

DOUGLAS HOLDING AG

Das Geschäftsjahr 2004/05 war für die DOUGLAS HOLDING AG ein erfolgreiches Jahr

Dr. Henning Kreke
Vorsitzender des Vorstandes
der DOUGLAS HOLDING AG
in der Hauptversammlung am 15. März 2006



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 zu 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.

Wir haben die Umsatz- und Ergebnisziele leicht übertroffen.

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.

Erfolgreiches Geschäftsjahr 2004/05

- ▶ Renditeorientiertes Wachstum fortgesetzt
- ▶ Konzernumsatz rund 2,4 Mrd € + 5,7 %
+ 8,5 % (bereinigt)
- ▶ Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit 119,5 Mio € + 8,3 %
- ▶ Umsatz- und Ergebnisziele übertroffen

Das Geschäftsjahr 2004/05 war für die DOUGLAS HOLDING AG ein erfolgreiches Jahr. Wir haben unser renditeorientiertes Wachstum fortgesetzt und den Wert unserer Unternehmensgruppe – gemessen am DOUGLAS Value Added (DVA) – weiter gesteigert. Der Konzernumsatz stieg um 5,7 Prozent auf 2,4 Milliarden Euro. Bereinigt um den Verkauf von Christ in der Schweiz lag der Anstieg sogar bei 8,5 Prozent. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit stieg um 8,3 Prozent auf knapp 120 Millionen Euro.

Sie erinnern sich vielleicht daran, dass wir uns für das abgelaufene Ge-

schäftsjahr – bereinigt um Christ in der Schweiz – ein Umsatzwachstum von vier bis sechs Prozent und ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit zwischen 114 und 116 Millionen Euro vorgenommen hatten. Diese Ziele haben wir mit den eben genannten Zahlen sogar leicht übertroffen. Mit unserer Umsatzrendite von fast fünf Prozent gehören wir nach wie vor zu den Besten im deutschen Handel.

Das Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Abschreibungen (EBITDA) des DOUGLAS-Konzerns stieg im Geschäftsjahr auf knapp 220 Millionen Euro nach 213 Millionen Euro im entsprechenden Vorjahreszeitraum.

Erfolgreiches Geschäftsjahr 2004/05

DOUGLAS Value Added-Konzept (DVA)

- ▶ DVA im Konzern auf 28,5 Mio € erhöht
- ▶ Höchster Wert seit Einführung des DVA-Konzeptes
- ▶ Nahezu alle Tochtergesellschaften verdienen ihre Kapitalkosten – einige sogar deutlich mehr

Erfreulicherweise konnten wir auch bei einer weiteren wichtigen Kennzahl Zuwächse erzielen. Unser DVA – der die Wertsteigerung der DOUGLAS-Gruppe misst – hat sich im vergangenen Geschäftsjahr von 19 Millionen Euro auf knapp 29 Millionen Euro erhöht. Das ist der höchste DVA-Wert seit Einführung des DVA-Konzeptes im Jahr 2001. Nahezu alle Tochtergesellschaften haben die angestrebte Verzinsung – immerhin 6,5 Prozent nach Steuern – auf das eingesetzte Kapital erzielt. Einige unserer Gesellschaften konnten diese Vorgabe sogar deutlich übertreffen.

Detaillierte Informationen zum DVA sowie zu allen anderen Kennzahlen finden Sie im Geschäftsbericht, der Ihnen vorliegt.

Wir befinden uns in der Phase des nachhaltigen, wert- orientierten Wachstums.

Unsere recht ordentliche Entwicklung in einem anhaltend angespannten Marktumfeld zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg und mit unserem Portfolio gut aufgestellt sind. Wir haben nach den Verkäufen von Christ in der Schweiz und Gold Meister die Portfoliobereinigung abgeschlossen. Jetzt befinden wir uns in der Phase des nachhaltigen, wertorientierten Wachstums.

Ausschlaggebend für die guten Leistungen im vergangenen Geschäftsjahr waren in allererster Linie wieder einmal unsere über 19.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denen ich für ihr großes Engagement, ihre Begeisterung und ihre Servicebereitschaft – auch im Namen meiner Vorstandskollegen – herzlich danken möchte.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind das Herz der DOUGLAS-Gruppe und die Garanten für unseren künftigen Erfolg. Deswegen sind wir auch stolz darauf, dass wir die Zahl unserer Arbeitsplätze im vergangenen Geschäftsjahr im In- und

Ausland auf über 19.000 leicht erhöhen konnten. Und in absehbarer Zeit werden wir die Zahl unserer Beschäftigten auf über 20.000 weiter steigern. In Zeiten, in denen Arbeitslosigkeit und Entlassungen zu den täglichen Meldungen gehören, freut es uns, hier ein positives Signal setzen zu können.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind das Herz der DOUGLAS- Gruppe und die Garanten für unseren künftigen Erfolg.

Darüber hinaus sind rund 12 Prozent unserer Beschäftigten in Deutschland Auszubildende. Das bedeutet: Fast jeder achte Arbeitsplatz bei DOUGLAS in Deutschland ist ein Ausbildungsplatz; ein im Branchenvergleich überdurchschnittlich hoher Wert. Mit großer Freude beobachte ich bei meinen Filialbesuchen die Begeisterung dieser jungen Menschen. Im Team mit ihren erfahrenen Kolleginnen und Kollegen entwickeln sie sich zügig zu qualifizierten Fachkräften mit guten Berufsperspektiven.

Ich möchte jetzt auf einige weitere, wichtige Kennzahlen zu sprechen kommen. Das Investitionsvolumen im Konzern belief sich im Geschäftsjahr 2004/05 auf rund 121 Millionen Euro nach 118 Millionen Euro im Vorjahr. Der Großteil dieser Investitionen floss wieder in das weitere internationale Wachstum unserer Douglas-Parfümerien. Aber auch in die Expansion unseres Buchbereiches und unseres Modebereiches haben wir stark investiert. So haben wir 48 neue Parfümerien, 15 neue Buchhandlungen und zwei Appelrath-Cüpper-Damenmodehäuser eröffnet sowie drei Pohland-Herrenmodehäuser grundlegend umgebaut und modernisiert.

Den Investitionen standen Abschreibungen in Höhe von rund 97 Millionen Euro gegenüber. Unsere Bilanzsumme liegt mit 1,4 Milliarden Euro rund 13 Prozent über dem Vorjahreswert. Die Eigenkapitalquote be-

trug zum Ende des Geschäftsjahres rund 43 Prozent und verdeutlicht den hohen finanziellen Spielraum, der uns für die weitere europaweite Expansion zur Verfügung steht.

Aufsichtsrat und Vorstand der DOUGLAS HOLDING AG schlagen Ihnen heute vor, für das Geschäftsjahr 2004/05 wie im Vorjahr eine Dividende von 1 Euro je Stückaktie zu beschließen. Insgesamt soll auf ein dividendenberechtigtes Kapital von rund 117 Millionen Euro eine Ausschüttung von etwa 39 Millionen Euro erfolgen.

Dividende

▶ Dividendenvorschlag:	1,00 € je Stückaktie
▶ Dividendenberechtigtes Kapital:	117,5 Mio €
▶ Gesamtausschüttung:	39 Mio €

DOUGLAS HOLDING

Wir sind in diesem Zusammenhang in den letzten Wochen oft gefragt worden, warum wir vor dem Hintergrund der erfreulichen Entwicklung im vergangenen Geschäftsjahr keine Dividenderhöhung vorschlagen.

Das will ich Ihnen gerne erläutern.

Unser Ziel ist eine Ausschüttungsquote von etwa 50 Prozent.

Die DOUGLAS-Gruppe verfolgt seit vielen Jahren eine nachhaltig stabile und gleichzeitig attraktive Dividendenpolitik. Unser Ziel ist hierbei eine Ausschüttungsquote von etwa 50 Prozent. Für das abgelaufene Geschäftsjahr liegt diese Quote bei 53 Prozent und damit wie in den Vorjahren sogar immer noch leicht über dem angestrebten Wert. Darüber hinaus entspricht die vorgeschlagene Dividende auf Basis des aktuellen Kursniveaus einer Dividendenrendite von immerhin rund 2,5 Prozent. Bei einer durchschnittlichen Dividendenrendite aller M-Dax-Unternehmen von etwa

1,5 Prozent ist das – wie wir meinen – ein recht ordentlicher Wert.

Erfreulicherweise hat sich auch der Kurs der DOUGLAS-Aktie seit unserer letzten Hauptversammlung vor einem Jahr gut entwickelt und ist bis zum heutigen Tag um rund 35 Prozent gestiegen. Die Entwicklung der DOUGLAS-Gruppe überzeugt auch unsere Analysten, von denen aktuell 14 von 27 die DOUGLAS-Aktie weiterhin zum Kauf empfehlen. Wir werten das als grundsätzliche Zustimmung der Kapitalmärkte zu unserer Strategie.

Lassen Sie mich nun zur Entwicklung und den strategischen Herausforderungen in unseren einzelnen Geschäftsbereichen kommen:

Parfümerien

Geschäftsjahr 2004/05

▶ Investitionen	60 Mio €
▶ Umsätze	1,4 Mrd €
Deutschland:	804 Mio €
Ausland:	565 Mio €
▶ EBITDA	158 Mio €



DOUGLAS HOLDING

Die Douglas-Parfümerien konnten ihre marktführende Position in Europa weiter ausbauen. Dafür haben wir rund 60 Millionen Euro investiert. Der wesentliche Teil dieses beachtlichen Investitionsbudgets floss in insgesamt 48 Neueröffnungen sowie in die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes in ganz Europa. Die 872 Parfümerien erzielten im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 1,4 Milliarden Euro. Das entspricht einem Zuwachs von 4,8 Prozent.

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

Das EBITDA im Parfümeriebereich stieg im Berichtszeitraum auf 158 Millionen Euro nach 157 Millionen Euro im entsprechenden Vorjahreszeitraum.

In Deutschland steigerten die Douglas-Parfümerien ihre Umsätze um 1,3 Prozent auf über 804 Millionen Euro und konnten so in einem weiterhin schwachen Branchenumfeld ihre Marktführerschaft weiter ausbauen.

Noch besser entwickelten sich unsere Douglas-Parfümerien im Ausland. Sie steigerten ihre Umsätze um 10 Prozent auf über 565 Millionen Euro. Damit stieg der Auslandsanteil am Gesamtumsatz der Parfümerien auf über 41 Prozent nach 39 Prozent im Vorjahr.

Mit 456 Geschäften übertraf die Zahl der ausländischen Filialen erstmals die Anzahl der Douglas-Parfümerien in Deutschland.

Überdurchschnittlich gut entwickelten sich unsere Parfümerien in den neuen, rasch wachsenden Märkten Osteuropas. Aber auch Italien und Spanien trugen maßgeblich zur guten Entwicklung bei. In Italien feierte Douglas im letzten Herbst die Eröffnung der 100. Parfümerie und auch in Spanien wuchs das Filialnetz durch zwölf Neueröffnungen auf mehr als 60 Parfümerien.

Mit 456 Geschäften übertraf die Zahl der ausländischen Filialen übrigens erstmals die Anzahl der Douglas-Parfümerien in Deutschland. Mit den Eröffnungen erster Parfümerien in Tschechien im November 2004 sowie in der Slowakei im April 2005 hat sich die Zahl der Länder, in denen Douglas vertreten ist, im Laufe des letzten Geschäftsjahres auf nunmehr 17 erhöht.

Und wir werden unser wertorientiertes Wachstum weiter fortsetzen. Im laufenden Geschäftsjahr haben wir Investitionen in Höhe von etwa 80 Millionen Euro für die internationale Expansion unserer Douglas-Parfümerien vorgesehen. Europaweit sind rund 50 Neueröffnungen sowohl in den bestehenden Märkten in Westeuropa als auch in den nach wie vor

rasch wachsenden Märkten Osteuropas geplant. Und mit der Eröffnung unserer ersten Parfümerie im Herzen von Istanbul wird Douglas ab April auch in der Türkei präsent sein.

In Südeuropa wird Douglas vor allem in Italien und Spanien zügig weiter wachsen, um die jeweilig gute Marktposition nachhaltig auszubauen. So werden wir im Juli dieses Jahres die restlichen 50-Prozent-Anteile an Douglas Spanien sowie Douglas Portugal von der spanischen Cortefiel-Gruppe übernehmen. Darüber hinaus soll noch in diesem Kalenderjahr unsere 75. Parfümerie in Spanien eröffnet werden.

In Frankreich werden im Laufe des ersten Halbjahres 2006 die 35 im vergangenen Jahr erworbenen Elytis-Parfümerien in Douglas umbenannt und in das Douglas-Filialnetz integriert. Gemeinsam mit den weiteren 100 im Franchise-System betriebenen Elytis-Filialen, die im Laufe des Jahres ebenfalls das Douglas-Logo tragen sollen, sind wir dann im Herkunftsland des Parfüms flächendeckend präsent. Douglas Frankreich schickt sich übrigens an, zur umsatzstärksten Auslands-gesellschaft im Parfümeriebereich zu werden.

Im laufenden Geschäftsjahr haben wir Investitionen in Höhe von etwa 80 Millionen Euro für die internationale Expansion unserer Douglas-Parfümerien vorgesehen.

Apropos Frankreich: Wie Sie vielleicht gelesen haben, hat sich Watson's, die zum finanzstarken chinesischen Mischkonzern Hutchison-Whampoa gehören, in Frankreich über den Erwerb der Parfümeriekette Marionnaud teuer in den europäischen Parfümeriemarkt eingekauft. Wie man vielfach hört, hat Watson's an dieser Akquisition hart zu knacken. Dennoch haben die Chinesen die Absicht angekündigt, den deut-

schen Parfümeriemarkt anzugreifen. Wir beobachten diese Ankündigung sehr genau; aber bis heute ist nichts passiert. Für den Fall, dass Watson's zukünftig tatsächlich in den deutschen Markt einsteigen sollte, werden wir angemessen reagieren und uns in unserem Heimatmarkt auf keinen Fall die Marktführerschaft aus der Hand nehmen lassen.

Im Gegenteil: Auch in Deutschland, wo wir trotz aller internationaler Wachstumsdynamik immer noch fast 60 Prozent unseres gesamten Parfümerieumsatzes erzielen, wachsen wir weiter. Die Zahl unserer Geschäfte soll hierzulande in den nächsten Jahren auf rund 500 Douglas-Parfümerien steigen. Im Fokus stehen hier vor allem Klein- und Mittelstädte, in denen wir bisher noch nicht vertreten sind und wo wir die eine oder andere kleinere Parfümerie übernehmen können. Das ist uns in den letzten Monaten bereits in Städten wie Cloppenburg, Dormagen, Eckernförde und Rendsburg gelungen. Hier handelt es sich um gut eingeführte Parfümerien, in denen sich die bisherigen Eigentümer aufgrund von Nachfolgeproblemen zum Verkauf entschieden haben. Das gilt übrigens auch für die Parfümerie Schnitzler in Düsseldorf, die wir mit Wirkung zum 1. April übernehmen werden. Mit den Schnitzler-Parfümerien, die in der Branche zu den exklusivsten Parfümerien überhaupt zählen, werden wir unser Premium-Segment gezielt ausbauen.

Douglas profiliert sich auch durch eigene innovative Handelsformate.

Douglas profiliert sich aber auch durch eigene innovative Handelsformate. Ein Beispiel dafür ist die im November in Wien neu eröffnete Douglas-Parfümerie auf der Kärntner Straße. Dieses „House of Beauty“ setzt einen weiteren Meilenstein in der Parfümeriebranche. Und wenn Sie das nächste Mal in Wien sind, schauen Sie sich diese Parfümerie

doch einfach mal an: ich bin sicher, sie wird Ihnen gefallen. Auf 1.000 Quadratmetern bietet Douglas seinen Kunden dort nicht nur alle internationalen Top-Marken der Kosmetikwelt, sondern auch ganz neue Servicebereiche – dazu gehören ein „Douglas-Hairdesign“-Friseursalon, eine exklusive Kosmetikkabine sowie ein „Nail & Foot Spa“. Einige dieser neuen Service-Konzepte haben wir im vergangenen Jahr übrigens auch schon in ausgewählten deutschen Douglas-Parfümerien erfolgreich etabliert und werden sie auch in diesem Jahr gezielt weiter ausbauen.

In der Werbung setzt Douglas die exzellente Zusammenarbeit mit dem Top-Model Heidi Klum weiter fort.

In der Werbung setzt Douglas die exzellente Zusammenarbeit mit dem Top-Model Heidi Klum weiter fort. Ihre sympathische Ausstrahlung gibt der Marke Douglas ein Gesicht und trägt dazu bei, dass Douglas weiter an Sympathie gewinnt.

Darüber hinaus haben wir im Marketing mit der Douglas Card nach wie vor eine der erfolgreichsten Kundenkarten im deutschen Handel und gleichzeitig ein sehr erfolgreiches Kundenbindungsinstrument. Mittlerweile nutzen allein in Deutschland 2,4 Millionen Kunden diese Karte; und europaweit gibt es in acht Ländern sogar bereits fünfzehn Millionen Douglas Card-Inhaber.

Bücher

Geschäftsjahr 2004/05

▶ Investitionen	25 Mio €
▶ Umsätze	461 Mio €
Deutschland:	332 Mio €
Ausland:	129 Mio €
▶ EBITDA	28 Mio €



DOUGLAS HOLDING

Kommen wir jetzt zum Buchbereich:

Die Thalia-Gruppe ist mit Investitionen in Höhe von rund 25 Millionen

Euro sowohl durch die Eröffnung neuer Filialen als auch durch Akquisitionen stark gewachsen und konnte so die führende Marktposition im deutschsprachigen Raum weiter ausbauen. Die 137 Buchhandlungen in Deutschland, Österreich und in der Schweiz erhöhten ihre Umsätze um 19,1 Prozent auf 461 Millionen Euro.

Das EBITDA im Buchbereich sprang um 24 Prozent auf 28 Millionen Euro.

In Deutschland stiegen die Umsätze in unseren fast 100 Buchhandlungen um 24 Prozent auf 332 Millionen Euro. Damit entwickelte sich Thalia erneut besser als die Buchhandelsbranche. Zu dieser erfreulichen Entwicklung haben auch die in 2004 übernommenen Buchhandlungen von Bouvier/Gonski und Kober-Löffler maßgeblich beigetragen. Dabei ist es gelungen, die Erfahrungen der neuen Partner optimal mit der Innovationskraft von Thalia zu kombinieren und die neuen Buchhandlungen zügig in die Thalia-Gruppe zu integrieren.

Die Thalia-Gruppe konnte die führende Marktposition im deutschsprachigen Raum weiter ausbauen.

Die Auslandsgesellschaften in Österreich und in der Schweiz erzielten Umsatzzuwächse von acht Prozent auf 129 Millionen Euro. Mit 21 Sortimentsbuchhandlungen in Österreich und 18 in der Schweiz nimmt die Thalia-Gruppe jeweils eine marktführende Position ein. Anfang September wurde in Linz auf rund 4.200 Quadratmetern die größte Buchhandlung der gesamten Thalia-Gruppe nach einem Totalumbau wiedereröffnet – eine wirklich sehenswerte Buchhandlung. Gleichzeitig wurden alle unsere österreichischen Buchhandlungen von Amadeus in Thalia umbenannt. Und auch in der Schweiz haben wir alle unsere Jäggi-Buchhandlungen auf Thalia umgestellt.

Durch den damit geschaffenen einheitlichen Markenauftritt kann Thalia vor allem im Marketing Synergien nutzen. Zudem verschafft uns die Kooperation mit dem Internethändler buch.de einen bedeutsamen Wettbewerbsvorteil, denn kein Mitbewerber bietet seinen Kunden eine solch qualifizierte Kombination aus stationärem und Online-Buchhandel.

Die Thalia-Gruppe wird weiter wachsen. Dazu steht im laufenden Geschäftsjahr ein Investitionsbudget von rund 30 Millionen Euro zur Verfügung.

Die Thalia-Gruppe wird weiter wachsen mit dem Ziel, die Marktführerschaft im deutschsprachigen Raum nachhaltig und wertorientiert auszubauen. Dazu steht im laufenden Geschäftsjahr ein Investitionsbudget von rund 30 Millionen Euro zur Verfügung. Wie groß das Wachstumspotenzial im Buchbereich ist, zeigt schon die Tatsache, dass Thalia als Marktführer in dem stark fragmentierten deutschsprachigen Buchhandel gerade mal einen Marktanteil von rund sieben Prozent hat. Daraus ergibt sich die Chance zu weiteren Akquisitionen und damit der Übernahme regional oder lokal führender Sortimentsbuchhändler. Dabei ist neben einem angemessenen Preis aber immer auch entscheidend, dass sich das Partnerunternehmen mit dem Lifestyle-Anspruch der Thalia-Gruppe identifizieren kann.

Wie schon bei Bouvier/Gonski und Kober-Löffler trifft dies auch auf die zum 1. Januar 2006 übernommene Gondrom-Gruppe zu. Gondrom erzielt in 26 Buchhandlungen im süd- und ostdeutschen Raum einen Jahresumsatz von rund 60 Millionen Euro und passt hervorragend zur Thalia-Gruppe.

Mit der Anbindung an Thalia verknüpft das Unternehmen Gondrom – gegründet 1881 – seine erfolgreiche

Vergangenheit mit der Innovationskraft der Thalia-Gruppe. Wir freuen uns, dass sich dieses traditionsreiche Unternehmen zu einer Zusammenarbeit mit Thalia entschieden hat und blicken zuversichtlich in eine gemeinsame Zukunft.

Schmuck

Geschäftsjahr 2004/05

► Investitionen	10 Mio €
► Umsätze	288 Mio €
Christ:	245 Mio €
René Kern:	43 Mio €
► EBITDA	22 Mio €



DOUGLAS HOLDING

Kommen wir nun zum Geschäftsbereich Schmuck. Nachdem wir im September unsere Beteiligung an Gold Meister veräußert haben, konzentrieren wir uns jetzt auf die Marken Christ und René Kern in Deutschland. Im vergangenen Jahr haben wir hier fast zehn Millionen Euro in die renditeorientierte Weiterentwicklung investiert. Die Umsätze stiegen – gegen den allgemeinen Markttrend – um 2,4 Prozent auf rund 288 Millionen Euro.

Unsere Kernmarke Christ hat die Marktführerschaft im deutschen Schmuckhandel weiter ausgebaut.

Das EBITDA im Schmuckbereich belief sich auf knapp 22 Millionen Euro nach fast 24 Millionen Euro im Vorjahr.

Unsere Kernmarke Christ hat die Marktführerschaft im deutschen Schmuckhandel dabei weiter ausgebaut. Denn während die Branche weiterhin Umsatzverluste verzeichnete, konnten die rund 200 Christ-Juwelieregeschäfte in Deutschland mit 245 Millionen Euro die Vorjahresumsätze leicht übertreffen. Christ eröffnete sieben neue Geschäfte und hat darüber hinaus zahlreiche weitere Filialen modernisiert. Zu den Höhepunkten des abgelaufenen Geschäftsjahres gehörten die Neueröffnungen in Karls-

ruhe und Stuttgart. Dort hat Christ, genauso wie in den beiden komplett umgebauten Geschäften in Düsseldorf und Leipzig, ein völlig neues Ladenkonzept umgesetzt.

Ziel von Christ ist es, im laufenden Geschäftsjahr die marktführende Position in Deutschland weiter auszubauen und die Marke Christ als beliebtestes Fachgeschäft für schicken Schmuck und schöne Uhren in der mittleren bis gehobenen Preislage fest zu etablieren. Dazu sind etwa zehn Neueröffnungen sowie zahlreiche Modernisierungen geplant.

Im Sortimentsbereich kooperiert Christ erfolgreich mit namhaften Designern.

Im Sortimentsbereich wurden die erfolgreichen Kooperationen mit den Designern Jette Joop und Toni Gard bereits um die neuen Kollektionen von Laura Biagiotti und Nina Ruge erweitert. Dies soll ebenso zu einer weiteren Steigerung des Bekanntheitsgrades von Christ führen wie die Fortsetzung der Zusammenarbeit mit dem Top-Model Claudia Schiffer, die auch 2006 als prominente Werbepartnerin von Christ agieren wird.

Aber auch im Back-Office-Bereich tut sich einiges. So soll ein neues Warenwirtschaftssystem dazu beitragen, die Warenbestände weiter zu optimieren. Das senkt mittelfristig die Kosten und führt dann zu einer weiteren Verbesserung der Ertragslage. Insgesamt ist Christ Deutschland auf einem guten Weg und wir erwarten, dass Christ von einer wieder anziehenden Konjunktur überproportional profitieren wird.

Unsere acht im Luxussegment positionierten Juweliersgeschäfte von René Kern steigerten im vergangenen Geschäftsjahr ihre Umsätze um fast 10 Prozent auf jetzt mehr als 43 Millionen Euro.

Nachdem wir die Bereinigung des Filialnetzes bei René Kern abgeschlossen haben, konzentrieren wir

uns jetzt auf die Metropolen Hamburg, Berlin, Düsseldorf und Frankfurt. Ziel ist es, René Kern mit hochwertigem Schmuck und Luxus-Uhren von Marken wie Rolex, Patek Philippe oder Cartier als besten Juwelier am jeweiligen Standort zu etablieren. Auch René Kern ist auf gutem Weg, künftig im Geschäftsbereich Schmuck neben den Christ-Juwelieregeschäften ebenfalls zum wertorientierten Wachstum der DOUGLAS-Gruppe beizutragen.

Der Geschäftsbereich Mode hat seine Bedeutung innerhalb der DOUGLAS-Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich gestärkt. Insgesamt haben wir 20 Millionen Euro in die neuen Modehäuser von Appelrath-Cüpper und Pohland investiert. Die Umsätze stiegen – insbesondere durch die erstmalige Konsolidierung von Pohland – um fast 40 Prozent auf rund 178 Millionen Euro.

Mode

Geschäftsjahr 2004/05

▶ Investitionen	20 Mio €
▶ Umsätze	178 Mio €
Appelrath-Cüpper:	141 Mio €
Pohland:	37 Mio €
▶ EBITDA	15 Mio €



DOUGLAS HOLDING

Das EBITDA im Modebereich betrug knapp 15 Millionen Euro nach 19 Millionen Euro im Vorjahr. Dieser Rückgang des EBITDA ist im Wesentlichen darauf zurückzuführen, dass das ertragsstarke Weihnachtsgeschäft von Pohland noch nicht in den konsolidierten Geschäftszahlen des vergangenen Jahres berücksichtigt werden konnte.

Der Geschäftsbereich Mode hat seine Bedeutung innerhalb der DOUGLAS-Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich gestärkt.

Appelrath-Cüpper steigerte die Umsätze in 13 Modehäusern für Damenoberbekleidung um 10,7 Prozent

auf rund 141 Millionen Euro. Die drei Neueröffnungen in Hamburg, Münster und Karlsruhe trugen maßgeblich zu diesem Umsatzwachstum bei. Appelrath-Cüpper befindet sich damit in der expansivsten Phase seiner Unternehmensgeschichte. Für den Herbst sind zwei weitere Neueröffnungen vorgesehen: zum einen in zentraler Lage in Berlin, auf der Tauentzienstraße auf rund 4.000 Quadratmetern, und zum anderen in Hamburg auf rund 2.500 Quadratmetern im Alstertal-Einkaufszentrum, einem der umsatzstärksten ECE-Center in Deutschland. Aber auch in die bestehenden Damen-Modehäuser von Appelrath-Cüpper investieren wir weiter; so haben wir das Haus in Dortmund umfangreich umgebaut und vor einer Woche in einem neuen Ambiente wiedereröffnet. Und demnächst soll auch das Essener Haus modernisiert werden.

Appelrath-Cüpper befindet sich in der expansivsten Phase seiner Unternehmensgeschichte.

Beim Herrenausstatter Pohland hat die DOUGLAS-Gruppe zum 1. Januar 2005 sämtliche Anteile übernommen, so dass für die Monate Januar bis September die Pohland-Umsätze in Höhe von rund 37 Millionen Euro im Konzernabschluss enthalten sind. Auf das Gesamtjahr betrachtet – d.h. vom 1. Oktober 2004 bis zum 30. September 2005 – erreichte Pohland mit Umsätzen von 54 Millionen Euro fast das Vorjahresniveau. Die in 2005 begonnene Neuausrichtung des Unternehmens wird konsequent fortgesetzt. Nach den erfolgreichen Wiedereröffnungen in Dortmund und Köln sowie vor kurzem auch im Centro in Oberhausen werden wir weitere Pohland-Häuser nach diesem Muster umbauen. Pohland soll sich an jedem Standort zu einer Top-Adresse im Bereich für Herrenmode etablieren.

Kommen wir nun noch zu unserem Geschäftsbereich Süßwaren.

Hier steigerten wir die Umsätze im abgelaufenen Geschäftsjahr um 0,4 Prozent auf 76 Millionen Euro. Damit konnten unsere Hussel-Confiseries ihre marktführende Position im deutschen Süßwarenfachhandel weiter festigen. Das EBITDA verbesserte sich von 4,1 Millionen Euro auf 4,3 Millionen Euro.

Unsere Hussel-Confiseries konnten ihre marktführende Position im deutschen Süßwarenfachhandel weiter festigen.

Und: Auch Hussel wird weiter wachsen. Wir sind bereits dabei, das Filialnetz in Deutschland durch zahlreiche Neueröffnungen ertragsorientiert auszubauen. Die neuen Confiseries präsentieren sich dabei wie gewohnt in einem frischen, zeitgemäßen Ambiente. Ebenfalls expandieren wird die im August in Österreich gegründete Hussel Confiserie mit Sitz in Linz. Zu den vier bereits eröffneten österreichischen Filialen werden schon recht bald weitere Geschäfte hinzukommen.

Es freut mich ganz besonders zu sehen, dass sich auch Hussel so prächtig entwickelt, nicht zuletzt auch deswegen, weil dieses Unternehmen die Wiege unserer Unternehmensgruppe ist und wir deshalb eine besondere emotionale Bindung zu Hussel haben. Allerdings: Emotion ist die eine, Geldverdienen die andere Seite. Erfreulicherweise hat Hussel im vergangenen Geschäftsjahr – nach einer längeren Durststrecke – die Kapitalkosten wieder erwirtschaften können und ist auf gutem Weg, auch dieses Jahr erfolgreich abzuschließen.

Ausblick

- ▶ Die DOUGLAS-Gruppe ist für die Zukunft gut gerüstet
- ▶ Hohe Eigenkapitalquote von 43%
- ▶ Investitionsvolumen von rund 130 Mio € für weiteres wertorientiertes Wachstum

DOUGLAS HOLDING

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

die DOUGLAS-Gruppe ist für die Zukunft gut gerüstet, und wir werden unserer Strategie des renditeorientierten Wachstums auch zukünftig treu bleiben. Mit einer Eigenkapitalquote von rund 43 Prozent und unserer soliden Finanz-, Vermögens- und Ertragslage sind wir in einer starken Position, aus der heraus wir im In- und Ausland weiter wertorientiert wachsen können. Dafür steht im Konzern im laufenden Geschäftsjahr ein Investitionsvolumen von rund 130 Millionen Euro zur Verfügung. Neben dem Ausbau unseres Filialnetzes durch eigene Neueröffnungen werden wir auch durch Akquisitionen und Kooperationen weiter wachsen, wann immer sich rentable, zu uns passende Objekte anbieten.

Unsere Lifestyle-Strategie

▶ Herausragender Service

▶ Erstklassige Sortimente

▶ Erlebnisorientiertes Ambiente



DOUGLAS HOLDING

Die DOUGLAS-Gruppe glaubt fest an die Zukunft der Fachgeschäfte. Untersuchungen zeigen, dass die Kunden wieder mehr Wert auf Service und Qualität legen. Und genau diesen Werten sind wir in der DOUGLAS-Gruppe auch in Zeiten treu geblieben, in denen viele Mitbewerber ihr Heil in Preis- und Rabattschlachten gesucht haben.

Wir setzen weiter auf die Kompetenz und Freundlichkeit unserer qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Wir setzen weiter auf die Kompetenz und Freundlichkeit unserer qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, auf herausragenden Service,

erstklassige Sortimente sowie anspruchsvolles Ambiente und das alles zu fairen Preisen. Oftmals gehören gerade im Fachhandel die vermeintlich kleinen Dinge zu den entscheidenden Differenzierungsmerkmalen. Eine freundliche Begrüßung, eine kompetente, ehrliche Beratung, ein schneller Kassiervorgang, eine geschmackvolle Geschenkverpackung und eine nette Verabschiedung können Wunder wirken. Wir jedenfalls sind zuversichtlich, dass unsere Kunden unsere Lifestyle-Strategie auch weiterhin honorieren werden.

Wir haben das Jahr 2006 zum „Jahr der Innovation“ ausgerufen.

Wir wollen aber – meine sehr verehrten Aktionärinnen und Aktionäre – nicht nur auf Vertrautes und Bewährtes setzen, sondern auch innovativ sein. Deshalb haben wir das Jahr 2006 zum „Jahr der Innovation“ ausgerufen. Alle Führungskräfte, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der DOUGLAS-Gruppe sind gebeten worden, innovative Vorschläge und kreative Ideen zu entwickeln. Unsere Filialteams sind nicht nur das Gesicht der DOUGLAS-Gruppe, sondern gleichzeitig auch Ideengeber, Kompetenzträger und das Ohr am Kunden. Jetzt gilt es genau hinzuhören und Vorschläge zu entwickeln, was wir nicht nur anders, sondern vor allem besser machen können.

Unsere Nähe zum Kunden, unsere Dezentralität und unser kooperativer Führungsstil sind gute Grundlagen dafür, diese Vorschläge dann auch schnell umzusetzen. Vielleicht kann ich Ihnen im nächsten Jahr von einigen interessanten Ideen berichten, die wir im Übrigen auch prämiieren werden.

Ich möchte nun kurz auf ein Thema zu sprechen kommen, das in den letzten Wochen gerade den Einzelhandel besonders berührt hat. Die Rede ist vom Unterschlagungsfall beim Geldentsorgungsunternehmen Heros, von dem auch die DOU-

GLAS-Gruppe betroffen ist. Auch bei uns steht derzeit noch ein höherer einstelliger Millionen-Betrag aus.

Die DOUGLAS-Gruppe ist damit aber glücklicherweise nicht ganz so schwer betroffen wie einige andere Handelsunternehmen. Unser Schaden wird darüber hinaus weitgehend durch zwei Versicherungspolice bei der Mannheimer Versicherung abgedeckt. Dabei handelt es sich um Versicherungen, die ausdrücklich auch Unterschlagungen und Veruntreuungen durch Heros beinhalten.

Außerdem werden – nach Aussagen des Insolvenzverwalters – noch Gelder von Heros-Kunden von der Bundesbank festgehalten, so dass wir unter dem Strich – nach heutigem Stand der Dinge – davon ausgehen, dass sich der Schaden für die DOUGLAS-Gruppe in Grenzen halten wird.

Der Douglas-Konzern konnte seinen Umsatz per Ende Februar um 10,6 Prozent steigern.

Gestatten Sie mir abschließend noch einen kurzen Blick auf die ersten fünf Monate des neuen Geschäftsjahres. Beflügelt durch ein gutes Weihnachtsgeschäft erwirtschaftete der DOUGLAS-Konzern in den ersten fünf Monaten Umsätze in Höhe von 1,3 Milliarden Euro und lag damit um 10,6 Prozent über dem Vorjahr. Erfreulicherweise konnten wir auch auf vergleichbarer Fläche ein Umsatzplus in Höhe von 2,1 Prozent erzielen.

Entwicklung per Ende Februar 2006

Nach Geschäftsbereichen

▶ Douglas-Parfümerien	+ 13,5 %
▶ Thalia-Buchhandlungen	+ 14,5 %
▶ Christ-Juweliergeschäfte	+ 3,9 %
▶ Modehäuser (Appelrath-Cüpper, Pohland)	+ 24,3 %
▶ Hüssel-Confiserie	+ 7,8 %

DOUGLAS HOLDING

Die Douglas-Parfümerien konnten ihre Umsätze per Ende Februar

um 13,5 Prozent steigern. Hier ist zu beachten, dass die in Frankreich neu übernommenen Parfümerien im Vorjahresumsatz erst ab Juli enthalten waren und die Gesellschaften Douglas Spanien und Douglas Portugal erstmals seit dem 1. Quartal dieses Geschäftsjahres voll konsolidiert werden. Das Umsatzwachstum der Thalia-Buchhandlungen erreichte ebenfalls akquisitionsbedingt ein Plus von 14,5 Prozent, während der Schmuckbereich die Umsätze um 3,9 Prozent steigerte. Auch Appelrath-Cüpper und Pohland erzielten Umsatzzuwächse in Höhe von 24,3 Prozent, wobei hier zu berücksichtigen ist, dass diese Wachstumsrate neben zwei neuen Häusern von Appelrath-Cüpper auch die Erstkonsolidierung von Pohland für den Zeitraum von Oktober bis Dezember 2005 beinhaltet. Zu guter Letzt steigerten auch unsere Hüssel-Confiseries ihre Umsatzerlöse um 7,8 Prozent.

Prognose	
Prognose für das Geschäftsjahr 2005/06	
▶	Umsatzzuwachs: 6 bis 8 %
▶	Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit: 125 bis 127 Mio €
***	DOUGLAS HOLDING

Die DOUGLAS-Gruppe ist also weiter auf Kurs. Wir halten aufgrund dieser recht ordentlichen Entwicklung an der im Januar auf unserer Bilanz-Presskonferenz abgegebenen Prognose fest, für das Geschäftsjahr 2005/06 eine Umsatzsteigerung von 6 bis 8 Prozent zu erzielen. Ferner gehen wir davon aus, unser Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit auf 125 bis 127 Millionen Euro steigern zu können.

Meine sehr geehrten Damen und Herren, ich möchte mich abschlie-

ßend bei Ihnen im Namen des Vorstands und aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der DOUGLAS-Gruppe für das uns entgegengebrachte Vertrauen bedanken. Wir werden auch im laufenden Geschäftsjahr alles tun, um unseren renditeorientierten Wachstumskurs fortzusetzen.

Wir bedanken uns für das entgegengebrachte Vertrauen.

Ich wünsche uns nun allen, dass wir mit ein wenig Freude und Optimismus ein erfolgreiches Jahr 2006 erleben werden; vielleicht ja mit vielen neuen Kunden für die DOUGLAS-Gruppe durch die Fußball-WM und – trotz des Debakels in Italien – doch noch mit einem Fußball-Weltmeister Deutschland

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.