

„Undichtes Dach! Irgendwann braucht jedes Haus eine Dachsanierung. Um dies professionell zu tun, bin ich als Bauprofi für unsere Kunden da.“

Mirko Schilde, Altan Bauräger- und Projektentwicklungs GmbH, Dresden, Deutschland



Wer viel zu tun hat, muss früh aufstehen. Sobald die Sonne aufgeht, beginnt die Arbeit. Einsatzort ist heute Frankfurt.

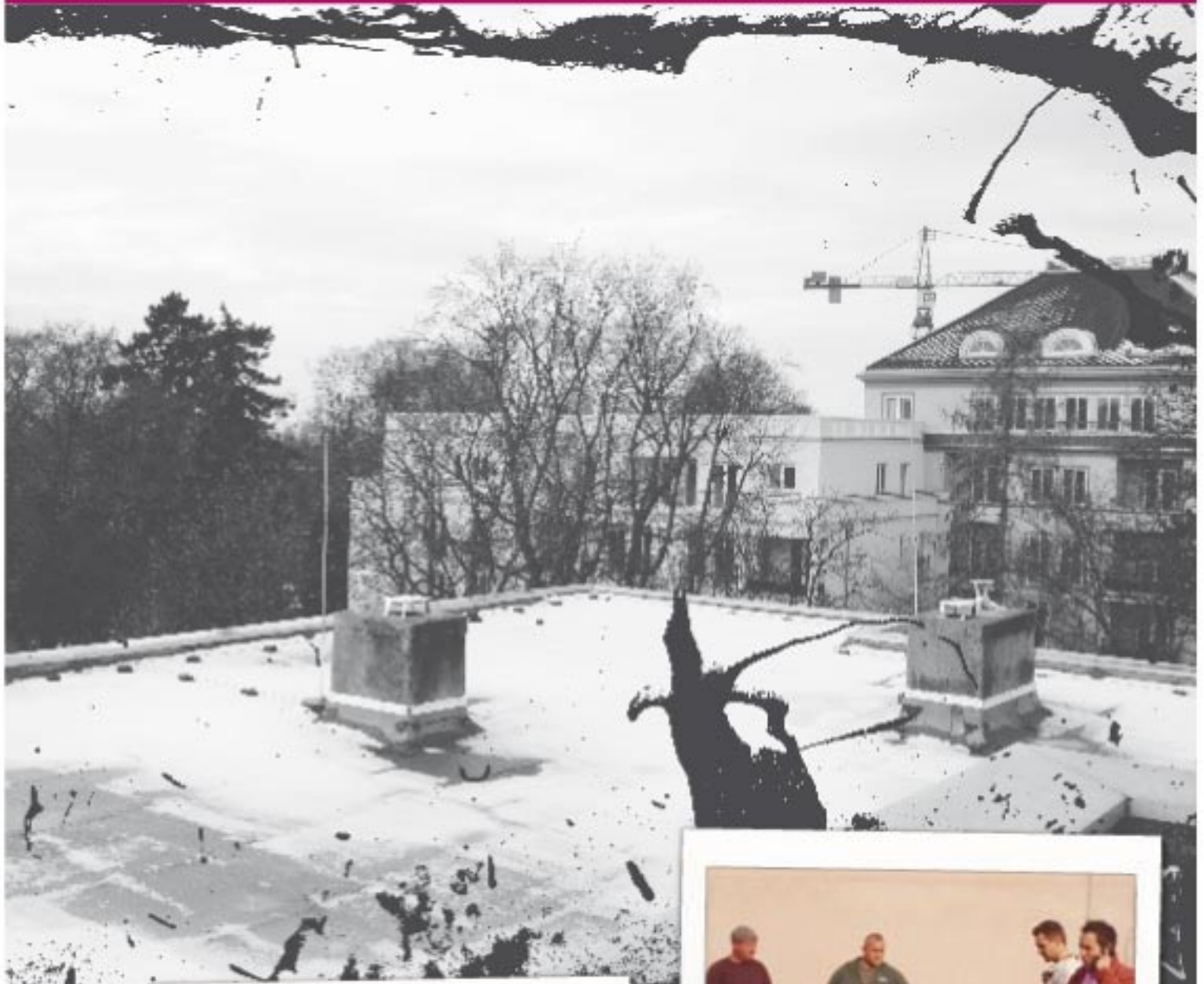


Als erstes muss die alte Dämmung runter. Die Ecken am Schornstein sind besonders knifflig.



Es kostet viel schweiß und Kraft ...

KONZERNLAGEBERICHT



... aber schon nach wenigen Stunden ist das Dach oben ohne.



Auch wenn das Wetter perfekt mitspielt, darf jetzt keine Zeit verschenkt werden. Heiko Riel von HORNBACH koordiniert die nächsten Schritte.

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 Verbilligung 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.



Während die Jungs auf der Baustelle noch die Reste vom alten Dach entsorgen ...



... ist die erste Schicht vom neuen Dach schon auf dem Weg.

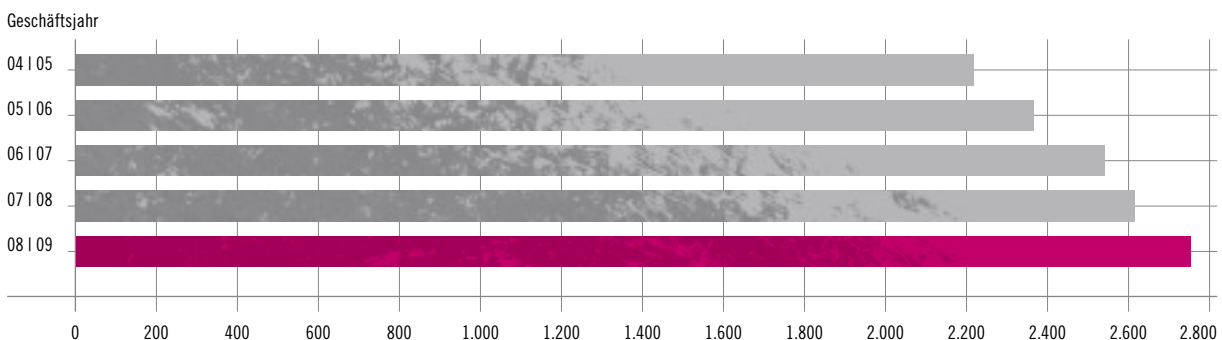


Und der kann in einer Stadt wie Frankfurt schon mal etwas länger dauern.



Nichtsdestotrotz werden noch an diesem Tag die ersten Bahnen der Dampfbremse auf das nackte Dach aufgebracht.

Umsatzentwicklung HORNBACH-Gruppe (netto in Mio. €)



Umsatzentwicklung

Der Konzern HORNBACH HOLDING AG umfasste zum Bilanzstichtag 28. Februar 2009 die Teilkonzerne HORNBACH-Baumarkt-AG, HORNBACH Baustoff Union GmbH (HBU) und HORNBACH Immobilien AG. Im Geschäftsjahr 2008/2009 (1. März 2008 bis 28. Februar 2009) hat die HORNBACH-Gruppe den Konzernumsatz (ohne Umsatzsteuer) von 2.617 Mio. € um 5,1% auf 2.752 Mio. € gesteigert.

Umsätze der Bau- und Gartenmärkte wachsen um 5,2%

Der Teilkonzern HORNBACH-Baumarkt-AG 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 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 Umsatz im Teilkonzern hat im Berichtsjahr erstmals die Schwelle von 40% überschritten und erreichte nach zwölf Monaten 41,0% (Vj. 39,0%).

Flächenbereinigt plus 1,4%

Im Teilkonzern 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 (DIY) 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.

Teilkonzern HORNBAACH Baustoff Union GmbH

Die Geschäftsentwicklung des Teilkonzerns HORNBAACH Baustoff Union GmbH (HBU) verlief im Geschäftsjahr 2008/2009 insgesamt zufriedenstellend. Nach positivem Geschäftsverlauf in den ersten neun Monaten beeinträchtigte der lange und strenge Winter die Umsatzperformance im letzten Quartal erheblich. Die Umsätze (netto) im Teilkonzern konnten im Geschäftsjahr 2008/2009 von 148,6 Mio. € um 2,8% auf 152,8 Mio. € gesteigert werden. Damit hat sich die HBU besser entwickelt als die Baufachhandelsbranche in Deutschland, die im Jahr 2008 ein Plus von 1,5% verzeichnete. Zum Bilanzstichtag 28. Februar 2009 zählte die HBU 20 (Vj. 18) Niederlassungen.

Teilkonzern HORNBACH Immobilien AG

Der Teilkonzern HORNBACH Immobilien AG entwickelt erstklassige Einzelhandelsimmobilien für die operativen Gesellschaften im HORNBACH HOLDING AG-Konzern. Der überwie-

gende Teil wird konzernintern zu marktüblichen Bedingungen vermietet. Die Mieterträge haben sich im Geschäftsjahr 2008/2009 um 13,3 % auf 58,8 Mio. € (Vj. 51,9 Mio. €) erhöht.

Ertragslage

Im Konzern der HORNBACH HOLDING 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. Im Segment Baufachhandel hat sich die Ertragslage trotz der schwierigen Rahmenbedingungen fast auf

Vorjahresniveau behaupten können. Ferner trugen signifikante nicht-operative Ergebnissteigerungen im Segment Immobilien zum Gewinnanstieg im Konzern bei, während im Vorjahr nicht-operative Belastungen im Immobilien-Segment verkräftet werden mussten.

Das Betriebsergebnis (EBIT) des HORNBACH HOLDING AG Konzerns erhöhte sich im Gesamtjahr 2008/2009 entsprechend unserer Prognose deutlich stärker als der Konzernumsatz um 69,8 % auf 179,1 Mio. € (Vj. 105,5 Mio. €).

Ertragskennzahlen HORNBACH HOLDING AG Konzern

Kennzahl (Mio. €, sofern nicht anders angegeben)	28.2.2009	29.2.2008	Veränderung
Nettoumsatz	2.752	2.617	5,1%
davon im europäischen Ausland	1.065	962	10,6%
Umsatzwachstum vergleichbare Fläche	1,4%	-0,2%	
EBITDA	251,2	181,0	38,8%
EBIT	179,1	105,5	69,8%
Ergebnis vor Steuern	144,3	67,6	113,4%
Konzernjahresüberschuss	112,9	58,3	93,7%
EBITDA-Marge	9,1%	6,9%	
EBIT-Marge	6,5%	4,0%	
Handelsspanne	36,0%	35,7%	
Filialkosten in % vom Nettoumsatz	27,3%	27,7%	
Voreröffnungskosten in % vom Nettoumsatz	0,3%	0,3%	
Verwaltungskosten in % vom Nettoumsatz	4,2%	4,2%	
Steuerquote	21,8%	13,8%	

(Differenzen durch Rundung in Mio. €)

Rohermargine

Wie bereits im Vorjahr wirkte sich die leicht verbesserte Handelsspanne positiv auf die Ertragsentwicklung im Konzern der HORN BACH HOLDING AG aus. Der warenwirtschaftliche Rohertrag in Prozent vom Nettoumsatz stieg von 35,7% auf 36,0%. 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 Rohermarge beigetragen.

Voreröffnungs-, Filial- und Verwaltungskosten

Unterproportional zum Umsatzanstieg entwickelten sich die Filialkosten, die im Gesamtjahr 2008/2009 mit 752,3 Mio. € (Vj. 726,3 Mio. €) ausgewiesen werden. Die Filialkostenquote verringerte sich insgesamt von 27,7% auf 27,3%. 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 7,2 Mio. € auf 8,8 Mio. € erhöht. Der Anstieg kam trotz einer Neueröffnung weniger als im Vorjahr (vier versus fünf) durch die abweichende unterjährig 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 Gesamtkonzern haben sich von 109,7 Mio. € auf 114,6 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 Warenwirtschaftssystems in unsere Filialen sowie expansionsbedingte Mehraufwendungen in Rumänien. In Relation zum Nettoumsatz wird die Verwaltungskostenquote allerdings mit 4,2% konstant ausgewiesen.

Die in den Filial-, Verwaltungs- und Voreröffnungskosten enthaltenen Personalaufwendungen (inklusive sonstiger Personalkosten) sind von 427,3 Mio. € um 6,0% auf 452,7 Mio. € leicht überproportional zum Umsatzwachstum gestiegen. Die Abschreibungen auf das Anlagevermögen liegen mit 73,4 Mio. € um 2,8% unter dem Vorjahreswert (75,5 Mio. €). Darin enthalten sind außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 4,2 Mio. € (Vj. 3,6 Mio. €), im Wesentlichen bedingt durch die mögliche Aufgabe eines geplanten Baumarktstandorts, sowie außerplanmäßige Abschreibungen aufgrund niedriger als erwartet ausfallender Erlöse aus dem Verkauf von nicht mehr betriebsnotwendigen Grundstücken sowie Wertminderungen sonstiger nicht mehr betriebsnotwendiger Grundstücke. Die außerplanmäßigen Abschreibungen werden innerhalb des sonstigen Ergebnisses ausgewiesen.

Sonstiges Ergebnis

Das sonstige Ergebnis machte im Geschäftsjahr 2008/2009 einen Sprung von 14,4 Mio. € auf 65,0 Mio. €. Der Hauptgrund für den kräftigen Anstieg sind nicht-operative Ergebnisverbesserungen im Segment Immobilien per Saldo um 54,2 Mio. €. Das nicht-operative Ergebnis erreichte 45,5 Mio. €. Darin waren im Wesentlichen Buchgewinne aus der Veräußerung dreier Baumarktimmobilien im Wege von Sale & Leaseback-Transaktionen, Buchgewinne aus dem Verkauf dreier Grundstücksgesellschaften in Österreich sowie aus dem Verkauf von nicht betriebsnotwendigen Grundstücken in Höhe von 50,4 Mio. € enthalten. Dem standen außerplanmäßige Abschreibungen auf das Anlagevermögen (4,2 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 8,7 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 11,4 Mio. € auf 10,5 Mio. € zurück.

Erträge im HORNBACH HOLDING AG Konzern

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir alle Ertragskennziffern deutlich verbessert. Das Ergebnis unbeeinflusst von Abschreibungen, Zinsen und Steuern (EBITDA) stieg im Konzern der HORNBACH HOLDING AG um 38,8% auf 251,2 Mio. € (Vj. 181,0 Mio. €). Die EBITDA-Marge (in Prozent vom Nettoumsatz) erhöhte sich von 6,9% auf 9,1%.

Das Betriebsergebnis (EBIT) wuchs um 69,8% auf 179,1 Mio. € (Vj. 105,5 Mio. €). Die EBIT-Marge verbesserte sich von 4,0% auf 6,5%. Zu dem deutlichen Anstieg haben alle Geschäftssegmente beigetragen. Das EBIT im Segment Baumärkte erhöhte sich um 26,1% auf 84,1 Mio. € (Vj. 66,7 Mio. €). Damit stieg die EBIT-Marge im Segment Baumärkte von 2,7% auf 3,2%. Im Segment Baufachhandel, das die Aktivitäten des Teilkonzerns HORNBACH Baustoff Union GmbH darstellt, erhöhte sich das EBIT von 0,2 Mio. € auf 1,2 Mio. €. Im Segment Immobilien machte das EBIT wesentlich bedingt durch die Ertragssteigerungen im sonstigen Ergebnis einen Sprung von 56,2 Mio. € auf 114,6 Mio. € (plus 103,9%).

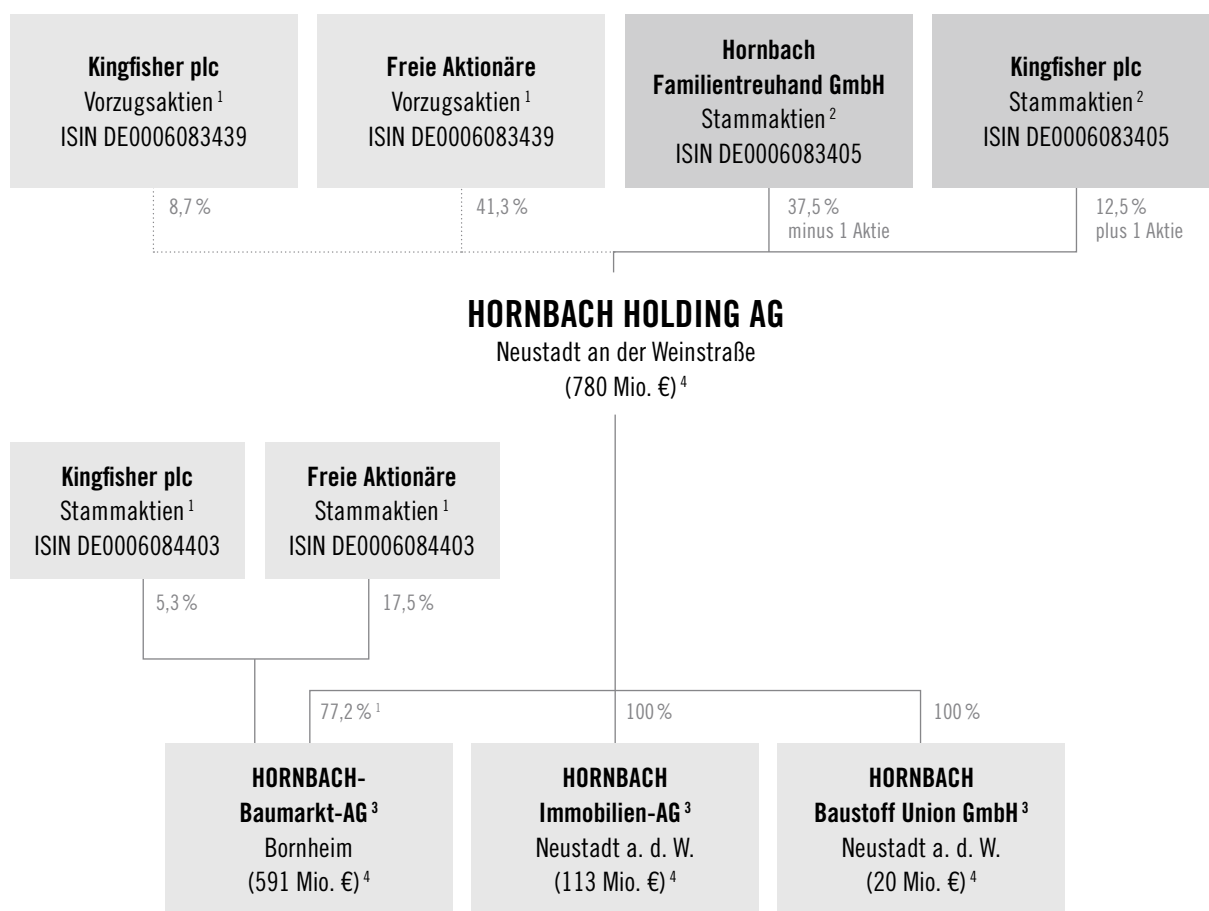
Das Finanzergebnis hat sich im Vergleich zum Vorjahr von minus 37,9 Mio. € auf minus 34,8 Mio. € verbessert. Das lag

in erster Linie an den deutlich gestiegenen Zinserträgen (plus 3,0 Mio. €). Darüber hinaus wurde das Finanzergebnis durch das Währungsergebnis begünstigt, das seit dem Geschäftsjahr 2008/2009 erstmals im Finanzergebnis ausgewiesen wird. Das Währungsergebnis verbesserte sich im Gesamtkonzern von minus 3,6 Mio. € auf minus 0,8 Mio. €. Bis zum Geschäftsjahr 2007/2008 wurden die Erträge und Aufwendungen aus Währungskursdifferenzen im sonstigen Ergebnis gezeigt. Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst (siehe auch die erläuternden Anmerkungen (6) und (7) im Anhang). Wegen der leicht überproportionalen Verbesserung des Finanzergebnisses hat sich das Konzernergebnis vor Steuern im Vergleich zum Anstieg des EBIT stärker erhöht. Es kletterte um 113,4% auf 144,3 Mio. € (Vj. 67,6 Mio. €); die Umsatzrendite vor Steuern stieg von 2,6% auf 5,2%.

Der Jahresüberschuss im HORNBACH HOLDING AG Konzern hat sich im Geschäftsjahr 2008/2009 von 58,3 Mio. € auf 112,9 Mio. € fast verdoppelt. Die Konzernsteuerquote stieg von 13,8% auf 21,8%. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass wir im Geschäftsjahr 2007/2008 einen steuerlichen Sonderertrag in Höhe von 13,3 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 8,9 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 2,2% auf 4,1%. Das IFRS-Ergebnis je Aktie erhöhte sich von 5,97 € auf 11,38 € je Stammaktie bzw. von 6,03 € auf 11,44 € je Vorzugsaktie.

Konzernstruktur und die Aktionäre der HORNBACH HOLDING AG

Stand: 28. Februar 2009

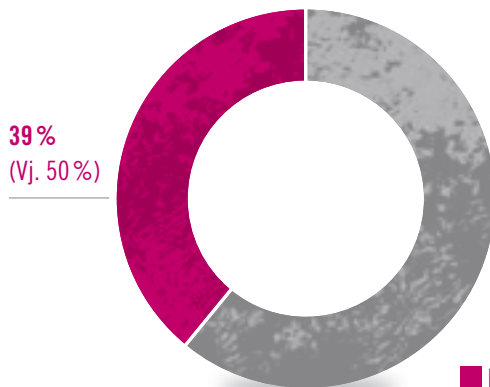


- Das Grundkapital der HORNBACH HOLDING AG beträgt 24.000.000 € und ist eingeteilt in 4.000.000 Stück Stammaktien (im Besitz der Familien Hornbach und der Kingfisher plc) und 4.000.000 Stück Vorzugsaktien ohne Stimmrecht, die an der Deutschen Börse notiert werden.
- Das Grundkapital der HORNBACH-Baumarkt-AG in Höhe von 47.220.180 € ist eingeteilt in 15.740.060 Stammaktien, die an der Deutschen Börse notiert werden. Die HORNBACH HOLDING AG hält im Anlagevermögen 12.140.000 Stück Stammaktien der HORNBACH-Baumarkt-AG als Beteiligungsbesitz.
- Zzgl. weiterer direkter und indirekter Beteiligungsgesellschaften gemäß vollständiger Übersicht im Anhang ab Seite 107

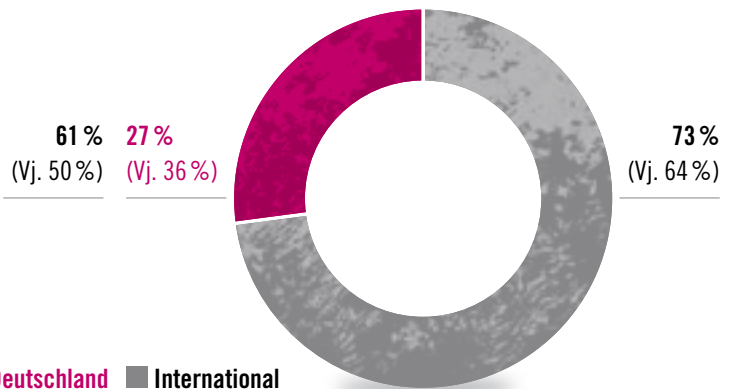
¹⁾ börsennotiert
²⁾ nicht börsennotiert

³⁾ zuzüglich weiterer Tochtergesellschaften im In- und Ausland
⁴⁾ bilanzielles Eigenkapital des jeweiligen Konzernkreises zum Bilanzstichtag 28. Februar 2009

EBITDA 2008/2009 nach Regionen



EBIT 2008/2009 nach Regionen



Ergebnisbeiträge nach Tochtergesellschaften

Die Erträge im Teilkonzern der HORNBACH-Baumarkt-AG haben im Berichtszeitraum die Vorjahreswerte deutlich übertroffen. Das Betriebsergebnis (EBIT) wuchs um 72,7% auf 136,5 Mio. € (Vj. 79,1 Mio. €).

Im Teilkonzern HORNBACH Baustoff Union GmbH konnten die Ertragsentwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich verbessern. Das EBIT stieg von 0,2 Mio. € auf 1,2 Mio. €. Zu diesem erfreulichen Ergebnisanstieg haben im Wesentlichen die Umsatzsteigerungen in Verbindung mit absolut niedrigeren Filial- und Verwaltungskosten als im Vorjahr 2007/2008 beigetragen. Dadurch haben wir die leicht rückläufige Handelsspanne deutlich überkompensieren können.

Der Teilkonzern HORNBACH Immobilien AG steigerte im Geschäftsjahr 2008/2009 das Betriebsergebnis (EBIT) signifikant um 53,8% auf 46,7 Mio. € (Vj. 30,4 Mio. €). Dies ist in erster Linie auf Veräußerungsgewinne aus Immobilienverkäufen (13,1 Mio. € vs. 0 Mio. € im Vorjahr) und im Vorjahresvergleich höhere Mieterträge zurückzuführen.

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 waren die prozentualen Ergebnisbeiträge aus Deutschland jedoch rückläufig, das übrige Europa konnte abermals zulegen. 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 90,0 Mio. € auf 98,2 Mio. €. Dies entspricht einem Anteil am EBITDA im Konzern von 39% (Vj. 50%). Das EBIT verbesserte sich in Deutschland von 37,5 Mio. € auf 48,7 Mio. €. Der Inlandsanteil auf Ebene des Betriebsergebnisses verringerte sich von 36% auf 27%.

Die Ergebnisbeiträge der internationalen Aktivitäten werden auf Ebene des Teilkonzerns HORNBAACH International zusammengefasst. Wie in der Segmentberichterstattung zu erkennen ist, haben die absoluten Ergebnisbeiträge des Auslands von den fast ausschließlich außerhalb Deutschlands erzielten Veräußerungsgewinnen im Segment Immobilien (50,4 Mio. €) profitiert. Auf das **Ausland** entfielen im Berichtszeitraum mit 152,2 Mio. € (Vj. 91,0 Mio. €) rund 61% (Vj. 50%) des EBITDA im HORNBAACH HOLDING AG Konzern. Das EBIT machte im Ausland einen Sprung von 68,0 Mio. € auf 129,6 Mio. €, wodurch sich der Auslandsanteil von 64% auf rund 73% erhöhte.

Im Verhältnis zum Umsatzanteil auf Ebene des Gesamtkonzerns der HORNBAACH HOLDING AG (2008/2009: 39%) wird ersichtlich, welchen Stellenwert die HORNBAACH-Filialen im europäischen Ausland für die Ertragsentwicklung im Konzern haben. Darin drückt sich gleichzeitig der Erfolg der internationalen Expansionsstrategie aus. HORNBAACH 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 HORNBAACH 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 HORNBAACH 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

HORNBAACH in den letzten zehn Jahren erfolgreich als Marke etabliert. Im Rahmen einer renommierten Verbraucherbefragung wurde HORNBAACH im Jahr 2008 zum vierten Mal in Folge zum „besten Baumarkt der Niederlande“ gewählt. Zum Bilanzstichtag 28. Februar 2009 zählte das HORNBAACH-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 HORNBAACH-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 HORNBAACH-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

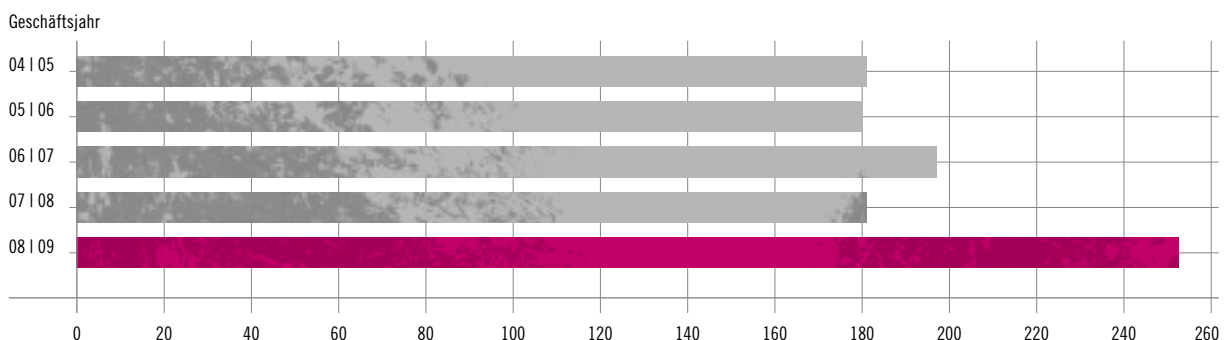
umfangreichen Sortiment, unseren dauerhaft niedrigen Preisen und professioneller Beratung hat für hohe Zuwachsraten bei Umsatz und EBIT gesorgt. Allerdings haben die konjunkturelle Eintrübung durch die globale Wirtschaftskrise und die dadurch verschlechterte Konsumstimmung in Rumänien seit Ende des Geschäftsjahres 2008/2009 Bremsspuren in der Umsatzentwicklung unserer HORNBACH-Märkte vor Ort hinterlassen. Es bleibt 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 HOLDING AG werden der Hauptversammlung am 10. Juli 2009 vorschlagen, eine Dividende auf Vorjahresniveau von 1,14 € je Vorzugsaktie bzw. 1,08 € je Stammaktie 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.

Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)

(in Mio. €)





Am nächsten Tag liefert HORNBACH die extra angefertigten Teile der Dämmschicht, ...



... und der Lastenaufzug bringt sie so schnell wie möglich auf das Dach.



Jeder Polystyrol-Baustein muss wie bei einem Puzzle seinen geplanten Platz finden.

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 des Teilkonzerns HORNBACH-Baumarkt-AG. Verpflichtungserklärungen für Gesellschaften außerhalb des HORNBACH-Baumarkt-AG Teilkonzerns werden entweder durch die HORNBACH HOLDING AG oder die HORNBACH Immobilien AG gestellt. Durch die zentrale Organisation des Finanzmanagements sind ein einheitlicher Auftritt der HORNBACH-Gruppe an den Finanzmärkten und ein konzerneinheitliches 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 499,4 Mio. € (Vj. 583,6 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⁾	101,5						101,5	74,7
Hypothekendarlehen	45,1	39,9	43,7	36,9	37,3	137,8	340,7	375,5
Sonstige Darlehen ²⁾	0,6		79,9				80,6	82,1
Anleihen ³⁾						243,8	243,8	242,8
Wechselverbindlichkeiten	0,6						0,6	0,6
Negative Marktwerte derivativer Finanzinstrumente	5,4						5,4	1,7
Finanzierungsleasing	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	1,0	2,0	2,2
Summe Finanzschulden	153,3	40,1	123,8	37,1	37,5	382,7	774,6	779,6
Flüssige Mittel							275,2	196,0
Nettofinanzschulden							499,4	583,6

(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% von der HORNBACH-Baumarkt-AG begebenen Anleihe in Höhe von 250 Mio. € wurden die kurzfristigen Finanzierungen des Teilkonzerns HORNBACH-Baumarkt-AG zurückgeführt und darüber hinaus Liquidität für weiteres Unternehmenswachstum geschaffen.

Die kurzfristigen Finanzschulden (bis 1 Jahr) in Höhe von 153,3 Mio. € setzen sich aus kurzfristigen Finanzierungen der Teilkonzerne HORNBACH-Baumarkt-AG (7,0 Mio. €), HORNBACH Immobilien AG (46,0 Mio. €) und HORNBACH Baustoff Union GmbH (40,2 Mio. €), Zinsverbindlichkeiten (8,3 Mio. €), Wechselverbindlichkeiten (0,6 Mio. €), Verbindlichkeiten aus derivativen Finanzinstrumenten (5,4 Mio. €) sowie aus dem kurzfristig fälligen Anteil langfristiger Finanzierungen (45,8 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 der HORNBACH-Baumarkt-AG 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 Gesamtkonzern HORNBACH HOLDING AG, inklusive der oben genannten syndizierten Kreditlinie, über 429,1 Mio. € (Vj. 466,0 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 275,2 Mio. € (Vj. 196,0 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.

Finanzkennzahlen HORNBACH HOLDING AG Konzern

Kennzahl	Definition		28.2.2009	29.2.2008
Nettofinanzschulden	Kurzfristige Finanzschulden + langfristige Finanzschulden – Flüssige Mittel	Mio. €	499,4	583,6
Zinsdeckungsgrad	Adjusted(*) EBITDA / Bruttozinsaufwand		4,4	4,2
Dynamischer Verschuldungsgrad	Nettofinanzschulden / Adjusted(*) EBITDA		2,4	3,2

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

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

Als Sicherheit für Hypothekendarlehen bestehen zum 28. Februar 2009 Grundschulden in Höhe von 517,6 Mio. € (Vj. 517,3 Mio. €). Die Valutierung der grundbuchlich besicherten Finanzierungen beträgt zum Bilanzstichtag 340,7 Mio. € (Vj. 375,5 Mio. €).

Externe Finanzierungen erfolgen seit Begebung der Anleihe im Teilkonzern HORNBACH-Baumarkt-AG ausschließlich in Form nicht besicherter Kredite sowie durch Immobilienverkäufe (Sale & Leaseback), beim Teilkonzern HORNBACH Immobilien AG zusätzlich auch durch besicherte Hypothekendarlehen.

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 131,4 Mio. €

Im Geschäftsjahr 2008/2009 wurden im Konzern der HORNBACH HOLDING AG insgesamt 131,4 Mio. € (Vj. 202,1 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 129,8 Mio. € (Vj. 200,8 Mio. €) konnten vollständig aus dem Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit in Höhe von 144,3 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 67% der Investitionssumme ausgegeben. Rund

33% 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 Bukarest (Rumänien), Stockholm (Schweden), Biel (Schweiz) und Hamburg, die Erweiterung des Marktes in Wuppertal, Investitionen in den Bereich Baustoffhandel sowie den Erwerb von Grundstücken für die weitere Expansion.

Der Markt in Luxemburg sowie die Märkte in Kerkrade und Zaandam (beide Niederlande) wurden im Berichtszeitraum an eine Immobiliengesellschaft veräußert und langfristig zurückgemietet. Die Sale & Leaseback-Transaktionen dienten, 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 90,1 Mio. € auf 144,3 Mio. €. Neben dem gegenüber dem Vorjahr um 54,6 Mio. € gestiegenen Jahresüberschuss ist diese Entwicklung 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 36 Mio. € an flüssigen Mitteln benötigt wurden, konnte im Berichtsjahr der expansionsbedingte Anstieg des Vorratsvermögens teilweise durch die Ausweitung der kurzfristigen Verbindlichkeiten finanziert werden.

Kapitalflussrechnung

Kapitalflussrechnung (verkürzt) in Mio. €	2008/2009	2007/2008
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	144,3	90,1
davon „Funds from Operations“ ¹⁾	139,0	120,2
davon Veränderung Working Capital ²⁾	5,3	-30,1
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-46,9	-154,4
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-17,1	-2,9
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	80,3	-67,2

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“

Der Zahlungsmittelabfluss aus der Investitionstätigkeit verringerte sich von 154,4 Mio. € auf 46,9 Mio. €. Dabei standen um 71 Mio. € auf 129,8 Mio. € gesunkenen Investitionen höhere Einzahlungen aus Abgängen des Anlagevermögens sowie aus zur Veräußerung vorgesehenen langfristigen Vermögenswerten in Höhe von insgesamt 82,9 Mio. € (Vj. 46,4 Mio. €) gegenüber. Im Vorjahr war nur ein Bau- und Gartenmarkt im Rahmen einer Sale & Leaseback-Transaktion veräußert worden, im Geschäftsjahr 2008/2009 hingegen gab es drei Transaktionen. Außerdem erfolgte der Verkauf von drei österreichischen Immobiliengesellschaften sowie sonstiger nicht betriebsnotwendiger Grundstücke.

Der Zahlungsmittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit beträgt im Geschäftsjahr 2008/2009 aufgrund der planmäßigen Tilgung bestehender Finanzkredite 17,1 Mio. € nach einem Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von 2,9 Mio. € im Vorjahr. Dabei stand der Tilgung von langfristigen

Finanzschulden in Höhe von 59,9 Mio. € Neuaufnahmen von langfristigen Krediten in Höhe von 25,2 Mio. € und kurzfristigen Krediten in Höhe von 28,2 Mio. € gegenüber. Die Finanzschulden wurden von 779,6 Mio. € im Vorjahr auf 774,6 Mio. € abgebaut.

Rating

Seit 2004 wird die Bonität des HORNBAACH-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 39,1 % erhöht

Bilanz HORNBACH HOLDING AG Konzern (Kurzfassung)

Mio. €	28.2.2009	29.2.2008	Veränderung
Langfristiges Vermögen	1.072,1	1.046,8	2,4 %
Kurzfristiges Vermögen	923,7	855,2	8,0 %
Vermögenswerte	1.995,8	1.902,0	4,9 %
Eigenkapital	780,5	687,6	13,5 %
Langfristige Schulden	712,9	735,6	-3,1 %
Kurzfristige Schulden	502,4	478,8	4,9 %
Eigen- und Fremdkapital	1.995,8	1.902,0	4,9 %

Die Konzernbilanzsumme ist im Vergleich zum Vorjahr um 93,8 Mio. € oder 4,9 % auf 1.995,8 Mio. € gestiegen. Die Erhöhung der Bilanzsumme spiegelt dabei die weitere moderate Expansion des HORNBACH HOLDING AG Konzerns wider, die sich vor allem in der Zunahme des Sachanlagevermögens inkl. der fremdvermieteten Immobilien und Vorratsgrundstücke sowie den gestiegenen Vorräten ausdrückt. Insbesondere die um 79,2 Mio. € gestiegenen flüssigen Mittel dokumentieren das im Zeichen der internationalen Finanz- und Wirtschaftskrise immer wichtiger gewordene Ziel, die Liquidität und den finanziellen Spielraum zu sichern und auszubauen.

Das bilanzielle Eigenkapital im Konzern wird zum Ende des Geschäftsjahres mit 780,5 Mio. € (Vj. 687,6 Mio. €) ausgewiesen. Die Eigenkapitalquote in Höhe von 39,1 % liegt damit erneut über dem Niveau des Vorjahres (36,1 %).

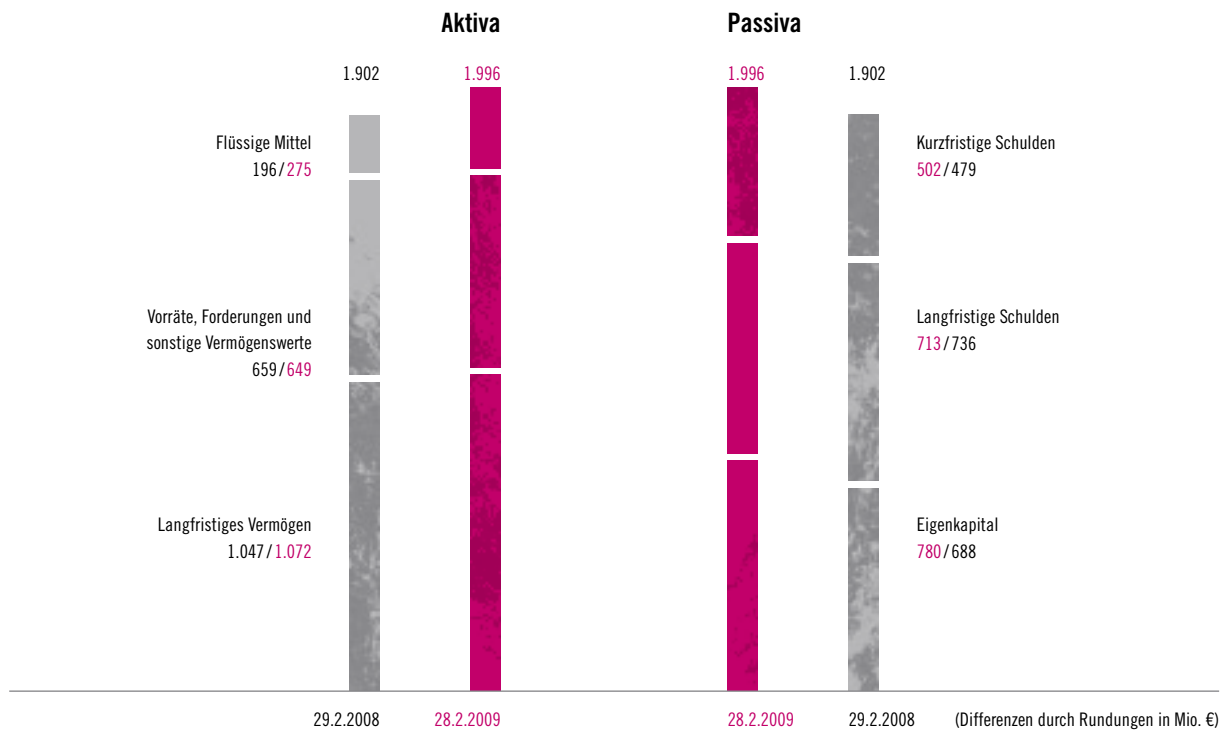
Langfristiges und kurzfristiges Vermögen

Das langfristige Vermögen beträgt zum Bilanzstichtag 1.072,1 Mio. € (Vj. 1.046,8 Mio. €) und damit rund 54 % (Vj. 55 %) der Bilanzsumme. Die Sachanlagen und fremdvermietete Immobilien und Vorratsgrundstücke erhöhten sich um 1,0 % von 975,0 Mio. € auf 985,0 Mio. €. Dabei standen den

Anlagezugängen in Höhe von 125,1 Mio. € Abschreibungen in Höhe von 68,7 Mio. €, Zuschreibungen in Höhe von 1,3 Mio. € sowie Anlageabgänge in Höhe von 1,3 Mio. € gegenüber. Außerdem werden gemäß Anwendung des IFRS 5 Immobilien, die zur Veräußerung bestimmt sind bzw. bereits zum Bilanzstichtag ohne gleichzeitigen Besitzübergang veräußert wurden, per Saldo in Höhe von 27,7 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. Aufgrund der Entwicklungen von Fremdwährungskursen ergab sich eine Reduzierung des Bilanzausweises der Sachanlagen und fremdvermieteten Immobilien und Vorratsgrundstücke in Höhe von 18,7 Mio. €.

Die sonstigen langfristigen Forderungen stiegen im Wesentlichen durch die Stundung von Teilen der Kaufpreise aus einer im Geschäftsjahr realisierten Sale & Leaseback-Transaktion und aus der Veräußerung von drei Immobilienentwicklungsgesellschaften sowie der teilweisen Stundung der an diese Gesellschaften ausgereichten Darlehen von 7,0 Mio. € auf 23,8 Mio. €.

Konzernbilanzstruktur
(in Mio. €)



Die langfristigen Forderungen aus Steuern vom Einkommen und vom Ertrag betreffen einen aufgrund des SEStEG in Vorjahren aktivierten Auszahlungsanspruch für Körperschaftsteuerguthaben zum Barwert in Höhe von 16,9 Mio. €.

Das kurzfristige Vermögen stieg um 8,0 % von 855,2 Mio. € auf 923,7 Mio. € bzw. rund 46 % (Vj. 45 %) der Bilanzsumme. Die Vorräte stiegen dabei bei konstantem Lagerumschlag um 3,6 % (18,1 Mio. €) von 498,1 Mio. € auf 516,2 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) reduzierten sich von 82,3 Mio. € um 1,0 Mio. € auf 81,3 Mio. €. Die gemäß IFRS 5 zur Veräußerung vorgesehenen langfristigen Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen reduzierten sich von 78,7 Mio. € um 27,7 Mio. € auf 51,0 Mio. €. Dabei standen im Wesentlichen der Umbuchung eines zur Veräußerung vorgesehenen HORNBAACH Bau- und Gartenmarktes aus dem Anlagevermögen die Abgänge aus der Veräußerung von drei HORNBAACH Bau- und Gartenmärkten im Wege von Sale & Leaseback-Transaktionen sowie aus dem Verkauf von drei Immobiliengesellschaften im laufenden Geschäftsjahr gegenüber. Gleichzeitig erhöhten sich die flüssigen Mittel von 196,0 Mio. € im Vorjahr auf 275,2 Mio. €. Für weitere Informationen verweisen wir auf die Ausführungen zur Finanzlage.

Langfristige und kurzfristige Schulden

Die Verbindlichkeiten inklusive der Rückstellungen betragen zum Bilanzstichtag 1.215,4 Mio. € gegenüber 1.214,4 Mio. € im Vorjahr. Die langfristigen Schulden verringerten sich von 735,6 Mio. € auf 712,9 Mio. €. Der Rückgang der langfristigen Schulden um 22,7 Mio. € ist im Wesentlichen auf die planmäßige Rückführung der langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten zurückzuführen. In den langfristigen Schulden sind passive latente Steuern in Höhe von 71,7 Mio. € (Vj. 71,1 Mio. €) enthalten.

Die kurzfristigen Finanzschulden erhöhten sich im Wesentlichen durch den Anstieg laufender Bankverbindlichkeiten aufgrund von Zwischenfinanzierungen von 130,7 Mio. € auf 153,3 Mio. €. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und übrige Verbindlichkeiten werden zum Bilanzstichtag mit 248,2 Mio. € in etwa auf Vorjahresniveau (Vj. 245,2 Mio. €) ausgewiesen.

Die Nettoverschuldung im HORNBAACH HOLDING AG Konzern, das heißt die Finanzschulden abzüglich der flüssigen Mittel, reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr deutlich von 583,6 Mio. € auf 499,4 Mio. € zum Bilanzstichtag.

Bilanzkennzahlen HORNBAACH HOLDING AG Konzern

Kennzahl	Definition		28.2.2009	29.2.2008
Eigenkapitalquote	Eigenkapital / Bilanzsumme	%	39,1	36,1
Eigenkapitalrendite	Jahresüberschuss vor Minderheitsanteilen / durchschnittliches Eigenkapital	%	15,4	8,8
Gesamtkapitalrendite	NOPAT ¹⁾ / durchschnittliches Gesamtkapital ²⁾	%	9,8	6,1
Verschuldungskoeffizient (Gearing)	Nettoverschuldung / Eigenkapital	%	64,0	84,9
Zugänge Anlagevermögen inklusive Anzahlungen auf Grundstücke		%	131,4	202,1
Net Working Capital	Vorräte und Forderungen abzgl. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	Mio. €	398,4	387,3
Lagerumschlagshäufigkeit	Materialeinsatz / durchschnittliche Vorräte	Mio. €	3,5	3,5

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

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

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente und Mietverpflichtungen

Neben den im Eigentum des HORNBACH HOLDING AG Konzerns stehenden Bau- und Gartenmärkten und im Rahmen von Finance Lease genutzten Bau- und Gartenmärkten werden 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 HOLDING 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 911,2 Mio. € (Vj. 891,0 Mio. €). Der Erhöhung aus neu abgeschlossenen Mietverträgen für drei Bau- und Gartenmärkte stand die Zahlung der Jahresmieten des Geschäftsjahres 2008/2009 gegenüber. Per Saldo ergab sich eine Erhöhung um 20,2 Mio. €.

Gesamtbeurteilung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Der HORNBACH HOLDING 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 nochmals ausgebaut haben. Die Expansion außerhalb Deutschlands hat somit das Fundament für das künftige Wachstum verbreitert und die Entwicklung des Gesamtkonzerns unabhängiger gemacht von der scharfen Wettbewerbssituation in Deutschland. Der Sanierungskurs im Teilkonzern HORNBACH Baustoff Union GmbH konnte weiter stabilisiert werden. Die Eigenkapitalquote hat sich auf 39,1% 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.

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

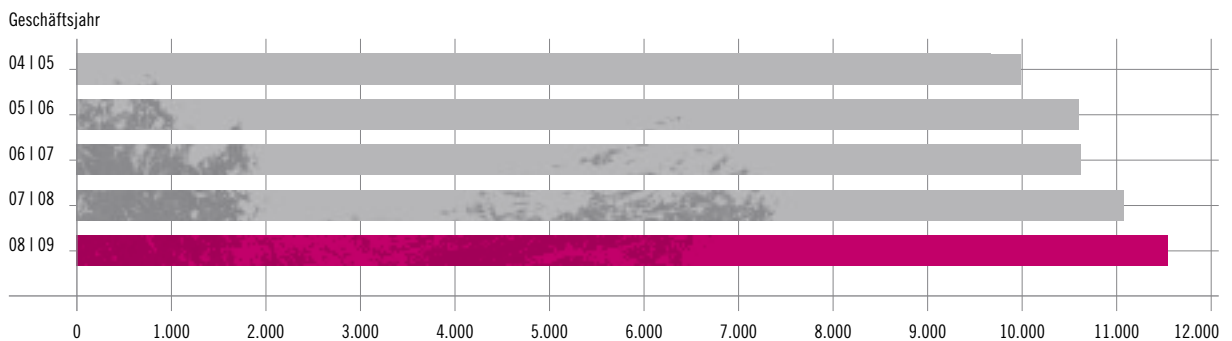
Mitarbeiter in der HORNBACH-Gruppe

Zum Bilanzstichtag 28. Februar 2009 standen 13.169 (Vj. 12.710) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einem aktiven festen Arbeitsverhältnis mit der HORNBACH HOLDING AG bzw. einem ihrer Tochterunternehmen. Damit wurden im Konzern 459 neue Arbeitsplätze geschaffen (plus 3,6%). Der Grund für den Anstieg sind im Wesentlichen die vier Markteröffnungen im abgelaufenen Geschäftsjahr. Im Jahresdurchschnitt und auf Vollzeit umgerechnet wurden im gesamten HORNBACH HOLDING AG Konzern 11.542 (Vj. 11.078) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt.

Die Anzahl der Beschäftigten belief sich in Deutschland auf 8.282 (Vj. 8.413). 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. Im Berichtsjahr wurden im Schnitt 788 (Vj. 772) jungen Menschen Ausbildungsplätze in 13 verschiedenen Ausbildungsberufen zur Verfügung gestellt. Den größten Anteil bilden hierbei die 403 (Vj. 411) Auszubildenden, die sich zu Kaufleuten im Einzelhandel qualifizieren wollen.

Mitarbeiterentwicklung

(Jahresdurchschnitt auf Vollzeitbeschäftigte umgerechnet)



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 HORNBACH-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 HORNBAACH-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 HORNBAACH-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.

Um das Blended-Learning-Konzept noch effizienter umzusetzen, hat HORNBAACH im Rahmen dieses Rollouts ein konzernweites Learning Management System (LMS) eingeführt. Auf dieser Plattform laufen mittlerweile alle HORNBAACH-Lernprogramme.

Volumenmäßig an zweiter Stelle standen erneut Trainingsaktivitäten für den Bereich HORNBAACH-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

HORNBAACH 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. HORNBAACH 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 HORNBAACH-Konzept

Richtschnur für die ständige Weiterentwicklung des HORNBAACH-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 Studienteilnehmer 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 Handwerkerservice 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 HORNBAACH 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 HORNBAACH-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 HORNBAACH 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

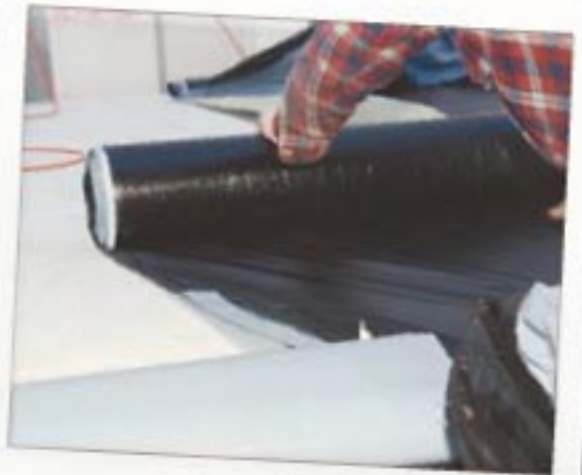
Ein wichtiger Erfolgsfaktor für den europaweiten Betrieb von großflächigen Bau- und Gartenmärkten ist eine ausgeklügelte Warenwirtschaft im Zusammenspiel mit einem homogenen Filialnetz. HORNBAACH hat sich mit dem Aufbau einer eigenen Konzernlogistik über die Jahre einen Wettbewerbsvorteil bei der Beschaffung 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 HORNBAACH-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.

HORNBAACH 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.



Und noch bevor das letzte Teil am Abend eingesetzt wird, ...



... kann schon mit der vorletzten Schicht des neuen Daches begonnen werden.



Am nächsten Tag wird das Holz für die neuen Kanten geliefert. Während hier noch gesägt wird ...



... wird schon die letzte Lage des neuen Daches verschweißt.

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 unzertifizierten 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 Bau-marktkette 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 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 HORNBAACH 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 HORNBAACH weiterhin die Mannheim Business School bei umfangreichen Renovierungsmaßnahmen des unter Denkmalschutz stehenden Gebäudes. Um auch die wissenschaftliche Exzellenz der Region zu stärken, fördert die HORNBAACH-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 HORNBAACH 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 HORNBAACH 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 sind bis zum Drucktermin für diesen Geschäftsbericht keine Ereignisse eingetreten, die für die Beurteilung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der HORNBACH HOLDING AG sowie des HORNBACH HOLDING 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.

Im Rahmen des Aktienoptionsplans 2001 wurden den Mitgliedern des Vorstands Aktienoptionen als Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung zugeteilt. Das Aktienoptionsprogramm ist auf die Erreichung anspruchsvoller Kursziele der Aktie der HORNBACH-Baumarkt-AG ausgerichtet. Im Geschäftsjahr 2008/2009 hatten sämtliche Tranchen die Ausübungshürden überwunden. Einzelheiten des Aktien-

optionsplans werden in den Notes unter Anmerkung (34) näher erläutert.

Für das Geschäftsjahr 2008/2009 betragen die Gesamtbezüge des Vorstands der HORNBACH HOLDING AG für die Wahrnehmung seiner Aufgaben für den Konzern T€ 2.353 (Vj. T€ 2.029). Davon entfallen T€ 658 (Vj. T€ 728) auf die feste Vergütung sowie T€ 1.695 (Vj. T€ 1.301) auf erfolgsbezogene Komponenten. Die Mitglieder des Vorstands besitzen zum Bilanzstichtag 28. Februar 2009 158.334 Stück Stammaktien (Vj. 158.334) sowie 3.405 Stück der börsennotierten Vorzugsaktien (Vj. 3.405) der HORNBACH HOLDING 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).

Ehemaligen Mitgliedern des Vorstandes wurden im Geschäftsjahr 2008/2009 im Zusammenhang mit der Beendigung ihrer Tätigkeit für die Gesellschaft Bezüge in Höhe von T€ 2.090 (Vj. T€ 0) gewährt.

Die Arbeitsverträge der Vorstandsmitglieder enthalten weder Pensionszusagen noch Abfindungsklauseln.

Vergütung des Aufsichtsrats

Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in Ziffer 16 der Satzung der HORNBACH HOLDING 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 Bezüge des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2008/2009 belaufen sich auf T€ 213 (Vj. T€ 182). Dabei entfallen T€ 134 (Vj. T€ 114) auf die feste Vergütung und T€ 79 (Vj. T€ 68) auf erfolgsbezogene Komponenten. Die Mitglieder des Aufsichtsrats besitzen zum Bilanzstichtag 28. Februar 2009 wie im Vorjahr weder Stammaktien noch Vorzugsaktien. Ehemalige Mitglieder des Aufsichtsrats, die im Geschäftsjahr 2008/2009 ausgeschieden sind, besitzen zum Bilanzstichtag 0 (Vj. 158.333) Stück Stammaktien und unverändert zum Vorjahr keine börsennotierten Vorzugsaktien der HORNBACH HOLDING AG.

Die individuellen Aufsichtsratsbezüge lassen sich aus der Satzung und den Angaben im Anhang zum Konzernabschluss ableiten und werden daher nicht gesondert ausgewiesen.

Risikobericht

Risikomanagement im HORNBACH-Konzern

Der Vorstand der HORNBACH HOLDING 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 Geschäftsmodelle, 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 HORNBACH 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 HORNBACH-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 HORNBACH-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 HORNBACH 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 HORNBACH-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. Ausfallrisiken im Bereich des Baufachhandels werden durch ein aktives Debitorenmanagement gesteuert, das die Anwendung bonitätsabhängiger Limite bei Kundenkreditvergaben regelt.

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 Konjunktorentwicklung 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. Hoch-

wasser) ist die HORNBAACH-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 HORNBAACH 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 HORNBAACH-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 Schadensersatzklagen 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 HORNBAACH HOLDING AG müssen sich im Zuge ihres Geschäftsbetriebes naturgemäß mit gerichtlichen und außergerichtlichen Ansprüchen Dritter auseinandersetzen. Zurzeit ist HORNBAACH 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 HORNBAACH-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 HORNBAACH. 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 HOLDING 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.

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 Konjunktexperten 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 Konjunktexperten 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 Handelsegmente 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 eingeeengt. 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 Flächen-

produktivität 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 Riester-Förderung 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 jüngeren 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 Modernisierungs-

bedarf. 75 % der Wohnungen 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.



Endspurt. Natürlich darf auch das Loch für den wichtigen Abfluss nicht fehlen.



Der erste Schnee – die letzte Kontrolle. Das neue Dach hält.

- 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 HORN BACH 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. HORN BACH 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 HORN BACH-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 **Dauerniedrigpreis-**

politik. Wir glauben, dass wir Kunden auf lange Sicht besser an HORN BACH 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 HORN BACH 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 HORNACH 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 HORNACH zu begeistern. Dazu zählen Heimwerkervorfürungen 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 HORNACH 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 HORNACH 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 HORNACH 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 HORNBACH 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 Gesamtkonzern der HORNBACH HOLDING 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. Der Teilkonzern HORNBACH Immobilien AG wird im Rahmen der geplanten Expansion im In- und Ausland weiterhin einen wesentlichen Beitrag zur Immobilienentwicklung leisten.

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 Gewinnerwartungen 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.

Im Teilkonzern HORNBACH Baustoff Union GmbH sind keine Veränderungen im Standortnetz geplant.

Investitionen

Unter der Annahme, dass die Umsatz- und Ertragsentwicklung den erwarteten Verlauf nimmt, wird das geplante Bruttoinvestitionsvolumen im Konzern der HORNBACH HOLDING AG in den Geschäftsjahren 2009/2010 sowie 2010/2011 voraussichtlich über dem Niveau von 2008/2009 (131 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, Hypothekendarlehen sowie durch Mitteleinsatz aus Sale & Leaseback-Transaktionen finanziert werden.

Umsatzentwicklung

Die Umsatzentwicklung der HORNBACH-Gruppe wird ganz wesentlich von der Dynamik des Teilkonzerns HORNBACH-Baumarkt-AG geprägt. Der Projektion für das laufende und kommende Geschäftsjahr haben wir die Erwartung zugrunde gelegt, 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.

Unter Berücksichtigung der geschilderten Chancen und Risiken der künftigen Entwicklung sehen wir jedoch im **Teilkonzern HORNBACH-Baumarkt-AG** weiterhin Umsatzsteigerungen im zweijährigen Prognosezeitraum sowohl in Deutschland als auch im übrigen Europa als realistisch an.

- 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 Teilkonzern 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.

Wir rechnen damit, dass der Nettoumsatz im Teilkonzern HORNBACH-Baumarkt-AG einschließlich Neueröffnungen im laufenden Geschäftsjahr 2009/2010 im unteren bis mittleren einstelligen Prozentbereich wachsen und im Geschäftsjahr 2010/2011 über diesem Wert liegen wird.

Auch die Umsätze des **Teilkonzerns HORNBACH Baustoff Union GmbH** sollen sich weiterhin besser als die Branche entwickeln sowie in den Geschäftsjahren 2009/2010 und 2010/2011 jeweils über dem Niveau des Vorjahres liegen.

Auf Ebene des **Gesamtkonzerns HORNBACH HOLDING AG** gehen wir ebenfalls davon aus, dass der Konzernumsatz im Geschäftsjahr 2009/2010 im unteren bis mittleren einstelligen Prozentbereich zunimmt und wir dieses Niveau im Folgejahr 2010/2011 weiter steigern werden.

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 Geschäftssegmente „Baumärkte“, „Baufachhandel“ und „Immobilien“ Indikationen, die Grundlage für die weitere Ertragsentwicklung im Gesamtkonzern 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.

- Im **Segment Baufachhandel** sollen die Filialkosten sowie die Kosten der Verwaltung aufgrund von verbesserten Betriebsabläufen und Kosteneinsparungen degressiv zum Umsatz steigen.
- Das **Segment Immobilien** umfasst die von den Gesellschaften des HORNBACH-Baumarkt-AG Teilkonzerns sowie der HORNBACH Immobilien AG gehaltenen Einzelhandelsimmobilien, die konzernintern zu marktüblichen Konditionen an die jeweiligen Bau- und Gartenmärkte vermietet sind bzw. weiterverrechnet werden. Ferner werden im Segment Immobilien auch Gewinne und Verluste aus dem operativen Grundstücksentwicklungsgeschäft des Teilkonzerns HORNBACH Immobilien AG sowie Gewinne und Verluste aus Sale & Leaseback-Transaktionen ausgewiesen.

Auf Ebene des HORNBACH-Baumarkt-AG Teilkonzerns rechnen wir 2009/2010 im Segment Immobilien mit erheblich niedrigeren Ergebnisbeiträgen. Während im Geschäftsjahr 2008/2009 Veräußerungsgewinne aus Immobilientransaktionen 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 Teilkonzerns befindlicher Märkte reinvestiert werden.

Auch auf Ebene des Teilkonzerns HORNBACH Immobilien AG sind im Geschäftsjahr 2009/2010 keine bedeutenden Veräußerungsgewinne aus Immobilientransaktionen

geplant. Demgegenüber verbuchten wir 2008/2009 Veräußerungsgewinne in Summe von rund 13 Mio. € aus einer erfolgreichen Grundstücksentwicklung in Österreich und dem Verkauf nicht betriebsnotwendiger Grundstücke.

Das Betriebsergebnis (EBIT) im Gesamtkonzern der HORNBAACH HOLDING AG wird im laufenden Geschäftsjahr (2009/2010) im Wesentlichen bedingt durch den signifikant niedrigeren Ergebnisbeitrag 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 der HORNBAACH-Gruppe waren seit dem Börsengang im Jahr 1987 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 Gesamtkonzern 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

Nach § 315 Abs. 4 HGB sind im Konzernlagebericht bestimmte Angaben zu machen, falls eine Aktiengesellschaft einen organisierten Markt im Sinne des § 2 Abs. 7 des Wertpapiererwerbs- und Übernahmegesetzes (WpÜG) durch von ihr ausgegebene stimmberechtigte Aktien in Anspruch nimmt. Dies ist bei der HORNBAACH HOLDING AG jedoch nicht der Fall, da lediglich stimmrechtslose Vorzugsaktien börsennotiert sind.

DISCLAIMER

Dieser Geschäftsbericht sollte im Kontext mit den geprüften Finanzdaten des HORNBAACH HOLDING 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 HORNBAACH 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 HORNBAACH relevanten Handelsmärkten. Ferner zählen dazu die mangelnde Akzeptanz neuer Vertriebsformate und neuer Sortimente sowie Änderungen der Unternehmensstrategie. Eine Aktualisierung der vorausschauenden Aussagen durch HORNBAACH ist weder geplant, noch übernimmt HORNBAACH die Verpflichtung dazu. Grafiken und Schaubilder einschließlich deren Kommentierung dienen der Veranschaulichung und sind nicht Teil des Lageberichts.