

DOUGLAS HOLDING AG



Dr. Henning Kreke
Vorsitzender des Vorstandes
der DOUGLAS HOLDING AG
in der Hauptversammlung am 16. März 2005

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

liebe Freunde der DOUGLAS-Gruppe,

im Namen des Vorstandes der DOUGLAS HOLDING AG begrüße ich Sie sehr herzlich auf unserer diesjährigen Hauptversammlung. Schön, dass Sie sich wieder die Zeit genommen haben und hierher nach Hagen gekommen sind, um sich ausführlich über die Entwicklung Ihres Unternehmens zu informieren. Es gibt viel Interessantes zu berichten.

In der nächsten halben Stunde möchte ich Ihnen einen Überblick über die wesentlichen Ergebnisse des vergangenen Geschäftsjahres und einen Ausblick auf die strategischen Herausforderungen der Zukunft geben.

Auf unserer letzten Hauptversammlung haben wir über ein Rumpfgeschäftsjahr berichtet, das vom 1. Januar bis zum 30. September 2003 lief. Dieses Rumpfgeschäftsjahr ergab sich

aus der Entscheidung, unser Geschäftsjahr auf den Zeitraum vom 1. Oktober bis zum 30. September umzustellen. Heute möchten wir über das erste volle Geschäftsjahr seit dieser Umstellung berichten.

Damit Sie die operative Entwicklung der DOUGLAS-Gruppe besser beurteilen können, haben wir die Kennzahlen des abgelaufenen Geschäftsjahres dem Zeitraum vom 1. Oktober 2002 bis zum 30. September 2003 gegenübergestellt. Dieser Vergleich ist allerdings in einigen wenigen Punkten leider nur eingeschränkt aussagefähig, weil der 12-monatige Vorjahreszeitraum Jahresabschlussbuchungen sowohl zum 31. Dezember 2002 als auch zum 30. September 2003 beinhaltet. Trotzdem verschafft er einen guten Überblick über die Entwicklung Ihres Unternehmens.

Erfolgreiches Geschäftsjahr 2003/2004

Das Geschäftsjahr 2003/2004 war für die DOUGLAS HOLDING ein erfolgreiches Jahr. Wir haben unser ren-

diteorientiertes Wachstum fortgesetzt und unsere Ziele erreicht. Ein um 2,0 Prozent – bereinigt um Sport Voswinkel sogar um 2,9 Prozent – erhöhter *Konzernumsatz* von 2,3 Milliarden Euro und ein um 8,7 Prozent gesteigertes *Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit* von 110,3 Millionen Euro sind erfreulicher Beleg für

Erfolgreiches Geschäftsjahr 2003/2004

▶ Renditeorientiertes Wachstum fortgesetzt	
▶ Konzernumsatz rund 2,3 Mrd €	+ 2,9 %
▶ Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit 110,3 Mio €	+ 8,7 %
▶ Umsatzrendite:	4,8 %
▶ Konzern-EBITDA:	213 Mio €
▶ EBITDA-Marge:	9,3 %

die Leistung der DOUGLAS-Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr. Wir hatten uns vorgenommen, auf Basis des aktuellen Beteiligungsportfolios – das heißt bereinigt um Sport Voswinkel – ein Umsatzwachstum von 2 Prozent und ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit zwischen 104 und 108 Millionen Euro zu erzielen. Wir haben somit unser Umsatz-

ziel leicht und unser Ergebnisziel sogar recht ordentlich übertroffen. Und darauf sind wir schon ein wenig stolz.

Die DOUGLAS-Gruppe hat ihr Umsatz- und Ergebnisziel übertroffen.

Mit unserer *Umsatzrendite* von 4,8 Prozent – nach 4,5 Prozent im Vorjahr – gehören wir nach wie vor zu den Besten im deutschen Handel.

Das *Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Abschreibungen* des DOUGLAS-Konzerns – also das *EBITDA* – erreichte im Geschäftsjahr 213 Millionen Euro nach 212 Millionen Euro im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Die *EBITDA-Marge* – also das Verhältnis von *EBITDA* zum Umsatz – lag bei 9,3 Prozent nach 9,5 Prozent im Vorjahr.

DOUGLAS Value Added (DVA)

Ich möchte an dieser Stelle noch auf eine weitere Kennzahl eingehen, über deren positive Entwicklung wir uns besonders freuen – nämlich unseren *DVA*. Denn erstmals seit Einführung unseres *DOUGLAS-Value-Added-Konzeptes* – also *DVA* – vor rund drei Jahren haben nahezu alle Tochtergesellschaften ihre Kapitalkosten verdient. Gleichzeitig hat sich der *DVA-Wert* im Konzern im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 19 Millionen Euro im Verhältnis zum Vorjahr mehr als verdoppelt. Damit ist die bisher

Erfolgreiches Geschäftsjahr 2003/2004



DOUGLAS Value Added-Konzept (DVA)

- ▶ *DVA-Wert* im Konzern mit 19 Mio € zum Vorjahr mehr als verdoppelt
- ▶ höchste Wertsteigerung seit Einführung des *DVA-Konzeptes*
- ▶ Nahezu alle Tochtergesellschaften verdienen ihre Kapitalkosten

höchste Wertsteigerung seit Einführung des *DVA-Konzeptes* erzielt worden. Im Rahmen unseres *DVA-Konzeptes* werden sämtliche Investitionsvorhaben auf ihren erwarteten Wertbeitrag hin überprüft. Investitionen

werden nur dann getätigt, wenn über den Prognosezeitraum hinaus mindestens die Kapitalkosten auf das gebundene Geschäftsvermögen verdient werden. Einige Gesellschaften – allen voran unser Parfümeriebereich – haben sogar eine beachtliche Zusatzrendite erwirtschaftet und damit überproportional zur Wertsteigerung des Konzerns beigetragen.

Erstmals seit Einführung des DOUGLAS-Value-Added-Konzeptes (DVA) im Jahr 2001 haben nahezu alle Tochtergesellschaften ihre Kapitalkosten verdient.

Die DOUGLAS-Lifestyle-Strategie

Dass wir unsere Ziele in einem insbesondere für den Fachhandel weiterhin sehr schwierigen Umfeld erreicht haben, verdanken wir wieder einmal in allererster Linie unseren sympathischen und tüchtigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Sie begeistern unsere Kunden mit ihrer hohen Servicebereitschaft und Fachkompetenz täglich aufs Neue und erfüllen so unsere *Lifestyle-Strategie mit Leben* – und das in mittlerweile 16 Ländern. Für dieses große Engagement möchte ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der DOUGLAS-Gruppe – im Namen meiner Vorstandskollegen und sicherlich auch in Ihrem Namen – ganz herzlich danken.

Unsere Lifestyle-Strategie



- ▶ Herausragender Service
- ▶ Erstklassige Sortimente
- ▶ Ansprechendes Ambiente



Wenn man die aktuelle Situation im Handel betrachtet, wird die gute Leistung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter noch deutlicher. Ins-

besondere der deutsche Einzelhandel leidet seit Jahren unter der Kaufzurückhaltung der Konsumenten. Die Gründe hierfür sind vielschichtig: Die anhaltend hohe Arbeitslosigkeit, die hohe finanzielle Belastung durch gestiegene Energiepreise und die weiter steigenden privaten Aufwendungen für Altersvorsorge und Gesundheit verunsichern die Konsumenten und erschweren ihnen das Geldausgeben.

Vor diesem Hintergrund haben sich die Fachgeschäfte der DOUGLAS-Gruppe unserer Meinung nach recht ordentlich geschlagen.

Die DOUGLAS-Gruppe hält an ihrer Lifestyle-Strategie mit herausragendem Service, erstklassigen Sortimenten und ansprechendem Ambiente fest.

Wir haben uns in Deutschland den Herausforderungen des Marktes gestellt und uns weiter voll auf die Bedürfnisse unserer Kunden ausgerichtet. Und wir haben uns nicht an den für den Handel völlig unnötigen Rabattschlachten beteiligt, sondern festgehalten an unserer *Lifestyle-Strategie mit herausragendem Service, erstklassigen Sortimenten und ansprechendem Ambiente*. Unsere Entwicklung zeigt, dass wir mit dieser Strategie offensichtlich richtig liegen.

Investitionen

Parallel dazu hat sich auch gezeigt, wie wichtig es für Douglas ist, im europäischen Ausland zügig zu expandieren. Insgesamt haben wir in das weitere wertorientierte Wachstum des DOUGLAS-Konzerns im abgelaufenen Geschäftsjahr über 118 Millionen Euro investiert nach rund 100 Millionen Euro im Vorjahr. Diesen Investitionen standen *Abschreibungen* in Höhe von rund 100 Millionen Euro gegenüber.

Unsere *Bilanzsumme* liegt mit 1,2 Milliarden Euro rund 3 Prozent über dem Vorjahreswert. Die *Eigenkapital-*

quote ist gegenüber dem 30.09.2003 leicht gestiegen. Sie betrug zum Stichtag 30.09.2004 rund 46 Prozent und verdeutlicht den hohen finanziellen Spielraum, der uns für die weitere europaweite Expansion zur Verfügung steht.

Sie sehen – meine sehr verehrten Damen und Herren – Ihr Unternehmen ist kerngesund.

Dividende

Aufgrund dieser insgesamt doch recht erfreulichen Entwicklung schlagen Aufsichtsrat und Vorstand Ihnen heute vor, für das Geschäftsjahr 2003/2004 eine Dividende von 1 Euro je Stückaktie zu beschließen – nach 75 Cent im Rumpfgeschäftsjahr 2003. Das entspricht – bezogen auf unseren aktuellen Aktienkurs – einer Dividendenrendite von rund dreieinhalb Prozent – ein wie wir meinen recht ordentlicher Wert. Insgesamt soll auf ein dividendenberechtigtes Kapital von 117,4 Millionen Euro eine Ausschüttung von 39,1 Millionen Euro erfolgen.

Dividendenvorschlag 2003/2004: 1 Euro je Stückaktie – nach 75 Cent im Rumpfgeschäftsjahr 2003.

Vorstand und Aufsichtsrat möchten mit diesem Dividendenvorschlag zum einen ihre Zuversicht in das weitere ertragreiche Wachstum der DOUGLAS-Gruppe zum Ausdruck bringen. Gleichzeitig wollen wir das klare Signal setzen, dass man mit einer auf Service, Qualität und Ambiente ausgerichteten Strategie ertragsorientiert wirtschaften kann. Dazu braucht man sich nicht an völlig unnötigen Rabattschlachten zu beteiligen.

Erfreulicherweise hat sich auch der Kurs der DOUGLAS-Aktie in letzter Zeit gut entwickelt und ist seit dem 1. Januar 2004 bis zum heutigen Tag um gut dreißig Prozent gestiegen. Ferner empfiehlt die Mehrzahl der uns betreuenden Analysten, weiterhin

die DOUGLAS-Aktie zu kaufen. Wir werten das als grundsätzliche Zustimmung der Kapitalmärkte zu unserer Strategie.

Lassen Sie mich nun zur Entwicklung der einzelnen Geschäftsbereiche sowie zu unseren strategischen Herausforderungen kommen.

Geschäftsbereich Parfümerien

Die Douglas-Parfümerien konnten ihre marktführende Position in Europa weiter ausbauen. Dafür haben wir rund 74 Millionen Euro investiert. Der wesentliche Teil dieser beachtlichen Investitionssumme floss europaweit in insgesamt 41 Neueröffnungen sowie in die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes. Unsere 798 Parfümerien erzielten im Geschäftsjahr 2003/2004 einen Umsatz von 1,3 Milliarden Euro. Das entspricht einem Zuwachs von 2,5 Prozent.

Das EBITDA im Parfümeriebereich erreichte im Berichtszeitraum mit 157 Millionen Euro das Vorjahresniveau.



Im Inland ging der Umsatz der Parfümerien zwar um 1,1 Prozent auf 793 Millionen Euro leicht zurück. Douglas konnte sich damit aber in einem schwachen Branchenumfeld gut behaupten und Marktanteile hinzugewinnen. Wachstumsmotor waren erneut die Auslandsgesellschaften, die ihre Umsätze um 8,6 Prozent auf 514 Millionen Euro steigerten. Ihr Anteil am Gesamtumsatz der Parfümerien stieg auf 40 Prozent.

Das Filialnetz im Ausland erweiterte sich auf 383 Parfümerien. Deutliche Umsatzzuwächse verzeichneten insbesondere die Auslandsgesellschaften in Osteuropa, Italien, Spa-

nien und Portugal. Durch die Eröffnung der ersten Parfümerien in Dänemark im Frühjahr 2004 und den Markteintritt in Tschechien im Herbst letzten Jahres sind wir mit Douglas jetzt in 16 Ländern präsent. Damit hat sich die Zahl der Märkte, in denen Douglas vertreten ist, in den vergangenen fünf Jahren nahezu verdoppelt.

Die Douglas-Parfümerien konnten ihre markt- führende Position in Europa weiter ausbauen.

Darüber hinaus befindet sich mittlerweile fast jede zweite Douglas-Parfümerie im Ausland. Ich finde, auch das ist ein eindrucksvoller Beleg für die erfolgreiche Umsetzung unserer Internationalisierungsstrategie bei den Douglas-Parfümerien.



Wenn wir uns nun die Frage nach der weiteren Entwicklung der Douglas-Parfümerien stellen, müssen wir zur Kenntnis nehmen, dass der Markt vor Veränderungen steht. Wie Sie bereits von unserem Aufsichtsratsvorsitzenden gehört haben, wird der asiatische Mischkonzern Hutchison Whampoa voraussichtlich noch in diesem Monat die Übernahme des französischen Parfümerieunternehmens Marionnaud abschließen. Marionnaud ist neben Sephora unser Hauptwettbewerber auf dem europäischen Parfümeriemarkt und Marktführer in Frankreich.

Für unseren Parfümeriebereich wird sich durch diese Übernahme zunächst einmal nicht viel verändern, denn hier handelt es sich vorerst nur um einen Eigentümerwechsel. Welchen Weg die neuen Eigentümer zukünftig einschlagen, werden wir dabei

selbstverständlich genau beobachten. Hutchison Whampoa hat für diese Übernahme allerdings einen hohen Preis bezahlt, dessen Größenordnung für manchen Beobachter nicht ganz nachvollziehbar ist. Wir gehen aber in jedem Fall davon aus, dass der zukünftige Eigentümer mit Marionnaud Geld verdienen möchte – ein Ziel, das sich durch weitere Rabattierungen sicherlich nicht erreichen ließe. Deswegen sind wir recht zuversichtlich, dass diese Übernahme zu keinem zusätzlichen Preisdruck im europäischen Parfümeriemarkt führen wird.

Für die weitere internationale Expansion der Douglas-Parfümerien sind rund 80 Millionen Euro vorgesehen.

Hutchison Whampoa ist für uns übrigens kein Unbekannter. Denn seit der Übernahme der niederländischen Kruidvat-Gruppe vor zwei Jahren sind die Asiaten bereits in Holland und Belgien mit der Parfümeriekette Ici-Paris / Paris XL vertreten und damit in den Niederlanden unser direkter Wettbewerber. Dennoch verdienen unsere Douglas-Parfümerien in Holland unverändert mit die höchste Umsatzrendite in unserer Unternehmensgruppe. Wir sind also offensichtlich gut für den Wettbewerb mit Hutchison Whampoa gerüstet.



Unabhängig von diesem Thema werden wir auch im laufenden Geschäftsjahr unsere wertorientierte Wachstumsstrategie fortsetzen, mit dem Ziel, unsere europäische Marktführerschaft weiter zu festigen beziehungsweise auszubauen.

Für die weitere internationale Expansion der Douglas-Parfümerien sind dafür rund 80 Millionen Euro vorgesehen. Europaweit sind rund 50 Neueröffnungen geplant – sowohl in den bestehenden Märkten in Westeuropa als auch in den neuen, rasch wachsenden Märkten Osteuropas. In Westeuropa wird Douglas vor allem in Italien, Frankreich, Spanien und Portugal die vorhandenen Wachstumspotenziale konsequent ausschöpfen. In Italien soll noch in diesem Jahr unsere 100. Parfümerie eröffnet werden. Auch in Osteuropa wächst Douglas kräftig weiter. So werden wir beispielsweise in Polen noch in diesem Jahr unsere 20. Filiale eröffnen. Darüber hinaus wollen wir unser Filialnetz in Russland und Ungarn ebenso gezielt weiter ausbauen wie unser jüngstes Engagement in Tschechien. Im April werden wir übrigens auch unsere erste Douglas-Parfümerie in der Slowakei – nämlich in Bratislava – eröffnen. Dann werden wir in insgesamt 17 Ländern vertreten sein.

Geschäftsbereich Bücher



Nun zu unserem Geschäftsbereich Bücher.

Mit Investitionen in Höhe von fast 17 Millionen Euro haben wir das Wachstum auch im *Buchbereich* stark vorangetrieben. Dabei hat die Thalia-Gruppe sowohl durch die Eröffnung neuer Filialen als auch durch Akquisitionen ihre marktführende Position im deutschsprachigen Raum weiter ausgebaut. Die 122 Buchhandlungen in Deutschland, Österreich und in der Schweiz steigerten ihre Umsätze um 11 Prozent auf 387 Millionen Euro, womit der Buchbereich innerhalb der DOUGLAS-Gruppe zum zweitstärksten Geschäftsbereich avanciert ist.

Das EBITDA im Buchbereich erreichte eine Höhe von 23 Millionen Euro nach 14 Millionen Euro im Vorjahr.

Zur guten Umsatzentwicklung trugen auch die im Laufe des Geschäftsjahres übernommenen Buchhandlungen von Bouvier/Gonski und Campe in Deutschland sowie die Filialen der in der Schweiz erworbenen ZAP-Buchhandlungen bei. Dabei ist es gelungen, die Tradition der neuen Partner optimal mit der Innovationskraft

Das EBITDA im Buchbereich erreichte eine Höhe von 23 Millionen Euro nach 14 Millionen Euro im Vorjahr.

von Thalia zu verknüpfen. Die neuen Buchhandlungen sind mittlerweile voll in die Thalia-Gruppe integriert. In Deutschland stiegen die Umsätze in 89 Buchhandlungen um knapp 10 Prozent auf 268 Millionen Euro. Damit konnte sich Thalia erneut positiv von der Branchenentwicklung abheben, deren Umsätze im vergleichbaren Zeitraum sogar leicht rückläufig waren. Unsere Auslandsgesellschaften in Österreich und in der Schweiz erzielten Umsatzzuwächse von 14 Prozent auf 119 Millionen Euro.



Auf diesen Erfolgen wollen wir weiter aufbauen. Dazu dient neben den kompetenten stationären Buchhandlungen auch unsere Multi-Channel-Strategie. Die Kooperation mit dem Internethändler buch.de bringt uns signifikante Wettbewerbsvorteile bei der Kundenbindung. Wir werden in vielen Regionen Deutschlands, Österreichs und in der Schweiz als die Kompetenz im Buchbereich aner-

kannt, sei es im klassischen Einzelhandel oder über das Internet.

Die Thalia-Gruppe soll sowohl durch eigene Neueröffnungen als auch durch Akquisitionen zügig weiter wachsen.

Im laufenden Geschäftsjahr soll die Thalia-Gruppe sowohl durch eigene Neueröffnungen als auch durch Akquisitionen zügig weiter wachsen. Dafür steht ein Investitionsvolumen von insgesamt 23 Millionen Euro zur Verfügung. Wie groß das Wachstumspotenzial im Buchbereich noch ist, zeigt die Tatsache, dass Thalia als Marktführer im deutschsprachigen Raum gerade einmal einen Marktanteil von rund 6 Prozent hat.

Geschäftsbereich Schmuck

Auch in unserem *Geschäftsbereich Schmuck* haben wir die Weichen für ertragreiches Wachstum gestellt. Nachdem wir zum 30. September 2004 die Christ-Geschäfte in der Schweiz veräußert haben, konzentrieren wir uns jetzt auf den weiteren Ausbau von Christ in Deutschland. Insgesamt erreichten die Umsätze unseres Schmuckbereichs 389 Millionen Euro und lagen somit leicht unter dem Vorjahreswert von 394 Millionen Euro.



Das EBITDA belief sich auf 26 Millionen Euro nach 27 Millionen Euro im Vorjahr. Für die Expansion unseres Geschäftsbereichs Schmuck – insbesondere für Christ in Deutschland – wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr rund 11 Millionen Euro investiert.

Erfreulicherweise ist es unseren 187 Christ-Juwelieregeschäften in

Deutschland gelungen, mit 242 Millionen Euro die Vorjahresumsätze um rund 1 Prozent zu übertreffen. Während die Branche erneut deutliche Umsatzverluste verzeichnete, konnte Christ damit seine Position als Marktführer für schicken Schmuck und schöne Uhren weiter ausbauen und

Im Geschäftsbereich Schmuck liegt der Fokus auf dem Ausbau der marktführenden Position von Christ in Deutschland.

den Marktanteil von elf auf rund zwölf Prozent steigern. Im Übrigen ist es Christ erstmals gelungen, die Kapitalkosten zu verdienen – eine Leistung, auf die wir besonders stolz sind, weil damit unsere Anstrengungen bei der Neuausrichtung und dem Bestandsmanagement zum gewünschten Erfolg geführt haben.

Die 11 hochwertigen Juweliergegeschäfte von René Kern erreichten im vergangenen Geschäftsjahr das Vorjahresniveau leider nicht ganz. Die Umsätze gingen dort um 2,3 Prozent auf 40 Millionen Euro leicht zurück. Die im preisaggressiven Marktsegment tätigen 156 Gold Meister-Shops verzeichneten in einem schwierigen Umfeld einen Umsatzrückgang um 6,8 Prozent. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass wir dort im Rahmen einer entschiedenen Konsolidierung 21 Standorte geschlossen haben.



Im laufenden Geschäftsjahr wollen wir in erster Linie die marktführende Position von Christ in Deutschland weiter ausbauen. Christ soll das beliebteste Fachgeschäft für schicken Schmuck und schöne Uhren im mittleren bis gehobenen Preissegment

werden. Dafür sollen rund 7 Millionen Euro in den Ausbau des Filialnetzes und die Modernisierung bestehender Juweliergegeschäfte investiert werden. Auch die Ausweitung der Zusammenarbeit mit exklusiven Schmuck- und Uhren-Designern – wie zum Beispiel Jette Joop – soll verstärkt dazu beitragen, die Marke Christ noch attraktiver zu machen. Darüber hinaus wird das bereits erwähnte Bestandsmanagement weiter optimiert mit dem Ziel, die Ertrags-situation weiter zu verbessern.

Geschäftsbereich Mode

Auch unser *Geschäftsbereich Mode* mit den Unternehmen Appellrath-Cüpper und Pohland konnte sich von der schlechten Branchenentwicklung leicht abkoppeln. Dazu trugen



auch die Investitionen in Höhe von 12 Millionen Euro bei, die zum größten Teil in die Eröffnung des neuen Appellrath-Cüpper-Hauses in Hamburg flossen.

Die Umsätze unseres Modebereichs blieben im Geschäftsjahr 2003/2004 mit 181 Millionen Euro nur knapp hinter dem Vorjahr zurück. Dabei erzielte Appellrath-Cüpper in zwölf Modehäusern für Damenoberbekleidung Umsätze in Höhe von 127 Millionen Euro nach 129 Millionen Euro im Vorjahr. Pohland steigerte in seinen elf Häusern für exklusive Her-



renmode die Umsätze leicht auf 54 Millionen Euro.

Das EBITDA im Modebereich erreichte 18 Millionen Euro nach 20 Millionen Euro im Vorjahr. Dieser Rückgang ist vor allem auf Anlaufverluste des bereits erwähnten neuen Appelrath-Cüpper-Hauses in Hamburg zurückzuführen.

Nach einer längeren Konsolidierungsphase befindet sich Appelrath-Cüpper jetzt wieder auf Expansionskurs. Nachdem – wie schon erwähnt – im September 2004 auf der Mönckebergstraße in Hamburg in allerbesten 1-A-Lage ein rund 3.800 Quadratmeter großes Modehaus eröffnet wurde, haben wir vor zwei Wochen am Prinzipalmarkt im Herzen von Münster eine weiteres, über 3.000 Quadratmeter großes Haus eingeweiht. Zwei weitere Neueröffnungen sind im Herbst 2005 in Karlsruhe und im Jahr 2006 in Berlin geplant. Damit befindet sich Appelrath-Cüpper in einer der expansivsten Phasen seiner Unternehmensgeschichte.

Beim Herrenausstatter Pohland hat die DOUGLAS-Gruppe zum 1. Januar 2005 die restlichen 52 Prozent der Anteile übernommen.

Beim Herrenausstatter Pohland hat die DOUGLAS-Gruppe zum 1. Januar 2005 die restlichen 52 Prozent der Anteile übernommen und hält damit erstmals die Zügel für die operative Führung in der Hand. Ziel ist es jetzt, Pohland an jedem Standort zu einer Top-Adresse im Bereich für exklusive Herrenmode zu machen. In einem ersten Schritt haben wir daher bereits das Pohland-Haus auf dem Westenhellweg in Dortmund umgebaut und vor zwei Wochen neu eröffnet. Das Haus erhielt nach dreimonatigem Totalumbau ein völlig neues, hochmodernes Ambiente. Darüber hinaus wurde die Fläche auf 2.000 Quadratmeter erweitert. Die Kundenresonanz ist bisher außerordentlich posi-

tiv. Dieser neue Auftritt hat hinsichtlich Laden- und Sortimentsgestaltung Pilotcharakter für Pohland. Wenn diese Investition nachhaltig den erwarteten Erfolg bringt, soll das Pohland-Haus in Dortmund zum Modell für weitere Häuser werden.

Insgesamt werden 2003/2004 in den Modebereich rund 15 Millionen Euro investiert.

Insgesamt werden wir in diesem Geschäftsjahr rund 15 Millionen Euro in unseren Geschäftsbereich Mode investieren, wobei der Löwenanteil auf das weitere Wachstum von Appelrath-Cüpper entfällt. Dieses nicht unbeachtliche Investitionsvolumen verdeutlicht, dass wir fest davon überzeugt sind, mit unserem Geschäftsbereich Mode zukünftig noch erhebliches Wachstumspotenzial ausschöpfen zu können. Sollten Sie – meine sehr verehrten Damen und Herren – in nächster Zeit in Dortmund oder Münster sein, schauen Sie doch mal rein: die Damen bei Appelrath-Cüpper, die Herren bei Pohland – es lohnt sich wirklich!

Geschäftsbereich Süßwaren



Ein Besuch lohnt sich übrigens auch bei unseren *Hussel-Confiseries*. Hussel hat das Serviceniveau weiter verbessert, die Sortimente optimiert und viele Geschäfte umgebaut und den optischen Auftritt deutlich modernisiert. Dadurch konnten die Umsätze im Bereich Süßwaren im abgelaufenen Geschäftsjahr um 1 Prozent auf 76 Millionen Euro verbessert werden, obwohl die Filialanzahl um acht auf 214 Ge-

schäfte zurückging. Das EBITDA stieg von 3,4 Millionen Euro auf 4,1 Millionen Euro.

Auch im Geschäftsbereich Süßwaren stehen die Zeichen wieder auf Wachstum.

Auch im Geschäftsbereich Süßwaren stehen die Zeichen somit wieder auf Wachstum. Hussel plant im laufenden Geschäftsjahr die Eröffnung von bis zu zehn neuen Geschäften. Darüber hinaus wird Hussel das bestehende Filialnetz weiter optimieren, das hochwertige und exklusive Confiserie-Sortiment ausbauen und die Servicekompetenz weiter verbessern. So ist Hussel gut gerüstet, auch im Geschäftsjahr 2004/2005 ein positives Ergebnis und erstmals seit längerer Zeit wieder die Kapitalkosten erwirtschaften zu können.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

▶ freundlich ▶ kompetent ▶ serviceorientiert



Wir wissen, dass der Erfolg von Handelsunternehmen zu einem großen Teil von seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern abhängt. Gerade in einem stark serviceorientierten Unternehmen wie der DOUGLAS-Gruppe sind Freundlichkeit, Kompetenz und Einsatzbereitschaft ganz entscheidende Erfolgsfaktoren. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter begeistern unsere Kunden mit ihrer großen Einsatzfreude und hohen Fachkompetenz – jeden Tag, an jedem Standort, in jedem Land.

Und wir sind stolz darauf, dass wir die Zahl unserer Beschäftigten auf 18.700 sogar leicht erhöhen konnten.

Das ist gerade in diesen Zeiten und insbesondere im Einzelhandel nicht selbstverständlich.

Wir sind uns in diesem Zusammenhang unserer sozialen Verantwortung voll bewusst. Darüber hinaus fühlen wir uns unserem Serviceversprechen unseren Kunden gegenüber verpflichtet. Und ein solches Serviceversprechen lässt sich nur mit freundlichem, motiviertem und qualifiziertem Personal erfüllen, das auch genügend Zeit für jeden Kunden hat.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

- ▶ Mehr als 1.000 Auszubildende
- ▶ Ausbildungsquote fast 11 %
- ▶ Händler mit Herz und Verstand
- ▶ DOUGLAS-Gruppe zählt zu Deutschlands besten Arbeitgebern



Lassen Sie mich in diesem Zusammenhang noch kurz auf ein Thema eingehen, das Deutschland im letzten Jahr sehr bewegt hat: die Ausbildung. Wir fühlen uns seit jeher der Ausbildung junger Menschen verpflichtet. Viele ehemalige Auszubildende bekleiden heute Führungspositionen in unserem Unternehmen. Wir in der DOUGLAS-Gruppe haben uns im vergangenen Jahr vor dem Hintergrund der Ausbildungsmisere spontan dazu entschieden, die Zahl unserer Lehrstellen gegenüber der ursprünglichen Planung um 150 Plätze zu erhöhen.

Die Ausbildungsquote erreicht mit fast 11 Prozent einen überdurchschnittlich hohen Wert.

Aktuell bilden wir in Deutschland etwas mehr als 1.000 hochmotivierte, junge Menschen aus. Unsere Ausbildungsquote erreicht mit fast 11 Prozent einen für den deutschen Einzelhandel überdurchschnittlich hohen Wert. Und wir werden aller Voraus-

sicht nach auch in diesem Jahr die Anzahl unserer Ausbildungsplätze noch einmal erhöhen.

Meine Damen und Herren, wir sind Händler mit Herz und Verstand. Das drückt sich schon in unserem Unternehmensmotto aus. Schließlich gehört nicht nur das kühle Rechnen des Verstandes, sondern auch und ganz besonders die Herzlichkeit im Umgang mit allen Menschen, mit denen wir es in unserem Geschäft zu tun haben, zu unserer Unternehmenskultur. Denn nur zufriedene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können Kunden wirklich begeistern – und nur begeisterte Kunden sichern den langfristigen Unternehmenserfolg.

Die DOUGLAS-Gruppe gehört zu ‚Deutschlands besten Arbeitgebern‘.

Offenbar fühlen sich unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in unserer Unternehmensgruppe recht wohl, wie eine unlängst veröffentlichte Studie des Wirtschafts magazins Capital zeigt. Im Rahmen des Wettbewerbs ‚Deutschlands beste Arbeitgeber‘ haben wir unter den Unternehmen mit mehr als 5.000 Beschäftigten den 5. Platz erreicht. Darauf sind wir mächtig stolz.

Die DOUGLAS-Gruppe glaubt fest an die Zukunft der Fachgeschäfte. Alle unsere Vertriebsgesellschaften setzen weiter auf erstklassigen Service mit fachkompetenter und freundlicher Beratung durch gut ausgebildete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Gerade in Zeiten, in denen viele Wettbewerber die Kunden mit Preis- und Rabattschlachten verunsichern, bleiben wir unserer Lifestyle-Strategie treu: herausragender Service, erstklassige Sortimente, ansprechendes Ambiente und faire Preise – das schafft Vertrauen bei unseren Kunden.

Wie wichtig uns konsequente Kundenorientierung ist, können Sie daran erkennen, dass wir in der

DOUGLAS-Gruppe das Jahr 2005 zum ‚Jahr des Service‘ ausgerufen haben. In unseren Unternehmenswerten hat die Kundenzufriedenheit neben der Mitarbeiterzufriedenheit den höchsten Stellenwert. Herausragender Service spielt dabei für uns seit jeher eine ganz entscheidende Rolle, und das soll auch in Zukunft so bleiben.

Das Jahr 2005 ist in der DOUGLAS-Gruppe das ‚Jahr des Service‘.

Deshalb werden wir in diesem Jahr unser Service-Niveau in allen Unternehmensbereichen kritisch hinterfragen und weiterentwickeln. Denn wir wollen nicht nur von herausragendem Service reden, sondern diesen unseren Kunden auch wirklich bieten. Wir werden dazu neue Initiativen und Ideen entwickeln, um das Einkufen in den Fachgeschäften der DOUGLAS-Gruppe überall zu einem wahren Einkaufserlebnis zu machen.

Ausblick

Ausblick

- ▶ Die DOUGLAS-Gruppe ist für die Zukunft gut gerüstet
- ▶ Hohe Eigenkapitalquote von 46 %
- ▶ Investitionsvolumen von rund 120 Mio € für weiteres wertorientiertes Wachstum

Ihre Unternehmensgruppe – meine Damen und Herren – ist gut gerüstet für die Zukunft und finanziell kerngesund. Die DOUGLAS-Gruppe verfügt über starke Marken, mit denen wir in den jeweiligen Branchen Marktführer sind. Und wir haben in allen Bereichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die zu den Besten im Handel gehören.

Mit einer Eigenkapitalquote von rund 46 Prozent und einer für weitere Investitionen gut gefüllten Kasse gehört die DOUGLAS-Gruppe zu den solidesten Unternehmen im deutschen Handel.

Für das weitere wertorientierte Wachstum steht im laufenden Geschäftsjahr ein *Investitionsvolumen* in Höhe von rund 120 Millionen Euro zur Verfügung. Wir würden sogar

Die DOUGLAS-Gruppe ist gut gerüstet für die Zukunft und finanziell kerngesund.

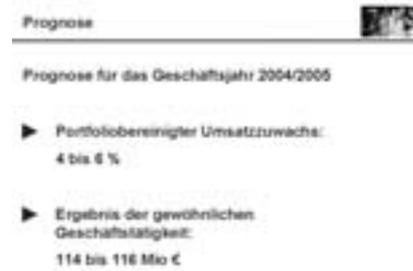
gerne auch ein bisschen mehr investieren, sofern sich geeignete Standorte finden lassen. Darüber hinaus sind wir jederzeit in der Lage, auch durch Akquisitionen weiter zu expandieren, wenn sich entsprechende Gelegenheiten bieten; und wir werden zugreifen, wenn das Akquisitionsobjekt zu unserer renditeorientierten Strategie passt.

Entwicklung per Ende Februar 2005

- ▶ Konzernumsatz 1,1 Mrd. €
 - ▶ + 4,1 %
 - ▶ + 6,8 % portfoliobereinigt
 - ▶ + 1,2 % flächenbereinigt

Gestatten Sie mir abschließend noch einen kurzen Blick auf *die ersten fünf Monate* des neuen Geschäfts-

jahres. Beflügelt durch ein gutes Weihnachtsgeschäft erwirtschaftete der *DOUGLAS-Konzern* in den ersten fünf Monaten *Umsätze* in Höhe von 1,1 Milliarden Euro und lag damit um 4,1 Prozent über dem Vorjahr. Auf Basis des aktuellen Beteiligungsportfolios – also bereinigt um Christ Schweiz – stiegen die Konzernumsätze sogar um 6,8 Prozent. Erfreulicherweise konnten wir auch auf vergleichbarer Fläche ein Umsatzplus in Höhe von 1,2 Prozent erzielen.



Die *Douglas-Parfümerien* konnten ihre Umsätze per Ende Februar um 3 Prozent steigern. Das Umsatzwachstum der *Thalia-Buchhandlungen* erreichte akquisitionsbedingt sogar ein Plus von 22 Prozent. Erfreulich ist auch die weiterhin gute Entwicklung unserer *Christ-Juweliengeschäfte* in Deutschland, die ihre Umsätze um etwas mehr als 3 Prozent steigern konn-

ten. Auch *Appelrath-Cüpper und Pohland* erzielten Umsatzzuwächse in Höhe von 5 Prozent. Einzig bei den *Hussel-Confiseries* sah es nicht ganz so gut aus. Dort liegen die Umsatzerlöse – bedingt durch den Rückgang der Filialanzahl – leider um 1,5 Prozent hinter dem Vorjahr zurück.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit soll auf 114 bis 116 Millionen Euro steigen.

Sie sehen, meine sehr verehrten Damen und Herren, die DOUGLAS-Gruppe ist auch im laufenden Geschäftsjahr weiter auf Kurs. Die insgesamt erfreuliche Entwicklung in den ersten fünf Monaten bestärkt uns in der *Prognose*, die wir auf unserer Bilanz-Presskonferenz Mitte Januar abgegeben haben: Wir wollen auf Basis unseres aktuellen Beteiligungsportfolios eine Umsatzsteigerung von 4 bis 6 Prozent erzielen. Ferner gehen wir davon aus, unser Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit auf 114 bis 116 Millionen Euro steigern zu können.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.