

Ansprache an die Aktionäre

zur

**Hauptversammlung der
HORNBACH-Baumarkt-AG**

**Albrecht Hornbach
Vorsitzender des Vorstandes**

Frankfurt am Main

21. August 2001

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Namen des Vorstandes der HORNBACH-Baumarkt-AG begrüße ich Sie sehr herzlich zur diesjährigen Hauptversammlung. Ich freue mich über Ihr zahlreiches Erscheinen und bedanke mich für Ihre Verbundenheit mit unserem Unternehmen. Besonders begrüße ich auch unsere anwesenden Mitarbeiter. Wir alle danken Ihnen stellvertretend für alle Kolleginnen und Kollegen für die engagierte und erfolgreiche Arbeit. Die meisten von Ihnen gehören so und so zum Kreis der Aktionäre, sei es über Belegschaftsaktien oder durch privates Investment in die Baumarkt-Aktie.

1. Einleitung

Was werden Sie von mir in den nächsten Minuten erfahren ?

Zunächst blicken wir noch einmal auf den Jahresabschluss für das abgelaufene Geschäftsjahr 2000/2001. Den im Layout leicht veränderten Geschäftsbericht haben Sie bereits mit der Einladung zur Hauptversammlung erhalten.

Nach der Erläuterung der Jahresabschlusszahlen werde ich Ihnen den Verlauf und die Ergebnisse der ersten Monate im aktuellen Geschäftsjahr vorstellen sowie einen Ausblick auf das Gesamtjahr geben. Dabei gehe ich auch auf die gestärkte strategische Position der HORNBACH-Baumarkt-AG im europäischen Wettbewerb ein.

Doch beginnen wir mit einem kleinen atmosphärischen Einstieg in die Welt der HORNBACH Bau- und Gartenmärkte: unserem Investor Relations Video.

<< Video 5 min >>

2. Geschäftsjahr 1999/2000

Sehr geehrte Damen und Herren,

lassen Sie mich nun zu den Umsatz-, Ertrags- und Bilanzzahlen für das abgelaufene Geschäftsjahr kommen. Bei meinen Erläuterungen beziehe ich mich grundsätzlich auf das Zahlenwerk des Konzern-abschlusses der HORNBACH-Baumarkt-AG und nicht etwa auf den Einzelabschluss. Aufgrund der zunehmenden Internationalisierung unseres Geschäfts verliert der Einzelabschluss immer mehr an Bedeutung.

Zunächst die Umsatzerlöse. Trotz weiterhin sehr schwieriger Wettbewerbsbedingungen konnten wir den Konzernumsatz brutto von ca. 2,7 Mrd. DM im Vorjahr auf knapp 3,0 Mrd. DM erhöhen. Dies entspricht einer Steigerung von 10,6 %. Bemerkenswert hierbei ist insbesondere die Umsatzsteigerung außerhalb der deutschen Landesgrenzen. So sind die Umsätze im europäischen Ausland von 493 Mio. DM im Vorjahr um fast 26 % auf 619 Mio. DM gewachsen. Die 12 internationalen HORNBACH Bau- und Gartenmärkte haben damit bereits einen Anteil von mehr als 20 % am Konzernumsatz erreicht.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden insgesamt 6 neue HORNBACH Bau- und Gartenmärkte eröffnet; dadurch hatte sich ihre Anzahl auf 82 erhöht.

Die Verkaufsfläche vergrößerte sich um 8 % auf über 791.000 m². Mit durchschnittlichen 9.652 m² Verkaufsfläche je Markt unterstreichen wir unsere klare Marktführerschaft im Segment der sogenannten „Megastores“.

Bei der Beurteilung der Produktivität eines expandierenden Einzelhandelsunternehmens ist natürlich der Blick auf die Umsatzentwicklung auf vergleichbarer Fläche entscheidend. Unter vergleichbarer Fläche versteht man hierbei Verkaufsflächen, die mindestens ein Jahr bestanden haben.

In unserem vom Kalenderjahr abweichenden Wirtschaftsjahr betrug das Umsatzplus auf vergleichbarer Verkaufsfläche 2,5 %. Auch hier sind wir sehr erfreut über die Entwicklung unserer Märkte außerhalb Deutschlands. So erzielten die internationalen HORNBACH Bau- und Gartenmärkte auf vergleichbarer

Verkaufsfläche ein Plus von 9,1 %. In Deutschland wurde im gleichen Zeitraum auf vergleichbarer Verkaufsfläche ein Plus von 1,0 % erzielt.

Zum Branchenvergleich ist diese Zahl allerdings nicht geeignet, weil alle veröffentlichten Daten grundsätzlich auf das Kalenderjahr 2000 bezogen sind.

Und hier war man mit der Entwicklung in Deutschland überhaupt nicht zufrieden. Nach einem Umsatzminus von 2,0 % auf vergleichbarer Verkaufsfläche in 1999 folgte entgegen den Erwartungen ein gleich hohes Minus im Jahr 2000.

Um so erfreulicher ist, dass wir uns von dieser negativen Branchenentwicklung in Deutschland deutlich abkoppeln konnten. Im gleichen Zeitraum, d.h. im Kalenderjahr 2000, erzielten die HORNBACH Bau- und Gartenmärkte nämlich ein Plus in Höhe von 2,1 %. Rechnet man die Filialen im Ausland hinzu, so betrug der Umsatzanstieg auf vergleichbarer Verkaufsfläche sogar 3,4 %.

Sie sehen am Beispiel dieses Kennzahlenvergleichs innerhalb der Branche die Problematik unseres bislang vom Kalenderjahr abweichenden Geschäftsjahres. Dies ist einer der Gründe, warum wir Ihnen heute eigentlich vorschlagen wollten, das Geschäftsjahr auf Kalenderjahr umzustellen. Ein mit dem Kalenderjahr übereinstimmendes Geschäftsjahr hätte darüber hinaus den Dialog mit Investoren und Analysten erheblich vereinfacht.

Sie merken schon, ich spreche im Konjunktiv. Wir wollten Ihnen die Satzungsänderung heute vorschlagen, aber wir werden es nicht tun. Seit der Verabschiedung der ursprünglichen Tagesordnung zur Hauptversammlung in der Aufsichtsratssitzung am 18. Juni 2001 und heute haben sich neuere Erkenntnisse ergeben, die den Vorschlag zur Umstellung des Geschäftsjahres in diesem Jahr nicht ratsam erscheinen lassen.

Es ist die Umsetzung der Unternehmenssteuerreform, die zu einer erheblichen Rechtsunsicherheit in Bezug auf die steuerlichen Konsequenzen aus der Umstellung des Geschäftsjahres in diesem Jahr geführt hat. Noch bis vor kurzem gingen unsere steuerlichen Berater und wir selbst davon aus, dass für das bei Umstellung des Geschäftsjahres entstehende Rumpfgeschäftsjahr das neue Körperschaftssteuerrecht zur Anwendung kommt.

Dies ergibt sich unseres Erachtens direkt aus dem Gesetzeswortlaut.

Was ist nun geschehen ?

Anfang August erschienen in verschiedenen Steuer-Fachzeitschriften Aufsätze zu dem Thema Systemwechsel zum neuen Körperschaftsteuerrecht. Darin wurden verschiedene Fallkonstellationen zur Geschäftsjahresumstellung untersucht, u.a. auch unser Fall. Einige Autoren kommen zu dem Schluss, dass bei unserer Fallkonstellation für das Rumpfgeschäftsjahr altes Recht, also der alte Steuertarif, zur Anwendung kommt. Folgte die Finanzverwaltung dieser Rechtsauffassung, würde dies signifikante steuerliche Nachteile für uns in Millionenhöhe bedeuten.

Aufgrund der durch diese Diskussion entstandenen erheblichen Rechtsunsicherheit haben wir uns entschieden, die Satzungsänderung zur Geschäftsjahresumstellung nicht vorzuschlagen.

Damit handeln wir im Interesse unserer Aktionäre.

Wir werden die Geschäftsjahresumstellung um ein Jahr verschieben.

Jetzt komme ich zur Ertragslage im Geschäftsjahr 2000/2001.

Bei im Vergleich zum Vorjahr nahezu konstanter Handelsspanne – sie betrug zuletzt 36,2 % – haben wir das warentwirtschaftliche Ergebnis verbessert.

Insbesondere konnten wir den Rohertrag auf vergleichbarer Fläche um über 20 Mio. DM steigern.

Und das ist der wesentliche Grund, warum sich das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit überproportional zu den Umsatzzuwächsen verbessert hat: Es stieg signifikant um 19 % auf 83 Mio. DM.

Die operative Umsatzrendite vor Steuern hat sich dabei von 3,0 % auf 3,2 % verbessert.

Das Betriebsergebnis vor Zinsen (auch EBIT genannt) stieg um knapp 15 % auf rund 125 Mio. DM.

Die Kennziffer „EBITDA“, hierunter versteht man EBIT plus planmäßige Abschreibungen, lag mit rund 223 Mio. DM 7 % über dem Vorjahr.

Sehr erfreulich war die Entwicklung des Jahresüberschusses. So konnten wir das Ergebnis nach Steuern von 30 Mio. DM im Vorjahr um mehr als 50 % auf rund 45 Mio. DM steigern.

Ursache für diese sprunghafte Steigerung:

Die Ertragslage unserer Auslandsgesellschaften hat sich erheblich verbessert, und dies bei einer im Vergleich zum Inland deutlich niedrigeren Steuerbelastung.

Auch das um außerordentliche und periodenfremde Ergebnisbestandteile korrigierte DVFA-Ergebnis je Aktie hat nochmals deutlich zugelegt. Es stieg auf 2,79 DM im Vergleich zu 2,25 DM im Vorjahr.

Wir setzen unseren Expansionskurs national und international fort. Dies erfordert natürlich Investitionen. So haben wir im vergangenen Geschäftsjahr rund 152 Mio. DM in Grundstücke, Gebäude sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung investiert, gegenüber 224 Mio. DM im Vorjahr. Aufgrund der strategisch gewollten Verlagerung der Immobilienaktivitäten im HORNBACH Gesamtkonzern auf unsere Schwestergesellschaft HORNBACH Immobilien AG haben sich die Investitionen im Vergleich zum Vorjahr optisch verringert.

Die Finanzierung erfolgte wie in der Vergangenheit zum einen aus dem frei verfügbaren Cash-Flow und zum anderen durch langfristige Hypothekendarlehen für Grundstücke und Gebäude, sowie aus durch Sale & Rent-Back-Transaktionen frei gewordenen Mitteln.

Die bedeutendsten Investitionen betrafen die im Berichtsjahr eröffneten Bau- und Gartenmärkte in Bremerhaven, Wilhelmshaven, Hannover, Straubing und Velten bei Berlin, sowie in der Tschechischen Republik in Ostrava.

Weiterhin wurden Grundstückskäufe in der Schweiz, den Niederlanden, Österreich und Deutschland getätigt.

Im Zuge von Sale&Rent-Back-Transaktionen wurden im vergangenen Geschäftsjahr Baumarkt-Immobilien in Mönchengladbach, Jena und Görlitz an verschiedene Immobilienfonds veräußert und langfristig zurückgemietet. Dieses Verfahren dient ausschließlich der Finanzierung des weiteren Wachstums. Buchgewinne werden durch die Inanspruchnahme von §6b Einkommensteuergesetz ergebnismäßig neutralisiert, d.h. es besteht so die Möglichkeit, stille Reserven auf Neuinvestitionen zu übertragen.

Insgesamt betragen die Veräußerungserlöse 87 Mio. DM, wobei dieser Betrag erst mit Beginn des neuen Geschäftsjahres, d.h. genau am 01. März 2001, zugeflossen ist. Zum Bilanzstichtag werden diese noch nicht beglichenen Kaufpreisforderungen unter der Position „Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände“ und nicht unter „Flüssige Mittel“ ausgewiesen.

Die Konzernbilanzsumme hat sich im Vergleich zum Vorjahr um 100 Mio. DM auf 1,642 Mrd. DM erhöht. Aufgrund der Sale & Rent-Back-Transaktionen ist der Anteil des Anlagevermögens an der Bilanzsumme trotz des Investitionsvolumens von 152 Mio. DM von mehr als 60 % auf rund 55 % gefallen.

Unter hälftiger Berücksichtigung des Sonderpostens mit Rücklageanteil beträgt die Eigenkapitalquote zum Bilanzstichtag 31,3 % im Vergleich zu 31,7 % im Vorjahr. Damit verfügen wir nach wie vor über eine für ein Handelsunternehmen ausgesprochen gute Eigenkapitalausstattung.

Sehr geehrte Damen und Herren,

damit haben wir uns nun genug mit dem vergangenen Geschäftsjahr beschäftigt, wenden wir uns dem aktuellen Jahr zu:

Was hat uns das 1. Quartal des laufenden Geschäftsjahres gebracht, und was erwarten wir von dessen weiterem Verlauf ?

3. Bericht über das laufende Geschäftsjahr 2000/01

Unser 1. Quartal betrifft die Periode März bis Mai und ist somit identisch mit dem Frühjahr. Daher ist es traditionell das umsatzstärkste Quartal unseres Geschäftsjahres. Es wird geprägt durch die normalerweise in der Frühjahrssaison zu beobachtenden hohen Gartenumsätze, sowie die Zunahme der privaten Bauaktivitäten.

Nun, dieses Mal haben wir das neue Jahr mit einigen „Frostbeulen“ begonnen ...

Sie werden sich bestimmt an die unberechenbare Witterung im März und April erinnern. Gerade die Gartenkunden verloren im ständigen Wechselspiel zwischen Frost, Frust und Frühling schlichtweg die Lust an umfangreichen Projekten. Dadurch sind nennenswerte Umsätze ausgeblieben. Und so überrascht es nicht, dass die Umsätze – brutto wie netto – „nur“ ein Plus von gut 7 % im ersten Quartal verzeichnen.

In Anbetracht der Widrigkeiten können wir dennoch zufrieden sein: Auf vergleichbarer Fläche haben wir mit minus 0,1 % immerhin das Umsatzniveau des sehr guten Vorjahresquartals gehalten.

Am Verlauf des 1. Quartals können wir auch erkennen, wie wichtig es war, rechtzeitig die Weichen Richtung internationale Expansion gestellt zu haben. Denn das Wetter in Österreich, den Niederlanden, Luxemburg und Tschechien war kaum besser als in Deutschland; und trotzdem steigerten wir außerhalb der deutschen Landesgrenze die bereits auf hohem Niveau liegenden Umsätze nochmals: HORNBAACH International erzielte auf vergleichbarer Verkaufsfläche ein Plus von 9 %.

Dagegen konnten wir das Umsatzniveau in Deutschland im 1. Quartal nicht halten und mussten ein Minus von 2,4 % auf vergleichbarer Verkaufsfläche hinnehmen.

Dass wir mit diesem Minus von 2,4 % in Deutschland besser davon gekommen sind als der Wettbewerb, ist leider nur ein schwacher Trost.

So möchte ich nun zur Ertragssituation kommen.

Sie ist leider von dem unvorhergesehenen Verlauf der Monate März und April belastet. So mussten wir bei allen wesentlichen Ergebnisgrößen im 1. Quartal einen Rückgang im Vergleich zum Vorjahr hinnehmen.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit blieb in den ersten drei Monaten mit 54,3 Mio. DM um 9,5 % unter Vorjahr.

Das EBIT hat sich ebenfalls rückläufig entwickelt. Es wird mit 64,4 Mio. DM um 7,6 % unter dem Vorjahr ausgewiesen.

Auch die Cash-Flow-orientierte Kennzahl EBITDA liegt im Konzern mit 88,4 Mio. DM um 6,2 % unter dem Vorjahr.

Was sind die Gründe für den schlechteren Ertrag?

Die Handelsspanne ist hierfür nicht maßgeblich.

Sie liegt auf dem Niveau des Vorjahres.

Die wesentliche Ursache für den Ergebnisrückgang im 1. Quartal ist die Umsatzdelle im Frühjahr. Zwar lagen die Umsätze noch auf Vorjahresniveau, aber dennoch deutlich unter Plan. Dadurch sind wichtige Kostengrößen relativ zum Umsatz gestiegen: Dies sind zum einen die Personalkosten der Filialen und zum anderen die Verwaltungskosten.

Hier waren für Projekte im Zuge der Neuausrichtung unserer Organisation sowie für den Aufbau einer Verwaltung in der Schweiz deutlich höhere Aufwendungen als im Vorjahr erforderlich. Bei allen anderen Kostenblöcken haben wir die Schere angesetzt und drückten damit die Verwaltungskosten und auch die Personalkosten der Filialen deutlich unter die Planwerte. Da sie aber immer noch über Vorjahr liegen, sind diese Kostenrelationen zum Nettoumsatz gestiegen und haben das Quartalsergebnis belastet.

Erfreulich ist hingegen die Entwicklung des Ergebnisses nach Steuern. So ist der anteilige Jahresüberschuss überproportional zum Umsatz gestiegen. Hier spielen zwei Dinge eine Rolle: Zusätzlich zu den steigenden Ergebnisbeiträgen außerhalb Deutschlands, die ohnehin einer niedrigeren Steuerbelastung unterliegen, profitieren wir nun auch von dem reduzierten Körperschaftsteuersatz in Deutschland.

Im laufenden Geschäftsjahr expandieren wir mit Nachdruck weiter. Im 1. Quartal haben wir zwei großflächige Bau- und Gartenmärkte in Garbsen bei Hannover sowie in Erlangen eröffnet.

In den Niederlanden wurde der Betrieb eines alleinstehenden Gartencenters übernommen, das in Zukunft mit einem HORNBACH-typischen Baumarkt kombiniert werden soll.

Die Verkaufsfläche der HORNBACH-Baumarkt-AG stieg damit auf 821.000 m², verteilt auf 85 Märkte.

Im 2. Quartal haben wir bis heute zwei weitere Märkte in Ludwigsfelde bei Berlin sowie in Esslingen im Großraum Stuttgart eröffnet. Und im niederländischen Geleen wurde ein weiterer Gartenmarkt übernommen. Zum 31. Juli 2001 helfen europaweit 7533 fest angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unsere Ziele zu erreichen.

4. Bewertung des Geschäftsverlaufes.

Sehr geehrten Damen und Herren,

vier Ziele bzw. Leitsätze ziehen sich wie ein roter Faden durch die Wachstumspolitik unseres Unternehmens und diese möchte ich zum Thema machen, wenn es daran geht, den Geschäftsverlauf zu bewerten:

1. Wir stellen uns den Herausforderungen

... als wachsendes Unternehmen in einer Branche, in der langfristig nur die stärksten Akteure bestehen werden.

Daher investieren wir kompromisslos in den Ausbau unserer Organisation und in die Weiterentwicklung unserer Unternehmenskultur.

2. Wir bauen unsere Marktposition aus

... und arbeiten uns in der europäischen Spitzengruppe weiter nach vorne.

Auch dazu gehören Investitionen, und zwar in die nationale und internationale Expansion, einerseits, und in die Steigerung der Flächenproduktivität andererseits.

3. Wir wachsen stetig in Ertrag und Rentabilität

... unbeschadet aller zukunftsgerichteten Investitionen.

Und

4. Wir bleiben in unserer Entwicklung berechenbar

... durch eine offene Informationspolitik.

Die Einhaltung realistischer Prognosen ist die Basis für das Vertrauen des Kapitalmarktes.

Damit könnte die Überschrift für unsere Ziele auch lauten: Profitables Wachstum.

Nun können wir sehen, ob wir diesen Ansprüchen gerecht werden. Am besten lässt sich das beurteilen, wenn wir den Faden wieder aufnehmen, den ich auf der letztjährigen Hauptversammlung in Form von drei Kernaussagen ausgelegt habe.

1. Aussage 2000:

Die nach dem 1. Quartal des abgelaufenen Geschäftsjahres verkündeten Umsatz- und Ertragsprognosen haben sich damit voll erfüllt, ...

2. Aussage:

Erstmals seit ... 1994 konnten wir mit einem Zuwachs von 3,2 % ... wieder steigende Umsätze auf vergleichbarer Fläche verzeichnen. ...

3. Aussage:

Das Ende des negativen Produktivitätstrends der letzten Jahre scheint erreicht zu sein. ..

Diese Aussagen dienen heute als Prüfsteine für die Eckpunkte des abgelaufenen Geschäftsjahres, 2000/01:

1. Mit einem Bruttoumsatz von 3,0 Mrd. DM und einer Ergebnissteigerung von 19 % sind alle Prognosen eingehalten; insbesondere ist erstmals seit drei Jahren der Ergebnisanstieg größer als der Umsatzanstieg.

Fazit: **Prognosen wieder erfüllt !**

2. Das Fundament für den Ergebnisanstieg bildet die wiederholt positive Umsatzentwicklung auf vergleichbarer Fläche. Mit einem Zuwachs von 2,5 % haben wir wieder einen wichtigen Schritt nach vorne getan und Marktanteile hinzugewonnen.

Fazit: **Umsatzwachstum auf vergleichbarer Fläche setzt sich fort !**

3. Dadurch steigt die Umsatzrentabilität gemessen am Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von 3,0 % auf über 3,2 % vom Nettoumsatz.

Fazit: **Das Ende des negativen Produktivitätstrends der letzten Jahre ist tatsächlich erreicht !**

Und das ist der Punkt, meine Damen und Herren:

Mit unserer guten Ertragsentwicklung haben wir uns weiteres Wachstum verdient !

Fundament der Ertragskraft ist schlicht und einfach die Qualität unseres Geschäfts, die sich nicht zuletzt an der Kundenmeinung messen lässt.

Und in der Kundenmeinung stehen wir in allen Ländern hoch im Kurs:

- Im „Kundenmonitor Deutschland 2000“, der von neutraler Stelle regelmäßig erhoben wird, ist die HORNBAACH-Baumarkt-AG in der Gunst der deutschen Verbraucher auf den zweiten Platz vorgerückt und liegt damit vor allen anderen „reinrassigen“ Baumarktbetreibern.
(Quelle: Service Barometer AG, München)
- In Österreich erklärte uns AC Nielson, Wien, zum besten und preiswertesten Baumarkt.
(HORNBAACH Testsieger 2000 gemäß Studie „Mystery Shopping Baumärkte ... wer ist der Beste im Land?“)
- In Tschechien gelten wir als der Baumarkt mit der besten Beratung und den mit Abstand günstigsten Preisen.
(Testsieger gemäß Baumarkttest der größten tschechischen Tageszeitung Mlada Fronta, am 21.03.2001)
- Und in den Niederlanden sind wir zwar noch nicht ins Blickfeld der Marktbeobachter geraten, aber in dem Land, wo wir augenblicklich die größten Umsatzsteigerungen überhaupt erzielen, können die Kunden nicht unzufrieden mit unserem Geschäft sein.

Es gibt weitere Highlights:

Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir unseren Marktanteil in Deutschland von 5,3% auf 5,7% verbessert. Und wir werden unsere Wettbewerbsposition weiter ausbauen.

Wir freuen uns darüber, dass wir im vergangenen Jahr im Ranking der Top 10 der deutschen Baumarktbetreiber nach Umsatz von Rang 6 auf Rang 4 vorgerückt sind.

Im laufenden Geschäftsjahr sollen uns bis zu zehn Marktneueröffnungen und eine positive Entwicklung der Filialen unserem erklärten Ziel einen weiteren Schritt näher bringen:

Platz drei der deutschen und Platz fünf aller europäischen Baumarktbetreiber zu besetzen !

Wir halten alle Trümpfe in der Hand, um dieses Ziel zu erreichen, darunter ein As, das uns einen unerreichbaren Wettbewerbsvorteil verschafft:

MEGASTORES.

Das sind Märkte mit Verkaufsfläche von mehr als 10.000 qm. In diesem Segment sind wir unangefochtener Marktführer in Deutschland:

- Die durchschnittliche Verkaufsfläche liegt inzwischen bei 9650 m². Sie ist damit genau doppelt so groß wie im Branchenschnitt (4826 m² gem. BHB).
- Mit einem durchschnittlichen Umsatz pro Markt von fast 38 Mio. DM führen wir die Rangliste der sechs größten Baumarktketten klar an.
- Und auch in der Flächenproduktivität liegen wir mit 3924 DM pro qm Verkaufsfläche auf Platz 1 unter den Top-6 in Deutschland.
- Kein anderer Wettbewerber betreibt anteilig so viele so große Märkte. Sortiment, Bevorratung, Service und Preis sind optimal auf die Möglichkeiten unserer großflächigen Märkte zugeschnitten.
- An erstklassigen Standorten in fünf europäischen Ländern haben wir ein Handelsformat entwickelt, das sich auch international mit großem Erfolg multiplizieren lässt. Im nächsten Jahr werden wir die ersten HORNBACH Bau- und Gartenmärkte in der Schweiz eröffnen. Weitere Länder werden folgen.

Inzwischen erwirtschaften wir jede fünfte Mark Umsatz außerhalb Deutschlands, Tendenz weiter zunehmend.

Das europaweit einzigartige HORNBACH-Vertriebskonzept an erstklassigen Standorten ist in der Branche in hohem Maße anerkannt. Dafür wurden wir im Jahr 2000 als bislang erstes Handelsunternehmen in Deutschland, das nicht im Lebensmittelbereich operiert, mit dem renommierten Preis „Goldener Zuckerhut“ ausgezeichnet. Wir sehen nicht zuletzt darin eine Bestätigung und Würdigung der unternehmerischen Leistung.

Noch wohler wäre uns allerdings, wenn auch die Börse dies ähnlich bewerten würde. Während wir kontinuierlich weiter wachsen, dümpelt der Kurs der Baumarkt-Aktie auf einem Niveau, das von einer angemessenen Bewertung immer noch weit entfernt ist.

Vernünftige Erklärungen dafür gibt es nicht, zumindest nicht in den Punkten, die wir selbst beeinflussen können. Auf die Rahmenbedingungen der Volkswirtschaft im allgemeinen und der Börse im speziellen können wir keinen Einfluss nehmen. Wir konzentrieren uns lieber unbeirrt auf unser Geschäft, denn hier spielt letztlich die Musik.

Wir sind überzeugt, dass der nachhaltige Erfolg, den wir mit unseren großflächigen Bau- und Gartenmärkten im internationalen Wettbewerb erzielen, über kurz oder lang die Blicke der Investoren wieder stärker auf unsere Aktien ziehen wird. Solidität, Verlässlichkeit und die langfristig orientierte Steigerung des Unternehmenswertes ist das, was Sie als HORNBACH-Aktionäre ohne Abstriche von uns erwarten dürfen.

5. Ausblick Geschäftsjahr 2001/02

Sehr geehrte Damen und Herren,

zum Schluss will ich noch einen kurzen Ausblick auf das gesamte Geschäftsjahr geben. Den „Dämpfer“ des schwachen 1. Quartals werden wir wegstecken. Wir dürfen uns erinnern, dass das gute Ergebnis des letzten Jahres vor allem durch ein überragendes 1. Quartal geprägt war, mit einer Ergebnissteigerung von über 21 %. Die restlichen Quartale waren eher durchschnittlich. Das relativiert den momentanen Rückstand und eröffnet uns die Chance, die Erträge in den Folgemonaten im Vergleich zum schwächeren Teil des Vorjahres steigern zu können.

Die Entwicklung im zweiten Quartal, also in den Monaten Juni, Juli bis in den August, stimmt uns zuversichtlich. Daher erwarten wir im gesamten Geschäftsjahr Bruttoumsätze in Höhe von mehr als 3,3 Mrd. DM.

Wir sind zuversichtlich, den Ertragsrückstand des ersten Quartals aufholen zu können und darüber hinaus ein über dem Vorjahr liegendes Ergebnis zu erreichen.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit !