



Dr. Henning Kreke
Vorsitzender des Vorstandes
der DOUGLAS HOLDING AG
in der Hauptversammlung am 14. März 2007

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. Wir möchten uns bei Ihnen für Ihr Vertrauen bedanken und freuen uns, dass Sie sich wieder die Zeit genommen haben, um sich hier in Hagen ausführlich über die Entwicklung Ihres Unternehmens zu informieren.

In der nächsten halben Stunde möchte ich Ihnen einen Überblick über die wesentlichen Ergebnisse des vergangenen Geschäftsjahres geben und unsere wesentlichen Herausforderungen für die Zukunft aufzeigen.

Wie Ihnen der Aufsichtsratsvorsitzende eben schon schilderte, gibt es mehrere Veränderungen in unserem Vorstand.

Claus Mingers scheidet nach 36 Jahren Tätigkeit für unsere Douglas-

Parfümerien zum 31. März aus unserem Vorstand aus.

Lieber Herr Mingers, auch ich möchte mich – im Namen des gesamten Vorstandes – ganz herzlich für die gute, offene und stets faire Zusammenarbeit in den vergangenen Jahren bedanken. Es hat mir immer viel Freude gemacht, mich mit Ihnen gemeinsam über die richtigen Entscheidungen zur weiteren Entwicklung unseres Parfümeriebereiches konstruktiv auszutauschen. Der Erfolg von Douglas, lieber Herr Mingers, wird immer auch mit Ihrem Namen verbunden sein!

Nachfolger von Herrn Mingers wird nun Reiner Unkel. Auch ich freue mich, dass wir mit Herrn Unkel einen neuen Kollegen im Team haben, der bereits in den ersten Monaten dieses Jahres bewiesen hat, dass er nicht nur unser Geschäft – nämlich Lifestyle im Handel – bestens versteht, sondern auch den Menschen – egal ob Kunde oder Mitarbeiter – auf ganz besondere Weise verbunden ist.

Darüber hinaus haben wir seit Oktober letzten Jahres mit Dr. Burkhard Bamberger einen neuen Finanzvorstand, der mit ausgezeichnetem unternehmerischen Gespür die Hand aufs Geld hält. Das geht aber nicht so weit, dass er nicht voll und ganz hinter unserem heutigen Dividendenvorschlag steht.

Ich bin sehr zuversichtlich, dass es dem Vorstand – auch in der neuen Konstellation – gelingen wird, die DOUGLAS-Gruppe in allen Geschäftsfeldern renditeorientiert weiterzuentwickeln und drücke Ihnen, lieber Herr Unkel, und Ihnen, lieber Herr Bamberger, beide Daumen beim „Handel mit Herz und Verstand“.

Nun zum abgelaufenen Geschäftsjahr, für das wir unseren Jahresabschluss erstmals nach IFRS aufgestellt haben, so wie es die internationalen Rechnungslegungsvorschriften vorsehen. Die Umstellung auf IFRS hat sich auf unsere Unternehmenskennzahlen – bis auf wenige Ausnahmen, die in dem Ihnen vorliegenden

Geschäftsbericht ausführlich erläutert werden – kaum ausgewirkt.

Erfolgreiches Geschäftsjahr 2005/06

- ▶ Renditeorientiertes Wachstum fortgesetzt
- ▶ Konzernumsatz: 2,7 Mrd € +10,9%
- ▶ Ergebnis vor Steuern (EBT): 129 Mio € + 8,3%
- ▶ Umsatz- und Ergebnisziele übertroffen

Das Geschäftsjahr 2005/2006 war für die DOUGLAS HOLDING insgesamt 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 10,9 Prozent auf rund 2,7 Milliarden Euro. Das Ergebnis vor Steuern stieg um 8,3 Prozent auf rund 129 Millionen Euro.

Wir hatten uns für das abgelaufene Geschäftsjahr ein Umsatzwachstum von 8 bis 10 Prozent und ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit zwischen 125 und 127 Millionen Euro vorgenommen. Diese Ziele haben wir also sogar leicht übertroffen. Mit unserer EBT-Marge (bzw. Umsatzrendite) von 4,8 Prozent gehören wir nach wie vor zu den Besten im deutschen Handel.

Bevor ich auf die weiteren Kennzahlen eingehe, möchte ich zunächst ein Thema ansprechen, das uns und den deutschen Einzelhandel im Jahr 2006 völlig unerwartet getroffen hat. Die Rede ist von dem unfassbar großen Unterschlagungsfall beim Geldentsorgungsunternehmen Heros. Hier wurden insgesamt Kundengelder in Höhe von rund 550 bis 600 Millionen Euro veruntreut. Leider sind durch Heros auch bei uns knapp 10 Millionen Euro – und diese Summe muss man sich einmal vorstellen – entwendet worden.

Die DOUGLAS-Gruppe ist damit zwar nicht ganz so schwer betroffen wie einige andere Handelsunternehmen – aber das Geld ist weg!

Und obwohl wir bei der Mannheimer Versicherung zwei Versicherungspolice abgeschlossen haben, die ausdrücklich auch Unterschlagungen und Veruntreuungen durch Heros beinhalten, verweigert die Mannheimer Versicherung bis zum heutigen Tage die Auszahlung.

Während ich auf unserer letzten Hauptversammlung noch berichtet habe, dass wir davon ausgehen, dass sich der Heros-Schaden für die DOUGLAS-Gruppe in Grenzen halten würde – muss ich Ihnen heute leider mitteilen, dass wir mittlerweile versuchen, eine Auszahlung der entwendeten Gelder gegen die Mannheimer Versicherung auf dem Rechtsweg durchzusetzen. Da zur Zeit noch völlig unklar ist, ob und wann uns der Heros-Schaden jemals ersetzt wird, haben wir diesen Vorfall im Geschäftsjahr 2005/2006 voll wertberichtigt. Erfreulicherweise – wenn man im Rahmen dieses Vorgangs überhaupt von erfreulich reden kann – ist es uns gelungen, den durch Heros entstandenen Verlust durch die Veräußerung unserer Appellath-Cüpper-Immobilie in Dortmund voll zu kompensieren. Somit entspricht unser Ergebnis vor Steuern (EBT) genau dem Ergebnis, das entstanden wäre, wenn es die Heros-Unterschlagung nie gegeben hätte.

Erfolgreiches Geschäftsjahr 2005/06

- ▶ Konzern-EBITDA: 243 Mio €
- ▶ EBITDA-Marge: 9,1%
- ▶ DVA im Konzern auf über 31 Mio € erhöht
- ▶ Höchster Wert seit Einführung des DVA-Konzeptes

Doch nun zurück zu unseren weiteren Kennzahlen für das abgelaufene Geschäftsjahr:

Das Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Abschreibungen (EBITDA) des DOUGLAS-Konzerns stieg im Geschäftsjahr auf 243 Millionen Euro nach rund 229 Millionen Euro im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Die EBITDA-Marge – also das Verhältnis von EBITDA zum Umsatz – lag bei

9,1 Prozent nach 9,5 Prozent im Vorjahr. Dieser leichte Rückgang der EBITDA-Marge beruht in erster Linie auf dem rasanten Wachstum unseres Buchbereichs, der – branchenbedingt – eine geringere EBITDA-Marge erwirtschaftet als der Durchschnitt der DOUGLAS-Gruppe.

Erfreulicherweise konnten wir auch bei einer weiteren wichtigen Kennzahl Zuwächse erzielen: unser DVA (DOUGLAS Value Added) – der die Wertsteigerung der DOUGLAS-Gruppe bemisst – hat sich im vergangenen Geschäftsjahr von rund 26 Millionen Euro im Vorjahr auf über 31 Millionen Euro erhöht. Den höchsten DVA-Zuwachs erzielten wieder einmal unsere Douglas-Parfümerien. Aber auch unsere Thalia-Sortimentsbuchhandlungen und unsere Hüssel-Süßwarenfachgeschäfte konnten ihre Kapitalkosten verdienen. Während unser Schmuckbereich den Vorjahreswert nur knapp verfehlte, war lediglich die DVA-Entwicklung unseres Modebereichs wirklich enttäuschend. Gleichwohl hat die DOUGLAS-Gruppe insgesamt den höchsten DVA-Wert seit Einführung des DVA-Modells im Jahr 2001 erzielt und damit auch den Unternehmenswert weiter gesteigert.

Ausschlaggebend für diese gute Umsatz-, Ergebnis- und DVA-Entwicklung waren in allererster Linie wieder einmal unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denen ich – auch im Namen meiner Vorstandskollegen – herzlich für ihr großes Engagement, ihre Begeisterung und Servicebereitschaft danken möchte. Wir sind stolz darauf, dass wir die Zahl unserer Arbeitsplätze auf mittlerweile fast 22.400 erhöhen konnten. Erfreulicherweise haben wir dabei auch die Zahl unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland deutlich gesteigert. Gleichzeitig haben wir auch die Zahl unserer Ausbildungsplätze nochmals erhöht. Heute sind fast 13 Prozent unserer Beschäftigten in Deutschland Auszubildende – ein im Branchenvergleich überdurchschnittlich hoher Wert. Wir meinen, dass die DOUGLAS-Gruppe auch da-

mit einem wichtigen Beitrag zum Thema „Soziale Verantwortung von Unternehmen“ leistet. Seit Jahren schon geben wir überdurchschnittlich vielen jungen Menschen die Chance zum Einstieg in ein vielseitiges und interessantes Berufsleben. Und das zahlt sich für beide Seiten aus, denn viele dieser ehemaligen Auszubildenden arbeiten heute in leitenden Funktionen in unserer Unternehmensgruppe.

Wie engagiert und kreativ unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind, hat auch unser „Innovationswettbewerb“ gezeigt, den wir im Rahmen des „Jahres der Innovation“ 2006 veranstaltet haben. Wir hatten unsere Teams in den Filialen und Service-Zentren im In- und Ausland gebeten, uns ihre innovativen Ideen und Verbesserungsvorschläge mitzuteilen.

Als wir diesen Wettbewerb planen, haben wir bestenfalls mit ein paar hundert Vorschlägen gerechnet. Was dann tatsächlich passierte, war einfach sensationell: Denn wirklich erhalten haben wir über 3.000 Vorschläge, von denen wir einige bereits umgesetzt haben und viele weitere möglichst schnell verwirklichen möchten. Die allerbesten Ideen wurden mittlerweile prämiert und mit schönen Preisen belohnt. So zum Beispiel der Vorschlag eines konzernübergreifenden Erfahrungsaustauschs nach dem Motto „Wenn DOUGLAS wüsste, was DOUGLAS weiß“. Oder die Idee eines „Lieferanten-Awards“ für die besonders effektive und erfolgreiche Zusammenarbeit mit einem Lieferanten. Auch der Vorschlag, Kinder mithilfe eines Thalia-Lesepasses für Bücher und Geschichten zu gewinnen, hat uns begeistert.

Sie sehen, die Ideen waren ebenso innovativ wie kreativ und vielfältig. Ich möchte mich – auch an dieser Stelle – noch einmal ganz herzlich bei allen bedanken, die bei diesem Ideenwettbewerb mitgemacht haben und so viele wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung der DOUGLAS-Gruppe einbringen konnten!

Dividende

- ▶ Erhöhung der Dividende von 1,00 Euro auf 1,10 Euro
- ▶ Steigerung um 10% gegenüber Vorjahr
- ▶ Ausschüttung: 43 Mio €

Doch kommen wir zurück zum abgelaufenen Geschäftsjahr: Wir wollen natürlich auch Sie, sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, an der ordentlichen Entwicklung Ihrer Unternehmensgruppe beteiligen. Deshalb schlagen Aufsichtsrat und Vorstand Ihnen heute vor, für das Geschäftsjahr 2005/2006 eine erhöhte Dividende von 1,10 Euro je Stückaktie auszuschütten. Nach einer Dividendenzahlung von einem Euro im Vorjahr entspricht dies einer Steigerung von exakt zehn Prozent. Insgesamt soll auf ein dividendenberechtigtes Kapital von rund 118 Millionen Euro eine Ausschüttung von etwa 43 Millionen Euro erfolgen.

Mit diesem Dividendenvorschlag setzen wir unsere kontinuierliche und gleichzeitig attraktive Dividendenpolitik fort. Wir streben traditionell eine Ausschüttungsquote von etwa 50 Prozent des Konzern-Jahresüberschusses an. Für das abgelaufene Geschäftsjahr liegt diese Quote nun bei rund 57 Prozent und damit sogar leicht über dem angestrebten Wert. Auf Basis des aktuellen Kursniveaus von rund 44 Euro entspricht die vorgeschlagene Dividende einer Dividendenrendite von rund 2,5 Prozent; ein – wie wir meinen – ebenfalls recht ordentlicher Wert.

Auch der Kurs der DOUGLAS-Aktie hat sich im letzten Geschäftsjahr erfreulich entwickelt und ist in Jahresfrist von 31,60 Euro auf 36,90 Euro gestiegen – das entspricht einer Kurssteigerung von rund 17 Prozent. Rechnet man noch die im letzten Jahr ausgeschüttete Dividende hinzu, so ergibt sich für das Berichtsjahr eine Wertsteigerung von rund 20 Prozent.

Die Entwicklung der DOUGLAS-Gruppe überzeugt auch unsere Analysten, von denen 16 die DOUGLAS-

Aktie weiterhin zum Kauf empfehlen (Halten 7, Verkaufen 3). Wir werten das als grundsätzliche Zustimmung der Kapitalmärkte zu unserer Strategie.

Eckdaten Geschäftsjahr 2005/06

- ▶ Investitionsvolumen: 141 Mio €
- ▶ Neueröffnungen: 106
- ▶ Fachgeschäfte insgesamt: 1.549
- ▶ Bilanzsumme: 1,6 Mrd €
- ▶ Eigenkapitalquote: 37%

Nun noch ein paar bilanzielle Eckdaten zum abgelaufenen Geschäftsjahr: Das Investitionsvolumen im Konzern belief sich auf rund 141 Millionen Euro nach knapp 122 Millionen Euro im Vorjahr. Der Großteil der Investitionen floss erneut in das weitere internationale Wachstum unserer Douglas-Parfümerien. Aber auch in die Expansion unseres Buchbereiches haben wir stark investiert. Insgesamt hat die DOUGLAS-Gruppe 106 Fachgeschäfte neu eröffnet – davon 54 Parfümerien, 24 Buchhandlungen, neun Christ-Juweliengeschäfte, zwei Appelrath-Cüpper-Modehäuser und 17 Hüssel-Confiseries. Darüber hinaus haben wir aber auch wieder in die Modernisierung unseres bestehenden Filialnetzes investiert, um uns an möglichst vielen Standorten top-aktuell präsentieren zu können. Insgesamt stieg die Zahl unserer Fachgeschäfte auf nunmehr 1.549.

Den Investitionen standen Abschreibungen in Höhe von rund 100 Millionen Euro gegenüber. Unsere Bilanzsumme liegt wachstumsbedingt mit 1,6 Milliarden Euro rund 12 Prozent über dem Vorjahreswert. Die Eigenkapitalquote nach IFRS betrug zum Ende des Geschäftsjahres rund 37 Prozent und verdeutlicht den finanziellen Spielraum, der uns für die weitere Expansion im In- und Ausland zur Verfügung steht.

Im letzten Jahr hat die DOUGLAS-Gruppe insgesamt rund 350.000 eigene Aktien zum Durchschnittskurs von 39,41 Euro veräußert und damit

die Liquidität im Konzern um rund 14 Millionen Euro erhöht.

Unter Tagesordnungspunkt 5 bitten wir heute dennoch um die neuerliche Ermächtigung, eigene Aktien in Höhe von bis zu 10 Prozent des Grundkapitals erwerben zu dürfen. Diese Ermächtigung soll dem Vorstand für die Zukunft den vollen Handlungsspielraum für Kapitalmarktmaßnahmen auch mit der eigenen Aktie geben.

Lassen Sie mich nun zur Entwicklung in unseren einzelnen Geschäftsbereichen kommen:

Die Douglas-Parfümerien konnten ihre marktführende Position in Europa weiter ausbauen. Unsere 937 Parfümerien erzielten einen Umsatz von rund 1,6 Milliarden Euro. Das entspricht einem Zuwachs von 13,9 Prozent.

Parfümerien

Geschäftsjahr 2005/06

► Umsätze	1,6 Mrd. €
Deutschland:	839 Mio €
Ausland:	720 Mio €
► EBITDA	177 Mio €



Das EBITDA stieg im Berichtszeitraum auf knapp 177 Millionen Euro nach 157 Millionen Euro im Vorjahr.

Erfreulicherweise konnten die Douglas-Parfümerien ihre Umsätze auch in Deutschland mit 4,3 Prozent auf rund 839 Millionen Euro steigern. Das ist deshalb so wichtig, weil Deutschland für uns nach wie vor – sowohl vom Umsatz als auch vom Ergebnis her betrachtet – der bedeutendste Markt ist.

Noch besser entwickelten sich unsere Douglas-Parfümerien im Ausland, wo wir sowohl organisch als auch durch Zukäufe in Frankreich, Spanien und Portugal weiter rasch gewachsen sind. Die Umsätze außerhalb Deutschlands stiegen um 27,7 Prozent auf rund 720 Millionen Euro. Der Anteil der Auslandsgesellschaften am Gesamtumsatz unserer Parfümerie-Sparte stieg auf über 46 Prozent nach 41 Prozent im Vorjahr. Die Parfüme-

rie-Gruppe ist nach der Eröffnung der ersten Parfümerie in der Türkei (in Istanbul) im Mai 2006 mittlerweile in 18 Ländern präsent. Gleichzeitig haben wir im vergangenen Jahr unsere 500. Douglas-Parfümerie im Ausland eröffnet. Damit übertraf die Zahl der ausländischen Parfümerien, wie schon im Vorjahr, die Anzahl unserer Filialen hier in Deutschland.

Bücher

Geschäftsjahr 2005/06

► Umsätze	551 Mio €
Deutschland:	409 Mio €
Ausland:	142 Mio €
► EBITDA	37 Mio €



Kommen wir nun zu unserem Buchbereich: Die Thalia-Gruppe ist sowohl durch die Eröffnung neuer Filialen als auch durch Akquisitionen stark gewachsen und hat ihre gute Marktposition im deutschsprachigen Raum weiter ausgebaut. Die 178 Buchhandlungen in Deutschland, Österreich und in der Schweiz erhöhten ihre Umsätze um 19,5 Prozent auf 551 Millionen Euro.

Das EBITDA im Buchbereich stieg um 26,5 Prozent auf fast 37 Millionen Euro nach knapp 29 Millionen Euro im Vorjahr.

In Deutschland stiegen die Umsätze in 134 Buchhandlungen um 23 Prozent auf fast 409 Millionen Euro. Damit entwickelte sich Thalia erneut besser als der Branchendurchschnitt. Zur guten Umsatzentwicklung haben auch die 26 Gondrom-Filialen beigetragen, die wir Anfang 2006 übernommen haben.

Die Auslandsgesellschaften in Österreich und in der Schweiz erzielten Umsatzzuwächse von 10,5 Prozent auf 142 Millionen Euro. Mit 26 Sortimentsbuchhandlungen in Österreich und 18 in der Schweiz nimmt die Thalia-Gruppe jeweils eine marktführende Position ein.

Darüber hinaus hat Thalia seine Multi-Channel-Strategie in Zusammenarbeit mit dem Internethändler

buch.de weiter ausgebaut. Kein anderer Mitbewerber bietet eine solch qualifizierte Kombination aus stationärem und Online-Buchhandel.

Schmuck

Geschäftsjahr 2005/06

► Umsätze	297 Mio €
Christ:	248 Mio €
René Kern:	49 Mio €
► EBITDA	19 Mio €



Im Geschäftsbereich Schmuck steigerten Christ und René Kern ihre Umsätze um 2,9 Prozent auf insgesamt 297 Millionen Euro.

Das EBITDA im Schmuckbereich belief sich auf 19 Millionen Euro nach knapp 22 Millionen Euro im Vorjahr.

Die rund 200 Christ-Juweliergeschäfte übertrafen mit 248 Millionen Euro die Vorjahresumsätze um 1,1 Prozent. Neun Geschäfte wurden neu eröffnet und zahlreiche Filialen modernisiert. Damit ist es Christ erneut gelungen, die Marktführerschaft im deutschen Schmuck- und Uhreneinzelhandel weiter auszubauen.

Sehr erfreulich verlief die Entwicklung bei René Kern. Die sieben Luxus-Juweliergeschäfte steigerten ihre Umsätze um 13,4 Prozent auf rund 49 Millionen Euro.

Mit der Entwicklung in unserem Modebereich konnten wir dagegen nicht zufrieden sein.

Mode

Geschäftsjahr 2005/06

► Umsätze	191 Mio €
Appelrath-Cüpper:	138 Mio €
Pohland:	53 Mio €
► EBITDA	12 Mio €



Die konsolidierten Umsätze von Appelrath-Cüpper und Pohland stiegen zwar insgesamt um 7,4 Prozent auf fast 191 Millionen Euro. Das lag aber im Wesentlichen daran, dass bei Pohland zwölf Umsatzmonate des

Geschäftsjahres 2005/2006 mit neun Monaten im vorherigen Geschäftsjahr verglichen wurden. Hintergrund dafür ist, dass das Unternehmen erst ab Januar 2005 voll konsolidiert wurde. Auf vergleichbarer Fläche mussten wir jedoch sowohl bei Pohland als auch bei Appelrath-Cüpper Umsatzrückgänge von insgesamt 5,9 Prozent verbuchen.

In dieser Gesamtbetrachtung ist allerdings zu berücksichtigen, dass die deutsche Modebranche allgemein auf ein schwieriges Jahr zurückblickt. Die ungünstigen Witterungsverhältnisse ließen sowohl für das Frühjahr und den Sommer, als auch in der Herbst/Winter-Saison keine Umsatzsteigerung zu. Dennoch bleibt festzuhalten, dass sich unsere Modegeschäfte schlechter entwickelt haben als der Branchenschnitt.

Das EBITDA im Modebereich betrug knapp 12 Millionen Euro nach rund 21 Millionen Euro im Vorjahr. Im Vergleichszeitraum 2004/2005 war allerdings auch ein Ertrag in Höhe von rund 6 Millionen Euro aus der Veräußerung unserer Minderheitsbeteiligung am Modeanbieter BiBA enthalten.

Süßwaren

Geschäftsjahr 2005/06

► Umsätze	80 Mio €
Deutschland	78 Mio €
Österreich	2 Mio €
► EBITDA	5 Mio €



Im Gegensatz zu der eher schwachen Entwicklung in unserem Modebereich steigerte unser Geschäftsbereich Süßwaren die Umsätze erfreulicherweise um 5,1 Prozent auf 80 Millionen Euro. Damit konnten die Hussel-Confiseries ihre marktführende Position im deutschen Süßwarenfachhandel weiter festigen. Aber auch in Österreich hat Hussel seine Präsenz erneut ausgebaut.

Der Süßwarenbereich verbesserte sein EBITDA von rund 4 Millionen auf rund 5 Millionen Euro.

Kommen wir nun zum Ausblick und zu den Herausforderungen für die Zukunft:

Die DOUGLAS-Gruppe ist gut in das neue Geschäftsjahr gestartet. Wir waren mit dem Verlauf des Weihnachtsgeschäftes durchaus zufrieden. Hier konnten wir mit einer Umsatzsteigerung auf vergleichbarer Fläche von über vier Prozent die Entwicklung des Weihnachtsgeschäftes der letzten Jahre deutlich übertreffen. Ausschlaggebend dafür war eine leichte Aufhellung der Konsumstimmung sowie – hier und da – auch leichte Vorzieheffekte angesichts der Mehrwertsteuererhöhung.

Die Umsätze im Januar lagen dagegen leicht unter unseren Erwartungen. Hier wirkte sich erneut das Thema „Mehrwertsteuer“ aus, diesmal jedoch in umgekehrter Richtung. Im Februar war die Entwicklung allerdings insgesamt wieder etwas besser, so dass unsere Umsätze nach fünf Monaten unseres neuen Geschäftsjahres mit 1,4 Milliarden Euro um 12,1 Prozent über dem Vorjahr lagen.

Ausblick

- Guter Start ins neue Geschäftsjahr
- Weihnachtsgeschäft über den Erwartungen
- Konzernumsatz per Ende Februar 2007: 1,4 Mrd € (+12,1%)
- Prognose für das Geschäftsjahr 2006/07:
 - Umsatz: + 8 bis 10%
 - Ergebnis vor Steuern: 139-142 Mio €

Bezogen auf den Zeitraum von Oktober bis Februar steigerten unsere Douglas-Parfümerien ihre Umsätze um 9,0 Prozent, unsere Thalia-Buchhandlungen – vor allem akquisitionsbedingt – um 24,1 Prozent, unser Schmuckbereich (Christ, René Kern) um 4,6 Prozent, unser Modebereich (Appelrath-Cüpper, Pohland) um 11,8 Prozent und unsere Hussel-Confiseries – ebenfalls akquisitionsbedingt – um 23,1 Prozent.

Auch auf vergleichbarer Fläche liegt die DOUGLAS-Gruppe mit einem Umsatzwachstum von 3,6 Prozent recht ordentlich über dem Vorjahreswert.

Die bisherige Entwicklung stimmt uns zuversichtlich, dass wir unsere Ziele auch in diesem Geschäftsjahr wieder erreichen werden. Insgesamt erwarten wir einen Umsatzanstieg von 8 bis 10 Prozent und gehen davon aus, unser Ergebnis vor Steuern auf 139 bis 142 Millionen Euro erhöhen zu können.

Mit einer Eigenkapitalquote von 37 Prozent und unserer soliden Ertragslage sind wir in einer starken Position, um auch künftig im In- und Ausland wertorientiert zu wachsen. Dafür steht im Konzern für das laufende Geschäftsjahr ein Investitionsbudget von rund 160 Millionen Euro zur Verfügung. Neben dem organischen Wachstum durch eigene Neueröffnungen wird die DOUGLAS-Gruppe auch durch Akquisitionen und Kooperationen weiter wachsen, wann immer sich rentable Objekte anbieten. Investitionsschwerpunkte bleiben unsere Douglas-Parfümerien und die Thalia-Buchhandlungen.

Aus dem eben bereits erwähnten Investitionsbudget von 160 Millionen Euro fließen allein rund 90 Millionen Euro in das wertorientierte Wachstum unserer Douglas-Parfümerien. Europaweit sind hier rund 50 bis 60 neue Geschäfte geplant. Darüber hinaus werden zahlreiche, bestehende Parfümerien modernisiert und mit einem aktuellen und ansprechenden Ambiente ausgestattet.

Douglas – eine europäische Marke

- Weiteres wertorientiertes Wachstum
- Investitionsbudget: 90 Mio €
- 50-60 Neueröffnungen europaweit
- Überprüfung des Markteintritts in neue Märkte wie Griechenland oder baltische Staaten



Gleichzeitig wird der Markteintritt unserer Douglas-Parfümerien in neue Märkte wie zum Beispiel Griechenland oder auch die baltischen Staaten geprüft. Unser Ziel bleibt es, aus der guten deutschen Marke „Douglas“ eine starke pan-europäische Marke zu machen. Über 6 Millionen zufriedene Douglas Card-Kunden in ganz Eu-

ropa zeigen, dass wir bereits auf gutem Weg sind, dieses Ziel schon bald zu erreichen.

Die hohe internationale Expansionsdynamik lässt ein besonderes Ereignis in greifbare Nähe rücken – die Eröffnung unserer 1000. Douglas-Parfümerie. Vielleicht gelingt uns das ja sogar noch in diesem Kalenderjahr.

Im Rahmen der weltweiten Expansionsstrategie prüft Douglas auch, ob und wann ein Einstieg in die schnell wachsenden Märkte China, Indien oder die Vereinigten Arabischen Emirate sinnvoll sein könnte. Ob es wirklich dazu kommt, wird sich noch zeigen, denn solche Schritte müssen strategisch angegangen werden und deshalb gut überlegt sein.

Trotz aller internationaler Wachstumsdynamik möchten wir aber auch in unserem Heimatmarkt Deutschland weiter expandieren. Hier meinen wir, dass es deutschlandweit ein Potenzial für etwa 500 Douglas-Parfümerien gibt.

Thalia – Inspiration, Faszination, Information

- ▶ Wichtige Wachstumsweichen gestellt
- ▶ Übernahme von 44 Buchhandlungen von Buch & Kunst
- ▶ 20 Neueröffnungen und zahlreiche Modernisierungen
- ▶ Marktführerschaft im Visier



Auch im Buchbereich werden wir wertorientiert weiter wachsen. Die Thalia-Gruppe hat dafür mit zahlreichen Neueröffnungen und Akquisitionen wichtige Wachstumsweichen bereits gestellt: Im Oktober 2006 wurden in Deutschland 50,1 Prozent an den 22 Buchhandlungen der Grützfien GmbH übernommen sowie in Österreich die traditionsreiche Wagnersche Buchhandlung in Innsbruck.

Seit Januar 2007 gehören darüber hinaus auch die 44 Buchhandlungen von Buch & Kunst zur Thalia-Familie. Wir freuen uns, dass sich auch dieses Unternehmen zu einer Zusammenarbeit mit Thalia entschieden hat und blicken zuversichtlich in die gemeinsame Zukunft.

Thalia wird neben der Beteiligung an regional oder lokal führenden Sortimentsbuchhändlern auch weiterhin auf organisches Wachstum durch die Eröffnung neuer Buchhandlungen setzen. In diesem Geschäftsjahr sind insgesamt etwa zwanzig Neueröffnungen sowie zahlreiche Modernisierungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz geplant.

Meine Damen und Herren, viele von Ihnen haben vielleicht im vergangenen Jahr den Zusammenschluss von Hugendubel und Weltbild plus zur sogenannten DBH verfolgt. Viel ist in diesem Zusammenhang über die Neuordnung auf dem deutschen Buchmarkt geschrieben und spekuliert worden. Wahr ist, dass flächenmäßig betrachtet die Thalia-Gruppe unverändert Deutschlands größte Buchhandelsgruppe ist. Darüber hinaus gehen wir davon aus, dass wir durch die bereits erwähnte Übernahme von Buch & Kunst auch hinsichtlich des Umsatzes mittlerweile die Nase wieder leicht vorn haben sollten. Und ich bin zuversichtlich, dass wir mit unserem geplanten Expansionsprogramm diesen knappen Vorsprung zukünftig weiter ausbauen werden.

Schmuck

- ▶ Fokus auf Ausbau von Juwelier Christ
- ▶ Mindestens 5 Neueröffnungen
- ▶ Ausbau der Standort-Führerschaft bei René Kern



Im Geschäftsbereich Schmuck liegt der Fokus im laufenden Geschäftsjahr klar auf dem Ausbau von Juwelier Christ. Ziel ist es, die marktführende Position in Deutschland konsequent 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 mindestens fünf Neueröffnungen sowie zahlreiche Modernisierungen bestehender Christ-Juwelier-Geschäfte geplant.

gesamt ist Christ auf einem guten Weg und sollte von einer weiter anziehenden Konjunktur überproportional profitieren.

Unsere im Luxussegment positionierten Juweliergeschäfte von René Kern befinden sich in erstklassigen Lagen in Hamburg, Berlin, Düsseldorf und Frankfurt. René Kern wird die Markenkompetenz mit hochwertigem Schmuck und Luxus-Uhren wie Rolex, Patek Philippe oder Cartier weiter stärken. Ziel von René Kern ist es, sich am jeweiligen Standort als der beste Juwelier am Platze zu etablieren.

Mode

Appelrath-Cüpper

- ▶ Modernisierung bestehender Häuser



Pohland

- ▶ Pohland-Konzept wird intensiv geprüft



In unserem Modebereich hat bei Appelrath-Cüpper nach einer expansiven Phase jetzt die Modernisierung bestehender Häuser absolute Priorität. So soll neben den bereits im Januar und Februar umfassend renovierten Häusern Köln und Dortmund demnächst den Standorten Essen und Main-Taunus-Zentrum ein neuer, frischer Auftritt verliehen werden.

Bei Pohland haben wir in Bezug auf Service, Ambiente und Sortimente an zahlreichen Standorten schon gute Fortschritte gemacht. Leider hat sich das aber bisher an den meisten Standorten noch nicht in der erhofften Form bei Umsatz und Rendite ausgewirkt. Vor diesem Hintergrund haben wir bei Pohland ein umfassendes Restrukturierungsprogramm eingeleitet. Mit anderen Worten: Pohland steht auf dem Prüfstand. Ziel dieser Maßnahme ist es, Wege aufzuzeigen, wie Pohland neben der Erfüllung unserer Lifestyle-Kriterien – also Top-Service, Top-Qualität und Top-Ambiente – auch seine Kapitalkosten nachhaltig verdienen kann.

Süßwaren

- ▶ Weitere Modernisierung des Filialnetzes
- ▶ 10 Neueröffnungen
- ▶ Fortsetzung der ertragsorientierten Entwicklung



Herausforderungen für die Zukunft

- ▶ Begeisterte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- ▶ Die richtigen Standorte
- ▶ Die richtigen Sortimente
- ▶ Festhalten am Prinzip der dezentralen Unternehmensführung
- ▶ „So viel Dezentralität wie möglich, so viel Zentralität wie nötig“
- ▶ Motto des Jahres 2007: „Konsequent einfach“

Unser Süßwarenbereich ist hingegen unverändert auf Wachstumskurs. Das Filialnetz wird weiter modernisiert und durch zahlreiche Neueröffnungen ertragsorientiert ausgebaut. Im laufenden Geschäftsjahr sind zehn Neueröffnungen geplant, jeweils die Hälfte davon in Deutschland und in Österreich. Mit der Übernahme von 86 Susi-Süßwarenfachgeschäften im November letzten Jahres hat Hussel einen großen Wachstumsschritt gemacht und seine führende Position im deutschen Confiserie-Segment gestärkt.

Die erfreuliche Entwicklung von Hussel in Deutschland und das Potenzial in Österreich stimmen zuversichtlich, dass unser Confiserie-Spezialist seine ertragsorientierte Entwicklung fortsetzen wird.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

wo aber liegen nun die Herausforderungen für die Zukunft der DOUGLAS-Gruppe?

Wie für alle Unternehmen im Fachhandel liegen die erfolgskritischen Faktoren auch für die DOUGLAS-Gruppe auf der Hand. Ich sehe unsere Schwerpunkte im Wesentlichen in drei Bereichen:

In allererster Linie geht es im Fachhandel um wirklich gute Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Nur wer die besten und motiviertesten Teams beschäftigt, dem wird es gelingen, den Kunden dauerhaft an sein Geschäft zu binden. Oder anders ausgedrückt: Nur begeisterte Mitarbeiter schaffen begeisterte Kunden! Unsere wichtigste Herausforderung für die Zukunft ist deshalb die Förderung der Motivation in unserer Unternehmensgruppe.

Doch auch der beste und engagierteste Mitarbeiter wird den Kunden nur dann begeistern können, wenn er am richtigen Standort eingesetzt wird. Deshalb meinen wir, dass die Auswahl der richtigen Standorte in der besten Lage – zu bezahlbaren Konditionen UND mit hohem Wachstumspotenzial – der zweite ganz wesentliche Erfolgsfaktor für unsere Zukunft ist.

Nachhaltigen Erfolg wird im Handel aber nur derjenige erzielen, der neben begeisterten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an den besten Standorten auch genau die Sortimente anbietet, die exakt auf den Kunden zugeschnitten sind. Unser Anspruch dabei muss es daher sein, unseren Kunden stets die angesagtesten Produkte zu einem fairen Preis anzubieten.

Nur wenn uns dieser Dreiklang gelingt, also begeisterte Teams, erstklassige Geschäftslagen und wirklich attraktive Sortimente, dann – aber auch nur dann – wird uns der Kunde als Partner beim Kauf für die schönen Dinge des Lebens auch zukünftig regelmäßig aufsuchen.

Dabei halten wir – und das mit voller Überzeugung – am Prinzip der dezentralen Unternehmensführung fest. Wir wollen ganz nah am Kunden sein! Dazu brauchen wir vor Ort in unseren Fachgeschäften freundliche und kompetente Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die selbstständig Entscheidungen im Sinne ihrer Kunden treffen. Das erfordert Entscheidungsfreiräume, die wir unseren Teams auch geben müssen. Ziel ist es daher, das Verständnis vom Unternehmer im Unternehmen auf möglichst viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu übertragen.

Kommen wir nach dem Thema „Herausforderungen für die Zukunft“ nun zurück zum aktuellen Geschäftsjahr, das wir unter das Motto „Konsequent einfach!“ gestellt haben. Dabei ist unser Wunsch, alle Strukturen und Arbeitsabläufe auf den Prüfstand zu stellen, um diese effektiver und effizienter zu machen. Und es geht auch darum, unnötige Komplexitäten zu vermeiden. Denn wir wollen unsere Kapazitäten auf das konzentrieren, was wirklich wichtig ist: Mehr Zeit für unsere Kunden, mehr Zeit für wichtige Gespräche zwischen Führungskräften und ihren Teams und mehr Zeit für neue Projekte. Komplizierte Abläufe, unnötige Doppelarbeiten oder zu viel Abstimmungs- und Verwaltungsaufwand behindern dieses Ziel. Und genau deshalb haben wir uns fest vorgenommen, diese Abläufe künftig so weit es geht, in „konsequent einfache“ Bahnen zu lenken.

Veränderungsbereitschaft ist hier gefordert, denn eine Organisation ist nur so gut wie ihre Fähigkeit, sich an die ständig wechselnden Bedingungen anzupassen. Dazu ist es aber auch zwingend erforderlich, dass wir unsere dezentralen Strukturen nachhaltig stärken, ohne dabei Synergiepotenziale aus dem Auge zu verlieren. Letztendlich folgen wir dem Prinzip: „So viel Dezentralität wie möglich, so viel Zentralität wie nötig“.

Gestatten Sie mir abschließend noch ein paar Anmerkungen zur Flexibilisierung der Ladenöffnungszeiten. Wir in der DOUGLAS-Gruppe begrüßen diese Freigabe ausdrücklich. Jeder Händler kann jetzt endlich selbst entscheiden, wie lange er seinen Laden öffnet. Die ersten Erfahrungen mit den neuen Öffnungszeiten sind jedoch leider eher enttäuschend. Selbst im umsatzstarken Dezember konnten die Erwartungen des Handels an die Öffnungszeiten nach 20:00 Uhr – bis auf wenige Ausnahmen – nicht erfüllt werden. Relativ gesehen waren die Umsätze nach 20:00 Uhr wie erwartet am Freitag und Samstag am besten.

Für das laufende Jahr wird sich noch zeigen müssen, welche Öff-

nungszeiten an welchen Wochentagen sinnvoll sind. Wünschenswert wäre jedoch, wenn es in den verschiedenen Städten an den einzelnen Tagen einheitliche Öffnungszeiten gäbe, die für die Kunden wirklich verlässlich sind. So können wir uns gut vorstellen, dass die Geschäfte in den Top-Ein-

kaufslagen in deutschen Metropolen Freitags und Samstags beispielsweise bis 21:00 Uhr geöffnet haben. Letztendlich entscheidet aber der Kunde mit seinem Portemonnaie, wo er wann einkaufen möchte. Wir hoffen natürlich, dass die Kunden dies auch im kommenden Ostergeschäft wieder

zahlreich in den Fachgeschäften der DOUGLAS-Gruppe tun werden.

Nun wünsche ich Ihnen – auch im Namen meiner Vorstandskollegen – ein erfolgreiches, fröhliches und gesundes Jahr 2007.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.