

„Profis für Profis! Auch ein Profi hat mal eine Frage. Die muss knapp und kompetent beantwortet werden. Kein Problem – ich bin schließlich selber einer.“

Andreas Riel, Profikundenbetreuer in Frankfurt/Niedereschbach, Deutschland
Projekt: Dachsanierung eines Hochhauses



Profikunde Mirko Schilde sagt mir, was er noch für die Baustelle seines Kunden braucht.



Schnell wird alles notiert. Was der Kunde selbst transportieren kann, packen wir ein.



Alles drin, dann können wir zur Baustelle starten.

KONZERNLAGEBERICHT



Das riesige Puzzle aus Styropor ist angekommen. Die Styroporelemente wurden für das Hochhausdach von HORN BACH maßangefertigt – das muss passen.



Vor Ort auf dem Dach werden die letzten Details besprochen.



Der Abfluss. Das Gefälle, das von den Styroporelementen bestimmt wird, muss hierhin führen.



KONZERNLAGEBERICHT

Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Weltwirtschaft im Sog der Finanzkrise

Für die Weltwirtschaft geriet das Jahr 2008 zu einem Alptraum. Die konjunkturellen Perspektiven hatten sich aufgrund der seit dem Sommer verschärften Finanzkrise gravierend verschlechtert. Die Lage spitzte sich vor allem durch die Insolvenz der US-Investmentbank Lehman Brothers im September 2008 dramatisch zu. In Medienberichten war die Rede von einer Kernschmelze des Finanzsystems. Kräftige Kurseinbrüche an den Aktienmärkten, der ungebremsste Preisverfall risikobehafteter Vermögenstitel sowie zeitweise trockengelegte Geldmärkte haben den Druck auf die Banken immer weiter erhöht. Dies führte in zahlreichen Ländern zu massiven staatlichen Rettungsaktionen für einzelne Institute sowie zu milliarden-schweren Hilfsmaßnahmen für den gesamten Finanzsektor.

Als Folge der tiefgreifenden Vertrauenskrise an den internationalen Finanzmärkten und negativer Vermögenseffekte hat sich die konjunkturelle Talfahrt in der Realwirtschaft im vierten Quartal 2008 beschleunigt, ohne dass seitdem ein Wendepunkt in der Rezession erkennbar wäre. Die sprunghaft gestiegene Risikoaversion hat dazu beigetragen, dass sich die Finanzierungsbedingungen von Unternehmen trotz energischer Zinssenkungen durch die Notenbanken seit Mitte 2008 erheblich verschlechterten. Der globale Nachfragerückgang hat vor allem die stärker exportorientierten Volkswirtschaften wie Japan und Deutschland sowie einige Schwellenländer in Mitleidenschaft gezogen. Besonders zu spüren bekamen dies etwa Schlüsselindustrien wie die Automobilbranche und der Maschinenbau. Aber auch andere Sektoren verzeichneten seit Herbst 2008 eine drastisch verringerte Kapazitätsauslastung und fuhren daraufhin Neuinvestitionen massiv zurück.

Die konjunkturbedingten Preiskorrekturen bei Rohstoffen und Öl – die Rohölnotierungen stürzten von ihrem Höchststand im Juli 2008 zwischenzeitlich um mehr als 70 % ab – reichten nicht aus, um die negativen außenwirtschaftlichen Impulse zu kompensieren. Immerhin sorgten insbesondere die sinkenden Energiepreise zum Jahresende 2008 für einen signifikanten

Rückgang der Teuerungsrate auf der Verbraucherebene. Die dadurch gestärkte Kaufkraft verlieh dem privaten Konsum eine gewisse Stabilität. Unterm Strich konnte dies jedoch den weltweiten Konjunkturunbruch nicht wesentlich abmildern.

Europa in der Rezession

Die gesamtwirtschaftliche Produktion im Euroraum konnte im Kalenderjahr 2008 wegen des guten Jahresauftakts noch um 0,8 % (Vj. 2,6 %) zulegen. In der zweiten Jahreshälfte hinterließ die globale Rezession jedoch immer größere Brems Spuren in Europa. Nach Angaben von Eurostat, dem Statistischen Amt der Europäischen Gemeinschaften, sank das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) im vierten Quartal gegenüber dem Vorquartal saisonbereinigt um 1,5 %. Das war der dritte Rückgang in Folge, zugleich der stärkste seit Beginn der Europäischen Währungsunion Anfang 1999. Das Niveau des Vorjahres wurde um 1,3 % unterschritten.

Ausschlaggebend für die schrumpfende Wirtschaftsleistung ist die scharfe Drosselung der Industrieproduktion als Reaktion auf den Einbruch der Auftragseingänge. Diese lagen in der Eurozone im Dezember 2008 um 22 % hinter dem Vorjahreswert zurück. Auf der Verwendungsseite zeigte sich der konjunkturelle Einbruch im vierten Quartal 2008 am deutlichsten bei den Exporten, die im Vergleich zum Vorquartal um 7,3 % deutlich stärker einbrachen als die Importe (minus 5,5 %). Die Investitionen gaben 2,7 % nach. Die wachsenden Unsicherheiten bezüglich der weiteren konjunkturellen Entwicklung und der Perspektiven am Arbeitsmarkt belasteten im Schlussquartal 2008 auch die privaten Konsumausgaben, die gegenüber dem dritten Quartal um 0,9 % zurückgingen. Innerhalb der Eurozone fiel der Rückgang des realen BIP im vierten Quartal 2008 in Deutschland am kräftigsten aus, gefolgt von Portugal und Italien. Zuwächse wurden nur noch in Zypern und Griechenland verzeichnet. Die wirtschaftliche Talfahrt, die auch die Konjunktur in den osteuropäischen EU-Mitgliedsstaaten eingetrübt hat, wird sich nach Auffassung der Europäischen Kommission noch mindestens bis Mitte 2009 fortsetzen.

Wirtschafts- und Branchenentwicklung in Deutschland

In den Rückwärtsgang geschaltet

Das Wachstum der deutschen Wirtschaft hat sich 2008 wegen der Erschütterungen durch die Finanzkrise auf 1,3% fast halbiert (Vj. 2,5%). Hinter dem Anstieg steht allerdings eine sich im Jahresverlauf immer mehr ins Negative drehende Entwicklung: Nach einem noch schwungvollen ersten Quartal 2008 schaltete Deutschland in den Rückwärtsgang und rutschte im Herbst 2008 in eine schwere Rezession. Wie das Statistische Bundesamt mitteilte, war das reale BIP im vierten Quartal (Oktober bis Dezember) 2008 saison- und kalenderbereinigt um 2,1% niedriger als im dritten Quartal. Das war gleichbedeutend mit dem stärksten vierteljährlichen Einbruch der Wirtschaftsleistung seit der Wiedervereinigung. Gegenüber dem Schlussquartal 2007 ging das preisbereinigte BIP um 1,6% zurück.

Auslöser dieses Quartalseinbruchs war in erster Linie der deutsche Export, der mit einem Minus von 7,3% beinahe doppelt so stark geschrumpft ist wie der Import. Daher gingen allein 2,0 Prozentpunkte auf den Außenbeitrag zurück. Die fehlenden außenwirtschaftlichen Impulse, drastisch verschlechterte Finanzierungskonditionen sowie die immer stärkere Unterauslastung der Produktionskapazitäten veranlasste die deutschen Unternehmen, ihre Ausrüstungsinvestitionen deutlich einzuschränken. Sie gaben 4,9% weniger für Maschinen, Geräte und Fahrzeuge aus als im dritten Quartal. Zuvor waren die Ausrüstungsinvestitionen acht Quartale in Folge gestiegen, im zweiten und dritten Quartal 2008 jedoch nur noch mit geringen Zuwachsraten.

Glimpflich davon kamen die Bauinvestitionen, die im vierten Quartal um 1,3% niedriger ausfielen als im Vorquartal. Angesichts der konjunkturell bedingten Investitionszurückhaltung der Unternehmen waren zuletzt Impulse seitens des gewerblichen Baus nicht zu erwarten. Die im Rahmen des ersten Konjunkturpakets der Bundesregierung vom November 2008 beschlossene Stimulierung öffentlicher Infrastrukturmaßnahmen konnte wegen der Verzögerungen, die normalerweise für Planung und Projektvorbereitung zu veranschlagen sind,

bis zur Jahreswende noch keine Wirkung entfalten. Abzuwarten bleibt ferner, inwiefern die Investitionen im Wohnungsbau im Jahr 2009 von den staatlichen Fördermaßnahmen für Modernisierungen und Instandhaltungen profitieren können. In der amtlichen Statistik für Baugenehmigungen, die im Jahr 2008 einen Rückgang von 4,2% auswies, wird sich das Konjunkturpaket ebenfalls erst mit zeitlicher Verzögerung niederschlagen können.

Der private Verbrauch präsentierte sich – ebenso wie die Konsumausgaben des Staates – im vierten Quartal 2008 trotz negativer Vermögenseffekte der Finanzkrise relativ robust und lag preisbereinigt fast auf dem Niveau des Vorquartals (minus 0,1%). Auf Jahr gesehen sind die Konsumausgaben der privaten Haushalte nahezu unverändert. Nominal ist der private Konsum im Jahresvergleich um 2,1% gestiegen. Es bleibt im Wesentlichen der hohen Inflationsrate im Jahr 2008 geschuldet, dass vom Konsum keine stärkeren Wachstumsimpulse ausgehen konnten. Der bis in den November hineinreichende Beschäftigungsaufbau in Deutschland sorgte in Verbindung mit den höheren Tarifabschlüssen des Jahres 2008 für eine Zunahme der verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte um 2,5%, die jedoch von den um 2,6% höheren Verbraucherpreisen aufgezehrt wurde. Überdies sorgten die Unsicherheiten in der Finanz- und Wirtschaftskrise dafür, dass die Bundesbürger ihre Sparquote von 10,8% auf 11,4% hochschraubten.

Preisaufrtrieb deutlich verlangsamt

Die Rahmenbedingungen für den Konsum sind seit Herbst letzten Jahres von gegenläufigen Einflüssen geprägt. Auf der einen Seite hat sich der Preisanstieg durch die kräftige Verbilgung von Energie und Nahrungsmitteln deutlich verlangsamt. Der Verbraucherpreisindex, der mit seinem jährlichen Durchschnitt von 2,6% im Jahr 2008 den größten Anstieg seit 14 Jahren markierte, ist auf die hohen Inflationsraten in der ersten Jahreshälfte zurückzuführen. Von seinem Hoch im Sommer bei 3,3% hat sich der Index bis Februar 2009 auf rund 1% zurückgebildet. Dies stützte die Kaufkraft. Auf der

anderen Seite trübte sich die Konsumstimmung durch die Meldungen zu den realwirtschaftlichen Folgen der Finanzkrise ein; zusätzlich dürften die Realeinkommen auch von den beträchtlichen Kursverlusten an den Finanzmärkten belastet worden sein. Doch insgesamt schien Anfang des Jahres bei den Verbrauchern wieder die Zuversicht zurückgekehrt zu sein. Den monatlichen Umfrageergebnissen der GfK zufolge hellte sich das Konsumklima im Februar dank der stabilen Preise und der Abwrackprämie für Altfahrzeuge etwas auf: Die zuvor rückläufigen Konjunktur- und Einkommenserwartungen konnten wieder Boden gutmachen, die im Januar 2009 erstaunlich stark gestiegene Anschaffungsneigung hielt sich auf gutem Niveau – positive Vorzeichen für den Handel.

Handel präsentiert sich krisenfest

Die deutschen Baustoff-Fachhändler schlossen das Jahr 2008 nach Branchenangaben mit einem leichten Umsatzplus in Höhe von 1,5% ab. Zu verdanken ist dies dem Geschäft mit gewerblichen Kunden, das vor allem dank der Nachfrage im Bereich der energetischen Modernisierung um 2,5% zunahm. Mit Hilfe des Profigeschäfts konnte der Umsatzrückgang im Privatkundengeschäft (minus 2,3%), das unter dem weiteren Einbruch im Eigenheimbau litt, mehr als ausgeglichen werden.

Im Verlauf der seit September anhaltenden Wirtschaftskrise hat sich der deutsche Einzelhandel wacker geschlagen. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes lag der Einzelhandelsumsatz (ohne Handel mit Kfz und Tankstellen) im Jahr 2008 preisbereinigt um 0,4% niedriger als 2007. Nominal konnte der Einzelhandel seinen Umsatz um 2,1% steigern. Das ist angesichts der um 0,6 Prozentpunkte gestiegenen Sparquote ein positives Ergebnis, nachdem die Umsätze im Vorjahr nach Einführung der höheren Mehrwertsteuersätze zum 1. Januar 2007 noch nominal (minus 1,3%) und real (minus 2,3%) gesunken waren.

Der Blick auf die einzelnen Sparten im Handel ergibt kein einheitliches Bild. Die Umsätze im Lebensmitteleinzelhandel sanken real um 2,9% als Reaktion der Verbraucher auf den drastischen Preisschub bei Nahrungsmitteln in den ersten drei Quartalen 2008. Die Betriebe im Nicht-Lebensmittel-

einzelhandel verzeichneten insgesamt Umsatzzuwächse von nominal 2,6% und real 1,2%. Allerdings bekamen auch einzelne Nonfood-Branchen das sensible Kostenbewusstsein der Konsumenten zu spüren, die sich bei größeren Anschaffungen wie beispielsweise von Einrichtungsgegenständen stärker zurückhielten.

DIY-Branche nach Aufholjagd gut behauptet

Die Branche der Bau- und Gartenmärkte in Deutschland (Do-it-yourself-Einzelhandel bzw. DIY) hat sich im Jahr 2008 in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld gut behauptet. Nach Angaben des Bundesverbandes Deutscher Heimwerker-, Bau- und Gartenfachmärkte e. V. (BHB) erwischte sie zwar einen ernüchternden Start ins Jahr, konnte aber in der zweiten Jahreshälfte den Rückstand fast vollständig wettmachen. Am Ende des Kalenderjahres 2008 lagen die Umsätze der großflächigen Baumärkte mit einer überdachten Verkaufsfläche von mindestens 1.000 qm je Outlet mit 17,55 Mrd. € 0,5% unter dem Vorjahresniveau (17,64 Mrd. €). Einschließlich der Umsätze der sogenannten „Baumarktschops“ mit Verkaufsflächen unter 1.000 qm ist das Marktvolumen aller Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland nach der harmonisierten Berechnung von BBE/BHB/GfK im Jahr 2008 ebenfalls um 0,5% auf 21,6 Mrd. € (Vj. 21,7 Mrd. €) zurückgegangen.

Das Stimmungsbarometer für die Nachfrage nach Bau- und Gartenartikeln lässt sich am besten am Verlauf der um Neueröffnungen und Marktschließungen bereinigten Umsätze in der deutschen DIY-Branche ablesen. Die im Vergleich zur Frühjahrssaison 2007 ungünstigere Witterung beeinträchtigte das Gartengeschäft empfindlich. Obendrein verdarben die hohen Inflationsraten die Einkaufslaune der Heimwerker. Wie die Ergebnisse des BHB/GfK Reports zeigen, knickten die flächenbereinigten Umsätze von Januar bis März 2008 um 6,9% ein. Die Wende zum Besseren vollzog sich erst im Mai, der sich aber mit einem Plus von fast 18% zum umsatzstärksten Monat seit Einführung des BHB/GfK Panels vor mehr als zehn Jahren entwickelte. Im Sechs-Monats-Zeitraum verringerte sich das Umsatzminus auf 3,7%. Im dritten Quartal gelang den Unternehmen ein flächenbereinigtes Wachstum von knapp einem Prozent. In den Monaten Oktober bis Dezember

2008 blieben größere Umsatzimpulse aus. Das Kalenderjahr 2008 schloss die deutsche Baumarktbranche mit einem Umsatzrückgang auf vergleichbarer Verkaufsfläche von 2,0% ab. Damit hat sich der DIY-Einzelhandel trotz der seit Herbst heftigen konjunkturellen Bremsspuren als widerstandsfähig erwiesen.

Wie die Daten des BHB/GfK-Reports zeigen, fanden im Jahr 2008 insbesondere Produkte mit dekorativem Charakter gute Absatzmöglichkeiten. Innerhalb der Warengruppe Sanitär/Heizung, die sich mit einem Plus von 4,9% deutlich von den anderen Sortimenten absetzte, verzeichnete das Segment Badausstattung den größten Wertzuwachs. Die Umsätze in der Warengruppe Gartenmöbel und -dekoration stiegen um 1,9%. Die Warengruppe Tapeten/Bodenbeläge/Innendekoration verbesserte sich insbesondere wegen der steigenden Nachfrage nach Heimtextilien. Ebenfalls knapp über dem Vorjahresniveau lagen die Sortimente Baustoffe/Bauchemie und

Gartenhardware (jeweils 0,1%). Allen übrigen Sortimenten gelang es nicht, an das Umsatzniveau des Jahres 2007 anzuknüpfen. Nachholbedarf besteht nach wie vor bei einigen klassischen DIY-Sortimenten, die wie im Falle von Werkzeugen und Maschinen (minus 4,7%) den Druck konkurrierender Vertriebsformen spürten. Empfindliche Umsatzeinbußen verzeichneten die Bau- und Heimwerkermärkte überdies in den Bereichen Freizeit/Basteln/Werken (minus 13,4%) sowie Klein- und Selbstbaumöbel (minus 4,1%).

Der Branchenverband BHB sieht in der Entwicklung der Sortimente die These bestätigt, dass sich die Menschen gerade in wirtschaftlich unsicheren Zeiten verstärkt ins Private zurückziehen und in die Verschönerung der eigenen vier Wände und des Gartens investieren. Dekorative Gestaltungsideen und Renovierungsprojekte im Sinne von Wohnwelten, Wohlfühlbad oder Gartenparadies rücken damit noch stärker in den Vordergrund.



Auf zum nächsten Projekt!



In 6 Min. bin ich mit der Kundin Frau Schneider im Markt verabredet – die Ampeln stehen auf grün, ich schaffe es pünktlich ...

Umsatzverteilung nach Regionen



Umsatzentwicklung

Konzernumsatz wächst 5,2%

Der HORNBACH-Baumarkt-AG Konzern hat im vergangenen Geschäftsjahr (1. März 2008 bis 28. Februar 2009) erfolgreich dem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld getrotzt und die Umsatzdynamik im Vergleich zum Vorjahr erhöht. Insgesamt wuchs der Konzernumsatz einschließlich Neueröffnungen von netto 2.469 Mio. € um 5,2% auf 2.599 Mio. €.

Die Konzernumsätze verteilen sich auf die fünf Warenbereiche Eisenwaren/Elektro, Farben/Tapeten/Bodenbeläge, Baustoffe/Holz/Baufertigteile, Sanitär/Fliesen sowie Garten. Den größten Umsatzanteil hatten wie im letzten Jahr die Sortimente aus dem Bereich Baustoffe, Holz und Baufertigteile. Der gewichtete Umsatz je Markt erhöhte sich von 20,1 Mio. € im Vorjahr auf 20,6 Mio. €. Der durchschnittliche gewichtete Nettoumsatz je qm Verkaufsfläche stieg konzernweit von 1.810 € auf 1.839 €. Gemessen an den Gesamtumsätzen in Europa verteidigte HORNBACH damit seine Spitzenposition unter den zehn größten deutschen Baumarktbetreibern.

Die Nettoumsätze in Deutschland nahmen gegen den Branchentrend um 1,8% auf 1.534 Mio. € (Vj. 1.507 Mio. €) zu. Somit ist HORNBACH 2008 wie auch in den Vorjahren wiederum schneller gewachsen als die DIY-Branche. Unsere internationalen Filialen knüpften an die erfolgreiche Geschäftsentwicklung des Vorjahres an und steigerten den Nettoumsatz von 962 Mio. € um 10,6% auf 1.065 Mio. €. Der Anteil der Auslandsfilialen am Konzernumsatz hat im Berichtsjahr erstmals die Schwelle von 40% überschritten und erreichte nach zwölf Monaten 41,0% (Vj. 39,0%).

Flächenbereinigt plus 1,4%

Im Konzern der HORNBACH-Baumarkt-AG haben sich die Umsätze auf vergleichbarer Verkaufsfläche, das heißt ohne Berücksichtigung von Neueröffnungen, im Berichtsjahr 2008/2009 um 1,4% erhöht (Vj. minus 0,2%).

Im Gegensatz zum Vorjahr, das durch eine stark gegensätzliche Performance im In- und Ausland gekennzeichnet war, trugen 2008/2009 auch die inländischen Standorte zum flächenbereinigten Wachstum bei. In Deutschland koppelten wir uns deutlich vom DIY-Markt ab. Im übrigen Europa gelang es uns, das bereits hohe Umsatzniveau abermals zu steigern.

Flächenbereinigte Umsatzentwicklung nach Quartalen

(in Prozent)

Geschäftsjahr 2008/2009 Geschäftsjahr 2007/2008	1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal	Gesamt
Konzern	1,5	3,0	2,3	-1,8	1,4
	4,6	-1,1	-4,1	-0,8	-0,2
Deutschland	0,6	2,8	1,9	-0,9	1,2
	1,7	-4,2	-8,3	-4,3	-3,6
Übriges Europa	3,0	3,2	3,0	-3,2	1,7
	10,1	4,5	3,5	5,6	6,0

Hinweis: Aufgrund einer rückwirkenden Korrektur bei der Berechnung der flächenbereinigten Umsätze im Ausland haben sich die Prozentwerte für das übrige Europa sowie für den Konzern gegenüber dem Ausweis in den Quartalsberichten 2008/2009 teilweise erhöht. Ursprünglich gemeldet wurden für das übrige Europa 2,9 % (Q1), 1,7 % (Q2) sowie 0,8 % (Q3). Für den Konzern wurden ursprünglich 2,4 % (Q2) und 1,5 % (Q3) ausgewiesen.

■ Deutschland

Im Gegensatz zum wetterbegünstigten Saisonstart ein Jahr zuvor kam das Frühjahrsgeschäft 2008 unter den vergleichsweise deutlich kühleren und feuchteren Witterungseinflüssen im März und April 2008 nicht aus den Startlöchern. Im Mai 2008 sorgte die sprunghaft gestiegene Nachfrage nach Gartenartikeln und Pflanzen für einen Umsatzschub, der die rückläufigen Zahlen der beiden Vormonate mehr als ausgleichen konnte. So lag der flächenbereinigte Umsatz in Deutschland im ersten Quartal 2008/2009 um 0,6 % über der hohen Vorjahresbasis.

Auch im zweiten und dritten Quartal des Geschäftsjahres entwickelten sich die Umsätze in einem eher schwachen Wettbewerbsumfeld mit Wachstumsraten von 2,8 % bzw. 1,9 % sehr erfreulich. Dies umso mehr, als die Inflation in Deutschland in den Sommermonaten 2008 langjährige Höchststände bei mehr als 3 % erreichte und die Kaufkraft empfindlich schwächte. Die stark gestiegenen Energiepreise hatten für HORNBACH aber auch positive Seiten: Immer mehr Verbraucher wurden für das Thema Energiesparen in Haus und Wohnung sensibilisiert. Gerade hier haben wir uns wie kein anderes DIY-Unternehmen der Branche mit einem breiten Sortiment und professioneller

Beratung bei Renovierungsprojekten wie Gebäudedämmung, Austausch von Fenstern, Türen oder Heizkesseln positioniert. So haben die überdurchschnittlichen Zuwachsraten der Energiesparsortimente zum flächenbereinigten Umsatzanstieg beigetragen.

Unser auf den Projektkunden ausgerichtetes Handelsformat hat sich auch in der Zuspitzung der Finanz- und Wirtschaftskrise bewährt. In den Monaten Dezember 2008 und Januar 2009 bewegten sich die Inlandsumsätze weiter auf dem Wachstumspfad. Dass die flächenbereinigten Umsätze im vierten Quartal 0,9 % unter dem Vorjahreswert lagen, ist im Wesentlichen auf den fehlenden Verkaufstag und den deutlich härteren Winter im Februar 2009 zurückzuführen. Bis zum Ende des Geschäftsjahres 2008/2009 war keine krisenbedingte Kaufzurückhaltung festzustellen.

Die Performance des Gesamtjahres kann sich trotz des schwächeren Schlussquartals sehen lassen: Nach zwölf Monaten verbesserten wir die flächenbereinigten Umsätze in Deutschland um 1,2 %, nach einem Minus von 3,6 % im Vorjahr. Damit haben wir den Vorsprung auf den Wettbewerb im Vergleich zum Geschäftsjahr 2007/2008 nochmals vergrößert. Bezogen auf das Kalenderjahr 2008 (Januar bis

Dezember) gingen die flächenbereinigten Bruttoumsätze der deutschen DIY-Branche um 2,0% zurück, während HORNBAACH gegen den rückläufigen Trend ein Plus auf vergleichbarer Verkaufsfläche in Höhe von 2,2% erzielte. Im Berichtszeitraum März 2008 bis Februar 2009 schnitten wir im Monatsmittel ebenfalls um mehr als vier Prozentpunkte besser ab als der Branchendurchschnitt in Deutschland. Dies ist ein Beleg für die Stärke unseres Handelsformates der großflächigen Bau- und Gartenmärkte. Dank der überdurchschnittlichen Umsatzentwicklung hat HORNBAACH den Marktanteil in Deutschland im Jahr 2008 weiter vergrößert. In Bezug auf die Gesamtumsätze aller deutschen Bau- und Gartenmärkte (21,6 Mrd. €) stieg er von 8,3% auf 8,5%. Betrachtet man nur die Bau- und Gartenmärkte mit mehr als 1.000 qm Verkaufsfläche in Deutschland (Marktvolumen 17,55 Mrd. €), so ist unser Marktanteil in diesem Segment von 10,2% auf 10,4% gewachsen.

■ Übriges Europa

In den Filialen außerhalb Deutschlands gelang es uns im Gesamtjahr 2008/2009, das in der Vergangenheit erreichte hohe Umsatzniveau zum zehnten Mal in Folge zu übertreffen. Die Umsätze auf vergleichbarer Verkaufsfläche stiegen hier um 1,7% (Vj. 6,0%). Die Entwicklung in den ersten drei Quartalen zeigte sich vom europaweit eingetrübten Konsumklima, das von stark angestiegenen Lebenshaltungskosten und Rezessionsängsten verursacht worden war, relativ unbeeindruckt: Im Schnitt verbesserten sich die flächenbereinigten Umsätze mit einer Rate von rund 3%. Aufgrund der belastenden saisonalen Einflüsse im Februar 2009 gaben auch die flächenbereinigten Umsätze außerhalb Deutschlands im vierten Quartal nach (minus 3,2%). Im Gesamtjahr 2008/2009 jedoch konnten unsere internationalen Aktivitäten diese Abschwächung dank der erfreulichen Zuwachsraten in den ersten neun Monaten mehr als ausgleichen.

Vier neue HORNBAACH Bau- und Gartenmärkte

Im Berichtsjahr 2008/2009 haben wir die Expansion mit der Eröffnung vier neuer großflächiger HORNBAACH Bau- und Gartenmärkte vorangetrieben. Im Juli 2008 eröffneten wir unseren ersten Standort in der schwedischen Hauptstadt **Stockholm** (Botkyrka). Ebenfalls im Juli startete in Rumänien der zweite HORNBAACH-Markt in **Bukarest**. In der Schweiz begann im November 2008 der Verkauf in unserem neuen Standort in **Biel**. Neben den drei internationalen Eröffnungen stand auch noch eine Premiere im Inland auf dem Programm: In **Hamburg** öffnete Ende Januar 2009 unser erster Bau- und Gartenmarkt im Stadtteil Eidelstedt. Unter Berücksichtigung der vier Neueröffnungen betreiben wir zum 28. Februar 2009 konzernweit 129 Einzelhandelsfilialen (29. Februar 2008: 125). Die Verkaufsfläche unserer 92 (Vj. 91) Filialen in Deutschland beläuft sich auf rund 971.000 qm. Die durchschnittliche Filialgröße im Inland beträgt mehr als 10.500 qm. Außerhalb Deutschlands betreiben wir auf einer Verkaufsfläche von rund 476.000 qm 37 (Vj. 34) Bau- und Gartenmärkte mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von knapp 12.850 qm. Die Märkte verteilen sich auf die Länder Österreich (11), Niederlande (8), Luxemburg (1), Tschechische Republik (6), Schweiz (4), Schweden (3), Slowakei (2) und Rumänien (2). Bei einer Gesamtverkaufsfläche im Konzern von rund 1.447.000 qm (Vj. 1.385.000 qm) liegt die durchschnittliche Verkaufsfläche je Filiale inzwischen bei rund 11.200 qm (Vj. rund 11.100 qm). Damit haben wir unsere Alleinstellung unter den europäischen Baumarktbetreibern im Segment der DIY-Megastores mit Verkaufsflächen von mehr als 10.000 qm weiter gefestigt.

Ertragslage

Im Konzern der HORNBAACH-Baumarkt-AG haben wir die Erträge im Berichtsjahr gegenüber dem Vorjahr erwartungsgemäß deutlich überproportional zum Umsatzwachstum gesteigert. Dies ist ganz wesentlich auf die gesteigerte Ertragskraft im Segment Baumärkte zurückzuführen. Ausschlaggebend dafür waren in erster Linie die flächenbereinigten Umsatzsteigerungen im In- und Ausland in Verbindung mit einer leicht höheren Handelsspanne sowie eine verbesserte Kosteneffizienz in den Filialen. Ferner trugen signifikante nicht-operative Ergebnis-

steigerungen im Segment Immobilien zum Gewinnanstieg im Konzern bei, während im Vorjahr nicht-operative Belastungen im Immobilien-Segment verkraftet werden mussten.

Das Betriebsergebnis (EBIT) des Konzerns erhöhte sich im Gesamtjahr 2008/2009 entsprechend unserer Prognose deutlich stärker als der Konzernumsatz um 72,7% auf 136,5 Mio. € (Vj. 79,1 Mio. €).

Ertragskennzahlen HORNBAACH-Baumarkt-AG Konzern

Kennzahl (Mio. €, sofern nicht anders angegeben)	2008/2009	2007/2008	Veränderung
Nettoumsatz	2.599	2.469	5,2%
davon in Deutschland	1.534	1.507	1,8%
davon im europäischen Ausland	1.065	962	10,6%
Umsatzwachstum vergleichbare Fläche	1,4%	-0,2%	
EBITDA	193,2	141,6	36,4%
EBIT	136,5	79,1	72,7%
Ergebnis vor Steuern	121,9	55,8	118,7%
Konzernjahresüberschuss	94,9	46,6	103,6%
EBITDA-Marge	7,4%	5,7%	
EBIT-Marge	5,3%	3,2%	
Handelsspanne	36,6%	36,3%	
Filialkosten in % vom Nettoumsatz	29,1%	29,4%	
Voreröffnungskosten in % vom Nettoumsatz	0,3%	0,3%	
Verwaltungskosten in % vom Nettoumsatz	4,1%	4,1%	
Steuerquote	22,2%	16,4%	

(Differenzen durch Rundung in Mio. €)

Rohermarke

Wie bereits im Vorjahr wirkte sich die leicht verbesserte Handelsspanne positiv auf die Ertragsentwicklung im Konzern der HORNBAACH-Baumarkt-AG aus. Der warenwirtschaftliche Rohertrag in Prozent vom Nettoumsatz stieg von 36,3% auf

36,6%. Diese erfreuliche Entwicklung ist hauptsächlich auf verbesserte Einkaufskonditionen zurückzuführen, in die der Rückgang der weltweiten Rohstoffpreise seit Sommer 2008 eingeflossen ist. Ferner haben wir von der erfolgreichen Zusammenarbeit im internationalen Einkauf mit dem

strategischen Partner Kingfisher plc profitiert. Daneben haben auch Veränderungen im Sortimentsmix, die zu einem höheren Umsatzanteil spannenstarker Sortimente führten, und Erfolge bei der Verringerung von Schwund und Bruch zur Erhöhung der Rohertragsmarge beigetragen.

Voreröffnungs-, Filial- und Verwaltungskosten

Unterproportional zum Umsatzanstieg entwickelten sich die Filialkosten, die im Gesamtjahr 2008/2009 mit 757,4 Mio. € (Vj. 726,4 Mio. €) ausgewiesen werden. Die Filialkostenquote verringerte sich insgesamt von 29,4% auf 29,1%. Dabei konnte die Personalkostenquote der Märkte konstant gehalten werden. Die Mietaufwendungen erhöhten sich planmäßig. Die allgemeinen Betriebskosten, in denen auch die forcierten Maßnahmen zur Optimierung unserer Warenpräsentationen enthalten sind, stiegen proportional. Die Werbeaufwendungen sind in Relation zum Nettoumsatz leicht zurückgegangen.

Die Voreröffnungskosten, bei denen es sich im Wesentlichen um Personalaufwand handelt, haben sich im vergangenen Jahr von 6,4 Mio. € auf 8,5 Mio. € erhöht. Der Anstieg kam trotz einer Neueröffnung weniger als im Vorjahr (vier versus fünf) durch die abweichende unterjährige Eintaktung der Markteröffnungen zustande. Drei der fünf Neueröffnungen des Vorjahres fanden im ersten Quartal 2007/2008 statt. Ein Teil der damit verbundenen Kosten für die Expansion entfiel bereits auf das Jahr 2006/2007. Demgegenüber begann das Eröffnungsprogramm im Berichtsjahr 2008/2009 erst drei Monate später. Im Verhältnis zum Umsatz blieben die Voreröffnungskosten mit 0,3% nahezu konstant.

Die Verwaltungskosten im Konzern haben sich von 100,7 Mio. € auf 106,4 Mio. € erhöht. Der Grund für die Zunahme sind hauptsächlich die u. a. an die Gewinnentwicklung gekoppelten Prämienzahlungen an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, der 2008/2009 fortgeführte Roll-out des Warenwirtschafts-systems in unsere Filialen sowie expansionsbedingte Mehraufwendungen in Rumänien. In Relation zum Nettoumsatz wird die Verwaltungskostenquote allerdings mit 4,1% konstant ausgewiesen.

Die in den Filial-, Verwaltungs- und Voreröffnungskosten enthaltenen Personalaufwendungen (inklusive sonstiger Personalkosten) sind von 399,9 Mio. € um 6,4% auf 425,4 Mio. € überproportional zum Umsatzwachstum gestiegen. Die Abschreibungen auf das Anlagevermögen liegen mit 56,6 Mio. € um 9,5% unter dem Vorjahreswert (62,5 Mio. €). Darin enthalten sind außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 2,2 Mio. € (Vj. 3,6 Mio. €) im Wesentlichen bedingt durch die mögliche Aufgabe eines geplanten Baumarktstandorts sowie aufgrund niedriger als erwartet ausfallender Erlöse aus dem Verkauf von nicht mehr betriebsnotwendigen Grundstücken. Die außerplanmäßigen Abschreibungen werden innerhalb des sonstigen Ergebnisses ausgewiesen.

Sonstiges Ergebnis

Das sonstige Ergebnis machte im Geschäftsjahr 2008/2009 einen Sprung von 15,3 Mio. € auf 56,7 Mio. €. Der Hauptgrund für den kräftigen Anstieg sind nicht-operative Ergebnisverbesserungen im Segment Immobilien per Saldo von 43,1 Mio. €. Das nicht-operative Ergebnis erreichte 34,8 Mio. €. Darin waren im Wesentlichen Buchgewinne aus der Veräußerung dreier Baumarktimmobilien im Wege von Sale & Leaseback-Transaktionen sowie aus dem Verkauf zweier nicht betriebsnotwendiger Grundstücke in Höhe von 37,4 Mio. € enthalten. Dem standen außerplanmäßige Abschreibungen auf das Anlagevermögen (2,2 Mio. €) sowie auf die zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerte (0,5 Mio. €) entgegen. Demgegenüber verbuchten wir im Vorjahr 2007/2008 per Saldo Ertragsbelastungen in Höhe von 8,3 Mio. €, die überwiegend durch außerplanmäßige Abschreibungen auf Immobilien (3,6 Mio. €), Kosten für die Sanierung eines Baumarktstandortes (3,0 Mio. €), Abgangsverluste aus einem nicht weiter entwickelten Investitionsprojekt sowie höhere Baukosten für einen bereits eröffneten Markt und sonstige Belastungen aus der Immobilienentwicklung verursacht worden waren. Die im sonstigen Ergebnis enthaltenen Erträge aus Werbekostenzuschüssen gingen im Geschäftsjahr 2008/2009 von 11,3 Mio. € auf 10,5 Mio. € zurück.

Erträge im Konzern deutlich über Vorjahresniveau

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir alle Ertragskennziffern deutlich verbessert. Das Ergebnis unbeeinflusst von Abschreibungen, Zinsen und Steuern (EBITDA) stieg im Konzern der HORNBACH-Baumarkt-AG um 36,4% auf 193,2 Mio. € (Vj. 141,6 Mio. €). Die EBITDA-Marge (in Prozent vom Nettoumsatz) erhöhte sich von 5,7% auf 7,4%.

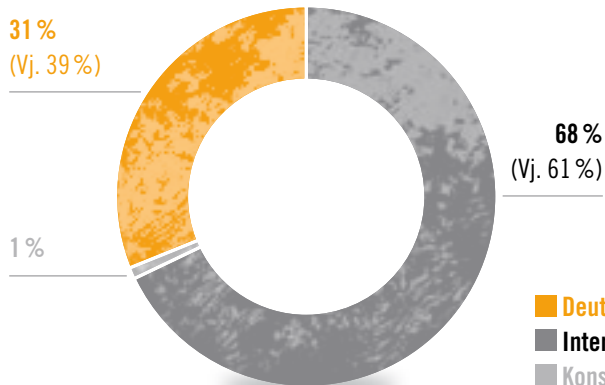
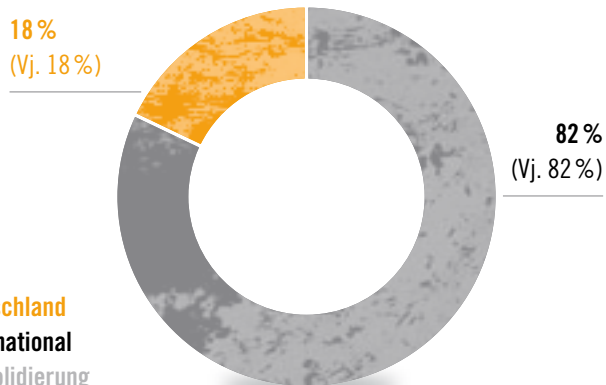
Das Betriebsergebnis (EBIT) wuchs um 72,7% auf 136,5 Mio. € (Vj. 79,1 Mio. €). Die EBIT-Marge verbesserte sich von 3,2% auf 5,3%. Zu dem deutlichen Anstieg haben sowohl das Segment Baumärkte als auch das Segment Immobilien beigetragen. Das EBIT im Segment Baumärkte erhöhte sich um 26,1% auf 84,1 Mio. € (Vj. 66,7 Mio. €). Damit stieg die operative EBIT-Marge von 2,7% auf 3,2%. Im Segment Immobilien machte das EBIT wesentlich bedingt durch die nicht-operativen Ertragssteigerungen im sonstigen Ergebnis einen Sprung von 25,7 Mio. € auf 67,7 Mio. € (plus 163,4%). Bereinigt um die nicht-operativen Sondereinflüsse in Höhe von 34,8 Mio. € (Vj. minus 8,3 Mio. €) ist das operative EBIT im Berichtsjahr um 16,4% gestiegen.

Das Finanzergebnis hat sich im Vergleich zum Vorjahr signifikant von minus 23,3 Mio. € auf minus 14,6 Mio. € verbessert. Das lag zum einen an den deutlich gestiegenen Zinserträgen (plus 3,4 Mio. €) in Verbindung mit niedrigeren Zinsaufwendungen. Zum anderen hat sich das Währungsergebnis signifikant verbessert (plus 4,2 Mio. €). Erträge und Aufwendungen aus Währungskursdifferenzen werden erstmals im Geschäfts-

jahr 2008/2009 im Finanzergebnis ausgewiesen. Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst (siehe auch die erläuternden Anmerkungen (6) und (7) im Anhang).

Wegen der deutlich überproportionalen Verbesserung des Finanzergebnisses hat sich das Konzernergebnis vor Steuern im Vergleich zum Anstieg des EBIT noch stärker erhöht. Es kletterte um 118,7% auf 121,9 Mio. € (Vj. 55,8 Mio. €); die Umsatzrendite vor Steuern stieg von 2,3% auf 4,7%.

Der Jahresüberschuss im HORNBACH-Baumarkt-AG Konzern hat sich im Geschäftsjahr 2008/2009 von 46,6 Mio. € auf 94,9 Mio. € mehr als verdoppelt. Die Konzernsteuerquote stieg von 16,4% auf 22,2%. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass wir im Geschäftsjahr 2007/2008 einen steuerlichen Sonderertrag in Höhe von 8,3 Mio. € aus der Neubewertung der aktiven und passiven Steuerlatenzen aufgrund der Unternehmenssteuerreform in Deutschland zu verzeichnen hatten. Im Berichtsjahr konnten die Veräußerungsgewinne aus den beschriebenen Immobilientransaktionen teilweise steuerfrei vereinnahmt werden, wodurch der Steueraufwand um rund 5,9 Mio. € reduziert wurde. Der effektive Steuersatz lag im Wesentlichen durch diesen Effekt unterhalb des erwarteten durchschnittlichen Steuersatzes in Höhe von 30%. Die Umsatzrendite nach Steuern wuchs von 1,9% auf 3,7%. Das unverwässerte IFRS-Ergebnis je Aktie im Konzern erreichte unter Berücksichtigung der 55.040 neuen Aktien, die im Geschäftsjahr 2008/2009 im Zuge des Aktienoptionsplans 1999 der Gesellschaft entstanden sind, 6,04 € (Vj. 2,98 €).

EBITDA 2008/2009 nach Regionen**EBIT 2008/2009 nach Regionen****Ergebnisbeiträge nach Regionen**

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2008/2009 ist es uns gelungen, die absoluten Ergebnisbeiträge sowohl im Inland als auch im Ausland zu steigern. In der geografischen Abgrenzung sind die prozentualen Ergebnisbeiträge aus Deutschland und dem übrigen Europa im Vergleich zum Vorjahr auf Ebene des EBIT nahezu unverändert geblieben; auf Ebene des EBITDA hat der internationale Anteil nochmals zugelegt. Während im Geschäftsjahr 2007/2008 der hohe internationale Anteil vor allem durch die stark gegenläufige Umsatzentwicklung im In- und Ausland verursacht worden war, waren im Berichtsjahr die signifikanten Ertragssteigerungen im Segment Immobilien maßgeblich dafür verantwortlich, dass der Ergebnisanteil in Deutschland trotz verbesserter Erträge nicht gestiegen ist. Ferner schlägt sich in der Segmentberichterstattung die im übrigen Europa größere flächenbereinigte Umsatzdynamik sowie die höhere Profitabilität nieder.

Das EBITDA in **Deutschland** erhöhte sich von 54,8 Mio. € auf 60,6 Mio. €. Dies entspricht einem Anteil am EBITDA im Konzern von 31 % (Vj. 39%). Das EBIT verbesserte sich in Deutschland von 13,9 Mio. € auf 24,0 Mio. €. Der Inlandsanteil auf Ebene des Betriebsergebnisses verharrte damit bei 18 % (Vj. 18%).

Die Ergebnisbeiträge der internationalen Aktivitäten werden auf Ebene des Teilkonzerns HORNBACH International zusammengefasst. Wie in der Segmentberichterstattung zu erkennen ist, haben die absoluten Ergebnisbeiträge des Auslands von den komplett außerhalb Deutschlands erzielten Veräußerungsgewinnen im Segment Immobilien (37,4 Mio. €) profitiert. Auf das **Ausland** entfielen im Berichtszeitraum mit 131,8 Mio. € (Vj. 86,9 Mio. €) rund 68 % (Vj. 61%) des EBITDA im HORNBACH-Baumarkt-AG Konzern. Das EBIT machte im Ausland einen Sprung von 65,2 Mio. € auf 111,8 Mio. €. Der Auslandsanteil blieb bei 82 % (Vj. 82%).

Im Verhältnis zum Umsatzanteil (2008/2009: 41 %) wird ersichtlich, welchen Stellenwert die HORNBACH-Filialen im europäischen Ausland für die Ertragsentwicklung im Konzern haben. Darin drückt sich gleichzeitig der Erfolg der internationalen Expansionsstrategie aus. HORNBACH ist es gelungen, sein unverwechselbares Handelsformat, das insbesondere auf höchste Qualität in der Mitarbeiterqualifikation und damit auch in der Kundenberatung setzt, in unterschiedlichste Ländermärkte auszurollen und sukzessive Marktanteile zu gewinnen.

In **Österreich** haben sich unsere HORNBACH Bau- und Gartenmärkte in einem stark umkämpften Wettbewerbsumfeld auf dem Umsatzniveau des Vorjahres behaupten können. Das Betriebsergebnis wurde im Vergleich zum Vorjahr verbessert. Im Geschäftsjahr 2008/2009 gab es keine Veränderungen im Filialnetz. Wir betreiben in Österreich zum 28. Februar 2009 elf großflächige HORNBACH Bau- und Gartenmärkte mit einer Verkaufsfläche von 139.000 qm.

In den **Niederlanden** setzten unsere Bau- und Gartenmärkte ihren Wachstumskurs im Geschäftsjahr 2008/2009 fort. Im Verhältnis zum Umsatzwachstum ist das EBIT überproportional gestiegen. Bei den niederländischen Heimwerkern hat sich HORNBACH in den letzten zehn Jahren erfolgreich als Marke etabliert. Im Rahmen einer renommierten Verbraucherbefragung wurde HORNBACH im Jahr 2008 zum vierten Mal in Folge zum „besten Baumarkt der Niederlande“ gewählt. Zum Bilanzstichtag 28. Februar 2009 zählte das HORNBACH-Filialnetz in den Niederlanden unverändert acht Märkte mit einer Verkaufsfläche von rund 86.500 qm.

Unser Bau- und Gartenmarkt Bertrange in **Luxemburg** hat es im vergangenen Geschäftsjahr erneut geschafft, den Umsatz zu erhöhen. Der mit einer gewichteten Verkaufsfläche von mehr als 12.000 qm größte Baumarkt des Landes hat sich in einem intensiven Konkurrenzumfeld erfolgreich positioniert.

Die **Tschechische Republik** und die **Slowakei** zählten in den ersten drei Quartalen zu den wachstumsstärksten Ländern im europäischen HORNBACH-Verbund. Im vierten Quartal konnte das hohe Umsatzniveau der Vorjahre nicht mehr gehalten werden. Gründe waren zum einen dieselben belastenden saisonalen Einflüsse, die auch in den meisten anderen HORNBACH-Regionen im Februar 2009 zu einer rückläufigen Umsatzperformance auf vergleichbarer Verkaufsfläche gesorgt haben. Zum anderen hat sich die Konsumstimmung in diesen vom drastischen Kapazitätsabbau in der europäischen Automobilindustrie besonders betroffenen Ländern stärker abgeschwächt als in vielen anderen Ländern der EU. Auf Jahressicht verzeichneten beide Länder, die operativ als eine Region geführt werden, aber weiterhin ein Umsatzwachstum

und einen Anstieg der EBIT-Marge. Dies ist der großen Popularität unserer großflächigen Bau- und Gartenmärkte zuzuschreiben, die in der Vergangenheit auch dem traditionellen Facheinzelhandel erfolgreich Marktanteile abgenommen haben. Im Berichtsjahr gab es keine Neueröffnungen. Das Filialnetz in der Tschechischen Republik umfasst sechs Standorte. In der Slowakei betreiben wir zum Bilanzstichtag unverändert zwei Standorte. Die Verkaufsfläche in beiden Ländern beträgt zum Geschäftsjahresende mehr als 110.000 qm.

In der **Schweiz** haben wir im November 2008 unser Standortnetz mit der Eröffnung der Filiale in Biel auf vier HORNBACH Bau- und Gartenmärkte mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 52.000 qm (Vj. 35.100 qm) ausgebaut und den Nettoumsatz im Gesamtjahr erhöht. In der Gunst der eidgenössischen Heimwerker stehen wir ganz oben: Im Kundenmonitor Schweiz belegten wir zum zweiten Mal Platz eins in der Globalzufriedenheit. Auf diesem Erfolg wollen wir weiter aufbauen.

In **Schweden** haben wir im vergangenen Geschäftsjahr in der Landeshauptstadt Stockholm unseren ersten Standort eröffnet und die Nettoumsätze der insgesamt drei schwedischen HORNBACH-Filialen signifikant erhöht. Auf alter Verkaufsfläche verzeichneten wir einen erfreulichen Umsatzanstieg; das EBIT der bestehenden Märkte erhöhte sich deutlich überproportional zum Umsatzwachstum. Zum 28. Februar 2009 beläuft sich die gesamte Verkaufsfläche unserer Märkte in Schweden auf rund 45.700 qm.

Besonders erfreulich war die Wachstumsdynamik in **Rumänien**. Im Juli 2008 eröffneten wir mit großem Erfolg unseren zweiten HORNBACH-Markt in Bukarest. Die Verkaufsfläche in Rumänien beträgt zum Geschäftsjahresende rund 30.500 qm. Die große Nachfrage der Kunden nach unserem umfangreichen Sortiment, unseren dauerhaft niedrigen Preisen und professioneller Beratung hat für hohe Zuwachsraten bei Umsatz und EBIT gesorgt. Allerdings haben die konjunkturelle Eintrübung durch die globale Wirtschaftskrise und die dadurch verschlechterte Konsumstimmung in Rumänien seit Ende des Geschäftsjahres 2008/2009 Bremsspuren in der

Umsatzentwicklung unserer HORNBACH-Märkte vor Ort hinterlassen. Es bleibt daher abzuwarten, wie schnell sich die stark von Auslandsinvestitionen beeinflusste rumänische Volkswirtschaft von der Rezession erholen wird. Aufgrund des nach wie vor großen Nachholbedarfs im Neubau- und Renovierungssektor sehen wir jedoch weiterhin langfristig vielversprechende Wachstumspotenziale in Rumänien.

Dividendenvorschlag

Vorstand und Aufsichtsrat der HORNBACH-Baumarkt-AG werden der Hauptversammlung am 9. Juli 2009 vorschlagen, eine Dividende auf Vorjahresniveau von 0,87 € je Stückaktie auszuschütten. Wegen der konjunkturellen Unwägbarkeiten durch die weltweite Rezession genießt die Sicherung und Flexibilität unserer Finanzausstattung oberste Priorität. Daher halten wir es für angemessen, an der langjährigen Kontinuität unserer Ausschüttungspolitik festzuhalten.



* zuzüglich weiterer Beteiligungsgesellschaften gemäß vollständiger Übersicht im Anhang auf Seite 107. Stand: 28. Februar 2009



Die Kundin hat große Pläne. Natürlich bekommt sie die beste Beratung.



Ein paar nützliche Tipps kann ich ihr noch mit auf den Weg geben.

Finanzlage

Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements

Finanzierungsmaßnahmen werden durch das zentrale Konzerntreasury der HORNBACH-Baumarkt-AG getroffen. Dies umfasst auch die Gewährung von Finanzierungshilfen in Form von Garantien und Patronatserklärungen für Tochtergesellschaften. Durch die zentrale Organisation des Finanzmanagements sind ein einheitlicher Auftritt der HORNBACH-Gruppe an den Finanzmärkten und ein konzern einheitliches Liquiditätsmanagement gewährleistet.

Die für ein effizientes Liquiditätsmanagement erforderlichen Informationen werden durch eine alle relevanten Gesellschaften berücksichtigende, monatlich aktualisierte, rollierende Konzernfinanzplanung mit einem Planungshorizont von zwölf Monaten sowie einer täglich aktualisierten kurzfristigen Finanzvorschau sichergestellt.

Auf Basis der zur Verfügung stehenden Informationen wird zunächst der Finanzierungsbedarf einzelner Konzerneinheiten durch Liquiditätsüberschüsse anderer Konzerngesellschaften in Form eines Cash Poolings ausgeglichen und auf Basis konzerninterner Darlehensverträge marktgerecht verzinst.

Der externe Finanzierungsbedarf wird durch Kreditaufnahmen bei Banken und am Kapitalmarkt gedeckt. Weiterhin werden Baumarktimmobilien nach ihrer Fertigstellung an Investoren verkauft und die Nutzung durch Mietverträge sichergestellt („Sale & Leaseback“). Hierbei wird die Klassifizierung als „Operating Lease“ gemäß IAS 17 angestrebt.

Finanzschulden

Zum Bilanzstichtag 28. Februar 2009 bestehen im Konzern Netto-Finanzschulden in Höhe von 207,0 Mio. € (Vj. 289,2 Mio. €). Diese setzen sich wie folgt zusammen:

Art der Finanzierung in Mio. €	Verbindlichkeiten nach Restlaufzeiten						28.2.2009	29.2.2008
	bis 1 Jahr	1-2 Jahre	2-3 Jahre	3-4 Jahre	4-5 Jahre	über 5 Jahre	Gesamt	Gesamt
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten ¹⁾	13,2						13,2	6,4
Hypothekendarlehen	17,6	14,8	13,9	13,9	13,9	25,6	99,7	122,0
Sonstige Darlehen ²⁾	0,6		79,9				80,6	81,9
Anleihen ³⁾						243,8	243,8	242,8
Negative Marktwerte derivativer Finanzinstrumente	3,8						3,8	1,1
Finanzierungsleasing	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	1,0	2,0	2,2
Summe Finanzschulden	35,4	14,9	94,0	14,1	14,1	270,4	443,1	456,4
Flüssige Mittel							236,1	167,1
Nettofinanzschulden							207,0	289,2

(Differenzen durch Rundung in Mio. €)

¹⁾ Finanzierungen mit einer Nominallaufzeit von weniger als einem Jahr (Kontokorrent und kurzfristige Zwischenfinanzierungen) sowie Zinsrückstellungen

²⁾ Nicht durch Hypotheken gesicherte Darlehen mit einer Nominallaufzeit von mehr als einem Jahr

³⁾ Die Kosten aus der 250 Mio. € Unternehmensanleihe in Höhe von 10,7 Mio. € werden anteilig auf eine Laufzeit von 10 Jahren verteilt.

Nachhaltig verbesserte Kapitalausstattung

Mit dem Mittelzufluss aus der im November 2004 mit einer Laufzeit von zehn Jahren und einem Zinscoupon von 6,125 % begebenen Anleihe in Höhe von 250 Mio. € wurden die kurzfristigen Finanzierungen im Konzern zurückgeführt und darüber hinaus Liquidität für weiteres Unternehmenswachstum geschaffen.

Die kurzfristigen Finanzschulden (bis 1 Jahr) in Höhe von 35,4 Mio. € setzen sich aus kurzfristigen Finanzierungen (7,0 Mio. €), Zinsverbindlichkeiten (6,2 Mio. €), Verbindlichkeiten aus derivativen Finanzinstrumenten (3,8 Mio. €) sowie aus dem kurzfristig fälligen Anteil langfristiger Finanzierungen (18,4 Mio. €) zusammen.

Positiv auf die Konzernfinanzierung wirken sich strukturelle Veränderungen bei den zugesagten Kreditlinien aus. So wurden bereits im Geschäftsjahr 2006/2007 diverse bilaterale Kreditlinien zu einer syndizierten Kreditlinie in Höhe von 200,0 Mio. € und einer Laufzeit von fünf Jahren, mit zweimaliger Verlängerungsoption für jeweils ein weiteres Jahr, zusammengefasst. Nach der bereits im Geschäftsjahr 2007/2008 erfolgten einstimmigen Zustimmung für die erste Verlängerungsoption wurde im Geschäftsjahr 2008/2009 auch die zweite Prolongationsmöglichkeit von allen beteiligten Banken wahrgenommen. Das aktuelle Endfälligkeitsdatum der Kreditlinie ist der 26. Juni 2013. Die einzuhaltenden Verpflichtungen (Covenants), wie zum Beispiel EBITDA zu Zinsaufwand, entsprechen im Wesentlichen den Verpflichtungen aus der 2004 begebenen Anleihe und wurden stets eingehalten.

Zum Bilanzstichtag 28. Februar 2009 verfügt der HORNBACH-Baumarkt-AG Konzern, inklusive der oben genannten syndizierten Kreditlinie über 306,2 Mio. € (Vj. 317,5 Mio. €) freie Kreditlinien zu marktüblichen Konditionen. Zwecks Gewährleistung einer möglichst umfangreichen Flexibilität verfügen alle wesentlichen Konzerngesellschaften über Kreditlinien in lokaler Währung, in der Regel bei lokalen Banken.

Der Finanzmittelbestand beträgt zum Bilanzstichtag 236,1 Mio. € (Vj. 167,1 Mio. €). Die Liquiditätsdisposition erfolgt, wie in der Vergangenheit, in Form von Festgeldern am Geldmarkt mit einem Anlagehorizont von maximal drei Monaten. Nach Zusammenbruch des Finanzinstituts Lehman Brothers wurden zudem Anlagehöchstgrenzen je Bank definiert, um durch eine breitere Streuung der flüssigen Mittel die Sicherheit zu erhöhen.

Im Rahmen des internen Risikomanagements werden monatlich Zinsdeckungsgrad, dynamischer Verschuldungsgrad, Eigenkapitalquote sowie Unternehmensliquidität (Flüssige Mittel plus freie bestätigte Kreditlinien) überwacht. Quartalsweise werden weitere Kennzahlen berechnet. Bei Unterschreitung bestimmter Sollgrößen werden frühzeitig entsprechende Gegenmaßnahmen getroffen.

Für die Kreditlinien sowie für die Anleihe werden keine Sicherheiten in Form von Vermögenswerten gestellt.

Finanzkennzahlen Hornbach-Baumarkt-AG Konzern

Kennzahl	Definition		28.2.2009	29.2.2008
Nettofinanzschulden	Kurzfristige Finanzschulden + langfristige Finanzschulden – Flüssige Mittel	Mio. €	207,0	289,2
Zinsdeckungsgrad	Adjusted(*) EBITDA / Bruttozinsaufwand		5,9	5,1
Dynamischer Verschuldungsgrad	Nettofinanzschulden / Adjusted(*) EBITDA		1,3	2,0

* Herausrechnung der Veränderung langfristiger Rückstellungen (provisions) sowie der Gewinne/Verluste aus dem Verkauf von Anlagevermögen gemäß Kapitalflussrechnung

Als Sicherheit für Hypothekendarlehen bestehen zum 28. Februar 2009 Grundschulden in Höhe von 182,8 Mio. € (Vj. 188,4 Mio. €). Die Valutierung der grundbuchlich besicherten Finanzierungen beträgt zum Bilanzstichtag 99,7 Mio. € (Vj. 122,0 Mio. €).

Externe Finanzierungen erfolgen seit Begebung der Anleihe im HORNBACH-Baumarkt-AG Konzern ausschließlich in Form nicht besicherter Kredite sowie durch Immobilienverkäufe (Sale & Leaseback).

Gemäß den internen Risikogrundsätzen werden derivative Finanzinstrumente ausschließlich zu Sicherungszwecken gehalten. Im Anhang sind in den Erläuterungen zur Konzernbilanz die Nominalwerte sowie die Bewertungen der bestehenden derivativen Finanzinstrumente dargestellt.

Investitionen in Höhe von 84,0 Mio. €

Im Geschäftsjahr 2008/2009 wurden im Konzern der HORNBACH-Baumarkt-AG insgesamt 84,0 Mio. € (Vj. 105,0 Mio. €) überwiegend in Grundstücke, Gebäude sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung für bestehende sowie neue, im Bau befindliche Bau- und Gartenmärkte investiert. Die Mittel für die zahlungswirksamen Investitionen in Höhe von 81,7 Mio. €

(Vj. 105,0 Mio. €) konnten vollständig aus dem Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit in Höhe von 123,6 Mio. € gewonnen werden.

Im Rückgang der Investitionen spiegelt sich wider, dass im Vorjahr fünf Bau- und Gartenmärkte eröffnet wurden, im Geschäftsjahr 2008/2009 hingegen vier.

Für neue Immobilien einschließlich im Bau befindlicher Objekte wurden rund 57 % der Investitionssumme ausgegeben. Rund 43 % der Investitionssumme wurden im Wesentlichen für Ersatz und Erweiterung der Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie immaterielle Vermögenswerte (vorwiegend EDV-Software) aufgebracht.

Die bedeutendsten Investitionsprojekte betrafen die im Geschäftsjahr 2008/2009 eröffneten Bau- und Gartenmärkte in Biel (Schweiz) und Hamburg, die Erweiterung des Marktes in Wuppertal sowie den Erwerb von Grundstücken für die weitere Expansion.

Der Markt in Luxemburg sowie die Märkte Kerkrade und Zaandam (beide Niederlande) wurden im Berichtszeitraum an eine Immobiliengesellschaft veräußert und langfristig

Kapitalflussrechnung

Kapitalflussrechnung (verkürzt) in Mio. €	2008/2009	2007/2008
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	123,6	67,2
davon „Funds from Operations“ ¹⁾	116,6	102,2
davon Veränderung Working Capital ²⁾	7,0	-35,0
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-15,9	-61,9
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-38,0	-31,5
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	69,7	-26,2

(Differenzen durch Rundung in Mio. €)

¹⁾ Konzernergebnis nach Steuern plus Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens plus Veränderungen der Rückstellungen minus Gewinne aus dem Abgang von Anlagevermögen plus/minus sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen/Erträge

²⁾ Differenz aus „Veränderungen der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva“ und „Veränderungen der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva“

zurückgemietet. Die Sale & Leaseback-Transaktionen dienen, wie in der Vergangenheit, der Mittelfreisetzung zur Finanzierung des weiteren Wachstums. Die Nutzungsrechte wurden langfristig gesichert. Weiterhin sind in der Regel Mietverlängerungs- und Kaufoptionen vereinbart.

Der Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit verbesserte sich im Geschäftsjahr 2008/2009 gegenüber dem Vorjahr, im Wesentlichen aufgrund flächenbereinigter Umsatzzuwächse im In- und Ausland in Verbindung mit einer leicht gestiegenen Handelsspanne, von 67,2 Mio. € auf 123,6 Mio. €. Neben dem gegenüber dem Vorjahr um 48,3 Mio. € gestiegenen Jahresüberschuss ist diese Entwicklung auch auf den gesunkenen Finanzierungsbedarf des Net Working Capitals (Veränderungen der Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstiger Aktiva plus Veränderungen der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstiger Passiva) zurückzuführen. Während im Vorjahr durch den Aufbau von Vorratsvermögen rund 33 Mio. € an flüssigen Mitteln benötigt wurden, konnte im Berichtsjahr der expansionsbedingte Anstieg des Vorratsvermögen teilweise durch die Ausweitung der kurzfristigen Verbindlichkeiten finanziert werden.

Der Zahlungsmittelabfluss aus der Investitionstätigkeit verringerte sich von 61,9 Mio. € auf 15,9 Mio. €. Dabei standen den um 23,3 Mio. € auf 81,7 Mio. € gesunkenen Investitionen höhere Einzahlungen aus Abgängen des Anlagevermögens sowie aus zur Veräußerung vorgesehenen langfristigen

Vermögenswerten in Höhe von insgesamt 65,8 Mio. € (Vj. 43,1 Mio. €) gegenüber. Im Vorjahr war nur ein Bau- und Gartenmarkt im Wege einer Sale & Leaseback-Transaktion veräußert worden, im Geschäftsjahr 2008/2009 hingegen gab es drei Transaktionen. Außerdem erfolgte der Verkauf sonstiger nicht betriebsnotwendiger Grundstücke.

Der Zahlungsmittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit beträgt im Geschäftsjahr 2008/2009 aufgrund der planmäßigen Tilgung bestehender Finanzkredite 38,0 Mio. € nach einem Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von 31,5 Mio. € im Vorjahr. Dabei stand der Tilgung von langfristigen Finanzschulden in Höhe von 33,6 Mio. € (Vj. 21,6 Mio. €) keine Neuaufnahme von langfristigen Krediten gegenüber. Die Finanzschulden wurden von 456,4 Mio. € im Vorjahr auf 443,1 Mio. € abgebaut.

Rating

Seit 2004 wird die Bonität des HORNBACH-Baumarkt-AG Konzerns von den international führenden Ratingagenturen Moody's Investors Service und Standard & Poor's wie folgt bewertet:

Moody's:	Ba2
Standard & Poor's:	BB

Beide Ratings mit stabilen Ausblicken wurden in den jüngsten Publikationen von Standard & Poor's und Moody's unverändert bestätigt.

Vermögenslage

Eigenkapitalquote auf 41,5% erhöht

Bilanz HORNBACH-Baumarkt-AG Konzern (Kurzfassung)

Mio. €	28.2.2009	29.2.2008	Veränderung
Langfristiges Vermögen	597,1	595,9	0,2 %
Kurzfristiges Vermögen	828,1	755,0	9,7 %
Vermögenswerte	1.425,2	1.350,9	5,5 %
Eigenkapital	591,3	515,7	14,7 %
Langfristige Schulden	473,9	488,9	-3,1 %
Kurzfristige Schulden	360,0	346,3	4,0 %
Eigen- und Fremdkapital	1.425,2	1.350,9	5,5 %

(Differenzen durch Rundung in Mio. €)

Die Konzernbilanzsumme ist im Vergleich zum Vorjahr um 74,3 Mio. € oder 5,5% auf 1.425,2 Mio. € gestiegen. Die Erhöhung der Bilanzsumme spiegelt dabei die moderat weitergeführte Expansion des HORNBACH-Baumarkt-AG Konzerns wider, die sich vor allem in den Investitionen ins Anlagevermögen sowie den gestiegenen Vorräten zeigt. Insbesondere die um 69,0 Mio. € gestiegenen flüssigen Mittel sowie die um 13,2 Mio. € gesunkenen Finanzschulden dokumentieren das im Zeichen der internationalen Finanz- und Wirtschaftskrise immer wichtiger gewordene Ziel, die Liquidität und den finanziellen Spielraum zu sichern und auszubauen.

Im Geschäftsjahr 2008/2009 wurden nach Ausübung von Bezugsrechten aus dem Aktienoptionsplan 1999 insgesamt 55.040 Stück neue nennwertlose Stammaktien der Gesellschaft im Wege einer bedingten Kapitalerhöhung ausgegeben. Durch die Ausgabe dieser neuen Aktien wurde das Grundkapital der Gesellschaft um 165.120 € auf nun 47.220.180 €, eingeteilt in 15.740.060 (Vj. 15.685.020) Stammaktien, erhöht.

Das bilanzielle Eigenkapital im Konzern wird zum Ende des Geschäftsjahres bei 591,3 Mio. € (Vj. 515,7 Mio. €) ausgewiesen. Die Eigenkapitalquote in Höhe von 41,5% konnte damit erneut gegenüber dem Vorjahr (38,2%) gesteigert werden.

Langfristiges und kurzfristiges Vermögen

Das langfristige Vermögen beträgt zum Bilanzstichtag 597,1 Mio. € (Vj. 595,9 Mio. €) und damit rund 42% (Vj. 44%) der Bilanzsumme. Die Sachanlagen und fremdvermietete Immobilien und Vorratsgrundstücke verringerten sich um 2,0 Mio. € (minus 0,4%) von 546,4 Mio. € auf 544,4 Mio. €. Dabei standen den Anlagezugängen in Höhe von 81,9 Mio. € Abschreibungen in Höhe von 52,1 Mio. € sowie Anlageabgänge in Höhe von 0,7 Mio. € gegenüber. Außerdem werden gemäß Anwendung des IFRS 5 Immobilien bzw. Immobiliengesellschaften, die zur Veräußerung bestimmt sind bzw. bereits zum Bilanzstichtag ohne gleichzeitigen Besitzübergang veräußert wurden, per Saldo in Höhe von 27,9 Mio. € als kurzfristiges Vermögen umgegliedert. Sie betreffen im Wesentlichen den geplanten Verkauf eines HORNBACH Bau- und Gartenmarktes außerhalb Deutschlands im Wege einer Sale & Leaseback-Transaktion. Diese Immobilie war im Vorjahr im Sachanlagevermögen enthalten. Die sonstigen langfristigen Forderungen stiegen im Wesentlichen durch die langfristige Stundung eines Teils des Kaufpreises aus einer im Geschäftsjahr realisierten Sale & Leaseback-Transaktion von 5,0 Mio. € auf 11,2 Mio. €. Die langfristigen Forderungen aus Steuern vom Einkommen und vom Ertrag betreffen einen aufgrund des SEStEG im Vorjahr aktivierten Auszahlungsanspruch für Körperschaftsteuerguthaben zum Barwert in Höhe von 8,3 Mio. €.

Das kurzfristige Vermögen stieg um 9,7 % von 755,0 Mio. € auf 828,1 Mio. € bzw. rund 58 % (Vj. 56 %) der Bilanzsumme. Neben dem Anstieg der Vorräte ist dies vor allem auf den Anstieg der flüssigen Mittel zurückzuführen. Die Vorräte stiegen bei konstantem Lagerumschlag um 3,6 % von 478,8 Mio. € auf 496,3 Mio. €, vor allem durch die Eröffnung von vier neuen Bau- und Gartenmärkten. Die Forderungen und sonstigen Vermögenswerte (einschließlich Forderungen aus Steuern vom Einkommen und vom Ertrag) lagen bei 44,7 Mio. € (Vj. 51,2 Mio. €). Die gemäß IFRS 5 zur Veräußerung vorgesehenen langfristigen Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen reduzierten sich von 57,8 Mio. € um 6,8 Mio. € auf 51,0 Mio. €. Dabei standen im Wesentlichen der Umbuchung eines zur Veräußerung vorgesehenen HORNBACH Bau- und Gartenmarktes aus dem Anlagevermögen die Abgänge aus den Veräußerungen von drei HORNBACH Bau- und Gartenmärkten im Wege von Sale & Leaseback-Transaktionen im laufenden Geschäftsjahr gegenüber. Gleichzeitig erhöhten sich die flüssigen Mittel von 167,1 Mio. € im Vorjahr auf 236,1 Mio. €. Für weitere Informationen verweisen wir auf die Ausführungen zur Finanzlage.

Langfristige und kurzfristige Schulden

Die Verbindlichkeiten inklusive der Rückstellungen betragen zum Bilanzstichtag 833,9 Mio. € gegenüber 835,2 Mio. € im Vorjahr. Die langfristigen Schulden sanken von 488,9 Mio. €

auf 473,9 Mio. €. Die Verringerung der langfristigen Schulden um 15,0 Mio. € ist im Wesentlichen auf die planmäßige Rückführung der langfristigen Finanzschulden zurückzuführen. In den langfristigen Schulden sind passive latente Steuern in Höhe von 43,4 Mio. € (Vj. 42,4 Mio. €) enthalten.

Die kurzfristigen Schulden erhöhten sich insgesamt von 346,3 Mio. € auf 360,0 Mio. €. Dabei stiegen die kurzfristigen Finanzschulden im Wesentlichen durch die kurzfristige Zwischenfinanzierung eines Grundstückerwerbes von 28,8 Mio. € um 6,6 Mio. € auf 35,4 Mio. €. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und übrige Verbindlichkeiten belaufen sich zum Bilanzstichtag auf 238,6 Mio. € gegenüber 233,0 Mio. € im Vorjahr. Die sonstigen Rückstellungen und abgegrenzten Schulden erhöhten sich vor allem durch die Rückstellungsbildung für Erfolgsbeteiligungen von Mitarbeitern von 54,1 Mio. € auf 64,0 Mio. €. Die im Vorjahr gemäß IFRS 5 ausgewiesenen Schulden aus Veräußerungsgruppen in Höhe von 14,0 Mio. € wurden im Geschäftsjahr 2008/2009 vollständig zurückgeführt.

Die Nettoverschuldung im HORNBACH-Baumarkt-AG Konzern, das heißt die Finanzschulden abzüglich der flüssigen Mittel, belief sich zum Bilanzstichtag auf 207,0 Mio. € gegenüber 289,2 Mio. € im Vorjahr.

Bilanzkennzahlen HORNBACH-Baumarkt-AG Konzern

Kennzahl	Definition		28.2.2009	29.2.2008
Eigenkapitalquote	Eigenkapital / Bilanzsumme	%	41,5	38,2
Eigenkapitalrendite	Jahresüberschuss / durchschnittliches Eigenkapital	%	17,1	9,4
Gesamtkapitalrendite	NOPAT ¹⁾ / durchschnittliches Gesamtkapital ²⁾	%	11,9	7,0
Verschuldungskoeffizient (Gearing)	Nettoverschuldung / Eigenkapital	%	35,0	56,1
Zugänge Anlagevermögen inklusive Anzahlungen auf Grundstücke		Mio. €	84,0	105,0
Net Working Capital	Vorräte und Forderungen abzgl. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	Mio. €	348,9	344,8
Lagerumschlagshäufigkeit	Materialeinsatz / durchschnittliche Vorräte		3,4	3,4

¹⁾ „Net operating profit after tax“, definiert als EBIT minus standardisierte Steuerquote im HORNBACH-Konzern von unverändert 30 %.

²⁾ Durchschnittliches Gesamtkapital definiert als durchschnittliches Eigenkapital plus durchschnittliche Nettoverschuldung.

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente und Mietverpflichtungen

Neben den im Eigentum des HORNBACH-Baumarkt-AG Konzerns stehenden Bau- und Gartenmärkten und im Rahmen von Finance Lease genutzten Bau- und Gartenmärkten sind 42 Märkte sowie ein Logistikzentrum von der Schwestergesellschaft HORNBACH Immobilien AG oder deren Tochtergesellschaften sowie 56 Bau- und Gartenmärkte von fremden Dritten gemietet. Außerdem bestehen in geringerem Umfang weitere Erbpacht-, Pacht- und Mietverträge für Grundstücke.

Bei den Verpflichtungen aus Miet-, Pacht-, Erbbaurechts- und Leasingverträgen handelt es sich ausschließlich um solche Mietverträge, bei denen die Unternehmen des HORNBACH-Baumarkt-AG Konzerns nach den IFRS-Rechnungslegungsstandards nicht der wirtschaftliche Eigentümer der gemieteten Vermögenswerte sind (Operating Lease). Mietverträge bestehen im Wesentlichen für Baumärkte im In- und Ausland. Die Laufzeit der Mietverträge beträgt zwischen 15 und 20 Jahren, mit anschließenden Mietverlängerungsoptionen. Es bestehen Mietanpassungsklauseln.

Zum 28. Februar 2009 betragen die Verpflichtungen aus Miet-, Pacht-, Erbbaurechts- und Leasingverträgen 1.318,3 Mio. € (Vj. 1.274,3 Mio. €). Der Erhöhung aus neu abgeschlossenen Mietverträgen für drei Bau- und Gartenmärkte stand die Zahlung der Jahresmieten des Geschäftsjahres 2008/2009 gegenüber. Außerdem sind im Geschäftsjahr 2008/2009 eine Reihe von Mietverlängerungsoptionen wahrgenommen worden.

Gesamtbeurteilung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Der HORNBACH-Baumarkt-AG Konzern hat sich im Geschäftsjahr 2008/2009 unter schwierigen Rahmenbedingungen sehr gut entwickelt und seine Marktposition gestärkt. Trotz des scharfen Preiswettbewerbs und der sich im zweiten Halbjahr abzeichnenden Finanz- und Wirtschaftskrise konnten die Umsätze sowohl absolut als auch auf vergleichbarer Fläche gesteigert werden und dabei die Erträge im operativen Geschäft deutlich überproportional zum Umsatzwachstum erhöht werden. Auch im Segment Immobilien konnte aufgrund von Sonderfaktoren ein hoher Gewinnzuwachs verzeichnet werden. Wir konnten uns erneut erheblich besser als der Branchenschnitt entwickeln und so unsere Marktposition in Deutschland weiter ausbauen. Weiter gut entwickelten sich unsere internationalen Aktivitäten, die ihren Anteil am Umsatz und Ergebnis weiter ausgebaut haben. Die Expansion außerhalb Deutschlands hat somit das Fundament für weiteres Wachstum verbreitert und die Entwicklung des Gesamtkonzerns unabhängiger gemacht von der scharfen Wettbewerbssituation in Deutschland. Die Eigenkapitalquote hat sich auf 41,5% erhöht. Die Kapitalstruktur und die Liquidität liegen weiterhin auf einem guten Niveau. Angesichts des breiten Spektrums an Finanzierungsquellen verfügen wir über ein hohes Maß an Sicherheit und Flexibilität für die Herausforderungen der internationalen Finanz- und Wirtschaftskrise sowie für die weitere moderate Wachstumsfinanzierung. In der Gesamtschau stellt sich die wirtschaftliche Lage des Konzerns zufrieden stellend dar.

Ein treuer Projektkunde: Er holt im Baustoffzentrum Zaunelemente, Holz und Zement für sein neuestes Projekt, einen Carport für sein Wohnmobil. Vorher rief er mich an. Ich habe ihm bestätigt, dass sein Plan funktioniert.



Etwas Papierkram – muss zwischendurch auch erledigt werden.



Auf der Baustelle nach dem Rechten sehen – Danach noch schnell 'ne Currywurst.



Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

HORNBAACH schafft 466 neue Arbeitsplätze

Zum Bilanzstichtag 28. Februar 2009 standen 12.576 (Vj. 12.110) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einem aktiven festen Arbeitsverhältnis mit der HORNBAACH-Baumarkt-AG bzw. einem ihrer Tochterunternehmen. Damit wurden im Konzern im Zuge der europaweiten Expansion 466 neue Arbeitsplätze geschaffen (plus 3,8%). Im Jahresdurchschnitt und auf Vollzeit umgerechnet wurden im HORNBAACH-Baumarkt-AG Konzern 11.005 (Vj. 10.528) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt.

Die Anzahl der Beschäftigten in Deutschland belief sich auf 7.689 (Vj. 7.813). Hier machte sich vor allem ein Basiseffekt bemerkbar: Wegen des Nachfragebooms in Deutschland im Frühjahr 2007 wurden gezielt Personalkapazitäten insbesondere über Zeitverträge aufgebaut, die im Verlauf des Geschäftsjahres 2008/2009 plangemäß ausgelaufen sind. Im Ausland stieg die Beschäftigtenzahl von 4.297 auf 4.887. Unser Unternehmen verfügt über eine gesunde Altersstruktur. So sind in Deutschland 26% der Beschäftigten jünger als 30 Jahre, ebenfalls 26% sind zwischen 30 und 39 Jahren sowie 28% zwischen 40 und 49 Jahren. Rund 20% zählen zur Generation „50plus“.

Wir bieten Jahr für Jahr als Teil unserer sozialen Verantwortung möglichst vielen jungen Jugendlichen einen qualifizierten Ausbildungsplatz oder ein duales Studium an einer Berufsakademie (BA) an. Im Berichtsjahr wurden im Schnitt 735 (Vj. 728) jungen Menschen Ausbildungsplätze in 13 verschiedenen Ausbildungsberufen einschließlich dualer Studiengänge zur Verfügung gestellt. Den größten Anteil bilden hierbei die 401 (Vj. 410) Auszubildenden, die sich zu Kaufleuten im Einzelhandel qualifizieren wollen. In Deutschland hat HORNBAACH durchschnittlich 615 (Vj. 614) Nachwuchskräfte ausgebildet. Die durchschnittliche Ausbildungsquote in Deutschland erreichte im Berichtszeitraum 8,4% (Vj. 8,5%).

HORNBAACH legt großen Wert auf Chancengleichheit auch bei der Auswahl geeigneter Bewerber für die Berufsausbildung.

Eine Lehrstelle können alle Interessenten bekommen, egal, ob mit Hauptschulabschluss, mittlerer Reife oder Abitur. Gefragt sind insbesondere Freude am Arbeiten im Team, Spaß am Umgang mit Menschen und Eigeninitiative. Um hochqualifizierten Nachwuchs für unser Unternehmen heranzubilden, bieten wir – über das normale Ausbildungsangebot hinaus – zielorientierten und engagierten Schulabgängerinnen und Schulabgängern seit letztem Jahr auch die Chance auf eine internationale Karriere bei HORNBAACH. Im Berichtsjahr absolvierten 25 BA-Studenten im In- und Ausland ein berufs begleitendes Studium. International ist ein Studium in der Schweiz, in Österreich, Schweden und Rumänien möglich.

Qualität im Mittelpunkt der Qualifikation

Die Qualifikation unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den Filialen und Verwaltungen spielt eine Schlüsselrolle in unserem Konzept: Einerseits zielt sie ab auf höchste Qualität bei der Beratung zu komplexen Bau- und Heimwerkerprojekten, andererseits gilt es, die Arbeitsabläufe möglichst effizient zu gestalten. Zu diesem Zweck wurden im vergangenen Geschäftsjahr zahlreiche Trainings- und Weiterbildungsmaßnahmen organisiert.

Im Rahmen der Förderung des Führungskräftenachwuchses absolvierten im Berichtszeitraum 2008/2009 insgesamt 341 Männer und Frauen die Fördermaßnahmen zum Teilbereichsleiter, Assistent-Manager oder Marktmanager. Ein Schwerpunkt war hier die verstärkte Fokussierung aller Maßnahmen auf die strategische Ausrichtung der HORNBAACH-Baumarkt-AG.

Die fachliche Weiterbildung haben im zurückliegenden Geschäftsjahr mehr als 4.100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter besucht. Dabei ließen wir unsere Verkaufsteams von zertifizierten Trainern mit Hilfe von maßgeschneiderten Programmen in den verschiedenen Warenbereichen schulen. Im Mittelpunkt der kundenorientierten Verkaufsförderung standen Fachkompetenz, aktuelle Trends und Produktneuheiten. Zusätzlich haben wir damit begonnen, unsere Verkaufsspezialisten bei

besonders komplexen Projektthemen mit IHK-zertifizierten Weiterbildungen zu qualifizieren.

Unsere Abteilung TrainingMultimedia sorgt dafür, dass alle HORNBACH-Mitarbeiter ständig über aktuelles Know-how in Sachen Arbeitsprozesse und IT-Systeme verfügen. Im Berichtsjahr fanden fast 1.950 ein- bis zweitägige Trainings mit mehr als 15.000 Teilnehmern statt. Der Schwerpunkt lag im vergangenen Geschäftsjahr auf dem Trainings-Rollout zur Einführung des neuen Warenwirtschaftssystems. Die Beschäftigten in allen HORNBACH-Märkten eigneten sich dabei in einem Mix aus Präsenztrainings und E-Learning-Modulen (Blended Learning) die jeweils für ihren Aufgabenbereich erforderlichen Fähigkeiten an. Europaweit wurden in allen Bezirken neue IT-Trainingsräume speziell für diesen Zweck eingerichtet. Überdies setzten wir unsere zwei Schulungstrucks ein. Das sind Lkw-Sattelzüge, die einen komplett ausgestatteten, mobilen Hightech-Schulungsraum für zehn Teilnehmer direkt an Ort und Stelle bringen.

Volumenmäßig an zweiter Stelle standen erneut Trainingsaktivitäten für den Bereich HORNBACH-Projektschau. Hierbei handelt es sich um gesonderte Verkaufs- und Beratungsaktionen wie etwa „Dach ausbauen“, „Orchideenwelt“, „Kinder(T)räume“ oder „Holzterrasse bauen“. Wir entwickelten für jede Projektschau ein spezielles Training, das jeweils mehrere Hundert Fachverkäufer gezielt für die Beratungssituationen dieses Projekts fit macht.

Homogenes Filialnetz

HORNBACH verfügt über eine jahrzehntelange Erfahrung im Betreiben von großflächigen Bau- und Gartenmärkten. Das drückt sich auch in der durchschnittlichen Filialgröße aus, die im letzten Jahr auf mehr als 11.200 (Vj. 11.100) qm gestiegen ist. Diesen Wert erreicht kein anderer Wettbewerber unter den führenden Baumarktbetreibern in Europa. Gleichzeitig verfügen wir über ein sehr homogenes Marktportfolio: 83 % der Verkaufsflächen im Konzern entfallen zum Bilanzstichtag auf Märkte, die größer als 10.000 qm sind. Das erleichtert uns die zügige Übertragung von universellen bzw. innovativen Konzepten auf die alte und neue Fläche (Best-Practice-Ansatz).

Die Kombination aus Homogenität und Großfläche bringt uns überdies erhebliche logistische Vorteile, mit denen wir uns einen Wettbewerbsvorsprung sichern.

Im Berichtsjahr haben wir unser Filialnetz um vier Neueröffnungen bzw. um rund 60.000 qm Verkaufsfläche vergrößert. Drei der neuen Standorte sind Filialen mit kombiniertem Baustoff-Drive-in. Das Drive-in-Konzept zielt darauf ab, dass der Kunde sperrige und schwere Güter wie etwa aus dem Baustoffbereich bequem und direkt ins Fahrzeug laden, dies mit dem Einkauf im Baumarkt kombinieren und die gesamte Ware an einer Kasse bezahlen kann. HORNBACH unterstreicht damit seine traditionelle Kompetenz beim Handel mit Baumaterialien, der dank der Bevorratung auch großer Projektmengen, einer Vielzahl von Serviceleistungen, attraktiver Öffnungszeiten und guter Erreichbarkeit zunehmend auch professionelle Kunden anspricht.

Des Weiteren arbeiten wir kontinuierlich daran, ältere Filialen nach und nach konzeptionell auf den modernsten Stand zu bringen bzw. Betriebsabläufe weiter so zu verbessern, dass die Kundenwünsche noch besser erfüllt werden können. Das schließt Beschilderungen, Regalierungen, Anpassungen im Layout der Filiale bis hin zu Erweiterungen und die Weiterentwicklung des Sortiments mit ein.

Kunden schätzen HORNBACH-Konzept

Richtschnur für die ständige Weiterentwicklung des HORNBACH-Konzeptes ist die Orientierung an den Bedürfnissen unserer Projektkunden. Die leichte Erreichbarkeit der Märkte, die Bevorratung auch großer Artikelmengen, die attraktive Warenpräsentation, höchste Kompetenz bei der Zusammenstellung der Sortimente und bei der fachlichen Beratung und nicht zuletzt eine verlässliche Preisstrategie sind zentrale Kriterien für den Kunden. Die Verbraucher besinnen sich gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten auf Verlässlichkeit und Qualität.

Auch im vergangenen Jahr hat wieder eine Reihe von Verbraucherbefragungen und Branchenstudien dokumentiert, dass HORNBACH gerade bei denjenigen Kunden der bevorzugte

Bau- und Gartenmarkt ist, die umfangreiche Heimwerker- und Bauprojekte rund um Haus, Wohnung und Garten in die Tat umsetzen wollen. Mit der kompetenten Projektorientierung und einem klaren Qualitätsprofil heben wir uns erfolgreich vom Wettbewerb ab.

HORNBACH belegte im „Kundenmonitor Deutschland 2008“ in der Gunst der deutschen Heimwerker erneut einen Spitzenplatz. Im Rahmen der für den deutschen Einzelhandel bedeutendsten Verbraucherstudie, die seit 1992 jährlich erhoben wird, wurden rund 6.000 Baumarktkunden befragt. Mit minimalem Rückstand auf den Erstplatzierten belegten wir wie im Vorjahr Rang zwei. Bestätigt fühlen wir uns auch durch das hervorragende Abschneiden bei wichtigen Einzelkriterien. So behauptete sich HORNBACH im vierten Jahr in Folge bei Auswahl und Angebotsvielfalt, bei der Qualität der Produkte, aber auch beim Produktangebot im Vergleich zum Wettbewerb als bestes Baumarktunternehmen auf dem ersten Platz. Von besonderer Bedeutung ist für uns, dass HORNBACH den Heimwerkern, Gartenliebhabern und Bauherren laut Kundenmonitor das beste Preis-Leistungs-Verhältnis bietet.

In der erstmals in Deutschland durchgeführten Untersuchung „Retailer of the Year“ wurde Hornbach von den Kunden zur beliebtesten Baumarktkette Deutschlands gewählt. Diese Studie wird vom niederländischen Forschungsinstitut Q&A Research & Consultancy durchgeführt. Die Studien-Teilnehmer waren via Internet gebeten worden, für jeweils 16 Branchen ihre „Lieblingsladenkette“ zu nennen. Als Begründung für ihre Wahl konnten die Verbraucher fachkundige Beratung, Preis-Leistungsverhältnis, Kundenfreundlichkeit oder andere Kriterien nennen, ca. 33.000 Verbraucher hatten sich beteiligt.

Auch international Bestnoten

Außerhalb Deutschlands konnte HORNBACH ebenso in einer Reihe von Studien zur Kundenzufriedenheit punkten. In den Niederlanden wurde die oben bereits erwähnte Studie „Retailer of the Year“ zum sechsten Mal durchgeführt. Hier wurde HORNBACH das vierte Jahr in Folge zum „besten Baumarkt der Niederlande“ gewählt. In der Schweiz wiederholten

wir im – analog zum deutschen Pendant durchgeführten – Kundenmonitor 2008 den Vorjahreserfolg und sicherten uns Rang eins bei der Globalzufriedenheit. Ähnliches Bild in Skandinavien: Hier erreichte HORNBACH Platz 1 beim „Schwedischen Qualitätsindex“ in der Rubrik Baumärkte. Mit 3.500 interviewten Konsumenten zählt der Qualitätsindex zu den wichtigsten Verbraucherstudien in Schweden. Die Teilnehmer mussten hier zu Themen wie Produkt- und Servicequalität, Preis und Image ihr Urteil abgeben.

Die hohe Wertschätzung in einzelnen Leistungsbereichen wie etwa der Breite und Tiefe des Sortiments oder der Preispolitik ziehen sich wie ein roter Faden durch die genannten Studien. So wurde HORNBACH in den Niederlanden auf Platz eins in den Kategorien „Sortiment“ und „Angebot“ gewählt, zudem wurde unser Unternehmen zum „Innovationsführer“ in der Branche gekürt. Doch das beste Sortiment nützt nichts, wenn die Preise nicht stimmen. Unsere Dauertiefpreisstrategie kommt den Ergebnissen der Studien zufolge bei den Kunden an: Sowohl im Kundenmonitor Schweiz als auch beim Retailer of the Year in den Niederlanden wurde HORNBACH von den Heimwerkern zum Baumarkt mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis gewählt.

Baumarktkunden achten bei ihren Einkäufen immer mehr auf Serviceleistungen, insbesondere dann, wenn die Produkte vom Fachmann installiert werden sollen. Unser Handwerkerservice (HWS) leistet einen wichtigen Beitrag zur positiven Kundenbeurteilung von HORNBACH. Über diesen Service können unsere Kunden die Verlegung von Bodenbelägen oder die Montage von Garagentoren, Innentüren, Haustüren, Fenstern, Markisen, Kaminöfen usw. in einer unserer Filialen in Auftrag geben. Die Kunden wenden sich an einen zentralen Ansprechpartner und profitieren dabei von einem einheitlichen Auftragsprozess mit klarer Preislistenstruktur. Im Geschäftsjahr 2008/2009 haben wir das Gewerkeportfolio um zwei wichtige Bausteine erweitert. So können unsere Kunden in Deutschland nun auch die Installation von Solarthermieanlagen und die Montage von Edelstahlkaminrohren sowohl für die Schachtsanierung als auch für den Außenwandkaminbau beauftragen. Beide neuen Gewerke stellen wichtige Alternativlösungen für Renovierer

und Sanierer dar. Dank der kontinuierlich verbesserten Serviceangebote und Abwicklungsprozesse verzeichnete der Handwerkservice im Berichtsjahr ein zweistelliges Umsatzplus. Rund 30% des konzernweiten HWS-Umsatzes entfallen auf das europäische Ausland, wo der Leistungskatalog sukzessive eingeführt bzw. erweitert werden soll.

Die Fälle, in denen die Kunden mit ihrem Einkaufserlebnis bei HORNBACH nicht zufrieden sind, werden von unserem Beschwerdemanagement aufgefangen. Dadurch erhalten wir wichtige Hinweise auf Stärken und Schwächen in der operativen Arbeit der Märkte und somit ein Steuerungsinstrument für die Optimierung der Kundenzufriedenheit. Jedes Problem wird in Zusammenarbeit mit den HORNBACH-Filialen in maximal ein bis zwei Tagen gelöst. Bei Produktreklamationen werden zudem der Einkauf und der Lieferant mit eingeschaltet. Die Beschwerdefälle werden monatlich ausgewertet. Im Jahr 2008 wurden 691 (Vj. 693) Fälle bearbeitet.

Dauerniedrigpreispolitik

Der Wettbewerb der DIY-Branche in Europa wird nicht nur über unterschiedliche Handelskonzepte geführt. Er wird begleitet von einem Preiswettbewerb, der auch im vergangenen Geschäftsjahr besonders in gesättigten Märkten wie Deutschland oder Österreich mit unverminderter Intensität ausgetragen wurde. Wir hielten in diesem Branchenumfeld kompromisslos an unserer glaubwürdigen Dauerniedrigpreisstrategie fest, mit der wir uns von den Rabattaktionen der Konkurrenz unterscheiden. Wir sehen darin die beste Basis für nachhaltiges, überdurchschnittliches Wachstum sowie langfristig hohe Ertragskraft.

Unser Ziel ist es, mit größtmöglicher Transparenz, Verlässlichkeit und Ehrlichkeit bei der Preisgestaltung die Kunden dauerhaft an HORNBACH zu binden. Eine an die Dauerniedrigpreise gekoppelte Preisgarantie soll unseren Kunden die Gewissheit geben, dass sie sich zu jedem Zeitpunkt voll und ganz auf die Lösung ihres Projektes konzentrieren können.

Logistik senkt Kosten und CO₂-Emissionen

Ein wichtiger Erfolgsfaktor für den europaweiten Betrieb von großflächigen Bau- und Gartenmärkten ist eine ausgeklügelte Warenwirtschaft im Zusammenspiel mit einem homogenen Filialnetz. HORNBACH hat sich mit dem Aufbau einer eigenen Konzernlogistik über die Jahre einen Wettbewerbsvorteil bei der Beschaffung von Transportleistungen verschafft. Die Logistik kombiniert die Direktbelieferung der Märkte, indirekte Lieferungen über Zentralläger sowie das so genannte Crossdocking.

Auch im vergangenen Geschäftsjahr hat unsere Logistik die Expansion innerhalb Europas aktiv unterstützt und die Grundlage für weiteres Wachstum geschaffen. So nutzen beispielsweise viele Lieferanten diesen Versorgungsweg nach Osteuropa. Gerade mit Blick auf Rumänien ist nicht jeder Hersteller in der Lage, günstige Ganzladungen zusammenzustellen. Durch die Einbindung in die HORNBACH-Logistik konnten Transportkosten optimiert werden. Zusätzliche Kostensenkungspotenziale haben wir nach der erfolgreichen Einführung des neuen Lagerverwaltungsystems in unseren drei Logistikzentren Essingen, Lehrte und Vilshofen in den beiden Vorjahren geschaffen. Im Geschäftsjahr 2008/2009 haben wir die Produktivität in den Logistikprozessen weiter erhöht.

HORNBACH leistet mit seinen Logistikzentren einen nachhaltigen Beitrag zum Umweltschutz. Stichwort: Green Logistics. Ziel ist es, den CO₂-Ausstoß entlang der Wertschöpfungskette der Warenwirtschaft zu reduzieren. Durch die Bündelung der Ladung der Lieferanten entfallen tausende von Lkw-Transporten. Ferner sparen wir mit Hilfe täglich optimierter Tourenplanungen Leerfahrten von und zu unseren Standorten und überflüssige Streckenkilometer ein. Zum Einsatz kommen in der Konzernlogistik nur Lastkraftwagen mit modernen schadstoffarmen Motoren. Darüber hinaus werden die Binnenschifffahrt und die Schiene als Transportwege genutzt, um etwa Importware von Hamburg oder Rotterdam zu den Logistikzentren zu transportieren.

Warenwirtschaft im Fokus der Informationstechnologie

Im Geschäftsjahr 2008/2009 stand die Internationalisierung des integrierten Warenwirtschaftssystems im Fokus der Informationstechnologie. Neben den deutschen Filialen arbeiten nunmehr Filialen in Österreich, der Schweiz, Luxemburg, den Niederlanden und der Tschechischen Republik mit dem neuen System. Im vergangenen Jahr wurden 59 HORNBACH-Standorte im In- und Ausland umgestellt. Bislang wurde das neue Warenwirtschaftssystem in 99 Märkte ausgerollt. Im laufenden Geschäftsjahr werden die Slowakei, Schweden und Rumänien folgen.

Auch die IT leistet ihren Beitrag zur Nachhaltigkeit. Die im letzten Geschäftsjahr getätigten Investitionen in die Rechenzentrumsinfrastruktur haben sich wie erwartet positiv auf die Energiebilanz ausgewirkt. Dies unterstreicht ein im Benchmarkvergleich guter Wert für die sogenannte Power Usage Effectiveness (PUE). Insbesondere die optimierte Klimatisierung des Rechenzentrums durch sogenannte freie Kühlung machte sich im Winter 2008/2009 im Stromverbrauch positiv bemerkbar und trug so zu einer geringeren Belastung mit CO₂ bei.

HORNBACH setzt für die Datenverbindung der internationalen Standorte ein elektronisches Netzwerk (WAN) ein. Im Geschäftsjahr 2008/2009 wurden nach der Konzeptentwicklung bereits mehr als 50 Standorte auf eine neue, leistungsfähigere technologische Plattform umgestellt. Neben einer erheblichen Kostensenkung können dadurch in Zukunft auch die zur Verfügung stehenden Bandbreiten besser genutzt werden. Der Grundstein für den weiteren flexiblen Ausbau des Netzes wurde gelegt. Eine nochmals verbesserte Verfügbarkeit insbesondere in den östlichen HORNBACH-Ländern wird erwartet. Der europaweite Rollout soll im laufenden Geschäftsjahr abgeschlossen werden. Zum 1. Januar 2009 führte die Slowakei den Euro ein. Die damit verbundene Umstellung aller IT-Systeme lief reibungslos.

HORNBACH – „Der packende Baumarkt-Pionier“

Die HORNBACH Kampagnen zelebrierten im vergangenen Geschäftsjahr mit Themenschwerpunkten wie Selbstverwirklichung, Vertrauenssache und Vorstellungskraft einmal mehr das Do-it-yourself. Im Frühjahr ermunterten wir alle zum Ausleben von Individualität und Kreativität, indem wir mit der Kampagne „Mach's wie Du willst! Aber Mach's!“ Lust auf große Vorhaben in Wohnung, Haus oder Garten machten. Im Sommer stand die fachkundige Beratung, die nach einer Forsa-Studie eine entscheidende Rolle bei der Wahl des Baumarktes spielt, im Mittelpunkt. „Wem Du bei Deinem Projekt vertraust, dem kannst Du bei allem vertrauen“ untermauerte die Positionierung von HORNBACH als Projekt-Baumarkt und die Verpflichtung zu bester Beratung. Der Herbst rief auf, seine eigenen Träume und Ideen zu verwirklichen und letztlich der Schaffenskraft keine Grenzen zu setzen.

Ein kommunikatives Highlight war im letzten Geschäftsjahr die einzigartige Verlängerung der Kampagne „Du kannst es Dir vorstellen. Also kannst Du es auch bauen.“: Neben den klassischen Medien wurde diese Kampagne in Form einer Kunstausstellung „Das Haus der Vorstellung“ in Berlin umgesetzt. National wie international renommierte Künstler inszenierten unterschiedlichste Interpretationen des Kampagnen-Gedankens. Ziel war es, die Besucher mit all ihren Sinnen die Rauminstallationen erleben zu lassen und so die Vorstellungskraft anzuregen, was man aus seinen eigenen vier Wänden machen kann.

Neben Fernsehspots nutzen wir sämtliche Medien wie Funk, Print, Plakat oder Internet als Plattform für die HORNBACH-Kampagnen. Ein wesentlicher Bestandteil der Kommunikation sind überdies die Werbehefte und HORNBACH Aktuell Hefte, die neben der Darstellung unserer Sortimentsbreite und -tiefe auch Projektanleitungen, unser Angebot an Services sowie Hinweise auf die monatlich stattfindenden Projektschauen geben.

Unsere Werbekampagnen und Einzelmaßnahmen konnten im Geschäftsjahr 2008/2009 wieder zahlreiche internationale und nationale Preise gewinnen, vom Eurobest Award bis hin zum Megaphon des Jahrbuchs der Werbung für die beste integrierte Kampagne.

HORNBACH verfügt weiterhin über die höchste Werbeakzeptanz in der Branche. Eine breit angelegte Marktforschung über die Marke HORNBACH bestätigt zudem die einzigartige und differenzierende Positionierung von HORNBACH als „Der packende Baumarkt-Pionier“. Durch die über Jahre hinweg rationale wie auch emotionale Kommunikation auf Augenhöhe mit den Heimwerkern hat sich HORNBACH bei den Verbrauchern als unverwechselbares Baumarktunternehmen mit Alleinstellungsmerkmalen etabliert. Unser Ziel ist es, den Aufbau der Marke HORNBACH im europaweiten Standortnetz weiter voranzutreiben und dabei auf die individuellen regionalen Bedürfnisse einzugehen.

Corporate Responsibility

Die HORNBACH-Gruppe bekennt sich über ihre eigentliche Geschäftstätigkeit hinaus zu einem verantwortungsvollen und sozialorientierten unternehmerischen Handeln.

Umweltschutz

Energieeinsparung zur Verminderung des CO₂-Ausstoßes und zur Schonung der verbliebenen Ressourcen ist ein zentrales Thema geworden, vor allem auch im Bereich von Bauen und Renovieren. HORNBACH steht hier als Projektbaumarkt seit Jahren als kompetenter Partner mit einem darauf ausgerichteten Sortiment und qualifizierter Beratung bereit. In Projekt-schauen und Werbeheften wurden die Kunden auch im Berichtsjahr wieder ausführlich über Einsparmöglichkeiten wie beispielsweise durch Vollwärmeschutz, Dachdämmung, Fenster- und Türenaustausch, Regenwassernutzung oder den Einsatz von Energiesparlampen informiert. Ganz besonders im Fokus stand weiterhin die Kommunikation zum Kampf gegen illegalen Holzeinschlag „Kein Tropenholz aus Raubbau“, womit den Kunden der Einkauf von Holzprodukten empfohlen wird, die das Gütesiegel des Forest Stewardship Council (FSC) tragen. Bereits 1996 hatte sich HORNBACH freiwillig gegenüber

dem WWF und Greenpeace verpflichtet, keine un zertifizierten Tropenhölzer zu importieren und war damit Vorreiter in der Baumarktbranche. Im Jahr 2001 haben wir eine eigene Abteilung Qualitätsmanagement und Umwelt geschaffen. Einer ihrer Tätigkeitsschwerpunkte ist der Einsatz zum Schutz der Tropenwälder und einer nachhaltigen Forstwirtschaft, in der zudem die Sozial- und Arbeitsschutz-Standards eingehalten werden.

2007 erhielt HORNBACH als erste international tätige Baumarktkette das FSC Handelskettenzertifikat GFA-COC-002007. In allen HORNBACH-Filialen können insbesondere ökologisch ausgerichtete Handwerksbetriebe, die selbst zertifiziert sind, und alle umweltbewussten Heimwerker aus einem Angebot von rund 1.400 Holzprodukten mit dem FSC-Warenzeichen auswählen, dem umfangreichsten Angebot in der Baumarktbranche überhaupt. Zudem engagiert sich die Gesellschaft auch in internationalen Projekten zum Artenschutz sowie zum Erhalt des natürlichen Lebensraumes und des Waldbestandes.

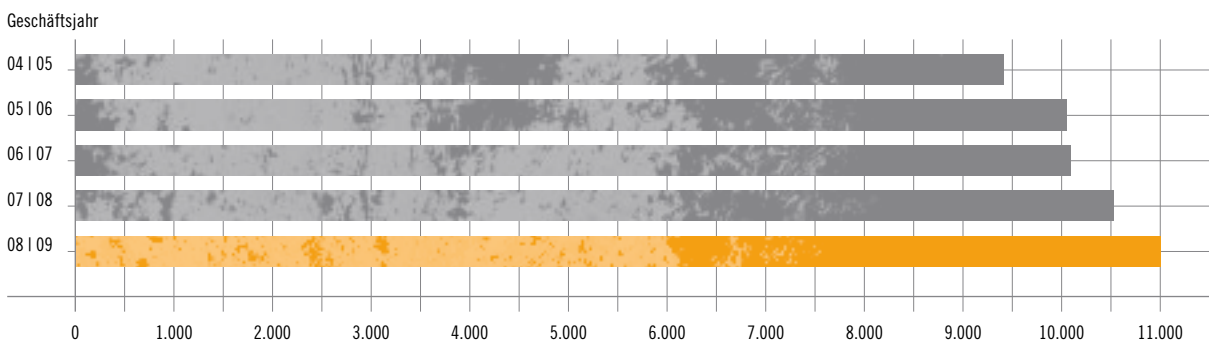
Zu weiteren Schwerpunkten des Qualitätsmanagements zählt die Umsetzung der europäischen Umweltgesetzgebung (Stichworte: RoHS, WEEE, REACH). Ziel ist es dabei, gefährliche Schwermetalle und Chemikalien in Produkten zu identifizieren und möglichst zu vermeiden sowie Wertstoffe intelligent zu entsorgen. HORNBACH profitiert dabei von der engen internationalen Vernetzung mit den Lieferanten und DIY-Fachverbänden.

Umweltengagement ist heute, auch unter dem Gesichtspunkt knapper werdender Ressourcen, nicht mehr denkbar ohne Recycling. Um die Anzahl der Transporte so gering wie möglich zu halten, werden in den HORNBACH-Märkten für die volumenstarken Fraktionen Papier und Kunststoff Müllpressen eingesetzt. Ein ganzheitliches Abfallkonzept fördert das Trennen und damit die Wiederverwertung der übrigen Abfälle.

Auch beim Bau und Betrieb der Märkte kommt aktiver Umweltschutz zum Tragen. So sorgt die Einführung einer neuen Gebäudeleittechnik für eine effizientere Steuerung der technischen Anlagen. Eine konsequente Wärmerückgewinnung der

Mitarbeiterentwicklung

(Jahresdurchschnitt auf Vollzeitbeschäftigte umgerechnet)



Lüftungsanlagen führt zu geringerem Heizenergieverbrauch. Strom wird gespart durch intelligente Steuerungen und Schaltungen sowie grundlegend auch durch den Einsatz einer optimierten Beleuchtung. Überdies ermöglicht der Einbau von Tageslichtbändern und Lichtkuppeln die Nutzung des Tageslichts. Die Lampenabteilungen sind mit Lichtoptimierungssystemen ausgerüstet, die den Energieverbrauch der Abteilung um etwa die Hälfte reduzieren. In Summe ergeben sich durch die Kombination der zuvor beschriebenen Techniken somit Einsparungen bis zu 30 % des derzeitigen gesamten Stromverbrauchs der Märkte.

Mitarbeiter

Chancengleichheit und die Ablehnung jeglicher Form von Diskriminierung sind oberstes Prinzip für HORNBAACH beim Umgang mit seinen Mitarbeitern. Ethnische Herkunft, Geschlecht, Alter, körperliche Einschränkungen oder Religionszugehörigkeit spielen bei der Beurteilung von Bewerbern keine Rolle. Ausschlaggebend sind allein fachliche Kompetenz und Teamgeist. Mit der Unterzeichnung der „Charta der Vielfalt“ im Jahr 2008 setzt sich das Unternehmen für ein vorurteilsfreies Arbeitsumfeld ein.

Auf die Herausforderungen der künftigen Altersversorgung hat HORNBAACH mit einem betrieblichen Vorsorgemodell reagiert.

Es setzt sich aus vier Bausteinen zusammen, die neben tarifvertraglich vereinbarten Altersvorsorgebeiträgen auch Umwandlungsoptionen von freiwilligen Bonuszahlungen und tariflichen Entgeltansprüchen wie etwa Urlaubsgeld enthalten. In Fortschreibung zum derzeit noch bestehenden Angebot der Altersteilzeit wurde außerdem ein Vorsorgemodell eingeführt, das den Mitarbeitern erlaubt über „Zeitwertkonten“ den Einstieg in das Rentenalter individuell gestalten zu können, d.h. vorzeitig in Ruhestand zu gehen.

Der Unternehmenserfolg ist eng an die Kompetenz und den Leistungswillen seiner Mitarbeiter geknüpft. Ihre Bereitschaft, die Ärmel aufzukrempeln, um dadurch das Konzernergebnis zu verbessern, wird durch HORNBAACHs Prämienmodell honoriert. Ein weiterer Baustein, Mitarbeiter am Unternehmenserfolg zu beteiligen, ist die Möglichkeit, Belegschaftsaktien zu erwerben.

Ein besonderes Zeichen sozialer Verantwortung für die Mitarbeiter wurde 2002 durch die Gründung der HORNBAACH Stiftung „Menschen in Not“ gesetzt. Die Stiftung hilft seitdem in Todesfällen, bei Unfällen, schweren Krankheiten. Ihre Solidarität mit der Stiftung dokumentieren die Mitarbeiter selbst durch die Aktion „Mitarbeiter helfen Mitarbeiter“, deren eingehende Spenden zusätzlich vom Unternehmen verdoppelt werden.

Gesellschaft

Die Arbeit der HORNBACH Stiftung ruht auf zwei Säulen. So ist sie auch für Menschen außerhalb des Unternehmens Anlaufstelle in extremen Notsituationen. Insgesamt ist die Stiftung im Berichtsjahr 85 Menschen, sowohl aus dem Unternehmen als auch extern, mit einer Gesamtsumme in Höhe von rund 120.000 Euro beigestanden.

Das gesellschaftliche Engagement, das über die Stiftung hinausreicht, konzentriert sich im Rahmen der Spendentätigkeit bevorzugt auf soziale Projekte, zumal zu Gunsten von Kindern und Jugendlichen. In diesem Sinne engagierten sich zudem die Märkte vor Ort und hatten ein offenes Ohr für Bitten lokaler Vereine.

Als Mitglied der europäischen Metropolregion Rhein-Neckar unterstützt HORNBACH weiterhin die Mannheim Business School bei umfangreichen Renovierungsmaßnahmen des unter Denkmalschutz stehenden Gebäudes. Um auch die wissenschaftliche Exzellenz der Region zu stärken, fördert die HORNBACH-Baumarkt-AG in den kommenden fünf Jahren ein

Forschungsprojekt im Bereich der Molekularen Neurobiologie des Deutschen Krebsforschungszentrums (DKFZ) in Heidelberg mit einer halben Million Euro. In gleicher Höhe unterstützt die Muttergesellschaft HORNBACH HOLDING AG das Projekt. Dadurch wird unter anderem die Einrichtung einer eigenen Professur für eine junge Wissenschaftlerin von internationalem Rang ermöglicht.

Zu den Grundregeln sozialer Verantwortung zählt für HORNBACH überdies die Anerkennung internationaler Standards, die in den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) aufgestellt sind. Gekauft wird daher nur in Fabriken, die Minimalerfordernisse erfüllen wie: den Ausschluss von Kinder- und Zwangsarbeit, keine Einschüchterung von Arbeitern durch Misshandlungen oder verbale Drohungen, die Beachtung von Regeln der Arbeitssicherheit, Einhaltung der Umweltgesetzgebung. Die Lieferanten müssen diese Standards auch bei ihren Vorlieferanten sicherstellen. Standardisierte Fabrik-Audits sollen die Einhaltung dieser Regeln überwachen.

Nachtragsbericht

Nach Abschluss des Geschäftsjahres 2008/2009 wurden im Zuge von Personalveränderungen einige Management- und Dienstleistungsfunktionen, die bislang von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der HORNBACH HOLDING AG abgewickelt worden waren, reorganisiert und im Konzern der HORNBACH-Baumarkt-AG angesiedelt. Zum 1. März 2009 wurden die mit der Bauplanung und Baudurchführung sowie mit der Einrichtung neuer Märkte betrauten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die früher bei der HORNBACH HOLDING AG beschäftigt waren, von der HORNBACH-Baumarkt-AG übernommen und arbeiten auch im Auftrag der Schwestergesellschaft

HORNBACH Immobilien AG. Ferner sind mit Beginn des Geschäftsjahres 2009/2010 die Spezialisten für die Standortentwicklung bei der HORNBACH-Baumarkt-AG beschäftigt. Überdies nimmt die HORNBACH-Baumarkt-AG seit 1. März 2009 auch die Revision für den Gesamtkonzern wahr. Darüber hinaus sind bis zum Drucktermin für diesen Geschäftsbericht keine Ereignisse eingetreten, die für die Beurteilung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der HORNBACH-Baumarkt-AG sowie des HORNBACH-Baumarkt-AG Konzerns von wesentlicher Bedeutung wären.

Abhängigkeitsbericht

Für das Geschäftsjahr 2008/2009 wurde nach § 312 AktG ein Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen erstellt. Zu den berichtspflichtigen Vorgängen wird darin erklärt: „Unsere Gesellschaft hat bei allen hier berichtspflichtigen Rechtsgeschäften mit verbundenen Unternehmen nach

den Umständen, die uns in dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem die Rechtsgeschäfte vorgenommen wurden, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten und ist dadurch nicht benachteiligt worden. Berichtspflichtige Maßnahmen haben im Geschäftsjahr nicht vorgelegen.“

Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht stellt die Grundzüge und die Struktur der Vergütungen des Vorstands und des Aufsichtsrats dar. Er ist Bestandteil des Konzernlageberichts und richtet sich mit Ausnahme der individualisierten Offenlegung der Vergütung nach den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex.

Vergütung des Vorstands

Die Höhe und Struktur der Vorstandsvergütung orientieren sich an der Größe des Unternehmens, seiner wirtschaftlichen und finanziellen Lage sowie dem Erfolg des Unternehmens im Wettbewerbsumfeld. Die Gesamtbezüge und die einzelnen Vergütungsbestandteile stehen ferner in einem angemessenen Verhältnis zu den Aufgaben des jeweiligen Vorstandsmitglieds, seiner persönlichen Leistung und der Leistung des Gesamtvorstands.

Die Bezüge des Vorstands enthalten feste und variable Bestandteile. Das Vergütungssystem des Vorstands besteht aus einer fest vereinbarten Jahresvergütung, die in gleichen monatlichen Teilbeträgen ausbezahlt wird. Weiterhin erhalten die Mitglieder des Vorstands eine Jahrestantieme, die nach Billigung des Konzernabschlusses durch den Aufsichtsrat ausbezahlt wird. Die Höhe der Jahrestantieme bemisst sich am Konzernjahresüberschuss.

Als Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung wurden den Mitgliedern des Vorstands im Rahmen des Aktienoptionsplans 1999 in vier Tranchen Aktienoptionen (2000 bis 2003) zugeteilt.

Das Aktienoptionsprogramm ist auf die Erreichung anspruchsvoller Kursziele der Aktie der HORNBAACH-Baumarkt-AG ausgerichtet. Im Geschäftsjahr 2008/2009 hatten sämtliche Tranchen die Ausübungshürden überwunden. Einzelheiten des Aktienoptionsplans werden im Anhang unter Anmerkung (34) näher erläutert.

Für das Geschäftsjahr 2008/2009 betragen die Gesamtbezüge des Vorstands der HORNBAACH-Baumarkt-AG für die Wahrnehmung seiner Aufgaben für den Konzern T€ 4.399 (Vj. T€ 2.798). Davon entfallen T€ 1.099 (Vj. T€ 1.048) auf die feste Vergütung sowie T€ 3.300 (Vj. T€ 1.750) auf erfolgsbezogene Komponenten. Die Mitglieder des Vorstands besitzen zum Bilanzstichtag 28. Februar 2009 zusammen 21.755 (Vj. 21.875) Aktien der HORNBAACH-Baumarkt-AG.

Mit Blick auf die Größe und Marktstellung des Unternehmens sind die Gesamtbezüge des Vorstands unseres Erachtens insgesamt angemessen. In der Hauptversammlung 2006 stimmten die Aktionäre mit Dreiviertelmehrheit dafür, bis einschließlich Geschäftsjahr 2010/2011 auf eine individualisierte Offenlegung der Vorstandsbezüge zu verzichten (Opting out-Klausel).

Die Arbeitsverträge der Vorstandsmitglieder enthalten weder Pensionszusagen noch Abfindungsklauseln.

Vergütung des Aufsichtsrats

Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in Ziffer 15 der Satzung der HORNBACH-Baumarkt-AG geregelt. Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder setzt sich satzungsgemäß aus einem festen und einem variablen, an der Dividende orientierten Vergütungsbestandteil zusammen. So erhält jedes Mitglied des Aufsichtsrats außer dem Ersatz seiner Auslagen eine nach Ablauf der Hauptversammlung zahlbare jährliche feste Vergütung von € 6.000 sowie eine erfolgsorientierte Vergütung in Abhängigkeit vom Gewinnverwendungsbeschluss der Hauptversammlung und damit der Dividendenausschüttung.

Der Vorsitzende erhält das Dreifache, sein Stellvertreter das Doppelte der festen und der erfolgsorientierten Vergütung. Aufsichtsratsmitglieder, die dem Finanz- und Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats angehören, erhalten zusätzlich € 3.000. Aufsichtsratsmitglieder, die einem anderen Ausschuss

oder mehreren anderen Ausschüssen des Aufsichtsrats angehören, erhalten zusätzlich € 1.500 je Ausschuss. Aufsichtsratsmitglieder, die in einem Ausschuss des Aufsichtsrats den Vorsitz innehaben, erhalten das Dreifache der jeweiligen Ausschussvergütung. Aufsichtsratsmitglieder, die nur während eines Teils des Geschäftsjahres dem Aufsichtsrat angehören, erhalten eine im Verhältnis der Zeit geringere Vergütung.

Die Vergütung des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2008/2009 belief sich auf insgesamt T€ 205 (Vj. T€ 188). Dabei entfallen T€ 92 (Vj. T€ 84) auf die Grundvergütung, T€ 75 (Vj. T€ 69) auf die erfolgsbezogene Vergütung und T€ 38 (Vj. T€ 35) auf die Ausschusstätigkeit. Die Mitglieder des Aufsichtsrats besitzen zum Bilanzstichtag zusammen 19.330 (Vj. 19.390) Aktien der HORNBACH-Baumarkt-AG.

Risikobericht

Risikomanagement im HORNBACH-Konzern

Der Vorstand der HORNBACH-Baumarkt-AG bekennt sich zu einer risikobewussten Unternehmensführung, bei der die Sicherung des Fortbestands des Gesamtunternehmens und seiner Beteiligungsgesellschaften immer höchste Priorität hat. Durch das vom Vorstand implementierte Risikomanagement soll die Risikofrüherkennung mit dem Ziel der proaktiven Risikosteuerung kontinuierlich verbessert sowie eine stetige Optimierung des Chancen-Risiko-Profiles erreicht werden.

Risikopolitische Grundsätze

Die Erzielung eines wirtschaftlichen Erfolgs ist zwangsweise mit Risiken verbunden. Keine Handlung oder Entscheidung darf aber ein existenzielles Risiko, das heißt ein den Fortbestand des Unternehmens oder eines Teilbetriebs gefährdendes Risiko nach sich ziehen. Risiken, die sich weder auf Kern- noch auf Unterstützungsprozesse beziehen, werden vom Konzern grundsätzlich nicht eingegangen. Kernprozesse sind hierbei die Entwicklung und Umsetzung der jeweiligen Geschäfts-

modelle, die Beschaffung der Waren und Dienstleistungen, Standortentscheidungen, die Sicherstellung der Liquidität sowie die Entwicklung von Fach- und Führungskräften. Eingegangene Ertragsrisiken müssen durch die erwartete Rendite angemessen prämiert werden. Maßgebliche Kennziffern hierbei basieren auf der Verzinsung des eingesetzten Kapitals. Nicht vermeidbare Risiken sind – soweit wirtschaftlich sinnvoll – zu versichern. Restrisiken müssen mit dem Instrumentarium des Risikomanagements gesteuert werden.

Organisation und Prozess

Die Verantwortung für das Risikomanagement liegt beim Gesamtvorstand, der durch den Leiter Risikomanagement unterstützt wird.

Die Risikoverantwortlichen in den in- und ausländischen Teilbereichen des Konzerns haben die Aufgabe, Risiken ihres Verantwortungsbereiches durch geeignete Maßnahmen zu steuern. Bei der Risikoidentifikation, Risikobewertung und

auch der Festlegung geeigneter Maßnahmen zur Steuerung der Risiken werden die Risikoverantwortlichen von einem zentralen Risikocontroller unterstützt.

Risiken werden nach Auswirkung und Eintrittswahrscheinlichkeit bewertet. Soweit sie nicht quantitativ messbar sind, werden sie hinsichtlich ihrer Auswirkung qualitativ eingeschätzt. Als Bezugsgrößen dienen dabei die im Konzern verwendeten Zielgrößen (u.a. EBIT).

Die Risiken werden vierteljährlich aktualisiert und an den Vorstand berichtet. Aufsichtsrat und Finanz- und Prüfungsausschuss beraten im halbjährlichen Rhythmus die aktuelle Risikolage. Neben dieser turnusmäßigen Berichterstattung ist auch eine Ad-hoc-Meldung für unerwartet auftretende Risiken definiert und im Risikomanagementprozess implementiert.

Finanzwirtschaftliche Risiken

Die finanzwirtschaftlichen Risiken bestehen aus Währungskurs-, Zinsänderungs- sowie Liquiditäts- und Kreditrisiken.

Währungskursänderungsrisiken

Grundsätzlich unterliegt HORNBAACH durch seine Tätigkeit in Ländern, in denen eine andere Währung als der Euro existiert, dem Risiko von Währungskursänderungen. Hierbei handelt es sich um die Währungen Schweizer Franken, Tschechische Kronen, Schwedische Kronen und Rumänische Lei. Die Abwertung einer ausländischen Währung gegenüber dem Euro führt zu einem niedrigeren Konzernergebnis. Darüber hinaus führt die zunehmende internationale Geschäftstätigkeit der HORNBAACH-Gruppe zu einem steigenden Devisenbedarf sowohl bei der Abwicklung des internationalen Wareneinkaufs als auch bei der Finanzierung von Investitionsobjekten in Fremdwährung. Aus einer Veränderung des Wechselkurses des Euro gegenüber den Einkaufswährungen (hauptsächlich gegenüber dem US-Dollar) können direkte negative Ergebniseffekte resultieren. Offene Fremdwährungspositionen, die einen erheblichen Einfluss auf das Jahresergebnis des Konzerns haben, werden daher durch Hedginggeschäfte (Devisentermingeschäfte) zu großen Teilen abgesichert. Risiken aus Fremdwährungsdarlehen werden über den operativen Cashflow

der in gleicher Währung aktiven Landesgesellschaften abgesichert (natural hedging).

Zinsänderungsrisiken

Zur Absicherung des Zinsniveaus von bestehenden Verbindlichkeiten wurden Zinstauschvereinbarungen (Zinsswaps) abgeschlossen. Durch die Zinsswaps werden variable Darlehenszinsen in feste Zinsen getauscht und somit Zinszahlungen von Krediten abgesichert, die einen erheblichen Einfluss auf das Jahresergebnis des Konzerns haben könnten.

Liquiditätsrisiken

Die Akquisition von Grundstücken, Investitionen in Bau- und Gartenmärkte sowie der Einkauf großer Warenmengen erfordern die Bereithaltung einer permanenten Liquidität. Bilaterale Bankkredite, eine syndizierte Kreditlinie in Höhe von 200 Mio. € und nicht zuletzt die Begebung einer Anleihe der HORNBAACH-Baumarkt-AG in Höhe von 250 Mio. € im Geschäftsjahr 2004/2005 sichern neben den Mittelzuflüssen aus dem operativen Cashflow und Sale & Leaseback-Transaktionen die Finanzierung der weiteren Expansion. Risiken, längerfristige Finanzierungen von neuen Standorten über Banken oder aber Sale & Leaseback-Transaktionen aufgrund der Finanzmarktkrise nicht mehr tätigen zu können, begegnet HORNBAACH durch eine vorübergehende Reduzierung der Investitionen sowie durch kurzfristige Finanzierung auf Basis bestehender Kreditlinien. In Zusammenhang mit der Anleihebegebung sowie der Vereinbarung einer syndizierten Kreditlinie hat sich die HORNBAACH-Gruppe verpflichtet, bestimmte Finanzkennziffern einzuhalten, andernfalls droht unter Umständen die sofortige Rückzahlung der Anleihe bzw. die Kündigung der Kreditlinie. Die Überprüfung dieser Finanzkennziffern erfolgt kontinuierlich. Die für ein effizientes Liquiditätsmanagement erforderlichen Informationen werden durch eine monatlich aktualisierte, rollierende Konzern-Finanzplanung mit einem Planungshorizont von zwölf Monaten sowie durch eine tägliche Finanzvorschau sichergestellt. Derzeit sind keine Liquiditätsrisiken erkennbar.

Kreditrisiken

Durch Auswahl von Vertragspartnern mit ausschließlich guter Bonität bzw. durch Auswahl von Banken, für die Einlagen-Sicherungseinrichtungen bestehen, werden bei Finanzanlagen und derivativen Finanzinstrumenten die Risiken eines finanziellen Verlustes begrenzt. Zudem wurden Bankeinlagen auf mehrere Kreditinstitute verteilt, um das im Zuge der Finanzmarktkrise gestiegene Ausfallrisiko von Bankeinlagen zu reduzieren. Das Risiko von Forderungsausfällen im operativen Bereich ist aufgrund des Handelsformats (cash & carry) bereits erheblich reduziert.

Weitere Detailinformationen zu den finanzwirtschaftlichen Risiken werden im Konzernanhang unter Anmerkung (33) dargestellt.

Externe Risiken

Gesamtwirtschaftliche und branchenspezifische Risiken

Die Abhängigkeit der HORNBACH Bau- und Gartenmärkte von der allgemeinen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und dem verfügbaren Einkommen der Haushalte könnte sich in Perioden mit geringem Wirtschaftswachstum durch eine Kaufzurückhaltung der Kunden äußern. Insbesondere die als Folge der Finanzmarktkrise entstandene weltweite Wirtschaftskrise begründet neue Risiken hinsichtlich stagnierender oder rückläufiger DIY-Umsätze in den europäischen Ländern, in denen HORNBACH tätig ist. Ungeachtet dessen ist eine wesentliche Abhängigkeit von der Konjunkturerwicklung in Deutschland festzustellen. Mit der weiteren Expansion in das europäische Ausland soll eine stetige Risikodiversifizierung erfolgen. Darüber hinaus wird ein wesentlicher Teil der Umsätze mit saisonalen Artikeln erzielt, deren Absatz stark von externen Faktoren wie z. B. dem Wetter beeinflusst wird.

Elementarrisiken

Der weltweit festzustellende Klimawandel hat auch direkten Einfluss auf HORNBACH-Standorte in Deutschland und dem europäischen Ausland. Neben Naturkatastrophen (z. B. Hochwasser) ist die HORNBACH-Gruppe auch Risiken durch Feuer und Explosionen ausgesetzt. Durch konzernweite Versicherungen

sind die wesentlichen Elementarrisiken und eine damit möglicherweise verbundene Betriebsunterbrechung abgedeckt.

Operative Risiken

Standort- und Absatzrisiken

Investitionen in nicht geeignete Standorte können erheblichen negativen Einfluss auf die Ertragskraft des Konzerns haben. Zur Risikominimierung werden deshalb Investitionen in neue Standorte auf der Grundlage von detaillierten Marktforschungsanalysen vorbereitet und Investitionsentscheidungen auf der Basis von dynamischen Investitionsrechnungen und Sensitivitätsanalysen getroffen. Dennoch kann das Risiko einer nicht zufrieden stellenden Umsatzentwicklung aufgrund zusätzlich existierender Einflussfaktoren wie dem Kundenverhalten und der lokalen Wettbewerbssituation nicht gänzlich ausgeschlossen werden. Insbesondere in Ländern mit geringem Marktwachstum und starkem Wettbewerb müssen zur Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit kontinuierlich Investitionen in Standorte und den Ausbau des Kundenservices getätigt werden.

Beschaffungsrisiken

Um den Ausfall von bedeutenden Lieferanten zu vermeiden, wurde ein effizientes Frühwarnsystem entwickelt. Zur Senkung des Risikos einer Unterbrechung der Logistikkette und zur Optimierung der Warenversorgung stehen insgesamt drei Zentralläger für den Gesamtkonzern zur Verfügung. Bei der Beschaffung der Ware unterliegt HORNBACH unter anderem dem Risiko steigender Einkaufspreise für Artikel mit einem hohen Anteil an Rohöl, Kupfer oder Stahl aufgrund der auf den internationalen Rohstoffmärkten volatilen Preise. Dieses Risiko ist durch die aktuell rückläufigen Rohstoffpreise deutlich gesunken, auf die Zukunft bezogen aber weiterhin latent vorhanden. Sollte ferner die mit Kingfisher bestehende Einkaufskooperation aufgrund eines Beteiligungsverkaufs seitens Kingfisher beendet werden, so muss mit insgesamt schlechteren Einkaufskonditionen für bestimmte bisher in Kooperation mit Kingfisher bezogene Ware gerechnet werden.

Rechtliche Risiken

Gesetzliche und regulatorische Risiken

Die HORNBACH-Gruppe unterliegt aufgrund ihrer Geschäftstätigkeit in verschiedenen Ländern diversen nationalen Gesetzen und Bestimmungen. Änderungen von Gesetzen können deshalb zu höheren Compliance-Kosten führen. Neben den hier beispielhaft genannten Risiken von Schadenersatzklagen aufgrund von Patent- und Schutzrechtsverletzungen oder Umwelt- und Produkthaftungsschäden könnte speziell die Verschärfung der nationalen Baugesetze oder Vorschriften zum Erwerb von Grundstücken negative Auswirkungen auf die künftige Ertragslage des Konzerns haben.

Risiken aus Rechtsstreitigkeiten

Die Gesellschaften der HORNBACH-Baumarkt-AG müssen sich im Zuge ihres Geschäftsbetriebes naturgemäß mit gerichtlichen und außergerichtlichen Ansprüchen Dritter auseinandersetzen. Zurzeit ist HORNBACH in keine laufenden oder absehbaren Gerichts- oder Schiedsverfahren involviert, die einen erheblichen Einfluss auf die wirtschaftliche Lage des Konzerns haben könnten.

Führungs- und Organisationsrisiken

IT-Risiken

Die Steuerung der HORNBACH-Gruppe ist maßgeblich von einer leistungsfähigen Informationstechnologie (IT) abhängig. Die ständige Aufrechterhaltung und Optimierung der IT-Systeme erfolgt durch hochqualifizierte interne und externe

Experten. Unberechtigtem Datenzugriff, Datenmissbrauch und Datenverlust wird durch Einsatz entsprechender aktueller Virensoftware, Firewalls, adäquater Zugangs- und Zugriffskonzepte und vorhandener Back-up-Systeme vorgebeugt. Für unerwartete IT-Systemausfälle existieren entsprechende Notfallpläne.

Personalrisiken

Der Einsatz hoch motivierter und qualifizierter Mitarbeiter ist eine der Grundlagen für den Erfolg von HORNBACH. Dieser Pfeiler der Unternehmenskultur hat deshalb großen Stellenwert für den Gesamtkonzern. Die Aufrechterhaltung der Mitarbeiterzufriedenheit wird durch extern durchgeführte Mitarbeiterbefragungen regelmäßig evaluiert, die Mitarbeiterqualifikation durch geeignete Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen ständig verbessert. Allerdings ist HORNBACH bei der Mitarbeiterbindung von hoch qualifiziertem Fach- und Führungspersonal von vielfältigen externen Faktoren wie z. B. der allgemeinen Arbeitsmarkt- und Branchenentwicklung abhängig.

Gesamtbeurteilung der Risikosituation

Im Geschäftsjahr 2008/2009 bestanden für den HORNBACH-Baumarkt-AG Konzern keine bestandsgefährdenden Risiken. Unter Würdigung der aus unserer Sicht wahrscheinlichsten Auswirkung der Finanzkrise sind aus heutiger Sicht keine Risiken zu erkennen, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden oder die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage nachhaltig beeinträchtigen könnten.



Die Kollegen übernehmen für mich die weitere Bearbeitung der Bestellung.



Mein Profi-Kunde erhält neben dem besonderen Service eine HORNBACH-ProfiCard, mit der er zusätzliche Kundenvorteile nutzen kann. Seine neue Bestellung füllen ich ihm persönlich aus.



Der Kunde von heute morgen ruft an, ihm fehlen noch Bitumen-Spachtel und Müllsäcke.



Wenig später holt er es sich ab.

Prognosebericht

Die europäische Do-it-yourself-Branche bietet HORNBACH auch in Zukunft Wachstumschancen, die im Zusammenhang mit den im Risikobericht geschilderten Risiken zu beurteilen sind. Die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben sich im Vergleich zum Vorjahr wegen der massiven Verwerfungen der Weltwirtschaft im Zuge der Finanz- und Wirtschaftskrise deutlich verschlechtert. Mit staatlichen Konjunkturprogrammen versuchen die großen Volkswirtschaften gegenzusteuern. Als Reaktion darauf verändern sich Verbrauchergewohnheiten, von denen die DIY-Branche unter bestimmten Voraussetzungen gleichwohl profitieren kann. Positiv auf die Geschäftsentwicklung der Bau- und Gartenmärkte können sich in den nächsten Jahren überdies eine Reihe von branchenspezifischen Entwicklungstrends (Megatrends) auswirken. Vor diesem Hintergrund entwickeln wir unser Handelsformat und die Unternehmensstrategie mit dem Anspruch von Kontinuität, Verlässlichkeit und Nachhaltigkeit konsequent weiter, um die potenziellen Chancen für künftiges Wachstum bestmöglich zu nutzen.

Gesamtwirtschaftliche Chancen

Im März 2009 verging kaum ein Tag, an dem nicht eine Prognose nach unten revidiert wurde. Der Internationale Währungsfonds (IWF) sagte für das laufende Jahr voraus, dass die Weltwirtschaft zum ersten Mal seit dem Zweiten Weltkrieg schrumpfen wird. Demnach wird 2009 ein Rückgang der globalen Wirtschaftsleistung um 0,5% bis 1,0% erwartet. Nach Ansicht des IWF hat die anhaltende Finanzkrise wesentlich stärker auf die Gesamtwirtschaft durchgeschlagen als noch zu Jahresbeginn angenommen, als der Fonds noch ein leichtes Wachstum um 0,5% prognostiziert hatte. Entsprechend wurden auch die Prognosen für die Entwicklung in den Industrieländern gesenkt.

In der größten Volkswirtschaft der Welt, den USA, erwartete der IWF für 2009 nun einen Rückgang des BIP von 2,6% (zuvor: minus 1,6%). Für den Euroraum wurde die Schätzung von minus 2,0% auf minus 3,2% zurückgenommen. Auch die Weltbank warnte vor einer globalen Rezession in diesem Jahr.

Als wesentlichen Grund sieht sie den Absturz der Industrieproduktion. Zudem droht der Welthandel 2009 so dramatisch einzubrechen wie noch nie seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges. Nach Prognosen der Welthandelsorganisation WTO könnte das globale Handelsvolumen aufgrund der erlahmenden Nachfrage in der schwersten Wirtschaftskrise seit Jahrzehnten um 9% einbrechen. Besonders davon betroffen sind die exportlastigen Volkswirtschaften.

In der Eurozone hat die Industrie ihre Produktion zum Jahresbeginn angesichts ausgebluteter Orderbücher immer stärker gedrosselt. Im Januar 2009 fiel der Output den Angaben von Eurostat zufolge saisonbereinigt um 3,5% gegenüber Dezember 2008 und binnen Jahresfrist um 17,3%. Am schärfsten kürzten die Hersteller von Investitionsgütern ihre Produktion. Vor diesem Hintergrund gingen die Konjunkturoperaten davon aus, dass das reale Bruttoinlandsprodukt in der Währungsunion im ersten Quartal 2009 mindestens so stark geschrumpft ist wie das Vorquartal (minus 1,5%).

Mit umfangreichen Rettungsmaßnahmen für die Kreditwirtschaft, expansiver Geldpolitik und aus der Not geborenen Konjunkturprogrammen haben sich die großen Industrienationen und einige Schwellenländer gegen die Krise gestemmt, um wieder Stabilität in die Weltwirtschaft zu bringen. Die Konjunkturprogramme sehen teilweise Maßnahmen vor, die direkt die Einkommenssituation der Haushalte und damit auch die Konsumentennachfrage verbessern sollen. Indirekt sollen milliardenschwere Infrastrukturprojekte helfen, die Beschäftigung und die verfügbaren Einkommen der Verbraucher zu verbessern. Daher ist davon auszugehen, dass der Handel in Europa unter der Rezession weniger zu leiden hat als andere Branchen. Die Unsicherheiten auf den Märkten und die konjunkturellen Abwärtsrisiken bleiben nichtsdestotrotz sehr groß. Das Gros der Forschungsinstitute und Bankenvolkswirte sieht erst ab dem Jahr 2010 die Chance auf eine leichte Konjunkturerholung.

Der Einbruch der Weltkonjunktur hat den Exportweltmeister Deutschland besonders in Mitleidenschaft gezogen. Die deutsche Wirtschaft wird im Jahr 2009 nach Einschätzung von Konjunkturobersten in die tiefste Rezession in der Geschichte der Bundesrepublik rutschen. Ausmaß und Dauer des Einbruchs der gesamtwirtschaftlichen Leistung sind unklar. Je mehr Daten über die ersten Monate des Jahres auf den Tisch kamen, umso düsterer wurden die Aussichten der Wirtschaftsforscher. Die laufend nach unten revidierten Schätzungen der Institute und Banken pendelten sich zuletzt zwischen minus vier und fünf Prozent für 2009 ein. Besonders schwarz sieht die Commerzbank, die im März sogar mit einem Minus des Bruttoinlandsprodukts in Höhe von sechs bis sieben Prozent rechnete. Ausschlaggebend für den Pessimismus ist insbesondere der scharfe Rückgang der Industrieproduktion. Das produzierende Gewerbe wurde im Januar vom Absturz bei den Auftragseingängen und Ausfuhren schwer getroffen und drosselte seine Erzeugung im Vergleich zum Vormonat um unerwartet hohe 7,5%.

Im Frühjahr war eine Trendwende bei den Auftragseingängen der deutschen Industrie noch nicht absehbar. Somit dürfte auf dem Arbeitsmarkt nicht mit einer schnellen Erholung zu rechnen sein. Vielmehr ist zu erwarten, dass die Arbeitslosenzahlen der Entwicklung des BIP mit einigen Monaten nachlaufen. Die Kurzarbeit verzögert das Übergreifen der Rezession auf den Arbeitsmarkt. Prognosen zufolge könnte es 2010 nach dem Auslaufen von Kurzarbeit zu einem kräftigen Anstieg der Arbeitslosenzahlen weit über die Marke von vier Millionen kommen. Dies erhöht das Abwärtsrisiko für die Binnennachfrage, die seitens der Unternehmensinvestitionen 2009 keine Unterstützung erwarten darf.

Lichtblicke gab es am Ende des ersten Kalenderquartals nur wenige. Immerhin stiegen im März die ZEW-Konjunkturerwartungen und die europäischen Einkaufsmanagerindizes überraschend. Die darin zum Ausdruck kommende abgebremste Fallgeschwindigkeit der Wirtschaft brachte das Erreichen der konjunkturellen Talsohle in der zweiten Jahreshälfte 2009 zumindest in den Bereich des Möglichen. Laut Ifo-Geschäftsklimaindex sank die Wirtschaftsstimmung im

gleichen Monat zwar auf den tiefsten Stand seit Anfang der Achtziger Jahre; gleichwohl verbesserten sich die Geschäftserwartungen zum dritten Mal in Folge. Nach einer Faustformel gilt das als Signal für eine bald bevorstehende Konjunkturerholung.

Hoffnungen auf eine Stabilisierung der deutschen Volkswirtschaft im Jahresverlauf werden an die Konjunkturprogramme der Bundesregierung, sinkende Zinsen sowie niedrige Rohstoff- und Verbraucherpreise geknüpft. Eine wichtige Ankerfunktion dürften dabei die öffentlichen Investitionen und der private Verbrauch übernehmen.

Branchenspezifische Chancen

Die große Unbekannte in den Jahren 2009 und 2010 ist der private Konsum. Viele Konjunkturbeobachter gehen davon aus, dass der Konsum der Privathaushalte, der fast 60% zum deutschen BIP beiträgt und traditionell keine sehr großen Veränderungsraten erreicht, gerade wegen seines Beharrungsvermögens den Absturz der Gesamtwirtschaft abfedern, wenn auch nicht verhindern kann. Im Gegensatz zu den Unternehmen dürften die Verbraucher im Jahresverlauf 2009 von der Krise noch wenig zu spüren bekommen. Das Thema Arbeitslosigkeit wird den Konsum laut GfK voraussichtlich erst Ende des Jahres beeinflussen. Die Nürnberger Konsumforscher prognostizierten im Februar ein Konsumwachstum von bis zu 0,5% im Jahr 2009.

Die Stimmung bei den Verbrauchern wurde seit Ende 2008 durch die stark rückläufige Inflationsrate und die deutlich nachlassenden Benzin- und Energiepreise gestützt. Dies stärkte die Kaufkraft, die auch von den Lohnabschlüssen des vergangenen Jahres profitierte. Die Abwrackprämie oder auch die avisierten Rückzahlungen aus der Pendlerpauschale sorgten überdies dafür, dass die Kaufkraft trotz Krise keinen Dämpfer bekam. So hellte sich denn der GfK-Konsumklima-Index für März leicht auf und blieb trotz täglicher Krisenmeldungen auch für April stabil.

Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) erwartete in seiner Jahresprognose 2009, dass sich der nominale

Einzelhandelsumsatz in einem Korridor von Null bis minus 1 % bewegt. Preisbereinigt wäre das gleichbedeutend mit einem Minus von 1 % bis 2 %. Damit würde sich der deutsche Einzelhandel angesichts der düsteren Konjunkturaussichten achtbar schlagen. Das Ergebnis hängt laut HDE vorrangig von der Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt in der zweiten Jahreshälfte ab.

Der Bauwirtschaft könnte im Jahr 2009 eine Schlüsselrolle bei der Überwindung der Rezession zukommen. Die Finanzkrise wird die Baubranche erst mittelfristig treffen, da Bauüberhänge im Nichtwohnbau aus dem Jahr 2008 für einen Auftragspuffer sorgen. Der Hauptverband der Deutschen Bauindustrie ging zum Jahresanfang davon aus, dass die gesamtwirtschaftliche Rezession nach einem stabilen ersten Halbjahr erst ab dem Sommer 2009 die Bauwirtschaft erreichen werde. Beim Wirtschaftsbau wird mit einem Umsatzrückgang von nominal 5 % gerechnet, während der öffentliche Bau und Baumaßnahmen im Wohnungsbestand von den staatlichen Konjunkturprogrammen profitieren sollten. Unterm Strich könnte der Umsatz im Bauhauptgewerbe bei optimistischer Einschätzung nominal auf dem Vorjahresniveau verharren.

Inwiefern sich die konjunkturellen Effekte 2009 auf die Branche der Bau- und Gartenmärkte in Deutschland auswirken, war zum Jahresbeginn noch nicht absehbar. Das erste Kalenderquartal 2009, für das bis zum Abschluss dieses Berichts noch keine öffentlichen Daten vorlagen, dürfte von einer schwachen Umsatzentwicklung im Februar und März geprägt worden sein. Aufgrund des bis weit ins Frühjahr andauernden strengen Winters verschob sich der Start in die wichtige Frühjahrssaison nach hinten. Der Branchenverband BHB machte deutlich, dass für eine belastbare Jahresprognose mindestens die Ergebnisse der ersten drei Monate abgewartet werden müssen, und verwies auf die erheblichen Prognoseunsicherheiten wegen der Wirtschaftskrise. Doch während andere Handelsssegmente mit Umsatzeinbußen rechnen müssen, sehen Branchenbeobachter auch in der Krise Wachstumschancen für die deutschen DIY-Anbieter.

Kapitalausstattung und solides Konzept entscheidend

Innerhalb der Branche der Bau- und Gartenmärkte hat sich der Konsolidierungsdruck seit der Verschärfung der Finanzkrise im Jahr 2008 deutlich erhöht. Neben dem unvermindert intensiven Preis- und Qualitätswettbewerb im überbesetzten deutschen DIY-Markt haben sich bei einigen Wettbewerbern die Finanzierungsspielräume dramatisch eingengt. Expansions- und Modernisierungsvorhaben oder auch Erhaltungsinvestitionen müssen notgedrungen zurückgefahren oder gar gestoppt werden. Das trifft vor allem auf Anbieter mit dünner Eigenkapitaldecke, geringer Liquidität, weniger wettbewerbsfähigen Kostenstrukturen und konzeptionellen Defiziten zu.

Dank unserer klaren Marktpositionierung und Konsequenz, mit der wir unser großflächiges Handelsformat im In- und Ausland ständig weiterentwickeln, sehen wir auch unter den verschärften konjunkturellen Rahmenbedingungen im deutschen und europäischen DIY-Markt weiteres Wachstumspotenzial. Auf der Basis einer soliden Eigenkapitalausstattung, hoher Unternehmensliquidität und eines breiten und flexiblen Finanzierungsportfolios sind wir in der Lage, trotz der Turbulenzen an den internationalen Finanzmärkten Expansionschancen gezielt wahrzunehmen und in die Zukunft zu investieren.

Kundenpotenziale und Strukturvorteile nutzen

Deutschland ist der größte europäische Do-it-yourself-Markt. In keinem anderen EU-Land geben die Haushalte mehr für Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf aus. Die Größe macht den deutschen DIY-Markt damit per se interessant. Die Herausforderung ist dabei jedoch: Die Bau- und Heimwerkmärkte haben in Deutschland noch nicht ihr volles Kundenpotenzial ausgeschöpft. Dieser Vertriebsweg deckt in Deutschland weniger als die Hälfte des geschätzten DIY-Marktvolumens ab. Die Mehrzahl der DIY-Produkte wird – im Gegensatz zu Großbritannien und Frankreich – im Facheinzelhandel, im Baustoffhandel oder über andere Vertriebskanäle eingekauft. Das zeigt Potenziale für die Baumärkte auf, wenn es ihnen gelingt, durch entsprechende Kundenorientierung und Konzepte weitere Marktanteile von den konkurrierenden Vertriebsformen abzuziehen. Mit unserem Großflächenkonzept,

mit dem wir auch dem etablierten Fachhandel paroli bieten, sehen wir uns hier gut positioniert.

Ein generelles Problem sind die Flächenüberkapazitäten im dicht besetzten deutschen DIY-Markt. Allerdings muss dieser Überbesatz differenziert betrachtet werden. Es kommt auf die Wettbewerbsbedingungen in den jeweiligen Einzugsgebieten an. Lokal und regional gibt es in Deutschland immer noch Ballungsräume, in denen der Besatz mit Bau- und Gartenmärkten unterdurchschnittlich ist. Diese „weißen Flecken“ nutzen wir gezielt für selektives Wachstum. Dabei können wir in der jeweiligen örtlichen Wettbewerbssituation unsere Struktur- und Größenvorteile, die sich insbesondere in der Attraktivität unserer Standorte und der höchsten Flächenproduktivität der führenden deutschen Baumarktbetreiber niederschlagen, in die Waagschale werfen. In Verbindung mit der europaweit höchsten durchschnittlichen Filialgröße hat HORN BACH dadurch ein enormes Verdrängungspotenzial.

Rückbesinnung auf Wohnung und Garten

Die Erfahrungen aus der Vergangenheit zeigen, dass sich Menschen in unsicheren Zeiten stärker als sonst ins Private zurückziehen (Cocooning). Die Verbraucher besinnen sich wieder mehr auf die eigenen vier Wände und sind bereit, in die Verschönerung und Ausstattung ihrer Wohnungen zu investieren. Das Heimwerken oder die Freude am Gestalten des eigenen Wohnumfeldes gewinnt als Freizeitbeschäftigung noch mehr an Popularität. Marktforscher sind sich einig, dass zudem der Gartenmarkt auch in Zukunft zu den dynamischen Wirtschaftszweigen zählen wird. Der Garten und die Gestaltung wohnungsnaher Freiflächen genießen einen hohen Stellenwert. Laut Studien der BBE Retail Experts bewegt sich der Gartenmarkt nach einigen schwächeren Jahren wieder auf Wachstumskurs. Für den Zeitraum 2009 bis 2013 wird mit einem Anstieg des Marktvolumens um vier Prozent gerechnet. Von diesen Entwicklungen sollte der DIY-Markt profitieren können. HORN BACH hat sich mit seinem Konzept in besonderer Weise auf die Bedürfnisse der Projektkunden eingestellt – egal ob es sich um Projekte in Haus, Wohnung oder Garten handelt.

Hoffnungsschimmer im rückläufigen Wohnungsbau

Die Zahl der Baugenehmigungen erreichte 2008 in Deutschland einen neuen Tiefststand. Gegenüber dem Vorjahr wurden 5,6% weniger Wohnungen genehmigt. Besonders hart traf es die Wohnungen in Ein- und Zweifamilienhäusern mit einem Minus von 6,9% bzw. 6,0%. Das durch die Wirtschaftskrise ausgelöste Umdenken vieler Verbraucher bezüglich Wohneigentums sowie demografische Entwicklungen könnten jedoch den Rückwärtstrend im Wohnungsneubau zumindest teilweise kompensieren.

Angesichts der massiven Wertvernichtung an den Kapitalmärkten durch die Finanz- und Wirtschaftskrise hat sich das Bewusstsein vieler Anleger verändert. Bei der Suche nach dem sicheren Hafen für die Geldanlage und Altersvorsorge könnte die eigene Immobilie – auch in Verbindung mit der Riesterförderung von Eigenheimen („Wohn-Riester“) – als bleibender Sachwert wieder an Attraktivität gewinnen. Gleichzeitig steigt die Zahl der Privathaushalte nach Schätzungen von LBS Research mindestens noch in den nächsten zehn bis 15 Jahren weiter an. Als Hauptursache dafür werden der anhaltende Trend zu kleineren Haushalten genannt: Der Wandel der Lebensstile führt gerade bei der Bevölkerung jüngerer und mittleren Alters zu einer Zunahme der Single-Haushalte. Die steigende Lebenserwartung lässt zusätzlich die Zahl der kleineren Haushalte auch im Seniorenalter wachsen. Ein- und Zweipersonenhaushalte würden nach einer LBS-Hochrechnung zufolge im Jahr 2020 bereits 77% aller Haushalte ausmachen, fünf Prozentpunkte mehr als noch 2005. Damit könnte die Neubautätigkeit einen positiven Impuls bekommen, der auch in der DIY-Branche für höhere Nachfrage nach Baumaterialien sorgen könnte.

Wachstum im Kerngeschäft Modernisieren

Das Bauen im Bestand (Modernisierungs- bzw. Renovierungsmarkt) hat in den letzten Jahren für die Geschäftsentwicklung der Bau- und Gartenmärkte stetig an Bedeutung gewonnen. Seit 1998 übersteigt der Umsatz am Modernisierungsmarkt das Neubauvolumen. Inzwischen entfallen mehr als 70% des gesamten Bauvolumens in Höhe von knapp 130 Mrd. € auf Modernisierungsvorhaben, auf den Neubau nur noch knapp

30%. Nach Angaben der Heinze Marktforschung wird das Bauvolumen bis zum Jahr 2020 stabil bleiben, weil der Modernisierungsmarkt den Umsatzausfall im rückläufigen Neubau kompensieren kann. Das bedeutet, dass sich die Baumarktbranche seitens der Bauinvestitionen eine gewisse Stabilität erhoffen darf. Dies umso mehr, als Experten die Modernisierung von Wohnbauten als relativ wenig krisenanfällig einschätzen. Als Wachstumstreiber sind unter anderem die Altersstruktur von Wohnungen und Häusern, die Energieeffizienz von Gebäuden, das altersgerechte Umbauen und positive Effekte der Erbgeneration zu nennen.

- Die Altersstruktur der Wohnungen in Deutschland signalisiert einen steigenden Instandhaltungs- und Modernisierungsbedarf. 75% der Wohnunten sind älter als 30 Jahre; nur etwa 3% wurden nach dem Jahr 2000 gebaut. Nach einem Dekra-Gutachten ist fast jedes dritte Einfamilienhaus in Deutschland renovierungsbedürftig. Jedes zweite der zwischen 1949 und 1960 errichteten Eigenheime ist bislang nicht umfassend saniert worden und entspricht mit Blick auf die Energieeffizienz nicht mehr dem heutigen Stand der Technik. Da ohne Renovierungsmaßnahmen der Immobilienwert verloren geht, wird der Bedarf an Bauleistungen und -produkten tendenziell zunehmen. Ein hoher Investitionsbedarf besteht bei der Heizungstechnik und der Wärmedämmung. Allein um den Gebrauchswert der Eigenheime über die Instandhaltung zu sichern, müssten die Hauseigentümer laut Dekra zwischen 5.000 € und 20.000 € investieren.
 - Vor dem Hintergrund langfristig steigender Energiekosten und des Klimaschutzes gewinnt das Thema Energieeffizienz nachhaltig an Bedeutung. Durch Energiesparmaßnahmen rund um das Haus lassen sich bis zu 70% des Energieverbrauchs einsparen. Mit dem Anfang Dezember 2008 verabschiedeten ersten Konjunkturpaket hat die Bundesregierung das CO₂-Gebäudesanierungsprogramm der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) für die Jahre 2009 bis 2011 um drei Milliarden Euro aufgestockt. Über das KfW-Programm können zinsverbilligte Kredite oder Zuschüsse für umweltschonende Investitionen in die
- Energieeinsparung in Haus und Wohnung abgerufen werden. Das Bundesbauministerium zog nach den ersten beiden Monaten im Jahr 2009 eine positive Bilanz: Trotz Krise und harten Winters wurden mehr als 12.000 Förderzusagen erteilt, die ein Investitionsvolumen von rund 1,2 Mrd. € anstoßen – rund 20% mehr als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Dank der besseren steuerlichen Absetzbarkeit von Handwerkerleistungen gibt es zusätzliche Anreize für Instandhaltungen und Modernisierungen. Diese Maßnahmen werden voraussichtlich das Baumarktgeschäft beleben, da viele private Bauherren, professionelle Wohnungsunternehmen und Handwerker ihren Bedarf an Baumaterialien auch über die DIY-Branche decken werden.
- Positive Impulse für leistungsstarke und serviceorientierte Baumarktbetreiber sollten auch vom 2008 sukzessive eingeführten Energieausweis ausgehen. Mit Inkrafttreten der Energieeinsparverordnung (EnEV) müssen Hausbesitzer neuen Mietern und Eigentümern einen Pass über den Energieverbrauch ihres Gebäudes vorlegen. Für Gebäude mit bis zu vier Wohnungen, die vor 1978 gebaut wurden, wird der bedarfsorientierte Energiepass zur Pflicht. Dieser liefert Mietern und Käufern von Wohnungen oder Häusern Informationen über den Gebäudezustand, Öl- oder Gasverbrauch, Wärmedämmung sowie Anreize für Sanierungen. Wer künftig Mittel aus staatlichen Förderprogrammen bekommen möchte, muss den am Bedarf ausgerichteten Energiepass vorlegen.
 - In 30 Jahren werden etwa 7,5 Mio. Menschen in Deutschland über 80 Jahre alt sein. Das sind fast doppelt so viele wie heute. 23,7 Millionen Menschen in der Bundesrepublik sind dann über 65 Jahre alt. Altersgerechtes Bauen ist angesichts dieser demografischen Entwicklungen eine Herausforderung für die Anpassung bestehenden Wohnraums, damit ältere Menschen möglichst lange unabhängig und selbstbestimmt in ihrer vertrauten Umgebung leben können. Der Bedarf an Lösungen für das altersgerechte Bauen wie etwa barrierefreie Gebäude- und Wohnungszugänge, Einbau von Aufzügen, Türverbreiterungen oder der Umbau von Sanitärräumen wird immer mehr zunehmen. Investitionen

in das altersgerechte Umbauen werden vom Staat über zinsverbilligte KfW-Darlehen gefördert. Im Rahmen des Konjunkturpakets wurden zusätzliche Mittel in Höhe von rund 240 Mio. € für die Jahre 2009 bis 2011 zur Verfügung gestellt.

- Nach Expertenschätzungen wird in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2020 ein Gesamtvermögen von rund 3,3 Billionen € Generationen übergreifend vererbt. In fast der Hälfte aller Erbschaftsfälle sind auch Immobilien im Spiel. In vielen Fällen wird mit dem Übergang der Immobilie auf die neue Generation auch eine Entscheidung für ein Sanierungs- oder Renovierungsvorhaben getroffen.

Der Modernisierungsmarkt, insbesondere das seniorengerechte Bauen sowie Investitionen in die Energieeffizienz, wird für die Branche der Bau- und Gartenmärkte künftig eine immer wichtigere Rolle spielen. HORNBACH hat sich mit seinem kompetenten Sortiment und Serviceangebot bereits frühzeitig auf diesen Wachstumsmarkt eingestellt.

Chancen der Internationalisierung

Über die Chancen im deutschen DIY-Markt hinaus bietet die Expansion ins Ausland zusätzliche Wachstumsperspektiven. Zu diesem grenzüberschreitenden Schritt haben sich zahlreiche führende deutsche Baumarktanbieter schon vor Jahren entschieden. Außerhalb Deutschlands sehen wir für HORNBACH weiterhin vielversprechende Entwicklungsmöglichkeiten. International sind wir seit dem Markteintritt 1996 in Österreich und sukzessive in acht weiteren europäischen Ländern jedes Jahr flächenbereinigt im Schnitt um mehr als 5% gewachsen. Wegen des zunehmenden Reifegrades regionaler DIY-Märkte, aber auch wegen der negativen Einflüsse der globalen Wirtschaftskrise auf der Verbraucherstufe wird damit zu rechnen sein, dass die jährlichen Wachstumsraten in den kommenden Jahren unter dem langjährigen Mittelwert liegen werden. Gleichwohl sehen wir international weiterhin das Potenzial, höhere Umsatzzuwächse zu erzielen als in Deutschland. Dies gilt nach unserer Auffassung auch für die osteuropäischen Märkte, die aufgrund ihrer teilweise starken Verflechtung mit der internationalen Automobilindustrie,

sinkender Auslandsinvestitionen und durch wechselkursbedingte Inflation stark unter der aktuellen Rezession zu leiden haben. Die im Vergleich zu Deutschland höhere Bauaktivität, der höhere Nachholbedarf bei Sanierungen und Modernisierungen und die allgemeine Begeisterung für das Heimwerken bieten unseren Bau- und Gartenmärkten in Osteuropa auf lange Sicht gute Chancen auf Umsatz- und Ertragssteigerungen.

Überdies ist in einigen Ländern die Wettbewerbsintensität im Segment der großen Bau- und Heimwerkermärkte im Vergleich zu Deutschland oder Österreich deutlich geringer. Gerade Wettbewerber mit großflächigen Bau- und Gartenmärkten haben in den letzten Jahren dank ihrer attraktiven Sortimentsauswahl und Preisgestaltung ihre Marktanteile zu Lasten der einheimischen kleinen und mittelständischen Handelsunternehmen ausgebaut. Unsere erfolgreiche Geschäftsentwicklung in Europa rechtfertigt die weitere internationale Expansion und wird uns im Sinne der Risikodiversifizierung unabhängiger machen von den Marktbedingungen in Deutschland.

Strategische Chancen

Unser Ziel ist es, die Marktposition von HORNBACH im europäischen Do-it-yourself-Markt durch organisches Wachstum kontinuierlich auszubauen. Umsatz und Profitabilität sollen durch die Expansion eines international erfolgreichen Handelsformats nachhaltig gesteigert werden. Im Mittelpunkt stehen dabei die strategische Weiterentwicklung unseres Konzepts und der Ausbau unseres Filialnetzes an Standorten mit überdurchschnittlichem Wachstumspotenzial im In- und Ausland. Dabei werden auch die Chancen berücksichtigt, die sich aus den Veränderungen der oben geschilderten wirtschaftlichen und branchenspezifischen Rahmenbedingungen ableiten lassen.

- Die Unternehmensstrategie konzentriert sich auf den Projektgedanken. HORNBACH kann sich mit diesem Ansatz, der sich in der Sortiments-, Service- und Preispolitik widerspiegelt, zunehmend von seinen Wettbewerbern differenzieren. Die **unverwechselbare Differenzierung** ist notwendig, um den Konsolidierungsprozess insbesondere in

Deutschland aktiv voranzutreiben. Die gute Finanzausstattung, das öffentliche Unternehmensrating und die Flexibilität bei der Refinanzierung über den Kapitalmarkt versetzen uns in die Lage, dass wir auch in Zukunft in die Differenzierung des HORNBACH-Formats erhebliche Mittel investieren können. Dieser Aspekt gewinnt vor dem Hintergrund der Finanz- und Wirtschaftskrise zusätzlich an Bedeutung. Überdies werden wir aufmerksam beobachten, welche unternehmensstrategischen Optionen sich aus dem weiteren Konzentrationsprozess der DIY-Branche in Deutschland und auf europäischer Ebene ergeben.

- Unverrückbarer Bestandteil unserer konzernweit einheitlichen Strategie ist eine verlässliche **Dauerniedrigpreispolitik**. Wir glauben, dass wir Kunden auf lange Sicht besser an HORNBACH binden können, wenn wir diesen dauerhaft den besten Marktpreis bieten und garantieren. Gerade unsere Hauptzielgruppe der Projektkunden, die oft größere Renovierungsarbeiten durchführen, will langfristig kalkulieren. Mit zeitlich befristeten Rabattaktionen ist dies kaum möglich.
- Baumarktkunden achten nicht nur auf wettbewerbsfähige Preise, sondern auch auf die **Qualität** der angebotenen Produkte und Beratungsleistungen. Wir haben mit der Fokussierung auf Qualität der Sortimente und professionelle Beratung bei allen Bau- und Heimwerkerprojekten die Kundennachfrage im Geschäftsjahr 2008/2009 deutlich erhöhen können. Bestätigt fühlen wir uns in unserem qualitätsorientierten Konzept durch eine von HORNBACH in Auftrag gegebene repräsentative Forsa-Umfrage. Demnach spielt für drei Viertel der befragten Kunden die Beratung durch kompetentes Personal und gute Warenqualität die entscheidende Rolle bei der Beurteilung eines Baumarkts.
- Wir sehen uns mit Blick auf den immer bedeutsameren **Modernisierungsmarkt** und hier vor allem die gestiegenen gesetzlichen Anforderungen an die **Energieeffizienz von Gebäuden** erstklassig in der Branche positioniert. Auch in Zukunft werden wir komplexe Projekte wie die Fassadendämmung und den Austausch von Fenstern und Türen als Projektschau in den Märkten präsentieren. Die Projektschau ist ein innovatives Marketinginstrument zur Intensivierung der Projektidee. Unsere Kunden erhalten durch Vorführungen auf speziellen Event-Flächen der Märkte fachliche Beratung, Informationen und Anregungen, wie sie zu Hause in Eigenregie oder mit fachlicher Unterstützung Renovierungsprojekte oder Wohnräume in die Tat umsetzen können. Diese Aktivitäten werden mit Blick auf die gesamte Gebäudehülle weiter ausgebaut und von Leistungspaketen unseres Handwerkerservices flankiert. Erhebliche Umsatzimpulse können überdies die öffentlichen Förderprogramme für die energiesparende oder seniorengerechte Altbau-sanierung auslösen. Vor diesem Hintergrund bieten wir auf unserer Internetseite (www.hornbach.de) eine umfangreiche Datenbank an, in der nach Fördermittelprogrammen auf Bundes-, Landes- oder kommunaler Ebene sowie von Energieversorgern recherchiert werden kann. Öffentlich gefördert werden Neubauvorhaben, Bestandssanierungen und Vorhaben im Bereich Denkmalschutz.
- Vielversprechende Wachstumschancen sehen wir im Marktsegment des so genannten **Buy-it-yourself (BIY)** oder Do-it-for-me. Darunter versteht man jene Zielgruppe der Kunden, die nach Lösungen für ihre Heimwerkerprojekte suchen, die dazu gehörenden Sortimente zwar selbst einkaufen, die Arbeiten aber lieber einem Fachmann überlassen wollen. Wir sehen dieses Marktsegment auch im Zusammenhang mit der alternden Bevölkerung in Deutschland und anderen Teilen Europas. Um dieses Potenzial zu erschließen, haben wir unter anderem die Palette des Handwerkerservices erweitert. So können beispielsweise komplette Badrenovierungen oder die Montage von Türen, Garagentoren oder Markisen bequem über HORNBACH als Generalunternehmer abgewickelt werden, wobei die frist- und fachgerechte Ausführung der Gewerke zum Festpreis garantiert ist und die Gewährleistung übernommen wird.
- Weiterhin bauen wir das Service-, Informations- und Beratungsangebot aus, um **neue Kundengruppen** für HORNBACH zu begeistern. Dazu zählen Heimwerkervorführungen in den Märkten, die zum Selbermachen animieren

sollen, spezielle Frauenworkshops oder auch der gezielte Einsatz von Schritt-für-Schritt-Displays. Unterstützt werden diese Maßnahmen durch die fachliche Förderung des Marktpersonals mit dem Ziel, das Produkt-Know-how sowie die Beratungskompetenz und damit die Kundenzufriedenheit weiter zu erhöhen. Zunehmend interessanter werden unsere großen Bau- und Gartenmärkte auch für professionelle Kunden. Großzügige Öffnungszeiten, die Bevorratung auch großer Mengen und die schnelle Abwicklung in unseren Drive-in-Märkten bzw. Baustoffzentren oder auch die unbürokratische Rücknahme von Restmengen machen HORN BACH zu einer attraktiven Alternative zu den traditionellen Bezugsquellen des Facheinzelhandels oder Großhandels.

- Die Wahrnehmung von Chancen berühren nicht nur die Weiterentwicklung des Konzeptes oder die Erschließung von Marktsegmenten. Gleichzeitig richtet sich unser Augenmerk auf die **Optimierung der Betriebsprozesse**. Die Abläufe in der Marktorganisation, im Verkauf sowie die Verzahnung mit dem Einkauf und der Logistik werden ständig weiterentwickelt, was sich nachhaltig positiv auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Konzern auswirken soll.
- Die **Internationalisierung des Konzerneinkaufs** wird weiter vorangetrieben. Von zentraler Bedeutung sind dabei ein breiter Zugang zu den globalen Beschaffungsmärkten sowie die strategische und langfristige Partnerschaft mit den Lieferanten und der Industrie. Von dieser Partnerschaft profitieren beide Seiten. Wir bieten jedem Lieferanten die Chance, jeden unserer Märkte so effizient wie möglich zu beliefern. Hier spielt unsere ausgeklügelte Logistik-Infrastruktur die zentrale Rolle. Es sind sowohl große logistische Direktbelieferungen an jedem Standort möglich als auch die indirekte Belieferung über unsere drei zentralen Umschlagsplätze, wo wir eine Vielzahl von Einzellieferungen über die Crossdocking-Funktion bündeln. So bieten wir auch regionalen Herstellern die Chance, mit HORN BACH über ihr bisheriges Vertriebsgebiet hinaus zu wachsen, das heißt in weiteren Ländern oder bei entsprechender

Leistungsfähigkeit auch konzernweit Ware zu liefern. Da wir mit unserem Handelsformat auch zunehmend Profikunden an HORN BACH binden, können wir auf der Herstellerseite Spezialisten für uns gewinnen, die sonst nur den professionellen Fachhandel beliefert haben. Die flexible Verzahnung unserer Lieferanten mit der Unternehmenslogistik optimiert unsere Wertschöpfungskette und sichert uns einen signifikanten Wettbewerbsvorteil: Durch die Nähe unserer Lieferanten zu den Einkaufsorganisationen in den Ländern können wir die projektorientierte Produktauswahl bestmöglich auf die regionalen Anforderungen in den Ländern anpassen und über Größenvorteile Margenverbesserungen erzielen. Zusätzliche Ertragspotenziale heben wir durch die zunehmende partnerschaftliche Entwicklung von Eigenmarken, mit denen wir unseren Kunden ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis bieten und uns gleichzeitig vom Wettbewerb differenzieren.

Ausblick

Die mittelfristige Unternehmensplanung hat einen Planungshorizont von fünf Jahren und wird jährlich fortgeschrieben. Die Prognosebasis für die Geschäftsjahre 2009/2010 bis 2013/2014 ist durch erhebliche Unsicherheiten belastet, die sich seit Abschluss der strategischen Planung zum Jahresende 2008 durch erhöhte konjunkturelle Abwärtsrisiken noch verstärkt haben. Die kurz- und mittelfristigen Auswirkungen der weltweiten Wirtschaftskrise auf die Absatz-, Beschaffungs- und Refinanzierungsmärkte in den Ländern, in denen HORN BACH operativ tätig ist, sind schwer vorhersehbar. Der Aussagewert der Prognosen ist stark eingeschränkt, weil es für zentrale Zusammenhänge der Finanzkrise und die Erfolgsaussichten der gegensteuernden staatlichen Hilfsprogramme keine historischen Erfahrungswerte gibt. Insbesondere schwierig einzuschätzen ist, ob, wann und in welchem Ausmaß ein gegebenenfalls drastischer Beschäftigungsabbau auf die Konsumnachfrage durchschlägt. Wir begegnen diesen Unsicherheiten mit einer im Vergleich zur Vergangenheit defensiveren mittelfristigen Unternehmensplanung. Oberstes Ziel ist dabei die Flexibilität in der Unternehmenssteuerung sowie die Sicherung der Liquidität und Ertragskraft im Konzern der HORN BACH-Baumarkt-AG.

Expansion

Während wir in der Vergangenheit in der Fünf-Jahres-Planung von durchschnittlich sieben Markteröffnungen pro Jahr ausgegangen sind, werden wir das Expansionstempo in den Geschäftsjahren 2009/2010 bis 2011/2012 zu Gunsten eines höheren Liquiditätspolsters zurückfahren und die Investitionsplanung „auf Sicht“ steuern. Das heißt, bei einer unter unseren Erwartungen liegenden Geschäftsentwicklung haben wir die Möglichkeit, auch kurzfristig Investitionen zu kürzen bzw. zu verschieben. Bei einem im Rahmen unserer Erwartung liegenden Geschäftsverlauf wollen wir aber auch finanzielle Spielräume für Investitionen in die Zukunft nutzen. Dies schließt neben Neueröffnungen auch Markterweiterungen sowie den Erwerb von Vorratsgrundstücken mit ein, deren Angebot und Kaufpreise bedingt durch die Finanzkrise teilweise attraktiver sein können als in der Vergangenheit.

Erst zum Ende des Planungszeitraumes, das bedeutet in den Geschäftsjahren 2012/2013 und 2013/2014, gehen wir von einer Normalisierung der makroökonomischen Rahmenbedingungen aus und planen wieder mit einer Schlagzahl von durchschnittlich sieben Neueröffnungen pro Jahr. Je nach Fortschritt in der Baugenehmigungs- und Bauplanungsphase kann es Verschiebungen zwischen den Jahren geben. Die Mehrheit der Neueröffnungen soll außerhalb Deutschlands realisiert werden.

Im laufenden Geschäftsjahr 2009/2010 sollen zwei neue HORNBACH Bau- und Gartenmärkte eröffnet werden. Beide Standorte liegen im Ausland: Neben der bereits im März 2009 eröffneten Filiale in Brasov, unserem dritten Standort in Rumänien, ist die fünfte Markteröffnung in der Schweiz geplant; der Bau- und Gartenmarkt in Galgenen (Kanton Schwyz) wird voraussichtlich zum Jahresende 2009 mit dem Verkauf beginnen. Im Geschäftsjahr 2010/2011 plant HORNBACH – sofern die Umsatz- und Ergebnisprognosen erfüllt werden und die Finanzierungsbedingungen dies zulassen – bis zu fünf Neueröffnungen außerhalb Deutschlands. Im gleichen Jahr wird voraussichtlich eine bestehende Filiale geschlossen, die im Folgejahr durch den Neubau eines modernen großflächigen Bau- und Gartenmarktes ersetzt werden soll. Insgesamt soll

sich die Anzahl der HORNBACH Bau- und Gartenmärkte bis 28. Februar 2011 aufgrund der Expansionsplanung für das laufende und kommende Geschäftsjahr konzernweit auf bis zu 136 (28. Februar 2009: 129) erhöhen.

Investitionen

Unter der Annahme, dass die Umsatz- und Ertragsentwicklung den erwarteten Verlauf nimmt, wird das geplante Bruttoinvestitionsvolumen im Konzern der HORNBACH-Baumarkt-AG in den Geschäftsjahren 2009/2010 sowie 2010/2011 voraussichtlich über dem Niveau von 2008/2009 (84 Mio. €) liegen. Der überwiegende Teil der Mittel wird in den Bau neuer Märkte, Geschäftsausstattung neuer und bestehender Filialen sowie den Kauf von Grundstücken fließen. Die Investitionen sollen im Wesentlichen durch Verwendung des frei verfügbaren operativen Cashflows sowie durch Mittelfreisetzung aus Sale & Leaseback-Transaktionen finanziert werden.

Umsatzentwicklung

Unser dauerhaftes Ziel ist das nachhaltige Wachstum in unserem operativen Kerngeschäft der HORNBACH Bau- und Gartenmärkte. Der Projektion für das laufende und kommende Geschäftsjahr haben wir die Erwartung zugrundegelegt, dass sich wegen des Krisenszenarios die Umsatzdynamik in den europäischen Ländern, in denen wir HORNBACH-Filialen betreiben, im Vergleich zu den durchschnittlichen Wachstumsraten der Vergangenheit abschwächen wird. Auch wird das bewusst gedrosselte Expansionstempo den Anstieg des Konzernumsatzes bremsen.

- In Deutschland rechnen wir aufgrund des bislang noch robusten Konsumklimas und wegen der Abfederungsmaßnahmen auf dem Arbeitsmarkt (Stichwort: Kurzarbeit und soziale Sicherungssysteme) im laufenden Geschäftsjahr mit einer insgesamt geringeren Volatilität in der Umsatzentwicklung als im Ausland. Sollten die gesamtwirtschaftlichen Auftriebskräfte in der zweiten Jahreshälfte 2009 wieder die Oberhand gewinnen, gehen wir von weiteren Umsatzsteigerungen auch auf vergleichbarer Verkaufsfläche aus. Sollte die Rezession jedoch bis weit ins Jahr 2010 hineinreichen und das Konsumklima stärker als erwartet

beeinträchtigen, wären flächenbereinigte Umsatzrückgänge nicht auszuschließen. Wir sind aufgrund unserer starken Marktposition zuversichtlich, dass unsere Umsatzentwicklung – unabhängig vom zugrunde gelegten Szenario – die durchschnittlichen Wachstumsraten der Branche auch in Zukunft übertreffen wird und wir dadurch unseren Marktanteil in Deutschland stetig erhöhen werden.

- Im übrigen Europa wollen wir die Umsätze von Jahr zu Jahr steigern und den Umsatzanteil unserer internationalen Aktivitäten im Konzern der HORNBACH-Baumarkt-AG (2008/2009: 41 %) kontinuierlich erhöhen. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt sehen wir die Umsatzentwicklung im übrigen Europa größeren Schwankungsrisiken ausgesetzt als in Deutschland. Betroffen sind davon im Wesentlichen diejenigen Länder, die vom drastischen Produktionsrückgang in der globalen Automobilindustrie besonders hart getroffen sind. Darunter fallen beispielsweise Schweden, die Slowakei oder die Tschechische Republik. Dort ist zu erwarten, dass die Wirtschaftskrise den Arbeitsmarkt früher und in größerem Ausmaß erfasst als in Deutschland. In einigen Nicht-Euro-Ländern, darunter auch Rumänien, hat sich die Einkommenssituation der Haushalte überdies durch Preiserhöhungen verschlechtert, die durch die deutliche Abwertung der Landeswährung gegenüber dem Euro hervorgerufen wurden. Dank der Risikostreuung in unserem europäischen Filialnetz sind wir in der Lage, Umsatzeinbußen in bestimmten Regionen durch überdurchschnittliche Umsatzzuwächse in anderen Regionen zumindest teilweise zu kompensieren. Auch international muss für den Fall eines Abgleitens in eine noch ausgeprägtere Rezession mit einem flächenbereinigten Umsatzminus gerechnet werden.

Unter Berücksichtigung der geschilderten Chancen und Risiken der künftigen Entwicklung sehen wir jedoch weiterhin Umsatzsteigerungen im zweijährigen Prognosezeitraum sowohl in Deutschland als auch im übrigen Europa als realistisch an. Wir rechnen damit, dass der Konzernumsatz, das heißt der Nettoumsatz einschließlich Neueröffnungen, im laufenden Geschäftsjahr 2009/2010 im unteren bis mittleren

einstelligen Prozentbereich wachsen und im Geschäftsjahr 2010/2011 über diesem Wert liegen wird.

Ertragsentwicklung

Aufgrund der gesamtwirtschaftlichen Unwägbarkeiten ist es nicht möglich, eine konkrete Ergebnisprognose für das laufende und das nächste Geschäftsjahr zu formulieren. Stattdessen geben wir zum Abschluss dieses Berichts für die beiden Geschäftssegmente „Baumärkte“ und „Immobilien“ Indikationen, die Grundlage für die weitere Ertragsentwicklung im Konzern sind.

- Im **Segment Baumärkte** wird die operative Ergebnisentwicklung entscheidend von der noch nicht absehbaren Veränderungsrate der flächenbereinigten Umsätze abhängen. Nach unseren Erwartungen sollte die Handelsspanne im zweijährigen Prognosezeitraum stabil bleiben. Dabei gehen wir davon aus, dass mögliche Risiken durch eine Verschärfung des Preiswettbewerbs auf der einen Seite durch die Chance konjunktur- und rohstoffbedingter Preisrückgänge an den Beschaffungsmärkten sowie durch Veränderungen im Sortimentsmix auf der anderen Seite ausgeglichen werden können. Den Risiken einer konjunkturbedingten Umsatzabschwächung wollen wir mit Produktivitätsfortschritten im Betrieb unserer Märkte sowie in den administrativen Prozessen begegnen, das heißt die Filial- und Verwaltungskosten im Verhältnis zum Nettoumsatz senken. Die Voreröffnungskosten in Relation zum Umsatz werden im Geschäftsjahr 2009/2010 aufgrund der im Vorjahresvergleich geringeren Anzahl an Neueröffnungen zurückgehen und im Folgejahr 2010/2011 aller Voraussicht nach wieder zunehmen.
- Das **Segment Immobilien** umfasst die von den Gesellschaften des HORNBACH-Baumarkt-AG Konzerns gehaltenen Einzelhandelsimmobilien, die konzernintern zu marktüblichen Konditionen an die jeweiligen Bau- und Gartenmärkte vermietet sind bzw. weiterverrechnet werden. Ferner werden im Segment Immobilien auch nicht-operative Gewinne und Verluste aus Sale & Leaseback-Transaktionen ausgewiesen. Wir rechnen 2009/2010 im Segment Immobilien

mit erheblich niedrigeren Ergebnisbeiträgen. Während im Geschäftsjahr 2008/2009 Veräußerungsgewinne aus Imobilientransaktionen in Höhe von rund 37 Mio. € erzielt wurden, sind im laufenden Geschäftsjahr 2009/2010 keine bedeutenden Veräußerungsgewinne geplant. Aus der Restabwicklung des im Vorjahr lancierten Paketverkaufs von insgesamt fünf Baumarktimmobilien stehen noch zwei Sale & Leaseback-Transaktionen aus. Wir rechnen bei erfolgreichem Abschluss im laufenden Geschäftsjahr mit Veräußerungsgewinnen in Höhe von rund 1 Mio. €. Der geplante Mittelzufluss von rund 52 Mio. € soll überwiegend in den Bau neuer, im Eigentum des HORNBACH-Baumarkt-AG Konzerns befindlicher Märkte reinvestiert werden.

Das Betriebsergebnis (EBIT) im Konzern der HORNBACH-Baumarkt-AG wird im laufenden Geschäftsjahr (2009/2010) im Wesentlichen bedingt durch das signifikant niedrigere Ergebnis im Segment Immobilien auf einen positiven Wert deutlich unter dem Niveau des Geschäftsjahres 2008/2009

zurückgehen. Im Geschäftsjahr 2010/2011 ist geplant, das Niveau des Vorjahres zu übertreffen.

Die Herausforderungen für die künftige Entwicklung des HORNBACH-Baumarkt-AG Konzerns waren seit dem Börsengang im Jahr 1993 noch nie so groß wie in der aktuellen Finanz- und Wirtschaftskrise. Mit den gesamtwirtschaftlichen Unsicherheiten wächst auch der Anspruch, den wir selbst an die kontinuierliche Verbesserung unseres Geschäftsmodells stellen. Um die Ertragskraft im HORNBACH-Baumarkt-AG Konzern nachhaltig zu stärken, wollen wir mit noch größerer Konzentration als in den vergangenen Jahren den Wareneinsatz optimieren und unsere Betriebsprozesse im Filialbetrieb, in der Logistik und in den Verwaltungen so kosteneffizient und kundenorientiert wie möglich organisieren. Dabei werden wir unter anderem von den Strukturvorteilen unserer Bau- und Gartenmärkte, der europaweit einheitlichen Systemlandschaft, und den Wettbewerbsvorteilen unserer internationalen Einkaufsorganisation profitieren.

Berichterstattung zu § 315 Abs. 4 HGB

Die HORNBACH-Baumarkt-AG als das Mutterunternehmen des HORNBACH-Baumarkt-AG Konzerns nimmt einen organisierten Markt im Sinne des § 2 Abs. 7 des Wertpapiererwerbs- und Übernahmegesetzes (WpÜG) durch die von ihr ausgegebenen stimmberechtigten Aktien in Anspruch und berichtet daher gemäß § 315 Abs. 4 HGB i. d. F. des Übernahmerichtlinie-Umsetzungsgesetzes.

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das Grundkapital der HORNBACH-Baumarkt-AG in Höhe von 47.220.180 € ist eingeteilt in 15.740.060 auf den Inhaber lautende Stück-Stammaktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von 3,00 € je Aktie. Jede Stück-Stammaktie gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme. Zu den weiteren Rechten und Pflichten der Stammaktien wird auf die entsprechenden Regelungen des Aktiengesetzes verwiesen.

Direkte oder indirekte Beteiligungen am Kapital

Über mehr als 10% der Stimmrechte verfügt die HORNBACH HOLDING AG mit Sitz in Le Quartier Hornbach 19, 67433 Neustadt an der Weinstraße, Deutschland. Ihr Anteilsbesitz und damit ihr Stimmrechtsanteil belaufen sich zum 28. Februar 2009 auf 77,2%.

„Change of Control“

Wesentliche Vereinbarungen zwischen der HORNBACH-Baumarkt-AG und Dritten, die bei einem Kontrollwechsel („Change of Control“) wirksam werden, bestehen hinsichtlich der Verträge zur langfristigen Finanzierung des Konzerns.

Gesetzliche Vorschriften und Satzungsbestimmungen über die Ernennung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern und über Satzungsänderungen

Für die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands (§§ 84, 85 AktG) sowie für die Änderung der Satzung (§§ 133, 179 AktG) sind die entsprechenden gesetzlichen Vorschriften des Aktiengesetzes maßgeblich.

Befugnisse des Vorstands zur Ausgabe und zum Rückkauf von Aktien

Gemäß § 4 der Gesellschaftssatzung (Grundkapital) ist der Vorstand ermächtigt, mit jeweiliger Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 10. Juli 2013 durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer Stückaktien um bis zu insgesamt € 7.500.000,00 gegen Bareinlagen zu erhöhen (genehmigtes Kapital I). Die neuen Aktien können jeweils als stimmberechtigte Stammaktien oder als Vorzugsaktien ohne Stimmrecht ausgegeben werden. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung von Kapitalerhöhungen festzulegen. Bei der Ausnutzung des genehmigten Kapitals ist den Aktionären grundsätzlich ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand ist aber ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats, das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen:

- zum Ausgleich von Spitzenbeträgen,
- soweit es erforderlich ist, um Inhabern von durch die Gesellschaft oder unmittelbare oder mittelbare einhundertprozentige Beteiligungsgesellschaften ausgegebenen oder noch auszugebenden Wandlungs- oder Optionsrechten ein Bezugsrecht einzuräumen, wie es ihnen nach Ausübung des Wandlungs- oder Optionsrechts zustehen würde,
- um Arbeitnehmern der Gesellschaft und ihrer Tochtergesellschaften neue Aktien bis zu einem Gesamtvolumen von € 750.000,00 als Belegschaftsaktien zum Bezug anzubieten,
- soweit der Anteil am Grundkapital der neuen Aktien, für die das Bezugsrecht ausgeschlossen wird, insgesamt zehn vom Hundert des vorhandenen Grundkapitals nicht übersteigt und zwar weder im Zeitpunkt des Beschlusses dieser Ermächtigung, noch im Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung oder im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung und der Ausgabebetrag der neuen Aktien jeweils den Börsenpreis nicht wesentlich unterschreitet. Auf die Begrenzung auf zehn vom Hundert des Grundkapitals

sind gegebenenfalls diejenigen Aktien anzurechnen, die aufgrund anderweitiger unmittelbarer oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben oder veräußert wurden oder auszugeben sind. Dies betrifft insbesondere die Veräußerung eigener Aktien, die aufgrund einer Ermächtigung zur Veräußerung eigener Aktien gemäß §§ 71, 186 Abs. 3 Satz 4 AktG erfolgt. Ferner Aktien, die zur Bedienung von Schuldverschreibungen mit Wandlungs- und/oder Optionsrechten ausgegeben bzw. auszugeben sind, wenn die Schuldverschreibungen aufgrund einer Ermächtigung gemäß §§ 221 Abs. 4, 186 Abs. 3 Satz 4 AktG begeben wurden.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit jeweiliger Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 10. Juli 2013 durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe von neuen Stückaktien um bis zu insgesamt € 15.000.000,00 gegen Bar- oder Sacheinlagen zu erhöhen (genehmigtes Kapital II). Die neuen Aktien können jeweils als stimmberechtigte Stammaktien oder als Vorzugsaktien ohne Stimmrecht ausgegeben werden. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der

Durchführung von Kapitalerhöhungen festzulegen. Bei der Ausnutzung des genehmigten Kapitals ist den Aktionären grundsätzlich ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand ist aber ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats, das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen, sofern die Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlage zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen oder von Beteiligungen an Unternehmen erfolgen. Der Vorstand ist ferner ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in dem Umfang auszuschließen, in dem es erforderlich ist, Inhabern von durch die Gesellschaft oder unmittelbare oder mittelbare einhundertprozentige Beteiligungsgesellschaften ausgegebenen oder noch auszugebenden Wandlungs- oder Optionsrechten ein Bezugsrecht einzuräumen, wie es ihnen nach Ausübung des Wandlungs- oder Optionsrechts zustehen würde. Ferner können Spitzenbeträge vom Bezugsrecht der Aktionäre ausgenommen werden.

Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, den Wortlaut der Satzung entsprechend dem jeweiligen Bestand und der jeweiligen Ausnutzung des genehmigten Kapitals und eines bedingten Kapitals anzupassen.

DISCLAIMER

Dieser Geschäftsbericht sollte im Kontext mit den geprüften Finanzdaten des HORNBACH-Baumarkt-AG Konzerns und den Konzernanhangsangaben gelesen werden, die an anderer Stelle des Geschäftsberichts stehen. Er enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf Annahmen und Schätzungen des Vorstands von HORNBACH beruhen. Zukunftsaussagen sind immer nur für den Zeitpunkt gültig, an dem sie gemacht werden. Obwohl wir annehmen, dass die Erwartungen dieser prognostizierten Aussagen realistisch sind, kann die Gesellschaft nicht dafür garantieren, dass die Erwartungen sich auch als richtig erweisen. Die Annahmen können Risiken und Unsicherheiten bergen, die dazu führen können, dass die

tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den vorausschauenden Aussagen abweichen. Zu den Faktoren, die solche Abweichungen verursachen können, gehören Veränderungen im wirtschaftlichen und geschäftlichen Umfeld, insbesondere im Konsumverhalten und im Wettbewerbsumfeld in den für HORNBACH relevanten Handelsmärkten. Ferner zählen dazu die mangelnde Akzeptanz neuer Vertriebsformate und neuer Sortimente sowie Änderungen der Unternehmensstrategie. Eine Aktualisierung der vorausschauenden Aussagen durch HORNBACH ist weder geplant, noch übernimmt HORNBACH die Verpflichtung dazu. Grafiken und Schaubilder einschließlich deren Kommentierung dienen der Veranschaulichung und sind nicht Teil des Lageberichts.