
Wir wollen 2003 wieder schwarze Zahlen schreiben

Heiko Witte

Mitglied des Vorstandes
der SinnLeffers AG

in der Hauptversammlung am 27. Juni 2003

Meine sehr geehrten Aktionärinnen und Aktionäre,

sehr verehrte Damen und Herren,

im Namen des Vorstandes der SinnLeffers AG begrüße ich Sie zu

Einer der Schwerpunkte des Jahres 2002 ist die Weiterentwicklung unserer Modehäuser auf der konzeptionellen Basis „fashion & more“.

unserer 87. Hauptversammlung und darf Sie hier in Köln sehr herzlich willkommen heißen.

Ich werde zunächst auf die operativen Schwerpunkte des Berichtsjahres eingehen und Ihnen den Jahresabschluss 2002 sowie den Konzern-Lagebericht mit den wichtigsten Kennziffern erläutern. Anschließend erhalten Sie einen Überblick über die zentralen Themen und Ergebnisse des *laufenden* Jahres sowie einen Ausblick auf das Geschäftsjahr 2003.

Lassen Sie mich jedoch vorab sagen, dass wir für das laufende Jahr eine signifikante Ergebnisverbesserung erwarten und je nach Verlauf der Konjunktur die Gewinnschwelle wieder erreichen werden.

I. Schwerpunkte der Geschäftspolitik

Zunächst möchte ich Ihnen die operativen Schwerpunkte des Jahres 2002 erläutern:

- ▷ Dies sind die Weiterentwicklung unserer Modehäuser auf der konzeptionellen Basis „fashion & more“.
- ▷ Die Forcierung unserer Konzernmarken und die Partnerschaft mit Herstellermarken.
- ▷ Die umfassenden Restrukturierungsmaßnahmen des letzten Jahres auf der Führungs- und Leitungsebene des Unternehmens
- ▷ Und schließlich das Wachstum an neuen Standorten.

Sehr geehrte Damen und Herren, zunächst zum Konzept „fashion & more“ und unseren Aktivitäten zur

Weiterentwicklung der Eigenmarken im Unternehmen.

Was verbirgt sich nun konkret hinter dem Begriff „fashion & more“: Zunächst wie bisher das Vollsortiment Textil mit DOB, HAKA, Young fashion, Wäsche und Kinderbekleidung. Dazu kommen je nach Flächenverfügbarkeit ausgewählte Sortimente in Schuhen, Lederwaren und Parfümerie sowie lifestylebezogene Accessoires.

Das Konzept „fashion & more“ ermöglicht es dem Unternehmen, größere Verkaufsflächen mit einer deutlich höheren Flächenproduktivität zu belegen, als dies bei einem reinen Modehaus realisierbar wäre.

Wir haben im Oktober 2002 unser Haus in Essen am Limbecker Platz nach diesem neuen Konzept umgestaltet und es darüber hinaus in Sortimentierung und Ambiente deutlich verjüngt.

Die Entwicklung des Hauses belegt, dass die Umsatzleistung seit der Eröffnung nicht nur über dem Durchschnitt des Unternehmens, sondern

auch deutlich oberhalb der Marktentwicklung verläuft.

Die im Rahmen der Projektarbeit des stationären Einzelhandels der KarstadtQuelle-Gruppe gewonnenen Erkenntnisse werden zukünftig zu einer deutlicheren Trennung bei der Marktpositionierung der jeweiligen Vertriebsmarken führen. Die SinnLeffers-Gruppe deckt dabei mit ihren Sortimenten bei nur geringen Überschneidungen zu anderen Einzelhandelsgesellschaften des Konzerns das obere Marktsegment ab und wird diese Positionierung des Unternehmens für den Verbraucher noch deutlicher herausarbeiten als bisher.

Die Projektarbeiten hierzu sind im Geschäftsjahr 2002 weitgehend abgeschlossen worden.

Die SinnLeffers-Gruppe deckt mit ihren Sortimenten das obere Marktsegment ab und wird diese Positionierung des Unternehmens für den Verbraucher noch deutlicher herausarbeiten als bisher.

Darüber hinaus haben wir im vergangenen Jahr intensiv an der vertikalen Integration der gesamten Prozesskette für die Konzernmarken Yorn, Inscene, Bamboo und Desirée gearbeitet; weitere Konzernmarken werden sukzessive in diese Prozesskette eingebunden.

Im Rahmen dieser Konzernmarken-Förderung werden homogen aufeinander abgestimmte Abläufe von der Produktentwicklung bis zur zielgruppenorientierten Vertriebssteuerung eingerichtet.

Diese Markenentwicklung führt zu einer Optimierung der bisherigen Vertriebspolitik und mittelfristig zu einer höheren Wertschöpfung für die SinnLeffers-Gruppe und die in der Prozesskette kooperierenden Marktpartner.

Im Berichtsjahr wirkte sich insgesamt die kontinuierliche Verbesserung der Sortimentsleistung und des Warenhandlings positiv aus. So konnte die Wareneingangskalkulation erneut angehoben werden und der Lagerumschlag stieg von 3,0 auf 3,2.

Darüber hinaus konnte die SinnLeffers-Gruppe im Berichtsjahr weitere Partnerschaftsverträge für das Monomarken-Geschäft abschließen

Die SinnLeffers-Gruppe konnte im Berichtsjahr weitere Partnerschaftsverträge für das Monomarken-Geschäft abschließen.

Neben dem bereits bestehenden Kooperationsvertrag mit der Hugo BOSS AG wurden weitere Vereinbarungen zur aktiven Zusammenarbeit mit der Gerry Weber AG und der Firma Mango getroffen.

Die SinnLeffers Marktextilien-Vertrieb GmbH – eine 100%ige Tochtergesellschaft der SinnLeffers AG – verfügt damit über ein deutlich erweitertes Marken-Portfolio, um mit Monomarken-Stores wachsen zu können. Unter Berücksichtigung des bereits vorhandenen Eigenmarkenkonzeptes „Bamboo“ kann die Gesellschaft damit wesentlich mehr und auch unterschiedliche Standorte als bisher belegen.

Sehr geehrte Damen und Herren, nun zu den bereits genannten Restrukturierungsmaßnahmen.

Sie alle wissen, dass die seit Jahren anhaltende Konsumschwäche und die hohe Abgabenlast in Deutschland immer wieder harte Einschnitte in die Kostenbudgets der deutschen Unternehmen erforderlich gemacht haben. Auch unser Unternehmen hat in der Vergangenheit regelmäßig und teilweise schmerzhaft die Kostenstrukturen an rückläufige Umsätze und Rohträge anpassen müssen.

Dies galt einmal mehr auch für das Geschäftsjahr 2002.

Wir haben in diesem Zusammenhang ein neues Führungs- und Personal-konzept für unsere Zweigniederlassungen erarbeitet, das zu einer deutlich schlankeren Leitungsstruktur sowie einer verkürzten Hierarchie im gesamten Unternehmen geführt hat.

Die Umsetzung erfolgte bereits im zweiten Quartal des Berichtsjahres und wurde durch die Einrichtung einer Beschäftigungs- und Qualifizierungsgesellschaft zum 1.5.2002 Übergangsverträglich gestaltet.

Mit dieser Strukturmaßnahme waren erhebliche Sonderaufwendungen verbunden; sie betragen für den SinnLeffers-Konzern 16,7 Mio Euro.

Darüber hinaus erfolgte im Rahmen der Neustrukturierung die Ausgliederung der unternehmenseigenen Immobilien in 14 eigenständige Tochtergesellschaften, worüber wir bereits auf der außerordentlichen Hauptversammlung am 28. März diesen Jahres ausführlich berichtet haben.

Wir haben ein neues Führungs- und Personal-konzept für unsere Zweigniederlassungen erarbeitet.

Die Immobilienausgliederung bietet der SinnLeffers AG eine Reihe von Vorteilen, wie z.B. in den Bereichen Konzernfinanzierung, Immobilienverwaltung und Facility-Management, die ohne die Ausgliederung nicht hätten erreicht werden können. Durch die Ausgliederung zum Verkehrswert erzielt das Unternehmen darüber hinaus steuerliche Vorteile durch die Nutzung der vorhandenen Verlustvorträge.

Die Immobilien werden nunmehr in Tochtergesellschaften geführt, an denen die SinnLeffers AG mit 94 % beteiligt ist, und bleiben dadurch auch zukünftig ein wesentlicher Bestandteil im Vermögen des Unternehmens.

Meine Damen und Herren, es gibt mehrere Möglichkeiten ein Unternehmensergebnis zu verbessern. Einerseits sind das alle Maßnahmen

zur Steigerung der Roherträge, wie Kalkulationsanhebungen, Abschriftenminderungen, Mengenwachstum etc. sowie andererseits die Reduzierung der Kosten bzw. der effizientere Mitteleinsatz.

Wir bei SinnLeffers haben in den vergangenen Jahren kontinuierlich an den Kosten gearbeitet und durch deren Optimierung die strukturellen Voraussetzungen geschaffen, über Wachstum Skaleneffekte zu erzielen.

Wir bei SinnLeffers haben in den vergangenen Jahren kontinuierlich an den Kosten gearbeitet und durch deren Optimierung die strukturellen Voraussetzungen geschaffen, über Wachstum Skaleneffekte zu erzielen.

Hieraus ergibt sich ein wesentlich schnellerer Rückfluss der eingesetzten investiven Mittel und damit ein höher cash-flow, der für weiteres, ökonomisch sinnvolles Wachstum eingesetzt werden kann.

In diese Linie passt die Eröffnung neuer Modehäuser in Braunschweig, Dresden und Magdeburg mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 11.500 qm.

Zugleich haben wir mit der Belegung dieser Standorte eine Verdichtung des Vertriebsnetzes im Norden und Osten des Landes erzielt, die Vorteile für das Warenhandling und die logistischen Abläufe erbringen wird.

Wie Sie wissen, gehören zur SinnLeffers-Gruppe nicht nur die SinnLeffers-Modehäuser, sondern auch die SinnLeffers Markentextilien-Vertrieb GmbH, unter deren Dach die Marken BOSS, Gerry Weber, Bamboo und Mango am Markt vertrieben werden.

Diese Gesellschaft eröffnete im Berichtsjahr die ersten beiden Gerry Weber-Stores im Main-Taunus-Zentrum und im Rhein-Ruhr-Zentrum in Mülheim. In diesen Stores mit einer Verkaufsfläche von durchschnittlich

350 qm wird das Sortiment „House of Gerry Weber“ angeboten.

Zum Ende des Geschäftsjahres gehören nunmehr 53 Niederlassungen (Vorjahr 48) zur SinnLeffers-Gruppe, davon entfallen vier auf die BOSS- und Gerry Weber-Monomarken-Stores.

Die Gesamt-Verkaufsfläche in der SinnLeffers-Gruppe stieg zum Jahresende von rd. 231.000 qm im Vorjahr auf rd. 243.000 qm an.

Die gesamten Sachanlageinvestitionen der Unternehmensgruppe beliefen sich im Berichtsjahr auf ein Gesamtvolumen in Höhe von 30,9 Mio Euro nach 28,2 Mio Euro im Vorjahr. Wir haben uns also – was die Investitionsleistung anbetrifft – eher antizyklisch verhalten.

II. Jahresabschluss 2002

Sehr geehrte Damen und Herren,

Ich komme nun zum Zahlenwerk des Jahresabschlusses 2002.

Die starke Abschwächung der Konsumnachfrage spiegelt sich in der Entwicklung der Einzelhandelsumsätze wider, die 2002 nominal um 2,0% (real –2,3%) zurückgegangen

Der deutsche Bekleidungs-einzelhandel musste 2002 Umsatzeinbußen von nominal –4,7% und real von –5,1% hinnehmen.

sind. Dabei musste der deutsche Bekleidungs-einzelhandel Umsatzeinbußen von nominal –4,7% und real von –5,1% hinnehmen. Je nach Betriebstyp betrug das Umsatzminus des Bekleidungs-einzelhandels in Deutschland bis zu minus 8%.

In einem der schwierigsten Jahre des deutschen Einzelhandels seit Bestehen der Bundesrepublik Deutschland steigerte die SinnLeffers-Gruppe bei leicht rückläufigen Umsätzen die Absatzleistung und die Marktanteile.

Gleichwohl führte diese kritische Situation des deutschen Einzelhandels zu einer weiteren Verschärfung des Verdrängungswettbewerbs, der in der

Regel über den Preis ausgetragen wurde.

Die SinnLeffers-Gruppe erreichte im vergangenen Jahr einen Einzelhandelsumsatz (einschließlich Mehrwertsteuer) in Höhe von 662,3 Mio Euro nach 668,6 Mio Euro im Vorjahr (–0,9%). Parallel zu dieser Umsatzentwicklung stieg die Absatzleistung um 1,0% auf 28,4 Mio. verkaufte Teile im Berichtsjahr an.

Die SinnLeffers-Gruppe erreichte einen Einzelhandelsumsatz in Höhe von 662,3 Mio Euro nach 668,6 Mio Euro im Vorjahr (–0,9%).

Bereinigt um neue Standorte lag der Umsatz im Geschäftsjahr 2002 um 3,6% unter dem Vorjahreswert, jedoch damit immer noch substanzial besser als die Marktentwicklung.

Der konsolidierte Konzernumsatz der SinnLeffers-Gruppe ohne Mehrwertsteuer liegt mit 590,5 Mio Euro um 1,1% unter dem Vorjahreswert in Höhe von 597,3 Mio Euro.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

Sie sehen hieraus, dass es dem Unternehmen im Berichtsjahr gelungen ist, den Umsatz stabil zu halten. Zugleich ist unser Unternehmen durch die strukturellen Veränderungen erheblich flexibler geworden und hat damit die Personalproduktivität gegenüber dem Vorjahr deutlich gesteigert.

Der Umsatz je Mitarbeiter stieg in der SinnLeffers AG gegenüber dem Vorjahr erheblich von 217.000 Euro auf 253.000 Euro an (+16,6%).

Insbesondere durch die Veränderung der Leitungs- und Führungsstruktur in der Filialorganisation verringerte sich die Zahl der auf Vollzeitkräfte umgerechneten Beschäftigten im Jahresdurchschnitt von 3.912 im Vorjahr um 312 auf 3.600.

Bereinigt um den einmaligen Sonderaufwand der Strukturmaßnahmen

gingen die Personalkosten in der SinnLeffers-Gruppe in Höhe von 140,4 Mio Euro im Vorjahr um 9,8% auf 126,6 Mio Euro zurück.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

trotz aller dieser positiven Maßnahmen und Aktivitäten können wir mit dem erzielten Ergebnis des letzten Geschäftsjahres nicht zufrieden sein – und wir sind es auch nicht.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit der SinnLeffers AG hat sich zwar verbessert, aber es verblieb im negativen Bereich und lag mit –7,8 Mio Euro um 3,9 Mio Euro über dem Vorjahresergebnis von –11,7 Mio Euro. Der Jahresfehlbetrag des Unternehmens beträgt 8,7 Mio Euro nach 12,6 Mio Euro im Vorjahr.

Der Jahresfehlbetrag des Unternehmens beträgt 8,7 Mio Euro nach 12,6 Mio Euro im Vorjahr.

Im Jahresabschluss der SinnLeffers AG hat die Immobilienausgliederung die im Rahmen der Restrukturierung angefallenen Einmalaufwendungen sowie die Bildung von Rückstellungen für weitere Risiken abgedeckt.

Der unter Einbeziehung der übrigen konsolidierten Unternehmen ermittelte Konzernjahresfehlbetrag wurde insbesondere durch die Eliminierung der Zwischengewinne aus der Immobilienausgliederung in Objektgesellschaften beeinflusst.

Die Eigenkapitalquote der SinnLeffers AG vermindert sich von 21 Prozent auf 15 Prozent im Geschäftsjahr 2002. Das Ergebnis je Aktie nach DVFA beträgt –0,95 Euro nach –0,60 Euro im Vorjahr.

III. Unternehmenssituation 1. Halbjahr 2003 und Ausblick

Meine Damen und Herren,

lassen Sie mich nun auf die aktuelle Entwicklung des laufenden Geschäftsjahres eingehen.

Der deutsche Textileinzelhandelsmarkt verläuft in den ersten sechs Monaten mit einem Minus von rund 4% erneut deutlich unter dem bereits sehr schlechten Vorjahr, so dass auch im Gesamtjahr 2003 keine Belebung der Textilnachfrage mehr zu erwarten ist.

Für SinnLeffers gilt bis heute, dass wir nach dem belastenden Jahr der Re- strukturierung im Vorjahr deutlich besser in das Jahr 2003 gestartet sind.

Für SinnLeffers gilt bis heute, dass wir nach dem belastenden Jahr der Restrukturierung im Vorjahr deutlich besser in das Jahr 2003 gestartet sind.

Nach Ablauf der ersten sechs Monate des Jahres 2003 liegen die Umsätze des Unternehmens auf Vorjahresniveau und damit erneut deutlich oberhalb der Marktentwicklung.

Wir hoffen, mit dieser Entwicklung eine stabile und dauerhafte Firmenkonzunktur zu begründen, unsere Marktanteile auszubauen und gegen den allgemeinen Trend zu wachsen. Hierzu trägt das erfolgreiche Instrument der SinnLeffers-Fashion-Card ebenso bei wie die antizyklisch getätigten Investitionen.

Zudem liegen unsere Kosten deutlich unter dem Vorjahr, so dass wir zum 30.06. ein erheblich über dem Vorjahr liegendes Geschäftsergebnis ausweisen werden.

Im weiteren Jahresverlauf erwarten wir durch gezielte Sortiments- und Marketingaktivitäten eine Fortsetzung der über der Marktentwicklung liegenden Absatzleistung.

Hierbei werden die bereits in der ersten Jahreshälfte modernisierten und verjüngten Modehäuser in Münster, Hagen, Kassel und Oberhausen einen besonderen Beitrag leisten.

Dies bezieht sich im Wesentlichen auf die Umsetzung des Konzeptes „fashion & more“ und die parallel hierzu vorgenommene deutliche Ver-

jüngung der Sortimente und des Unternehmensauftrittes.

Dies gilt auch für die im Herbst anstehende Modernisierung unseres Hauses in Krefeld.

Die SinnLeffers Marktextilien-Vertrieb GmbH wird in der zweiten Jahreshälfte weitere neue Monomarken-Stores eröffnen. Je nach Verfügbarkeit geeigneter Ladenlokale haben wir die Eröffnung von bis zu zehn neuen Stores geplant.

Hierbei bildet das multiplikationsreife Konzept „Bamboo“ einen herausragenden Schwerpunkt. So ist unter anderem noch in diesem Jahr die Einrichtung von mehr als 70 Bamboo-Shops in Karstadt-Warenhäusern geplant. Darüber hinaus bereiten wir

Die SinnLeffers Marktextilien-Vertrieb GmbH wird in der zweiten Jahreshälfte weitere neue Monomarken- Stores eröffnen.

weiterhin die Eröffnung von Stand alone-Stores mit den Marken BOSS, Mango und Gerry Weber vor. Ein weiteres „House of Gerry Weber“ wurde bereits im Frühjahr in Krefeld eröffnet.

Für das Filialgeschäft der SinnLeffers AG können wir Ihnen heute berichten, dass wir im Jahr 2004 drei weitere neue Standorte belegen werden. Die Verträge hierzu sind bereits unterzeichnet.

Dabei handelt es sich um die Standorte Karlsruhe, das Nordwest-Center in Frankfurt und die Riem-Arcaden in München-Riem. Alle Objekte befinden sich in Top-Lagen und werden mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 19.700 Quadratmetern deutlich zum Wachstum des Unternehmens beitragen.

Darüber hinaus nutzen wir auch weiterhin die Kooperationsmöglichkeiten innerhalb des KarstadtQuelle-Konzerns durch Inanspruchnahme gemeinsamer Ressourcen in den Bereichen des Einkaufs, des Immobilien-

managements, der Informationsverarbeitung und der Logistik. Diese Zusammenarbeit erbringt uns eine dauerhaft unterproportionale Kostenentwicklung sowie Skaleneffekte bei weiterem Wachstum.

Das externe Wachstum des Unternehmens trägt unmittelbar zu einer schnelleren Stärkung der Ertragslage bei.

Wir verfügen nunmehr über die Kostenstrukturen und organisatorischen Voraussetzungen, die erforderlich sind, um bei der Erschließung neuer Standorte zu marktüblichen Konditionen innerhalb von kurzer Zeit die break-even-Schwelle zu erreichen und positive Ergebnisse zu erzielen.

Damit trägt das externe Wachstum des Unternehmens unmittelbar zu einer schnelleren Stärkung der Ertragslage bei.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

unser Ziel ist es, 2003 wieder schwarze Zahlen zu schreiben. Vor dem Hintergrund der zuvor dargelegten Zusammenhänge sehen wir gute Chancen, dieses Ziel auch zu erreichen:

1. Wir steigern derzeit entgegen dem Branchentrend unsere Umsätze und zugleich unsere Roherträge und bauen unsere Marktanteile aus.
2. Die SinnLeffers AG kommt mit der Unternehmenspositionierung sowie mit der Profilierung der Sortimente sehr gut voran. Dazu tragen sowohl die neuen und modernisierten Standorte wie auch die Partnerschaften mit unseren Lieferanten bei.
3. Aus der Einbindung in den KarstadtQuelle-Konzern schöpfen wir deutliche finanzielle Vorteile, sei es durch optimale Finanzierungsmöglichkeiten oder durch Nutzung von Konzernressourcen in verschiedenen Funktionen, die dazu beitragen, dass sich unser Kostengerüst unterproportional entwickelt.
4. Die bereits im Vorjahr vollzogene Restrukturierung wird unseren Personalaufwand im Jahresverlauf um

über 20 Mio. Euro verringern, so dass wir mit einer besseren Gesamtkostenstruktur unsere Flexibilität im Markt nachhaltig erhöhen.

Wir steigern derzeit entgegen dem Branchentrend unsere Umsätze und zugleich unsere Roherträge und bauen unsere Marktanteile aus.

5. Dennoch bleiben die konjunkturelle Entwicklung und die marktwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ungewiß, wenngleich es erste politische Signale zur Stärkung der Binnennachfrage gibt. Dies könnte durchaus einen positiven Effekt auf die Verbraucherstimmung bewirken.

Das können wir uns alle nur dringend wünschen.

Meine Damen und Herren,

ich hoffe, Ihnen einen umfassenden Überblick über die Entwicklung des Unternehmens gegeben zu haben und danke Ihnen herzlich für Ihre Aufmerksamkeit.

