

„Kundenberatung und Teamwork! Die Arbeit im Team und das Beraten unserer Kunden macht uns und unseren Kunden riesigen Spaß.“

Lenka Meiserová und Lucie Fortelná, Fachverkäuferinnen in Prag/Repy, Tschechische Republik
Projekt: Wohnungsrenovierung



Lenkas Kunde legt viel Wert auf die neue Farbgestaltung seines Wohnzimmers. Er möchte eine helle und warme Farbe, um alles noch gemütlicher zu gestalten.



Mein Kunde möchte seine Küche einfach und kostengünstig verschönern. Folien zum Bekleben der Fronten sind eine gute Möglichkeit, alten Möbeln ein neues Gesicht zu geben.



Zu zweit ist es kein Problem, den 4 Meter breiten PVC-Boden auf die gewünschte Länge abzumessen.



Unsere Stammkundin Terezie Holmanová renoviert ihre Eigentumswohnung und braucht noch Farben. Sie ist mit viel Leidenschaft dabei und verbreitet immer gute Laune.

AN UNSERE AKTIONÄRE



sichtlich zufrieden fährt Terezie nach Hause und fängt gleich an, ihre Wände mit den neuen Farben zu streichen.



Während ich die ausgesuchte Farbe für das Kinderzimmer von Terezies Tochter mische ...



... berät Lenka unsere Kundin bei den Effektfarben.

AN UNSERE AKTIONÄRE

Sehr geehrte Aktionäre,

HORNBACH hat im abgelaufenen Geschäftsjahr seine Position als einer der führenden Do-it-yourself-Anbieter in Europa gefestigt und weiter ausgebaut. Wir haben Marktanteile hinzugewonnen und die Umsätze auf vergleichbarer Fläche gesteigert. Darauf sind wir stolz. Wenn man unseren Erfolg verstehen will, dann sollte man einen unserer aktuell 130 Märkte besuchen. Ob Sie sich nun in unserem jüngsten inländischen Bau- und Gartenmarkt in Hamburg, in Prag, Luxemburg oder in den anderen Standorten umsehen – sie alle haben ihren individuellen Charme. Aber: In allen unseren Filialen werden Sie die Gemeinsamkeiten entdecken, die von zentraler Bedeutung für das HORNBACH-Konzept des großflächigen Projektbaumarkts sind. Hier erlebt man hautnah die Faszination unserer Branche – egal ob man als interessierter Besucher, leidenschaftlicher Heimwerker oder fachkundiger Handwerker durch den Markt läuft. Eine Sortimentsbreite und -tiefe, die ihresgleichen suchen, Markenqualität, Beratungskompetenz und Services mit Mehrwert für den Kunden, die großzügige Bevorratung und nicht zuletzt Dauertiefpreise sind nur einige Schlagworte, die sowohl den talentierten Laien als auch den erfahrenen Profi von unserem Konzept überzeugen.

HORNBACH ist der Projektbaumarkt. Marktgröße, Sortiment, Preise und Service sind ganz auf die Bedürfnisse von Heimwerkern und Handwerkern ausgerichtet, die umfangreiche Bauvorhaben – wir nennen es Projekte – wie beispielsweise den Ausbau des Dachbodens, die Renovierung des Badezimmers oder den Anbau einer Terrasse planen. Dafür bietet der Markt alle Materialien und Werkzeuge in Profi-Qualität – und dies für mehr als 1.000 Projekte. Neben den traditionellen Themen wie Parkettboden oder Tapezieren beschäftigen wir uns auch mit aktuellen Lösungen wie zum Beispiel für die Energieeinsparung in Wohngebäuden und den Umweltschutz.

Um diese Projekte auch über einen längeren Zeitraum hinweg verlässlich kalkulieren zu können, ist Preisstabilität notwendig. Deshalb gibt es bei HORNBACH weder Rabatte noch Lockvogelangebote. Stattdessen können sich unsere Kunden auf Dauertiefpreise mit Preisgarantie über das gesamte

Sortiment hinweg verlassen. Überdies helfen wir bei der Realisierung der Projekte mit verschiedenen Dienstleistungen. Der Handwerkerservice, der Geräteverleih, die Farbmischmaschine für alle Arten von Farben und Lacken sowie der Zuschnittservice für Holzplatten – um nur die wichtigsten zu nennen. Angebote, die unsere Kunden schätzen und die HORNBACH zu einem einzigartigen Partner für Heimwerker gemacht haben.

Unsere Bau- und Gartenmärkte sind im Schnitt mehr als 11.000 qm groß. Die Neueröffnungen der letzten Jahre, die zum Großteil mit einem Drive-in-Baustoffzentrum ausgestattet wurden, sind in etwa so groß wie zwei Fußballfelder – Fläche, die wir für unsere Kunden intelligent und sinnvoll nutzen, denn Größe allein bringt noch keinen Wettbewerbsvorteil und keine zufriedenen Kunden. Das „Wie“ ist also entscheidend. An diesem „Wie“ arbeiten wir täglich aufs Neue. Kontinuierlich, konsequent und kompromisslos. Retail is detail. Dabei gehen wir auch Wege, die unkonventionell und bisweilen unbequem sind, um die besten Konzepte für die Warenpräsentation, die Beratung oder die Logistik umzusetzen – und damit unsere Kunden bestmöglich zufrieden zu stellen.

Ich bin nicht nur froh, dass wir hierfür die nötige Ertragskraft haben, denn diese Investitionen haben einen Preis, den sich viele Wettbewerber gar nicht (mehr) leisten können. Ich bin auch froh, dass bei HORNBACH Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern beschäftigt sind, die imstande sind, Innovationen zu suchen und Innovationen zu bewältigen. Der Faktor Mensch spielt hier die Schlüsselrolle. Das ist unser eigentliches Kapital, mit dem wir sorgsam umgehen. Ein Blick auf die „Nichtfinanziellen Leistungsindikatoren“ (im Bericht ab Seite 57) verdeutlicht dies.

Fläche, Produktauswahl, Service – all diese Leistungen wären als Erklärung nicht ausreichend für unseren langjährigen Erfolg, gäbe es unsere Mitarbeiter nicht. Menschen mit einer Leidenschaft fürs Heimwerken. Mit hervorragender Qualifikation und langjähriger Erfahrung. Motiviert und engagiert, freundlich und hilfsbereit. Männer und Frauen, die oft selbst als Maler und Lackierer, Schreiner, Maurer oder Polier gearbeitet haben. Die jedes Projekt und jede Aufgabenstellung aus

der Praxis kennen, die Rat wissen und zupacken können. Die sich Zeit nehmen und Geduld haben – auch am Samstagnachmittag oder bei Hochbetrieb. HORNBACH ist deshalb seit Jahren so erfolgreich, weil die inzwischen 12.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland und den europäischen Nachbarländern einen tollen Job machen, sich jeden Tag für ihr Unternehmen einsetzen und persönliche Leistungen zeigen, für die ich mich an dieser Stelle ganz besonders bedanke.

Die geschilderten Erfolgsbausteine haben dazu beigetragen, dass HORNBACH auf ein gelungenes Geschäftsjahr zurückblicken kann – und nach der Ertragsdelle ein Jahr zuvor zur Normalität zurückgekehrt ist, auf die wir vor dem Hintergrund der Finanz- und Wirtschaftskrise ruhig stolz sein dürfen. Die wichtigsten Fakten 2008/2009:

- Der HORNBACH-Baumarkt-AG Konzern hat im Geschäftsjahr 2008/2009 (28. Februar) den Umsatz um 5,2% auf fast 2,6 Mrd. € gesteigert. Inzwischen 41% davon entfallen auf unsere Standorte außerhalb Deutschlands.
- Die Umsätze auf vergleichbarer Fläche konnten wir um 1,4% verbessern. Besonders stolz sind wir auf das flächenbereinigte Umsatzwachstum in Deutschland von 1,2%. Damit hat sich HORNBACH einmal mehr von der Branche der Bau- und Heimwerkermärkte abgesetzt, die im Kalenderjahr 2008 auf vergleichbarer Fläche ein Umsatzminus von 2,0% verzeichnete.
- Den Expansionskurs haben wir mit vier neuen Bau- und Gartenmärkte in Schweden, Rumänien, der Schweiz und in Hamburg fortgesetzt.
- Die Erträge wuchsen auf der Basis eines schwachen Vorjahres erwartungsgemäß überproportional zum Umsatzanstieg. Das Betriebsergebnis (EBIT) erreichte 136,5 Mio. € (Vj. 79,1 Mio. €). Dies verdanken wir zum einen der gestiegenen operativen Ertragskraft. Zum anderen trugen beträchtliche Veräußerungsgewinne im Segment Immobilien zum erfreulichen Ergebnis bei.
- Die Eigenkapitalquote des Konzerns liegt inzwischen bei beachtlichen 41,5% und unterstreicht unser solides Finanzfundament.

Natürlich: Die Zahlen für 2008/2009 sehen gut aus, aber sie sind kein Grund für Übertreibungen. Schwankungen in der Umsatz- und Ertragsentwicklung gehören zu unserem Geschäft. Sondereffekte wie die 2007 erhöhte Mehrwertsteuer in Deutschland, die Konjunktur oder extreme Witterungsverhältnisse können wir nicht beeinflussen. „Windfall Profits“ im Segment Immobilien machen sich zwar gut in der Ergebnisrechnung, sagen aber nichts darüber aus, ob wir operativ auf dem richtigen Weg sind. Was indes zählt, ist: Wir müssen kontinuierlich an unseren eigenen, inneren Stärken arbeiten, damit wir auf dem Weg des langfristigen profitablen Wachstums stetig vorankommen. Das operative Geschäft hat 2008/2009 dazu einen wertvollen Beitrag geleistet. Unter schwierigen gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen hat sich HORNBACH erfolgreich gegen den allgemeinen Trend gestemmt.

Im laufenden Geschäftsjahr 2009/2010 wird HORNBACH mit Augenmaß agieren. Wir werden die konjunkturellen Entwicklungen genau beobachten und unsere operativen Aktivitäten an die Chancen und Risiken anpassen. Oberstes Ziel: Investitionen flexibel steuern sowie die Liquidität und Ertragskraft im Konzern der HORNBACH-Baumarkt-AG sichern. Die positive Nachricht bleibt: Wir wollen auch in diesen wirtschaftlich schwierigen Zeiten weiter profitabel wachsen.

Im Namen des gesamten Vorstands bedanke ich mich bei unseren Kunden, Aktionären und Geschäftspartnern für die Unterstützung und das Vertrauen. Und Vertrauen ist vielleicht das kostbarste Gut bei der Bewältigung von wirtschaftlichen Krisen, wie wir sie aktuell erleben.

Steffen Hornbach
Vorsitzender des Vorstands
HORNBACH-Baumarkt-AG