

Ansprache an die Aktionäre

zur

Hauptversammlung

der

HORNBACH HOLDING AG

**Albrecht Hornbach
Vorsitzender des Vorstandes**

**Frankfurt am Main
3. September 2004**

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung

2. Bericht über das Geschäftsjahr 2003/2004

3. Bericht über das 1. Quartal 2004/2005

4. Bewertung des Geschäftsverlaufes

5. Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr

Sehr geehrte Damen und Herren,

Chart 1
HV-Bild

zur diesjährigen ordentlichen Hauptversammlung heiÙe ich Sie auch im Namen meiner Kollegen sehr herzlich willkommen. Ich freue mich über Ihr Erscheinen und bedanke mich für Ihre Verbundenheit mit unserem Unternehmen. Insbesondere begrüÙe ich auch die Vertreter der Aktionärsvereinigungen, der Banken und der Medien sowie unsere Gäste. Die HORNBAACH-Baumarkt-AG hat gestern an gleicher Stelle ihre ordentliche Hauptversammlung abgehalten. Die Organisation beider Hauptversammlungen im Congress Center Frankfurt an zwei aufeinander folgenden Tagen hat sich aus unserer Sicht bewährt.

1. Einführung

Chart 2
Eckwerte

Die Eckwerte des zurückliegenden Geschäftsjahres, die Sie nicht zuletzt unserem in neuer und Hornbach-typischer Optik erschienenen Geschäftsbericht entnehmen dürfen, können sich sehen lassen:

Der Nettoumsatz stieg um gut 20 % auf 2.057 Mio. €.

Auf vergleichbarer Fläche betrug das Plus hervorragende 5,2 %.

Die Erträge wuchsen stark überproportional zum Umsatz. Das Konzernergebnis legte um 36 % auf 48 Mio. € zu, der Jahresüberschuss um 34 % auf 27 Mio. €.

Chart 3
NU-Vergl.

Vielleicht noch eine kurze historische Einordnung unseres inzwischen erreichten Umsatzvolumens: Alleine die Umsatzsteigerung von knapp 350 Mio. € im letzten Jahr ist das 2,6-Fache des Gesamtumsatzes, den wir 1987 mit der HORNBACH HOLDING AG an die Börse brachten.

Chart 4
= Chart 2

Aber kommen wir wieder zurück zum Geschäftsjahr 2003/2004.

Auch in Anbetracht der enormen Fortschritte zum Vorjahr – für mich steht fest:

Chart 5
(Zus-Zeile)

Das Geschäftsjahr 2003/2004 war ...
ein ganz normales Jahr!

Und genau das sollte es auch werden! Unser Jahresziel und unsere Prognose haben wir erreicht. Außergewöhnliche Leistungen oder Ereignisse waren dazu nicht nötig, sind wir doch lediglich in die „Normalität“ zurückgekehrt.

Chart 6
Vorjahr

Das Vorjahr 2002/2003, mit dem wir uns zu vergleichen haben, war ja aus vielerlei Hinsicht „kein normales Jahr“.

Ich möchte nur kurz an die wesentlichen Faktoren erinnern, die unsere Ergebnisse belastet hatten:

- Die Kosten unseres „Rekordwachstums“ mit elf neuen großflächigen Bau- und Gartenmärkten, verbunden mit dem Eintritt in neue Länder
- das Absenken der Handelsspanne, ohne zeitgleich ausreichenden Mehrumsatz erzielen zu können
- die Verluste der Tochtergesellschaften HORNBACH Baustoff Union und Lafiora – und
- die Auswirkungen der Hochwasserflut im August 2002.

Diese Einflüsse haben vor allem eines angerichtet:

Es schien, als ob die kontinuierliche Aufwärtsentwicklung der Vorjahre abgebrochen wäre!

Es wurde in Frage gestellt, ob wir auf dem richtigen Weg sind!

In vielen Gesprächen mussten wir ausführlich begründen, dass und warum das Vor-Jahr 2002/2003 für HORNBACH nicht als Wendepunkt zum Schlechten zu sehen war.

Auch mussten wir immer wieder unterstreichen, dass wir uns deswegen in keiner Weise von unseren ehernen Grundsätzen verabschieden, die da sind:

- Wachstum in der Ertragsstärke,
- organisches Wachstum, anstatt Zusammenschlüsse,
- Solidität und Berechenbarkeit .

Welche Argumente gab es für eine solche Zuversicht?

Zum einen handelte es sich bei den belastenden Faktoren um selten auftretende Ereignisse (Flut), zum anderen um durchaus steuerbare Entwicklungen (Wachstumskosten, Verluste von Tochtergesellschaften), so dass ein erneutes kumuliertes Auftreten vermeidbar sein musste.

Weil wir überzeugt waren, dass unser Konzept, wie in den Vorjahren, auch im neuen Geschäftsjahr greifen würde, wagten wir die Prognose, in einem Sprung wieder das gewohnte Ertragsniveau zu erreichen.

Wer allerdings an der Durchschlagskraft und der Überlegenheit des HORNBACH-Konzeptes zweifelte, oder diese nicht anerkennen will, wer HORNBACH als

Spielball im Verdrängungswettbewerb oder als wehrloses Opfer eines unaufhaltsamen Verfalls der Preise und der Handelsspanne sah – für den mag der Erfolg, verbunden mit dem Ergebnissprung des abgelaufenen Geschäftsjahres 2003/2004, tatsächlich eine Überraschung sein.

Für uns war es dagegen ein Jahr der Bestätigung, haben wir doch gezeigt, dass wir die Erfolgsspur nie wirklich verlassen hatten.

Und so, wie es nach den vorstehenden Darlegungen für uns naheliegend war, so, wie wir uns das ausgerechnet hatten, kam auch der Erfolg dieses Geschäftsjahres zustande:

Chart 7
4 Faktoren

1. Die Investitionen und die Kosten des Wachstums in Form von Ländereintrittskosten und Voreröffnungskosten waren in diesem Jahr geringer, während die erfolgreichen Neueröffnungen des Vorjahres ihre Früchte in Form erfreulicher Deckungsbeiträge abgeworfen haben. Ebenso haben auch die acht im Berichtsjahr neu eröffneten Bau- und Gartenmärkte zum Unternehmenserfolg beigetragen. Dazu gehört auch die mit besonderer Spannung erwartete Premiere im schwedischen Göteborg, wo HORNBAACH den erfolgreichen Markteintritt in Skandinavien feierte.

2. Obwohl sich die Preiskämpfe und groß angelegte Rabattaktionen in der Baumarktlandschaft weiter verschärften, sah sich HORNBACH im Jahr 2003/2004 für seine konsequent verfolgte Preisstrategie belohnt: Die Umsätze auf vergleichbarer Verkaufsfläche erzielten ein Rekord-Plus von 5,2 %. Und das bei einer Handelsspanne, der man die Preiskämpfe nicht ansieht.

Besonders wichtig ist mir die Feststellung, dass wir die leicht gestiegene Handelsspanne nicht über höhere Verkaufspreise „erkaufte“ haben. Nein, das Gegenteil ist der Fall: alle Verkaufspreise haben wir im Jahresschnitt – nach den vier Prozent des Vorjahres – nochmals um durchschnittlich ein Prozent gesenkt.

In all dem kommt zum Ausdruck, dass HORNBACH mit seinem attraktiven Handelsformat und einer für die Kunden berechenbaren, langfristig angelegten Dauer-niedrigpreisstrategie in hohem Grade unempfindlich gegen die im Einzelhandel grassierende „Rabattitis“ ist.

Es ist eben ein großer Unterschied, ob ein Unternehmen die Power und das Stehvermögen hat, um die Preise auf ein dauerhaft günstiges Niveau anzupassen – denn das ist nach unserer Überzeugung der einzige Weg ein nachhaltig gutes Preisimage aufzubauen – oder ob man – in Ermangelung starker Konzepte oder mangels Durchhaltevermögens – dann und wann die Verkaufspreise senkt, nur um den Kunden eine Zeit lang vorzugaukeln, es sei so.

Die Verbraucher sind es leid, ständig über Preise und den vermeintlich richtigen Zeitpunkt ihres Einkaufs grübeln zu müssen. Sie suchen Vertrauen. Ein Wettlauf der Rabatte, der bei den jeweiligen Unternehmen auf Dauer zu einer Erosion der Ertragskraft führt, kann das nicht bieten.

HORNBACH ist es im Gegensatz dazu gelungen, kontinuierlich mehr Kunden an die Marke HORNBACH zu binden, nicht zuletzt weil unser Gesamtkonzept stimmt.

Hierzu ist unsere kundenfreundliche, weil vertrauenswürdig günstige, Preisgestaltung notwendige Voraussetzung, sozusagen „die Pflicht“ – aber Faktoren wie Standortqualität, Attraktivität der Märkte, Sortiment und Service bestimmen „die Kür“. Alles zusammen macht die Attraktivität der Marke HORNBACH aus und versetzt uns in die Lage, uns vom Wettbewerb in der Baumarkt- und Heimwerkerbranche abzuheben.

3. Leider haben unsere weiteren Handelsaktivitäten, die Lafiora-Gartencenter sowie der Baustoff- und Baufachhandel, die vor einem Jahr gesteckten, durchaus ehrgeizigen Ziele verfehlt.

Bei der Lafiora HORNBACH Florapark GmbH ist es im Jahr 2003/2004 nicht gelungen, die Verlustsituation zu entschärfen. [nach -1,1 Mio. € zuletzt -2,0 Mio, €]

Es hat sich gezeigt, dass das Konzept allein stehender Gartenfachmärkte auf Dauer keine Chance hat, an den Erfolg unserer integrierten Baumarkt-Gartencenter anzuknüpfen. Es wird deswegen nicht weiter verfolgt. Lafiora ist seit März in die Baumarkt-AG reintegriert. Wir sparen dadurch Kosten und setzen uns auf die Erfolgsspur der Baumarkt-Organisation beim Merchandising der „grünen Sortimente“.

Auch die HORNBACH Baustoff Union GmbH hat im Geschäftsjahr enttäuscht: Den Vorjahresverlust von rund 8 Mio. € konnten wir lediglich um 20 % verringern. Mit den jüngsten organisatorischen Schritten, die sich auch auf die Zusammensetzung des Vorstandes der HORNBACH HOLDING AG ausgewirkt haben, wurden die Geschäftsführung und das Management grundlegend verstärkt. Der Wind des Aufbruchs hat die Mitarbeiter der Baustoff Union erreicht; wir erwarten noch in diesem Jahr deutliche Fortschritte. Alle Anstrengungen des Teams meines Vorstandskollegen Eduard Zimmerle, der zum 1. April 2004 die Gesamtleitung der Baustoff Union übernommen hat, sind auf das Erreichen der Gewinnzone gerichtet. Dies halten wir allerdings erst ab dem nächsten Geschäftsjahr 2005/2006 für realistisch.

4. Schließlich blieben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr 2003/2004 von Belastungen aus außergewöhnlichen Ereignissen wie den Flutschäden verschont, die im Jahr zuvor ein Loch von immerhin rund 4,5 Mio. € nach Steuern gerissen hatten . Auch das war Bestandteil unseres Kalküls und hat geholfen, das alte Ertragsniveau wieder zu erreichen.

Richten wir nun einen genaueren Blick auf das Zahlenwerk des zurückliegenden Geschäftsjahres.

2. Bericht über das Geschäftsjahr 2003/2004

Alle von mir angeführten Finanzzahlen beziehen sich dabei auf den Konzernabschluss. Unser nach den Internationalen Rechnungslegungsstandards IFRS erstellter Geschäftsbericht wurde am 25. Juni 2004 im Rahmen der Bilanzpressekonferenz der Öffentlichkeit vorgestellt. Der Bericht, den Sie im übrigen ebenso wie die Zwischenberichte des Konzerns zeitnah im Internet finden, liegt heute für Sie aus. Deshalb will ich hier nur die wichtigsten Aspekte in Bezug auf das vergangene Jahr ansprechen.

Zum besseren Verständnis der Zahlen werfen wir zunächst einen Blick auf den Aufbau und die Eigentümerstruktur unserer Unternehmensgruppe. Grob gesprochen unterscheiden wir zwei Geschäftssegmente: Handel und Immobilien.

Die Handelsaktivitäten sind in den Gesellschaften HORNBACH-Baumarkt-AG, Lafiora HORNBACH Florapark GmbH und HORNBACH Baustoff Union GmbH angesiedelt. Der Schwerpunkt der Immobilienaktivitäten liegt bezüglich des Eigentums an Immobilien bei der HORNBACH Immobilien AG bzw. bei der HORNBACH-Baumarkt-AG und in Bezug auf das Management der Immobilien bei der HORNBACH Holding AG.

Im Verlauf des Geschäftsjahres 2004/05 wird die HORNBACH Florapark GmbH mit der HORNBACH-Baumarkt-AG verschmolzen.

Das Konzept der Lafiora Gartencenter als eigenständige Vertriebschiene wird aufgrund der unbefriedigenden Entwicklung aufgegeben.

Die Aktien der HORNBACH HOLDING AG teilen sich je zur Hälfte in stimmberechtigte Stammaktien und Vorzugsaktien ohne Stimmrechte auf. Nur die Vorzugsaktien sind börsennotiert. Die Stammaktien befinden sich mehrheitlich im Besitz der HORNBACH-Familien, die ihre Aktien in der HORNBACH Familientreuhand GmbH gepoolt haben.

Unser strategischer Partner Kingfisher mit Sitz in London verfügt über eine qualifizierte Minderheitsbeteiligung.

Der mit Abstand größte und wichtigste Handelsbereich, der Betrieb von großflächigen Bau- und Gartenmärkten im In- und Ausland, wird von der ebenfalls börsennotierten HORNBACH-Baumarkt-AG verantwortet.

Ca. 80 % ihrer Aktien befinden sich im Besitz der HORNBACH HOLDING AG, Kingfisher hält 5,5 %.

Bis zum 21. Juni 2004 wurden sowohl die Vorzugsaktien der HORNBACH HOLDING AG als auch die Stammaktien der HORNBACH-Baumarkt-AG im SDAX geführt. Vor einigen Wochen teilte uns die Deutsche Börse mit, dass die Aktien der HORNBACH-Baumarkt-AG, nachdem sie vor genau zwei Jahren in den SDAX aufgenommen worden waren, aufgrund von zu geringen Börsenumsätzen nicht mehr in diesem Index enthalten sein werden. Die im Vergleich zu anderen SDAX-Unternehmen geringeren Handelsumsätze mit Aktien der HORNBACH-Baumarkt-AG sind eine Folge des relativ kleinen Free Floats. Hingegen werden die Aktien der HORNBACH HOLDING AG weiterhin im SDAX geführt.

Operativ stellt sich der Konzernaufbau zum Bilanzstichtag wie folgt dar: Die HORNBACH-Baumarkt-AG betreibt 110 großflächige Bau- und Gartenmärkte in sieben Ländern, mit einer Gesamtverkaufsfläche von mehr als 1,1 Mio. qm.

Hinzu kommen vier allein stehende Lafiora Gartencenter sowie 20 Niederlassungen der HORNBACH Baustoff - Union.

In der HORNBACH Immobilien AG ist umfangreiches Immobilienvermögen überwiegend in Form von Bau- und Gartenmärkten gebündelt, wie auf Seite 48 des Geschäftsberichtes näher ausgeführt.

Kommen wir nun zu den wesentlichen Eckdaten der Konzernabschlüsse zum 29. Februar 2004.

Die wirtschaftlichen Rahmendaten waren für den deutschen Einzelhandel insgesamt nach wie vor nicht gut. So gingen nach Angabe des Statistisches Bundesamtes die Umsätze im Einzelhandel nominal um 0,7 % zurück, nach 2,0 % im Vorjahr.

Der Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkerbedarf war eine der wenigen Ausnahmen, wo sich ein Segment vom negativen Umsatztrend im Bereich der Nichtnahrungsmittel abkoppeln konnte. Ursprünglich erwartete man auch hier ein Umsatzminus, doch ab dem 2. Quartal 2003 erlebte das Heimwerken eine gewisse Renaissance in der Gunst der Kunden. Am Jahresende stand der Umsatz auf vergleichbarer Fläche, also ohne Berücksichtigung von Neueröffnungen, nach Angaben des Bundesverbandes Deutscher Heimwerker-, Bau- und Gartenfachmärkte e.V., kurz „BHB“, mit 2,1 % deutlich im Plus. Im Vorjahr wurde hier noch ein Minus von 3,1 % gemeldet.

Chart 9
bhbSchere

Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass das Umsatzplus in 2003 auch durch erstmalige, groß angelegte Rabattaktionen einzelner Baumarktketten beeinflusst wurde. Der darauf zurückzuführende Steigerungsanteil ist nicht zur Ableitung eines Trends geeignet. Auch ohne Rabattaktionen konnten unsere Bau- und Gartenmärkte, wie in den Vorjahren, deutlich besser abschneiden als der Gesamtmarkt.

Chart 10
Umsatz Ent

Auch konnten diese immer noch schwierigen Rahmenbedingungen uns nicht hindern, unsere Umsätze um mehr als 20 % auf annähernd 2,1 Mrd. € zu steigern. Davon wurden mehr als 93 % vom Teilkonzern HORNBACH-Baumarkt-AG erwirtschaftet. Der Marktführer im Segment der großflächigen Bau- und Gartenmärkte erzielte Nettoumsätze in Höhe von mehr als 1,9 Mrd. €. Hiervon entfielen rund 68 % auf die inländischen Märkte und bereits 32 % auf die Filialen im Ausland. Der relativ hohe Umsatzanteil außerhalb Deutschlands ist um so bemerkenswerter, als mit den ersten beiden Eröffnungen in Österreich im Herbst 1996, vor wenigen Jahren erst die Internationalisierung begonnen wurde.

Die zum Bilanzstichtag bestehenden 27 HORNBACH Bau- und Gartenmärkte außerhalb Deutschlands in Österreich, den Niederlanden, Luxemburg, der Tschechischen Republik, der Schweiz und Schweden

steigerten die Umsätze im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 44 % auf 611 Mio. €.

Im Geschäftsjahr 2003/04 haben wir insgesamt 8 große Bau- und Gartenmärkte eröffnet. In Deutschland sind Märkte in Schwetzingen, Datteln, zweimal in Berlin, sowie in Sindelfingen ans Netz gegangen. Im Ausland gingen die Standorte Nieuwegein (Niederlande), Leoben (Österreich), sowie der erste schwedische Markt in Göteborg an den Start.

Chart 11
Filialen

Zum Bilanzstichtag werden von der HORNBACH-Baumarkt-AG 110 Bau- und Gartenmärkte betrieben. Bei einer Gesamtverkaufsfläche von 1.116.000 qm liegt die durchschnittliche Verkaufsfläche je Filiale bei 10.150 qm. Damit ist HORNBACH – soweit bekannt – das einzige Baumarktunternehmen in Europa, das mit einem Filialnetz die Durchschnittsgröße von 10.000 qm je Markt überschritten hat. Einschließlich der 4 Lafiora Gartencenter werden im Gesamtkonzern der HORNBACH HOLDING AG zum Bilanzstichtag 114 Märkte geführt. Hinzu kommen 20 Niederlassungen der HORNBACH Baustoff Union.

Ein guter Indikator für die Entwicklung der Ertragsstärke von Einzelhandelsunternehmen ist der Umsatzerfolg, gemessen auf vergleichbarer Verkaufsfläche, also ohne Berücksichtigung von Neueröffnungen. In dieser Beziehung können wir Erfreuliches berichten:

Chart 12
LFL

Die Umsatzerlöse unserer kombinierten Bau- und Gartenmärkte verbesserten sich auf vergleichbarer Fläche um 5,2 %.

Das ist der beste Wert seit 10 Jahren!

Diese flächenbereinigten Umsatzzuwächse nahmen im 3. und 4. Quartal immer mehr an Fahrt auf. Die hohen Investitionen in die Expansion, in den Marktauftritt und in die Preisgestaltung, die insbesondere im Vorjahr das Ergebnis belastet hatten, haben im letzten Geschäftsjahr Früchte getragen. In allen sieben Ländern, in denen HORNBACH-Märkte betrieben werden, haben sich die Umsätze auf vergleichbarer Fläche signifikant erhöht.

In Deutschland, dem größten und anspruchsvollsten europäischen Markt für Bau-, Heimwerker- und Gartenprodukte, wuchs der Umsatz im Geschäftsjahr 2003/04 flächenbereinigt um 4,4 %, also mehr als doppelt so stark wie im Branchendurchschnitt.

Offensichtlich konnten wir von der gestiegenen Nachfrage nach Heimwerkerprodukten, Dank unseres überlegenen Handelsformats mit der homogenen Großflächenstruktur, in besonderem Maße profitieren.

Die internationale Umsatzentwicklung wies mit teilweise zweistelligen Zuwachsraten ebenfalls einen sehr erfreulichen Trend auf. Auf vergleichbarer Fläche legten die HORNBACH Bau- und Gartenmärkte außerhalb Deutschlands insgesamt um 7,7 % zu.

Chart 13
Marktanteil

In Deutschland, dem wichtigsten europäischen Markt, konnten wir unseren Marktanteil von 6,7 % auf 7,0 % erhöhen.

Der Teilkonzern HORNBACH Baustoff Union hat im Geschäftsjahr 2003/04 einen Nettoumsatz in Höhe von knapp 120 Mio. € erzielt. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies einen Anstieg um 76 %. In erster Linie ist dieser Anstieg auf bereits im Vorjahr zugekaufte mittelständische Betriebe aus dem Baustoff- und Bau-fachhandel zurückzuführen, deren Umsätze erstmals zum Tragen gekommen sind.

Die 4 Lafiora Gartencenter erreichten Umsätze in Höhe von 16,5 Mio. €. Ihre Umsatzentwicklung blieb jedoch aufgrund des ungünstigen Branchentrends bei zunehmendem Wettbewerb deutlich hinter den Erwartungen zurück.

Kommen wir nun zu den Ertragszahlen.

Die Erträge haben sich im Geschäftsjahr 2003/04 von dem Einbruch im Vorjahr wieder voll erholt.

Das nach internationalen Rechnungslegungsstandards ermittelte Konzernergebnis vor Steuern und außerordentlichen Positionen wird im Konzern der

Chart 14
Ertrag 03

HORNBACH HOLDING AG mit 48,2 Mio. € um rund 36 % über dem Vorjahr und im Teilkonzern der HORNBACH-Baumarkt-AG mit 46,2 Mio. € um mehr als 81 % über dem Vorjahr ausgewiesen. Die erzielten Ergebnisse liegen damit leicht über den Erwartungen der letzten Prognosen sowie über den im April gemeldeten vorläufigen Zahlen.

Chart 15
EBIT/DA 5J

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern, auch EBIT genannt, konnte um 21 % auf 82 Mio. € bzw. bei der HORNBACH-Baumarkt-AG um 45 % auf 67 Mio. € gesteigert werden.

Die für die Bewertung durch den Kapitalmarkt oft herangezogene Kennziffer EBITDA, d. h. Ergebnis vor Abzug von Zinsen, Steuern und Abschreibungen konnte im Gesamtkonzern um mehr als 16 % auf 159 Mio. € und im Teilkonzern der HORNBACH-Baumarkt-AG um 25 % auf 129 Mio. € verbessert werden.

Zu der deutlichen Ergebnisverbesserung im Vergleich zum Vorjahr haben im Wesentlichen die Deckungsbeiträge neuer Bau- und Gartenmärkte, das Umsatzwachstum auf vergleichbarer Verkaufsfläche, eine leicht höhere Handelsspanne sowie nur degressiv wachsende Verwaltungskosten und niedrigere Voreröffnungskosten beigetragen.

Negativ auf die Ertragsentwicklung wirkten sich andererseits die Verluste der Tochtergesellschaften HORNBACH Baustoff Union und Lafiora aus. Die HORNBACH Baustoff Union musste einen Verlust in Höhe von rund 7 Mio. € nach 8 Mio. € im Vorjahr hinnehmen.

Der Konzernjahresüberschuss erhöhte sich um 34 % auf ca. 27 Mio. € bei der HORNBACH HOLDING AG sowie um 93 % auf 28 Mio. € im Teilkonzern HORNBACH-Baumarkt-AG.

Das durchschnittliche Ergebnis je Aktie konnte bei der HORNBACH HOLDING AG nach Abzug der Minderheitsanteile um 24 % auf 2,69 € verbessert werden.

Bei der HORNBACH-Baumarkt-AG ergab sich ein Gewinnsprung von 94 % auf 1,86 € je Aktie.

Die Steigerung der Ergebniszahlen des Gesamtkonzerns fiel in diesem Jahr geringer aus als im Teilkonzern der HORNBACH-Baumarkt-AG. Dies ist im Wesentlichen auf das Ergebnis der HORNBACH Immobilien AG zurückzuführen, die im Vergleich zum Vorjahr geringere Gewinne aus Immobilien-Veräußerungen zu verbuchen hatte.

Werfen wir noch einen Blick auf die Höhe der Investitionen und die Entwicklung der Bilanzgrößen im Geschäftsjahr 2003/2004:

Aufgrund der geringeren Anzahl von Neueröffnungen lag das Investitionsvolumen unter dem Vorjahr.

Chart 16
Invest

Insgesamt wurden rund 167 Mio. € überwiegend in Grundstücke, Gebäude sowie in Betriebs- und Geschäftsausstattung investiert. Hierin enthaltene Auszahlungen für drei im Entstehen befindliche HORN-BACH-Immobilien in Höhe von knapp 34 Mio. € werden im kurzfristigen Vermögen ausgewiesen, da für die Märkte in Osnabrück und Fürth, sowie das von uns entwickelte Fachmarktzentrum in Dortmund zum Bilanzstichtag bereits Verkaufs-Vereinbarungen abgeschlossen waren. Die Übertragung der Immobilien erfolgt nach Fertigstellung im Geschäftsjahr 2004/05. Die Mittel für die Investitionen wurden hauptsächlich aus dem freiverfügbaren Cash-Flow, durch langfristige Hypothekendarlehen sowie aus Mittelfreisetzung durch Immobilienverkäufe bei langfristiger Zurückmietung gewonnen.

Erhebliche Beträge flossen auch in die mit der Einführung von SAP verbundene Hardwareaufrüstung, in Softwarelizenzen und Beratung. Die SAP Module für Finanzen und Controlling gingen planmäßig im März 2004 in den Echtbetrieb. Derzeit läuft die Vorbereitungsphase für die Ablösung der bisherigen Warenwirtschaftssysteme durch SAP Retail.

Chart 17
Bilanz

Im Gesamtkonzern, ist die Bilanzsumme im Vergleich zum Vorjahr um 82 Mio. € auf 1.664 Mio. € gestiegen.

Das Eigenkapital wird mit 432 Mio. € ausgewiesen. Dies entspricht einer Eigenkapitalquote von 26,0% im Vergleich zu 26,7% im Vorjahr.

Einschließlich der Anteile anderer Gesellschafter beläuft sich das Eigenkapital auf 505 Mio. € bei einer Quote von 30,3%.

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich möchte hiermit die Rückschau auf die Zahlen des Berichtsjahrs 2003/2004 abschließen.

Vor einem Jahr habe ich an gleicher Stelle den Vorschlag des Vorstandes begründet, trotz der schlechten Ergebnisse, die wir zu berichten hatten, die lange praktizierte Dividendenkontinuität aufrecht zu halten und wiederum die gleiche Dividende wie im Jahr zuvor auszuschütten. Wir haben an die ungeschwächte Ertragskraft unseres Unternehmens geglaubt, und die gute Entwicklung im Berichtsjahr hat unsere Sicht voll bestätigt. Auch in diesem Jahr wollen wir der Hauptversammlung die gleiche Dividende vorschlagen.

Damit kann ich nun zu den aktuellen Ergebnissen des laufenden Geschäftsjahres 2004/05 kommen.

3. Bericht über das 1. Quartal 2004/2005

Die Daten für das 1. Quartal haben wir am 25. Juni 2004 veröffentlicht.

Chart 18
Ums Q1

Der Start in das neue Geschäftsjahr war erfolgreich. So konnten wir die Nettoumsätze im Gesamtkonzern um knapp 8 % auf rund 618 Mio. € steigern.

Im Teilkonzern der HORNBACH-Baumarkt-AG betrug der Umsatzanstieg knapp 10 % auf 585 Mio. €. Dieser Zuwachs wurde mit den bereits in den Vorjahren eröffneten Märkten erzielt. Im Zeitraum März bis Mai 2004 wurden nämlich keine neuen HORNBACH Bau- und Gartenmärkte in Betrieb genommen.

Die positive Tendenz des letzten Geschäftsjahres bezüglich der Umsatzentwicklung unserer Bau- und Gartenmärkte hat sich auch im neuen Jahr fortgesetzt.

Chart 19
LFL Q1

Auf alter Fläche, d.h. ohne die neuen Märkte des letzten Geschäftsjahres, konnten wir trotz der schlechten Witterungsverhältnisse den Umsatz im März um 2,0 % steigern. Der April war sehr erfolgreich mit einem Plus von 6,9 %. Im Mai konnte trotz zweier Verkaufstage weniger, das Umsatzniveau mit – 1,9 % gegenüber dem Vorjahr fast gehalten werden. Insgesamt ergibt sich damit im 1. Quartal ein Umsatzzuwachs auf vergleichbarer Verkaufsfläche von 2,3 %. Dazu haben der Zuwachs im nach wie vor hart umkämpften deutschen Markt mit 1,5 % und die Umsatzentwicklung außerhalb Deutschlands mit 4,1 % beigetragen.

Chart 21
LFL HJ1

Meine Damen und Herren,
da unsere Hauptversammlung diesmal nach dem Ende des ersten Halbjahres stattfindet, kann ich Ihnen heute – ohne weitere Daten unseres Halbjahres-Berichts vorwegzunehmen – ganz aktuelle Eckwerte der Umsatzentwicklung unserer Bau- und Gartenmärkte mitbringen. Demnach haben wir uns auf vergleichbarer Fläche nach dem 1. Quartal noch weiter entwickelt. Die Umsatzsteigerung zum Vorjahr beträgt hier im ersten Halbjahr jetzt 4,1 % für den Gesamtkonzern, bzw. 3,1 % für die deutschen Märkte und 6,3 % für die Märkte im internationalen Bereich.

Ergebniszahlen liegen für das soeben abgeschlossene Quartal noch nicht vor, deswegen kann ich mich im Folgenden nur auf die – bereits veröffentlichten – Zahlen für das erste Quartal beziehen.

Chart 22
Erträge Q1

Auch die Erträge haben sich in diesem Zeitraum sehr erfreulich entwickelt. So konnten wir das nach Internationalen Rechnungslegungsstandards – und erstmals nach dem Umsatzkostenverfahren – ermittelte Konzernergebnis vor Steuern der HORNBACH HOLDING AG um mehr als 20 % auf 42 Mio. € steigern. Dieser im Vergleich zum Umsatz überproportionale Anstieg der Gewinne wurde auf der Grundlage des positiven Umsatztrends in Verbindung mit einer, trotz wiederum gesunkener Verkaufspreise, höheren Handelsspanne erzielt.

Die positive Ertragsentwicklung zeigt sich auch im Ergebnis nach Steuern. Die Zuwächse im anteiligen Jahresüberschuss betragen im Gesamtkonzern 6,9 %.

Chart 23
EBIT/DAQ1

Auch die Cash Flow orientierte Kennziffer EBITDA hat sich erheblich verbessert. Das Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen erhöhte sich um 11,5 % auf 68 Mio. €. Die operative Kennziffer EBIT, d.h. das Ergebnis vor Steuern und Zinsen, konnte sich ebenfalls deutlich um 17,6% auf 51 Mio. € verbessern.

Werfen wir noch einen Blick auf die Entwicklung der Mitarbeiterzahlen:

Chart 24
Job-Masch.

Hier zeigt sich zum wiederholten Male die Bedeutung von HORNBACH als Jobmaschine. Ende August 2004 sind im Gesamtkonzern ca. 11.100 Menschen in fester Anstellung. Innerhalb der letzten zwölf Monate wurden damit mehr als 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusätzlich eingestellt. Unser Wachstum scheint derzeit, zumindest für deutsche Verhältnisse, außergewöhnlich zu sein: So führte uns die Zeitschrift Wirtschaftswoche am 4. März 2004 auf ihrer Hitliste aller Arbeitsplätze schaffender Unternehmen in Deutschland auf Platz 12 nachdem wir ein Jahr zuvor schon auf Platz 21 rangierten!

Der Aktualität halber noch ein Blick auf unsere Ausbildungsquote: Sie liegt mit derzeit 8 % weit über dem Bundesdurchschnitt!

Nach der Fülle von Fakten: ...

Wie bewerten wir den Geschäftsverlauf?

4. Bewertung des Geschäftsverlaufs

Freiheraus gesagt:

Die Zahlen des wichtigen ersten Quartals stimmen uns optimistisch.

Sie sind nämlich vor dem Hintergrund zu sehen, dass wir im laufenden Jahr keinen Basiseffekt haben, der die Ergebnisse gemessen an einem schlechten Vorjahr automatisch sehr erfreulich aussehen lässt. Nein, wir haben auf die 35 % Gewinnsteigerung des hervorragenden ersten Quartals des Vorjahres mit weiteren 20 % noch eine Schippe drauflegen können.

Und diese Schippe war sogar etwas voller, als es bei dem relativ moderaten Umsatzwachstum des 1. Quartals von 8 % zu erwarten gewesen wäre. Das Gros der Neueröffnungen in diesem Jahr, von denen wir uns weitere Impulse erhoffen, haben wir ja noch vor uns.

Der Start ins neue Geschäftsjahr ist uns somit gut gelungen, und lässt uns guter Dinge sein, dass wir am Ende des Jahres wieder eine solide Performance abliefern werden.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Über den Erfolg des abgeschlossenen Geschäftsjahres und den unbestreitbar erfolgreichen Einstieg ins neue werden wir gewiss nicht die Bodenhaftung verlieren.

Vielmehr setzen wir, wie gewohnt, im Rahmen unseres organischen Wachstums einen wohlüberlegten Schritt nach dem anderen.

Chart 25
Ertr-Wachs

Dabei ist es vollkommen klar, dass das Tempo des künftigen Wachstums von unserer Ertragskraft vorgegeben wird. Auf deren nachhaltige Steigerung sind die vielfältigen Maßnahmen ausgerichtet, die in der HORNBACH-Gruppe umgesetzt werden.

Die Potenziale finden wir im Wesentlichen in drei wichtigen Bereichen, die ich nun kurz darstellen möchte.

1. **Unsere Strukturvorteile – noch konsequenter ausnutzen**

Es ist in der Branche und bei Branchenkennern wohl bekannt, dass sich HORNBACH als Bau- und Gartenmarkt-Kette aufgrund quasi unveränderlicher struktureller Merkmale vom Wettbewerb abhebt.

Chart 26
Top-4 Struk

Nicht nur ist HORNBACH der Großflächenspezialist – als einziger Betreiber, dessen durchschnittliche Filiale mit über 10.000 qm Fläche bereits Megastore-Kriterien erfüllt – genau so wichtig ist, dass unsere Märkte in ihrer Bandbreite „zu einander passen“, wie der Chart der deutschen Top-5 eindrucksvoll zeigt.

Diesen Umstand wollen wir künftig noch stärker zu unserem Vorteil ausnutzen. Insbesondere beim systematischen Roll-back von neuesten Entwicklungen in die bestehenden Märkte werden wir Potenziale ausschöpfen. Unsere ständige Arbeit an der Fortentwicklung unseres Konzeptes, mit dem Ziel unsere Kunden optimal, d.h. viel einfacher, bequemer und logistisch effizienter, zu bedienen, soll damit ihre maximale Durchschlagskraft gewinnen.

Chart 27
= ch 26 ff

2. Unsere Investitionen in die Organisation – Basis für effizientes internationales Wachstum

In den letzten Jahren haben wir mit dem Aufbau neuer Länderorganisationen wie in Tschechien, der Schweiz und in Schweden einmalige Vorleistungen erbracht, um künftig in diesen und angrenzenden Wachstumsmärkten weiter zu expandieren, dies aber mit geringeren Vor- und Anlaufkosten als in der Vergangenheit.

3. Optimierung unserer betrieblichen Abläufe

Beispielhaft möchte ich hier nur die Einführung des Warenwirtschaftssystems SAP Retail nennen, die HORNBACH gegenwärtig vorbereitet. (Der Finanzbereich ist bereits zum Geschäftsjahreswechsel am 1. März 2004 erfolgreich umgestellt worden.)

Von diesem Großprojekt, das bis Ende des Geschäftsjahres 2005/2006 realisiert sein wird, versprechen wir uns in Zukunft erhebliche Verbesserungen in unseren Kernprozessen. Geschwindigkeit und Qualität im Bereich der gesamten internationalen Warenwirtschaft werden sich erhöhen, gleichzeitig werden wir Kosten und derzeit noch anfallende Mehrfacharbeiten einsparen. Die finanzielle Belastung dafür werden wir bis zum Einführungszeitpunkt bereits verdaut haben.

Auch und gerade bei der Umsetzung solcher Großprojekte wird immer wieder bewusst: Getragen wird das Unternehmen von der Leistungsbereitschaft, Innovationsfreude und den Fähigkeiten unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die über 11.000 Beschäftigten im Konzern haben Entscheidendes dazu beigetragen, dass wir unsere Jahresziele erreicht haben. Es ist gute Tradition im Hause HORNBACH, dass wir diesen unermüdlichen, persönlichen Einsatz am Tag der Hauptversammlung besonders würdigen. Stellvertretend für den Vorstand möchte ich mich dafür besonders bedanken.

Eine weitere Dankadresse möchte ich an unseren strategischen Partner Kingfisher richten. Vor einem Jahr habe ich an dieser Stelle die Schwerpunkte der Zusammenarbeit dargestellt, welche im Wesentlichen auf der Ebene der HORNBACH-Baumarkt-AG stattfindet.

Diese Zusammenarbeit birgt natürlich zusätzliche Potenziale für die Ertragskraft unseres Unternehmens. Bereits in diesem Geschäftsjahr rechnen wir mit Synergien in Höhe von mehreren Millionen €.



Zum Schluss meines Berichtes möchte ich noch einen Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr geben:

5. Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr

Chart 28
Mkt-Portfol.

Im Geschäftsjahr 2004/05 werden wir insgesamt 5 große HORNBACH Bau- und Gartenmärkte neu eröffnen. Die Eröffnung des ersten Marktes in Osnabrück erfolgte bereits am 21. Juni 2004. Nummer zwei und drei wurden am 4. August 2004 in Bratislava, was unseren Eintritt in die Slowakei markiert, und am 25. August in Fürth gestartet. Alle drei Märkte verfügen über einen neuartigen Baustoff-Drive-In mit umfangreichem Sortiment; sie stoßen deswegen in eine größere Verkaufsflächenregion vor. Die gewichtete Verkaufsfläche beträgt für diese Drive-In-Märkte ca. 15.000 qm. In Braunschweig wird im November ein weiterer Markt dieser Größenordnung in Betrieb gehen. Ebenfalls im November 2004 wollen wir die internationale Expansion des laufenden Geschäftsjahres mit einem Markt im schweizerischen Villeneuve abschließen.

Chart 29
Foto CoStr

Die Märkte in Braunschweig und Fürth werden kleinere Filialen im Einzugsgebiet ersetzen. Die Gesamtzahl der HORNBACH Bau- und Gartenmärkte einschließlich der vier Lafiora Gartencenter wird sich damit zum Ende des Geschäftsjahres von derzeit 114 auf voraussichtlich 117 erhöhen. Die Verkaufsfläche wird auf rund 1,2 Mio qm wachsen.

Wir erwarten eine weiterhin positive Entwicklung auf bestehender Verkaufsfläche. Einschließlich der Neueröffnungen werden wir die Nettoumsätze im Geschäftsjahr 2004/05 im Gesamtkonzern auf deutlich über 2,2 Mrd. € und im Teilkonzern der HORNBACH-Baumarkt-AG auf mehr als 2,1 Mrd. € steigern. Die Erträge werden sich überproportional zum Umsatzzuwachs verbessern.

Sehr geehrte Damen und Herren,

am Ende meiner Ausführungen möchte ich Sie noch über eine aktuelle Angelegenheit informieren. Der Aufsichtsrat unserer Konzerngesellschaft HORNBACH-Baumarkt-AG hat in seiner gestrigen Sitzung den Vorstand ermächtigt, eine Unternehmensanleihe zu begeben.

Vorbehaltlich eines positiven Umfeldes im Kapitalmarkt soll die Unternehmensanleihe zeitnah begeben werden und ein Volumen von bis zu 200 Mio. € erreichen. Geplant ist eine Laufzeit von bis zu zehn Jahren.

Der Mittelzufluss aus der Anleihe soll die Kapitalstruktur im Konzern langfristig verbessern sowie Liquidität für das weitere Unternehmenswachstum sichern.

Damit sind wir überzeugt, dass wir mit einem solchen Schritt einen wesentlichen Beitrag zur Zukunftssicherung unseres Unternehmens leisten können.

... ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.