

Presseinformation

Kundenmonitor 2009:

Deutschlands Baumarktkunden wählen Hornbach an die Spitze der Branche

- **14 erste Plätze für das börsennotierte Familienunternehmen**
- **Bestnoten für Produkte, Auswahl und fachliche Beratung**

Bornheim bei Landau, 22. September 2009. Die deutschen Baumarktkunden bestätigen Hornbach beste Qualität – sowohl bei den Produkten als auch bei der Auswahl und der fachlichen Beratung. Beim renommierten Kundenmonitor, den die Münchener Servicebarometer AG jedes Jahr erhebt, hat das Familienunternehmen 14 erste und 7 zweite Plätze in den 33 untersuchten Kategorien erobert, so viele wie kein anderes Unternehmen der Branche.

Bei der seit 1992 jährlich erhobenen Untersuchung werden annähernd 30.000 Kunden über ihre Zufriedenheit mit den Angeboten unterschiedlicher Branchen befragt; die Studie misst auf diese Weise die Kundenorientierung von Unternehmen.

Zum sechsten Mal in Folge haben die Verbraucher Hornbach in der Kategorie „Produktangebot im Vergleich zum Wettbewerb“ auf Platz 1 gewählt. Auch bei der „Auswahl und Angebotsvielfalt“ (sechs Mal in Folge) sowie bei der „Qualität der Waren“ (fünf Mal in Folge) geht die Bestnote erneut an Hornbach. Auch in der neuen Kategorie „Aktualität/Modernität des Sortiments“ konnte Hornbach die Konkurrenz auf die Plätze verweisen.

In acht von neun Sortimentskategorien liegt das viertgrößte deutsche Baumarktunternehmen vor dem gesamten Wettbewerb: bei den Baustoffen/Bauelementen, bei den Bodenbelägen und der Dekoration, bei

Tapeten/Farben/Lacken, bei Eisenwaren/Werkzeugen/Maschinen, bei Garten und Pflanzen, bei Klein- und Selbstbaumöbeln, bei Sanitär und Heizung sowie Badmöbel und bei Elektro/Lampen/Leuchten.

„Besonders stolz sind wir über den ersten Platz in der Kategorie fachliche Beratung“, sagte Jürgen Schröcker, Vorstand Personal und Marketing der Hornbach-Baumarkt-AG: „Unser Ziel ist es ja, Kunden bestmöglich zu unterstützen, die Projekte in Haus und Garten anpacken. Unsere 8.300 Mitarbeiter in Deutschland freuen sich, dass ihre Leistungen von den Verbrauchern anerkannt werden.“

Platz eins bei Weiterempfehlungsabsicht

Die Deutschen würdigten auch die Preisphilosophie des Unternehmens, ergänzte Schröcker. Das bestätige die Umfrage, weil die Hornbach-Märkte auch beim Preis-Leistungs-Verhältnis deutlich vor den Hauptwettbewerbern liege: Die Verbraucher verstünden, dass Dauertiefpreise über das gesamte Sortiment und 365 Tage im Jahr ehrlicher und kundenfreundlicher seien als befristete Rabattaktionen.

„Wir sind mit unserer Strategie des Projektbaumarktes auf dem richtigen Weg,“ betonte Schröcker. Das bestätige der Kundenmonitor vor allem auch in der Kategorie „Weiterempfehlungsabsicht, wo Hornbach erneut auf Platz 1 stehe.

Über HORNACH

Die Hornbach-Gruppe ist einer der größten Betreiber von Bau- und Gartenmärkten in Europa. Der Gesamtkonzern Hornbach Holding AG umfasst neben dem größten operativen Teilkonzern Hornbach-Baumarkt-AG (Bau- und Gartenmärkte/DIY) noch die Teilkonzerne Hornbach Baustoff Union GmbH (regionaler Baustoff- und Baufachhandel) und Hornbach Immobilien AG (Immobilien- und Standortentwicklung). Die Hornbach Bau- und Gartenmärkte sind im Durchschnitt mehr als 11.000 Quadratmeter groß. Diesen Wert erreicht kein anderer Wettbewerber in Europa.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr) 2008/2009 (1.März 2008 bis 28.Februar 2009) erzielte die Hornbach-Gruppe einen Umsatz von 2,75 Mrd. Euro. Das ist ein Anstieg gegenüber dem Vorjahr um 5,1 Prozent. In Deutschland stieg der Marktanteil binnen Jahresfrist von 8,3 Prozent auf 8,5 Prozent. Die 38 Auslandsmärkte trugen 41 Prozent zum Gesamtumsatz der Baumärkte bei.

1877 gegründet, ging das Familienunternehmen mit Wurzeln in der Pfalz 1987 erstmals an die Börse. Hornbach betreibt derzeit 130 großflächige Bau- und Gartenmärkte in neun

Ländern, davon 92 in Deutschland. Die weiteren Länder sind Österreich, die Niederlande, Tschechien, die Schweiz, Schweden, die Slowakei, Luxemburg und Rumänien.

Verkaufskonzept und Sortiment sind ganz auf die Bedürfnisse von Projektkunden und Profis ausgerichtet. Hornbach garantiert seinen Kunden dauerhaft niedrige Preise und ist damit Preisführer in der Branche. Die hohe Qualität der Beratung und der exzellente Service wurden dem Unternehmen in zahlreichen unabhängigen Tests und Studien bescheinigt. 2006 erhielt Hornbach für die Management-Leistung des Jahres den Deutschen Handelspreis. Im Jahr darauf wurde Otmar Hornbach, Pionier und Gründer des Baumarktunternehmens, für sein Lebenswerk mit dem höchsten Preis ausgezeichnet, den der Bundesverband Deutscher Bau-, Heimwerker- und Gartenfachmärkte (BHB) zu vergeben hat: mit dem „Life Time Award“.

Mit Pionierleistungen wie dem ersten kombinierten Bau- und Gartenmarkt (1968), dem ersten Megastore (1980) und dem ersten Baumarkt mit Drive-in (2003) beweist Hornbach ständig aufs Neue seine Innovationskraft. Seit 2001 besteht eine strategische Partnerschaft mit dem britischen Handelskonzern Kingfisher. Hornbach gilt seit Jahrzehnten als Jobmaschine: Mittlerweile sind konzernweit mehr als 13.000 Mitarbeiter beschäftigt.