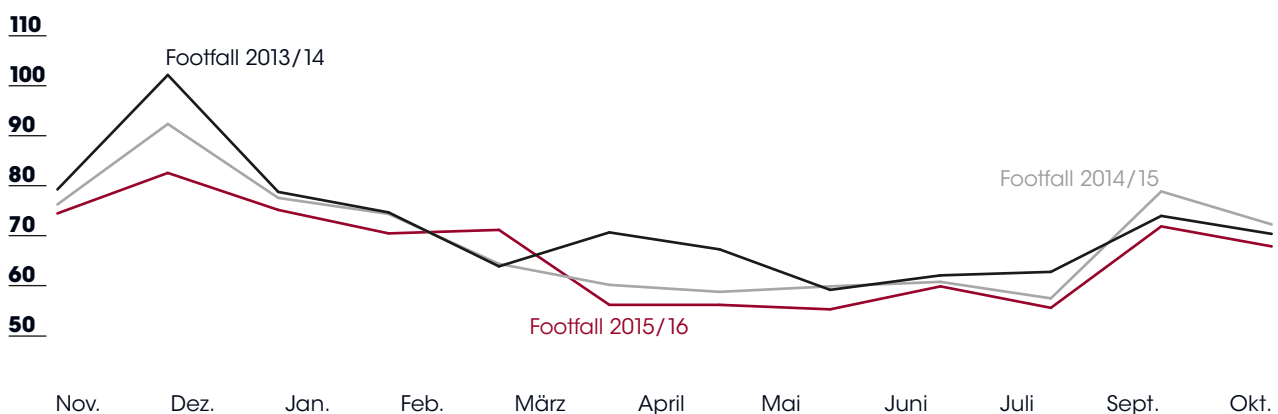
Der ShopperTrak Index ist ein nationaler Benchmark der Besucherfrequenz (Footfall) von Einkaufszentren und Einzelhändlern in Deutschland. Er wurde in der 41. Kalenderwoche 2004 mit einer Basis von 100 festgelegt. Die unten stehende Grafik zeigt die Entwicklung der Besucherfrequenz im Zeitraum der letzten drei GERRY WEBER Geschäftsjahre.

Die Grafik zeigt deutlich, dass die Besucherfrequenzen in den Einkaufszentren und Innenstädten in den letzten drei Jahren signifikant zurückgegangen sind. Vergleicht man den Besucherfrequenz-Durchschnitt aus dem Geschäftsjahr 2013/14 von 72,2 und mit dem Durchschnitt aus dem Geschäftsjahr 2014/15 von 69,5 sowie dem Geschäftsjahr 2015/16 von 66,5 so wird eines sehr deutlich: Die gesamte Modebranche ist langfristig mit rückläufigen Kundenfrequenzen konfrontiert. Dies betrifft insbesondere die kleinen und mittelgroßen Städte, die als Shopping-Ziel für die Kundinnen immer weniger attraktiv werden. Wir als GERRY WEBER müssen unsere Aktivitäten dementsprechend anpassen. Neben der Stärkung des Multichannel-Ansatzes, also der Vernetzung der Retail- und Online-Kanäle und dem Ausbau des Online-Handels heißt es, die einzelne Kundin immer besser zu betreuen. Je weniger Kundinnen durch die sinkende Besucherfrequenz in den Geschäften sind, desto größer wird die Bedeutung der einzelnen Kundin.

Der deutsche Textilhandel

Auch in diesem Jahr konnte die Modebranche nicht von dem guten Konsumklima profitieren. Saisonal untypisches Wetter wie beispielsweise Temperaturen von über 30 Grad im September, aber auch der beschriebene Frequenzrückgang der Kunden in den kleinen und mittelgroßen Städten, sorgten laut des TW Testclubs, eines Panels des deutschen Fachmagazins Textilwirtschaft, im Zeitraum des GERRY WEBER Geschäftsjahres 2015/16 für einen Umsatzrückgang von im Schnitt 3 bis 4%. Während der ersten drei Monate des GERRY WEBER Geschäftsjahres enttäuschten die Umsätze mit Werten von -5%, -1%, und -4% in den Monaten November und Dezember 2015 sowie Januar 2016. Die 3% Umsatzplus im Vergleich zum Vorjahresmonat sorgte im Februar nur für einen kurzen Lichtblick, der zudem noch auf einem niedrigen Vorjahresumsatz basierte. Der März 2016 verzeichnete ein Plus von 2% im Vergleich zum Vorjahresmonat. Die Sommermonate Mai, Juni, Juli und August

 **Besucherfrequenz in den Geschäftsjahren 2013/14, 2014/15 und 2015/16**



Der ShopperTrak Index ist ein nationaler Benchmark der Besucherfrequenz von Einkaufszentren und Einzelhändlern in Deutschland. Basis: KW41/2004=100; Quelle: <http://uk.shoppertrak.com/>

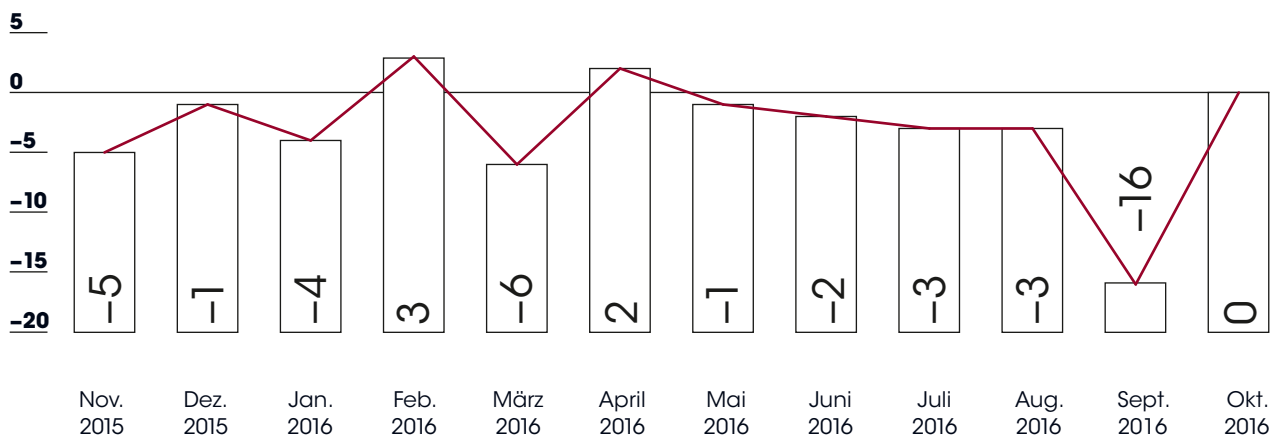
enttäuschten mit Werten von -1%, -2%, -3% und -3% wiederholt, bevor im September ein drastischer Umsatzeinbruch von -16% die Branche bewegte. Bei hochsommerlichen Temperaturen blieb die frisch eingetroffene Herbst- / Winterware vielerorts unangetastet in den Regalen liegen. Auch der Oktober konnte den Umsatzeinbruch des Vormonats nicht mehr aufholen und blieb im Vergleich zum Vorjahresmonat pari.

Gesamteinschätzung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Geschäftsjahr 2015 / 16

Die Umsatzentwicklung des deutschen Textileinzelhandels steht nach wie vor in einem deutlichen Widerspruch zu dem sehr guten Konsumklima und der hohen Konsumneigung der privaten Haushalte. Mit einem Umsatzrückgang auf vergleichbarer Fläche über die GERRY WEBER Core-Marken von 7,6% konnte sich auch GERRY WEBER diesem Markttrend im Geschäftsjahr 2015 / 16 nicht entziehen.

Neben verschobenen Konsumpräferenzen hin zu anderen Konsum-, bzw. Produktgruppen, wie Elektronik oder Reisen und Immobilien, ist nahezu in der gesamten Branche ein struktureller Wandel des Einkaufsverhaltens spürbar. Konsumausgaben für Mode finden im stationären Handel immer mehr in den großen Metropolen statt. Kleine und mittelgroße Städte haben mit deutlich sinkenden Kundenfrequenzen zu kämpfen. Den Wetterkapriolen, mit für die Jahreszeit jeweils untypischen Wetterverhältnissen, können wir zu weiten Teilen dank der Open-to-Buy-Limits in angemessener Weise begegnen und hohe Lagerbestände weitestgehend vermeiden. Dennoch fehlt auch hier der daraus entgangene Umsatz. Dem wachsenden Online-Handel, der zunehmend von Smartphones und nicht länger vom PC aus erfolgt, müssen wir mit einer erhöhten Online-Präsenz, vor allem für die Marken HALLHUBER, TAIFUN und SAMOON begegnen. Insbesondere die Kaufentscheidungen junger Kundinnen finden häufig nicht länger in der Fußgängerzone in einer beliebigen Kleinstadt, sondern zuhause auf dem Sofa beim Fernsehen, in der Bahn auf dem Weg zur Arbeit oder in der Mittagspause über das Smartphone statt. Zwar können die Zuwächse im Online-Handel den Rückgang der Umsätze im stationären Handel nicht kompensieren, dennoch wird es immer wichtiger, die Online-Aktivitäten so zu gestalten, dass er zum einen als Vertriebskanal, zum anderen aber auch als Kommunikationsmittel zur Verschmelzung von Online und stationärem Handel dient und die Konsumenten zurück in die Läden führt.

Umsätze Textilwirtschaft im Geschäftsjahr 2015/16
in Prozent



ZIEL- ERREICH- UNG

Langfristiges Ziel der GERRY WEBER International AG ist es, zukünftig wieder profitabel zu wachsen und damit den Unternehmenswert zu steigern. Umsatz, das operative Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) bzw. das operative Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (EBITDA) sind dabei zentrale Steuerungsgrößen des Konzerns, um dieses Ziel messbar zu machen. Im Rahmen der jährlichen Budgetplanung werden Zielvorgaben für diese Messgrößen ermittelt.

Wesentliches Wachstumsziel von HALLHUBER ist ein kontrolliertes, dynamisches Flächenwachstum, welches durch die Eröffnung neuer eigener Verkaufsflächen vorangetrieben wird. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015/16 hatte HALLHUBER sich das Ziel gesetzt, 50–60 neue HALLHUBER Verkaufsflächen im In- und Ausland zu eröffnen. Mit 67 neu eröffneten Verkaufsflächen und einer Flächenausweitung von rund 7.000 qm oder 19% wurde dieses Ziel sogar übertroffen.

 Ziel-
erreichung

Zielerreichung		
	Prognose 2015/16	Zielerreichung 2015/16
Umsatz	Ziel-Konzern-Umsatz: EUR 890–920 Mio. (Vorjahr: 920,8 Mio.) Ziel-Umsatzanteil HALLHUBER: EUR 180–190 Mio.	IST-Konzern-Umsatz: EUR 900,8 Mio. IST-Umsatzanteil-HALLHUBER: EUR 183,2 Mio.
EBITDA (reported)	Ziel-Konzern-EBITDA: EUR 60–70 Mio.	IST-Konzern-EBITDA: EUR 77,3 Mio. – darin enthalten EUR 16,2 Mio. besondere Aufwendungen im Rahmen des Programms FIT4GROWTH
EBIT (reported)	Ziel-Konzern-EBIT: EUR 10–20 Mio.	IST-Konzern-EBIT: EUR 13,8 Mio. – darin enthalten EUR 16,2 Mio. besondere Aufwendungen und EUR 15,0 Mio. Abschreibungen im Rahmen des Programms FIT4GROWTH
HALLHUBER	Ziel-Anzahl Neueröffnungen: 50–60 Verkaufsflächen	IST-Anzahl Neueröffnungen: 67 Verkaufsflächen



NEU ERÖFFNETE HALLHUBER Verkaufsflächen

Umsatzziele erreicht

Die GERRY WEBER International AG hatte im Februar 2016 eine Prognose für das Gesamtjahr 2015/16 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 2015/16 zwischen EUR 890 und 920 Mio. aus. Für HALLHUBER rechnete der Vorstand der GERRY WEBER International AG mit einem Umsatzbeitrag zwischen EUR 180 und 190 Mio. Mit einem Konzern-Umsatz von EUR 900,8 Mio. sowie einem Umsatz für das Segment HALLHUBER von EUR 183,2 Mio. hat die GERRY WEBER Gruppe ihre Umsatzziele für den Berichtszeitraum erreicht.

Konzern-Ergebnisziele liegen im Rahmen der prognostizierten Ziele

Ziel für das Geschäftsjahr 2015/16 war es, ein Konzernergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA reported) zwischen EUR 60 und 70 Mio. zu erzielen. Dabei wurden budgetierte EUR 25,0 Mio. Aufwendungen von außergewöhnlicher Bedeutung, resultierend aus den Maßnahmen des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH, bereits berücksichtigt. Das IST-EBITDA des Geschäftsjahres betrug EUR 77,3 Mio. und enthält Aufwendungen von außergewöhnlicher Bedeutung von EUR 16,2 Mio.

Das Ziel-Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT reported) sollte für das Geschäftsjahr 2015/16 zwischen EUR 10–20 Mio. liegen. Entsprechend sind im ausgewiesenen Ziel-EBIT Sondereffekte und Abschreibungen resultierend aus dem Programm FIT4GROWTH in Höhe von EUR 36,0 Mio. enthalten. Dabei wurden EUR 25,0 Mio. Sondereffekte und EUR 11 Mio. Abschreibungen basierend auf den einmaligen Maßnahmen des Programms FIT4GROWTH budgetiert. Das IST-EBIT des Geschäftsjahres 2015/16 betrug EUR 13,8 Mio. Darin sind außergewöhnliche Aufwendungen in Höhe von EUR 31,2 Mio. sowie einmalige Erträge aus dem Verkauf der Halle 30 in Höhe von EUR 21,9 Mio. bereits berücksichtigt. Somit liegt auch die Ergebniserwartung im Rahmen der veröffentlichten Ziele für das Geschäftsjahr. HALLHUBER konnte im Geschäftsjahr 2015/16 die gesetzten Ertragsziele nicht vollständig erreichen. Trotz eines Umsatzes (EUR 183,2 Mio.) im Rahmen der Zielerwartung (EUR 180–190 Mio.) lag das HALLHUBER EBITDA mit EUR 8,3 Mio. unterhalb der Erwartungen von EUR 15–20 Mio. Entsprechendes gilt auch für das HALLHUBER EBIT, welches mit EUR –4,5 Mio. unterhalb der Prognose lag. Eine ausführliche Erläuterung der HALLHUBER Ergebnissituation kann der Ertragslage dieses Lageberichtes entnommen werden.

Zielerreichung Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH

Zur Sicherung des obersten Unternehmenszieles, des nachhaltigen profitablen Wachstums, hatte das Management der GERRY WEBER International AG im Februar 2016 ein Programm zur Neuausrichtung definiert. Das Programm FIT4GROWTH ist auf zwei Jahre ausgelegt und umfasst vier Bausteine: „Retail optimieren“, „Strukturen und Prozesse anpassen“, „Wholesale stärken“ und „Marken modernisieren“. Jeder Baustein umfasst verschiedene Maßnahmen, die entsprechend des definierten Zeitplanes, bereits im Geschäftsjahr 2015/16 umgesetzt wurden. Teile der Maßnahmen betreffen jedoch auch noch das Geschäftsjahr 2016/17. Anhand der einzelnen Bausteine wird im Folgenden die Zielerreichung dargestellt:

Retail optimieren

Im ersten Jahr des Programms FIT4GROWTH wurden entsprechend des Zeitplanes 75 der 103 definierten Filialschließungen der Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON umgesetzt. Die verbleibenden Schließungen werden fristgerecht bis Mitte des Jahres 2017 realisiert werden. Entsprechend der jeweiligen Konkretisierung der verbleibenden Maßnahmen wurden dafür bereits Abschreibungen und Sonderbelastungen im Jahresabschluss berücksichtigt. Im Rahmen der Verbesserung des Markenerlebnisses wurden nicht nur die Schaufenster der TOP-Stores moderner arrangiert, sondern auch mit der Neugestaltung der umsatzstärksten Geschäfte begonnen.

Die Digitalisierungsstrategie ist ein Schwerpunkt der Verbesserung des Markenerlebnisses und der kundenspezifischeren Präsentation unserer Marken. Auch hier haben wir einiges erreicht: die Produktpräsentation im GERRY WEBER Online-Shop wurde völlig neugestaltet und auf die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse der einzelnen Marken zugeschnitten. Ein neu eingerichtetes Fotostudio in unmittelbarer Nähe zu den Design-Teams unterstützt dabei die zeitnahe Umsetzung der Kollektionsaussagen. Ferner wurde bei HALLHUBER Click & Collect eingeführt, so dass die Verknüpfung zwischen stationärem und Online-Handel ebenfalls weiter voranschreitet. Die Digitalisierungsstrategie ist wesentlicher Bestandteil unserer zukünftigen Ausrichtung. Detaillierte Informationen über die digitale Ausrichtung der GERRY WEBER Gruppe können dem Kapitel „Strategie und Ziele“ dieses Konzernlageberichtes entnommen werden.

Strukturen und Prozesse anpassen

Zur Steigerung der Effektivität und Reduzierung der Kostenbasis wurden alle wesentlichen Geschäftsabläufe und -prozesse im Laufe des Geschäftsjahres analysiert und gegebenenfalls neu aufgesetzt. Dies führte zu einem Abbau von rund 200 Stellen in der Zentrale in Halle / Westfalen. Die entsprechenden Sozialpläne und Vereinbarungen wurden innerhalb des Berichtszeitraumes 2015/16 verhandelt und umgesetzt. Ferner wurde Anfang des Jahres 2016 damit begonnen, alle Logistikprozesse auf das neu gebaute Logistikzentrum zu überführen und schrittweise die Kapazitäten hochzufahren. Durch die Überführung der bestehenden acht Logistiklager in ein, durch uns selber betriebenes und genau auf unsere Bedürfnisse abgestimmtes Logistikzentrum erwarten wir nicht nur eine Verbesserung der Logistikprozesse, sondern auch deutliche Kosteneinsparungen in den Folgejahren.

75

der 103 definierten Schließungen
wurden bereits umgesetzt

Wholesale stärken

Zur Unterstützung unserer Wholesale-Partner haben wir verschiedene Maßnahmen definiert und bereits mit der Umsetzung begonnen, um die Wholesale-Partner serviceorientierter betreuen und den Warenfluss und die -präsentation besser steuern zu können. Dazu zählt unter anderem die Einführung von Partnerschaftsprogrammen. Je nach Status der Partnerschaftsprogramme – Bronze, Silber, Gold oder Platin – übernehmen wir die Bestückung der externen Shop-in-Shop-Flächen. Dabei wird z. B. ausverkaufte Ware ersetzt oder im Saisonverlauf Ware durch neue Kollektionsteile ausgetauscht. Neu ist ebenfalls, je nach Status der Partnerschaft, die teilweise Rücknahme nicht verkaufter Ware. Durch die neu eingeführten Partnerschaftsmodelle wird nicht nur die Präsentation der GERRY WEBER Kollektionen am Point-of-Sale optimiert, sondern diese führen auch zu einer verbesserten Preisgestaltung und somit zu höheren Erträgen für beide Partner. Bereits 40% der Wholesale-Kunden in der DACH-Region nutzen diese Form der Partnerschaft.

Die Einführung der Marke talkabout exklusiv für den Wholesale ist eine weitere Maßnahme zur Stärkung des Wholesale. Die Kollektionen wurden gemeinsam mit unseren Wholesale-Partnern entwickelt und im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015/16 auf 30 Shop-in-Shop-Flächen getestet. Aufgrund des positiven Feedbacks werden die talkabout-Flächen in den nächsten zwölf Monaten auf 120 bis 150 Shop-in-Shops ausgebaut werden.

Marken modernisieren

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

wurden vier Strategische Geschäftseinheiten gebildet: GERRY WEBER (inklusive talkabout), TAIFUN, SAMOON sowie HALLHUBER.

Zur Modernisierung der GERRY WEBER Core-Marken wurden nicht nur die Präsentation der Marken am Point of Sale attraktiver gestaltet, sondern auch die Imageaussage der einzelnen Marken geschärft. Die Bildsprache der Markenkampagnen wurde überarbeitet und zeitgemäßer ausgerichtet. So präsentiert jede Marke ihre eigene Stilwelt. Parallel dazu wurden die Markenlogos überarbeitet und an die neuen Stilwelten angepasst.

Unsere hochwertigen Kollektionen sind das Herzstück unseres Unternehmens. Um unsere Produkte weiter zu modernisieren und den sich verändernden Bedürfnissen unserer Kundinnen anzupassen, haben wir nicht nur die Zusammensetzung unserer Kollektionen aktualisiert, sondern insbesondere in die Wertigkeit unserer Produkte investiert. Zur Modernisierung der Markenfamilie GERRY WEBER wurde das Sublabel CASUAL weiter ausgebaut. CASUAL steht für lässigen Chic und die Nutzung überwiegend natürlicher Materialien. Unter anderem werden bereits heute rund 5% der Shirt-Ware aus fair-gehandelter Bio-Baumwolle hergestellt. Dabei hat der Kunde die Möglichkeit, den Produktionsweg des Produktes bis hin zur Baumwollplantage nachzuvollziehen. Unterstützt wird die Etablierung des Sublabels CASUAL durch ein eigenes, auf natürlichen Materialien basierendes Shop-Konzept. Die Wertigkeit unserer Produkte wurde nicht nur durch die Verwendung neuer, hochwertigster Materialien wie z. B. Gore-Tex im Outdoor-Bereich oder besonderer Denim-Ware bei EDITION erhöht, sondern auch durch die Veredelung unserer Produkte. So verarbeiten wir hochwertige Swarovski-Kristalle und verleihen dadurch unseren Produkten eine moderne Exklusivität.



PROZENT

der Shirt-Ware von GERRY WEBER Casual wird aus fair-gehandelter Bio-Baumwolle hergestellt.

TAIFUN verbindet lässige Styles für jeden Tag mit individuellen Business Outfits. Ergänzt wurde die Kollektion durch anlassbezogene Einzelteile und Accessoires, um die Stilwelt der urbanen Zielgruppe zu komplettieren. Die etwas jüngere, online-affinere Zielgruppe erlaubt es uns, TAIFUN als urbane Marke zu positionieren, die eine Vorreiterrolle hinsichtlich der Digitalisierung im Rahmen der GERRY WEBER Core-Markenwelt einnimmt. Die Kooperation mit Bloggerinnen sowie die Einbindung digitaler Umkleidekabinen werden diesem Trend ebenso gerecht, wie das individuelle und elegante TAIFUN-Shop-Konzept.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015 / 16 haben wir nahezu alle unsere gesetzten Ziele erreicht. Die Maßnahmen, die auf eine Reduzierung der Kostenstruktur ansetzen, sind weitgehend abgeschlossen, werden jedoch erst im kommenden Geschäftsjahr 2017 / 18 vollumfänglich in den Finanzkennzahlen zum Tragen kommen. Trotz der Umsetzung vielfältiger Maßnahmen zur Modernisierung der Markenwelten GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON werden wir auch in den kommenden Monaten an der stetigen Modernisierung und Anpassung der Kollektionen an die Bedürfnisse unserer Kundinnen arbeiten.

VER- MÖGENS-, FINANZ- UND ERTRAGS- LAGE

Umsatzentwicklung

89 SEITE

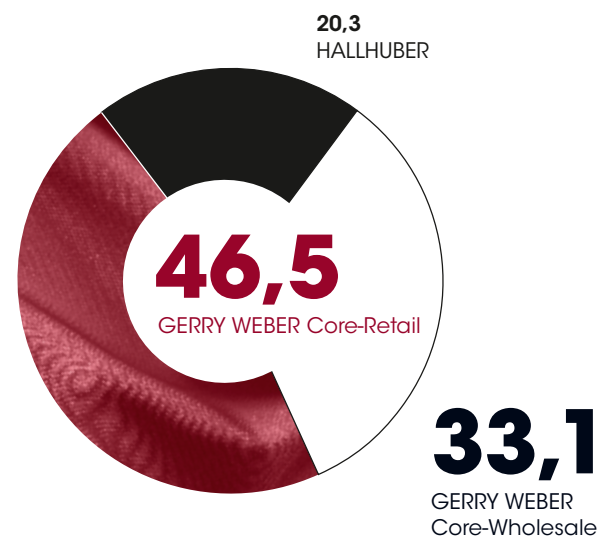
Externe wie interne Faktoren haben sich negativ auf unsere Geschäftsentwicklung ausgewirkt, so dass sich der Konzernumsatz der GERRY WEBER Gruppe im Geschäftsjahr 2015 / 16 um 2,2 % auf EUR 900,8 Mio. verminderte (Vorjahr: 920,8 Mio.). Trotz guter ökonomischer Wirtschaftsdaten, insbesondere in unserem größten Markt Deutschland, konnte der Textilhandel nicht von diesem positiven Umfeld profitieren. Das Marktumfeld für den gesamten Modeeinzelhandel ist anhaltend herausfordernd und schwierig. Sinkende Kundenfrequenzen in den Innenstädten und Shopping Centern sowie das sich verändernde Konsumentenverhalten haben die Umsätze im deutschen Modeeinzelhandel belastet. Der vergleichbare Umsatz im deutschen Modeeinzelhandel verminderte sich im GERRY WEBER Geschäftsjahr im Vergleich zum Vorjahr um 3 % bis 4%.

Der Umsatz der GERRY WEBER Core-Marken (GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON) verminderte sich im Berichtszeitraum um 10,9% auf EUR 717,6 Mio. (Vorjahr: EUR 805,6 Mio.). Unsere Tochtergesellschaft HALLHUBER trug mit EUR 183,2 Mio. rund 20,3% zum Konzernumsatz bei (Vorjahr: EUR 115,2 Mio.). Im Vorjahr waren es noch 12,5%. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass HALLHUBER erst ab Februar 2015 in den Konzernabschluss einbezogen wurde und somit im Vorjahr nur die Umsätze von neun Monaten in den Konzernumsatz einbezogen wurden. Ein Vergleich der beiden Geschäftsjahre ist somit nur bedingt gegeben.

Der GERRY WEBER Core-Bereich umfasst die beiden Vertriebssegmente Retail und Wholesale. Der Core-Retail-Umsatz verringerte sich im Geschäftsjahr 2015 / 16 von EUR 440,3 Mio. auf EUR 419,2 Mio. und trug 46,5% zum Konzernumsatz bei. Der Umsatz des Wholesale-Bereiches verminderte sich deutlich um 18,3% auf EUR 298,4 Mio.

Eine Aufteilung des Konzernumsatzes nach Segmenten kann der folgenden Grafik entnommen werden:

 **Aufteilung des Konzernumsatzes 2015 / 16 nach Segmenten**
zum 31. Oktober 2016 in Prozent



9000,8

Mio. EUR Gesamtumsatz
im Geschäftsjahr 2015 / 16

Umsatzentwicklung
GERRY WEBER Core-Retail

Der Umsatz der GERRY WEBER Core-Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON, der in unseren in Eigenregie geführten Verkaufsflächen generiert wird, wird dem GERRY WEBER Core Retail-Bereich zugeordnet. Hinzu kommen die Umsätze aus den eigenen Online-Shops, die mit den Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON generiert werden. Der Umsatz des Core-Retail-Segmentes verminderte sich im Geschäftsjahr 2015 / 16 um 4,8% auf EUR 419,2 Mio. (Vorjahr: EUR 440,3 Mio.). Der Rückgang basiert vor allem auf einem niedrigeren Umsatz auf vergleichbarer Verkaufsfläche, der sich im Vergleich zum Vorjahr um 7,6% reduzierte. Als vergleichbar definieren wir eine Verkaufsfläche nach zwei Jahren des Bestehens.

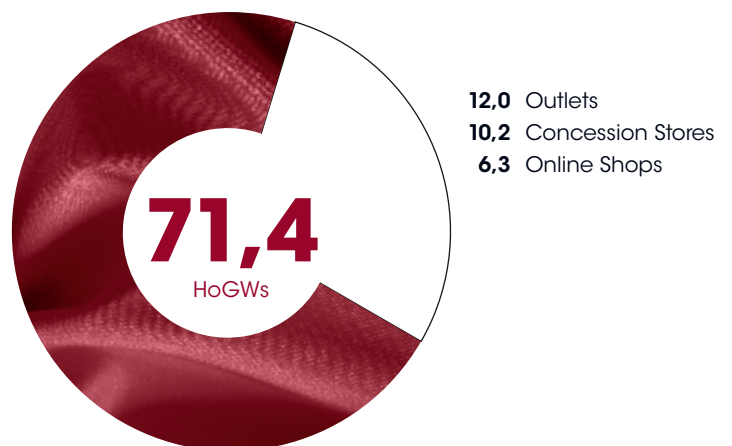
Ferner belastete die Schließung von Geschäften den Umsatz des Retail-Segmentes. Im Laufe des Geschäftsjahres 2015 / 16 wurden insgesamt 75 der 103 im Rahmen des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH definierten Geschäfte geschlossen. Die verbleibenden 28 Filialen werden bis Mitte 2017 ebenfalls geschlossen sein. Entsprechend verminderte sich die Zahl von in Eigenregie geführten Verkaufsflächen, trotz einer geringen Anzahl von Neueröffnungen, von 987 auf 924. Darin enthalten sind auch 295 Concession Flächen.

SEITE 8

Erfreulich entwickelte sich das GERRY WEBER Core-Online-Geschäft. Der Online-Umsatz erhöhte sich im Berichtszeitraum von EUR 23,8 Mio. auf EUR 26,1 Mio., was einem Anstieg von 10,3% entspricht.

Bei Betrachtung der Zusammensetzung des GERRY WEBER Core-Retail Umsatzes nach Vertriebskonzepten, trugen im Berichtszeitraum die 594 Houses of GERRY WEBER und Monolabel Stores 71,4% zum Retail-Umsatz bei (Vorjahr: 74,8%). Zulegen konnten die Concession-Flächen und der Online-Shop, die ihren Anteil von 5,6% auf 10,2% bzw. von 5,6% auf 6,3% erhöhen konnten. Eine Übersicht des Retail-Umsatzes nach Vertriebskonzepten kann der nachfolgenden Grafik entnommen werden:

Umsatzaufteilung
„GERRY WEBER Core-Retail“
2015 / 16 in Prozent



Umsatzentwicklung

GERRY WEBER Core-Wholesale

Auch der Großteil unserer Wholesale-Partner konnte sich dem schwierigen Marktumfeld nicht vollständig entziehen. Die Folge waren niedrigere Ordervolumina,

die den Umsatz des Wholesale-Segments belasteten. Der Umsatz des Wholesale-Segments reduzierte sich entsprechend deutlich um 18,3% von EUR 365,4 Mio. auf EUR 298,4 Mio. Um diesem Trend entgegenzusteuern, haben wir bereits umfangreiche Maßnahmen eingeleitet, um unsere Wholesale-Partner zu unterstützen und ihnen einen noch besseren Service zu bieten. Über die Einführung der Partnerschaftsprogramme und die Entwicklung der Marke talkabout, die ausschließlich auf Verkaufsflächen unserer Wholesale-Partner angeboten wird, haben wir bereits ausführlich in diesem Konzernlagebericht berichtet.

Umsatzentwicklung HALLHUBER

Unsere Tochtergesellschaft HALLHUBER steuerte EUR 183,2 Mio. zum Konzernumsatz der GERRY WEBER Gruppe bei. Dies entspricht einem Anteil von 20,3% (Vorjahr: 12,5%). Dabei ist zu berücksichtigen, dass im Vorjahr nur neun Monate des HALLHUBER Geschäftsjahres in den Konzernabschluss einbezogen wurden. Eine Vergleichbarkeit mit dem Vorjahr ist somit nur bedingt gegeben.

Bei Betrachtung eines Zwölf-Monatszeitraumes hat sich der HALLHUBER-Umsatz von EUR 155,6 Mio. (Nov. 2014–Okt. 2015) um 17,7% erhöht. Dabei trugen nicht nur die neu eröffneten Verkaufsflächen zur Umsatzsteigerung bei, sondern auch die bestehenden Flächen. Auf vergleichbarer Fläche erzielte HALLHUBER ein Umsatzwachstum von 2,1% und hat sich damit weitaus besser als der gesamte deutsche Modemarkt (-3% bis -4%) entwickelt. Treiber des Umsatzanstieges war auch das Online-Geschäft, das einen um 44,9% höheren Umsatz als im Vorjahreszeitraum erzielte. Mit einem Umsatz von EUR 17,8 Mio. trägt dieser 9,7% (Vorjahr: 8,3%) zum HALLHUBER Umsatz bei.

Im Geschäftsjahr 2015/16 eröffnete HALLHUBER 67 neue Verkaufsflächen. Zum 31. Oktober 2016 wurden entsprechend 342 Flächen mit einer Quadratmeterzahl von rund 45.000 qm im In- und Ausland in Eigenregie geführt.

183,2

MIO. EURO

erwirtschaftete HALLHUBER
im Geschäftsjahr 2015/16.

Entwicklung der Markenumsätze

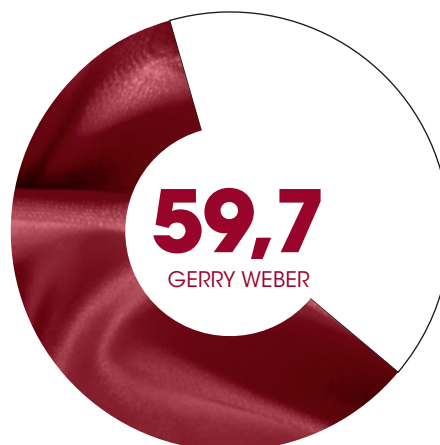
Die Vergleichbarkeit der Markenanteile am Konzernumsatz mit den Vorjahreszahlen ist nur bedingt gegeben, da im Vorjahr HALLHUBER erst ab Februar 2015 und somit nur neun Monate in den Konzernabschluss 2014/15 einbezogen wurde.

Der Beitrag der Markenfamilie GERRY WEBER mit seinen Sublabels COLLECTION, EDITION, CASUAL und G.W. zum gesamten Konzernumsatz beläuft sich im Geschäftsjahr 2015/16 auf insgesamt 59,7% (Vorjahr: 66,6%). Dieser Rückgang lässt sich aufgrund der erstmaligen vollen Konsolidierung der Marke HALLHUBER sowie deren starker Präsenz als Wachstumstreiber der GERRY WEBER Gruppe nachvollziehen. Innerhalb der Markenfamilie GERRY WEBER machen die Sublabels EDITION und CASUAL mittlerweile mehr als die Hälfte des Markenumsatzes aus.

Bei Betrachtung der GERRY WEBER Core-Umsätze (ohne HALLHUBER) erreichte die Markenfamilie GERRY WEBER einen Umsatzanteil von 75,0% (Vorjahr 76,1%). Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr ist vor allem der guten Performance von TAIFUN geschuldet. Innerhalb der GERRY WEBER Core-Marken erhöhte TAIFUN seinen Umsatzanteil im Vergleich zum Vorjahr von 18,4% auf 19,3%. Der Anteil der Marke SAMOON blieb mit 5,7% (Vorjahr: 5,5%) leicht über dem Vorjahreswert.

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

 **Aufteilung des Konzernumsatzes 2015/16 nach Markenfamilien**
in Prozent



20,3 HALLHUBER,
15,5 TAIFUN,
4,5 SAMOON

Regionale Umsatzentwicklung

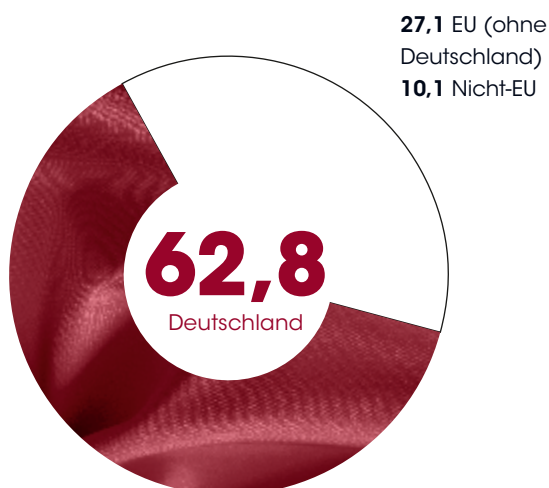
Deutschland bleibt weiterhin der wichtigste Absatzmarkt der GERRY WEBER Gruppe mit einem Anteil am Konzernumsatz von 62,8% (Vorjahr: 62,4%). Dabei generieren die GERRY WEBER Core-Marken 58,9% (Vorjahr: 60,0%) und HALLHUBER sogar 78,5% des Umsatzes in Deutschland.

Bei isolierter Betrachtung des Umsatzes der GERRY WEBER Core-Marken ist der Anteil, der in Deutschland erreicht wird, infolge von überwiegend in Deutschland vorgenommenen Filialschließungen im Rahmen von FIT4GROWTH leicht rückläufig. Mit 7,5% und 6,3% sind die Niederlande und Österreich ebenfalls wesentliche Absatzmärkte der GERRY WEBER Core-Marken. HALLHUBER erwirtschaftet 9,0% seines Umsatzes in der Schweiz.

Insgesamt entfiel aus Konzernsicht ein Anteil von 37,2% auf die ausländischen Märkte. Dabei wurden 27,1% (Vorjahr: 27,3%) innerhalb der Europäischen Union (ohne Deutschland) und 10,1% (Vorjahr: 10,3%) außerhalb der EU generiert.

Split der Konzernumsätze 2015/16 nach Regionen (inkl. HALLHUBER):

Aufteilung des Konzernumsatzes 2015/16 nach Regionen (inkl. HALLHUBER) in Prozent



Ertragslage

Verkürzte Gewinn- und Verlustrechnung 2015/16 und 2014/15

in Mio. Euro	2015/16	2014/15	Veränderung in %
Umsatzerlöse	900,8	920,8	-2,2%
Sonstige betriebliche Erträge	46,3	37,7	22,8%
Bestandsveränderungen	12,7	12,4	-2,4%
Materialaufwand	-369,8	-392,7	-5,8%
Personalaufwand	-202,7	-187,1	8,3%
Abschreibungen	-63,5	-36,5	74,0%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-308,7	-273,8	12,7%
Sonstige Steuern	-1,4	-1,5	-6,7%
Operatives Ergebnis	13,8	79,3	-82,6%
Finanzergebnis	-8,6	-6,2	38,7%
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	5,2	73,1	-92,9%
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-4,7	-20,9	-77,5%
Konzernjahresüberschuss	0,5	52,2	-99,0%

Der Konzern-Umsatz der GERRY WEBER Gruppe verminderte sich, wie bereits ausführlich dargestellt, im Vergleich der Geschäftsjahre von EUR 920,8 Mio. auf EUR 900,8 Mio. Ursächlich waren neben dem Umsatzwegfall aus den Filialschließungen auch der deutliche Rückgang des Wholesale-Umsatzes sowie die um 7,6% niedrigeren Umsätze auf vergleichbarer GERRY WEBER Core-Retail-Fläche. Unsere Tochtergesellschaft HALLHUBER trug EUR 183,2 Mio. zum Konzern-Umsatz bei.

Bedingt durch den Umsatzrückgang der Core-Bereiche, der niedrigeren Profitabilität des HALLHUBER Umsatzes, aber insbesondere geprägt durch Sonderbelastungen resultierend aus dem Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH, verminderte sich auch die Profitabilität des Konzerns. Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen des Konzerns (Konzern-EBITDA) inklusive aller Sonderbelastungen betrug im Geschäftsjahr 2015/16 EUR 77,3 Mio. nach EUR 115,8 Mio. im Vorjahr (Vorjahr ohne Sondereffekte). Entsprechend ist eine Vergleichbarkeit der Geschäftsjahre nur bedingt gegeben. Das Konzern-EBITDA resultiert aus den im Folgenden dargestellten Finanzkennzahlen und Geschäftsvorfällen.

Im Geschäftsjahr 2015/16 erhöhten sich die sonstigen betrieblichen Erträge von EUR 37,7 Mio. auf EUR 46,3 Mio. Darin enthalten sind auch die Erträge aus dem Abgang von

SEITE 92



PROZENT

betrug die Bruttomarge
des Konzerns im
Geschäftsjahr 2015 / 16

Anlagevermögen in Höhe von EUR 23,4 Mio. Diese beinhalten nahezu ausschließlich den Buchgewinn aus dem Verkauf der Renditeimmobilie Halle 30. Ferner sind in den sonstigen betrieblichen Erträgen auch die Mieterlöse aus den Showroom-Centern Halle 29 und Halle 30 (EUR 10,7 Mio.) enthalten.

Trotz der 75 Filialschließungen der GERRY WEBER Core-Marken (GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON) im Berichtszeitraum hat ein Bestandsaufbau zum Ende des Geschäftsjahres 2015 / 16 in Höhe von EUR 12,7 Mio. stattgefunden (Vorjahr: EUR 12,4 Mio.). Dies ist im Wesentlichen auf die Erhöhung der saisonunabhängigen NOS-Ware zurückzuführen, für die aufgrund der ganzjährigen Nachbestellzyklen höhere Bestände bevorratet werden müssen sowie auf die Flächenexpansion von HALLHUBER.

Die Materialaufwendungen des Berichtszeitraumes verminderten sich im Vergleich zum Vorjahr um 5,8% auf EUR 369,8 Mio. Der Umsatz verminderte sich im gleichen Zeitraum um 2,2%. Eine optimierte Preisgestaltung am Point of Sale sowie weniger Rabattaktionen als im Vorjahr führten zu einer Verbesserung der Konzern-Bruttomarge von 58,7% auf 60,4%. Isoliert betrachtet liegt die HALLHUBER Bruttomarge mit 60,5% auf Konzernniveau. Im Vorjahr hatte die HALLHUBER Bruttomarge noch 67,1% betragen. Grund für die Verschlechterung der HALLHUBER Bruttomarge im Jahresvergleich ist insbesondere die zeitliche Verzögerung von Store-Neueröffnungen. Flächen, deren Eröffnung mit Frühjahr-/ Sommerware für die erste Jahreshälfte geplant war, wurden zum Teil erst im letzten Quartal 2015 / 16, entsprechend der Lieferzyklen mit neuer Herbst-/ Winterware, eröffnet. Folglich belastete die bereits bestellte Frühjahr-/ Sommerware die Bestände. Zur raschen Bereinigung dieses einmaligen Bestandsanstiegs erhöhten sich die HALLHUBER Rabattierungen deutlich. Dies führte zu einer Reduzierung der Bruttomarge im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Nach Bereinigung der überhöhten Warenbestände aus der Verschiebung der Neueröffnungen geht HALLHUBER

für das Geschäftsjahr 2016 / 17 wieder von einer Normalisierung der Bruttomarge aus. GERRY WEBER Core konnte seine Bruttomarge hingegen deutlich von 57,5% auf 60,3% verbessern. Auch die konsequente Preispolitik und die Reduzierung der Rabattaktionen waren ursächlich für diesen Anstieg. Wir berechnen die Bruttomarge aus dem um die Bestandsveränderungen ergänzten Materialaufwand im Verhältnis zum Umsatz.

Der Personalaufwand des Konzerns erhöhte sich im Vergleich der Geschäftsjahre um 8,4% auf EUR 202,7 Mio. Darin enthalten sind HALLHUBER Personalaufwendungen in Höhe von EUR 33,0 Mio. Der Anstieg zum Vorjahr (EUR 21,5 Mio.) basiert nicht nur auf einer Erhöhung der Mitarbeiterzahl von HALLHUBER von 1.579 auf 1.847 (im Jahresdurchschnitt), sondern insbesondere auf dem erstmaligen Ganzjahreseffekt. HALLHUBER wurde im Vorjahr erst ab Februar 2015, sprich für neun Monate, in den Konzernabschluss des GERRY WEBER Konzerns einbezogen. Die HALLHUBER Personalkostenquote sank im Vergleich der Geschäftsjahre von 18,7% auf nunmehr 18,0%. Der Anteil des GERRY WEBER Core-Bereiches an den Personalkosten des Konzerns betrug EUR 169,7 Mio. Trotz des Stellenabbaus in der Konzernzentrale und im Segment Retail von 5.448 auf 5.174 Mitarbeiter erhöhten sich die Personalaufwendungen des Core-Bereiches leicht um 2,5% oder EUR 4,1 Mio. Darin enthalten sind unter anderem die Abfindungszahlungen im Rahmen des Stellenabbaus, aber auch teilweise die Personalaufwendungen für die neu eingestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Logistikzentrums.

Die Abschreibungen erhöhten sich im Geschäftsjahr 2015 / 16 deutlich von EUR 36,5 Mio. auf EUR 63,5 Mio. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Abschreibungen des Konzerns durch Sonderabschreibungen im Rahmen der Filialschließungen in Höhe von rund EUR 15 Mio. belastet wurden. Ferner erhöhte sich der Anteil der Abschreibungen unserer Tochtergesellschaft HALLHUBER aufgrund des Ganzjahreseffektes von EUR 8,5 Mio. im Vorjahr auf nunmehr EUR 12,8 Mio. Darin enthalten sind die Konzern-Abschreibungen der Kaufpreisallokation von HALLHUBER in Höhe von EUR 6,5 Mio. Außerdem erhöhten die planmäßigen Abschreibungen auf das Logistikzentrum die Konzernabschreibungen.



23,1

MIO. EURObetrug das bereinigte Konzern-EBIT
im Geschäftsjahr 2015 / 16

Im Berichtszeitraum betrug die sonstigen betrieblichen Aufwendungen EUR 308,7 Mio. (Vorjahr: EUR 273,8 Mio.) Der Anstieg um EUR 34,9 Mio. beruht insbesondere auf der Einbeziehung von HALLHUBER in den Konzernabschluss über volle zwölf Monate (Vorjahr: neun Monate). Entsprechend erhöhten sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen, die HALLHUBER zuzurechnen sind, von EUR 47,7 Mio. auf EUR 71,9 Mio. (EUR +24,2 Mio.). Somit beträgt der Anteil des GERRY WEBER Core-Bereiches an den sonstigen betrieblichen Aufwendungen des Konzerns EUR 236,8 Mio. (Vorjahr: 226,1 Mio.). Dabei ist zu berücksichtigen, dass in dieser Position Sondereffekte resultierend aus dem Programm FIT4GROWTH in Höhe von EUR 9,6 Mio. enthalten sind.

Wesentliche Aufwandsposition der sonstigen betrieblichen Aufwendungen des Konzerns sind auch die Raumkosten in Höhe von EUR 155,7 Mio. (Vorjahr: EUR 131,2 Mio.). Der Anteil von HALLHUBER an den Raumkosten beträgt EUR 52,1 Mio. (Vorjahr, 9 Monate: EUR 33,3 Mio.). Trotz der ganzjährigen Einbeziehung von HALLHUBER in den Konzernabschluss blieben die Fracht- und Verpackungskosten mit EUR 40,3 Mio. (Vorjahr: EUR 40,9 Mio.) nahezu konstant. Ebenfalls in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten sind die Kosten für Marketing und Sponsoring, die im Vergleich zum Vorjahr leicht von EUR 28,3 Mio. auf EUR 25,6 Mio. sanken. In Prozent vom Umsatz betrug die Marketingaufwendungen 2,8% (Vorjahr: 3,1%). Die Kosten der Kollektionsentwicklung blieben mit EUR 5,5 Mio. nahezu unverändert im Vergleich zum

Vorjahr. Aufgrund der Anlaufphase des Logistikzentrums erhöhten sich die übrigen Personalkosten, die auch in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten sind, von EUR 4,8 Mio. auf EUR 9,9 Mio. Darin enthalten ist auch die Vergütung der Zeitarbeitskräfte des Logistikzentrums.

Unter Berücksichtigung aller operativen Kosten ergibt sich ein Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA reported) in Höhe von EUR 77,3 Mio. (Vorjahr: EUR 115,8 Mio.). Die EBITDA-Marge verminderte sich im Berichtszeitraum demzufolge von 12,6% auf 8,6%. Insbesondere niedrigere Umsätze des GERRY WEBER Core-Bereiches bei nahezu unveränderten Fixkosten sowie die Einbeziehung von HALLHUBER haben zu diesem Rückgang beigetragen. Die Kostensenkungseffekte resultierend aus dem Programm FIT4GROWTH werden erst im Geschäftsjahr 2017 / 18

vollständig zum Tragen kommen. Ferner erwirtschaftet HALLHUBER aufgrund seiner ausgeprägten Expansionsphase sowie des bereits beschriebenen Rückgangs der Rohertragsmarge noch eine insgesamt niedrigere EBITDA-Marge als die GERRY WEBER Core-Bereiche. Hinzu kommt, dass das Konzern-EBITDA (reported) von Aufwendungen resultierend aus dem Programm FIT4GROWTH zusätzlich belastet wurde. Ohne diese Sondereffekte (rund EUR 16,2 Mio.) sowie ohne den Ertrag aus dem Verkauf der Halle 30 (EUR 21,9 Mio.) ermittelt sich ein bereinigtes EBITDA in Höhe von EUR 71,6 Mio.

Unter Berücksichtigung der Abschreibungen in Höhe von EUR 63,5 Mio. ergibt sich ein Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern (Konzern-EBIT reported) in Höhe von EUR 13,8 Mio. Ohne Sondereffekte und Abschreibungen im Rahmen des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH ermittelt sich ein bereinigtes Konzern-EBIT in Höhe von EUR 23,1 Mio. Die bereinigte EBIT-Marge beträgt entsprechend 2,6%.

Das Finanzergebnis hat sich im Berichtszeitraum von EUR 6,2 Mio. auf EUR 8,6 Mio. verschlechtert. Dies beruht vor allem auf Erträgen aus der Fair Value Bewertung von Finanzverbindlichkeiten in Höhe von EUR 1,4 Mio., die sich im Vorjahr verbessernd auf das Finanzergebnis ausgewirkt haben.

Unter Berücksichtigung der latenten Steuern resultiert die verhältnismäßig hohe Steuerbelastung im Vergleich zum Vorsteuerergebnis vor allem aus gewerbesteuerlichen Hinzurechnungen sowie Steuern auf die nicht abzugsfähigen Betriebsausgaben. Das Ergebnis pro Aktie beträgt bei einer unveränderten Aktienzahl von 45.905.960 EUR 0,01 pro Aktie (Vorjahr: EUR 1,14).



95

SEITE



49,6

Prozent betrug die Eigenkapitalquote zum 31. Oktober 2016.

Vermögenslage

Im Vergleich zum Ende des vorangegangenen Geschäftsjahres 2014/15 hat sich die Bilanzsumme der GERRY WEBER Gruppe zum 31. Oktober 2016 um 4,0% oder EUR 37,9 Mio. auf EUR 900,7 Mio. reduziert. Auf der Aktivseite sank das langfristige Vermögen zum Ende des Geschäftsjahres 2015/16 um rund 5,3% oder EUR 29,1 Mio. auf EUR 524,2 Mio. Maßgeblich für diese Entwicklung war die Veräußerung der Halle 30 im Oktober 2016, die mit einem Buchwert von EUR 26,5 Mio. in der Bilanz zum 31. Oktober 2015 erfasst war. Die Renditeimmobilie gehört nicht zum betriebsnotwendigen Vermögen der Gesellschaft und wurde daher im Zuge der Fokussierung auf das Kerngeschäft veräußert.

Als Teil des Anlagevermögens betragen die immateriellen Vermögensgegenstände zum 31. Oktober 2016 EUR 226,2 Mio. nach EUR 229,9 Mio. zum Ende des vergangenen Geschäftsjahres. Sie umfassen neben Belieferungsrechten für fremdbetriebene Franchise Houses of GERRY WEBER auch vorteilhafte Mietverträge und Kundenbeziehungen im Rahmen der in den letzten Jahren getätigten Unternehmensakquisitionen. Ferner zählen die im Zusammenhang mit Akquisitionen erworbenen Markenrechte (im Wesentlichen HALLHUBER) zu der Bilanzposition. Der Rückgang der immateriellen Vermögensgegenstände im Vergleich zum Vorjahr beruht auf den planmäßig vorgenommenen Abschreibungen. Das Sachanlagevermögen blieb mit EUR 288,0 Mio. im Vergleich zu EUR 287,8 Mio. zum 31. Oktober 2015 nahezu konstant. Das Sachanlagevermögen umfasst neben der Firmenzentrale in Halle/Westfalen, Immobilien in Düsseldorf und Rumänien sowie Mietereinbauten in den Einzelhandelsgeschäften sowie das Logistikzentrum unweit des Unternehmenssitzes.

Die kurzfristigen Vermögenswerte sanken von EUR 385,4 Mio. zum Ende des vergangenen Geschäftsjahres um 2,3% auf nun EUR 376,5 Mio. zum 31. Oktober 2016. Wesentliche Veränderungen ergaben sich bei den Vorräten, deren Bestand sich um 5,9% auf EUR 173,3 Mio. erhöhte. Maßgeblich für diese Entwicklung war unter anderem ein erhöhter Anteil an NOS

(Never-out-of-stock) Ware sowie die Expansion unserer Tochtergesellschaft HALLHUBER. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen blieben zum Stichtag 31. Oktober 2016 mit EUR 63,3 Mio. (Vorjahr: EUR 63,7 Mio.) nahezu unverändert.

Die sonstigen (kurzfristigen) Vermögensgegenstände stiegen um 23,4% von EUR 70,5 Mio. auf EUR 87,0 Mio. Neben den Marktwerten der Devisentermin- und Optionsgeschäfte enthält diese Position außerdem den Verkaufspreis der Halle 30. Der Verkaufspreis in Höhe von EUR 49,1 Mio. wurde im Dezember 2016 gezahlt, so dass dieser zum 31. Oktober 2016 als sonstiger Vermögensgegenstand ausgewiesen wurde. Der Anstieg der Vorräte sowie der sonstigen kurzfristigen Vermögensgegenstände wurde durch die Verminderung der liquiden Mittel von EUR 76,1 Mio. auf EUR 50,7 Mio. überkompensiert, so dass insgesamt das kurzfristige Vermögen um 2,3% auf EUR 376,5 Mio. sank.

Auf der Passivseite sank das Eigenkapital um EUR –36,9 Mio. (–7,6%) und betrug damit zum 31. Oktober 2016 EUR 446,5 Mio. Dabei verminderten sich die kumulierten erfolgsneutralen Veränderungen nach IAS 39 auf EUR 10,9 Mio. nach EUR 31,5 Mio. im Vorjahr. Diese umfassen die positiven Zeitwerte von Finanzinstrumenten mit Sicherungsbeziehungen (Devisentermingeschäfte). Neben den erfolgsneutralen Veränderungen nach IAS 39 trug auch ein niedrigerer Bilanzgewinn als noch im Vorjahr zur Abnahme des Eigenkapitals bei. Mit EUR 58,5 Mio. lag der Bilanzgewinn zum 31. Oktober 2016 um EUR 17,9 Mio. oder 23,4% unterhalb des Vorjahreswertes von EUR 76,3 Mio. Die Eigenkapitalquote beträgt damit zum Geschäftsjahresende 2015/16 immer noch solide 49,6% nach 51,5% zum 31. Oktober 2015.

Die langfristigen Schulden verminderten sich im Berichtszeitraum um 7,0% und beliefen sich auf EUR 280,3 Mio. nach EUR 301,4 Mio. im Vorjahr. Dabei verminderten sich die passiven latenten Steuern von EUR 51,1 Mio. auf nunmehr EUR 38,3 Mio., ebenso wie die sonstigen Verbindlichkeiten, die sich zum Bilanzstichtag von EUR 26,6 Mio. auf EUR 12,2 Mio. reduzierten. Im Gegenzug erhöhten sich die langfristigen Finanzschulden leicht um EUR 6,3 Mio. auf EUR 221,3 Mio. Die langfristigen Finanzschulden beinhalten unter anderem zwei Schulscheindarlehen, die zur Finanzierung des Baus unseres Logistikzentrums (Volumen: EUR 75 Mio.) sowie zur Akquisition von HALLHUBER (Volumen: EUR 140 Mio.) begeben wurden. Insgesamt blieben die Finanzschulden (kurz- und langfristig) mit EUR 254,8 Mio. nahezu konstant (Vorjahr: EUR 250,7 Mio.).

Die kurzfristigen Schulden erhöhten sich im Geschäftsjahr 2015/16 um EUR 20,0 Mio. (13,0%) auf EUR 173,9 Mio. zum 31. Oktober 2016 nach EUR 153,8 Mio. zum Ende des vergangenen Geschäftsjahres. Darin berücksichtigt ist ein Anstieg der kurzfristigen Rückstellungen von EUR 33,1 Mio. auf EUR 45,4 Mio. In Verbindung mit dem Programm FIT4GROWTH wurden Personalrückstellungen und Rückstellungen im Rahmen der Filialschließungen gebildet. Ebenso stiegen die Steuer-rückstellungen von EUR 5,6 Mio. auf EUR 11,2 Mio. zum Berichtsstichtag. Der Anstieg der sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten von EUR 24,3 Mio. auf EUR 37,6 Mio. basiert insbesondere auf einer Umgliederung innerhalb der sonstigen Verbindlichkeiten. Bei Erwerb von 51% an unseren Franchise-Partnern in den Niederlanden und Belgien wurde eine Kaufop-tion für die verbleibenden 49% vereinbart. Die dafür bilanzierte Verbindlichkeit wurde aufgrund ihrer Fälligkeit von den lang-fristigen in die kurzfristigen Verbindlichkeiten umgliedert.

Die GERRY WEBER Gruppe weist mit einer Eigenkapitalquote von 49,6% eine weiterhin solide Bilanzstruktur auf. Die kurz- und langfristigen Finanzschulden enthalten keine Covenants oder Sicherheitshinterlegungen. Sie betragen in Summe zum 31. Oktober 2016 EUR 254,8 Mio., sodass die Nettofinanzverschuldung zu diesem Zeitpunkt EUR 204,0 Mio. betrug.



Finanzlage

Vor dem Hintergrund des deutlich niedrigeren operativen Ergebnisses des Geschäftsjahres 2015/16 in Höhe von EUR 13,8 Mio. (Vorjahr: EUR 79,3 Mio.) verminderte sich auch der Mittelzufluss aus der operativen Geschäftstätigkeit von EUR 82,7 Mio. im Vorjahr auf nunmehr EUR 54,6 Mio. Die nicht liquiditätswirksamen Abschreibungen erhöhten sich, insbesondere aufgrund der bereits in der Ertragslage erläuterten Sonderabschreibungen basierend auf den Geschäftsschließungen, von EUR 36,5 Mio. auf EUR 63,5 Mio. Gegenläufig wirkte sich die Zunahme des Vorratsvermögens (EUR 9,7 Mio.) aus.

Unter Berücksichtigung des liquiditätswirksamen Finanzergebnisses errechnet sich ein Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit von EUR 47,8 Mio. (Vorjahr: EUR 77,9 Mio.). Die GERRY WEBER Gruppe hatte im Berichtszeitraum liquiditätswirksame Sonderbelastungen im Rahmen des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH in Höhe von EUR 9,6 Mio. zu verzeichnen.

Die Mittelverwendung wurde auch im Geschäftsjahr 2015/16 durch eine überdurchschnittliche Investitionstätigkeit in das Sachanlagevermögen in Höhe von EUR 59,8 Mio. geprägt. Diese umfassen insbesondere Restzahlungen für unser neues Logistikzentrum sowie Investitionen im Rahmen von Geschäftseröffnungen unserer Tochtergesellschaft HALLHUBER. Einzahlungen aus dem Abgang von Anlagevermögen sowie Finanzanlagen berücksichtigend, ergibt sich ein Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit in Höhe von EUR -58,8 Mio. Dieser lag damit deutlich unterhalb des Vorjahres von EUR -211,2 Mio. Die Investitionen des Vorjahres betrafen insbesondere den Erwerb des Tochterunternehmens HALLHUBER sowie unser

neues Logistikzentrum. Bei der Betrachtung der Mittelzuflüsse aus der Investitionstätigkeit ist zu berücksichtigen, dass der Zahlungseingang aus dem Verkauf der Halle 30 erst nach Eintritt der Fälligkeitsvoraussetzungen und damit im neuen Geschäftsjahr 2016/17 erfolgte.

Der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit umfasst im Geschäftsjahr 2015/16 die Auszahlung der Dividende in Höhe von EUR 18,4 Mio. sowie Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzkrediten in Höhe von EUR 33,8 Mio. Demgegenüber stehen Auszahlungen zur Tilgung von Finanzkrediten (EUR 29,7 Mio.), die überwiegend die Rückzahlung der HALLHUBER Anleihe im Juni 2016 umfassen. Insgesamt beträgt der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit EUR 14,3 Mio. nach einem Mittelzufluss in Höhe von EUR 102,3 Mio. im Vorjahr. Das Vorjahr war insbesondere durch die Aufnahme eines Schuldscheindarlehens zur Finanzierung der HALLHUBER Akquisition gekennzeichnet.

Im Vergleich zum Bilanzstichtag des Vorjahres verringerte sich der Finanzmittelbestand zum 31. Oktober 2016 um EUR 22,6 Mio. Entsprechend betrug dieser zum Ende des Berichtszeitraumes EUR 50,7 Mio.

Investitionen

Das Investitionsvolumen der GERRY WEBER Gruppe betrug im Geschäftsjahr 2015/16 insgesamt EUR 59,9 Mio. und lag damit deutlich unterhalb des Vorjahreswertes von EUR 216,6 Mio. Das Vorjahr war sowohl geprägt von Investitionen in das neue Logistikzentrum (EUR 68,4 Mio.) sowie der Akquisition des Modeunternehmens HALLHUBER (EUR 104,0 Mio. inkl. Erwerbsnebenkosten) als auch in das Sachanlagevermögen (EUR 45,2 Mio.). Die Investitionen des laufenden Geschäftsjahres umfassen vor allem Restzahlungen resultierend aus dem Bau des Logistikzentrums sowie expansionsbedingte Investitionen von HALLHUBER.

Segmentberichterstattung

Basierend auf der internen Berichterstattung unterteilt die GERRY WEBER Gruppe ihr Geschäftsmodell in die vier Segmente „Wholesale“, „Retail“, „HALLHUBER“ und „übrige Segmente“. Die beiden Segmente „Wholesale“ und „Retail“ bilden dabei die Geschäftsvorfälle des GERRY WEBER Core-Bereiches und damit die Marken GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON und talkabout ab. Sämtliche Entwicklungs- und Fertigungsprozesse dieser Marken inklusive Transport und Logistik werden dabei auf diese beiden Segmente verteilt. Entsprechend werden alle Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden, die der Produktentwicklung und -beschaffung zugerechnet werden können, auf die beiden Vertriebssegmente „Wholesale“ und „Retail“ allokiert.



Mio. Euro

Mittelzufluss aus der operativen
Geschäftstätigkeit
im Geschäftsjahr 2015/16

Seit der Akquisition von HALLHUBER im Februar 2015 werden die Geschäftsvorfälle unserer 100%-tigen Tochtergesellschaft als drittes Segment ausgewiesen. Die Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden von HALLHUBER werden entsprechend zur Erhöhung der Transparenz als eigenes Segment dargestellt. Beim Vergleich der ausgewiesenen Geschäftsjahre ist zu berücksichtigen, dass im Vorjahr 2014/15 HALLHUBER erst ab dem 2. Quartal 2014/15 in den Konzernabschluss einbezogen wurde und somit nur neun Monate des HALLHUBER Geschäftsjahres ausgewiesen wurden. Die „übrigen Segmente“ umfassen vor allem die Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden des Renditeobjektes Halle 30, welches im Oktober 2016 verkauft wurde. Die Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden der Holdinggesellschaft werden den Segmenten entsprechend ihrer Zurechenbarkeit ebenfalls quotal zugeordnet.

GERRY WEBER Core-Wholesale-Segment

Der Umsatz des GERRY WEBER Core-Wholesale-Segmentes verminderte sich im Vergleich zum Vorjahr 2014/15 deutlich von EUR 365,4 Mio. auf EUR 298,4 Mio. Damit reduzierte sich der Anteil des Wholesale-Umsatzes am Konzernumsatz von 39,7% auf 33,1%. Der Rückgang von 18,3% oder EUR 67,0 Mio. basiert insbesondere auf stagnierenden bzw. rückläufigen Order volumina unserer Handelspartner. Auch unsere Wholesale-Partner leiden unter den bereits dargestellten schwierigen Marktbedingungen. Überbestände am Ende einer Saison und hohe Rabattierungen führten folglich zu einem reduzierten

und vorsichtigeren Orderverhalten. Zusätzlich setzt sich die Konsolidierungswelle im Modeeinzelhandel fort, so dass der Ausfall von bestehenden Wholesale-Partnern nicht durch die Neugewinnung von Kunden aufgefangen werden konnte. Im Laufe des Geschäftsjahres konnten wir den Rückgang der Wholesale-Umsätze, der im 1. Quartal noch 38,0% betragen hatte, auf 12,0% im 4. Quartal reduzieren. Aufgrund des anhaltend schwierigen Marktumfeldes rechnen wir jedoch auch für das laufende Geschäftsjahr 2016 / 17 noch mit einer weiteren Reduzierung der Wholesale-Umsätze im hohen einstelligen Prozentbereich.

Die Anzahl der durch Franchise-Partner geführten Houses of GERRY WEBER blieb mit 269 nahezu unverändert. Leicht rückläufig hingegen war die Anzahl der Shop-in-Shops, die sich von weltweit 2.510 auf 2.396 verminderte.

Aufgrund gestiegener Personal- und sonstiger betrieblicher Aufwendungen sowie erhöhter Abschreibungen, insbesondere aus der Umlage der Konzernaufwendungen sowie aufgrund von Sondereffekten aus dem Programm FIT4GROWTH, verminderte sich das Ergebnis vor Zinsen und Steuern des Wholesale-Segmentes deutlich von EUR 63,1 Mio. auf EUR 25,9 Mio. Basierend auf der quotalen Zurechnung der Mitarbeiter aus dem im Berichtszeitraum in Betrieb genommenen Logistikzentrums erhöhte sich nicht nur die Anzahl der Wholesale-Mitarbeiter von 704 auf 747, sondern auch die Personalkosten um 6,0% auf EUR 47,5 Mio.

Das dem Segment zurechenbare Vermögen betrug EUR 280,8 Mio., die Schulden EUR 77,8 Mio. Die Investitionen in das langfristige Vermögen betragen EUR 25,7 Mio. und basieren vor allem auf der quotalen Zurechnung des Vermögens und der Schulden der Holdinggesellschaft auf die einzelnen Segmente.

Anzahl der Verkaufsflächen in den einzelnen Vertriebskanälen	2015 / 16	2014 / 15
GERRY WEBER Core-Retail		
Houses of GERRY WEBER	487	520
Monolabel Stores	107	142
Concession-Flächen	295	291
Factory Outlets	35	34
	924	987
GERRY WEBER Core-Wholesale		
Houses of GERRY WEBER	269	271
Shop-in-Shops	2.396	2.510
	2.665	2.781
HALLHUBER		
HALLHUBER Monolabel Stores	138	117
HALLHUBER Concession-Flächen	188	145
HALLHUBER Outlets	16	13
	342	275

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.

Aufgrund der bereits durchgeführten Schließungen, aber vor allem basierend auf dem Rückgang der Retail-Umsätze auf vergleichbarer Fläche (-7,6%) verminderte sich der GERRY WEBER Core-Retail-Umsatz um 4,8% auf EUR 419,2 Mio. Im Berichtsjahr nahm die Anzahl der in Eigenregie geführten Verkaufsflächen von 987 auf 924 ab. Dabei wurden insbesondere Houses of GERRY WEBER und Monolabel Stores der Marken TAIFUN und SAMOON geschlossen. Demzufolge sank die Verkaufsfläche der GERRY WEBER Core-Marken von 156.300 qm zum Ende des letzten Geschäftsjahres auf nunmehr 145.000 qm. Erfreulich hingegen entwickelte sich das GERRY WEBER Core-Online-Geschäft, dessen Umsätze sich im Vergleich zum Vorjahr um 10,3% auf EUR 26,1 Mio. erhöhten.

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) des Retail-Segmentes verringerte sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich von EUR 31,5 Mio. auf EUR 9,3 Mio. Ursächlich war nicht nur die Umsatzreduzierung, sondern auch die Belastung aus den Sondereffekten resultierend aus dem Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH. Diese Aufwendungen umfassen unter anderem Abstandszahlungen und Abfindungen im Zusammenhang mit der Schließung von Geschäften.

Die Abschreibungen des Retail-Segmentes erhöhten sich ebenfalls von EUR 19,3 Mio. auf EUR 40,6 Mio. Darin enthalten sind EUR 15,0 Mio. außerordentliche Abschreibungen basierend auf den Restbuchwertabschreibungen im Rahmen der Filialschließungen sowie der auf den Retail entfallende Anteil der Abschreibungen auf das neu erbaute Logistikzentrum. Demzufolge verzeichnete das Retail-Segment unter Berücksichtigung aller Sondereffekte und Abschreibungen im Geschäftsjahr 2015/16 ein negatives Ergebnis vor Steuern und Zinsen in Höhe von EUR -31,3 Mio. (Vorjahr: EUR 12,2 Mio.).

Aufgrund der quotalen Zurechnung des Vermögens der Holdinggesellschaft, inklusive des neuen Logistikzentrums, erhöhte sich das Vermögen des Retail von EUR 417,0 Mio. auf EUR 431,3 Mio. Die Schulden verringerten sich um 10,1% auf EUR 184,5 Mio. Die Anzahl der Mitarbeiter, die dem GERRY WEBER Core-Retail-Segment zugeordnet werden, verminderte sich aufgrund der bereits umgesetzten Filialschließungen im Jahresdurchschnitt von 4.743 auf 4.428.

145k

Quadratmeter GERRY WEBER Verkaufsflächen am Ende des Geschäftsjahres

Segment HALLHUBER

HALLHUBER ist seit der Akquisition im Februar 2015 eine 100%-tige Tochtergesellschaft der GERRY WEBER International AG. HALLHUBER ist im gehobenen mittleren Segment der Damenoberbekleidung tätig und agiert vollständig vertikal, das heißt die Produkte werden ausschließlich über eigene Verkaufsflächen und über Online Shops bzw. Plattformen vertrieben. Zum Ende des Berichtszeitraumes (31. Oktober 2016) bestanden 342 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:

Verkaufsflächen	2013	2014	2015	Okt. 2016
Deutschland	141	161	193	231
Schweiz	24	28	31	38
UK/Irland	6	11	19	26
Belgien	3	10	15	17
Norwegen	-	-	5	7
Österreich	7	8	11	16
Niederlande	1	1	1	6
Luxemburg	-	-	-	1
Summe	182	219	275	342
davon Monolabel Stores	79	94	117	138
davon Concession-Flächen	91	113	145	188
davon Factory Outlets	12	12	13	16

Nachdem HALLHUBER im vergangenen Geschäftsjahr 2014/15 (9 Monate konsolidiert) einen Umsatz in Höhe von EUR 115,2 Mio. beitrug, steuerte HALLHUBER im Geschäftsjahr 2015/16 (12 Monate) EUR 183,2 Mio. zum Konzernumsatz der GERRY WEBER Gruppe bei. In den gesamten zwölf Monaten des Vorjahres erwirtschaftete HALLHUBER einen Umsatz von EUR 155,6 Mio. Dies entspricht einer Umsatzsteigerung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (12-Monatsbasis) von 17,7%. Besonders hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang das 2,1% Umsatzplus, das HALLHUBER auf vergleichbarer Fläche erzielen konnte. Damit hat sich HALLHUBER besser als der gesamte deutsche Textilmarkt entwickelt, der im selben Zeitraum auf vergleichbarer Fläche rund 3–4% nachgab. Überdurchschnittlich positiv entwickelte sich das HALLHUBER-Online-Geschäft, das mit EUR 17,8 Mio. einen Anstieg von 44,9% verzeichnen konnte.

Wie bereits erläutert, sind aufgrund der unterschiedlichen Einbeziehungszeiträume von HALLHUBER in den GERRY WEBER Konzernabschluss die Zahlen des Vorjahres nur bedingt vergleichbar. So erhöhte sich der Personalaufwand auf EUR 33,0 Mio. nach EUR 21,5 Mio. im Vorjahr. Neben dem Ganzjahreseffekt ist die expansionsbedingte Erhöhung der Mitarbeiterzahl von 1.579 auf 1.847 Mitarbeiter ursächlich für den Anstieg. Die Personalkostenquote blieb mit 18,0% dabei nahezu konstant.

Im Geschäftsjahr 2015/16 erwirtschaftete HALLHUBER ein Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) in Höhe von EUR 8,3 Mio. nach EUR 10,9 Mio. im Vorjahr (Februar bis Oktober 2015). Der Rückgang basiert vor allem auf der Verschlechterung der Rohertragsmarge von 67,1% auf 60,5%. Grund für den Rückgang der HALLHUBER-Bruttomarge im Jahresvergleich ist insbesondere die zeitliche Verzögerung von Store-Neueröffnungen. Flächen, deren Eröffnung mit Frühjahr-/Sommerware für die erste Jahreshälfte geplant war, wurden zum Teil erst im letzten Quartal 2015/16, entsprechend der Lieferzyklen mit neuer Herbst-/Winterware, eröffnet. Folglich belastete die bereits bestellte Frühjahr-/Sommerware



PROZENT

HALLHUBER Umsatzwachstum auf vergleichbarer Fläche

die Bestände. Zur raschen Bereinigung dieses einmaligen Bestandsanstiegs erhöhten sich die HALLHUBER Rabattierungen deutlich. Dies führte zu einer Reduzierung der Bruttomarge im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Nach der bis zum Stichtag erfolgten Bereinigung der überhöhten Warenbestände aus der Verschiebung der Neueröffnungen geht HALLHUBER für das Geschäftsjahr 2016/17 wieder von einer Normalisierung der Bruttomarge aus.

Die Abschreibungen der Gesellschaft erhöhten sich einerseits durch den erstmaligen Ganzjahreseffekt und andererseits aufgrund der fortlaufenden Expansion der Gesellschaft. Die Abschreibungen umfassen auch die Konzernabschreibungen auf den Kaufpreis in Höhe von EUR 6,5 Mio. und betragen insgesamt EUR 12,8 Mio. Unter Berücksichtigung der konzernbedingten Abschreibungen (EUR 6,5 Mio.) beträgt das operative Ergebnis (EBIT) von HALLHUBER im Geschäftsjahr 2015/16 EUR –4,5 Mio. (Vorjahr: EUR 2,4 Mio.).

Die dem HALLHUBER Segment zugerechneten Schulden betragen zum 31. Oktober 2016 EUR 200,9 Mio. nach 197,1 Mio. zum Ende des vorangegangenen Geschäftsjahres 2014/15. Darin enthalten sind 100% der Finanzierung für den Erwerb der HALLHUBER Beteiligungs GmbH. Den Schulden standen zum 31. Oktober 2016 EUR 194,1 Mio. an Vermögen gegenüber (31. Oktober 2015: EUR 198,1 Mio.).

EINZEL- AB- 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 im 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 sind in der AG auch die Produktionsentwicklung und die Warenbeschaffung angesiedelt.

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

Ertragslage der GERRY WEBER International AG

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

Als Folge des Umsatzrückgangs der Vertriebskanäle GERRY WEBER Core-Retail und Wholesale sind die Umsatzerlöse der GERRY WEBER International AG im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015/16 im Vergleich zum Vorjahr um EUR 91,5 Mio. auf EUR 345,1 Mio. gesunken. Die sonstigen betrieblichen Erträge erhöhten sich hingegen deutlich von EUR 35,1 Mio. auf EUR 60,7 Mio., was insbesondere auf den Verkauf der Renditeimmobilie Halle 30 zurückzuführen ist. Außerdem enthält die Position die Umlagen an Konzerngesellschaften und die Mieten der Hallen 29 und 30.

Aufgrund des niedrigeren Absatzes der Vertriebsgesellschaften reduzierte sich auch der Materialaufwand der AG für die bezogenen Waren um 10,5% auf EUR 302,9 Mio. (Vorjahr: EUR 338,6 Mio.). Die bereits vorgenommenen und geplanten Filialschließungen haben ebenfalls zum Rückgang der

bestellten Produkte und somit des Materialaufwandes beigetragen. Trotz einer Reduzierung der Mitarbeiterzahl von 723 auf 670 (Jahresdurchschnitt) erhöhten sich die Personalaufwendungen leicht um 2,4% auf EUR 50,2 Mio. Dies ist insbesondere auf Abfindungen im Rahmen des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH zurückzuführen. Parallel dazu stiegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Vergleich zum Vorjahr von EUR 67,1 Mio. auf EUR 76,9 Mio. Erhöhte Rechts- und Beratungs- sowie Restrukturierungskosten in Höhe von insgesamt EUR 7,9 Mio. waren unter anderem ursächlich für diesen Anstieg. Neben den Umsatzerlösen und den sonstigen betrieblichen Erträgen prägt der Erfolg der Tochtergesellschaften die Ertragslage der GERRY WEBER International AG. Im Rahmen der Ergebnisabführung wurden Erträge in Höhe von EUR 32,0 Mio. vereinnahmt. Im Vorjahr waren es noch EUR 51,2 Mio. gewesen. Der Rückgang spiegelt deutlich den schwierigen Geschäftsverlauf der GERRY WEBER Gruppe im Geschäftsjahr 2015/16 wider. Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen sind im Vergleich zum Vorjahr gestiegen und beliefen sich auf EUR 10,4 Mio. (Vorjahr: EUR 7,3 Mio.), was vor allem auf gestiegene Abschreibungen resultierend aus dem Bau des Logistikzentrums zurückzuführen ist.

Gleichermaßen wuchsen die Zinsaufwendungen im Geschäftsjahr 2015/16 durch die volle zeitliche Einbindung des Schuldscheindarlehens zur Finanzierung der HALLHUBER Akquisition von EUR 3,3 Mio. auf EUR 4,3 Mio. an. Im Vorjahreszeitraum kamen die Zinsaufwendungen für das genannte Schuldscheindarlehen nicht für volle 12 Monate zum Tragen. Beinahe konstant hielten sich dagegen die Zinserträge bei EUR 1,9 Mio. (Vorjahr: EUR 2,1 Mio.).

Vor dem Hintergrund der rückläufigen Umsatzentwicklung sowie der Sonderbelastung durch Aufwendungen im Rahmen der Neuausrichtung verminderte sich das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von EUR 54,1 Mio. auf nunmehr EUR 22,9 Mio. Unter Berücksichtigung der Steuern in Höhe von EUR 7,4 Mio. ergibt sich ein Jahresüberschuss von

MIO. EURO

Jahresüberschuss der AG im
Geschäftsjahr 2015/16

EUR 15,5 Mio. (Vorjahr: EUR 36,5 Mio.). Bei einer unveränderten Aktienanzahl ergibt sich ein Ergebnis pro Aktie in Höhe von EUR 0,34 (Vorjahr: EUR 0,80).

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

Vermögenslage der GERRY WEBER International AG

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015/16 erhöhte sich die Bilanzsumme der GERRY WEBER International AG um EUR 29,8 Mio. oder 4,2% auf EUR 744,0 Mio. Auf der Aktivseite erhöhte sich das Anlagevermögen um 6,5% auf EUR 417,1 Mio. Das Anlagevermögen setzt sich aus immateriellen Vermögensgegenständen (EUR 29,0 Mio.), Sachanlagen (EUR 165,5 Mio.) sowie Finanzanlagen (EUR 222,5 Mio.) zusammen. Bei den Sachanlagen kam es zu Verschiebungen im Rahmen der Fertigstellung des neuen Logistikzentrums sowie dem Abgang aus dem Verkauf der Halle 30. Die Inbetriebnahme des Logistikzentrums spiegelt sich auch in den Abschreibungen auf Sachanlagen wider.

Das Umlaufvermögen blieb mit EUR 324,2 Mio. nahezu konstant. Dabei stiegen die im Umlaufvermögen enthaltenen Vorräte von EUR 57,0 Mio. auf EUR 84,3 Mio. Im Gegenzug verminderte sich der Kassenbestand und die Guthaben bei Kreditinstituten um EUR 23,8 Mio. auf EUR 25,2 Mio. Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände blieben mit EUR 214,7 Mio. fast unverändert (Vorjahr: EUR 214,2 Mio.). Der Verkaufspreis der Halle 30 ist in den sonstigen Vermögensgegenständen enthalten, da die Zahlung erst im Dezember 2016 erfolgte.

Auf der Passivseite blieb das Eigenkapital der GERRY WEBER International AG mit EUR 427,3 im Vergleich zu EUR 430,2 Mio. zum Geschäftsjahresende 2014/15 annähernd konstant (-0,7%). Nach einem Bilanzgewinn in Höhe von EUR 51,6 Mio. im Vorjahr lag der Bilanzgewinn zum 31. Oktober 2016 infolge der getätigten Gewinnausschüttung rund -5,5% unter dem Vorjahreswert und betrug EUR 48,8 Mio.

Die Rückstellungen stiegen im Geschäftsjahr 2015/16 um 63,2% bzw. EUR 8,2 Mio. und beliefen sich auf EUR 21,1 Mio. Insbesondere die Steuerrückstellungen erhöhten sich dabei deutlich um EUR 7,5 Mio. auf EUR 7,7 Mio. Die Verbindlichkeiten stiegen stichtagsbezogen in Summe um 9,1% oder EUR 24,5 Mio. auf EUR 294,9 Mio. als Folge der Erhöhung der Finanzverbindlichkeiten um 12,3% auf EUR 247,1 Mio. (Vorjahr: EUR 220,0 Mio.). Trotz der gestiegenen Rückstellungen und Verbindlichkeiten, bei einem nahezu unveränderten Eigenkapital, beträgt die Eigenkapitalquote der GERRY WEBER International AG immer noch sehr solide 57,4% nach 60,2% im Vorjahr.

57,4

Prozent betrug die Eigenkapitalquote der GERRY WEBER International AG zum 31. Oktober 2016.

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 kann dem Risiko- und Chancenbericht des zusammengefassten Lageberichts 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 Lageberichts beschrieben. Für das Geschäftsjahr 2016/17 erwartet die GERRY WEBER International AG ein operatives Ergebnis (EBIT) auf Vorjahresniveau.



DER
LIFE
style

VON

GERRY WEBER



CHAN- CEN- UND RISIKO- BE- RICHT

Chancen und Risiken

Der Erfolg der GERRY WEBER Gruppe wird auch dadurch beeinflusst, dass wir Chancen und Risiken für unser Geschäftsmodell erkennen und diese bewusst steuern. Aufgabe des Risikomanagementsystems ist es, Chancen und Risiken frühzeitig zu identifizieren und diese angemessen in unseren strategischen und operativen Entscheidungen zu berücksichtigen. Ziel ist es, den Unternehmenserfolg nachhaltig zu sichern und seine langfristige profitable Weiterentwicklung zu unterstützen. Daher ist das Risiko- und Chancenmanagement zentraler Bestandteil der GERRY WEBER Unternehmungsführung. 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

Das GERRY WEBER Risikomanagementsystem ist zentraler Bestandteil der Unternehmenssteuerung und spiegelt sich unter anderem in den betrieblichen Prozessen, der Aufbau- und Ablauforganisation, dem Planungssystem, den Berichts- und Informationssystemen, den technischen Standards und einer Vielzahl von Managementanweisungen wider. Das System ist darauf ausgelegt, 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 dabei:

- Die Integration des Risikomanagementsystems in die laufenden operativen Geschäftsprozesse
- Identifizierung der Risiken und Überwachung der eingeleiteten Maßnahmen durch die Fach- und Funktionsbereiche
- Bewertung und Kontrolle der Risiken 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 sowohl 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 Identifizierung möglicher Risiken erfolgt durch die einzelnen Fachabteilungen bzw. deren Mitarbeitern. Identifizierte Risiken werden an das Risikomanagement-Team weitergeleitet. Zur Identifizierung nutzen wir unterschiedlichste Instrumente und Kennzahlensysteme wie die Analyse der Auftrags-, Umsatz, Ergebnis- und Bestandsentwicklung, Markt- und Wettbewerbsanalysen, Kundengespräche sowie die laufende Beobachtung und Beurteilung des wirtschaftlichen Umfelds.

Bewertung, Quantifizierung und Management von Risiken

Das Risikomanagement-Team verantwortet die Sammlung und Aggregation der identifizierten Risiken. Ferner analysiert das Team die Einzelrisiken und bewertet diese hinsichtlich ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit und ihrer möglichen Auswirkungen in Abstimmung mit den jeweiligen Fachbereichen. Entsprechend entsteht eine Einschätzung, in welchem Umfang die Einzelrisiken die GERRY WEBER Gruppe belasten könnten. Dabei werden die kalkulierten Auswirkungen als Abweichung zum geplanten bzw. erwarteten EBIT betrachtet.

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

Instrumente

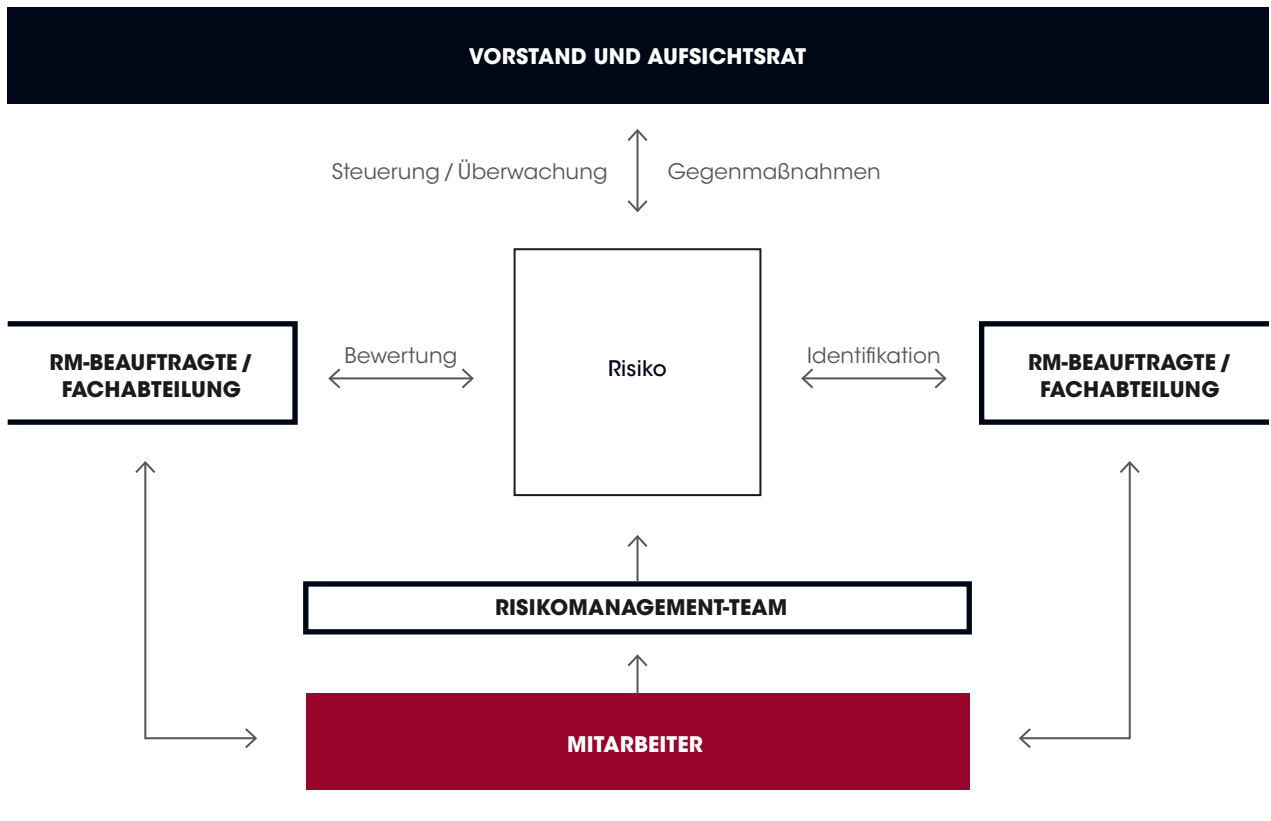
Die Formulierung und Bewertung der Einzelrisiken wird gemeinsam mit den Gegenmaßnahmen im Risikobericht zusammengefasst. Damit legt der Risikobericht die einzelnen Risiken in den unterschiedlichen Unternehmensbereichen offen und gibt Auskunft über das Gesamtrisiko der GERRY WEBER Gruppe. Der Risikobericht 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.

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 umfasst die Grundsätze, Verfahren und Maßnahmen zur Sicherung der Wirksamkeit, Wirtschaftlichkeit und Ordnungsmäßigkeit der

 **Risikomanagementprozess**



Rechnungslegung sowie die Einhaltung der rechtlichen Vorschriften. 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.

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 getestet. 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 getestet, 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. Sofern im Folgenden nicht anders angegeben, beziehen sich die einzelnen Risiken auf alle GERRY WEBER Segmente. Die Risikokategorie beruht auf einer Einschätzung der Eintrittswahrscheinlichkeit sowie

der Bewertung des Ausmaßes auf das geplante bzw. erwartete Konzern-Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) bezogen auf einen Planungshorizont von einem Jahr. Die für die GERRY WEBER Gruppe relevanten Risiken lassen sich in sechs Risikogruppen unterteilen: externe Risiken, Branchen- und Marktrisiken, unternehmensstrategische Risiken, finanz- und leistungswirtschaftliche Risiken sowie sonstige unternehmensbezogene Risiken.

Risiken aus externen Rahmenbedingungen

Risiko im Zusammenhang mit wetterbedingt ungünstigen Rahmenbedingungen

Zunehmende Veränderungen und saisonale Verschiebungen 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.

Saisonal ungünstige Witterungsbedingungen können den Absatz und damit auch Umsatz und Ertrag der GERRY WEBER Gruppe negativ beeinflussen. Für die jeweilige Jahreszeit atypische Temperaturen oder extreme Witterungsverhältnisse können die Kaufbereitschaft der Konsumenten für die jeweilige Saisonware maßgeblich mindern. Beispielsweise kann ein sehr milder Herbst und Winter den gewohnten Absatz der Herbst-/ Winterware reduzieren bzw. zeitlich verschieben. Höhere

Risikokategorien

		AUSMASS (AUF EBIT)			
		<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
EINTRITTSWAHRSCHEINLICHKEIT	unwahrscheinlich < 10%	UNBEDEUTEND	UNBEDEUTEND	MITTLERES RISIKO	MITTLERES RISIKO
	gering = 10% – 20%	UNBEDEUTEND	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

Bestände am Ende der jeweiligen Saison können ebenso Folge dieser Entwicklung sein, wie 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.

Die GERRY WEBER Gruppe hat seit Beginn 2016 ihre Einkaufsprozesse flexibilisiert, um sich auf eine mögliche volatile Kaufbereitschaft der Kunden einstellen zu können. Durch die Einführung so genannter „Open-to-buy-Limits“ 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 die Produktion von Trendware genutzt werden. Des Weiteren haben wir unser so genanntes „In-Season-Management“ verbessert sowie den Anteil von „Ganzjahresware“ erhöht. Entsprechend haben wir die Anzahl der Produkte erhöht, die kurzfristig, in Abhängigkeit der herrschenden Wetterbedingungen oder Anlass bezogen, auf die Verkaufsflächen geliefert werden können. Aufgrund der dargestellten Maßnahmen sowie der veränderten Kollektionsstruktur erachten wir die Eintrittswahrscheinlichkeit nicht der jeweiligen Jahreszeit entsprechende Ware liefern zu können als gering ein. Das Ausmaß wird jedoch als wesentlich eingeschätzt. Damit klassifizieren wir das Risiko aus ungünstigen wetterbedingten Rahmenbedingungen insgesamt als ein bedeutendes Risiko.

Makroökonomische und Geopolitische Risiken

Grundsätzlich unterliegt die GERRY WEBER Gruppe den allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklungen und politischen Veränderungen in den Ländern und Regionen, in denen wir tätig sind. So können konjunkturelle Rahmenbedingungen oder politische Unsicherheit 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 unter anderem durch die Konjunkturerwartungen, die Einkommenszuwächse aber auch die Arbeitslosenzahlen beeinflusst.

Auch geopolitische Ereignisse oder Änderungen des regulatorischen Umfelds, wie z.B. die Krise in Russland oder Handelssanktionen, könnten sich

negativ auf die Nachfrage der Verbraucher und somit auf unsere Geschäftsentwicklung auswirken. Ein solcher Negativtrend in der Konsumneigung könnte neben einem Absatzrückgang auch zu erhöhtem Margendruck führen. Unsere diversifizierte Vertriebsstrukturen in verschiedenen Ländern und Regionen sowie der Ausbau der Markenpräsenz reduziert die Abhängigkeit von einzelnen Regionen und lässt uns an positiven Entwicklungen partizipieren. Durch die Vielfalt unserer Marken sind wir in der Lage, neue Märkte und Kundenpotenziale zu erschließen und möglichen Nachfragerückgängen in den einzelnen Märkten entgegenzutreten. Vor diesem Hintergrund schätzen wir das Schadensausmaß einer negativen konjunkturellen Entwicklung, verbunden mit einer Verschlechterung der Konsumneigung der Verbraucher auf unser Geschäftsmodell, als moderat ein. Derzeit schätzen wir auch die Eintrittswahrscheinlichkeit als gering ein. Somit stufen wir dieses Risiko als mittleres Risiko ein.

Risiko höherer Gewalt

Zusätzlich zu politischen und regulatorischen Veränderungen besteht zudem eine mögliche Gefahr für die Geschäftsentwicklung der GERRY WEBER Gruppe in Form von terroristischen Handlungen und Umweltkatastrophen. 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 dieses Risiko in unseren Absatzmärkten so gering wie möglich zu halten, werden GERRY WEBER Produkte überwiegend in Ländern mit stabilen politischen Rahmenbedingungen vertrieben. Für mögliche Schäden aus Umweltkatastrophen haben wir, soweit es uns möglich ist, Versicherungen abgeschlossen, die den Schadensfall abdecken. Trotzdem können wir temporäre Auswirkungen z.B. durch Geschäftsschließungen aufgrund terroristischer Anschläge nicht ausschließen. Die Risiken aus höherer Gewalt schätzt die Gesellschaft derzeit als eher unbedeutend ein; wir halten die Eintrittswahrscheinlichkeit für unwahrscheinlich und das Schadensausmaß für sehr gering.

Branchen- und Marktrisiken

Mode- und Kollektionsrisiko

Unser Geschäftsmodell umfasst das Design, die Entwicklung, Herstellung und den Vertrieb von Modekollektionen und Accessoires. Die Herausforderung dabei besteht darin, die richtigen Trends rechtzeitig zu erkennen und in attraktive, den Bedürfnissen unserer Kundengruppen entsprechenden Kollektionen umzusetzen. In diesem Zusammenhang besteht das Risiko, dass Trends bzw. Markttendenzen nicht oder zu spät erkannt werden oder Teile der Kollektionen nicht den aktuellen Bedürfnissen unserer Kundinnen entsprechen.

Um aktuelle Trends rechtzeitig zu erkennen beobachten wir die nationalen und internationalen Modemärkte und adaptieren diese für unsere Zielgruppen. Regelmäßige Kundenbefragungen sowie das Feedback von unseren Modeberaterinnen auf unseren eigenen Verkaufsflächen helfen uns, die Anforderungen unserer Kundinnen frühzeitig zu erfassen und in unseren Kollektionen umzusetzen. Ferner erhalten wir von rund



Verkaufsstellen

liefern täglich eine Übersicht der Abverkaufszahlen

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 sowie anlassbezogener Produktkapseln alle zwei bis drei Wochen neue Ware auf die Verkaufsflächen liefern. Die GERRY WEBER Gruppe repräsentiert fünf Markenfamilien, was die Wahrscheinlichkeit einer totalen Fehlentwicklung aller Kollektionen deutlich reduziert.

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

Risiko im Zusammenhang mit einer veränderten Kundenstruktur

Auch unsere Wholesale-Kunden sind internen und externen Risiken ausgesetzt, die deren Umsatz-, Ertrags- und Liquiditätslage negativ beeinflussen können. Ebenso kann ein Nachfragegang der Endkunden die Geschäftslage unserer Wholesale-Partner verschlechtern. 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. Auch die derzeit voranschreitende Konsolidierungstendenz im Markt könnte die Anzahl an potenziellen Vertriebspartnern für die GERRY WEBER Marken reduzieren.

Den aus diesen Risiken resultierenden Umsatz- und Ertragseinbußen wirken wir einerseits durch unser eigenes Retail Geschäft, 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%.

Wir haben Maßnahmen und Programme definiert, um unsere Wholesale-Kunden u. a. bei der Warenpräsentation und der Flächenbestückung zu unterstützen, die Attraktivität von GERRY WEBER als Partner zu verbessern und unsere Partner langfristig an uns zu binden.

Aufgrund der dargestellten Maßnahmen, 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 als unwahrscheinlich ein 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. Unser Ziel ist es, durch die hohe Qualität und Passform unserer Produkte sowie den Stil unserer Kollektionen unser Alleinstellungsmerkmal in unserem Segment und für unsere Zielgruppen weiter auszubauen und somit die Markteintrittsbarrieren für neue Wettbewerber zu erhöhen. Durch die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Kollektionen und unserer Vertriebswege kommen wir den Bedürfnissen unserer Kundinnen nach und erhöhen die Bindung an unsere Marken.

Mit der Einführung der Partnerschaftsmodelle für den Wholesale unterstützen wir unsere Partner bei der Warenpräsentation und dem Warenmanagement und binden diese an unsere Marken.

Vor dem Hintergrund der hohen Fragmentierung des Modemarktes in unserem Segment sowie der derzeit anhaltenden Konsolidierungswelle in der Modebranche 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 dem Vertriebssegment Retail

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

Vor dem Hintergrund eines sich verändernden Konsumverhaltens der Endverbraucher, sinkender Kundenfrequenzen, insbesondere in kleineren und mittleren Städten, sowie der zunehmenden Bedeutung des Online-Handels hat sich GERRY WEBER entschieden, teilweise eigene Geschäfte der Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON (GERRY WEBER Core) zu schließen. Im Rahmen des Programmes FIT4GROWTH wurden 103 Filialen zur Schließung definiert. Weitere Schließungen, über die 103 bereits festgelegten Filialen hinaus, schließt das Management nicht aus. Andererseits befindet sich die rein vertikal aufgestellte Tochtergesellschaft HALLHUBER weiterhin auf einem kontrollierten Expansionskurs.

Grundsätzlich bedingt eine zunehmende Anzahl konzernweiter Verkaufsflächen eine Erhöhung des Bestandsrisikos. Das Bestandsmanagement soll so ausgelegt sein, dass jederzeit Ware für die optimale Bestückung der Flächen zur Verfügung gestellt werden kann ohne am Ende einer Saison hohe Überbestände auszuweisen.

Des Weiteren erhöhen sich durch den Ausbau des eigenen Retail-Bereiches die Fixkosten der GERRY WEBER Gruppe wie z. B. Personal- und Mietaufwendungen, die bei planmäßigen Umsätzen einer höheren Rohertragsmarge gegenüberstehen. Nachfrage- und damit verbunden Umsatzrückgänge könnten sich negativ auf die Profitabilität der GERRY WEBER Gruppe auswirken, da bei konstanten Fixkosten die Marge sinken könnte. Fixkosten könnten nicht schnell genug reduziert bzw. umsatzabhängig gesteuert werden.

Der Erfolg der Retail-Expansion hängt ferner von der richtigen Standortwahl ab. Eine wirtschaftlich schlecht laufende Verkaufsfläche könnte nicht die notwendige Zielprofitabilität erreichen und einen geringeren Anteil oder sogar einen Verlust zum Konzernerfolg beitragen. Dies könnte sich ebenfalls negativ auf die Umsatz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe auswirken. Ein solches Szenario ist auch im Zusammenhang mit anderen Risiken zu sehen, wie etwa einer veränderten Wettbewerbsstruktur oder atypischen Witterungsbedingungen, die Ursache für einen wirtschaftlich unattraktiven Geschäftsverlauf einzelner Verkaufsstellen sein können.

Vor dem Hintergrund der Maßnahmen des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH und der damit verbundenen Filialschließungen hat sich das Risikoprofil leicht verbessert. Dieser Risikoreduzierung stehen jedoch Neueröffnungen unserer Tochtergesellschaft HALLHUBER gegenüber, sodass wir das Risikopotenzial aus dem Retail-Geschäft immer noch als bedeutendes Risiko einschätzen.

Den aus dem Retail-Geschäft erwachsenen Risiken treten wir mit verschiedenen Maßnahmen entgegen: Vor Neueröffnung einer Verkaufsfläche werden detaillierte Standortanalysen sowie Analysen des Markt- und Kundenpotenzials durchgeführt. Zur Minderung des Bestandsrisikos hat die GERRY WEBER Gruppe ihre Einkaufsprozesse flexibilisiert. Bei den so genannten „Open-to-buy-Limits“ 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. Zur besseren Steuerung der Fixkosten wurden Maßnahmen ergriffen, um die Personal- und Mietkosten des Retail-Bereiches zu flexibilisieren. Dazu zählen unter anderem die Implementierung eines zentral gesteuerten Arbeitszeitmanagements sowie die Einführung variabler Gehaltsbestandteile im Retail-Segment, ebenso wie die Vereinbarung umsatzabhängiger Mieten z. B. bei den Concession-Flächen.

Aufgrund sich verändernder Rahmenbedingungen und der damit verbundenen externen Risiken schätzen wir die derzeitige Eintrittswahrscheinlichkeit eines Risikos basierend auf dem Retail-Segment als mittel ein. Vor dem Hintergrund des derzeitig herausfordernden Marktumfeldes und der Bedeutung des eigenen Retail-Geschäftes sind die Auswirkungen als moderat einzuschätzen. Somit kategorisieren wir die Retail-Risiken als bedeutend ein. Im Gegenzug sehen wir in diesem Vertriebssegment aber auch beträchtliche Chancen zur Sicherung des zukünftigen Wachstums der GERRY WEBER Gruppe.

Marken- und Corporate Image-Risiko

Der wirtschaftliche Erfolg der GERRY WEBER Gruppe beruht unter anderem auf dem Markenimage und der langfristigen Positionierung unserer Marken. Die Modeaussage, der Stil unserer Marken, der hohe Qualitätsstandard und die gute Passform unserer Mode sind unverwechselbare Merkmale und bilden die Basis für das Markenimage. Eine klare Markenpositionierung und dessen gezielte Kommunikation sowie eine eindeutige Definition unserer einzelnen Zielgruppen 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. Ferner können einzelne Maßnahmen des Programms zur Neuausrichtung FIT4GROWTH z. B. während der Umsetzungsphase Auswirkungen auf das Image der Gesellschaft haben.

Zur Minderung des Marken- und Corporate Image Risikos unterstützen wir die Positionierung unserer Marken durch verschiedene Marketing-, Event- und Sponsoringmaßnahmen. Die Marken werden sowohl am Point of Sale als auch im E-Shop entsprechend ihres Markenimages präsentiert. Der Relaunch unseres E-Shops ermöglicht es uns, die einzelnen Zielgruppen noch bedarfsorientierter anzusprechen und die Marken individuell vorzustellen.

Zur Einhaltung unserer hohen Qualitätsstandards 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 wir die Eintrittswahrscheinlichkeit, dass es zu einer Schädigung des Markenimages kommen kann als mittel ein. Das Ausmaß halten wir im Eintrittsfall für moderat. Folglich kategorisieren wir dieses Risiko als bedeutend ein.

Investitionsrisiko

Neben den Risiken, die mit der Neueröffnung von eigenen Verkaufsflächen verbunden sind, können Fehlinvestitionen und/oder Abweichungen von Plankosten für Investitionsprojekte die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe negativ beeinflussen.

In den kommenden Geschäftsjahren 2016/17 und 2017/18 wird unsere Marke HALLHUBER weiterhin kontrolliert und planmäßig expandieren. Neben eigenen Geschäften soll insbesondere in risikoärmere Concession-Flächen investiert werden. Für die Marken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON ist nur eine äußerst geringe Anzahl von Neueröffnungen geplant. Größere Investitionsprojekte sind ebenfalls nicht vorgesehen. Vor diesem Hintergrund erachten wir das Risiko von zukünftigen Fehlinvestitionen für die gesamte GERRY WEBER Gruppe als deutlich geringer als in den Jahren zuvor. Bei einer unwahrscheinlichen Eintrittswahrscheinlichkeit und der Kalkulation eines sehr geringen Ausmaßes kategorisieren wir das Investitionsrisiko als unbedeutend.

Ausweitung des Programms FIT4GROWTH

Die aktuell schwierige Situation in der Modebranche, geprägt durch ein verändertes Konsumverhalten und sinkende Kundenfrequenzen, aber auch interne Fehlentwicklungen haben dazu geführt, dass die Umsätze und die Profitabilität der GERRY WEBER Gruppe deutlich belastet wurden und noch werden. Um diesen negativen Entwicklungen entgegenzuwirken und langfristig Profitabilität und Wachstum der Gesellschaft zu sichern, hat der Vorstand das Programm zur Neuausrichtung der GERRY WEBER Gruppe FIT4GROWTH implementiert.

Im Geschäftsjahr 2015/16 sind alle geplanten Maßnahmen des Programms zur Neuausrichtung im vorgegebenen Zeitrahmen umgesetzt worden. Dies gilt sowohl für die umgesetzten Geschäftsschließungen, die Definition neuer Prozesse und dem damit verbundenen Stellenabbau in der Zentrale als auch für die ersten Maßnahmen zur Stärkung des Wholesale und zur Modernisierung der Marken.

Verzögerungen oder weiterreichende Probleme bei der Umsetzung der für das Geschäftsjahr 2016/17 geplanten Maßnahmen können zu zusätzlichen Einmalaufwendungen und Ergebniseinbußen führen. Auch eine notwendige Ausweitung der Maßnahmen über das bisherige Maß hinaus stellt in diesem Zusammenhang ein Risiko für den Unternehmenserfolg dar.

Sollte sich das Marktumfeld für die Modebranche weiter eintrüben und/oder externe Faktoren zu einer deutlichen Verschlechterung der Konsumbereitschaft in unseren Kernmärkten führen und/oder die Gesellschaft es nicht rechtzeitig schaffen, die Kernmarke GERRY WEBER zu modernisieren, wären weitergehende Maßnahmen und Investitionen notwendig, die die Umsatz- und Ertragslage negativ beeinflussen können. Das Risiko einer Ausweitung des Programms FIT4GROWTH erachten wir derzeit als gering. Sollte diese geringe Wahrscheinlichkeit jedoch eintreten, kalkulieren wir ein moderates Ausmaß, so dass sich eine mittlere Risikoeinstufung ermittelt.

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 oder Norwegen. 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 sich aus der Beschaffung



PROZENT

befrug die Forderungsausfallquote im Geschäftsjahr 2015/16

ergebende USD-Bedarf wird auf Grundlage der Planrechnungen für jede einzelne Kollektion ermittelt und zu 100% durch Devisentermingeschäfte abgesichert. Die Laufzeit der abgeschlossenen Devisenderivate beträgt in der Regel 12–24 Monate. Ergibt sich während des Saisonverlaufs ein zusätzlicher Fremdwährungsbedarf wird, falls notwendig, eine zusätzliche Absicherung vorgenommen. Die GERRY WEBER International AG betreibt darüber hinaus keinen Handel mit Finanzinstrumenten.

Ferner können aufgrund unseres flexiblen Sourcing Systems und der Anzahl von geprüften Produktionspartnern in verschiedenen Ländern Währungsrisiken vermieden werden.

Konzerninterne Währungsrisiken werden auch durch natürliches Hedging minimiert, so 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 der hieraus resultierenden 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 moderat angesehen werden. Damit schätzen wir das Währungsrisiko insgesamt als mittleres Risiko ein.

Risiko von Forderungsausfällen

Die zur Vermeidung von Forderungsausfällen notwendige Bonität unserer Kunden beruht auf der Leistungsfähigkeit seinen Zahlungen pünktlich nachzukommen. Gegenstand der Prüfung und kontinuierlichen Überwachung unserer Kunden ist die persönliche und wirtschaftliche Kreditwürdigkeit. Trotz dieser Prüfungen und 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 Maßnahmen betrachten wir die Eintrittswahrscheinlichkeit von Forderungsausfällen eher als unwahrscheinlich und das Ausmaß auf unser EBIT als gering. Insgesamt schätzen wir das Risiko aus Forderungsausfällen daher als unbedeutend ein.

Finanzierungs- und Liquiditätsrisiko

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 stark über Eigenkapital finanziert. 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. Tilgungen wurden bereits im November 2016 planmäßig vorgenommen. Entsprechend stellt das Finanzierungs- bzw. Liquiditätsrisiko bei GERRY WEBER ein untergeordnetes Risiko dar. Selbst bei einer Veränderung der Kreditvorgabepolitik 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 können sich auf zukünftige Zinszahlungen für variabel verzinsliche Geldanlagen und -aufnahmen auswirken. Wesentliche Zinsänderungen können daher Rentabilität, Liquidität und die Finanzlage des Konzerns beeinflussen. Die GERRY WEBER International AG steuert dieses Risiko, indem sie langfristige Verbindlichkeiten zu größtenteils festen Zinssätzen aufnimmt. Um saisonal abhängige Liquiditätsspitzen mit variablen Zinsvereinbarungen bzw. die variablen Tranchen der Schuldscheindarlehen abzufangen, werden

teilweise Zinsderivate zur Sicherung abgeschlossen. In vertretbarem Maße können auch variable Zinsen sinnvoll sein, um von niedrigen Zinsen profitieren zu können.

Das zur Finanzierung des Logistikzentrums aufgenommene Schuldscheindarlehen in Höhe von EUR 75 Mio. ist mit festen und variablen Zinstranchen ausgestattet. Die fixen Tranchen haben einen durchschnittlichen Zinssatz von 2,3%. 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 diente zur Finanzierung der HALLHUBER Akquisition. Der durchschnittliche festverzinsliche Zinssatz dieses Schuldscheindarlehens wurde mit 1,5% abgeschlossen. Die von unserer Tochtergesellschaft HALLHUBER im Jahr 2013 platzierte Anleihe mit einem Zinssatz von 7,25% wurde im Geschäftsjahr 2015/16 fristgerecht zum 18. Juni 2016 zurückgezahlt. Die Rückzahlung wird sich positiv auf die zukünftigen 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.

Leistungswirtschaftliche Risiken

Absatz- und Warenbestandsrisiko aus dem Wholesale-Geschäft

Das Absatz- und Warenbestandsrisiko resultierend aus unserem eigenen Retail-Geschäft haben wir bereits ausführlich in diesem Risikobericht aufgeführt. Aufgrund einer geringen Warenbevorratung für das Wholesale-Geschäft z. B. zur Bedienung von Nachbestellungen oder von „NOS-Ware“ besteht auch in diesem Vertriebssegment ein Waren- und Bestandsrisiko. Ferner resultiert aus den neu eingeführten Partnerschaftsmodellen für den Wholesale ein gewisses Retouren- und Bestandsrisiko.

30

MIO. EURO

HALLHUBER Anleihe
im Juli 2016 vorzeitig
zurückgezahlt

Zur Bedienung möglicher Nachbestellungen unserer Wholesale-Partner innerhalb des Saisonverlaufes können ebenfalls die bereits dargestellten flexiblen Einkaufsvolumina (Open-to-buy-Limits) genutzt werden. Ferner wirkt einem möglichen Bestandsaufbau der mit den Partnerschaftsmodellen verbundene Ausbau des Warenbestandsmanagements auf den Flächen unserer Handelspartner entgegen. Vor diesem Hintergrund erachten wir die Eintrittswahrscheinlichkeit des Bestandsrisikos aus dem Wholesale-Segment sowie das Ausmaß als gering an. Damit ist das Risiko als mittleres Risiko einzustufen.

Beschaffungsrisiko

Unsere hohen Ansprüche an die Qualität und Passform der GERRY WEBER Produkte sowie die Einhaltung der Liefertermine bedingen hohe Anforderungen an unsere Lieferanten. Vor Aufnahme in den GERRY WEBER Lieferantenpool müssen sich alle potenziellen Produktionspartner verschiedenen Kontrollen unterziehen, um unseren strengen Auswahlkriterien zu entsprechen. Neben technischen Fertigungsstandards und Know-how, einer Kapazitäts- und Bonitätsprüfung werden insbesondere die Einhaltung sozialer Standards und lokaler Gesetze überprüft. Eine Vorprüfung reicht uns jedoch nicht aus. Während des Produktionsprozesses kontrollieren GERRY WEBER Mitarbeiter aus den lokalen Beschaffungsbüros die Einhaltung unserer Standards direkt vor Ort. Die Vergabe 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.

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

Das Risiko besteht einerseits im Ausfall eines oder mehrerer Zulieferer z. B. aufgrund technischer oder wirtschaftlicher Probleme. Ein kurzfristiger notwendiger Lieferantenwechsel könnte zu Verzögerungen in der Belieferung und/oder zu erhöhten Beschaffungspreisen führen. Gleiches gilt im Falle gestiegener Beschaffungspreise aufgrund von Lohnerhöhungen, Handelsbeschränkungen und/oder höherer Zölle.

Andererseits besteht trotz umfassender Qualitätsprüfungen das Risiko, dass Materialien oder Verarbeitungstechniken verwendet werden, die nicht unseren Vorgaben und damit unseren Qualitätsstandards entsprechen. Gleiches gilt für die Einhaltung von Sozialstandards und Arbeitsbedingungen bei den Lieferanten oder deren Zulieferern vor Ort. Dies könnte die Auslieferung von Ware verzögern. Auch könnte das Image der GERRY WEBER Gruppe negativ beeinflusst werden.

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

Logistikrisiko

Jede Störung der Logistikprozesse kann sich negativ auf unsere Lieferfähigkeit und damit auf die termingerechte Auslieferung unserer Produkte auswirken. Die Folge wären Umsatzausfälle, zusätzliche Kosten sowie möglicherweise auch eine Verschlechterung der Kundenbeziehungen. Seit Beginn des Kalenderjahres 2016 werden zunehmend alle Logistikprozesse durch unser neu gebautes Logistikzentrum übernommen und die Kapazitäten bei den bisher beauftragten externen Logistikpartnern allmählich zurückgefahren.

Das Ende 2015 fertig gestellte, neue Logistikzentrum ist genau auf unsere Bedürfnisse zugeschnitten und wird durch eine 100% Tochtergesellschaft der GERRY WEBER International AG mit eigenen Mitarbeitern betrieben. Aus früher acht durch externe Partner betriebenen Logistikzentren (GERRY WEBER Core und HALLHUBER) wird ein gemeinsames Warenlager für alle Vertriebskanäle. Eine genaue Allokation der eingehenden Produkte nach Vertriebskanal wird nach Überführung aller Vertriebskanäle in das neue Logistikzentrum nicht mehr

notwendig sein. Es wird einen Warenbestand für alle Marken und Vertriebswege geben. Das neue zentralisierte Logistikkonzept vermindert somit das Risiko einer Fehlallokation von Waren und reduziert die Kosten der Logistik.

Seit Beginn 2016 wurden entsprechend eines genau festgelegten Zeit- und Ablaufplanes die Produkte der einzelnen Marken in das neue Logistikzentrum überführt und von dort ausgeliefert. Parallel dazu erfolgte die kontinuierliche Steigerung und Nutzung der vorhandenen Kapazitäten. Eine Ausnahme bildet die Ware für das Online-Geschäft, welche aus vertraglichen Gründen erst zu einem späteren Zeitpunkt in das neue Logistikzentrum überführt wird. Bis dahin wird das Online-Geschäft mit unseren Endkunden weiterhin durch unsere externen Partner durchgeführt.

In der Phase der Umstellung von den dezentralen Lagern auf unser zentrales Logistikzentrum kann es zu Verzögerungen und / oder Fehlallokationen kommen. Wir haben jedoch für die Anlaufphase eine ausreichende Übergangszeit eingeplant, um dieses Risiko zu minimieren. Gleiches gilt für die Notwendigkeit technischer und / oder prozessualer Anpassungen bei den neu implementierten Prozessen. Sollte diese Umstellungsphase jedoch länger als geplant andauern bzw. eine weitreichende Anpassung der technischen Ausstattung oder Prozesse notwendig sein, kann dies Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe haben.

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

Vor dem Hintergrund der Zeitplanung bei der Umstellungsphase sowie der technischen Ausstattung des neuen Logistikzentrums stufen wir die Eintrittswahrscheinlichkeit eines Risikos basierend auf der Zentralisierung der Logistikabläufe als gering ein. Die möglichen Auswirkungen schätzen wir ebenfalls als gering ein, sodass das Logistikrisiko als mittleres Risiko kategorisiert wird.

Informationstechnisches Risiko

Grundsätzlich besteht das Risiko, dass IT-Komponenten bzw. -Systeme ausfallen, beeinträchtigt und / oder durch externe Einflüsse verfälscht oder sogar zerstört werden können. Solche Beeinträchtigungen könnten zu einer Geschäftsunterbrechung führen. Projekte von wesentlicher Bedeutung für den Konzern könnten sich verzögern und damit teurer werden als geplant. Darüber hinaus könnten Cyberkriminalität, z. B. durch Virenprogramme zu Systemstörungen und schließlich zum Verlust von geschäftskritischen und / oder vertraulichen Informationen führen. Um dieses Risiko zu minimieren, werden unsere

Netzwerke ständig überwacht. Der Großteil der Serverstrukturen wurde an ein externes Rechenzentrum ausgelagert, um einen noch besseren Schutz für unsere Systeme und Daten zu gewährleisten. Ferner haben wir Sicherungs- und Schutzsysteme implementiert, um dem Verlust und dem Missbrauch von Daten entgegenzuwirken.

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

Aufgrund der Einführung neuer wesentlicher IT-Systeme und Programme sowie der zunehmenden Auslastung des Logistikzentrums stufen wir einmalig für das Geschäftsjahr 2016 / 17 die Wahrscheinlichkeit von zeitlichen Verzögerungen von Projekten jedoch als gering ein. Das Ausmaß kalkulieren wir ebenfalls als gering, so dass das Informationstechnische Risiko insgesamt als mittleres Risiko eingestuft wird.

Sonstige Risiken

Personalrisiko

Das Engagement und die Fähigkeiten unserer Mitarbeiter sowie das von ihnen aufgebaute Expertenwissen sind entscheidende Faktoren für den Erfolg der GERRY WEBER Gruppe. Personalrisiken ergeben sich im Wesentlichen durch die Personalbeschaffung, mangelnde Qualifikation und durch Fluktuation der Mitarbeiter. Um diese Risiken zu begrenzen, verfolgen wir unterschiedliche Ansätze: attraktive Vergütungs- und flexible Arbeitszeitmodelle, herausfordernde Aufgaben und vielfältige Karriereperspektiven sollen die Mitarbeiter an die GERRY WEBER Gruppe binden. Wir investieren in die Nachwuchsförderung, sei es durch die Schaffung neuer Ausbildungsplätze oder dem Ausbau von fachspezifischen Praktikanten- und Nachwuchsprogrammen.

Das Risiko resultierend aus einem möglichen Fachkräftemangel wurde aufgrund der Umsetzung der Maßnahmen aus dem Programm FIT4GROWTH zunächst minimiert, könnte jedoch zukünftig für spezifische Positionen wieder an Bedeutung gewinnen, sodass wir auch weiterhin kontinuierlich daran

arbeiten, die Attraktivität der GERRY WEBER Gruppe als Arbeitgeber zu verbessern. Eine nachhaltige und vorausschauende Personalpolitik bleibt entsprechend weiterhin im Fokus unserer Gesellschaft.

Vor dem Hintergrund der Umsetzungsphase des Programms zur Neuausrichtung und dessen Auswirkungen erachten wir die Eintrittswahrscheinlichkeit von Personalrisiken derzeit als mittel. Das Ausmaß der genannten Risiken schätzen wir als gering ein. 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.

Um rechtliche Risiken zu vermeiden und regelkonformes Verhalten im Unternehmen zu verankern, hat GERRY WEBER ein umfassendes Compliance-Programm implementiert, das eine Reihe organisatorischer und präventiver Maßnahmen beinhaltet. Im Verhaltenskodex sowie 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

Die GERRY WEBER International AG hat sich gegen wesentliche Risiken u. a. aus Sachschäden und Betriebsunterbrechungen extern abgesichert. Im Schadensfall muss GERRY WEBER daher nur bis zur Höhe des Selbstbehalts für den Schaden aufkommen. Ferner wirken wir Risiken durch Sachanlageschäden unter anderem durch die Einführung effizienter baulicher und technischer Schutzmaßnahmen wie z. B. Brandschutztüren, Rauchmelder, aber auch durch regelmäßige Wartungen und Überprüfungen von Anlagen und Maschinen entgegen. 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	moderat	mittleres Risiko	→
	Risiko aus höherer Gewalt	unwahrscheinlich	sehr gering	unbedeutendes Risiko	→
Branchen- und Marktrisiken					
	Mode- und Kollektionsrisiko	gering	wesentlich	bedeutendes Risiko	→
	Risiko aus einer veränderten Kundenstruktur	unwahrscheinlich	gering	unbedeutendes Risiko	→
	Risiko aus einer veränderten Wettbewerbsstruktur	unwahrscheinlich	gering	unbedeutendes Risiko	→
Unternehmensstrategische Risiken					
	Risiko im Zusammenhang mit dem Vertriebssegment Retail	mittel	moderat	bedeutendes Risiko	→
	Marken- und Corporate Image Risiko	mittel	moderat	bedeutendes Risiko	↗
	Investitionsrisiko	unwahrscheinlich	sehr gering	unbedeutendes Risiko	→
	FIT4GROWTH	gering	moderat	mittleres Risiko	n. a.
Finanzwirtschaftliche Risiken					
	Währungsrisiko	unwahrscheinlich	moderat (vor Maßnahmen 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	gering	gering	mittleres Risiko	→
	Beschaffungsrisiko	unwahrscheinlich	gering	unbedeutendes Risiko	→
	Logistikrisiko	gering	gering	mittleres Risiko	↗
	Informationstechnisches Risiko	gering	gering	mittleres Risiko	↗
Unternehmensbezogene Risiken					
	Personalrisiko	mittel	gering	mittleres Risiko	→
	Rechtliche und Compliance Risiken	unwahrscheinlich	gering	unbedeutendes Risiko	→
	Haftungsrisiko	unwahrscheinlich	sehr gering	unbedeutendes Risiko	→

→| Unveränderte Risikobedeutung ↗ Gestiegene Risikobedeutung ↘ Gesunkene Risikobedeutung

Chancenbericht

Als international tätiges Modeunternehmen ändern sich nicht nur die Modetrends und Saisonverläufe, 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.

Eine mögliche Verbesserung der wirtschaftlichen und geopolitischen Lage in einigen Ländern bzw. Regionen, in denen wir unsere Mode vertreiben, kann einen positiven Einfluss auf die Umsatz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe haben. So könnte unter anderem eine Erholung der Konjunktur in Russland zu zusätzlichen Geschäftschancen führen.

Generell bietet der geplante Eintritt der Marke HALLHUBER in neue Märkte und die Zusammenarbeit mit neuen Partnern die Chance, neue Kundengruppen und somit zusätzliche Wachstumsmöglichkeiten für die GERRY WEBER Gruppe zu erschließen. Darüber hinaus bietet die Entwicklung neuer Produkte und Marken 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 im Flächenausbau unserer kürzlich neu platzierten Marke talkabout.

Aufgrund unserer flexiblen Beschaffungsstrukturen sowie unseres breiten Pools an geprüften Produktionspartnern in unterschiedlichen Regionen können wir schnell reagieren und Produktionskapazitäten in den Regionen nutzen, die sich bei gleichbleibenden Qualitäten durch niedrigere Preisstrukturen auszeichnen.

Das neue Logistikzentrum reduziert nicht nur die Logistikkosten, sondern ermöglicht eine schnellere und optimierte Verfügbarkeit von Produkten auf den Verkaufsflächen und bietet so die Chance, bisher nicht genutzte Umsatzpotenziale zu heben.

Die zunehmende Bedeutung des Online-Handels in der Modeindustrie sehen wir ebenfalls als Chance, neue Kundengruppen für die GERRY WEBER Marken gewinnen zu können. Mit dem Relaunch unseres GERRY WEBER Online Shops im Frühjahr 2017 sowie mit dem Ausbau des Online Geschäftes mit externen Plattformen wollen wir auf das sich verändernde Kaufverhalten unserer Kunden reagieren, neue Kundengruppen erschließen und von den sich darbietenden Potenzialen profitieren. Die weitere Verknüpfung von Stationärem und Online Handel sehen wir als Chance, um bislang nicht ausgenutzte Umsatzpotenziale zu realisieren.

Die zunehmende Konsolidierung im Modeeinzelhandel kann ebenfalls als Chance angesehen werden. Ferner könnten sich Mitbewerber aufgrund des herausfordernden Marktumfeldes aus unseren Vertriebsländern zurückziehen. In beiden Fällen könnte die GERRY WEBER Gruppe von freiwerdenden Marktanteilen profitieren.

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

BE- RICHT- ERSTAT- TUNG

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

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das Gezeichnete Kapital (Grundkapital) der GERRY WEBER International AG betrug zum Ende des Berichtszeitraums am 31. Oktober 2016 unverändert EUR 45.905.960,00. Das Grundkapital ist in 45.905.960 auf den Inhaber lautende Stückaktien eingeteilt. Es wurden keine Kapitalmaßnahmen im Geschäftsjahr 2015/16 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 2016 direkt

und indirekt mit 29,64% am Grundkapital der Gesellschaft beteiligt. Aufsichtsratsmitglied Udo Hardieck wurden zum 31. Oktober 2016 direkt und indirekt 17,52% des Aktienkapitals zugerechnet. Darüber hinaus sind der Gesellschaft keine weiteren Stimmrechte bekannt, die 10% des Grundkapitals der GERRY WEBER International AG überschreiten.

Vorschriften zur Satzungsänderung sowie zur Bestellung bzw. Abberufung von Vorstandsmitgliedern

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 Vorsitzenden 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 Aktienausgabe festzulegen.

Ferner wurde mit Beschluss der Hauptversammlung vom 6. Juni 2013 das Grundkapital um bis zu EUR 4.590.590,00 durch Ausgabe von bis zu 4.590.590 neuen, auf den Inhaber laufenden Stückaktien bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von auf den Inhaber lautenden Stückaktien an die Inhaber von Wandel- und 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 2016 hielt die Gesellschaft keine eigenen Aktien.

Bedingungen eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots

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

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

Im Falle einer vorzeitigen Beendigung der Vorstandstätigkeit, ohne dass ein wichtiger Grund vorliegt, werden die Zahlungen an das ausscheidende Vorstandsmitglied einschließlich der Nebenleistungen nicht länger als zwei Jahre fortgeführt (Vereinbarung eines Abfindungs-Caps). Darüber hinaus dürfen die Zahlungen auch die Vergütung für die Restlaufzeit des jeweiligen Dienstvertrags nicht überschreiten. Somit entsprechen die Regelungen in den Vorstandsverträgen hier den Empfehlungen des DCGK in seiner Fassung vom 5. Mai 2015. 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 2015/16 (31. Oktober 2016) haben sich keine weiteren wesentlichen Ereignisse oder Geschäftsvorfälle 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 fasst die Einschätzungen des Managements über den zukünftigen Verlauf der erwarteten unternehmensspezifischen, finanziellen, gesamtwirtschaftlichen, branchenbezogenen und geopolitischen Entwicklungen zusammen, die den Geschäftsverlauf der GERRY WEBER Gruppe beeinflussen können. Der folgende Abschnitt entspricht dem Kenntnisstand des Managements zum Zeitpunkt der Erstellung des zusammengefassten Konzernlageberichts. Als international agierender Mode- und Lifestyle Konzern mit Absatz- und Beschaffungsstrukturen im In- und Ausland sind die wirtschaftlichen, politischen und sozialen Rahmenbedingungen auch außerhalb unseres Heimatmarktes von Bedeutung.

Ausblick auf die Entwicklung der Weltwirtschaftslage in den wichtigsten Absatzmärkten

Nach einem prognostizierten Wachstum von 3,1% für 2016 rechnen die Experten des Internationalen Währungsfonds (IWF) für 2017 mit einem Wachstum des weltweiten Bruttoinlandsprodukts von 3,4%. Zunehmende Unsicherheiten könnten jedoch durch den Beginn der Verhandlungen zum Austritt Großbritanniens aus der EU entstehen und ein potenzielles Wachstumsrisiko darstellen. Unmittelbare Auswirkungen auf unseren Absatz in Großbritannien erwarten wir aufgrund des Brexit derzeit jedoch nicht. Sollte US-Präsident Donald Trump den Freihandel einschränken und den US-Markt abschotten, könnte dies nicht nur negative Auswirkungen auf die Entwicklung der Weltwirtschaft haben, sondern auch insbesondere die exportstarke deutsche Wirtschaft schwächen. Folgerichtig sind sich die Konjunkturforscher in dem Punkt einig, dass das deutsche Bruttoinlandsprodukt für 2017 geringer ausfallen wird als für 2016. Die einzelnen Institute haben bisher unterschiedliche Prognosen und Wachstumsziele veröffentlicht. Diese betragen im Durchschnitt 1,5%.

Das im Branchen- und Wirtschaftsbericht beschriebene, über die letzten Monate und Jahre sehr stabile Konsumklima, insbesondere in unserem Heimatmarkt Deutschland mit einer hohen Anschaffungs- und Konsumneigung der deutschen Konsumenten, scheint auch für das kommende Geschäftsjahr ungebrochen. So setzte sich der Trend mit einem Konsumklimaindex von 9,7, 9,8 und 9,9 Zählern auch in den Monaten November, Dezember 2016 und Januar 2017 bei ebenfalls steigenden Konjunkturaussichten fort. Aus der volkswirtschaftlichen Perspektive dürfte die hohe Konsumneigung ein ideales Nachfrageklima für die Modebranche aufweisen. Die tatsächliche Nachfrageentwicklung 2016 zeigte sich dagegen, trotz exzellenter Rahmenbedingungen, im deutschen Textilhandel wie auch bei der GERRY WEBER Gruppe, als rückläufig. Durch den strukturellen Wandel und das veränderte Konsumentenverhalten lässt sich das Konsumentenverhalten nicht länger aus den Erfahrungen der Vergangenheit ableiten. Neben dem veränderten Nachfrageverhalten, weg von Kleidung hin zu digitalen Gadgets, Reisen, Freizeitprodukten und Immobilien spielt auch in Zukunft der Frequenzrückgang in den Innenstädten und der steigende Online-Handel eine wichtige Rolle. Zwar werden im gesamten Einzelhandel immer noch 90% der Umsätze im stationären Handel generiert, jedoch spielt das Online-Angebot nicht nur für die reine Transaktion, sondern auch für die Information und Kundenbindung im Vorfeld eine immer bedeutendere Rolle. Auch wenn die Anzahl an Spontankäufen über das Smartphone, insbesondere von jungen Frauen, enorm steigt, so scheint die Mehrzahl aller Einkäufe laut einer Studie der Unternehmensberatung A.T. Kearney tatsächlich immer noch geplant zu sein. Das Ladenlokal und der dortige Kauf scheinen in vielen Fällen immer noch das Ende einer digital gesteuerten Reise zu sein. Das heißt die Kundin informiert sich im Vorfeld über das Internet und trifft bereits eine Entscheidung noch bevor sie für den tatsächlichen Kauf in den Laden kommt. Dieses sogenannte „Webrooming“ bietet sowohl Chancen als auch Risiken für den Handel. Zum einen muss die digitale Reise im Vorfeld durch entsprechende Angebote begleitet werden, zum anderen muss dann aber das Einkaufserlebnis im Store möglichst unkompliziert und effizient gestaltet werden. Andernfalls sorgt dies für Frustration beim Kunden und führt zu einem negativ assoziierten Markenerlebnis.

Den sinkenden Kundenfrequenzen kann ein gut installiertes Click & Collect-System entgegengestellt werden. Laut einer Studie von Tyco Retail Solutions kann Click & Collect einen neutralisierenden Effekt auf die Abnahme des Besucherstroms haben. Mehr als die Hälfte aller Kunden gaben in einer Befragung an, dass sie seit der Einführung von Click & Collect häufiger die Stores betreten und sie zu weiteren Einkäufen angeregt werden. Dieser Effekt strahlt anscheinend sogar auf die

umliegenden Läden aus. Sieht man all diese Aspekte im Zusammenhang, so muss folgerichtig die Interaktion mit dem Kunden auch im Vorfeld des Kaufs durch digitale Kommunikation gestaltet werden. Eine enge Verzahnung von Online und Offline ist im Rahmen unserer Digitalisierungsstrategie konsequenterweise ein wichtiger Baustein für die Zukunft.

Künftige Ausrichtung der GERRY WEBER Gruppe und strategische Maßnahmen

Bereits zu Beginn des abgeschlossenen Geschäftsjahres 2015/16 hatte der Vorstand sein Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH vorgestellt. Die Umsetzung der aus dem Programm resultierenden Maßnahmen ist auf 18 – 24 Monate ausgelegt. Entsprechend des festgelegten Zeitplanes wurde ein Teil der definierten Maßnahmen bereits in den letzten Monaten umgesetzt, sodass wir mit unserer Neuausrichtung voll im Plan liegen und wir unsere gesetzten Ziele erreicht haben. Über die bereits umgesetzten Maßnahmen haben wir zuvor in diesem Lagebericht ausführlich berichtet.

Wir werden auch in diesem Geschäftsjahr weiter an der planmäßigen Umsetzung des Programms FIT4GROWTH arbeiten. Entsprechend wird auch das Geschäftsjahr 2016/17 durch die Neuausrichtung des GERRY WEBER Core-Bereichs geprägt sein. Dabei wird insbesondere die Modernisierung der Marken im Fokus stehen. Dazu werden wir die bereits angestoßenen Maßnahmen (wie z. B. die Erhöhung der Wertigkeit unserer Produkte) zielstrebig weiter fortführen. Wir unterstützen die Modernisierung der Kollektionen durch eine völlig neue Bildsprache von der Imagekampagne bis hin zum Point of Sale. Der allgemein sinkenden Kundenfrequenz stellen wir

einen noch besseren Service in unseren Filialen und auch Online entgegen. Die Bedeutung jeder einzelnen Kundin muss noch deutlicher in den Vordergrund gestellt werden. Darüber hinaus werden wir die Umsetzung der Digitalisierungsstrategie fokussiert vorantreiben und weiterhin in die Stärkung des Wholesales investieren.

Die Erhöhung des Anteils an Wholesale-Kunden, die die neu aufgelegten Partnerschaftsmodelle nutzen, ist ein Ziel für das Segment Wholesale. Eine bessere Betreuung der Wholesale-Partner sichert nicht nur das Umsatzvolumen mit diesen Kunden, sondern ermöglicht es uns, mehr Einfluss auf die Warenbestückung und die Preisgestaltung am Point of Sale zu nehmen. Die neu eingeführte Marke talkabout wird weiterhin exklusiv über den Wholesale vertrieben werden. Im laufenden Geschäftsjahr 2016/17 soll die Anzahl der talkabout Shop-in-Shop-Flächen von derzeit 30 auf 120 bis 150 Flächen anwachsen.

Ein wesentlicher Schwerpunkt unserer Arbeit in den kommenden Monaten wird die Weiterentwicklung unseres E-Commerce-Geschäftes sein. Beginnend mit dem Relaunch des GERRY WEBER Online-Shops im Frühjahr 2017 werden wir unsere Online-Präsenz auch auf externen Plattformen weiter ausbauen. Ferner wird es zukünftig Kapselkollektionen exklusiv nur für das Online-Geschäft geben. Ziel ist es, den Online-Umsatz für alle Marken der GERRY WEBER Gruppe nochmals deutlich zu erhöhen.

Wir erwarten keine Verbesserung des Marktumfeldes. Die Rahmenbedingungen, insbesondere in unseren Kernmärkten Deutschland, Österreich, den Niederlanden und Belgien werden auch in den nächsten 12 bis 24 Monaten herausfordernd bleiben. Ein Anziehen der Kundenfrequenz in den Innenstädten und Shopping-Centern ist weiterhin nicht abzusehen. Daher ist der eingeschlagene Kurs richtig und wir halten am Umfang des Programms FIT4GROWTH fest. Selbstverständlich prüfen wir aber fortlaufend, inwieweit wir weiter auf Veränderungen des Marktes und Anforderungen unserer Kundinnen reagieren müssen. Wir sind flexibel genug aufgestellt, um gegebenenfalls dort nachzusteuern, wo sich weiteres Verbesserungspotenzial zeigt.

Die nächsten zwölf Monate werden für den GERRY WEBER Core-Bereich (GERRY WEBER, TAIFUN, SAMOON) auch weiterhin von weitreichenden Veränderungen und Neuerungen geprägt sein. Ziel dieser Transformationsphase ist es, uns auf die sich verändernden Marktbedingungen einzustellen, schneller und effizienter zu werden und insbesondere die Kernmarke GERRY WEBER moderner und wertiger zu präsentieren.

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. Insbesondere der Ausbau des Online-Geschäftes sowie die Verknüpfung von stationärem Handel und Online-Handel stehen dabei im Fokus unserer Arbeit.

HALLHUBER wird in den Monaten der Transformation der GERRY WEBER Core-Bereiche weiterwachsen. Insbesondere die weitere Erhöhung der Markenbekanntheit und die Ausweitung der Verkaufsflächen (40–50 Flächen im Geschäftsjahr 2016/17) in ausgewählten europäischen Ländern, verbunden mit einer Verbesserung der Profitabilität werden im Vordergrund unserer Tochtergesellschaft stehen.

Zur Erreichung unseres langfristigen Unternehmensziels, des nachhaltigen und profitablen Wachstums hat der Vorstand Strategien definiert und bereits eingeleitet, die sowohl unser Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH als auch die definierten Handlungsfelder zur strategischen Weiterentwicklung der GERRY WEBER Gruppe widerspiegeln:

1. Prozess- und Kostenoptimierung als anhaltend unternehmerische Herausforderung
2. Modernisierung und Schärfung der Markenprofile, insbesondere der GERRY WEBER Core-Marken, verbunden mit der stetigen Weiterentwicklung unserer Kollektionen und angebotenen Produkte
3. Rückführung des GERRY WEBER Core Retail-Bereiches zur alten Profitabilität
4. Vertikalisierung und Stärkung des Wholesale-Bereiches
5. Digitalisierung und Verknüpfung der Vertriebskanäle
6. Kontrolliertes Wachstum und Steigerung der nachhaltigen Profitabilität von HALLHUBER

Eine ausführliche Erläuterung dieser Strategien und Handlungsfelder können Sie dem Kapitel „Strategie und Ziele“ dieses Lageberichtes entnehmen.

Das derzeit schwierige Marktumfeld, aber auch die interne Phase der Neuausrichtung werden die Umsatz- und Ertragslage der GERRY WEBER Gruppe im laufenden und kommenden Geschäftsjahr auch weiterhin prägen.

Erwartete Entwicklung der Ertrags- und Finanzlage

Im Verlauf dieses Konzernlageberichts haben wir bereits ausführlich über die anhaltend herausfordernden Rahmenbedingungen am europäischen Modemarkt berichtet. Eine Verbesserung der Markt Voraussetzungen erwarten wir in den nächsten Monaten nicht. Daher geht der Vorstand auch für das Geschäftsjahr 2016/17 nicht von einer Verbesserung der Umsatzsituation der GERRY WEBER Gruppe aus.



122

SEITE



Umsatzplanung 2016 / 17

Die bereits durchgeführten Filialschließungen sowie ein erwarteter leichter Umsatzrückgang auf vergleichbarer Retail-Fläche werden im Geschäftsjahr 2016/17 die Umsatzsituation des GERRY WEBER Core Retail-Bereiches prägen. Ebenfalls schätzen wir die Situation im Segment Wholesale weiterhin als angespannt ein, da unsere Wholesale-Partner mit den gleichen schwierigen Marktbedingungen konfrontiert werden, wie unser eigener Retail-Bereich. Daher gehen wir auch in diesem Segment noch nicht von einer Erholung der Umsätze aus, sondern prognostizieren einen leichten Umsatzrückgang im einstelligen Prozentbereich im Vergleich zum Vorjahr. Für den Online-Handel erwarten wir weiterhin konstante Steigerungsraten von rund 10%, die jedoch die Umsatzreduzierung der Vertriebssegmente GERRY WEBER Core Retail und Wholesale nicht kompensieren können. Unsere Tochtergesellschaft HALLHUBER hingegen wird vom Flächenwachstum der letzten beiden Jahre profitieren und ihren Umsatz nochmals steigern können. Vor dem in diesem Abschnitt dargestellten Hintergrund prognostiziert der Vorstand der GERRY WEBER International AG einen Konzernumsatz für das Geschäftsjahr 2016/17, der zwischen 2% und 4% unterhalb des Vorjahres liegen wird (Vorjahr: EUR 900,8 Mio.).

Aufgrund des Baus unseres neuen Logistikzentrums, der Akquisition von HALLHUBER, aber auch des Ausbaus unseres Filialnetzes waren die Investitionen in den letzten Jahren deutlich angestiegen. Im laufenden Geschäftsjahr 2016/17 werden diese wieder auf ein geringeres Maß in Höhe von rund EUR 30 Mio. zurückgehen. Darin enthalten sind Investitionen in den Ausbau des E-Commerce-Geschäftes, notwendige Neuerungen der IT-Struktur sowie den weiteren planmäßigen Ausbau der HALLHUBER Verkaufsflächen.

Ergebnisplanung 2016 / 17

Insbesondere der erwartete Rückgang der Wholesale-Umsätze, aber auch der Rückgang im Segment GERRY WEBER Core-Retail werden die Ergebnissituation des Geschäftsjahres 2016/17 negativ belasten. Der erwartete Ergebnisanstieg von HALLHUBER wird diese Belastungen nicht kompensieren können. Des Weiteren werden wir das Programm zur Neuausrichtung

FIT4GROWTH weiter konsequent umsetzen und gegebenenfalls dort nachsteuern, wo sich weiteres Verbesserungspotenzial zeigt oder es die volatilen Marktentwicklungen erforderlich machen. Der Vorstand budgetiert für dieses Geschäftsjahr daraus resultierende Sonderbelastungen in Höhe von rund EUR 6 Mio. Erste Einsparungen aus den bereits umgesetzten Maßnahmen des Programms FIT4GROWTH werden von den genannten Sondereffekten aus der Fortführung des Programmes nahezu kompensiert werden.

Vor diesem Hintergrund prognostiziert der Vorstand der GERRY WEBER International AG für das Geschäftsjahr 2016/17 ein Konzernergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Konzern-EBITDA reported) zwischen EUR 60 bis 70 Mio. Darin enthalten sind Abschreibungen in Höhe von rund EUR 48 bis 50 Mio., sodass die Erwartung für das operative Konzernergebnis gemäß Gewinn- und Verlustrechnung (Konzern-EBIT reported) zwischen EUR 10 bis 20 Mio. liegt.

Für das darauffolgende Geschäftsjahr 2017/18 rechnet der Vorstand mit einer Stabilisierung der GERRY WEBER Core-Umsätze. Aber auch in diesem Jahr wird der Großteil des Umsatzanstiegs durch unserer Tochtergesellschaft HALLHUBER generiert werden. Für die gesamte GERRY WEBER Gruppe erwartet der Vorstand für das Geschäftsjahr 2017/18 daher lediglich einen leichten Anstieg des Konzernumsatzes im Vergleich zum Geschäftsjahr 2016/17. Aufgrund der positiven Auswirkungen der Maßnahmen aus dem Programm FIT4GROWTH sowie einer Verbesserung der HALLHUBER Profitabilität geht der Vorstand für 2017/18 jedoch von einem signifikanten Anstieg der Profitabilität der gesamten GERRY WEBER Gruppe aus.

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. Sowohl wirtschaftliche- als auch branchenspezifische Faktoren werden sich nicht fördernd auf unsere Geschäfts-



ENDE

entwicklung auswirken. Die zunehmende Unsicherheit der Endverbraucher aufgrund politischer Ereignisse sowie die sinkenden Kundenfrequenzen in den Innenstädten werden auch weiterhin unsere Umsatz- und Ertragslage beeinflussen. Mit dem in der ersten Geschäftsjahreshälfte 2015/16 begonnenen Programm zu Neuausrichtung FIT4GROWTH haben wir die richtigen Weichen gestellt, um unsere GERRY WEBER Gruppe langfristig zurück auf die Erfolgspur zu bringen. Der Weg der Neuausrichtung wird jedoch, wie zu Beginn des Programms angekündigt, auch noch das Geschäftsjahr 2016/17 andauern. Vor diesem Hintergrund und daraus resultierender leicht rückläufiger Umsatzerwartungen für den GERRY WEBER Core-Bereich erwartet der Vorstand für das laufende Geschäftsjahr 2016/17 einen Konzernumsatz, der 2% bis 4% unterhalb des Vorjahreswertes liegen wird. (Vorjahr: EUR 900,8 Mio.). Entsprechend prognostiziert der Vorstand ein Konzernergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Konzern-EBITDA reported) zwischen EUR 60 und 70 Mio. (Vorjahr: EUR 77,3 Mio.). Darin enthalten sind Abschreibungen in Höhe von rund EUR 48 bis 50 Mio., sodass die Erwartung für das operative Konzernergebnis gemäß Gewinn- und Verlustrechnung (Konzern-EBIT reported) zwischen EUR 10 und 20 Mio. liegt.

Unsere im Februar 2015 erworbene Tochtergesellschaft HALLHUBER wird auch weiterhin ihren Weg des kontrollierten Wachstums weiter voranschreiten, mit dem Ziel, die Profitabilität von HALLHUBER zu verbessern. Aufgrund der Entwicklung der letzten Monate sowie der Ausweitung der Verkaufsflächen wird HALLHUBER auch in den Geschäftsjahren 2016/17 und 2017/18 weiterwachsen.

Wie bereits 2015/16 wird auch das laufende Geschäftsjahr durch die Neuausrichtung der GERRY WEBER Gruppe sowie durch die Anpassungen an die sich verändernden Marktgegebenheiten geprägt sein. Erst nach Durchschreiten der Konsolidierungsphase des GERRY WEBER Core-Bereiches, gehen wir wieder von einer Steigerung der Profitabilität der gesamten GERRY WEBER Gruppe aus.

123

Die Zahlen auf einen Blick



SAMOON



GERRY WEBER
ACCESSORIES



HALLHUBER

KONZERN- ABSCHLUSS

2015 / 16 in einem Satz:

Das abgelaufene Geschäftsjahr 2015 / 16 wurde insbesondere durch Sondereffekte resultierend aus dem Programm zur Neuausrichtung FIT4GROWTH geprägt

124 KONZERN-GEWINN-UND-
VERLUSTRECHNUNG

125 KONZERN-GESAMT-
ERGEBNISRECHNUNG

126 KONZERNBILANZ

128 KONZERN-EIGENKAPITAL-
VERÄNDERUNGSRECHNUNG

129 KONZERN-KAPITALFLUSS-
RECHNUNG

KONZERN- GEWINN-UND-VERLUST- RECHNUNG

für das Geschäftsjahr 2015/16

TEUR	Anhang	2015 / 16	2014 / 15
Umsatzerlöse	22	900.791,0	920.838,3
Sonstige betriebliche Erträge	23	46.347,6	37.676,9
Bestandsveränderungen	24	12.726,3	12.403,1
Materialaufwand	25	-369.801,2	-392.659,7
Personalaufwand	26	-202.708,3	-187.078,5
Abschreibungen	27	-63.450,6	-36.496,7
Sonstige betriebliche Aufwendungen	28	-308.719,6	-273.841,9
Sonstige Steuern	29	-1.364,5	-1.551,5
Operatives Ergebnis		13.820,7	79.290,0
Finanzergebnis	30		
Erträge aus der Fair Value Bewertung von Finanzverbindlichkeiten		20,0	1.354,1
Zinserträge		42,9	639,3
Erträge aus der Ausleihung des Finanzanlagevermögens		0	20,4
Nebenkosten des Geldverkehrs		-1.906,7	-1.489,0
Finanzierungsaufwendungen		-6.802,0	-6.749,2
		-8.645,8	-6.224,4
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		5.174,9	73.065,6
Steuern vom Einkommen und Ertrag	31		
Steuern des Geschäftsjahres		-10.879,7	-21.502,4
Latente Steuern		6.216,6	614,1
		-4.663,1	-20.888,3
Konzernjahresüberschuss		511,8	52.177,3
Ergebnis je Aktie in Euro (unverwässert)	32	0,01	1,14
Ergebnis je Aktie in Euro (verwässert)	32	0,01	1,14

KONZERN- GESAMTERGEBNIS- RECHNUNG

für das Geschäftsjahr 2015/16

TEUR	2015 / 16	2014 / 15
Konzernjahresüberschuss	511,8	52.177,3
Sonstiges Ergebnis		
Komponenten, die in die Gewinn- und Verlustrechnung umklassifiziert werden können		
Währungsumrechnung: Veränderung des im Eigenkapital erfassten Betrags		
Veränderung des Ausgleichspostens aus der Währungsumrechnung ausländischer Tochtergesellschaften	1.399,4	-3.130,7
Cashflow-Hedges: Veränderung des im Eigenkapital erfassten Betrags		
Veränderungen des beizulegenden Zeitwerts von zu Sicherungszwecken eingesetzten Derivaten	-29.373,3	18.813,8
Ertragsteuern		
Auf die Bestandteile des sonstigen Ergebnisses entfallende Ertragsteuer	8.971,7	-5.341,5
Gesamtergebnis	-18.490,4	62.518,9

KONZERN- BILANZ

zum 31. Oktober 2016

AKTIVA

TEUR	Anhang	2015 / 16	2014 / 15
LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE			
Anlagevermögen	(1)		
Immaterielle Vermögensgegenstände	(a)	226.224,0	229.862,1
Sachanlagen	(b)	287.978,6	287.828,0
Renditeimmobilien	(c)	0,0	26.537,4
Finanzanlagen	(d)	2.274,2	2.596,8
Andere langfristige Aktiva			
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(2)	0,0	245,2
Sonstige Vermögensgegenstände	(3)	279,4	387,1
Ertragsteuerforderungen	(4)	0,0	577,4
Aktive latente Steuern	(5)	7.418,9	5.212,1
		524.175,1	553.246,1
KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE			
Vorräte	(6)	173.286,8	163.583,7
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(7)	63.285,4	63.715,7
Sonstige Vermögensgegenstände	(8)	86.957,9	70.479,8
Ertragsteuerforderungen	(9)	2.213,0	11.454,4
Liquide Mittel	(10)	50.747,1	76.130,3
		376.490,2	385.363,9
Bilanzsumme		900.665,3	938.610,0

PASSIVA

TEUR	Anhang	2015 / 16	2014 / 15
EIGENKAPITAL	(11)		
Gezeichnetes Kapital	(a)	45.906,0	45.906,0
Kapitalrücklagen	(b)	102.386,9	102.386,9
Gewinnrücklagen	(c)	230.380,6	230.380,6
Kumulierte erfolgsneutrale Veränderung gemäß IAS 39	(d)	10.930,1	31.491,4
Fremdwährungsdifferenzen	(e)	-1.581,3	-3.140,4
Bilanzgewinn	(f)	58.477,4	76.328,0
		446.499,7	483.352,5
LANGFRISTIGE SCHULDEN			
Personalarückstellungen	(12)	184,6	49,6
Sonstige Rückstellungen	(13)	8.324,6	8.645,0
Finanzschulden	(14)	221.250,0	215.000,0
Sonstige Verbindlichkeiten	(15)	12.242,4	26.637,5
Passive latente Steuern	(5)	38.307,7	51.086,5
		280.309,3	301.418,6
KURZFRISTIGE SCHULDEN			
Rückstellungen			
Steuerrückstellungen	(16)	11.205,8	5.601,5
Personalarückstellungen	(17)	16.198,7	11.792,2
Sonstige Rückstellungen	(18)	17.967,6	15.739,2
Verbindlichkeiten			
Finanzschulden	(19)	33.547,4	35.740,4
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(20)	57.294,3	60.662,0
Sonstige Verbindlichkeiten	(21)	37.609,1	24.303,6
Ertragssteuerverbindlichkeiten		33,4	0,0
		173.856,3	153.838,9
Bilanzsumme		900.665,3	938.610,0

KONZERN-EIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG

für das Geschäftsjahr 2015 / 16 und 2014 / 15

TEUR	Anhang	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Kumulierte erfolgsneutrale Veränderung	Fremdwährungsdifferenzen	Bilanzgewinn	Eigenkapital
Stand 01.11.2015		45.906,0	102.386,9	230.380,6	31.491,5	-3.140,5	76.328,0	483.352,5
Konzernjahresüberschuss							511,8	511,8
Übriges Ergebnis					-20.561,4	1.559,2		-19.002,2
Gesamtergebnis		0,0	0,0	0,0	-20.561,4	1.559,2	511,8	-18.490,4
Transaktionen mit Gesellschaftern								
Ausschüttung aus dem Jahresergebnis des Mutterunternehmens							-18.362,4	-18.362,4
Stand 31.10.2016	11	45.906,0	102.386,9	230.380,6	10.930,1	-1.581,3	58.477,4	446.499,7
Stand 01.11.2014		45.906,0	102.386,9	230.380,6	18.321,8	-312,4	58.580,1	455.263,1
Konzernjahresüberschuss							52.177,3	52.177,3
Übriges Ergebnis					13.169,7	-2.828,1		10.341,6
Gesamtergebnis		0,0	0,0	0,0	13.169,7	-2.828,1	52.177,3	62.518,9
Transaktionen mit Gesellschaftern								
Ausschüttung aus dem Jahresergebnis des Mutterunternehmens							-34.429,4	-34.429,4
Stand 31.10.2015	11	45.906,0	102.386,9	230.380,6	31.491,5	-3.140,5	76.328,0	483.352,5

KONZERN-KAPITALFLUSS-RECHNUNG

für das Geschäftsjahr 2015 / 16 und 2014 / 15

TEUR	2015 / 16	2014 / 15
Operatives Ergebnis	13.820,7	79.290,0
Abschreibungen	63.450,6	36.496,7
Zahlungsunwirksame Erträge	0,0	-14.083,0
Gewinn/Verlust aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-22.318,7	1.449,6
Zunahme des Vorratsvermögens	-9.703,1	-6.853,2
Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	675,6	7.363,5
Abnahme der übrigen Aktiva, die nicht der Investitions- und Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	4.004,8	1.544,6
Zunahme der Rückstellungen	6.449,5	2.757,4
Abnahme/Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-3.367,8	12.062,6
Abnahme der übrigen Passiva, die nicht der Investitions- und Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-2.996,9	-2.306,0
Ertragsteuerzahlungen	4.576,7	-35.019,6
Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit	54.591,4	82.702,3
Erträge aus Ausleihungen	20,0	0,0
Zinseinzahlungen	42,9	639,3
Nebenkosten des Geldverkehrs	-1.906,7	-1.489,0
Zinsauszahlungen	-4.986,9	-3.946,0
Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	47.760,7	77.906,6
Einzahlungen für Abgänge von Sachanlagevermögen und immateriellem Anlagevermögen	745,2	5.368,8
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und das immaterielle Anlagevermögen	-59.799,1	-108.757,8
Auszahlungen für den Erwerb von vollkonsolidierten Unternehmen nach Verrechnung mit übernommenen liquiden Mitteln	0,0	-107.524,6
Auszahlungen für Investitionen in Renditeimmobilien	-107,2	-196,5
Einzahlungen aus Abgängen von Finanzanlagen	336,3	94,5
Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-13,7	-144,5
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-58.838,5	-211.160,1
Auszahlung Dividende der AG	-18.362,4	-34.429,5
Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzkrediten	33.771,0	140.000,0
Auszahlung für die Tilgung von Finanzkrediten	-29.714,0	-3.233,9
Mittelab-/zufluss aus der Finanzierungstätigkeit	-14.305,4	102.336,6
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	-25.383,3	-30.916,9
Währungsbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands	0,0	-79,6
Finanzmittelbestand am Anfang des Geschäftsjahres	76.130,3	104.295,5
Finanzmittelbestand am 31.10.2016 (2015) *	50.747,0	73.299,0

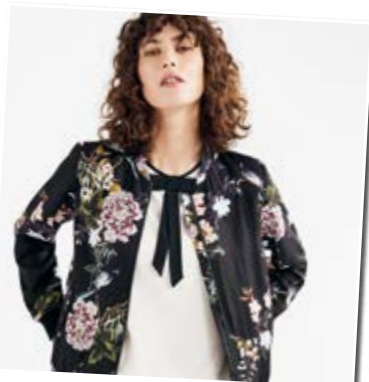
* Der Finanzmittelbestand besteht aus kurzfristigen liquiden Mitteln (TEUR 50.747,1; Vorjahr: TEUR 76.130,3) abzüglich kurzfristigen Bankverbindlichkeiten (TEUR 0,0; Vorjahr: TEUR 2.831,2)

130

Der Konzernabschluss umfasst neben der Muttergesellschaft 39 Tochtergesellschaften.



GERRY WEBER



HALLHUBER



SAMOON

KONZERN- ANHANG

Angaben zu den Segmenten der GERRY WEBER Gruppe finden Sie auf Seite 182 ff.

- 131** ALLGEMEINE ANGABEN
- 139** BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE
- 148** ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ
- 167** ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG
- 172** ZUSÄTZLICHE ANGABEN UND ERLÄUTERUNGEN ZU FINANZINSTRUMENTEN
- 181** ERLÄUTERUNGEN ZUR KAPITALFLUSSRECHNUNG
- 182** SEGMENTBERICHTERSTATTUNG
- 184** SONSTIGE ANGABEN

A. ALLGEMEINE ANGABEN

Unternehmensdaten

Die Gerry Weber International AG mit dem Sitz Neulehenstraße 8, D-33790 Halle/Westfalen, ist eine beim Handelsregister des Amtsgerichts Gütersloh unter HRB 4779 eingetragene Aktiengesellschaft deutschen Rechts, deren Aktien zum regulierten Markt im Transparenz-Level Prime Standard an der Börse in Frankfurt zugelassen sind. Sie ist oberstes Mutterunternehmen des Konzerns.

Die Hauptaktivitäten des Konzerns werden im Rahmen der Segmentberichterstattung beschrieben.

Das Geschäftsjahr umfasst den Zeitraum 1. November 2015 bis 31. Oktober 2016 (Vorjahr: 1. November 2014 bis 31. Oktober 2015).

Grundlagen der Rechnungslegung

Der Konzernabschluss der Gerry Weber International AG zum 31. Oktober 2016 als Mutterunternehmen ist gemäß der EU-Verordnung (EG) Nr. 1606/2002 in Verbindung mit § 315a Abs. 1 Handelsgesetzbuch (HGB) nach den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, erstellt. Die Bezeichnung IFRS umfasst auch die noch gültigen International Accounting Standards (IAS), die Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) sowie die des ehemaligen Standing Interpretations Committee (SIC). Alle für das Geschäftsjahr 2015/16 verbindlichen IFRS-Standards wurden vorbehaltlich der Anerkennung durch die Europäische Union angewendet.

Der Konzernabschluss wurde in Euro aufgestellt. Soweit nicht anders vermerkt, werden alle Beträge in Tausend Euro (TEUR) angegeben.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.

Neue, erstmalig im Geschäftsjahr 2015 / 16 anzuwendende Vorschriften des IASB

Folgende Rechnungslegungsvorschriften bzw. Ergänzungen bestehender Vorschriften waren erstmals verpflichtend für das Geschäftsjahr vom 1. November 2015 bis zum 31. Oktober 2016 anzuwenden:

Neue Regelungen			Auswirkungen auf den GERRY WEBER Konzern
Änderungen des IAS 19	Leistungen an Arbeitnehmer – Mitarbeiterbeiträge im Rahmen leistungsorientierter Pensionszusagen	Klarstellung, dass Beiträge, die Mitarbeiter oder dritte Parteien selbst für leistungsorientierte Pensionszusagen entrichten und die nicht an die Anzahl der Dienstjahre gekoppelt sind, vereinfachend von dem Dienstzeitaufwand der Periode abgesetzt werden dürfen, in der die korrespondierende Arbeitsleistung erbracht wurde.	keine Auswirkung
Improvement-Projekt 2012	Verbesserungen der IFRS (2010–2012) IFRS 2, IFRS 3, IFRS 8, IFRS 13, IAS 16, IAS 38, IAS 24	Es wurden geringfügige inhaltliche Änderungen hinsichtlich der Klarstellung zum Ansatz, Ausweis und zur Bewertung für die Standards IFRS 2, IFRS 3, IFRS 8, IFRS 13, IAS 16, IAS 38 und IAS 24 vorgenommen.	keine wesentliche Auswirkung
Improvement-Projekt 2013	Verbesserungen der IFRS (2011–2013) IFRS 1, IFRS 3, IFRS 13, IAS 40	Im Wesentlichen beinhalten die geringfügigen Änderungen an IFRS 1, IFRS 3, IFRS 13 und IAS 40 Klarstellungen zum Ansatz, Ausweis und zur Bewertung.	keine wesentliche Auswirkung

Die erstmals für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2015 beginnen, anzuwendenden Änderungen des IAS 36 wurden vom GERRY WEBER Konzern bereits im Geschäftsjahr 2013 / 14 umgesetzt.

Neue, noch nicht im Geschäftsjahr 2015 / 16 anzuwendende Vorschriften des IASB:

Nicht angewendete Regelungen			Veröffent- licht durch das IASB	Erst- anwen- dungs- zeitpunkt	Anerken- nung durch die EU-Kom- mission	Voraussichtliche Auswirkungen auf den GERRY WEBER Konzern
Änderungen des IFRS 2	Anteilsbasierte Vergütung	Klassifizierung und Bewertung von anteilsbasierten Transaktionen	20.06.2016	01.01.2018	Bislang noch nicht	keine Auswirkungen
Änderungen des IFRS 4	Versicherungsverträge	Anwendung des IFRS 9 Finanzinstrumente mit IFRS 4 Versicherungsverträge	12.09.2016	01.01.2018	Bislang noch nicht	Auswirkungen werden derzeit noch geprüft
IFRS 9	Finanzinstrumente	Regelungen zur Erfassung von Wertminderungen, Änderungen zur Klassifizierung und Bewertung finanzieller Vermögenswerte	24.07.2014	01.01.2018	Bislang noch nicht	Auswirkungen werden derzeit noch geprüft
Änderungen der IFRS 10 und IAS 28	Konzernabschlüsse und Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen	Veräußerung von Vermögenswerten eines Investors an bzw. Einbringung in sein assoziiertes Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen	11.09.2014	01.01.2016	Bislang noch nicht	keine Auswirkung

Nicht angewendete Regelungen			Veröffentlicht durch das IASB	Erst-anwendungs-zeitpunkt	Anerken-nung durch die EU-Kommission	Voraussichtliche Auswirkungen auf den GERRY WEBER Konzern
Änderungen der IFRS 10, IFRS 12 und IAS 28	Investmentgesellschaften	Investmentgesellschaften: Anwendung der Konsolidierungsausnahme	18.12.2014	01.01.2016	22.09.2016	keine Auswirkung
Änderungen des IFRS 11	Gemeinsame Vereinbarungen	Bilanzierung von Erwerben von Anteilen an gemeinschaftlichen Tätigkeiten	06.05.2014	01.01.2016	24.11.2015	keine Auswirkungen
IFRS 14	Regulatorische Abgrenzungsposten	Finanzberichterstattung für regulatorische Abgrenzungsposten, die entstehen, wenn ein Unternehmen Waren oder Dienstleistungen zu Preisen liefert oder erbringt, die einer Preisregulierung unterliegen	30.01.2014	01.01.2016	Bislang noch nicht*	keine Auswirkungen
IFRS 15	Umsatzerlöse aus Kundenverträgen	Prinzipien, die ein Unternehmen bei der Berichterstattung von entscheidungsnützlichen Informationen an Abschlussadressaten über die Art, die Höhe, den zeitlichen Anfall sowie die Unsicherheit von Umsatzerlösen und resultierenden Zahlungsströmen aus einem Vertrag mit seinem Kunden anzuwenden hat	28.05.2014	01.01.2018	22.09.2016	Auswirkungen werden derzeit noch geprüft; wir rechnen aufgrund unserer derzeitigen Geschäftstätigkeit nicht mit wesentlichen Auswirkungen.
Änderungen des IFRS 15	Klarstellung zu IFRS 15	Die Klarstellung betrifft die Themenkomplexe Identifizierung von Leistungsverpflichtungen, Prinzipal-Agenten-Beziehungen, Lizenzierung und die Übergangsvorschriften	12.04.2016	01.01.2018	Bislang noch nicht	Auswirkungen aus der Anwendung werden derzeit noch geprüft; wir rechnen aufgrund unserer derzeitigen Geschäftstätigkeit nicht mit wesentlichen Auswirkungen
IFRS 16	Leasingbilanzierung	Es sind beim Leasingnehmer alle längerfristigen Leasingverhältnisse in Form eines Nutzungsrechtes und einer Schuld bilanziell zu erfassen	13.01.2016	01.01.2019	Bislang noch nicht	Deutliche Ausweitung des Anlagevermögens und der Schulden. Verschiebung zwischen operativen Ergebnis und Finanzergebnis
Änderungen des IAS 1	Darstellung des Abschlusses	Initiative zur Verbesserung von Angabepflichten: Klarstellungen u. a. hinsichtlich der Darstellung der Vermögenslage sowie der Gewinn-Verlustrechnung	18.12.2014	01.01.2016	18.12.2015	Abweichende Darstellung und Strukturierung innerhalb des Anhangs.
Änderungen des IAS 7	Kapitalflussrechnung	Im Zusammenhang mit der Angabeninitiative sind zusätzliche Anhangangaben für die Beurteilung der Veränderung der Verbindlichkeiten aus Finanzierungsaktivitäten notwendig	29.01.2016	01.01.2017	Bislang noch nicht	Auswirkungen werden derzeit noch geprüft
Änderungen des IAS 12	Latente Steuern	Ansatz aktiver latenter Steuern auf unrealisierte Gewinne	19.01.2016	01.01.2017	Bislang noch nicht	Auswirkungen werden derzeit noch geprüft

Nicht angewendete Regelungen			Veröffentlicht durch das IASB	Erst-anwendungs-zeitpunkt	Anerken-nung durch die EU-Kom-mission	Voraussichtliche Auswirkungen auf den GERRY WEBER Konzern
Änderungen der IAS 16 und IAS 41	Landwirtschaft: Fruchttragende Pflanzen	Neuregelung der Bewertung von biologischen Vermögenswerten und Übernahme in den IAS 16	30.06.2014	01.01.2016	23.11.2015	keine Auswirkungen
Änderungen der IAS 16 und IAS 38	Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte	Klarstellung akzeptabler Abschreibungsmethoden	12.05.2014	01.01.2016	02.12.2015	Auswirkungen werden derzeit noch geprüft
Änderungen des IAS 27	Separate Abschlüsse	Anwendung der Equity-Methode in Einzelabschlüssen	12.08.2014	01.01.2016	18.12.2015	keine Auswirkungen
Änderungen des IAS 40	Als Finanzinvestitionen gehaltenen Immobilien	Übertragung von als Finanzinvestitionen gehaltenen Immobilien	08.12.2016	01.01.2018	Bislang noch nicht	keine Auswirkungen
Improvement-Projekt 2014	Verbesserungen der IFRS (2012–2014) IFRS 5, IFRS 7, IAS 19, IAS 34		25.09.2014	01.01.2016	15.12.2015	keine wesentlichen Auswirkungen
Improvement-Projekt 2016	Verbesserungen der IFRS (2014–2016) IFRS 1, IFRS 12, IAS 28		08.12.2016	01.01.2017	Bislang noch nicht	keine wesentliche Auswirkung
IFRIC 22	Transaktionen in fremder Währung und im Voraus gezahlte Gegenleistungen	Bilanzierung von Geschäftsvorfällen, die den Erhalt oder die Zahlung von Gegenleistungen in fremder Währung beinhalten.	08.12.2016	01.01.2018	Bislang noch nicht	Auswirkungen werden derzeit noch geprüft

* Im November hat die EFRAG bekannt gemacht, dass die europäische Kommission den Interimsstandard IFRS nicht zur Übernahme in EU-Recht vorschlagen wird. Grund für die Nicht-Übernahme ist der stark begrenzte Kreis der Anwender.

Eine Anwendung der bislang noch nicht anzuwendenden neuen Standards bzw. Standardänderungen ist erstmals für das jeweilige Jahr der Inkraftsetzung beabsichtigt.

Konsolidierungskreis

Der Konzernabschluss umfasst die Gerry Weber International AG als Muttergesellschaft sowie die nachfolgend aufgeführten Tochtergesellschaften:

- Life-Style Fashion GmbH, Halle / Westfalen,
- Gerry Weber Retail GmbH, Halle / Westfalen,
- Energieversorgungsbetrieb Gerry Weber GmbH, Halle / Westfalen,
- Gerry Weber Iberica S.L., Palma de Mallorca, Spanien,
- GERRY WEBER FAR EAST Ltd., Hongkong, China,
- Gerry Weber France s.a.r.l., Paris, Frankreich,
- Gerry Weber Denmark ApS, Albertslund, Dänemark,
- Gerry Weber Dis Ticaret Ltd., Sirkuti, Istanbul, Türkei,
- Gerry Weber Ireland Ltd., Dublin, Irland,
- Gerry Weber Support s.r.l., Bukarest, Rumänien,
- Gerry Weber GmbH, Wien, Österreich,
- GERRY WEBER Italia GmbH, Italien,
- GERRY WEBER UK Ltd., London, Großbritannien,
- Gerry Weber GmbH, Raeren, Belgien,
- GERRY WEBER ASIA Ltd., Hongkong, China,
- Gerry Weber Shanghai Co. Ltd., Shanghai, China,
- GERRY WEBER Polska Sp. z o.o., Warschau, Polen,
- Gerry Weber Logistics GmbH, Halle / Westfalen,
- GW Media GmbH, Halle / Westfalen,
- GERRY WEBER Incompany B.V., Amsterdam, Niederlande*,
- GERRY WEBER Retail B.V., Amsterdam, Niederlande*,
- GERRY WEBER Sweden AB, Malmö, Schweden,
- GERRY WEBER CZ s.r.o., Prag, Tschechien,
- ARW – GERRY WEBER BELUX BVBA, Brüssel, Belgien*,
- ARW RETAIL – GERRY WEBER NV, Brüssel, Belgien*,
- COAST RETAIL – GERRY WEBER NV, Nieuwpoort, Belgien*,
- GERRY WEBER SK s.r.o., Bratislava, Slowakei,
- GERRY WEBER Finland OY, Helsinki, Finnland,
- GERRY WEBER Wholesale Fashion GmbH, Glattpark, Schweiz,
- GERRY WEBER Canada Ltd., Moncton, Kanada,
- Outlet Retail BVBA, Brüssel, Belgien,
- Gerry Weber Norge AS, Trondheim, Norwegen,
- TB Fashion GERRY WEBER GmbH, Halle / Westfalen*,
- Brentrup Sp. z o.o., Lodz, Polen*,
- Hallhuber GmbH, München,
- Hallhuber Beteiligungs GmbH, München,
- Muotitalo Jokinen OY, Finnland,
- 000 Gerry Weber RUS, Moskau, Russland,
- Gerry Weber Trading (Shanghai) Co. Ltd., Shanghai, China.

* Die Beteiligungsquote an den beiden niederländischen Gesellschaften, den drei belgischen Gesellschaften und an der TB Fashion Gerry Weber GmbH und deren Tochtergesellschaft Brentrup Sp. z o.o. beträgt jeweils 51 %. Die Beteiligungsquote an den übrigen Gesellschaften beträgt jeweils 100 %.

Veränderungen im Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis wurde durch Gründung der

- Gerry Weber Trading (Shanghai) Co. Ltd.

verändert.

Die einbezogenen Tochtergesellschaften haben denselben Abschlussstichtag wie das Mutterunternehmen.

Konsolidierungsgrundsätze

Tochterunternehmen sind alle Unternehmen, die der Konzern beherrscht. Beherrschung über ein anderes Unternehmen liegt nach IFRS 10 dann vor, wenn der GERRY WEBER Konzern Verfügungsmacht über die maßgeblichen Tätigkeiten eines anderen Unternehmens hat, variablen Rückflüssen ausgesetzt ist und anhand der Verfügungsmacht, Einfluss auf die variablen Rückflüsse nehmen kann. Dies geht regelmäßig mit einem Stimmrechtsanteil von mehr als 50% einher. Bei der Beurteilung, ob Kontrolle vorliegt, werden Existenz und Auswirkung potenzieller Stimmrechte, die aktuell ausübbar oder umwandelbar sind, berücksichtigt.

Tochterunternehmen werden von dem Zeitpunkt an in den Konzernabschluss einbezogen (Vollkonsolidierung), zu dem die Kontrolle auf den Konzern übergegangen ist. Sie werden zu dem Zeitpunkt endkonsolidiert, zu dem die Kontrolle endet.

Die Auswirkungen konzerninterner Geschäftsvorfälle werden eliminiert. Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den konsolidierten Gesellschaften werden gegeneinander aufgerechnet, Zwischengewinne und -verluste werden eliminiert und konzerninterne Erträge mit den korrespondierenden Aufwendungen verrechnet. Auf temporäre Unterschiede aus der Konsolidierung werden die nach IAS 12 erforderlichen Steuerabgrenzungen vorgenommen.

Unternehmenszusammenschlüsse

Die Bilanzierung erworbener Tochterunternehmen erfolgt nach der Erwerbsmethode. Die Anschaffungskosten des Erwerbs entsprechen dem beizulegenden Zeitwert der hingegebenen Vermögenswerte, der ausgegebenen Eigenkapitalinstrumente und der entstandenen bzw. übernommenen Schulden zum Transaktionszeitpunkt. Außerdem beinhalten sie die beizulegenden Zeitwerte jeglicher angesetzter Vermögenswerte oder Schulden, die aus einer bedingten Gegenleistungsvereinbarung resultieren. Im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses identifizierbare Vermögenswerte, Schulden und Eventualverbindlichkeiten werden bei der Erstkonsolidierung mit ihren beizulegenden Zeitwerten zum Erwerbszeitpunkt bewertet.

Sofern bei Unternehmenserwerben wechselseitige Call- und Put-Optionen hinsichtlich der nicht erworbenen Anteile vereinbart werden, wird jeweils im Einzelfall geprüft, ob die eigentümerspezifischen Chancen und Risiken wirtschaftlich dem GERRY WEBER Konzern bereits beim Abschluss des Optionsvertrages zuzurechnen sind. Für die (bedingte) Verpflichtung ist in diesen Fällen eine Kaufpreisverbindlichkeit zu erfassen (Verbindlichkeiten aus Minderheitenoptionen), die zu Anschaffungskosten bilanziert wird. Der Ausweis von nicht beherrschenden Anteilen scheidet im Umfang der Option aus.

Erwerbsbezogene Kosten werden aufwandswirksam erfasst, wenn sie anfallen.

Etwas bedingte Gegenleistungen werden mit dem beizulegenden Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt bewertet. Nachträgliche Änderungen des beizulegenden Zeitwerts einer als Vermögenswert oder als Verbindlichkeit eingestuft bedingten Gegenleistung werden im Rahmen von IAS 39 bewertet, und ein daraus resultierender Gewinn bzw. Verlust im Gewinn oder Verlust erfasst. Eine bedingte Gegenleistung, die als Eigenkapital eingestuft ist, wird nicht neu bewertet und ihre spätere Abgeltung wird im Eigenkapital bilanziert.

Geschäfts- oder Firmenwert

Als Geschäfts- oder Firmenwert wird der Wert angesetzt, der sich aus dem Überschuss der Anschaffungskosten des Erwerbs, dem Betrag der nicht beherrschenden Anteile am erworbenen Unternehmen sowie dem beizulegenden Zeitwert jeglicher vorher gehaltener Eigenkapitalanteile zum Erwerbsdatum über den Anteil des Konzerns an dem zum beizulegenden Wert bewerteten Nettovermögen ergibt. Sind die Anschaffungskosten geringer als das zum beizulegenden Zeitwert bewertete Nettovermögen des erworbenen Tochterunternehmens, wird der Unterschiedsbetrag direkt in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Für Unternehmenserwerbe vor dem 1. November 2004 wurde auf die retrospektive Anwendung von IFRS 3 verzichtet. Die bisherige Kapitalkonsolidierung nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften wurde beibehalten. Daher wurden für alle Konsolidierungsvorgänge vor dem 1. November 2004 die nach dem deutschen Handelsgesetzbuch ermittelten, fortgeschriebenen, ausgewiesenen und vollständig abgeschrieben Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von TEUR 264 beibehalten. Daneben wurde die nach den deutschen Rechnungslegungsgrundsätzen vorgenommene erfolgsneutrale Verrechnung mit Rücklagen von Geschäfts- oder Firmenwerten in Höhe von TEUR 4.120 beibehalten. Die Darstellung der Rücklagen und des Gewinnvortrags wurde hierbei auf die zum 1. Januar 2004 bestehenden Eigenkapitalverhältnisse des Mutterunternehmens angepasst.

Unternehmenszusammenschlüsse gemäß IFRS 3

Im abgeschlossenen Geschäftsjahr hat der GERRY WEBER Konzern keine entsprechenden Akquisitionen getätigt.

Währungsumrechnung

Die Darstellungswährung und funktionale Währung des Mutterunternehmens ist der Euro (EUR).

Fremdwährungsgeschäfte in den Jahresabschlüssen der Gerry Weber International AG und der Tochtergesellschaften werden mit den Umrechnungskursen zum Zeitpunkt der Geschäftsvorfälle umgerechnet. Zum Bilanzstichtag werden monetäre Posten in fremder Währung unter Verwendung des Stichtagskurses angesetzt. Umrechnungsdifferenzen werden erfolgswirksam erfasst.

Die Jahresabschlüsse der einbezogenen Auslandsgesellschaften werden nach dem Konzept der funktionalen Währung in der jeweiligen Landeswährung aufgestellt, da sie im Wesentlichen in ihrem Währungsbereich aktiv sind und werden zum Bilanzstichtag in Euro umgerechnet. Die Aktiva und Passiva werden hierbei mit Ausnahme des Eigenkapitals mit dem Stichtagskurs umgerechnet. Auswirkungen aus der Währungsumrechnung des Eigenkapitals werden erfolgsneutral im Eigenkapital ausgewiesen. Die Posten der Gewinn- und Verlustrechnung werden mit Jahresdurchschnittskursen umgerechnet. Umrechnungsdifferenzen, die aus abweichenden Umrechnungskursen der Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung resultieren, werden erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst.

Die der Währungsumrechnung zugrunde liegenden Wechselkurse mit Einfluss auf den Konzernabschluss haben sich wie folgt entwickelt:

Währungen		Stichtagskurs		Jahresdurchschnittskurs	
		31.10.2016	31.10.2015	2015 / 16	2014 / 15
1 EUR in					
Dänemark	DKK	7,44	7,46	7,45	7,45
Großbritannien	GBP	0,90	0,72	0,80	0,74
Hong Kong	HKD	8,49	8,54	8,61	8,81
Kanada	CAN	1,47	1,45	1,47	1,41
Rumänien	RON	4,51	4,43	4,48	4,44
Türkei	TRY	3,40	3,21	3,26	2,97
USA	USD	1,10	1,10	1,11	1,14
China	CNY	7,42	6,97	7,28	7,09
Schweiz	CHF	1,08	1,09	1,09	1,09
Polen	PLN	4,33	4,26	4,34	4,17
Schweden	SEK	9,87	9,39	9,38	9,36
Tschechien	CZK	27,02	27,09	27,03	27,39
Norwegen	NOK	9,04	9,39	9,34	8,84

B. BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGS- GRUNDSÄTZE

Die Bilanzierung im GERRY WEBER Konzern folgt mit Ausnahme bestimmter Posten, wie zum Beispiel der derivativen Finanzinstrumente, dem Prinzip der historischen Anschaffungs- und Herstellungskosten. Die für die einzelnen Posten verwendeten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden im Folgenden näher erläutert.

Geschäfts- und Firmenwerte

Geschäfts- oder Firmenwerte, die im Rahmen der Kapitalkonsolidierung entstehen und den Überschuss der Anschaffungskosten eines Unternehmenserwerbes über den dem Konzern zustehenden Anteil am beizulegenden Zeitwert des Reinvermögens des Tochterunternehmens darstellen, werden gemäß den Vorschriften von IFRS 3 aktiviert und einem jährlichen Wertminderungstest zum Bilanzstichtag sowie immer dann, wenn Anzeichen für eine Wertminderung vorliegen, unterzogen. Ein Wertminderungsaufwand wird sofort aufwandswirksam erfasst und nicht in den nachfolgenden Perioden aufgeholt.

Sonstige immaterielle Vermögenswerte

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögenswerte werden – für jede Kategorie – mit den Anschaffungskosten unter Berücksichtigung der Nebenkosten und Kostenminderungen bilanziert und planmäßig linear abgeschrieben.

Entwicklungs-kosten werden als laufender Aufwand berücksichtigt, da die Aktivierungsvoraussetzungen des IAS 38 nicht vorliegen. Es handelt sich im Wesentlichen um die Kosten der Entwicklung der Kollektionen.

Den im Zugangsjahr pro-rata-temporis ermittelten Abschreibungen liegen hauptsächlich folgende betriebsgewöhnliche Nutzungsdauern zugrunde:

	Nutzungsdauer
Software	3–5 Jahre
Belieferungsrechte	3–5 Jahre
Vorteilhafte Mietverträge	5–15 Jahre
Kundenstämme	5–10 Jahre
Markenrechte	5–30 Jahre

Sachanlagen

Das Sachanlagevermögen wird – für jede Kategorie – zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten, vermindert um planmäßige lineare Abschreibungen, angesetzt. Bei Zugängen bis zum 31. Oktober 2007 werden in geringem Umfang bewegliche Vermögenswerte mit einer Nutzungsdauer von mehr als zehn Jahren degressiv abgeschrieben, soweit dies dem tatsächlichen Werteverzehr entspricht. Ab dem 1. November 2008 werden auch diese Vermögenswerte linear abgeschrieben.

Die Anschaffungskosten enthalten den Anschaffungspreis, die Nebenkosten sowie die Kostenminderungen. In die Herstellungskosten der selbst erstellten Anlagen werden neben den direkt zurechenbaren Kosten auch anteilige Gemeinkosten einbezogen. Fremdkapitalkosten werden bei qualifizierten Vermögenswerten

berücksichtigt. Bei den Mietereinbauten wurden auch Demontagekosten mit ihrem Barwert aktiviert. Als durchschnittlicher Zinssatz wurden 2,9 % (Vorjahr: 3,6%) p. a. berücksichtigt.

Investitionsbezogene Zuwendungen der öffentlichen Hand sind nicht vereinnahmt worden.

Den im Zugangsjahr pro-rata-temporis ermittelten Abschreibungen liegen hauptsächlich folgende betriebsgewöhnliche Nutzungsdauern zugrunde:

	Nutzungsdauer
Gebäudekomponenten und Mietereinbauten	10–50 Jahre
Maschinen und technische Anlagen	3–15 Jahre
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	1–15 Jahre

Außerplanmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen werden gemäß IAS 36 vorgenommen, sofern notwendig.

Der Gewinn oder Verlust aus dem Abgang einer Sachanlage wird als Unterschiedsbetrag zwischen den Veräußerungserlösen und den Buchwerten der Sachanlagen ermittelt und unter Posten sonstige betriebliche Erträge bzw. sonstige betriebliche Aufwendungen in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Wertminderung von nicht finanziellen Vermögenswerten

Bei nichtfinanziellen Vermögenswerten (Sachanlagevermögen, immaterielle Vermögenswerte einschließlich Geschäfts- oder Firmenwerten) wird an jedem Abschlussstichtag überprüft, ob Anhaltspunkte für eine Wertminderung („triggering events“) vorliegen. Liegen solche Anhaltspunkte vor, wird eine Schätzung des erzielbaren Betrags des jeweiligen Vermögenswerts vorgenommen. Unabhängig davon, ob ein Anhaltspunkt für eine Wertminderung vorliegt, werden immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer sowie bei einem Unternehmenszusammenschluss erworbene Geschäfts- und Firmenwerte jährlich auf Wertminderung überprüft. Der erzielbare Betrag entspricht dem höheren der beiden Beträge aus dem beizulegenden Zeitwert eines Vermögenswerts abzüglich Veräußerungskosten und dem Nutzungswert. Der Nutzungswert entspricht dabei dem Barwert der erwarteten Mittelzuflüsse. Für die Abzinsung der erwarteten Zahlungsströme wird ein gewichteter durchschnittlicher Kapitalkostensatz verwendet, der die Risiken des Vermögenswerts widerspiegelt. Sofern kein erzielbarer Betrag für einen einzelnen Vermögenswert ermittelt werden kann, wird der erzielbare Betrag für die kleinste identifizierbare Gruppe von Vermögenswerten (zahlungsmittelgenerierende Einheit; kurz: CGU) bestimmt, der der betreffende Vermögenswert zugeordnet werden kann. Übersteigt der Buchwert eines Vermögenswerts oder einer CGU bzw. Gruppe von CGUs den jeweiligen erzielbaren Betrag, erfolgt eine sofortige ergebniswirksame Wertberichtigung des Vermögenswerts. Bei Vorliegen eines Wertminderungsaufwands in einer CGU bzw. Gruppe von CGUs werden zunächst bestehende Geschäfts- und Firmenwerte abgeschrieben. Der darüber hinausgehende Wertminderungsaufwand reduziert anteilig die verbleibenden langfristigen Vermögenswerte der jeweiligen CGU bzw. Gruppe von CGUs.

Fremdkapitalkosten

Fremdkapitalkosten, die direkt dem Erwerb, dem Bau oder der Herstellung eines qualifizierten Vermögenswerts zugeordnet werden können, werden als Teil der Anschaffungs- oder Herstellungskosten dieses Vermögenswertes solange aktiviert, bis alle Arbeiten im Wesentlichen abgeschlossen sind, um den Vermögenswert für seinen beabsichtigten Gebrauch herzurichten. Ein qualifizierter Vermögenswert ist ein Vermögenswert, für den ein beträchtlicher Zeitraum erforderlich ist, um ihn in seinen beabsichtigten gebrauchsfähigen Zustand zu bringen.

Bei der Bestimmung des Betrages der aktivierbaren Fremdkapitalkosten einer Periode werden alle Anlageerträge, die aus Finanzinvestitionen erzielt worden sind, und vorübergehend bis zur Verwendung für den qualifizierten Vermögenswert angelegt wurden, von den angefallenen Fremdkapitalkosten abgezogen.

Andere Fremdkapitalkosten werden in der Periode ihres Anfalls als Aufwand erfasst.

Renditeimmobilien

Renditeimmobilien werden gemäß IAS 40 ausgewiesen. Die Bilanzierung folgt der Anschaffungskostenmethode mit einer linearen Abschreibung des Gebäudes über die Nutzungsdauer von 50 Jahren. Mieterträge aus als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien werden als sonstige betriebliche Erträge linear über die Laufzeit des jeweiligen Mietverhältnisses erfasst.

Finanzinstrumente

Ein Finanzinstrument gemäß IAS 39 ist ein Vertrag, der gleichzeitig bei einem Unternehmen zur Entstehung eines finanziellen Vermögenswerts und bei einem anderen Unternehmen zur Entstehung einer finanziellen Verbindlichkeit oder eines Eigenkapitalinstruments führt.

Finanzielle Vermögenswerte umfassen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige ausgereichte Kredite und Forderungen und derivative finanzielle Vermögenswerte.

Unter die finanziellen Verbindlichkeiten fallen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Verbindlichkeiten gegenüber Finanzinstituten, derivative Finanzverbindlichkeiten sowie sonstige finanzielle Verbindlichkeiten.

Finanzielle Vermögenswerte und finanzielle Verbindlichkeiten werden, soweit für den GERRY WEBER Konzern derzeit relevant, in folgende Kategorien eingeteilt:

- Finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden,
- Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte,
- Kredite und Forderungen,
- Bis zur Endfälligkeit zu haltende Finanzinvestitionen,
- Finanzielle Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden.

Die Designation der finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten in die oben genannten Bewertungskategorien erfolgt bei ihrem erstmaligen Ansatz.

Die Kategorie „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“ umfasst die Earn-out Zahlungen aus dem Kauf von Retailgesellschaften in den Niederlanden, Belgien, Norwegen und Deutschland.

Umwidmungen werden, sofern sie zulässig und erforderlich sind, zum Ende des Geschäftsjahres vorgenommen. Im Geschäftsjahr 2015 / 16 sind wie auch im Vorjahr keine Umwidmungen vorgenommen worden.

Sofern kein aktiver Markt besteht und der beizulegende Zeitwert nicht zuverlässig ermittelbar ist, werden Eigenkapitalinstrumente zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Finanzielle Vermögenswerte

Alle marktüblichen Käufe und Verkäufe von finanziellen Vermögenswerten werden am Handelstag, das heißt am Tag, an dem der Konzern die Verpflichtung zum Kauf oder Verkauf der Vermögenswerte eingegangen ist, bilanziell erfasst.

Die finanziellen Vermögenswerte werden bei der erstmaligen Erfassung zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Dabei werden bei allen finanziellen Vermögenswerten, die nicht als „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“ klassifiziert sind, dem Erwerb direkt zurechenbare Transaktionskosten berücksichtigt.

Die in der Bilanz angesetzten beizulegenden Zeitwerte entsprechen in der Regel den Marktpreisen der finanziellen Vermögenswerte. Sofern diese nicht verfügbar sind, werden sie unter Anwendung anerkannter Bewertungsmodelle und Rückgriff auf aktuelle Marktparameter berechnet. Zu den Bewertungsmethoden gehören die Verwendung der jüngsten Geschäftsvorfälle zwischen sachverständigen, vertragswilligen und unabhängigen Geschäftspartnern, der Vergleich mit dem aktuellen beizulegenden Zeitwert eines anderen, im Wesentlichen identischen Finanzinstruments, die Analyse von diskontierten Cashflows sowie die Verwendung anderer Bewertungsmodelle.

In der Bilanz angesetzte liquide Mittel umfassen den Kassenbestand, Bankguthaben sowie kurzfristige Einlagen und werden mit den fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Nach der erstmaligen Erfassung werden die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Kredite und Forderungen zu fortgeführten Anschaffungskosten, gegebenenfalls unter Anwendung der Effektivzinsmethode, abzüglich etwaiger Wertminderungen bewertet. Gewinne und Verluste werden im Periodenergebnis erfasst, wenn die Forderungen ausgebucht, wertgemindert oder beglichen sind.

Die Kategorie „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“ umfasst die derivativen Finanzinstrumente, die nicht die Voraussetzungen für eine Bilanzierung als Sicherungsgeschäft gemäß IAS 39 erfüllen, obwohl sie bei wirtschaftlicher Betrachtung eine Sicherung darstellen.

Gewinne oder Verluste aus erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerten werden stets erfolgswirksam erfasst.

Finanzielle Vermögenswerte, die nicht der Kategorie „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“ zugeordnet wurden, werden zu jedem Bilanzstichtag auf Werthaltigkeit überprüft.

Zu jedem Bilanzstichtag werden die Buchwerte der finanziellen Vermögenswerte, die nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet wurden, daraufhin untersucht, ob objektive Hinweise auf eine Wertminderung hindeuten. Objektive Hinweise auf einen eingetretenen Wertminderungsaufwand liegen in folgenden Fällen vor: Hinweise auf finanzielle Schwierigkeiten eines Kunden oder einer Gruppe von Kunden, die Nichteinhaltung oder Nichtzahlung von Zins- oder Kapitalbeträgen, die Wahrscheinlichkeit, Insolvenz zu erklären und erkennbare Tatsachen, die auf eine messbare Verringerung der geschätzten zukünftigen Kapitalflüsse hindeuten, wie beispielsweise ungünstige Veränderungen der Zahlungslage des Kreditnehmers oder der Wirtschaftslage, die mit dem Leistungsverzug übereinstimmen. Bei zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten finanziellen Vermögenswerten entspricht der Wertminderungsaufwand der Differenz zwischen dem Buchwert und dem Barwert der erwarteten künftigen Cashflows – abgezinst mit dem ursprünglichen Effektivzinssatz des finanziellen Vermögenswerts. Sofern sich zu späteren Bewertungszeitpunkten ergibt, dass der beizulegende Zeitwert gestiegen ist, erfolgt eine erfolgswirksame Wertaufholung bis maximal zu den fortgeführten Anschaffungskosten.

Ein finanzieller Vermögenswert wird ausgebucht, wenn die vertraglichen Rechte auf Bezug von Cashflows aus diesem finanziellen Vermögenswert erloschen sind oder übertragen wurden. Im Rahmen der Übertragung müssen im Wesentlichen alle Chancen und Risiken, die mit dem Eigentum am finanziellen Vermögenswert verbunden sind, oder die Verfügungsmacht über den Vermögenswert übertragen werden.

Es werden keine finanziellen Vermögenswerte als Sicherheiten für Verbindlichkeiten oder Eventualverbindlichkeiten gewährt.

Finanzielle Verbindlichkeiten

Die finanziellen Verbindlichkeiten werden bei der erstmaligen Erfassung zum beizulegenden Zeitwert bewertet.

Der Kategorie „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten“ werden die nicht in eine wirksame Sicherungsbeziehung einbezogenen Derivate zugeordnet, wenn diese einen negativen Zeitwert ausweisen. Darüber hinaus werden dieser Kategorie eine börsengehandelte Anleiheverpflichtung sowie bedingte Kaufpreisverpflichtungen aus Unternehmenserwerben zugeordnet. Aus der Folgebewertung resultierende Gewinne und Verluste werden erfolgswirksam erfasst.

Nach der erstmaligen Erfassung werden die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und die verzinslichen Darlehen unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Dabei entstehende Gewinne und Verluste werden erfolgswirksam erfasst, wenn Schulden ausgebucht oder getilgt werden.

Eine finanzielle Verbindlichkeit wird ausgebucht, wenn die dieser Verbindlichkeit zugrunde liegende Verpflichtung erfüllt, gekündigt oder erloschen ist.

Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen bestanden wie auch im Vorjahr zum Bilanzstichtag nicht.

Derivative Finanzinstrumente

Derivative Finanzinstrumente werden in der GERRY WEBER Gruppe ausschließlich zur Sicherung von Währungsrisiken aus dem operativen Geschäft in Form von Cashflow-Hedges eingesetzt.

Die Cashflow-Hedges dienen zur Absicherung des Fremdwährungsrisikos bei der Beschaffung oder dem Absatz von Waren. Es werden Devisentermin- und Optionsgeschäfte eingesetzt. Devisentermin- und Optionsgeschäfte sind vertragliche Vereinbarungen, zwei festgelegte Währungen zu einem bestimmten Zeitpunkt zu einem festgelegten Kurs kaufen oder verkaufen zu können.

Bei Eingehen von Sicherungsgeschäften werden geeignete Derivate bestimmten Grundgeschäften zugeordnet. Dabei werden die Voraussetzungen des IAS 39 zur Qualifizierung der Geschäfte als Sicherungsgeschäfte mit der folgenden Ausnahme erfüllt. Zum Bilanzstichtag liegen im geringen Umfang auch Devisentermin- und Optionsgeschäften vor, bei denen die Voraussetzungen für eine Bilanzierung als Sicherungsgeschäft gemäß IAS 39 nicht vorliegen. Die Änderungen des beizulegenden Zeitwerts dieser derivativen Finanzinstrumente werden ergebniswirksam ausgewiesen.

Nach IAS 39 sind alle derivativen Finanzinstrumente zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzieren, unabhängig davon, zu welchem Zweck oder in welcher Absicht sie abgeschlossen wurden.

Soweit die eingesetzten Finanzinstrumente effektive Sicherungsgeschäfte im Rahmen einer Sicherungsbeziehung nach den Vorschriften von IAS 39 (Cashflow-Hedges) sind, führen die Zeitertschwankungen nicht zu Auswirkungen auf das Periodenergebnis während der Laufzeit des Derivats. Die Zeitertschwankungen werden erfolgsneutral in der entsprechenden Eigenkapitalposition erfasst. Der angesammelte Wert im Eigenkapital wird bei Fälligkeit des gesicherten Zahlungsstroms als Gewinn oder Verlust im Periodenergebnis berücksichtigt. Soweit ein ineffektiver Teil der Wertänderungen der Sicherungsgeschäfte besteht, werden diese erfolgswirksam erfasst.

Die Geschäfte ohne bilanzielle Sicherungsbeziehung sind als finanzieller Vermögenswert bzw. als finanzielle Verbindlichkeit, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet und beim erstmaligen Ansatz als solche klassifiziert wird, einzustufen. Der positive Zeitwert ist in den sonstigen Vermögenswerten, der negative Zeitwert in den sonstigen Verbindlichkeiten enthalten. Die entstandenen Erträge sind in den sonstigen betrieblichen Erträgen, die entstandenen Aufwendungen in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten.

Der beizulegende Zeitwert entspricht im Allgemeinen dem Markt- oder Börsenwert. Wenn kein aktiver Markt existiert, wird der beizulegende Zeitwert überwiegend von Kreditinstituten durch Anwendung anerkannter Ermittlungsmodelle ermittelt.

Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte

Eine Reihe von Rechnungslegungsmethoden und Angaben des GERRY WEBER Konzerns verlangen die Bestimmung der beizulegenden Zeitwerte für finanzielle und nicht finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten.

Bei der Bestimmung des beizulegenden Zeitwertes eines Vermögenswertes oder einer Schuld verwendet der GERRY WEBER Konzern soweit wie möglich am Markt beobachtbare Daten. Basierend auf den in den Bewertungstechniken verwendeten Inputfaktoren werden die beizulegenden Zeitwerte in unterschiedliche Stufen in der Fair Value-Hierarchie eingeordnet:

- Stufe 1-Bewertungen zum beizulegenden Zeitwert sind solche, die sich aus notierten Preisen (unangepasst) auf aktiven Märkten für identische finanzielle Vermögenswerte oder Schulden ergeben.
- Stufe 2-Bewertungen zum beizulegenden Zeitwert sind solche, die auf Parametern beruhen, die nicht notierten Preisen für Vermögenswerte und Schulden wie in Stufe 1 entsprechen (Daten), entweder direkt abgeleitet (d. h. als Preise) oder indirekt abgeleitet.
- Stufe 3-Bewertungen zum beizulegenden Zeitwert sind solche, die sich aus Modellen ergeben, welche Parameter für die Bewertung von Vermögenswerten oder Schulden verwenden, die nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren (nichtbeobachtbare Parameter, Annahmen).

Sicherungspolitik des Konzerns ist es, ausschließlich wirksame Derivate zur Absicherung von Währungsrisiken abzuschließen. Die zur Behandlung als Sicherungsgeschäfte notwendigen materiellen und formellen Voraussetzungen des IAS 39 wurden, mit Ausnahme der oben genannten Derivate ohne bilanzielle Sicherungsbeziehung, sowohl bei Abschluss der Sicherungsgeschäfte als auch am Bilanzstichtag erfüllt.

Laufende Steuern

Tatsächliche Steuern sind die erwartete Steuerschuld oder Steuerforderung auf das für das Geschäftsjahr zu versteuernde Einkommen oder den steuerlichen Verlust auf der Grundlage von Steuersätzen, die für den Besteuerungszeitraum gelten, sowie alle Anpassungen der Steuerschuld hinsichtlich früherer Jahre. Hierbei wurden erkennbare steuerliche Risiken für noch nicht abgeschlossene Betriebsprüfungen berücksichtigt.

Latente Steuern

Latente Steuern werden für alle temporären Differenzen zwischen der Steuerbasis der Vermögenswerte bzw. Verbindlichkeiten und ihren Buchwerten im IFRS-Abschluss angesetzt (sog. Liability Method). Latente Steuern werden unter Anwendung der Steuersätze (und Steuervorschriften) bewertet, die am Bilanzstichtag gelten oder im Wesentlichen gesetzlich verabschiedet sind und deren Geltung zum Zeitpunkt der Realisierung der latenten Steuerforderung bzw. Begleichung der latenten Steuerverbindlichkeit erwartet wird.

Ein latenter Steueranspruch wird für noch nicht genutzte steuerliche Verluste und abzugsfähige temporäre Differenzen in dem Umfang erfasst, in dem es wahrscheinlich ist, dass künftige zu versteuernde Ergebnisse zur Verfügung stehen werden, für die sie genutzt werden können. Latente Steueransprüche werden an jedem Abschlussstichtag überprüft und in dem Umfang reduziert, in dem es nicht mehr wahrscheinlich ist, dass der damit verbundene Steuervorteil realisiert werden wird.

Latente Steueransprüche und latente Steuerschulden werden gemäß IAS 1.70 als langfristig ausgewiesen und nicht abgezinst.

Ertragsteuerforderungen

Das festgestellte deutsche Körperschaftsteuerguthaben wird in zehn gleichen Beträgen in den Veranlagungszeiträumen 2008 bis 2017 ausgezahlt. Es wird der Barwert der Forderung mit einem Abzinsungsfaktor von 4% (Vorjahr: 4%) ausgewiesen.

Vorräte

Gemäß IAS 2 werden Vorräte zu durchschnittlichen Anschaffungs- und Herstellungskosten bewertet. In die Herstellungskosten werden neben den Einzelkosten auch angemessene Material- und Fertigungsgemeinkosten einbezogen. Fremdkapitalkosten werden nicht aktiviert.

Soweit erforderlich, wurden Abschläge auf niedrigere realisierbare Nettoveräußerungswerte vorgenommen. Sofern die Gründe, die zu einer Abwertung der Vorräte in der Vergangenheit geführt haben, nicht länger bestehen, wird eine Wertaufholung vorgenommen.

Bei den fertigen Erzeugnissen werden die Herstellungskosten retrograd, ausgehend von dem erzielbaren Veräußerungspreis, ermittelt.

Zwischengewinne durch Veräußerungsvorgänge innerhalb des Konzerns werden eliminiert.

Sonstige Rückstellungen

Rückstellungen werden entsprechend den Vorschriften des IAS 37 bilanziert. Diese werden gebildet, wenn rechtliche oder faktische Verpflichtungen bestehen, die auf zurückliegenden Geschäftsvorfällen oder Ergebnissen beruhen und der künftige Mittelabfluss zur Erfüllung dieser Verpflichtung zuverlässig geschätzt werden kann. Der Wertansatz der Rückstellung bemisst sich bei Einzelrisiken als wahrscheinlichster Erfüllungsbetrag unter Berücksichtigung aller erkennbaren Risiken.

Bei der Ermittlung der Restrukturierungsrückstellungen im Zusammenhang mit dem Programm FIT4GROWTH wurden insbesondere vertraglich bereits fixierte Abstandszahlungen sowie noch zu leistende Abfindungen, welche auf Basis von bereits ausgesprochenen Kündigungen ermittelt worden sind, berücksichtigt. Insoweit lagen bei der Rückstellungsermittlung keine hohen Unsicherheiten mit großen Wertbandbreiten vor.

Langfristige Rückstellungen werden diskontiert und mit ihrem Barwert in der Bilanz angesetzt, wobei ein Vorsteuerzinssatz zugrunde gelegt wird. Zum 31. Oktober 2016 wurden die langfristigen Rückstellungen mit einem durchschnittlichen Zinssatz von 2,93 % abgezinst (Vorjahr: 3,6 %). Aus der reinen Aufzinsung resultierende Erhöhungen der Rückstellungen werden erfolgswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung als Zinsaufwendungen erfasst.

Sonstige Verbindlichkeiten / Verbindlichkeiten aus Minderheitsoptionen

Die Verbindlichkeiten aus Minderheitsoptionen resultieren aus dem Kauf von Retailgesellschaften in den Niederlanden, Belgien und Deutschland, die zum beizulegenden Zeitwert bilanziert werden. Der Ausübungspreis der jeweiligen Option hängt jeweils von zukünftigen EBIT Größen der Zielgesellschaften ab. Der Bilanzierung liegt eine EBIT Planung zu Grunde. Falls das tatsächlich erreichte EBIT von der Planung abweicht, ist die Verbindlichkeit über die Gewinn- und Verlustrechnung anzupassen.

Im Übrigen werden ausstehende Kaufpreiszahlungen und Earn-Out-Zahlungen aus dem Kauf der Retailgesellschaften in Norwegen bilanziert. Die Earn-Out-Zahlungen hängen vom Erreichen zukünftiger Umsatz- und Ertragsziele ab.

Ertrags- und Aufwandsrealisierung

Umsatzerlöse werden zum beizulegenden Zeitwert des erhaltenen oder zu erhaltenden Entgelts bemessen. Umsatzerlöse umfassen die Gegenleistung aus dem Verkauf von Waren und werden ohne Umsatzsteuer, Retouren, Rabatte und Preisnachlässe ausgewiesen. Der Konzern erfasst Umsatzerlöse, wenn die Höhe der Erlöse verlässlich bestimmt werden kann, wenn es hinreichend wahrscheinlich ist, dass dem Unternehmen wirtschaftlicher Nutzen zufließen wird, und wenn die unten beschriebenen spezifischen Kriterien für jede Art von Aktivität erfüllt sind. Der Konzern nimmt Schätzungen anhand historischer Erfahrungswerte vor – unter Berücksichtigung von kundenspezifischen, transaktionsspezifischen und vertragsspezifischen Merkmalen.

(a) Verkauf von Waren - Wholesale

Der Konzern produziert und verkauft ein Sortiment von Damenoberbekleidung an den Großhandel. Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Waren werden grundsätzlich dann erfasst, wenn ein Konzernunternehmen Produkte an einen Großhändler geliefert hat, der Verkaufsweg und Verkaufspreis der Produkte im Ermessen des Großhändlers liegen und es keine unerfüllten Verpflichtungen gibt, die die Annahme der Ware durch den Großhändler betreffen könnten. Die Lieferung erfolgt in diesen Fällen erst, wenn alle Waren an den angegebenen Ort versandt wurden, das Risiko der Veralterung und des Verlusts an den Großhändler übergegangen ist und entweder der Großhändler die Ware nach den Bedingungen des Verkaufsvertrags angenommen hat oder der Konzern objektive Hinweise darauf hat, dass alle Bedingungen der Annahme erfüllt sind.

Daneben wurden mit einigen Kunden Partnerschaftsmodelle geschlossen. Durch Partnerschaftsmodelle wird die Präsentation der GERRY WEBER Kollektionen am Point-of-Sale optimiert und kann damit durch verbesserte Preisgestaltung höhere Erträge für beide Partner erzielen. In diesem Zusammenhang wurden auch in engem zeitlichen und wertmäßigen Umfang Rückliefermöglichkeiten eingeräumt. Hierfür wurden umsatzwirksam

Rückstellungen für erwartete Retouren gebildet. Diese Berechnung beruht auf erwarteten Rücklaufquoten. Außerdem wurden mit ausgewählten Partnern sogenannte Depotverträge geschlossen. Hier bleibt die Ware bis zum Verkauf an den Endkunden im Eigentum von GERRY WEBER. Der Umsatz wird hierbei daher erst realisiert, wenn der Verkauf an den Endkunden stattgefunden hat.

(b) Verkauf von Waren - Retail

Der Konzern betreibt eine Kette von Einzelhandelsgeschäften, die Damenoberbekleidung verkaufen. Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Waren werden erfasst, wenn ein Konzernunternehmen Produkte an einen Endverbraucher verkauft hat. Einzelhandelsverkäufe werden in der Regel bar oder per Kreditkarte abgewickelt.

Die in der Vergangenheit gesammelten Erfahrungswerte dienen als Basis für die Schätzung der Rückgabequote und für die Bildung einer entsprechenden Rückstellung im Verkaufszeitpunkt.

(c) Internetumsätze

Umsätze aus dem Verkauf von Waren über das Internet werden zu dem Zeitpunkt erfasst, wenn die Risiken und Chancen aus den Waren an den Kunden übergehen, d. h. bei Auslieferung. Rückstellungen für Internetgeschäften werden aufgrund der erwarteten Retouren ermittelt. Diese Berechnung beruht auf historischen Rücklaufquoten.

Kapitalrücklage und Gewinnrücklagen

Das in den Vorjahren beim Erwerb eigener Aktien über den rechnerischen Nennwert hinaus gezahlte Aufgeld wurde in Höhe des anteilig auf die ursprünglich eingezahlte Kapitalrücklage je Aktie gezahlten Aufgelds von der Kapitalrücklage abgezogen, der überschüssende Betrag wird von den Gewinnrücklagen abgezogen.

Der bei dem Verkauf eigener Aktien über den rechnerischen Nennwert hinaus in der Vergangenheit erzielte Veräußerungserlös wurde in voller Höhe der Kapitalrücklage zugebucht.

Annahmen, Schätzungen und Ermessensentscheidungen

Wertminderung von nichtfinanziellen Vermögenswerten

Bei der Überprüfung der Werthaltigkeit der immateriellen Vermögenswerte, insbesondere der Geschäfts- und Firmenwerte und des Sachanlagevermögens der konzerneigenen Einzelhandelsgeschäfte wurden bestimmte Grundannahmen zur Bestimmung des erzielbaren Betrags getroffen. In diesem Rahmen werden die erwarteten Zahlungsströme für die Erstellung der Werthaltigkeitstests (Impairment Tests) aus Budgetplanungen für die jeweilige zahlungsmittelgenerierende Einheit bzw. Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten abgeleitet und diskontiert. Das Management geht davon aus, dass die den diskontierten Zahlungsströmen zugrunde liegenden Annahmen und Einschätzungen angemessen sind. Durch eine Veränderung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der branchenspezifischen Wachstumsannahmen können sich jedoch Auswirkungen auf die Werthaltigkeitstests ergeben, die in Zukunft zu Wertminderungen führen können. Die Grundannahmen zur Bestimmung des erzielbaren Betrags für die verschiedenen zahlungsmittelgenerierenden Einheiten werden im Abschnitt C. unter „Immaterielle Vermögenswerte / Geschäfts- oder Firmenwerte“ näher erläutert.

Bilanzierung von Unternehmenserwerben

Im Zuge von Unternehmenserwerben werden in der Bilanz Geschäfts- oder Firmenwerte ausgewiesen. Diese ergeben sich als Unterschiedsbetrag zwischen der übertragenen Gegenleistung und dem Betrag der Anteile ohne beherrschenden Einfluss über die erworbenen Vermögenswerte und die übernommenen Schulden. Bei der Erstkonsolidierung werden alle identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden zum beizulegenden Zeitwert angesetzt. Die bilanzierten Zeitwerte stellen dabei eine wesentliche Schätzgröße dar. Falls immaterielle Vermögenswerte identifiziert werden, wird in Abhängigkeit von der Art des immateriellen Vermögenswerts die Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts unter Anwendung von angemessenen Bewertungstechniken ermittelt. Diese Bewertungen basieren auf verschiedenen Inputfaktoren und teilweise auf Annahmen des Managements über die künftige Wertentwicklung der jeweiligen Vermögenswerte sowie der verwendeten Diskontierungssätze.

Im Rahmen von Unternehmenserwerben sind Verbindlichkeiten aus Minderheitenoptionen entstanden, die zum beizulegenden Zeitwert bilanziert werden. Der Ausübungspreis der Minderheitenoptionen hängt vom erwarteten EBIT der jeweiligen Gesellschaften ab. Bei Abweichungen des erwarteten EBIT sind die Verbindlichkeiten aus Minderheitenoptionen ergebniswirksam über die Gewinn- und Verlustrechnung anzupassen.

Im Vorjahr wurden die Minderheitenoptionen auf Grund von veränderten Erwartungen über das EBIT der jeweiligen Gesellschaften in Höhe von TEUR 12.612 ergebniswirksam angepasst. Die Ergebniserwartungen wurden im laufenden Jahr bestätigt, sodass keine Anpassung im laufenden Jahr erforderlich war.

Rückstellungen

GERRY WEBER ist in zahlreichen Ländern operativ tätig und unterliegt einer Vielzahl von Rahmenbedingungen. Angesichts der Komplexität der internationalen Vorschriften ist es möglich, dass Abweichungen zwischen den tatsächlichen Ereignissen und den getroffenen Annahmen, beziehungsweise Änderungen solcher Annahmen, in Zukunft Anpassungen der bilanzierten Rückstellungen erforderlich machen. Basierend auf vernünftigen Schätzungen werden Rückstellungen für mögliche Auswirkungen einzelner Sachverhalte gebildet. Etwaige Unterschiede zwischen der ursprünglichen Einschätzung und dem tatsächlichen Ausgang können in der jeweiligen Periode Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des GERRY WEBER Konzerns haben.

Vorräte

Für Bestandsrisiken werden, soweit erforderlich, Abwertungen auf den erwarteten niedrigeren Verkaufspreis vorgenommen. Bei den fertigen Erzeugnissen werden die Herstellungskosten retrograd, ausgehend von dem erzielbaren Veräußerungspreis, ermittelt.

Einzelwertberichtigungen auf Forderungen

Die Einbringlichkeit von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wird auf Basis der geschätzten Wahrscheinlichkeit des Ausfalls beurteilt. Überfällige Forderungen werden mit individuell ermittelten Prozentsätzen einzelwertberichtigt. Bei einer Verschlechterung der Finanzlage der Kunden kann der Umfang der tatsächlich vorzunehmenden Ausbuchungen den Umfang der realisierten Wertberichtigungen übersteigen, was sich nachteilig auf die Ertragslage auswirken könnte.

Derivative Finanzinstrumente

Die für die Bewertung der derivativen Finanzinstrumente herangezogenen Annahmen basieren auf am Bilanzstichtag vorhandenen Marktkonditionen und spiegeln damit den beizulegenden Zeitwert wider. Weitere Einzelheiten sind in E. Zusätzliche Angaben und Erläuterungen zu Finanzinstrumenten dargestellt.

C. ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

(1) Anlagevermögen

An Vermögenswerten des Anlagevermögens sind keine Sicherungsrechte für Verbindlichkeiten des Konzerns bestellt.

(a) Immaterielle Vermögenswerte / Geschäfts- oder Firmenwerte

TEUR	Konzessionen, gewerbl. Schutz- rechte, Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	Geschäfts- und Firmenwert	Geleistete Anzahlungen	Gesamt
Anschaffungs- / Herstellkosten				
01.11.2015	198.335	87.051	12.022	297.409
Währungsdifferenzen	455	624	0	1.079
Zugänge	9.078	0	7.625	16.703
Umgliederungen	6.080	0	-4.206	1.874
Abgänge	-620	0	-129	-749
31.10.2016	213.327	87.675	15.312	316.315
Abschreibungen				
01.11.2015	67.282	264	0	67.546
Währungsdifferenzen	-20	0	0	-20
Zugänge	22.857	0	0	22.857
Umgliederungen	0	0	0	0
Abgänge	-293	0	0	-293
31.10.2016	89.826	264	0	90.091
Buchwert 31.10.2015	131.053	86.787	12.022	229.862
Buchwert 31.10.2016	123.501	87.411	15.312	226.224

TEUR	Konzessionen, gewerbl. Schutz- rechte, Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	Geschäfts- und Firmenwert	Geleistete Anzahlungen	Gesamt
Anschaffungs-/Herstellkosten				
01.11.2014	104.973	34.187	6.589	145.749
Währungsdifferenzen	-1.227	-1.678	0	-2.905
Zugänge	94.197	54.543	6.418	155.158
Umgliederungen	985	0	-828	157
Abgänge	-594	0	-157	-750
31.10.2015	198.335	87.052	12.023	297.409
Abschreibungen				
01.11.2014	50.589	265	0	50.853
Währungsdifferenzen	-207	0	0	-207
Zugänge	17.365	0	0	17.365
Umgliederungen	0	0	0	0
Abgänge	-464	0	0	-464
31.10.2015	67.282	265	0	67.547
Buchwert 31.10.2014	54.384	33.923	6.589	94.896
Buchwert 31.10.2015	131.053	86.787	12.023	229.862

Die Zugänge im Bereich der sonstigen immateriellen Vermögenswerte betreffen im Wesentlichen erworbene Software und im Vorjahr im Wesentlichen erworbene Software und im Zusammenhang mit den Unternehmenserwerben erworbene Markenrechte, Kundenbeziehungen sowie Mietverträge.

Exklusive Belieferungsrechte

Als immaterielle Vermögenswerte sind exklusive Belieferungsrechte für fremdbetriebene Houses of GERRY WEBER zu Buchwerten in Höhe von TEUR 10.551 (Vorjahr: TEUR 10.101) enthalten. Die Abschreibung auf diese Belieferungsrechte beläuft sich im Geschäftsjahr 2015/16 auf TEUR 3.788 (Vorjahr: TEUR 3.261), die Abgänge zu Restbuchwerten betragen TEUR 167. Im laufenden Geschäftsjahr sind insgesamt TEUR 4.405 zugegangen.

Mietverhältnisse

Für entgeltlich erworbene vorteilhafte Mietverhältnisse für Ladenlokale sind Beträge in Höhe von TEUR 18.580 (Vorjahr: TEUR 24.620) bilanziert. Die Abschreibung auf diese Vermögenswerte beläuft sich im Geschäftsjahr 2015/16 auf TEUR 6.090 (Vorjahr: TEUR 4.036). In diesem Betrag sind durch das FIT4GROWTH Programm verursachte außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von TEUR 1.333 enthalten. Die Zugänge des Geschäftsjahres betragen TEUR 0 (Vorjahr: TEUR 14.400).

Bei den im Rahmen der Unternehmenszusammenschlüsse der letzten Geschäftsjahre übernommenen Mietverträgen werden Mietpreise, die deutlich unter dem Marktniveau liegen, bezahlt. Diese Vorteile wurden mit dem Barwert aktiviert. Der Barwert wurde an Hand der Restlaufzeit der Mietverträge mit einem laufzeitspezifischen Abzinsungsfaktor ermittelt. Die als abnutzbare immaterielle Vermögenswerte ausgewiesenen vorteiligen Mietverhältnisse werden über die Restlaufzeit der Mietverträge linear abgeschrieben. Der sich ergebende Aufwand wird unter dem Posten Abschreibungen in der Gewinn- und Verlustrechnung berücksichtigt.

Kundenbeziehungen

Als immaterielle Vermögenswerte aus Kundenbeziehungen sind zum 31. Oktober 2016 in Höhe von TEUR 24.422 (Vorjahr: TEUR 29.029) aktiviert. Die Abschreibung auf diese Vermögenswerte beläuft sich im Geschäftsjahr 2015 / 16 auf TEUR 4.979 (Vorjahr: TEUR 4.290). In dem Betrag sind durch das FIT4GROWTH Programm verursachte außerplanmäßige Abschreibungen von TEUR 117 enthalten. Die Zugänge des Geschäftsjahres betragen TEUR 0 (Vorjahr: TEUR 16.929).

Im Rahmen der Unternehmenszusammenschlüsse der letzten Geschäftsjahre wurden Kundenbeziehungen identifiziert. Diese wurden mit dem Barwert aktiviert. Der Barwert wurde über eine unterstellte Nutzungsdauer von fünf bis acht Jahren mit einem laufzeitspezifischen Abzinsungsfaktor ermittelt. Die als abnutzbare immaterielle Vermögenswerte ausgewiesenen Kundenbeziehungen werden linear abgeschrieben. Der sich ergebende Aufwand wird unter dem Posten Abschreibungen in der Gewinn- und Verlustrechnung berücksichtigt.

Markenname „CHANTAL“

Im Rahmen der Übernahme der T. Angen Kapesenteret AS wurde der Markenname „CHANTAL“ in Höhe von TEUR 711 erworben und in den immateriellen Vermögenswerten ausgewiesen. Durch die zum Transaktionszeitpunkt seitens der T. Angen Kapesenteret AS betriebenen 16 Multi-Label-Stores ist die Marke „CHANTAL“ am Markt präsent und generiert zuordenbare Zahlungsströme. Die als abnutzbarer immaterieller Vermögenswert ausgewiesene Marke wird über eine Laufzeit von 10 Jahren linear abgeschrieben. Der sich ergebende Aufwand wird unter den Posten Abschreibungen in der Gewinn- und Verlustrechnung berücksichtigt.

Markenname „Hallhuber“

Im Rahmen der Übernahme Hallhuber wurde der Markenname „Hallhuber“ in Höhe von TEUR 54.000 erworben und in den immateriellen Vermögenswerten ausgewiesen. Die Marke „Hallhuber“ ist am Markt präsent und generiert zuordenbare Zahlungsströme. Die als abnutzbarer immaterieller Vermögenswert ausgewiesene Marke wird über eine Laufzeit von 30 Jahren linear abgeschrieben. Der sich ergebende Aufwand wird unter den Posten Abschreibungen in der Gewinn- und Verlustrechnung berücksichtigt.

Markenname „Maehle“

Im Rahmen der Übernahme der Joh. Maehle & Co AS wurde der Markenname „Maehle“ in Höhe von TEUR 213 erworben und in den immateriellen Vermögenswerten ausgewiesen. Durch die zum Transaktionszeitpunkt seitens der Joh. Maehle & Co AS betriebenen 5 Multi-Label-Stores ist die Marke „Maehle“ am Markt präsent und generiert zuordenbare Zahlungsströme. Die als abnutzbarer immaterieller Vermögenswert ausgewiesene Marke wird über eine Laufzeit von 4 Jahren linear abgeschrieben. Der sich ergebende Aufwand wird unter den Posten Abschreibungen in der Gewinn- und Verlustrechnung.

Geschäfts- und Firmenwerte

Die Geschäfts- oder Firmenwerte sind zum 31. Oktober 2016 mit einem Buchwert von TEUR 87.411 (Vorjahr: TEUR 86.787) bilanziert und resultieren aus den positiven Unterschiedsbeträgen aus dem Bereich der Unternehmenszusammenschlüsse.

Als Geschäfts- und Firmenwerte werden ausgewiesen:

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Retail Österreich	2.136	2.136
Retail Deutschland	3.495	3.495
Stores Niederlande	10.675	10.675
Concessions Niederlande	1.161	1.161
Stores Belgien	6.198	6.198
Stores Norwegen	10.138	9.514
Stores Finnland	1.384	1.384
Retail Hallhuber	52.224	52.224
	87.411	86.787

Der auf die Stores Norwegen entfallende Geschäfts- und Firmenwert hat sich durch eine währungsbedingte Anpassung zum Bilanzstichtag in Höhe von TEUR 624 erhöht. Im Vorjahr hatte sich der Wert ebenfalls währungsbedingt um TEUR 1.678 verringert.

Die Geschäfts- und Firmenwerte sind im Wesentlichen dem Segment „Retail Gerry Weber“ zuzuordnen. Nur der Firmenwert Hallhuber ist dem Segment „Retail Hallhuber“ zugeordnet. In diesen Segmenten werden als Zahlungsmittel generierende Einheiten grundsätzlich die einzelnen Verkaufsflächen definiert.

Für Zwecke des Wertminderungstests sind Geschäfts- oder Firmenwerte Gruppen von Zahlungsmittel generierenden Einheiten zugeordnet. Diese Gruppen von Zahlungsmittel generierenden Einheiten entsprechen der niedrigsten Ebene innerhalb des Unternehmens, auf der die Geschäfts- oder Firmenwerte für interne Managementzwecke überwacht werden.

Im Rahmen des Wertminderungstests wird der Buchwert der jeweiligen Gruppe von Zahlungsmittel generierenden Einheiten ihrem erzielbaren Betrag gegenübergestellt. Der erzielbare Betrag wird dabei als Nutzungswert auf Basis der künftigen Cash Flows ermittelt, die auf internen Planungsrechnungen basieren. Sensitive Planungsprämissen sind dabei das Umsatzwachstum, die Rohertragerwartungen, Einschätzungen über Ersatzinvestitionen in das Filialnetz sowie die Personalaufwandsquote, bezogen auf die einzelnen Filialen. Die Planungsrechnungen beziehen sich auf die Festlaufzeit der jeweiligen Mietverträge. Der Planungszeitraum beträgt zwischen einem und fünf Jahren.

Werthaltigkeitstests für immaterielle Vermögenswerte führten im abgelaufenen Geschäftsjahr zu keiner außerplanmäßigen Abschreibung. Die ermittelten Cashflows wurden aufgrund einheitlicher Risikostrukturen mit einem einheitlichen gewichteten Kapitalkostensatz (WACC) vor Steuern 9,11% (nach Steuern in Höhe von 6,76%) auf der Grundlage von Marktdaten diskontiert. GERRY WEBER verwendet für die Extrapolation der Cashflows über den Detailplanungszeitraum von drei Jahren hinaus konstante Wachstumsraten von 1%. Im Detailplanungszeitraum wird neben Neueröffnungen und Schließungen von einzelnen Verkaufsflächen ein like for like Umsatz – Wachstum von individuell nach Standorten von 1% bis 5%, sowie Investitionen auf dem Niveau der Abschreibungen angenommen. Auch bei einer nicht zu erwarteten Reduzierung der Annahmen würde sich kein Abwertungsbedarf ergeben. Insbesondere bei einer Erhöhung des Diskontierungssatzes vor Steuern um einen Prozentpunkt auf 10,11% würde sich ebenso kein Abschreibungsbedarf ergeben wie bei einer Verminderung des zur Ermittlung der ewigen Rente verwendeten Wachstumsfaktors um einen Prozentpunkt, sowie für die Verminderung des geplanten Ergebnisses der betrieblichen Tätigkeit um 5%.

(b) Sachanlagen

TEUR	Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, BGA	Geleistete Anzahlungen u. Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaffungs-/ Herstellkosten					
01.11.2015	184.931	7.960	96.020	97.987	386.897
Währungsdifferenzen	-188	-51	-71	36	-275
Zugänge	19.249	9.893	11.994	1.960	43.096
Umgliederungen	43.100	51.120	1.588	-97.683	-1.874
Abgänge	-12.269	-27	-10.212	-6	-22.514
31.10.2016	234.823	68.895	99.318	2.294	405.330
Abschreibungen					
01.11.2015	44.197	6.515	48.357	0	99.069
Währungsdifferenzen	-79	-49	-96	0	-224
Zugänge	21.258	2.109	16.736	0	40.104
Umgliederungen	0	0	0	0	0
Abgänge	-12.040	-8	-9.549	0	-21.598
31.10.2016	53.336	8.568	55.448	0	117.352
Buchwert 31.10.2015	140.734	1.444	47.663	97.987	287.828
Buchwert 31.10.2016	181.487	60.327	43.870	2.294	287.979

TEUR	Gründstücke, grundstücks- gleiche Rechte ein- schließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, BGA	Geleistete Anzahlungen u. Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaftungs-/ Herstellkosten					
01.11.2014	172.478	7.780	79.712	25.135	285.103
Währungsdifferenzen	-52	-14	-173	-29	-267
Zugänge	23.818	486	20.849	73.045	118.198
Umgliederungen	94	11	-98	-164	-157
Abgänge	-11.407	-303	-4.270	0	-15.980
31.10.2015	184.931	7.960	96.020	97.987	386.897
Abschreibungen					
01.11.2014	42.392	6.179	41.407	0	89.978
Währungsdifferenzen	-22	-13	-71	0	-106
Zugänge	7.125	652	10.868	0	18.645
Umgliederungen	0	0	0	0	0
Abgänge	-5.297	-303	-3.847	0	-9.447
31.10.2015	44.197	6.515	48.357	0	99.069
Buchwert 31.10.2014	130.086	1.601	38.305	25.135	195.126
Buchwert 31.10.2015	140.734	1.444	47.663	97.987	287.828

Es werden Firmenimmobilien in Halle/Westfalen, Düsseldorf und Rumänien inklusive der Ausstattung ausgewiesen. Darüber hinaus werden Mietereinbauten in den Einzelhandelsgeschäften bilanziert.

Im Rahmen des Neubaus des Logistikzentrums in Halle/Westfalen (RAVENNA-Park) wurden im Geschäftsjahr 2015/16 Fremdkapitalkosten in Höhe von TEUR 725 (Vorjahre: TEUR 1.519) aktiviert. Der Finanzierungskostensatz, der bei Bestimmung der aktivierbaren Fremdkapitalkosten zugrunde gelegt worden ist, beläuft sich auf 2,0% (Vorjahr: 2,0%).

(c) Renditeimmobilien

TEUR	Renditeimmobilien
Anschaffungs- / Herstellkosten	
01.11.2015	28.418
Währungsdifferenzen	0
Zugänge	107
Umgliederungen	0
Abgänge	-28.525
31.10.2016	0
Abschreibungen	
01.11.2015	1.881
Währungsdifferenzen	0
Zugänge	489
Umgliederungen	0
Abgänge	-2.370
31.10.2016	0
Buchwert 31.10.2015	26.537
Buchwert 31.10.2016	0

TEUR	Renditeimmobilien
Anschaffungs- / Herstellkosten	
01.11.2014	28.221
Währungsdifferenzen	0
Zugänge	197
Umgliederungen	0
Abgänge	0
31.10.2015	28.418
Abschreibungen	
01.11.2014	1.393
Währungsdifferenzen	0
Zugänge	487
Umgliederungen	0
Abgänge	0
31.10.2015	1.881
Buchwert 31.10.2014	26.828
Buchwert 31.10.2015	26.537

Der Konzern hatte im Geschäftsjahr 2008/09 ein Grundstück in Düsseldorf erworben. Dieses Grundstück wurde mit einem neuen Orderzentrum bebaut, dessen Räumlichkeiten an andere Modeunternehmen vermietet wurden. Die Bilanzierung folgte der Anschaffungskostenmethode mit einer vorgesehenen linearen Abschreibung des Gebäudes über die Nutzungsdauer von 50 Jahren. Das Gebäude wurde im Geschäftsjahr 2011/12 fertig gestellt und war seit dem vermietet. Im Geschäftsjahr wurde die Renditeimmobilie vollständig veräußert. Aus der Veräußerung wurde ein Ertrag in Höhe von TEUR 22.945 erzielt, welcher in den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen wird.

Die mit der Immobilie bis zur Veräußerung verbundenen Erlöse belaufen sich auf TEUR 3.371 (Vorjahr: TEUR 3.322), die direkten betrieblichen Aufwendungen betragen TEUR 934 (Vorjahr: TEUR 990).

(d) Finanzanlagen

TEUR	Beteiligungen	Sonstige Ausleihungen	Gesamt
Anschaffungs- / Herstellkosten			
01.11.2015	484	2.827	3.311
Währungsdifferenzen	8	0	8
Zugänge	14	0	14
Umgliederungen	0	0	0
Abgänge	-205	-140	-344
31.10.2016	301	2.687	2.989
Abschreibungen			
01.11.2015	264	450	714
Währungsdifferenzen	0	0	0
Zugänge	0	0	0
Umgliederungen	0	0	0
Abgänge	0	0	0
31.10.2016	264	450	714
Buchwert 31.10.2015	220	2.377	2.597
Buchwert 31.10.2016	37	2.237	2.274

TEUR	Beteiligungen	Sonstige Ausleihungen	Gesamt
Anschaffungs-/Herstellkosten			
01.11.2014	406	2.868	3.274
Währungsdifferenzen	-13	0	-13
Zugänge	91	54	145
Umgliederungen	0	0	0
Abgänge	0	-95	-95
31.10.2015	484	2.827	3.311
Abschreibungen			
01.11.2014	264	450	714
Währungsdifferenzen	0	0	0
Zugänge	0	0	0
Umgliederungen	0	0	0
Abgänge	0	0	0
31.10.2015	264	450	714
Buchwert 31.10.2014	142	2.418	2.559
Buchwert 31.10.2015	220	2.377	2.597

Es handelt sich im einzelnen um:

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Langfristige Darlehen	1.862	1.965
Langfristige Einlagen	232	232
Mietkautionen	143	180
Anteile an Kommanditgesellschaften	30	17
Anteile an ausländischen Kapitalgesellschaften	7	203
	2.274	2.597

Die Finanzanlagen sind zu fortgeführten Anschaffungskosten, die dem Zeitwert entsprechen, bilanziert. Die Bewertung der Anteile an Kommanditgesellschaften und der Anteile an ausländischen Kapitalgesellschaften erfolgt grundsätzlich zu Anschaffungskosten, weil der Zeitwert nicht verlässlich ermittelt werden kann. Für diese Anteile besteht kein aktiver Markt.

(2) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (langfristig)

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr bestehen in Höhe von TEUR 0 (Vorjahr: TEUR 245). Es handelt sich um marktüblich verzinsliche Forderungen.

(3) Sonstige Vermögenswerte (langfristig)

Die langfristigen sonstigen Vermögenswerte sind ausschließlich nicht finanzielle Vermögenswerte und haben Laufzeiten bis zu vier Jahren.

(4) Ertragsteuerforderungen (langfristig)

Es handelt sich um ein durch einen Bescheid festgestelltes Körperschaftsteuerguthaben, das in zehn gleichen Beträgen in den Veranlagungszeiträumen 2008 bis 2017 ausgezahlt wird. Es wird der Barwert der Forderung mit einem Abzinsungsfaktor von 4% (Vorjahr: 4%) ausgewiesen. Der Anteil mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr wurde als langfristige Ertragsteuerforderung ausgewiesen.

Bei den inländischen Gesellschaften werden die bestehenden Körperschaftsteuerguthaben mit einem Betrag von TEUR 0 (Vorjahr: TEUR 577) in den langfristigen Ertragsteuerforderungen ausgewiesen. Der kurzfristig fällige Teil des Körperschaftsteuerguthabens sowie andere Steuererstattungen in Höhe von insgesamt TEUR 2.213 (Vorjahr: TEUR 11.454) werden in den kurzfristigen Ertragsteuerforderungen ausgewiesen.

(5) Latente Steuern

Auf Ansatz- und Bewertungsunterschiede bei den einzelnen Bilanzposten entfallen die folgenden bilanzierten aktiven und passiven latenten Steuern:

TEUR	Aktive latente Steuern		Passive latente Steuern	
	31.10.2016	31.10.2015	31.10.2016	31.10.2015
Langfristige Vermögenswerte	1.771	963	31.948	35.880
Kurzfristige Vermögenswerte	1.282	1.293	1.415	1.411
Langfristige Rückstellungen	2.256	1.999	320	299
Verlustvorträge	2.069	957	0	0
Erfolgsneutrale Veränderungen gemäß IAS 39	41	0	4.625	13.496
	7.419	5.212	38.308	51.086

Der in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Aufwand bzw. Ertrag aus temporären Differenzen entspricht der Änderung der zugehörigen Bilanzposten, soweit sie nicht erfolgsneutral im Eigenkapital verrechnet werden.

Von den aktiven latenten Steuern, die sich auf die langfristigen Vermögenswerte beziehen, betreffen TEUR 640 (Vorjahr: TEUR 766) Geschäfts- und Firmenwerte in Höhe von TEUR 2.559 (Vorjahr: TEUR 3.063), da diese steuerlich abzugsfähig sind.

Steuerliche Verlustvorträge bestehen in Höhe von EUR 23,1 Mio. (Vorjahr: EUR 23,8 Mio.). Im Wesentlichen betreffen diese Gesellschaften in Spanien, Irland, Belgien und in Norwegen. Die sich hierauf ergebenden aktiven latenten Steuern in Höhe von TEUR 5.870 (Vorjahr: TEUR 5.977) wurden in Höhe von TEUR 3.800 (Vorjahr: TEUR 4.261) wertberichtigt, da mittelfristig nicht mit einer Realisierung der darin enthaltenen Steuervorteile gerechnet werden kann.

Von den nicht angesetzten latenten Steueransprüchen auf Verlustvorträge verfallen Beträge von TEUR 3.065 (Vorjahr: TEUR 3.484) in einem bis dreizehn Jahren.

Soweit latente Steuern bei Konzerngesellschaften anfallen, die in der laufenden Periode oder den Vorjahren Verluste entstanden sind, werden diese nur aktiviert, wenn die Unternehmensleitung davon ausgeht, dass bei dieser Gesellschaft zukünftig Gewinn erwirtschaftet werden, die die Werthaltigkeit der aktiven latenten Steuern begründen. Mit Ausnahme der latenten Steuern auf Verlustvorträge wurden im aktuellen Jahr und im Vorjahr keine latenten Steuern aktiviert, die auf diese Gesellschaften entfallen.

Saldierungen aktiver und passiver latenter Steuern wurden aus Wesentlichkeitsgründen nicht vorgenommen.

(6) Vorräte

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	12.126	15.149
Unfertige Erzeugnisse	12.976	12.250
Fertige Erzeugnisse und Waren	148.185	136.185
	173.287	163.584

Die Wertminderung aus der absatzorientierten Bewertung der Vorräte betrug TEUR 3.831 (Vorjahr: TEUR 3.725).

Der Aufwand daraus ist im Materialaufwand erfasst. Es bestehen übliche Eigentumsvorbehalte.

(7) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (kurzfristig)

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind in Höhe von TEUR 63.285 (Vorjahr: TEUR 63.716) innerhalb eines Jahres fällig. Dabei ist der weit überwiegende Teil innerhalb von drei Monaten fällig.

Die Wertberichtigungen auf Forderungen betragen TEUR 1.194 (Vorjahr: TEUR 1.976). Bei der Bemessung der Wertberichtigungen werden eventuell bestehende Warenkreditversicherungen berücksichtigt.

Aufwendungen und Erträge für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträgen ausgewiesen.

(8) Sonstige Vermögenswerte (kurzfristig)

Sonstige Vermögenswerte sind in Höhe von TEUR 86.958 (Vorjahr: TEUR 70.480) innerhalb eines Jahres fällig.
Die sonstigen Vermögenswerte enthalten insgesamt:

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Finanzielle Vermögenswerte		
Immobilienverkauf Halle 30	49.100	0
Devisentermin- und Optionsgeschäfte	17.699	46.173
Guthaben bei Lieferanten	7.128	5.464
Bonusforderungen	245	517
Mietforderungen	40	1.898
Forderung gegen Versicherungen	62	0
Verkauf von Werbeatikeln	0	132
	74.274	54.184
Nicht finanzielle Vermögenswerte		
Forderungen aus Steuern	5.253	4.831
Rechnungsabgrenzungsposten	4.820	5.309
Forderungen Mitarbeiter / Personal	1.191	1.160
Forderungen GERRY WEBER Open	742	550
Übrige	679	4.446
	12.684	16.296
	86.958	70.480

Zu den positiven Marktwerten der Devisentermin- und Optionsgeschäfte verweisen wir auf die Ausführungen im Abschnitt E.

(9) Ertragsteuerforderungen (kurzfristig)

Die Steuererstattungsansprüche betreffen mit TEUR 2.213 (Vorjahr: TEUR 11.454) Körperschaft- und Gewerbesteuer sowie den auf die Körperschaftsteuer entfallenden Solidaritätszuschlag.

(10) Liquide Mittel

Neben täglich fälligen Guthaben bei Kreditinstituten sind in diesem Posten Schecks, unterwegs befindliche Zahlungen und Kassenbestände ausgewiesen.

Die Guthaben bei Kreditinstituten bestanden bei verschiedenen Banken in verschiedenen Währungen.

(11) Eigenkapital

Die Veränderung des Eigenkapitals ist in der Eigenkapitalveränderungsrechnung dargestellt.

Der Konzern steuert sein Kapital mit dem Ziel, die Erträge der Unternehmensbeteiligten durch Optimierung des Verhältnisses von Eigen- zu Fremdkapital zu maximieren. Dabei wird sichergestellt, dass alle Konzernunternehmen unter der Unternehmensfortführungsprämisse operieren können. Die Steuerung der Kapitalstruktur erfolgt ausschließlich zentral auf Ebene des Mutterunternehmens. Zur Überwachung von Vorgaben und Zielerreichung im Kapitalmanagement sind regelmäßige Reportingprozesse eingerichtet. Entscheidungen über Dividendenzahlungen oder Kapitalmaßnahmen werden im Einzelfall daraus abgeleitet. Unter Berücksichtigung dieser Ziele ist im Geschäftsjahr 2014/15 die Aufnahme der Schuldscheindarlehen beschlossen worden.

Das bilanzielle Eigenkapital und die Bilanzsumme betragen:

TEUR	31.10.2016	31.10.2015	Veränderung
Eigenkapital in TEUR	446.500	483.353	-36.853
Eigenkapital in % vom Gesamtkapital	49,6 %	51,5 %	-1,9 %
Fremdkapital in TEUR	454.166	455.258	-1.092
Fremdkapital in % vom Gesamtkapital	50,4 %	48,5 %	1,9 %
Gesamtkapital (Eigenkapital plus Fremdkapital) in TEUR	900.665	938.610	-37.945

Das Eigenkapital umfasst das Gezeichnete Kapital und die Rücklagen des Konzerns. Das Fremdkapital ist definiert als lang- und kurzfristige Finanzverbindlichkeiten, Rückstellungen und sonstige Verbindlichkeiten.

(a) Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital der Gerry Weber International AG ist in 45.905.960 (Vorjahr: 45.905.960) Inhaber-Stückaktien mit einem rechnerischen Wert von EUR 1,00 eingeteilt.

Der Vorstand der Gerry Weber International AG ist gemäß § 5 Abs. 3 der Satzung ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 5. Juni 2018 mit Zustimmung des Aufsichtsrats einmalig oder mehrmals um bis zu insgesamt EUR 22.952.980 zu erhöhen.

Der Vorstand ist des Weiteren ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der Kapitalerhöhung und ihrer Durchführung mit Zustimmung des Aufsichtsrates festzulegen.

Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, die Fassung der Satzung entsprechend der jeweiligen Ausnutzung des genehmigten Kapitals und nach Ablauf der Ermächtigung entsprechend zu ändern.

Der Vorstand ist weiterhin ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates die Einzelheiten der Durchführung einer bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen. Das Grundkapital ist dazu um bis zu EUR 4.590.590 durch Ausgabe von bis zu 4.590.590 neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht. Der Vorstand wurde ferner von der Hauptversammlung am 16. April 2015 dazu ermächtigt, eigene Aktien im Umfang von bis zu 10% des Grundkapitals bis zum 15. April 2020 zurückzukaufen.

(b) Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage enthält die Aufgelder aus den Ausgaben von Aktien, abzüglich der beim Erwerb eigener Aktien gezahlten anteiligen Aufgelder, zuzüglich der bei Veräußerung eigener Aktien gezahlten Aufgelder.

(c) Gewinnrücklagen

Die Gewinnrücklagen enthalten die in der Vergangenheit erzielten Ergebnisse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, soweit sie nicht ausgeschüttet oder in Grundkapital umgewandelt wurden, sowie Ergebniseffekte aus Konsolidierungsmaßnahmen der Vorperioden, abzüglich der beim Erwerb eigener Aktien gezahlten anteiligen Aufgelder, soweit diese nicht bei der Kapitalrücklage abgezogen wurden.

(d) Kumulierte erfolgsneutrale Veränderungen gemäß IAS 39

Es werden die Effekte aus der erfolgsneutralen Bewertung von Finanzinstrumenten nach Steuern ausgewiesen. Bei den Finanzinstrumenten handelt es sich ausschließlich um Währungssicherungsgeschäfte.

TEUR	31.10.2016	31.10.2015	Veränderung
Positive Zeitwerte von Finanzinstrumenten	15.750	44.988	-29.238
Negative Zeitwerte von Finanzinstrumenten	-135	0	-135
Aktive latente Steuern	41	0	41
Passive latente Steuern	-4.725	-13.497	8.772
	10.930	31.491	-20.561

Die in der Gesamtergebnisrechnung ausgewiesenen Steuereffekte betreffen in Höhe von TEUR 8.972 (Vorjahr: TEUR -5.341) die Zeitwertänderungen der Währungssicherungsgeschäfte.

Aus dem kumulierten übrigen Eigenkapital wurden TEUR -16.973 (Vorjahr: TEUR -11.619) Ergebnis verbessernd in den Materialaufwand sowie TEUR 92 (Vorjahr: TEUR 288) in die Umsatzerlöse in der Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert.

(e) Fremdwährungsdifferenzen

Der Posten enthält die Differenzen aus der erfolgsneutralen Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen, die nicht in EUR bilanzieren.

(f) Bilanzgewinn

Der Bilanzgewinn entwickelte sich wie folgt:

TEUR	
Vortrag 01.11.2015	76.328
Dividendenausschüttung 2016	-18.362
Jahresergebnis 2015/2016	512
Bilanzgewinn 31.10.2016	58.478

(12) Personalarückstellungen (langfristig)

Durch die Saldierung der zur Sicherung der Altersteilzeitverpflichtungen abgeschlossenen Aktiva mit den entsprechenden Rückstellungen ergibt sich zum 31. Oktober 2016 ein Betrag in Höhe von insgesamt TEUR 185 (Vorjahr: TEUR 50), der unter den langfristigen Personalarückstellungen ausgewiesen ist.

(13) Sonstige Rückstellungen (langfristig)

Der Posten besteht in Höhe von TEUR 8.325 (Vorjahr: TEUR 8.645) aus Rückbauverpflichtungen für Mietereinfbauten in angemieteten Ladenlokalen.

Diese Rückstellungen werden gebildet auf Grundlage der erwarteten Erfüllungsbeträge sowie der vereinbarten Mietdauern. Unsicherheiten ergeben sich aufgrund der Kostenschätzungen sowie des tatsächlichen zeitlichen Anfalls der Inanspruchnahmen.

Es wurden TEUR 533 (Vorjahr: TEUR 947) zugeführt. Im Geschäftsjahr sind Rückbaukosten in Höhe von TEUR 853 angefallen, welche gegen die Rückstellung verrechnet wurden. Nicht verwendete Beträge, die aufzulösen gewesen wären, gab es im Geschäftsjahr nicht.

Aus der Aufzinsung der Rückstellung wurden Zinsaufwendungen in Höhe von TEUR 181 (Vorjahr: TEUR 589) ausgewiesen. Die erwarteten Zahlungsabflüsse fallen in einem Zeitraum von 5 bis 20 Jahren an.

(14) Finanzschulden (langfristig)

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und Versicherungsgesellschaften	221.250	215.000

Die wesentlichen Vertragsgrundlagen der am Abschlussstichtag des Geschäftsjahres 2016 bestehenden langfristigen Darlehensverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und Versicherungsgesellschaften ergeben sich aus der folgenden Tabelle:

	Buchwert 2015 / 16 TEUR	Buchwert 2014 / 15 TEUR	Laufzeit bis Monat / Jahr	Nominalzins % p. a.	Effektivzins % p. a.
Schuldscheindarlehen 1					
Tranche 1 (fix)	40.000	40.000	03 / 2020	1,13	1,19
Tranche 2 (fix)	60.000	60.000	03 / 2022	1,44	1,49
Tranche 3 (fix)	40.000	40.000	03 / 2025	2,00	2,03
	140.000	140.000			
Schuldscheindarlehen 2					
Tranche 1 (fix)	0	10.000	11 / 2016	1,53	1,74
Tranche 2 (variabel)	0	10.000	11 / 2016	0,86	1,07
Tranche 3 (fix)	23.500	23.500	11 / 2018	2,19	2,30
Tranche 4 (variabel)	7.500	7.500	11 / 2018	1,06	1,17
Tranche 5 (fix)	24.000	24.000	11 / 2020	2,80	2,88
	55.000	75.000			
Sonstige Darlehen					
Darlehen Bank 1	11.250	0	05 / 2019	0,89	0,89
Darlehen Bank 2	15.000	0	06 / 2021	0,85	0,85
	26.250	0			
	221.250	215.000			

Der Anteil der langfristigen Finanzschulden mit einer Laufzeit von mehr als 5 Jahren beträgt TEUR 115.000 (Vorjahr: TEUR 124.000).

Bei den langfristigen Finanzschulden sind die Abweichungen zwischen Buchwert und beizulegendem Zeitwert in Abschnitt E. Zusätzliche Angaben und Erläuterungen zu Finanzinstrumenten dargestellt.

(15) Sonstige Verbindlichkeiten (langfristig)

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Finanzielle Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Minderheitenoptionen	3.036	16.956
Restkaufpreiszahlung aus Unternehmenserwerb	8.578	8.185
Sonstige	628	1.497
	12.242	26.638

Gegenüber Minderheitsgesellschaftern von vollkonsolidierten Gesellschaften in den Niederlanden, Belgien und Deutschland bestehen Optionen, deren Anteile zu erwerben. Die Zahlungen aus den Optionen für Gesellschaften in den Niederlanden und Belgien sind im Geschäftsjahr 2016/17 fällig. Daher erfolgt der Ausweis dieser Verbindlichkeiten zum Stichtag innerhalb der kurzfristigen sonstigen Verbindlichkeiten.

Der Optionspreis hängt vom zukünftigen EBIT dieser Gesellschaften ab. Falls das prognostizierte EBIT vom tatsächlichen EBIT um +/-5% abweicht, verändert sich die hier ausgewiesene Verbindlichkeit für TB Fashion GERRY WEBER GmbH um +/- TEUR 95.

Die Restkaufpreiszahlung aus Unternehmenserwerb betrifft die restlichen Kaufpreiszahlungen für den Erwerb der norwegischen Gesellschaften. Diese Teile der Kaufpreise sind 2018 fällig.

Aus der Übernahme der Joh. Maehle & Co AS war eine weitere Verbindlichkeit in Höhe von TEUR 302 zu erfassen. Ferner wurde im Vorjahr unter Berücksichtigung eines abgesicherten Wechselkurses eine währungsbedingte Anpassung in Höhe von TEUR 1.055 vorgenommen. Der Kursgewinn wurde im Vorjahr ergebniswirksam in den sonstigen betrieblichen Erträgen erfasst.

Die innerhalb der lang- und kurzfristigen ausgewiesenen Beträge der unverzinslichen Verbindlichkeiten aus Minderheitenoptionen und die Restkaufpreiszahlungen wurden im Geschäftsjahr aufgezinst. Die Aufzinsungsbeträge in Höhe von insgesamt TEUR 1.815 wurden ergebniswirksam im Zinsaufwand erfasst.

Im Vorjahr sind die Verbindlichkeiten aus Minderheitenoptionen für Belgien und den Niederlanden auf Grund von veränderten Erwartungen über das kaufpreisrelevante EBIT der jeweiligen Gesellschaften ergebniswirksam angepasst worden. Der Anpassungsbetrag in Höhe von insgesamt TEUR 12.612 wurde ergebniswirksam unter den sonstigen betrieblichen Erträgen erfasst. Eine derartige Anpassung war im aktuellen Geschäftsjahr nicht vorzunehmen.

Rückstellungen 31.10.2016 und 31.10.2015 (kurzfristig)

Die Entwicklung und Zusammensetzung der Rückstellungen wird nachfolgend dargestellt:

Rückstellungsart in TEUR	Vortrag 01.11.2015	Verbrauch	Auflösung	Zuführung	Stand 31.10.2016
(16) Steuerrückstellungen	5.601	5.200	0	10.805	11.206
(17) Personalarückstellungen					
Tantiemen	3.102	3.102	0	3.315	3.315
Urlaub	3.667	3.667	0	4.124	4.124
Altersteilzeit (kurzfristig)	25	0	0	67	92
Jahressonderzahlung	4.100	4.100	0	3.511	3.511
Abfindungen	143	143	0	4.247	4.247
Übrige	755	667	88	910	910
	11.792	11.679	88	16.174	16.199
(18) Sonstige Rückstellungen					
Gewährleistung	659	659	0	267	267
Ausstehende Rechnungen	10.109	10.019	90	4.530	4.530
Abschlusskosten	586	556	30	645	645
Restrukturierung	0	0	0	6.609	6.609
Aufsichtsratsvergütung	702	702	0	870	870
Übrige	3.683	3.683	0	5.047	5.047
	15.739	15.619	120	17.968	17.968
	33.132	32.498	208	44.947	45.373

Rückstellungsart in TEUR	Vortrag 01.11.2014	Verbrauch	Auflösung	Zuführung	Stand 31.10.2015
(16) Steuerrückstellungen	2.680	1.660	0	4.581	5.601
(17) Personalarückstellungen					
Tantiemen	6.494	6.334	160	3.102	3.102
Urlaub	3.369	3.369	0	3.667	3.667
Altersteilzeit (kurzfristig)	0	0	0	25	25
Jahressonderzahlung	3.529	3.529	0	4.100	4.100
Übrige	552	452	100	898	898
	13.944	13.684	260	11.792	11.792
(18) Sonstige Rückstellungen					
Gewährleistung	783	783	0	659	659
Ausstehende Rechnungen	3.292	3.112	180	10.109	10.109
Abschlusskosten	515	484	31	586	586
Ausgleich Handelsvertreter	115	115	0	0	0
Aufsichtsratsvergütung	510	510	0	702	702
Übrige	3.214	3.214	0	3.683	3.683
	8.429	8.218	211	15.739	15.739
	25.053	23.562	471	32.112	33.132

Die Restrukturierungsrückstellungen in Höhe von TEUR 6.609 wurden im Zusammenhang mit dem Programm Fit4Growth gebildet. Selbiges gilt für wesentliche Teile der Rückstellungen für Abfindungen, die in Höhe von TEUR 4.247 bestehen.

(19) Kurzfristige Finanzschulden (Restlaufzeit unter einem Jahr)

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Davon Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und Versicherungsgesellschaften	33.548	6.776

TEUR	Buchwert 2015 / 16	Buchwert 2014 / 15
Bank	29.670	425
Anleihe	0	28.964
Versicherung	0	2.143
Sonstige	3.878	4.208
	33.548	35.740

Die Beträge sind bis November 2016 (Vorjahr: Juli 2016) fällig und haben einen durchschnittlichen Nominalzins von 1,46 bis 2,20% (Vorjahr: 3,51% bis 7,25%) und einen durchschnittlichen Effektivzins von 1,58 bis 2,20% (Vorjahr: 3,56% bis 7,25%).

HALLHUBER hatte zum 19. Juni 2013 eine Anleihe über 30 Mio. EUR begeben. Die Anleihe hatte eine Laufzeit von 5 Jahren und war am Mittelstandsmarkt der Börse Düsseldorf gelistet. Sie wurde zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Die Verzinsung der Anleihe erfolgte zu 7,25% p.a. Aufgrund der vorteilhaften Finanzierungsmöglichkeiten wurde die Anleihe im Geschäftsjahr 2014/15 vorzeitig zum 18. Juni 2016 gekündigt und zu diesem Zeitpunkt zurückgezahlt. Nach den Anleihebedingungen waren bestimmte Covenants einzuhalten, welche im Vor- und im Berichtsjahr sämtlich nicht verletzt worden sind.

Ein Liquiditäts- oder Finanzierungsrisiko ist derzeit nicht erkennbar. Zins und Tilgung wurden bei Fälligkeit bezahlt.

Bei den übrigen kurzfristigen Finanzschulden ergeben sich auf Grund der kurzen Laufzeiten keine wesentlichen Unterschiede zwischen Buchwerten und beizulegenden Zeitwerten.

(20) Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Bei den Verbindlichkeiten aus Warenlieferungen bestehen die üblichen Eigentumsvorbehalte.

(21) Sonstige Verbindlichkeiten

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Finanzielle Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Minderheitenoptionen	15.890	0
Kundenverbindlichkeiten	595	452
	16.485	452
Nicht finanzielle Verbindlichkeiten		
Sonstige Steuern (insb. Lohn- und Umsatzsteuer)	9.474	10.122
Kundengutscheine, Bonuskarten u. Kommissionsware	3.916	3.253
Personalverbindlichkeiten	2.862	1.383
Soziale Sicherheit	338	417
Rechnungsabgrenzung	2.463	984
Übrige Verbindlichkeiten	2.104	7.693
	21.125	23.852
	37.643	24.304

Gegenüber Minderheitsgesellschaftern von vollkonsolidierten Gesellschaften in den Niederlanden, Belgien bestehen Optionen, deren Anteile zu erwerben. Die Zahlungen aus den Optionen für diese Gesellschaften sind im Geschäftsjahr 2016/17 fällig. Daher erfolgte im Geschäftsjahr eine Umgliederung dieser Verbindlichkeiten von den langfristigen in die kurzfristigen sonstigen Verbindlichkeiten.

Der Optionspreis hängt vom zukünftigen EBIT dieser Gesellschaften ab. Falls das prognostizierte EBIT vom tatsächlichen EBIT um +/- 5% abweicht, verändert sich die jeweilige Verbindlichkeit für die niederländischen Gesellschaften um +/- TEUR 580 und für die belgischen Gesellschaften um +/- TEUR 619.

D. ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

(22) Umsatzerlöse

Der Ausweis umfasst die an Kunden berechneten Entgelte für Lieferungen und Leistungen, vermindert um Erlösschmälerungen.

Die Aufteilung der Umsatzerlöse nach Geschäftsbereichen ergibt sich aus der Segmentberichterstattung.

In den Umsatzerlösen sind Lizenzentgelte in Höhe von TEUR 2.095 (Vorjahr: TEUR 2.059) für die Nutzung der Namensrechte enthalten.

Erlöse werden grundsätzlich realisiert, wenn die Leistung von unserer Seite vollständig erbracht ist.

(23) Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Erträge aus Anlagenabgängen	23.352	0
Mieterträge	10.696	11.787
Kursgewinne	2.653	3.213
Erträge aus Eigenleistungen	1.191	1.048
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen und Wertberichtigungen	835	1.806
Erträge Kfz-Gestellung	1.110	1.191
Auflösung Verbindlichkeiten Kaufpreisoptionen	0	12.612
Übrige	6.511	6.020
	46.348	37.677

Die Mieterträge resultieren im Wesentlichen aus vermieteten Flächen aus der Renditeimmobilie und Erträge aus Untervermietung aus angemieteten Filialen, die nicht selbst genutzt werden.

Die Auflösung der Verbindlichkeiten Kaufpreisoptionen betraf die Minderheitenoptionen Belgien und den Niederlanden, welche auf Grund von veränderten Erwartungen über das kaufpreisrelevante EBIT der jeweiligen Gesellschaften im Vorjahr ergebniswirksam angepasst wurden.

In den Erträgen aus Anlagenabgängen sind TEUR 22.945 aus dem Verkauf der Renditeimmobilie enthalten.

(24) Bestandsveränderung und (25) Materialaufwand

TEUR	2015 / 16	2014 / 15
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	66.852	62.510
Aufwendungen für bezogene Leistungen	302.949	330.150
	369.801	392.660

Kosten der passiven Lohnveredelung (sog. Zwischenmeister) und die Aufwendungen für den kompletten Bezug der Waren, die bei Dritten nach unseren Vorgaben gefertigt werden (sog. Vollgeschäft) werden als Aufwendungen für bezogene Leistungen ausgewiesen.

Nach Eingang der Ware kann in den Versandzentralen nicht mehr unterschieden werden, ob es sich um die Ware aus dem Vollgeschäft oder der passiven Lohnveredelung handelt. Aufgrund dessen wird der gesamte Lageraufbau im Bereich der Fertigware als Bestandsveränderung in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

(26) Personalaufwand

TEUR	2015 / 16	2014 / 15
Löhne und Gehälter	172.188	157.150
Soziale Abgaben	30.520	29.929
	202.708	187.078

In der GERRY WEBER Gruppe werden Altersteilzeitvereinbarungen nach dem Blockmodell abgeschlossen. Die Rückstellungen werden nach IAS 19 nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren bei einem Rechnungszinsfuß von 3,32% (Vorjahr: 4,00%) unter Berücksichtigung eines Gehaltstrends von 1,00% p. a. (Vorjahr: 1,00% p. a.) gebildet. Die Berechnungen basieren auf den Heubeck-Sterbetafeln 2005 G. Ein Fluktuationsabschlag ist nicht erforderlich.

Eine Rückstellung für die wahrscheinliche Inanspruchnahme, die die potenzielle Verpflichtung der GERRY WEBER Gruppe aus möglichen zukünftigen Inanspruchnahmen von Altersteilzeit darstellt, war nicht zu bilden, da diese Wahrscheinlichkeit mit Null geschätzt wurde.

Im Personalaufwand sind restrukturierungsbedingte Aufwendungen in Höhe von 6.542 TEUR enthalten.

Die durchschnittliche Zahl der beschäftigten Mitarbeiter beträgt:

TEUR	2015 / 16		2014 / 15	
	Gesamt	Inland	Gesamt	Inland
Gewerbliche Arbeitnehmer	271	0	266	0
Angestellte	6.700	5.215	6.706	5.177
Auszubildende	51	51	55	55
	7.022	5.266	7.027	5.232

(27) Abschreibungen

Die Zusammensetzung der Abschreibungen ist aus der Entwicklung der einzelnen Bestandteile des Anlagevermögens ersichtlich. Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von TEUR 14.998 (Vorjahr: TEUR 0) vorgenommen. Bei der Ermittlung der außerplanmäßigen Abschreibungen wurden insbesondere die vollständigen Restbuchwerte herangezogen, die auf geschlossene Filialen entfallen.

(28) Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

TEUR	2015 / 16	2014 / 15
Mieten, Raumkosten	153.212	131.150
Fracht, Verpackung, Logistik	40.306	40.929
Werbung, Messe	25.586	28.274
EDV-Kosten	12.045	10.854
Rechts-, Beratungs- und Maklerkosten	8.249	8.233
Sonstige Personalkosten	9.935	4.798
Restrukturierungskosten	9.632	0
Versicherungen, Beiträge, Gebühren	5.905	5.527
Entwicklung Kollektionen	5.504	5.840
Reisekosten	4.775	4.884
Handelsvertreterprovisionen	4.265	7.108
Fahrzeuge	3.521	3.591
Instandhaltungen	3.957	3.447
Büro und Kommunikation	3.645	3.293
Allgemeine Verwaltung	3.660	3.153
Kursschwankungen	3.069	1.556
Delkredere- und Kreditkartenprovisionen	2.106	2.863
Entschädigungen	1.001	0
Aufsichtsratsvergütung	870	702
Forderungsverluste / -wertberichtigungen	680	1.425
Verluste Anlagenabgang	1.033	1.449
Übrige	5.765	4.766
	308.720	273.842

(29) Sonstige Steuern

Es handelt sich im Wesentlichen um Grund- und Kfz-Steuern sowie britische Gemeindesteuern.

(30) Finanzergebnis

TEUR	2015 / 16	2014 / 15
Erträge aus der Fair Value Bewertung von Finanzverbindlichkeiten	0	1.355
Zinserträge	43	639
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlage-Vermögens	20	20
Nebenkosten Geldverkehr	-1.907	-1.489
Zinsaufwendungen	-6.802	-6.749
	-8.646	-6.224

Die Nebenkosten Geldverkehr entfallen im Wesentlichen auf Akkreditivgebühren.

(31) Steuern vom Einkommen und Ertrag

Die wesentlichen Bestandteile des Ertragsteueraufwandes setzen sich wie folgt zusammen:

TEUR	2015 / 16	2014 / 15
Steueraufwand des Geschäftsjahres	10.211	21.411
Steueraufwand Vorjahre	669	91
Latente Steuern	-6.217	-614
	4.663	20.888

Für die Berechnung der latenten Steuern wurden grundsätzlich die für die jeweilige Gesellschaft geltenden Steuersätze zugrunde gelegt. Bei der Berechnung der latenten Steuern auf erfolgswirksame Konsolidierungsmaßnahmen wurde vereinfachend ein einheitlicher Steuersatz von 30% (Vorjahr: 30%) zugrunde gelegt.

Die Überleitung vom erwarteten zum ausgewiesenen Steueraufwand stellt sich wie folgt dar:

TEUR	2015 / 16	2014 / 15
Ergebnis vor Ertragsteuern	5.175	73.066
Steuersatz Konzern	30,00%	30,00%
Erwarteter Steueraufwand	1.553	21.920
Nichtansatz aktiver latenter Steuern aufgrund operativer Verluste und deren Verbrauch	0	759
Erstmaliger Ansatz aktiver latenter Steuern auf steuerliche Verlustvorträge	-252	0
Steuern auf gewerbesteuerliche Hinzurechnungen / Kürzungen	1.643	1.362
Steuern auf steuerlich nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	257	240
Periodenfremde Steueraufwendungen	669	91
Steuersatzdifferenzen	0	111
Steuerwirkung auf nicht steuerwirksame Aufwendungen und steuerfreie Erträge	766	-3.784
Sonstige	27	189
Tatsächlicher Steueraufwand 90,1% (Vorjahr: 28,6%)	4.663	20.888

(32) Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie ist gemäß IAS 33 aus dem auf die Stammaktionäre der Gerry Weber International AG entfallenden Konzernergebnis nach Steuern und der Zahl der im Jahresdurchschnitt im Umlauf befindlichen Aktien ermittelt worden.

Die der Berechnung zugrunde gelegten Beträge ergeben sich wie folgt:

Konzernergebnis in TEUR	2015 / 16	2014 / 15
Zurechenbares Konzernergebnis der Aktionäre der Muttergesellschaft	512	52.177

Anzahl Stammaktien	Stück
Stimmberechtigte Stammaktien am 31.10.2015	45.905.960
Stimmberechtigte Stammaktien am 31.10.2016	45.905.960

Jede Stammaktie ist mit einem Stimmrecht und mit vollem Dividendenanspruch ausgestattet. Alle Aktien sind mit gleichen Rechten versehen.

Die durchschnittliche Anzahl der in Umlauf befindlichen Aktien ermittelt sich nach zeitanteiliger Gewichtung wie folgt:

Geschäftsjahr 2015 / 16	Geschäftsjahr 2014 / 15
$45.905.960 \times 12/12$	$45.905.960 \times 12/12$
45.905.960 Stück	45.905.960 Stück

Das Ergebnis je Aktie beträgt EUR 0,01 (Vorjahr: EUR 1,14).

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie ist mit dem verwässerten Ergebnis je Aktie identisch.

Unter Verwendung des Bilanzgewinns wurde je Aktie eine Dividende von EUR 0,40 (Vorjahr: EUR 0,75) je Stückaktie ausgeschüttet. Der verbleibende Restbetrag wurde auf neue Rechnung vorgetragen.

Der Hauptversammlung soll vorgeschlagen werden, aus dem Bilanzgewinn eine Dividende in Höhe von EUR 0,25 je Stückaktie auszuschütten. Dies entspricht einem Betrag von EUR 11,5 Mio. Dividenden unterliegen in Deutschland einer Kapitalertragsteuer in Höhe von 25 % zuzüglich eines Solidaritätszuschlags in Höhe von 5,5 %.

E. ZUSÄTZLICHE ANGABEN UND ERLÄUTERUNGEN ZU FINANZINSTRUMENTEN

Fälligkeitsanalyse finanzieller Vermögenswerte

Nachstehend werden die Fälligkeiten der finanziellen Vermögenswerte dargestellt:

TEUR	Zum Stichtag weder wertberichtigt noch fällig	Zum Stichtag nicht einzelwertberichtigt, aber fällig seit:					Bruttowert der einzelwertberichtigten Forderungen
		< 1 Monat	1 bis 3 Monaten	3 bis 6 Monaten	6 bis 12 Monaten	> 12 Monaten	
Ausleihungen	1.512	0	0	0	0	0	500
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	54.054	4.535	2.205	0	0	0	3.784
Sonstige Vermögenswerte	74.274	-	-	-	-	-	0
Buchwert 31.10.2016	129.840	4.535	2.205	0			4.284
Ausleihungen	1.615	0	0	0	0	0	500
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	57.935	3.406	499	299	0	0	3.807
Sonstige Vermögenswerte	54.184	0	0	0	0	0	0
Buchwert 31.10.2015	113.734	3.406	499	299	0	0	4.307

Wertberichtigungsspiegel

TEUR	Vorjahr	Zuführung	Verbrauch	Auflösung	Berichts- jahr
Ausleihungen	150	0	0	0	150
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.976	264	774	173	1.293
Sonstige Vermögenswerte	0	0	0	0	0
2015/16	2.126	264	774	173	1.443
Ausleihungen	150	0	0	0	150
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.629	26	359	320	1.976
Sonstige Vermögenswerte	335	0	335	0	0
2014/15	3.114	26	694	320	2.126

Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden Warenkreditversicherungen abgeschlossen, die rund 68% (Vorjahr: 71%) des jeweiligen Forderungsbestands abdecken. Darüber hinaus wird die Bonität der Kontrahenten geprüft. Die Ausfallrisiken ergeben sich in den übrigen Fällen aus den Buchwerten.

Vertragliche Restlaufzeiten der finanziellen Verbindlichkeiten

Nachstehend sind die vertraglichen Restlaufzeiten der finanziellen Verbindlichkeiten dargestellt. Die Daten beruhen auf undiskontierten Cashflows, basierend auf dem frühesten Tag, an dem der GERRY WEBER Konzern zur Zahlung verpflichtet werden kann.

TEUR	Buchwert	Undiskontierte Zinszahlungen			Summe
		bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	
Schuldscheindarlehen	195.000	0	95.000	100.000	195.000
Darlehen	29.250	3.000	26.250	0	29.250
Anleihe	0	0	0	0	0
Verbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben	27.503	16.595	12.900	0	29.495
Übrige Finanzschulden	11.176	10.548	629	0	11.177
Finanzschulden (gesamt)	262.930	30.142	134.779	100.000	264.921
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	57.294	57.294	0	0	57.294
Buchwert 31.10.2016	320.224	87.436	134.779	100.000	322.215
Schuldscheindarlehen	215.000	0	91.000	124.000	215.000
Darlehen	2.568	2.568	0	0	2.568
Anleihe	28.964	28.427	0	0	28.427
Verbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben	25.141	0	26.786	0	26.786
Übrige Finanzschulden	5.705	5.705	0	0	5.705
Finanzschulden (gesamt)	277.378	36.700	117.786	124.000	278.486
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	60.662	60.662	0	0	60.662
Buchwert 31.10.2015	338.040	97.362	117.786	124.000	339.148

Den kurzfristigen Zahlungsabflüssen aus finanziellen Verbindlichkeiten stehen geplante Zahlungszuflüsse aus Forderungen und sonstigen finanziellen Vermögenswerten gegenüber. Darüber hinaus verfügt die GERRY WEBER International AG zur Deckung kurzfristiger Mittelabflüsse über eine ausreichende Finanzierungsreserve in Höhe der zum Bilanzstichtag bestehenden liquiden Mittel und der freien Kreditlinien.

Die zum beizulegenden Zeitwert bilanzierte Anleiheverpflichtung wurde aufgrund der vorzeitigen Kündigung zu 102 % ihres Nominalwerts getilgt, was bei der Angabe der undiskontierten Mittelabflüsse im Vorjahr berücksichtigt wurde.

Auf Grundlage der vertraglich vereinbarten Restlaufzeiten für die zum Stichtag bestehenden finanziellen Verbindlichkeiten ergeben sich für den GERRY WEBER Konzern zukünftig folgende Zinszahlungen.

Zukünftige Zinszahlungen

TEUR	Undiskontierte Zinszahlungen			Summe
	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	
Schuldscheindarlehen	4.243	12.514	4.064	20.821
Darlehen	240	428	0	668
Übrige Finanzschulden	421	0	0	421
Stand 31.10.2016	5.093	12.942	4.064	21.911
Schuldscheindarlehen	4.284	14.421	6.400	25.105
Darlehen	108	0	0	108
Übrige Finanzschulden	1.192	0	0	1.192
Stand 31.10.2015	5.584	14.421	6.400	26.405

Bilanzierung von derivativen Finanzinstrumenten und Sicherungsgeschäften

Alle Derivate sind in der Bilanz zum beizulegenden Zeitwert erfasst. Einzelne Derivate erfüllen jedoch nicht die Voraussetzungen für eine Bilanzierung als Sicherungsgeschäft, obwohl sie bei wirtschaftlicher Betrachtung eine Sicherung darstellen. Die Beziehungen zwischen Sicherungsinstrumenten und gesicherten Positionen sowie die Risikomanagementziele und -strategien im Zusammenhang mit den unterschiedlichen Sicherungsgeschäften werden dokumentiert.

Finanzderivate

GERRY WEBER verwendet ausschließlich marktübliche Finanzderivate mit ausreichender Marktliquidität. Es handelt sich um Devisentermingeschäfte und Devisenoptionen. Die derzeitige Strategie sieht vor, für Währungsrisiken eine Begrenzung durch den Abschluss von Sicherungsgeschäften zu erreichen. Die Geschäfte werden ausschließlich mit Banken einwandfreier Bonität getätigt. Die Steuerung der Risiken ist zentral organisiert und bei der GERRY WEBER International AG angesiedelt.

Das Nominalvolumen ist die Summe aller den Geschäften zugrunde liegenden Kauf- bzw. Verkaufsbeträge. Die zum Stichtag bestehenden Finanzinstrumente dienen zur Absicherung gegen Währungskursrisiken aus dem operativen Geschäft. Zu spekulativen Zwecken wurden keine Finanzderivate abgeschlossen.

Abgesichert werden erwartete Zahlungsströme aus den Währungsräumen, in denen der GERRY WEBER Konzern in wesentlichem Maße operativ tätig ist, hierzu gehören der US-Dollar-Raum, Großbritannien und Kanada.

Nominalvolumen der Finanzderivate

TEUR	Nominalvolumen zum 31.10.2016				Nominalvolumen zum 31.10.2015			
	bis 12 Monate	12 bis 24 Monate	über 24 Monate	Summe	bis 12 Monate	12 bis 24 Monate	über 24 Monate	Summe
Devisentermin- und Optionsgeschäfte								
bei der Beschaffung von Waren	147.173	134.145	0	281.318	147.136	150.949	60.268	358.353
beim Absatz von Waren	2.355	0	0	2.355	3.573	0	0	3.573

Beizulegende Zeitwerte der Finanzderivate

Devisentermin- und Optionsgeschäfte **mit** bilanzieller Sicherungsbeziehung

TEUR	Nominalvolumen		Beizulegende Zeitwerte	
	31.10.2016	31.10.2015	31.10.2016	31.10.2015
Devisentermin- und Optionsgeschäfte				
bei der Beschaffung von Waren	282.033	358.353	297.783	403.249
beim Absatz von Waren	2.355	3.573	2.220	3.481

Die Veränderungen der Buchwerte werden erfolgsneutral im Eigenkapital verrechnet und sind in der Gesamtergebnisrechnung enthalten.

Zum 31. Oktober 2016 werden nach Abzug latenter Steuern positive Effekte aus der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert in Höhe von TEUR 10.930 (Vorjahr: positive Effekte von TEUR 31.491) ergebnisneutral im Eigenkapital abgegrenzt.

Devisentermin- und Optionsgeschäfte **ohne** bilanzielle Sicherungsbeziehung

TEUR	Nominalvolumen		Beizulegende Zeitwerte	
	31.10.2016	31.10.2015	31.10.2016	31.10.2015
Devisentermin- und Optionsgeschäfte				
bei der Beschaffung von Waren	7.692	9.026	8.926	10.046
beim Absatz von Waren	0	0	0	0

Einzelne Derivate erfüllen nicht die Voraussetzungen für eine Bilanzierung als Sicherungsgeschäft, obwohl sie bei wirtschaftlicher Betrachtung eine Sicherung darstellen, z. B. bei sog. akkumulierenden Devisentermingeschäften. Die entsprechenden Erträge in Höhe von TEUR 214 (Vorjahr: TEUR 1.020) werden unter den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen.

Die beizulegenden Zeitwerte entsprechen nicht notwendigerweise den Beträgen, die zukünftig unter aktuellen Marktbedingungen erzielt werden können.

Nachstehend wird eine Übersicht über die Buchwerte der Finanzderivate gegeben, die den beizulegenden Zeitwerten entsprechen. Dabei wird unterschieden, ob sie in eine wirksame Sicherungsbeziehung nach IAS 39 eingebunden sind oder nicht.

Derivative Finanzinstrumente in TEUR	Buchwert 31.10.2016	Buchwert 31.10.2015
Aktiva		
Devisentermin- und Optionsgeschäfte		
Mit bilanzieller Sicherungsbeziehung (Cash Flow Hedges)	15.750	44.988
Ohne bilanzielle Sicherungsbeziehung	1.234	1.020
Passiva		
Devisentermin- und Optionsgeschäfte		
Mit bilanzieller Sicherungsbeziehung (Cash Flow Hedges)	135	0
Ohne bilanzielle Sicherungsbeziehung	0	0

Die Buchwerte der Finanzinstrumente sind als sonstige Vermögenswerte aktiviert bzw. als sonstige Verbindlichkeiten passiviert.

Finanzinstrumente

Finanzrisikomanagement

Aufgrund seiner internationalen Aktivitäten ist der GERRY WEBER Konzern einer Reihe von Finanzrisiken ausgesetzt. Hierzu zählen insbesondere die Auswirkungen von Änderungen der Wechselkurse und der Zinssätze. Das Risikomanagement von GERRY WEBER ist darauf ausgerichtet, Risiken zu reduzieren.

Der Vorstand legt die allgemeinen Richtlinien für das Risikomanagement fest und bestimmt so das generelle Vorgehen bei der Absicherung von Währungskurs- und Zinsänderungsrisiken sowie den Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten. Weitere Informationen zu den Finanzmarktrisiken und zum Finanzrisikomanagement sind im Konzernlagebericht dargestellt.

Währungsrisiko

Der GERRY WEBER Konzern ist Kursänderungsrisiken bezüglich verschiedener Fremdwährungen ausgesetzt, insbesondere des US- und des kanadischen Dollars und des britischen Pfunds. Um diesen Risiken zu begegnen, werden Devisentermin- sowie Optionsgeschäfte mit Banken einwandfreier Bonität abgeschlossen. Der Nettobedarf bzw. -überschuss der entsprechenden Währungen wird zu nahezu 100% abgesichert.

Um das Währungsrisiko zu quantifizieren, wurden Sensitivitätsanalysen durchgeführt. Dabei wird eine hypothetische Veränderung des Wechselkurses um 5% zugrunde gelegt.

Dargestellt wird der Vorsteuereffekt unter Berücksichtigung der Wechselkurssicherung:

31.10.2016 TEUR	Zahlungszufüsse	Zahlungsabflüsse	Netto-Betrag	Absoluter Effekt aus einer Veränderung des Wechselkurses von +5%
USD	10.413	-321.905	-311.491	-444
GBP	4.352	-18	4.334	-101

31.10.2015 TEUR	Zahlungszuflüsse	Zahlungsabflüsse	Netto-Betrag	Absoluter Effekt aus einer Veränderung des Wechselkurses von +5%
USD	2.700	-425.828	-423.128	-655
GBP	4.658	0	4.658	-56

Kontrahentenrisiko

Im GERRY WEBER Konzern bestehen Ausfallrisiken in Höhe der angelegten liquiden Mittel sowie der positiven Marktwerte der abgeschlossenen Derivate. Geldgeschäfte und Finanzinstrumente werden grundsätzlich nur mit einem fest definierten Kreis von Banken einwandfreier Bonität abgeschlossen. Die Bonität dieser Banken wird anhand quantitativer und qualitativer Faktoren fortlaufend beobachtet und klassifiziert.

Liquiditätsrisiko

Liquiditätsrisiken können durch die fehlende Möglichkeit einer Anschlussfinanzierung (Liquiditätsrisiko im engeren Sinne) sowie durch Verzögerung geplanter Zahlungseingänge und durch ungeplante Auszahlungen (Planrisiko) auftreten. Das Liquiditätsrisiko wird laufend auf Basis des erstellten Budgets für das Budgetjahr und die Folgejahre überwacht. Dabei werden neue und ungeplante Geschäftsvorfälle (zum Beispiel Akquisitionen) kontinuierlich einbezogen. Zusätzlich erfolgt eine regelmäßige Abstimmung der Fälligkeitsprofile von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten. Die Steuerung von Planrisiken erfolgt durch eine ständige Überwachung der prognostizierten und tatsächlichen Cashflows. Zudem werden Laufzeiten für Finanzierungen so gewählt, dass Fälligkeiten über den Zeitablauf diversifiziert sind und sich somit ein Anstieg der Refinanzierungskosten nur langfristig auswirken würde. Kreditlinien bei Banken schaffen darüber hinaus Vorsorge für ungeplante Auszahlungen.

Zinsänderungsrisiko

Zinsänderungsrisiken liegen insbesondere bei verzinslichen Finanzschulden vor. Zinsänderungsrisiken steuert der GERRY WEBER Konzern durch die Aufnahme von langfristigen Darlehen und eine hohe Eigenkapitalquote. Die Finanzschulden des GERRY WEBER Konzerns sind größtenteils fest verzinslich und unterliegen langfristigen Zinsbindungen.

Um das Zinsänderungsrisiko aus diesen Finanzschulden zu quantifizieren, werden Sensitivitätsanalysen durchgeführt. Aufgrund des weiterhin niedrigen Zinsniveaus wurde zur Darstellung realistischer Szenarien für die Analyse der Zinssensitivitäten zum Bilanzstichtag die Verschiebung der Zinsstrukturkurve von +100/-30 Basispunkten angenommen.

In die Analyse wurden variabel verzinsliche Finanzschulden in Höhe von TEUR 46.750 (31. Oktober 2015: TEUR 17.500) einbezogen. Die daraus bis zum Fälligkeitszeitpunkt zu erwartenden Zinszahlungen sind nicht durch Finanzderivate besichert. Das daraus resultierende Zinsänderungsrisiko stellt gleichzeitig ein Cashflow-Risiko mit Implikationen auf die Höhe zukünftiger Zinszahlungen dar. Dargestellt wird der Vorsteuereffekt auf das Konzernjahresergebnis:

TEUR	2015 / 16		2014 / 15	
	+100 bp	-30 bp	+100 bp	-30 bp
Cash Flow Risiken	953	-286	-413	124

Ergebniseffekt aus Finanzinstrumenten

TEUR	Kredite und Forderungen	Finanzielle Verbindlichkeiten
Aus Zinsen	43	-6.802
Aus Forderungsverlusten und Wertberichtigungen	-680	0
2015/16	-637	-6.802
Aus Zinsen	636	-6.749
Aus Forderungsverlusten und Wertberichtigungen	-1.424	0
Aus Anpassungen von Minderheitenoptionen	0	12.612
2014/15	-788	5.863

Buchwerte und Wertansätze nach Bewertungskategorien

Die nachfolgende Tabelle stellt die Buchwerte und die beizulegenden Zeitwerte der einzelnen finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten für jede einzelne Kategorie von Finanzinstrumenten dar und leitet diese auf die entsprechenden Bilanzpositionen über. Die beizulegenden Zeitwerte von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten, von kurzfristigen Forderungen, von Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie von sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen annähernd den Buchwerten. Der Grund dafür ist vor allem die kurze Laufzeit solcher Instrumente.

TEUR	zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet		zum beizu- legenden Zeitwert bewertet	nicht finanzielle Vermögens- werte und Verbindlich- keiten	Buchwert in der Bilanz 31.10.2016
	Buchwert 31.10.2016	nachrichtlich: beizulegen- der Zeitwert 31.10.2016	Buchwert 31.10.2016	Buchwert 31.10.2016	
Finanzanlagen	2.274	2.274			2.274
Kredite und Forderungen	2.237	2.237			2.237
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	37	37			37
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (langfristig)	0	0			0
Kredite und Forderungen	0	0			0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (kurzfristig)	63.285	63.285			63.285
Kredite und Forderungen	63.285	63.285			63.285
Sonstige Vermögenswerte (kurzfristig)	56.575	56.575	17.699	12.684	86.958
Derivate mit bilanzieller Sicherungsbeziehung			17.699		17.699
Kredite und Forderungen	56.575	56.575			56.575
Nicht finanzielle Vermögenswerte				12.684	12.684
Liquide Mittel	50.747	50.747			50.747
Kredite und Forderungen	50.747	50.747			50.747
Finanzielle Vermögenswerte gesamt	172.881		17.699		203.264
Finanzschulden (langfristig)	221.250	221.250			221.250
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet	221.250	221.250			221.250
Sonstige Verbindlichkeiten (langfristig)	12.242	956	11.286		12.242
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet	628	628			628
Verbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben	11.614	0	11.614		11.614
Finanzschulden (kurzfristig)	33.548	33.548			33.548
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet	33.548	33.548			33.548
Anleihe					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (kurzfristig)	57.294	57.294			57.294
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet	57.294	57.294			57.294
Sonstige Verbindlichkeiten	16.485	595	15.890	21.124	37.609
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet	595	595			595
Verbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben	15.890	-5	15.890		15.890
Nicht finanzielle Verbindlichkeiten				21.124	21.124
Finanzielle Verbindlichkeiten gesamt	340.819		27.504		361.943

TEUR	zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet		zum beizule- genden Zeitwert bewertet		nicht finanzielle Vermögens- werte und Verbindlich- keiten
	Buchwert 31.10.2015	nachrichtlich: beizulegen- der Zeitwert 31.10.2015	Buchwert 31.10.2015	Buchwert 31.10.2015	
					Buchwert in der Bilanz 31.10.2015
Finanzanlagen	2.597	2.597			2.597
Kredite und Forderungen	2.377	2.377			2.377
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	220	220			220
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (langfristig)	245	245			245
Kredite und Forderungen	245	245			245
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (kurzfristig)	63.716	63.716			63.716
Kredite und Forderungen	63.716	63.716			63.716
Sonstige Vermögenswerte (kurzfristig)	8.011	8.011	46.173	16.296	70.480
Derivate mit bilanzieller Sicherungsbeziehung			46.173		46.173
Kredite und Forderungen	8.011	8.011			8.011
Nicht finanzielle Vermögenswerte				16.296	16.296
Liquide Mittel	76.130	76.130			76.130
Kredite und Forderungen	76.130	76.130			76.130
Finanzielle Vermögenswerte gesamt	150.699		46.173		213.168
Finanzschulden (langfristig)	215.000	215.000			215.000
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet	215.000	215.000			215.000
Sonstige Verbindlichkeiten (langfristig)	26.638	1.497	25.141		26.638
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet	1.497	1.497			1.497
Verbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben	25.141		25.151		25.141
Finanzschulden (kurzfristig)	35.740	6.776	28.964		35.740
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet	6.776	6.776			6.776
Anleihe	28.964		28.964		28.964
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (kurzfristig)	60.662	60.662			60.662
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet	60.662	60.662			60.662
Sonstige Verbindlichkeiten	452	452		23.852	24.304
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet	452	452			452
Nicht finanzielle Verbindlichkeiten				23.852	23.852
Finanzielle Verbindlichkeiten gesamt	338.492		54.105		362.344

Beizulegende Zeitwerte der finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten nach Bewertungskategorien

Eine Zuordnung der in der Bilanz zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente zu den drei Stufen der Fair-Value-Hierarchie nach Klassen ist aus der Tabelle „Buchwerte und Wertansätze nach Bewertungskategorien“ ableitbar.

Die beizulegenden Zeitwerte der finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sind der Stufe 2 der Fair-Value-Hierarchie zuzuordnen.

Während des Geschäftsjahres 2015 / 16 sind wie auch im Vorjahr keine Umgliederungen zwischen den Stufen 1, 2 und 3 erfolgt.

Bei den Bewertungsverfahren, die bei der Bestimmung der beizulegenden Zeitwerte der Stufe 2 verwendet werden, handelt es sich um Marktvergleichsverfahren. Die beizulegenden Zeitwerte für die Devisentermin- und Optionsgeschäfte basieren auf Bewertungen von Banken. Da ähnliche Verträge auf einem aktiven Markt gehandelt werden, spiegeln diese Bewertungen die tatsächlichen Transaktionen für ähnliche Instrumente wider.

F. ERLÄUTERUNGEN ZUR KAPITAL- FLUSSRECHNUNG

Der Finanzmittelbestand besteht aus kurzfristigen liquiden Mitteln TEUR 50.747,1 (Vorjahr: TEUR 76.130,3) abzüglich kurzfristigen Bankverbindlichkeiten TEUR 0 (Vorjahr: TEUR 2.831,3).

In der Kapitalflussrechnung werden für das Geschäftsjahr 2015 / 16 sowie für das Vorjahr die Zahlungsströme erläutert – getrennt nach Mittelzu- und Mittelabflüssen aus dem laufenden Geschäft, aus der Investitions- und aus der Finanzierungstätigkeit. Auswirkungen von Konzernkreis- und Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel sind nicht angefallen.

Die zahlungsunwirksamen Erträge im Vorjahr betrafen im Wesentlichen die Auflösung von Kaufpreisverbindlichkeiten aus den Minderheitenoptionen in Belgien und den Niederlanden, welche auf Grund von veränderten Erwartungen über das kaufpreisrelevante EBIT der jeweiligen Gesellschaften ergebniswirksam angepasst wurden.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit umfasst die Zugänge im Sach-, Finanzanlagevermögen und bei Renditeimmobilien sowie die Erlöse aus dem Abgang von Anlagegegenständen. In der Finanzierungstätigkeit sind die Veränderungen der übrigen Finanzschulden enthalten.

Im Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit sind 2015 / 2016 Zahlungen für erhaltene Zinsen von TEUR 43 (Vorjahr: TEUR 639) und für gezahlte Zinsen von TEUR 4.987 (Vorjahr: TEUR 3.946) enthalten. Für Ertragsteuern wurden Erstattungen in Höhe von TEUR 4.577 vereinnahmt (Vorjahr: Zahlungen in Höhe von TEUR 35.020 geleistet).

Der GERRY WEBER Konzern verfügt über eine nicht genutzte Kreditlinie in Höhe von EUR 65,2 Mio. (Vorjahr: EUR 55,2 Mio.).

G. SEGMENTBERICHT- ERSTATTUNG

Segmentbericht nach Geschäftsbereichen

für das Geschäftsjahr 2015 / 16

TEUR	Wholesale GERRY WEBER	Retail GERRY WEBER	Retail HALLHUBER	Übrige	Konsoli- dierung	Gesamt
Umsatzerlöse nach Segmenten davon	306.450	422.414	183.168	0	-11.241	900.791
Umsatzerlöse mit externen Dritten	298.434	419.190	183.168	0	0	900.791
Intersegmenterlöse	8.017	3.224	0	0	-11.241	0
EBIT	25.901	-31.328	-4.535	23.808	-25	13.821
Abschreibungen	9.430	40.589	12.827	605	0	63.451
EBITDA	35.331	9.261	8.292	24.412	-25	77.272
Personalaufwand	47.470	121.974	33.039	225	0	202.708
Zinserträge	15	24	4	0	0	43
Zinsaufwendungen	994	3.753	2.054	0	0	6.802
Vermögen	280.788	431.284	194.095	2.699	-8.201	900.666
Schulden	77.827	184.472	200.941	0	-9.075	454.165
Investitionen in das langfristige Vermögen	25.742	23.320	10.858	0	0	59.920
Anzahl der Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt)	747	4.427	1.847	1	0	7.022
Wertminderungen/ -aufholungen						
auf Vorräte	-626	520	0	0	0	-106
auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	686	122	0	0	0	807

Segmentbericht nach Geschäftsbereichen

für das Geschäftsjahr 2014 / 15

TEUR	Wholesale GERRY WEBER	Retail GERRY WEBER	Retail HALLHUBER	Übrige Segmente	Konsoli- dierung	Gesamt
Umsatzerlöse nach Segmenten davon	373.430	443.207	115.189	0	-10.988	920.838
Umsatzerlöse mit externen Dritten	365.398	440.251	115.189	0	0	920.838
Intersegmenterlöse	8.032	2.956	0	0	-10.988	0
EBIT	63.130	12.172	2.408	1.942	-362	79.290
Abschreibungen	8.063	19.314	8.516	604	0	36.497
EBITDA	71.193	31.486	10.924	2.546	-362	115.787
Personalaufwand	44.787	120.762	21.529	0	0	187.078
Zinserträge	379	237	18	0	5	639
Zinsaufwendungen	1.090	3.802	1.863	0	-6	6.749
Vermögen	300.087	417.004	198.091	29.360	-5.932	938.610
Schulden	59.249	205.136	197.069	0	-6.196	455.258
Investitionen in das langfristige Vermögen	47.025	59.313	167.162	197	0	273.697
Anzahl der Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt)	704	4.743	1.579	1	0	7.027
Wertminderungen/-aufholungen						
auf Vorräte	102	-1.610	0	0	0	-1.508
auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	529	156	0	0	0	685

Im Rahmen der Segmentberichterstattung werden die Aktivitäten des GERRY WEBER Konzerns gemäß dem Management-Approach-Ansatz (IFRS 8) nach den Geschäftsaktivitäten des GERRY WEBER Konzerns abgegrenzt.

Im „Retail“ sind die eigenen Einzelhandelsaktivitäten in den in- und ausländischen Houses of GERRY WEBER und Monolabel Stores, den Concessions, den Factory Outlets sowie im eCommerce (Online Shops) zusammengefasst. Im Segment „Wholesale“ sind die nach den Konzernmarken GERRY WEBER, TAIFUN und SAMOON zusammengefassten Großhandelsaktivitäten dargestellt.

Im Segment „HALLHUBER“ sind die Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden der Marke HALLHUBER dargestellt.

Die „übrigen Segmente“ bleiben ebenfalls unverändert und umfassen vor allem die Erträge und Aufwendungen sowie das Vermögen und die Schulden des Renditeobjektes Halle 30, welches allerdings im aktuellen Geschäftsjahr veräußert worden ist. Im EBIT der übrigen Segmente ist auch der Ertrag aus der Veräußerung der Renditeimmobilie in Höhe von TEUR 22.945 enthalten.

Dem Segmentbericht liegen grundsätzlich dieselben Ausweis- und Bewertungsmethoden wie dem Konzernabschluss zugrunde.

Die Verrechnungspreise zwischen den Segmenten werden zu marktüblichen Konditionen festgelegt.

Der Vorstand der GERRY WEBER International AG hat als Erfolgsgröße das für die Steuerung und Berichterstattung verwendete Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) sowie Umsatzerlöse bestimmt.

Das Zinsergebnis sowie die Steueraufwendungen werden vom Management nur auf Gesamt-Konzernebene betrachtet.

2015 / 16 TEUR	Inland	Ausland	Gesamt
Umsatzerlöse nach Regionen	598.874	301.917	900.791
Langfristige Vermögenswerte	468.337	55.838	524.175
Investitionen in langfristige Vermögenswerte	59.757	163	59.920
Anzahl der Mitarbeiter	5.266	1.756	7.022

2014 / 15 TEUR	Inland	Ausland	Gesamt
Umsatzerlöse nach Regionen	574.603	346.235	920.838
Langfristige Vermögenswerte	461.304	86.730	548.034
Investitionen in langfristige Vermögenswerte	261.054	12.643	273.697
Anzahl der Mitarbeiter	4.786	1.756	7.027

Bei den geographischen Informationen richten sich die Außenumsätze nach dem Sitz der Kunden. Es werden die Regionen Inland und Ausland voneinander abgegrenzt.

H. SONSTIGE ANGABEN

Forschung und Entwicklung

Der im Aufwand erfasste Entwicklungsaufwand beträgt TEUR 5.504 (Vorjahr: TEUR 5.840). Er betrifft die Entwicklung der Kollektionen.

Haftungsverhältnisse

Haftungsverhältnisse bestehen im Konzern aus der Begebung und Übertragung von Wechseln in Höhe von TEUR 7 (Vorjahr: TEUR 30).

Es besteht eine Einzahlungsverpflichtung für Anteile an Personengesellschaften in Höhe von TEUR 36 (Vorjahr: TEUR 29).

Sonstige finanzielle Verpflichtungen / Operate-Leasing als Leasingnehmer

Hierunter fallen insbesondere Mietvereinbarungen über Immobilien für die vom Konzern betriebenen Retail-Aktivitäten sowie für die von Konzerngesellschaften genutzten Büroflächen.

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Innerhalb eines Jahres	99.361	103.245
Zwischen 1 und 5 Jahren	268.905	303.575
Nach 5 Jahren	116.878	162.381
	485.144	569.201

Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden Mietaufwendungen in Höhe von TEUR 122.916 (Vorjahr: TEUR 105.825) berücksichtigt. Die Shop-Mietverträge werden in der Regel für 10 bis 15 Jahre abgeschlossen. Teilweise sind Verlängerungsoptionen enthalten. Es bestehen branchenübliche Preisanpassungsklauseln, die sich an der allgemeinen Inflation orientieren.

In Zusammenhang mit den Store-Mietverträgen werden häufig Verpflichtungen über Werbekostenzuschüsse eingegangen:

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Innerhalb eines Jahres	1.978	2.254
Zwischen 1 und 5 Jahren	6.437	7.342
Nach 5 Jahren	2.693	3.443
	11.108	13.039

Aus Untermietverhältnissen hat der Konzern im Geschäftsjahr 2015/16 TEUR 2.855 (Vorjahr: TEUR 2.855) erzielt. Die Mindestmietzahlungen aus Untermietverhältnissen ergeben sich aus folgender Tabelle:

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Innerhalb eines Jahres	2.928	2.586
Zwischen 1 und 5 Jahren	8.220	8.019
Nach 5 Jahren	2.134	3.137
	13.282	13.742

Daneben bestehen sonstige finanzielle Verpflichtungen im Konzern aus Operate-Leasingverträgen in folgendem Umfang:

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Innerhalb eines Jahres	8.765	7.478
Zwischen 1 und 5 Jahren	1.721	2.087
	10.486	9.565

Der Aufwand für diese Operate-Leasingverträge betrug im Geschäftsjahr 2015/16 TEUR 8.765 (Vorjahr: TEUR 7.478).

Es handelt sich im Wesentlichen um Kfz- und EDV-Leasingverträge, die über eine Zeit von 3 bis 5 Jahren abgeschlossen wurden und mit keiner Verlängerungsoption ausgestattet sind. Es bestehen keine Preisanpassungsklauseln.

Operate-Leasing als Leasinggeber

In dem selbstgenutzten Orderzentrum „Halle 29“ in Düsseldorf fallen Mieterträge aus der Vermietung von Räumen an andere Textilhersteller an. In der Regel werden Mietverträge über fünf Jahre abgeschlossen. Die Miete ist an die Inflationsentwicklung gekoppelt. Die Verträge enthalten eine einmalige Mietverlängerungsoption für den Mieter über in der Regel weitere fünf Jahre. Kaufoptionen sind nicht vereinbart. Die verbleibenden Mindestmieten bis zum jeweiligen Vertragsende stellen sich wie folgt dar:

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Innerhalb eines Jahres	1.819	1.598
Zwischen 1 und 5 Jahren	3.963	1.814
Nach 5 Jahren	42	79
	5.824	3.491

Für das vermietete Objekt „Halle 30“ in Düsseldorf, welches im Geschäftsjahr veräußert wurde, fielen Mieterträge aus der Vermietung von Räumen an andere Textilhersteller an. In der Regel wurden Mietverträge über vier Jahre abgeschlossen. Die Miete war an die Inflationsentwicklung gekoppelt. Die Verträge enthielten eine einmalige Mietverlängerungsoption für den Mieter über in der Regel zwischen 4 und 6 weiteren Jahren. Kaufoptionen sind nicht vereinbart. Die verbleibenden Mindestmieten bis zum jeweiligen Vertragsende stelle sich der Vorjahresstichtag wie folgt dar:

TEUR	31.10.2015
Innerhalb eines Jahres	2.575
Zwischen 1 und 5 Jahren	1.225
Nach 5 Jahren	200
	4.000

Die Mietverhältnisse des GERRY WEBER Konzerns als Lesasinggeber werden nach IAS 17 als Operate-Leasing klassifiziert. Die Mieteinnahmen werden linear über die Laufzeit des entsprechenden Leasingvertrages erfolgswirksam erfasst.

Das Bestellobligo für Investitionen in das langfristige Vermögen beträgt per 31. Oktober 2016 EUR 1,5 Mio. (Vorjahr: EUR 11,1 Mio.).

Rechtsstreitigkeiten

Die Gerry Weber International AG oder ihre Tochtergesellschaften sind zum Bilanzstichtag nicht an Gerichts- oder Schiedsverfahren mit erheblichem Einfluss auf die Lage des Konzerns beteiligt.

Für Risiken aus laufenden Gerichts- oder Schiedsverfahren wurde in angemessener Höhe bilanzielle Risikovorsorge getroffen.

Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen

Nahe stehende Unternehmen und Personen im Sinne des IAS 24 (Related party disclosures) sind juristische oder natürliche Personen, die auf die Gerry Weber International AG und deren Tochtergesellschaften Einfluss nehmen können oder der Kontrolle oder einem maßgeblichen Einfluss durch die Gerry Weber International AG unterliegen. Dazu gehören insbesondere die Organmitglieder der Gerry Weber International AG. Nicht in den Konsolidierungskreis einbezogene Gesellschaften sowie assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen liegen nicht vor.

Im Geschäftsjahr 2015 / 16 sowie im Vorjahr haben Transaktionen lediglich mit Organmitgliedern bzw. mit Gesellschaften, die von Organmitgliedern beherrscht werden stattgefunden. Folgende erhaltene Lieferungen und Leistungen (Aufwendungen) und erbrachte Lieferungen und Leistungen (Erträge) wurden für diese bzw. von diesen Gesellschaften erbracht:

TEUR	2015 / 16	2014 / 15
Vom Konzern erbrachte Leistungen		
Waren und Dienstleistungen	6.137	5.227
Miet-, Pacht- und Leasingverträge	44	159
Management- und Beratungsleistungen	164	105
Sonstige Leistungen	255	113
Gesamt	6.600	5.604
Vom Konzern empfangene Leistungen		
Werbeleistungen	3.809	4.756
Management und Beratungsleistungen	477	484
Miet-, Pacht und Leasingverträge	669	107
Hotelleistungen	291	390
Sonstige Leistungen	1.010	474
Waren und Dienstleistungen	0	756
Gesamt	6.256	6.967

Die aufgeführten Transaktionen betreffen weit überwiegend Gesellschaften, die von Organmitgliedern beherrscht werden. Lediglich die vom Konzern empfangenen Management- und Beratungsleistungen betreffen Organmitglieder direkt.

Darüber hinaus bestehen im Konzern gegenüber den diesen nahestehenden Unternehmen und Personen folgende Forderungen und Verbindlichkeiten zum Bilanzstichtag, wobei die Salden ausschließlich Gesellschaften betreffen, die von Organmitgliedern beherrscht werden:

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Forderungen aus Lieferung und Leistung	1.490	734

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Kreditforderungen aus Ausleihungen	1.517	1.518

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	183	259

Alle Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen sind auf Grundlage internationaler Preisvergleichsmethoden zu Bedingungen ausgeführt worden, wie sie auch mit konzernfremden Dritten üblich sind. Dies bezieht sich auch auf die Bedingungen für Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie die Ausleihungen.

Wertberichtigungen oder Ausbuchungen im Zusammenhang mit Forderungen gegen nahe stehende Unternehmen und Personen waren nicht vorzunehmen. Darüber hinaus wurden weder Garantien erhalten oder gewährt noch dienen finanzielle Vermögenswerte als Sicherheiten.

Finanzielle Verpflichtungen aus Bestellobligos bestehen gegenüber nahestehenden Unternehmen und Personen nicht.

Verträge und Vereinbarungen

Sponsoringvertrag mit der Gerry Weber Management & Event oHG

Am 20. Dezember 2012 wurde mit Wirkung zum 1. Januar 2013, 00.00 Uhr, ein Sponsoringvertrag mit der Gerry Weber Management & Event oHG abgeschlossen.

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

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.

Beratervertrag mit Herrn Gerhard Weber

Mit Herrn Gerhard Weber wurde beginnend am 1. November 2014 ein Beratervertrag geschlossen. Gegenstand des Vertrages war die Beratung und umfassende Betreuung in den vertraglich festgelegten Beratungsgebieten. Der Vertrag wurde zum 31. Mai 2016 beendet.

Mietvertrag mit der DALOU Grundstücks-GmbH & Co. KG

Zwischen der vollkonsolidierten Gerry Weber Retail GmbH und der DALOU Grundstücks-GmbH & Co. KG, Halle / Westfalen, wurde am 5. Juni 2014 ein Mietvertrag geschlossen. Mietgegenstand ist das Outlet im „Ravenna-Park“. Die Übergabe der zu vermietenden Flächen erfolgte Ende des Jahres 2015.

Der Vertrag begann am 1. Oktober 2014 und ist bis zum 30. September 2024 fest abgeschlossen. Der Vertrag hat ein Optionsrecht für den Mieter von 5 Jahren. Aus diesem Vertrag bestehen Verpflichtungen in Höhe von TEUR 5.300.

Herr Ralf Weber ist alleiniger Kommanditist der DALOU Grundstücks-GmbH und alleiniger Geschäftsführer ihrer Komplementärin, der DALOU Verwaltungs GmbH, Halle / Westfalen.

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, Kaufmann.

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

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

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

Aufsichtsrat

- Dr. Ernst F. Schröder, Bielefeld, Vorsitzender
- Gerhard Weber, Halle/Westf., stellvertretender Vorsitzender
- Udo Hardieck, Halle/Westf.
- Charlotte Weber-Dresselhaus, Halle/Westf.
- Ute Gerbaulet, Düsseldorf, 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.

Vorsitzender des Aufsichtsrats:

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

Mitglied des Aufsichtsrats:

- S.A. Damm, Barcelona

Vorsitzender des Beirats:

- Bankhaus Lampe KG, Düsseldorf

Herr Gerhard Weber, Kaufmann, Halle/Westf.

- keine 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

Mitglied des Verwaltungsrates:

- Mode Bayard AG, Bern, Schweiz
- Bayard & Co. AG, Bern, Schweiz
- Tennis & Sportcenter 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

Gesamtbezüge des Vorstands

Im Einzelnen wurden folgende Beträge im Wesentlichen von dem Mutterunternehmen vergütet:

TEUR	2015 / 16 Fixum	2015 / 16 Tantieme	2015 / 16 Summe	2014 / 15 Fixum	2014 / 15 Tantieme	2014 / 15 Summe
Ralf Weber	719	150	869	671	250	921
Dr. David Frink	568	150	718	568	250	818
Arnd Buchardt ¹	48	0	48	571	250	821
Norbert Steinke ²	512	150	662	42	20	62
	1.847	450	2.297	1.852	770	2.622

¹ bis zum 30. November 2015² seit dem 19. Oktober 2015

Die variablen Bestandteile der Vorstandsbezüge werden ergebnisabhängig ermittelt und sind in der oben angegebenen Höhe in den Rückstellungen enthalten. Aktienkursorientierte Modelle, wie z. B. Stock Options, existieren nicht. Bei den Vergütungen handelt es sich um kurzfristig fällige Leistungen im Sinne des IAS 24.17 (a).

Gesamtbezüge des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat erhält satzungsgemäß für seine Tätigkeit für die Obergesellschaft und den Konzern ausschließlich fixe Bezüge in Höhe von TEUR 870 (Vorjahr: TEUR 702), die im Geschäftsjahr zurückgestellt wurden. Es werden keine variablen Vergütungen gewährt.

Im Einzelnen wurden folgende Beträge vergütet, bei denen sich um kurzfristig fällige Leistungen im Sinne des IAS 24.17(a) handelt.

Im Einzelnen wurden folgende Beträge vergütet:

TEUR	2015 / 16 Fixum	2015 / 16 Gesamt	2014 / 15 Fixum	2014 / 15 Gesamt
Aufsichtsrat				
Dr. Ernst F. Schröder Vorsitzender	180	180	180	180
Gerhard Weber Stellvertretender Vorsitzender	90	90	90	90
Udo Hardieck	60	60	60	60
Charlotte Weber Dresselhaus	60	60	60	60
Olaf Dieckmann Arbeitnehmervertreter	60	60	60	60
Klaus Lippert Arbeitnehmervertreter	60	60	60	60
Annette von der Recke Arbeitnehmervertreterin	60	60	32	32
Andreas Strunk Arbeitnehmervertreter	60	60	32	32
Hans-Jürgen Wentzlaff IG Metall	60	60	32	32
Manfred Menningen IG Metall	60	60	32	32
Alfred Thomas Bayard	60	60	32	32
Ute Gerbaulet	60	60	32	32
	870	870	702	702

Den angestellten Arbeitnehmervertretern im Aufsichtsrat steht weiterhin ein reguläres Gehalt im Rahmen ihres Arbeitsvertrags zu.

Es besteht ein Mietverhältnis mit der von Herrn Udo Hardieck kontrollierten Udo Hardieck e.K. Die Mietaufwendungen im Geschäftsjahr 2015 / 16 beliefen sich auf TEUR 16 (Vorjahr: TEUR 25).

Anteilsbesitz des Vorstands

Der Vorstand hielt am Bilanzstichtag direkt und indirekt 1.552.239 Aktien (Vorjahr: 1.550.239 Aktien).

Anteilsbesitz des Aufsichtsrats

Mitglieder des Aufsichtsrates hielten am Bilanzstichtag direkt und indirekt 21.729.977 Aktien (Vorjahr: 21.729.677 Aktien).

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 26.01.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle / Westfalen, Deutschland am 22.01.2015 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 24.02.2016 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle / Westfalen, Deutschland am 16.02.2016 gemäß § 21 WpHG die Schwelle von 3 % der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 0,36 % (das entspricht 165.002 Stimmrechten) betragen hat.

Die Goldman Sachs Asset Management International, London, Großbritannien hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 03.12.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle / Westfalen, Deutschland am 26.11.2015 die Schwelle von 3 % der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,69 % (das entspricht 1.234.756 Stimmrechten) betragen hat.

Die FMR LLC, Wilmington, Delaware, Vereinigte Staaten von Amerika hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 16.08.2016 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle / Westfalen, Deutschland am 09.08.2016 die Schwelle von 3 % der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,08 % (das entspricht 1.415.798 Stimmrechten) betragen hat.

Die FMR LLC, Wilmington, Delaware, Vereinigte Staaten von Amerika hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 16.08.2016 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gerry Weber International AG, Halle / Westfalen, Deutschland am 10.08.2016 die Schwelle von 3 % der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,86 % (das entspricht 1.313.740 Stimmrechten) betragen hat.

Transaktionen gemäß § 15a WpHG

Herr Ralf Weber, Vorsitzender des Vorstands, hat im Berichtsjahr 2.000 Stück Aktien zu einem Kurs von 11,79 EUR/Stück erworben.

Herr Klaus Lippert, Aufsichtsrat hat im Berichtsjahr 300 Stück Aktien zu einem Kurs von 12,94 EUR/Stück erworben.

Honorare des Konzernabschlussprüfers

Es wurden folgende Honorare des Abschlussprüfers als Aufwand des Konzerns erfasst:

TEUR	2015 / 16	2014 / 15
Abschlussprüfungsleistungen	517	480
Andere Bestätigungsleistungen	11	70
Steuerberatungsleistungen	88	63
Sonstige Leistungen	88	557
	704	1.170

Deutscher Corporate Governance Kodex / Erklärung nach § 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.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Ende des Geschäftsjahres 2015 / 16 (31. Oktober 2016) haben sich keine nennenswerten Ereignisse ergeben, die sowohl die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage, als auch die zukünftige Geschäftsentwicklung des GERRY WEBER Konzerns wesentlich beeinflussen können.

Der Konzernabschluss und Konzernlagebericht der Gerry Weber International AG sind durch Beschluss vom 30. Januar 2016 durch den Vorstand zur Weiterleitung an den Aufsichtsrat freigegeben worden.

Die Veröffentlichung des Konzernabschlusses erfolgt am 23. Februar 2017.

Befreiender Konzernabschluss gemäß § 264 Abs. 3 HGB

Nachfolgende vollkonsolidierte, inländische Tochterunternehmen haben von den Erleichterungsmöglichkeiten gemäß § 264 Abs. 3 HGB hinsichtlich der Offenlegung ihrer Jahresabschlussunterlagen und der Aufstellung des Lageberichts Gebrauch gemacht:

- Gerry Weber Life-Style Fashion GmbH, Halle/Westfalen,
- Gerry Weber Retail GmbH, Halle/Westfalen

Veröffentlichung des Konzernabschlusses

Der Konzernabschluss in der gesetzlichen Form wird vom Aufsichtsrat der Gerry Weber International AG in seiner Sitzung am 21. Februar 2017 geprüft und gebilligt und ist damit zur elektronischen Veröffentlichung im Bundesanzeiger freigegeben.

Halle/Westfalen, den 30. Januar 2017

Vorstand



Ralf Weber



Dr. David Frink



Norbert Steinke

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER („BILANZEID“)

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

Halle/Westfalen, den 30. Januar 2017

GERRY WEBER International AG

Der Vorstand



Ralf Weber



Dr. David Frink



Norbert Steinke

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Gerry Weber International AG, Halle/Westfalen, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den Konzernlagebericht, der mit dem Lagebericht der Gerry Weber International AG zusammengefasst ist, für das Geschäftsjahr vom 1. November 2015 bis 31. Oktober 2016 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und zusammengefasstem Lagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung liegt in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den zusammengefassten Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung 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 Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften 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 des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und zusammengefassten Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses 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 Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der zusammengefasste Lagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Bielefeld, den 10. Februar 2017

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Carsten Schürmann	ppa. Maik Schure
Wirtschaftsprüfer	Wirtschaftsprüfer



DER
LIFE!
style
VON

GERRY WEBER
ACCESSORIES





TAIFUN

199

Einzelabschluss der
GERRY WEBER International AG

JAHRES- ABSCHLUSS

Die **GERRY WEBER International AG**
erbringt in ihrer Holdingfunktion
zentrale Dienstleistungen für die
GERRY WEBER Gruppe.



talk
about

200 GEWINN- UND
VERLUSTRECHNUNG

202 BILANZ

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

für die Zeit vom 1. November 2015 bis zum 31. Oktober 2016

TEUR	2015/16	2014/15
Umsatzerlöse	345.055,3	436.552,5
Verminderung oder Erhöhung des Bestands an unfertigen Erzeugnissen und unfertigen Leistungen	27.248,2	-6.757,1
Andere aktivierte Eigenleistungen	780,4	1.048,0
Sonstige betriebliche Erträge	60.668,0	35.063,1
aus Währungsumrechnungen: TEUR 1.661,6 (Vorjahr: TEUR 7,8)		
Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh, Hilfs und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	-73.510,8	-63.002,5
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	-229.426,2	-275.570,3
	-302.937,0	-338.572,7
Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	-43.850,0	-42.305,6
b) Soziale Abgaben	-6.357,1	-6.720,0
	-50.207,1	-49.025,6
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-10.426,4	-7.262,2
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-76.948,6	-67.053,2
davon aus Währungsumrechnungen: TEUR 24,2 (Vorjahr: TEUR 1,1)		
Erträge aus Beteiligungen	57,4	169,8
davon aus verbundenen Unternehmen: TEUR 57,4 (Vorjahr: TEUR 169,8)		
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	31.976,2	51.189,6
Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	20,0	20,4
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.911,0	2.122,0
davon aus verbundenen Unternehmen: TEUR 1.883,7 (Vorjahr: TEUR 2.077,9)		
Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	0,0	-83,5
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-4.250,1	-3.346,4
davon aus der Abzinsung von Forderungen: TEUR 6,2 (Vorjahr: TEUR 31,1)		
davon aus der Aufzinsung von Rückstellungen: TEUR 3,2 (Vorjahr: TEUR 2,0)		
davon an verbundene Unternehmen: TEUR 49,0 (Vorjahr: TEUR 4,9)		
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	22.947,3	54.064,6

TEUR	2015 / 16	2014 / 15
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-7.195,4	-17.129,6
Sonstige Steuern	-222,6	-394,4
Jahresüberschuss	15.529,3	36.540,6
Gewinnvortrag	33.265,8	15.087,6
Bilanzgewinn	48.795,1	51.628,2

BILANZ

zum 31. Oktober 2016

AKTIVA

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Anlagevermögen		
Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	13.735,8	8.130,2
Geleistete Anzahlungen	15.311,8	12.022,5
	29.047,6	20.152,7
Sachanlagen		
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	102.259,6	80.635,0
Technische Anlagen und Maschinen	57.724,7	105,0
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.591,9	4.450,2
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	942,8	92.629,5
	165.519,0	177.819,7
Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen	220.636,1	188.376,5
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	0,0	3.271,8
Beteiligungen	30,3	16,6
Sonstige Ausleihungen	1.862,5	1.965,0
	222.528,9	193.629,9
	417.095,6	391.602,2
Umlaufvermögen		
Vorräte		
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	11.763,5	13.578,9
Unfertige Erzeugnisse, unfertige Leistungen	12.958,1	12.250,0
Fertige Erzeugnisse und Waren	57.392,6	29.620,5
Geleistete Anzahlungen	2.158,3	1.566,6
	84.272,5	57.015,9
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.164,0	1.623,0
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: TEUR 0,0 (Vorjahr: TEUR 245,2)		
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	157.040,2	195.977,1
davon aus Lieferungen und Leistungen: TEUR 34.497,6 (Vorjahr: TEUR 27.660,0)		
Sonstige Vermögensgegenstände	55.510,0	16.562,1
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: TEUR 0,0 (Vorjahr: TEUR 437,7)		
	214.714,2	214.162,2
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	25.198,7	49.004,5
	324.185,3	320.182,6
Rechnungsabgrenzungsposten	2.756,0	2.415,6
	744.037,0	714.200,5

PASSIVA

TEUR	31.10.2016	31.10.2015
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	45.906,0	45.906,0
Kapitalrücklage	63.201,1	63.201,1
Gewinnrücklagen	269.426,4	269.426,4
Bilanzgewinn		
Gewinnvortrag	33.265,8	15.087,6
Jahresüberschuss	15.529,3	36.540,6
	48.795,1	51.628,2
	427.328,6	430.161,6
Rückstellungen		
Steuerrückstellungen	7.716,4	204,2
Sonstige Rückstellungen	13.353,5	12.708,6
	21.070,0	12.912,8
Verbindlichkeiten		
Finanzverbindlichkeiten	247.097,8	219.981,1
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	30.543,6	33.570,1
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	4.307,1	3.294,1
davon aus Lieferungen und Leistungen: TEUR 2.074,1 (Vorjahr: TEUR 1.377,6)		
Sonstige Verbindlichkeiten	12.990,0	13.545,0
davon aus Steuern: TEUR 4.761,6 (Vorjahr: TEUR 4.784,6)		
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: TEUR 1,2 (Vorjahr: TEUR 0,0)		
	294.938,6	270.390,3
Rechnungsabgrenzungsposten	699,9	735,8
	744.037,0	714.200,5



DER
LIFE
style
VON

GERRY WEBER
casual



205

Für weitere Informationen
und Rückfragen steht das
IR-Team gerne zur Verfügung.



GERRY WEBER



talk
about

SERVICE

Die diesjährige ordentliche
Hauptversammlung findet am
27. April 2017 statt.

206 FINANZKALENDER, IMPRESSUM
UND DISCLAIMER

MEHRJAHRESÜBERSICHT

Finanzkalender

2016 / 17

Bilanzpressekonferenz	23. Februar 2017
Veröffentlichung der Quartalsmitteilung zum 1. Quartal 2016 / 17	16. März 2017
Hauptversammlung	27. April 2017
Veröffentlichung des 6-Monatsabschlusses	14. Juni 2017
Veröffentlichung der Quartalsmitteilung zum 3. Quartal 2016 / 17	14. September 2017
Ende des Geschäftsjahres 2016 / 17	31. Oktober 2017

Impressum

Redaktion und Kontakt

GERRY WEBER International AG
Claudia Kellert / Anne Hengelage
Neulehenstraße 8
33790 Halle / Westfalen

Konzept und Design

IR-ONE, Hamburg
www.ir-one.de

Telefon: +49 (0) 5201 18 5 – 0

Fax: +49 (0) 5201 58 57

E-Mail: ir@gerryweber.de

Internet: www.gerryweber.com

Zukunftsbezogene Aussagen

Dieser Geschäftsbericht enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf Annahmen und Schätzungen der Unternehmensleitung der GERRY WEBER International AG beruhen. Auch wenn die Unternehmensleitung der Ansicht ist, dass diese Annahmen und Schätzungen zutreffend sind, können die künftige tatsächliche Entwicklung und die künftigen tatsächlichen Ergebnisse von diesen Annahmen und Schätzungen aufgrund vielfältiger Faktoren erheblich abweichen. Zu diesen Faktoren können beispielsweise die Veränderung der gesamtwirtschaftlichen Lage, der gesetzlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen in Deutschland und der EU sowie Veränderungen in der Branche gehören. Die GERRY WEBER International AG übernimmt keine Gewährleistung und keine Haftung dafür, dass die künftige Entwicklung und die künftig erzielten tatsächlichen Ergebnisse mit den in diesem Geschäftsbericht geäußerten Annahmen und Schätzungen übereinstimmen werden. Es ist von der GERRY WEBER International AG weder beabsichtigt, noch übernimmt die GERRY WEBER International AG eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieses Berichts anzupassen. Bei Prozentangaben und Zahlen in diesem Bericht können Rundungsdifferenzen auftreten.

Der Geschäftsbericht liegt ebenfalls in englischer Übersetzung vor; bei Abweichungen geht die deutsche Fassung des Geschäftsberichts der englischen Übersetzung vor.

Er steht in beiden Sprachen im Internet unter www.gerryweber.com zum Download bereit.

5-JAHRES-KENNZAHLEN

EUR Mio.	2015 / 16	2014 / 15	2013 / 14	2012 / 13	2011 / 12
Umsatz nach Regionen	900,8	920,8	852,1	852,0	802,3
Inland	598,9	574,6	510,4	520,2	491,0
Ausland	301,9	346,2	341,7	331,8	311,3
Umsatz nach Segmenten	900,8	920,8	852,1	852,0	802,3
GERRY WEBER Core-Wholesale	298,4	365,4	447,2	488,3	502,8
GERRY WEBER Core-Retail	419,2	440,3	404,9	363,7	299,5
HALLHUBER ³	183,2	115,2	0,0	0,0	0,0
Umsatzanteile nach Marken					
GERRY WEBER	59,7 %	66,6 %	76,2 %	75,2 %	76,4 %
TAIFUN	15,5 %	16,1 %	18,3 %	19,4 %	18,3 %
SAMOON	4,5 %	4,8 %	5,6 %	5,3 %	5,3 %
HALLHUBER ³	20,3 %	12,5 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Übrige	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %
Materialaufwand	369,8	392,7	390,9	386,2	404,8
Personalaufwand	202,7	187,1	154,9	143,3	125,8
Sonstige betriebliche Aufwendungen	308,7	273,8	214,3	203,7	187,6
Abschreibungen	63,5	36,5	25,3	21,6	16,3
Ertragskennzahlen					
EBITDA	77,3	115,8	134,2	127,5	132,3
EBITDA-Marge	8,6 %	12,6 %	15,7 %	15,0 %	16,5 %
EBIT	13,8	79,3	108,9	105,8	115,9
EBIT-Marge	1,5 %	8,6 %	12,8 %	12,4 %	14,5 %
EBT	5,2	73,1	104,6	102,8	113,7
EBT-Marge	0,6 %	7,9 %	12,3 %	12,1 %	14,2 %
Jahresüberschuss	0,5	52,2	71,4	71,0	78,8
Ergebnis je Aktie in Euro ¹	0,01	1,14	1,56	1,55	1,72
Bilanzsumme	900,7	938,6	685,2	531,6	483,6
Eigenkapital	446,5	483,4	455,3	395,8	363,0
Investitionen	59,9	216,6	65,0	37,9	84,8
Eigenkapitalquote	49,6 %	51,5 %	66,4 %	74,5 %	75,1 %
Kennzahlen					
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	7.022	7.027	5.202	4.700	4.121
Return on Investment (ROI) ²	1,5 %	8,4 %	15,9 %	19,9 %	24,0 %
Return on Equity (ROE) ²	3,1 %	16,4 %	23,9 %	26,7 %	31,9 %

¹ Auf Basis der ausstehenden Aktienzahl von 45.905.960
³ Im Geschäftsjahr 2014 / 15 nur 9 Monate konsolidiert

² Auf Basis des EBIT

GERRY WEBER
INTERNATIONAL AG



**JUST
LIKE
ME**

GERRY WEBER International AG
Neulehenstraße 8 • 33790 Halle/Westfalen
Telefon: +49 (0)5201 185-0 • Fax: +49 (0) 5201 5857
ir@gerryweber.de • gerryweber.com