

**Rede zur Hauptversammlung  
der Hornbach Holding AG  
am 2. September 2005**

Albrecht Hornbach, Vorsitzender des Vorstandes

Sehr geehrte Damen und Herren,  
sehr geehrte Aktionäre,

ich begrüße Sie auch im Namen meiner Vorstandskollegen sehr herzlich zu unserer diesjährigen Hauptversammlung. Sie haben alle den Geschäftsbericht 2004/2005 vorliegen. Somit kann ich mich auf die wichtigsten Daten und Fakten beschränken und vor allem eine Einschätzung formulieren, wie sich die strategische Positionierung unseres gemeinsamen Unternehmens mittel- und langfristig auswirken wird. Bekanntlich sind Vergangenheit und Gegenwart nur die Mittel, die Zukunft alleine aber ist Zweck.

Für die neuen Aktionäre, die uns heute zum ersten Mal besuchen, ein kurzer Überblick über Aufbau und Eigentümerstruktur unserer Unternehmensgruppe: Im Wesentlichen unterscheiden wir die zwei Geschäftssegmente Handel und Immobilien.

Die Handelsaktivitäten sind in den Gesellschaften Hornbach Baumarkt AG und Hornbach Baustoff Union GmbH angesiedelt. Die Immobilienaktivitäten sind bei der Hornbach Immobilien AG organisiert.

Die Aktien der Hornbach Holding AG teilen sich je zur Hälfte in stimmberechtigte Stammaktien und Vorzugsaktien ohne Stimmrechte. Nur die Vorzugsaktien sind börsennotiert. Die Stammaktien befinden sich mehrheitlich im Besitz der Hornbach-Familien. Unser strategischer Partner Kingfisher plc. mit Sitz in London verfügt über eine qualifizierte Minderheitsbeteiligung.

So gehören wir also zur leider in Deutschland nicht mehr so häufig anzutreffenden Gattung der börsennotierten Familienunternehmen. Gerade diese Familienunternehmen haben die Wirtschaftsgeschichte der Bundesrepublik Deutschland in der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts geschrieben. Und natürlich finde ich es erfreulich, dass heute in Politik und Medien gleichermaßen den

Familienunternehmen eine Schlüsselfunktion für einen erneuten wirtschaftlichen Aufschwung in Deutschland zugeschrieben wird.

Großflächige Bau- und Gartenmärkte im In- und Ausland sind der mit Abstand größte und wichtigste Bereich unseres Unternehmens. Dieses Feld wird von der ebenfalls börsennotierten Hornbach Baumarkt AG verantwortet. 79,5 Prozent der Aktien befinden sich im Besitz der Hornbach Holding AG. Kingfisher hält 5,5 Prozent.

Sowohl die Vorzugsaktie der Hornbach Holding AG als auch die Stammaktie der Hornbach Baumarkt AG werden im Qualitätssegment „Prime Standard“ der Deutschen Börse geführt. Die Aktie der Hornbach Holding AG wird zusätzlich im Nebenwerte-Index SDAX notiert.

Somit gelten für unsere Aktien besonders hohe Transparenzanforderungen. In der Baumarkt-Branche sind wir sogar das einzige Unternehmen in Deutschland, das börsennotiert ist. Damit haben wir uns zu einer besonderen Öffnung gegenüber den Anlegern verpflichtet. Wir veröffentlichen regelmäßig Unternehmensdaten und stellen uns dem Urteil von Aktionären, Journalisten, Analysten und Banken. Neben der Metro-Gruppe sind wir das einzige deutsche Handelsunternehmen, das über eine Börsennotierung hinaus ein öffentliches Rating erhalten hat. Unsere Expansionsstrategie steht damit ständig im Fokus der Öffentlichkeit.

Diese Transparenz sehen wir nicht als Nachteil gegenüber unseren nicht börsennotierten Mitbewerbern, sondern eher als Vorteil. Durch die öffentliche Kontrolle sind wir verpflichtet, unsere strategischen Ziele ständig an der Wirklichkeit zu überprüfen und mögliche Kurskorrekturen zügig einzuleiten. Und dies nicht nur mit dem Verstand einer börsennotierten Aktiengesellschaft, sondern auch mit dem Herz eines Familienunternehmens. Diese Differenzierung gewinnt ja gerade in der jüngsten Zeit zusätzlichen Stellenwert.

Lassen Sie mich kurz die Beschreibung unseres Konzerns zu Ende bringen:

- Die Hornbach Baumarkt AG betreibt zum Bilanzstichtag 28. Februar 2005 insgesamt 117 großflächige Bau- und Gartenmärkte in 8 Ländern. Darin sind vier Lafiora-Gartencenter enthalten. Die Gesamtverkaufsfläche beträgt rund 1,2 Mio. Quadratmeter.
- Hinzu kommen 18 Niederlassungen der Hornbach Baustoff Union.
- In der Hornbach Immobilien AG ist das Know-how zur Immobilien- und Standortentwicklung gebündelt. Der HORNBACH HOLDING Konzern verfügt über einen erheblichen Immobilienbesitz; hierbei handelt es sich in erster Linie um die von der HORNBACH-Baumarkt-AG betriebenen Bau- und Gartenmärkte. Rund 57% der Verkaufsflächen sind im Eigentum des Konzerns. Die HORNBACH Immobilien AG besitzt knapp die Hälfte dieser Flächen.

Ich darf Ihnen nun – in gebotener Kürze, da die Vergangenheit betreffend – die wesentlichen Eckdaten der Konzernabschlüsse zum 28. Februar 2005 erläutern.

Zuerst die Rahmenbedingungen:

- Der deutsche Einzelhandel konnte auch im Kalenderjahr 2005 nicht zufrieden sein. Die anhaltende Kaufzurückhaltung der Verbraucher hat wesentlich zur schwachen Wirtschaftsentwicklung in Deutschland beigetragen. Obwohl die Einkommenssteuerreform ein höheres Nettoeinkommen erlaubte, erhöhte sich die Sparquote auf 10,9 %. Der Einzelhandel verlor nominal 1,6 % Umsatz. Die Branche der Bau- und Gartenmärkte konnte sich besser entwickeln, aber nicht an die Umsatzsteigerung des Vorjahres anknüpfen.
- Nach Berechnung des Bundesverbandes Deutscher Heimwerker-, Bau- und Gartenfachmärkte e.V. war der Umsatz auf vergleichbarer Verkaufsfläche, also ohne Berücksichtigung von Neueröffnungen, mit minus 0,5 % leicht rückläufig. Im Jahr zuvor gab es noch ein Plus von 2,1 %.

Unter diesen Rahmenbedingungen freut es mich natürlich ganz besonders, dass ich Ihnen als Aktionären unserer Gesellschaft eine besonders erfreuliche Bilanz präsentieren kann: Das abgelaufene Geschäftsjahr 2004/2005, das am 28. Februar dieses Jahres beendet wurde, war eines der besten in unserer Firmengeschichte; – in den wichtigen Positionen EBIT und EBITDA sogar das beste überhaupt. Wir haben damit ein Ertragsniveau erreicht, das im Zuge unserer angestrebten Kontinuität der Gewinnentwicklung eigentlich erst in einem oder zwei Jahren angestanden hätte. Wir haben uns vehement positiv vom Wettbewerb abgesetzt, einen positiven Sprung statt nur eine positive Entwicklung geschafft und damit die Substanz des Unternehmens erheblich gestärkt.

Im Einzelnen:

- Der Konzernumsatz der Hornbach Holding AG stieg um knapp 8 Prozent auf über 2,2 Milliarden Euro. Mehr als 94 Prozent der Umsätze wurden hierbei vom Teilkonzern Hornbach Baumarkt AG erwirtschaftet.
- Der Marktführer im Segment der großflächigen Bau- und Gartenmärkte konnte seine Umsätze um rund 9 Prozent auf knapp 2,1 Milliarden Euro steigern. Hiervon entfielen rund 67 Prozent auf die inländischen Märkte und bereits 33 Prozent auf die Filialen im Ausland.
- Die zum Bilanzstichtag bestehenden 29 Hornbach Bau- und Gartenmärkte außerhalb Deutschlands in Österreich, den Niederlanden, Luxemburg, der Tschechischen Republik, der Schweiz, Schweden und Slowakei steigerten die Umsätze im Vergleich zum Vorjahr um 12,5 Prozent auf rund 688 Mio. Euro.

Den Marktanteil konnten wir auch in Deutschland wieder deutlich steigern. Die Entwicklung: von 4,9 Prozent im Jahr 1998 auf inzwischen 7,6 Prozent im Jahr 2004. 8 Prozent Marktanteil haben wir dieses Jahr im Visier.

Nicht nur die Umsätze, vor allem auch die Erträge haben sich im abgelaufenen Geschäftsjahr sehr erfreulich entwickelt. Sie stiegen deutlich überproportional zum Umsatz. Das nach den internationalen Rechnungslegungsstandards IFRS ermittelte Betriebsergebnis (EBIT), also das Ergebnis unbeeinflusst von Zinsen und Steuern, erhöhte sich im Gesamtkonzern um 25 % auf 99 Mio. Euro und im Teilkonzern der Hornbach Baumarkt AG um 41 % auf 91 Mio. Euro.

Die zur Beurteilung der Finanzierungskraft wichtige Kennziffer EBITDA, also das Ergebnis unbeeinflusst von Zinsen, Abschreibungen und Steuern, verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr um rund 16 % auf 181 Mio. Euro bzw. um 20 % auf 152 Mio. Euro.

Das Ergebnis vor Steuern stieg im Gesamtkonzern um mehr als 37 % auf 62 Mio. Euro. Der Teilkonzern Hornbach Baumarkt AG steigerte das Vorsteuerergebnis sogar um 55 % auf 68 Mio. Euro. Entsprechend entwickelte sich auch der Jahresüberschuss: er stieg im Gesamtkonzern um rund 38 % auf 37 Mio. Euro und im Teilkonzern Hornbach Baumarkt AG um 55 % auf mehr als 43 Mio. Euro.

Der einzige Wermutstropfen in dieser – ich erlaube mir das Prädikat – außergewöhnlich positiven Ergebnissituation ist die Tatsache, dass sich die Verluste der Hornbach Baustoff Union von 6,8 Mio. Euro auf 16,9 Mio. Euro mehr als verdoppelt haben. Dabei muss allerdings berücksichtigt werden, dass in erheblichem Maße Sonderbelastungen zu verkraften waren. So wurden allein mit 5,3 Mio. Euro außerplanmäßige Abschreibungen insbesondere auf Goodwill vorgenommen. Außerdem wurden hohe Aufwendungen zur Restrukturierung getätigt. Um den regionalen Erfordernissen zu entsprechen, wurde die Verantwortung für das operative Geschäft dezentralisiert und gleichzeitig die zentrale Verwaltung reorganisiert und verschlankt.

Mit der Neuausrichtung unter neuer Führung wird sich die Situation auch in diesem Konzernteil schon im laufenden Geschäftsjahr wesentlich verbessern.

Der Segmentberichterstattung im Anhang des Geschäftsberichtes der Hornbach Baumarkt AG können Sie entnehmen, dass insbesondere die Ergebnissituation im Ausland erfreulich zum Gesamtergebnis des Konzerns beigetragen hat. Bei einem Umsatzanteil von 33 % erreichten die Aktivitäten außerhalb Deutschlands bereits einen Anteil am EBIT von 42 %. Die internationale Ausrichtung unseres Geschäfts zahlt sich also aus. Wir werden immer weniger abhängig von dem unsicheren, durch Kaufzurückhaltung geprägten deutschen Markt.

Ein Wort zu den Investitionen: Im Gesamtkonzern der Hornbach Holding AG wurden im Geschäftsjahr 2004/2005 rund 135 Mio. Euro überwiegend in Grundstücke, Gebäude sowie in Betriebs- und Geschäftsausstattung investiert. Die Vergleichszahl des Vorjahres betrug 134 Mio. Euro. Die Finanzierung der Investitionen erfolgte durch Verwendung des frei verfügbaren Cashflows, durch Mittelfreisetzung durch Immobilienverkäufe bei langfristiger Zurückmietung sowie durch die Unternehmensanleihe der Hornbach Baumarkt AG.

Erstmals in unserer Unternehmensgeschichte wurde eine Anleihe ausgegeben und damit eine neue, bedeutende Finanzierungsquelle erschlossen. Die Anleihe der Hornbach Baumarkt AG mit einer Laufzeit von zehn Jahren und einem Zinscoupon von 6,125 Prozent wurde am 12. November 2004 erfolgreich platziert. Auf Grund der hohen Investorennachfrage haben wir das ursprünglich mit 200 Mio. Euro geplante Volumen um weitere 50 Mio. Euro aufgestockt.

Diese Unternehmensanleihe ist ein wichtiger Schritt zur nachhaltigen Verbesserung der Kapitalstruktur im Konzern. Mit einer Eigenkapitalquote von 30,4 % im Gesamtkonzern Hornbach Holding AG und 31,3 % im Teilkonzern Hornbach Baumarkt AG in Verbindung mit fest zugesagten Kreditlinien und der Liquidität der Unternehmensanleihe verfügen wir über ein hohes Maß an Sicherheit und Flexibilität für die weitere Wachstumsfinanzierung.

Nach diesem Rekordjahr 2004/2005 ist das laufende Geschäftsjahr 2005/2006 natürlich schwerer geworden. Die Vergleichszahlen eines Spitzenjahres lasten immer schwer auf den Schultern des Nachfolgejahres. Temporäre Perioden sind aber nicht das Maß der Unternehmensführung – die mittel- und langfristige Kontinuität in der Umsatz- und Ergebnisentwicklung sind unser Ziel.

Dies gilt auch für die Dividendenpolitik: Entsprechend schlagen wir der Hauptversammlung Dividendenkontinuität zum Vorjahr vor. Dies bedeutet die Ausschüttung einer Dividende von 1,08 Euro pro Stück Stammaktie und von 1,14 Euro pro Stück Vorzugsaktie. Natürlich kann ich es verstehen, dass sich Aktionäre nach den gerade genannten Zahlen eine höhere Dividende wünschen. Ich bitte aber auch um Verständnis für die Sicht von Vorstand und Aufsichtsrat: Wir wollen weder in der Unternehmens- noch in der Dividendenentwicklung eine „Berg- und Talfahrt“ und stattdessen eine anhaltende Wertsteigerung des Gesamtunternehmens, an der die Aktionäre substantiell profitieren. Dies haben wir im Übrigen im abgelaufenen Geschäftsjahr geschafft. Der Börsenwert jeweils zum Ende des Geschäftsjahres stieg von 488 Mio. Euro 2003/2004 auf 528 Mio. Euro im Berichtsjahr. Der höchste Börsenkurs betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 67 Euro statt 62,80 Euro im Vorjahr, der niedrigste Kurs nur 54,60 Euro statt 33,90 Euro im Vorjahr. All diese Kennzahlen signalisieren den Aktionären Sicherheit und Wachstum.

### **Geschäftsjahr 2005/2006**

Für das erste Quartal und erste Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres 2005/2006 gilt, dass wir mit der Messlatte des hervorragenden Vorjahres verglichen werden. So ist es der Segen der Börsennotierung, dass wir ein attraktives Finanzierungsinstrument haben und die öffentliche Transparenz und Kontrolle, die leistungsfördernd wirkt. Gleichzeitig ist es aber der Fluch, dass manchmal Quartals- oder sogar Monatsergebnisse publizistisch so hoch gewichtet werden, dass man als Unternehmer gar nicht genug an die konzeptionelle und strategische Stärke und deren Gewichtung appellieren kann.

So hat uns dieser miserable März mit den zahlenmäßigen Auswirkungen auf das 1. Quartal des aktuellen Geschäftsjahres gleich die Etiketten „Gewinnwarnung“ und „Gewinneinbruch“ eingebracht. So dramatisch ist das nicht. Mit den Zahlen des ersten Quartals, die wir im Rahmen einer Ad hoc-Mitteilung am 13. Juni 2005 veröffentlicht haben, können wir zwar nicht zufrieden sein. Gerade in der Umsatzentwicklung der letzten Monate sehen wir aber doch auch die Perspektive, dass wir auch das laufende

Geschäftsjahr zumindest befriedigend abschließen werden. Dies trotz der anhaltend schwierigen konjunkturellen Verhältnisse in Verbrauch und Handel.

Einige Kennzahlen des ersten Quartals:

- sowohl in der Hornbach Holding AG wie auch in der Hornbach Baumarkt AG konnten wir den Umsatz einschließlich der Neueröffnungen um jeweils 5,4 % auf 651 Mio. bzw. knapp 617 Mio. Euro steigern.
- Flächenbereinigt ergibt sich allerdings kumuliert für die ersten drei Monate des laufenden Geschäftsjahres ein leichtes Minus von 0,5 Prozent. Dies hat vor allem mit dem März zu tun, der witterungsbedingt sehr schwach war. Hier mussten wir ein Minus von 7,5 % verbuchen.
- Die Handelsspanne lag nach drei Monaten im laufenden Jahr signifikant unter den Vorjahreswerten. Der warenwirtschaftliche Rohertrag in Prozent vom Nettoumsatz ging im HOLDING-Konzern von 36,5 % auf 35,2 % zurück, im Teilkonzern HORNBAACH-Baumarkt-AG lag die Spanne bei 35,7 % nach 36,9 % im Vorjahr. Hierbei sollte man jedoch beachten, dass die hohe Spanne von 36,9 % des Vorjahres in gewisser Weise einen Ausreißer nach oben darstellte.
- Durch den Umsatzrückgang auf vergleichbarer Fläche in Verbindung mit der niedrigeren Handelsspanne, aber auch durch höhere Kosten, die im Wesentlichen von der SAP-Einführung herrühren, reduzierte sich das Konzernergebnis vor Steuern im ersten Quartal im Gesamtkonzern um circa 30 % auf 29,5 Mio. Euro und im Teilkonzern Hornbach Baumarkt AG um knapp 37 % auf 25,6 Mio. Euro.
- Die Hornbach Immobilien AG konnte höhere Erträge erwirtschaften, die Hornbach Baustoff Union hat im ersten Quartal im Wesentlichen ihre Ziele erreicht.
- Der Jahresüberschuss lag im ersten Quartal im Gesamtkonzern mit 19 Mio. Euro 23 % unter dem Vorjahr, im Teilkonzern Hornbach Baumarkt AG mit 16,5 Mio. Euro um knapp 32 % unter dem Vorjahr.
- Ähnliche Reduktionen ergaben sich bei EBITDA und EBIT – die einzelnen Zahlen sind inzwischen publiziert und bekannt.

Für das zweite Quartal bis Ende August gibt es natürlich noch keine endgültigen Zahlen. Aber Trends und Indikationen, die ich Ihnen ebenfalls kurz skizzieren will: Einschließlich der Neueröffnungen steigerten wir den Umsatz im Konzern der HORNBAACH HOLDING im zweiten Quartal um rund 7,8 %. Der Teilkonzern HORNBAACH-Baumarkt-AG verzeichnete ein Umsatzwachstum von 8,1 %.

Nun ein kurzer Blick auf die flächenbereinigte Entwicklung:

Mit dem 2. Quartal können wir zufrieden sein. Konzernweit haben wir in den Monaten Juni bis August ein Plus auf vergleichbarer Fläche von rund 2,1 % erzielt. Herausragend hierbei ist der Monat August, der uns flächenbereinigt ein Plus von rund 5,5 % bescherte. Damit haben wir im 2. Quartal den Umsatzrückgang des 1 Quartals überkompensiert und erreichen somit für das erste Halbjahr des Geschäftsjahres 2005/06 eine positive Umsatzentwicklung auf vergleichbarer Fläche.

Jedoch wird unsere Zwischenbilanz dadurch getrübt, dass die schweren Unwetter in der Alpenregion um den 21. August 2005 herum auch bei HORNBACK Spuren der Verwüstung hinterlassen haben. Unser Markt in Littau in der Zentralschweiz stand bis zu zwei Meter unter Wasser und im Schlamm, der Warenbestand wurde größtenteils zerstört. Die Aufräumarbeiten sind in vollem Gange, jedoch wird es ca. vier Wochen dauern, bis diese Filiale wieder volle Fahrt aufnehmen kann. Immerhin: Im Gegensatz zur Flutkatastrophe vor zwei Jahren sind die Schäden versichert und werden in der Ergebnisrechnung höchstens geringe Spuren hinterlassen...

Die im Vergleich zum Vorjahr reduzierten Zahlen der ersten Monate des laufenden Jahres ändern nichts an unserer risikobewussten Wachstumsstrategie: Bereits im ersten Quartal haben wir je einen zusätzlichen Markt in Schweden und in der Slowakei eröffnet. Die jüngsten Eröffnungen fanden dagegen in Deutschland statt.: Im Juli wurde in Berlin-Neukölln der 9. Standort im Großraum der Bundeshauptstadt eröffnet. Erst vor wenigen Tagen öffnete unweit von hier der Markt in Frankfurt-Niedereschbach seine Tore.. Weitere Hornbach Bau- und Gartenmärkte in Deutschland folgen in Würzburg, Kiel und erstmals auch in München in unmittelbarer Nähe zur Allianz-Arena. Im Oktober 2005 werden wir in Tschechien den fünften Markt eröffnen.

Die Entwicklung im ersten Quartal und die absehbare Entwicklung im ersten Halbjahr führten dazu, dass wir unsere Prognose für das Gesamtjahr leicht angepasst haben. Wir erwarten nun einen Umsatz von rund 2,4 Milliarden Euro im Gesamtkonzern. Der Umsatz im Teilkonzern der Hornbach Baumarkt AG wird voraussichtlich annähernd 2,3 Milliarden Euro betragen.

Wir werden es bereits im laufenden Geschäftsjahr schaffen, unseren Marktanteil in Deutschland auf rund 8 % zu steigern.

Wir werden es nicht schaffen, die Rekord-Ergebniszahlen des Vorjahres zu erwirtschaften. Auf Grund einer deutlich verbesserten Situation der Hornbach Baustoff Union wird der Ergebnisrückgang auf der Ebene des Gesamtkonzerns aber weniger stark ausgeprägt sein als im Teilkonzern Hornbach Baumarkt AG.

Unabhängig von der Entwicklung eines Jahres, eines Halbjahres oder eines Quartals will ich Ihnen als Aktionäre unseres Unternehmens noch eine qualitative Einschätzung geben im Wettbewerbsumfeld. Dies sagt im Zweifel mehr aus als eine Monats- oder Quartals-GuV. Schließlich sollen Sie möglichst lange und erfolgreich Mitinhaber unserer Gesellschaft sein.

Es ist nicht allzu lange her, dass uns wieder ein Bürgermeister eines Mittelzentrums anrief, der uns für eine Ansiedlung gewinnen wollte. Unsere Frage, warum er dafür kämpfe, dass gerade Hornbach in seine Gemeinde komme, beantwortete er: „Hornbach ist für mich der Ikea unter den Baumärkten.“

Ich gebe zu, dass mir dieser Vergleich gefallen hat. Ikea gilt als strukturell sortiments- und preisattraktiv und serviceorientiert. Das Unternehmen schafft es damit, sich von der schon viele Jahre andauernden desolaten Situation des Möbelhandels in

Deutschland weitgehend abzukoppeln. Im dortigen Verdrängungs- und Konzentrationsprozess spielt das Unternehmen eine herausragend positive Rolle.

Genau dies ist auch unser Ziel. Ich versichere Ihnen, dass wir aus der anstehenden Konsolidierung der deutschen Baumarkt-Branche als einer der Gewinner hervorgehen werden. Wir sind im In- und Ausland hervorragend aufgestellt und wachsen seit vielen Jahren in Umsatz und Ertrag schneller als der Branchenschnitt. Unsere Unternehmensgruppe hat sich gegenüber ihren Mitbewerbern einen Effizienzvorsprung erarbeitet, mit dem wir ganz gelassen der erwarteten Marktberreinigung in Deutschland entgegensehen können.

Der Journalist Hagen Seidel von der „Welt“ hat seinen Artikel über die Baumarkt-Branche mit dem Titel „Kettensägenmassaker“ versehen. Besser kann man die 30 Prozent Überkapazität und die daraus resultierenden Folgen eines aggressiven Preis- und Verdrängungswettbewerbes wohl nicht mehr überschreiben. Er zitiert verschiedene Studien, die zu dem Ergebnis kommen, dass Obi und Hornbach die besten Chancen haben als Gewinner aus der Konsolidierung unserer Branche hervorzugehen. Dem widersprechen wir nicht.

Was macht uns stärker als der Wettbewerb? Seit Jahren profitieren wir von den Vorzügen unseres Filialnetzes, sprich: den durchweg großflächigen Märkten an sorgfältig ausgewählten Standorten. Ausschlaggebend ist dabei, dass die Hornbach-Märkte die größten Flächen und gleichzeitig die größte Umsatzdichte haben. Diese Kombination ist der Schlüssel zu einer von anderen deutschen Wettbewerbern nicht erreichten Effizienz. Sie schafft Kostenvorteile, die selbst zu unseren stärksten Wettbewerbern mehrere Prozent vom Nettoumsatz ausmachen können. Der sich uns dadurch öffnende Spielraum ist in der derzeitigen Situation unserer Branche von größtem Wert.

Dass diese Schlüsselqualifikationen unseres Unternehmens keine leeren Worte sondern harte Fakten sind, zeigt die Entwicklung:

- Seit dem Jahr vor dem Börsengang 1987 hat sich der Umsatz von Hornbach in den vergangenen 19 Jahren von 113 Mio. Euro auf 2,22 Mrd. Euro um nahezu das 20 -fache erhöht.
- Die Zahl der konzerneigenen Bau- und Gartenmärkte stieg im gleichen Zeitraum von damals 16 ausschließlich in Süddeutschland auf derzeit 121 in acht europäischen Ländern.
- Die Zahl der Arbeitsplätze wuchs im selben Zeitraum von 630 auf heute mehr als 11.700. Alleine im letzten Jahr haben wir 1.000 neue Arbeitsplätze geschaffen. Ebenso hervorzuheben finde ich die Tatsache, dass wir alleine in Deutschland weit über 500 Auszubildende beschäftigen; dies entspricht einer Ausbildungsquote von über 7,5 Prozent. Wir liegen damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt.

Laut „Wirtschaftswoche“ ist Hornbach eines von nur elf Unternehmen deutschlandweit, das in den letzten fünf Jahren kontinuierlich einen Zuwachs an Arbeitsplätzen geschaffen hat.

Ich möchte mich an dieser Stelle bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihr persönliches Engagement, ihre Kreativität und die Leistungsbereitschaft bedanken. Der Wettbewerb und die unsere SAP-Umstellung haben den HORNBACH-Beschäftigten gerade im vergangenen Jahr viel abverlangt. Ich habe großen Respekt vor diesem Einsatz und freue mich gleichzeitig über die Dynamik, die wir in die künftige Entwicklung mitnehmen.

Dabei stehen unsere Ampeln im Wettbewerb weiter auf Grün:

Mit einer durchschnittlichen Größe von mehr als 10.000 Quadratmetern je Filiale führen wir die Branche mit deutlichem Abstand an. Auch bei der Flächenproduktivität sind wir besser als der Wettbewerb: Pro Quadratmeter Verkaufsfläche werden im Jahr – netto – rund 1.800 Euro erwirtschaftet. Dies ist ein Spitzenwert, mit dem wir die gesamte Konkurrenz distanzieren.

Besonders interessant wird es, wenn zwei Starke vereint schlagen: So ist Europas größter Baumarktbetreiber Kingfisher nicht nur – wie bereits erläutert – ein Investor, der an unserem Unternehmen beteiligt ist. Vielmehr hat sich zwischen Kingfisher und HORNBACH eine äußerst wertvolle und zuverlässige Zusammenarbeit begründet. Diese erschöpft sich nicht in allgemeinem Wissens- und Erfahrungsaustausch, sondern erstreckt sich auf Aktivitäten, die beiden Seiten zählbare Vorteile bescheren. So entspringen z.B. aus gemeinsamen Einkaufsprojekten harte Ersparnisse, die allein für unser Unternehmen mehrere Millionen EURO jährlich ausmachen. Für diese vertrauensvolle Zusammenarbeit, die eindeutig eine Trumpfkarte im harten Wettbewerb darstellt, gilt den heute hier anwesenden Vertretern von Kingfisher mein ausdrücklicher Dank!

Ein weiterer Faktor unserer Wettbewerbsstärke ist der Start der Auslandsexpansion 1996. Hier haben wir frühzeitig die richtigen strategischen Weichen gestellt. Schon jetzt erwirtschaften wir jeden dritten Euro in den 31 Auslandsfilialen in Österreich, den Niederlanden, Tschechien, Luxemburg, Schweden, Slowakei und in der Schweiz. Der Ertrag im Ausland ist prozentual zum Umsatz gesehen höher als im umkämpften und damit margenschwächeren Inlandsmarkt. Mit kontinuierlichem Wachstum im Ausland werden wir auch in Zukunft einen Gegenpol zur schwachen Inlandskonjunktur setzen. Wir wollen hier weiter zulegen und in wenigen Jahren den Auslandsanteil auf 40 Prozent steigern.

Einige Worte zu unserer zukünftigen Expansion: In den kommenden fünf Jahren werden wir 35 neue, großflächige Bau- und Gartenmärkte eröffnen und unsere Verkaufsfläche damit um eine halbe Million Quadratmeter vergrößern. Im Jahr 2010 werden wir die Zahl von 150 Märkten überschreiten, die dann eine durchschnittliche Verkaufsfläche von deutlich mehr als 11.000 Quadratmeter aufweisen werden. – Ich will hier aber kein Missverständnis entstehen lassen: Uns geht es nicht um Flächenwachstum um jeden Preis. Nicht die Zahl der Märkte ist letztlich für die Bilanz entscheidend, sondern die Rentabilität der Filialen. Deshalb expandieren wir nur an Standorten, wo wir die gewünschte Flächeneffizienz erzielen können. Wobei ich nicht

unterschlagen will, dass es auch in Deutschland durchaus noch attraktive Standorte für Neueröffnungen gibt.

Das geplante Wachstum wird auch einen weiteren Zuwachs an Beschäftigung in der Hornbach-Gruppe bringen. Unser Unternehmen wird auch in den kommenden Jahren eine Jobmaschine bleiben und tausende neue Arbeitsplätze schaffen.

Es wurde ja berichtet, dass der Metro-Konzern den Verkauf seiner Praktiker-Baumärkte prüft. Auch dies ist sicherlich schon ein Signal für die strukturellen Bereinigungen, die in unserer Branche erfolgen müssen. Dies zeigt uns, dass wir unsere Standhaftigkeit und Kompromisslosigkeit in konzeptionellen und strategischen Fragen unbedingt beibehalten müssen. Wir werden mit „permanenten Dauertiefpreisen“ statt einem temporären „Rabatt-Irrsinn“ den immer schärfer geführten Preiswettbewerb in Deutschland profitabel bestehen. Einige unserer Mitbewerber versuchen, sich in immer kürzeren Abständen mit Rabattaktionen und Schnäppchenofferten gegenseitig zu attackieren und so Marktanteile zu gewinnen. Bei uns können die Kunden darauf vertrauen, dass sie jederzeit exzellente Ware zum Dauertiefpreis bekommen. Wir sind permanenter Preisführer und wollen dies bleiben.

Ich gebe zu: Trotz der exzellenten Zahlen des Geschäftsjahres 2004/2005, die man als Namensträger, Vorstandsvorsitzender und Aktionär eines Unternehmens natürlich gerne vorträgt, und trotz einer unter den gegenwärtigen Rahmenbedingungen noch zufriedenstellenden Entwicklung in den ersten Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2005/2006 war mir der zweite Teil meiner heutigen Rede der wichtigere. Vielleicht habe ich Ihnen damit die Sicherheit vermittelt, dass Sie auch mittel- und langfristig in das richtige Unternehmen investiert haben. Wenn Sie noch hinzuaddieren, dass wir wachsen und Marktanteile gewinnen, zusätzliche Arbeits- und Ausbildungsplätze schaffen und besetzen und keinen Skandal in der Firma hatten und haben, dann teilen Sie sicherlich meine Zuversicht, dass wir ein exzellentes Unternehmen besitzen.

Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit und stehe Ihnen zusammen mit meinen Kollegen jetzt gerne für weitere Fragen zur Verfügung.