



**Wolfgang Werner**  
Vorstandsvorsitzender der  
Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte Holding AG  
auf der Hauptversammlung 2007 in Saarbrücken  
(Auszug)

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

dies ist nun schon die zweite Hauptversammlung nach dem Börsengang, aber die erste, in der wir auf ein volles Geschäftsjahr der Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte Holding AG zurückblicken können. Wir sind in Deutschland, dem größten Do-it-yourself-Markt Europas, hervorragend aufgestellt. Aber wir sind wegen unseres wachsenden Engagements im Ausland auch nicht allein vom deutschen Markt abhängig.

Ich will im Folgenden nur die wichtigsten Kennzahlen vortragen, sie interpretieren und einordnen in ein Marktgeschehen, das nichts an Spannung und Dynamik verloren hat. Und ich will wie 2006 den Fragen nachgehen: Wo stehen wir? Wofür stehen wir? Und wohin wollen wir?

## **Geschäftsjahr 2006 mit Erfolg abgeschlossen**

Das Geschäftsjahr 2006 haben wir mit Erfolg abgeschlossen. Wir haben den Netto-Konzernumsatz um 4,2%

auf nahezu 3,2 Mrd. Euro erhöht. Das operative Ergebnis, also das EBITA, ist um 5,0% auf 111,1 Mio. Euro gestiegen. Da wir auch den EVA weiter verbessern konnten, sind alle Ziele erreicht worden, die wir uns zu Beginn des Jahres gesetzt hatten.

---

---

**Wir haben den  
Netto-Konzernumsatz  
um 4,2% auf nahezu  
3,2 Mrd. Euro erhöht.**

---

---

Dabei ist zu berücksichtigen, dass wir im Zusammenhang mit dem Umbau der sechs Easy-to-Shop-Pilotmärkte und der Akquisition von Max Bahr Aufwendungen von insgesamt 7,5 Mio. Euro zu verkräften hatten, die aus unserer Sicht einmaliger Natur waren. Bereinigt man das Ergebnis um diese Position, dann erreichen wir ein EBITA von 118,6 Mio. Euro. Das ist mehr als in jedem anderen Jahr der 28jährigen Unternehmensgeschichte.

## **Deutschland: Besser als Branchendurchschnitt**

Auf dem hart umkämpften deutschen Markt konnte Praktiker seine Marktstellung erneut stärken. Die hier erzielten Umsatzerlöse in Höhe von 2,28 Mrd. Euro lagen um 0,8% über Vorjahr. Flächenbereinigt – und das ist die für die wirtschaftliche Betrachtung wichtigere Zahl – haben wir um 2,5% zugelegt. Zum Vergleich: Laut BHB ist der Branchenumsatz in Deutschland 2006 flächenbereinigt um 1,6% zurückgegangen.

2006 sind wir bei der Flächenproduktivität erstmals jenseits der Marke von 1.500 Euro gelandet. Wir haben uns damit vom Branchendurchschnitt deutlich abgesetzt. Noch wichtiger ist, dass die höhere Flächenproduktivität auch zu einer höheren operativen Umsatzrendite geführt hat. Vor Einmalaufwendungen lag die EBITA-Marge 2006 bei 2,9% und damit 10 Basispunkte höher als im Jahr zuvor.

## **International: Starkes Wachstum**

Im Ausland verfolgen wir seit Jahren eine Strategie des kontinuierlichen Wachstums. Diese Ausrichtung ist schlüssig, zukunftsicher und ertragreich. Das letzte Geschäftsjahr hat es erneut gezeigt. Wir befinden uns – insbesondere in Osteuropa – in einer lang anhaltenden, profitablen Wachstumsperiode. So erwirtschaftete die Praktiker Gruppe 2006 im Ausland rund 28% der Umsatzerlöse, aber nahezu die Hälfte des Gewinns. Die wesentlichen Eckdaten dazu:

### **Im Ausland verfolgen wir seit Jahren eine Strategie des kontinuierlichen Wachstums.**

- ▷ Wir haben den Auslandsumsatz um 14,4% auf über 880 Mio. Euro gesteigert. Flächenbereinigt lag das Plus bei beachtlichen 6,2%.
- ▷ Wir haben das EBITA um gut 24% auf 52,6 Mio. Euro verbessert, wobei dazu alle Landesgesellschaften einen positiven Beitrag leisteten.
- ▷ Wir haben insgesamt 54 Mio. Euro investiert und 8 neue Standorte mit Schwerpunkt in Rumänien und Bulgarien eröffnet.
- ▷ Wir haben die Vorbereitungen für den Markteintritt in der Ukraine nach einigen politisch und baurechtlich bedingten Verzögerungen abgeschlossen.

### **Wertsteigerung für unsere Aktionäre erzielt**

Wachstum – das ist auch ein gutes Stichwort für die Würdigung des Aktienkurses im letzten Jahr. Am Ende des Jahres 2006 betrug unsere Marktkapitalisierung an der Börse rund 1,6 Mrd. Euro. Bei Börseneinführung im November 2005 wurde Praktiker mit rund 800 Mio. Euro bewertet. Die Aktie war damit einer der Spitzen-Performer und entwickelte sich deutlich besser als der MDAX, von direkten Wettbewerbern ganz abgesehen.

Unsere Aktionäre sollen auch 2006 wieder angemessen am Unternehmenserfolg teilhaben. Deshalb schlagen wir der Hauptversammlung – wie im vergangenen Jahr – eine Dividende von 0,45 Euro pro Aktie vor.

Beim Börsengang hatten wir in Aussicht gestellt, dass die Ausschüttung sich in einem Korridor von 30 bis 40 Prozent des ausgewiesenen Jahresüberschusses bewegen würde. Allerdings gilt es immer wieder, eine Balance zwischen Ihren Erwartungen, der Wachstumsausrichtung, den damit verbundenen Finanzierungsnotwendigkeiten und der Verschuldungssituation zu finden.

Auf unserer Bilanzpressekonferenz im April hatte ich davon gesprochen, dass das Jahr 2007 ein Jahr der Investitionen und des Aufbruchs sein wird. Und dass wir als Praktiker-Konzern im Ausland das Expansionstempo forcieren und im Inland die Nummer eins im Markt werden wollen.

Der Anspruch, deutscher Marktführer zu werden, hat in der Öffentlichkeit große Aufmerksamkeit erregt. Primus zu sein, ist ein Ziel, das zu besonderen Anstrengungen motiviert. Ich will Ihnen gern erläutern, woraus ich diesen Anspruch ableite.

### **Max Bahr stärkt Marktposition**

Lassen Sie mich mit Max Bahr beginnen. Die Akquisition verschafft dem Praktiker-Konzern eine Position im deutschen Markt, die so kein anderer Wettbewerber hat. Wir können

eine Zwei-Marken-Strategie fahren und die Kunden an beiden Enden der Nachfrageskala ansprechen. Mit dem Markenprofil Praktiker sprechen wir die Preisbewussten, die Schnäppchenjäger an, die bevorzugt günstig und schnell einkaufen wollen. Die anspruchsvollen Kunden, die für mehr Auswahl, Service und Beratung auch bereit sind, ein paar Euro mehr zu bezahlen, sprechen wir durch die Premium-Marke Max Bahr an.

Die Akquisition von Max Bahr war eine Investition in die Zukunft der

Praktiker Gruppe. Unsere Marktposition in Deutschland ist operativ und strategisch gestärkt worden. Wir haben damit die Chance, den Marktführer in Deutschland, von dem uns nur 100 Mio. Euro Jahresumsatz trennen, anzugreifen. Unsere Präsenz in der Fläche ist jetzt schon größer. Und wir können diesen Angriff auch noch äußerst profitabel gestalten. Wir erwarten, dass wir bereits im ersten Jahr der Konsolidierung inklusive Konzernsynergien einen operativen Ergebnisbeitrag von insgesamt rund 40 Mio. Euro einfahren können.

### **Easy-to-Shop kommt beim Kunden an**

Lange vor der Übernahme von Max Bahr hatten wir bereits unser Easy-to-Shop-Konzept entwickelt. Die ersten Erfahrungen zeigen, dass das neue Konzept bei unseren Kunden ankommt. In den Pilotmärkten, die seit August letzten Jahres in Betrieb sind und die wir seitdem intensiv beobachten, kaufen mehr Kunden ein als zuvor. Und sie geben auch mehr Geld aus.

Aufgrund der Erfahrungen aus den Pilotmärkten rechnen wir damit, dass wir unsere Ziele verwirklichen können. Sie lauten unverändert:

10% mehr Umsatz und eine deutliche Verbesserung des EBITA binnen zwei Jahren. Das würde gleichzeitig bedeuten, dass wir über eine höhere Flächenproduktivität und die Verringerung der Kapitalbindung die Rendite steigern und unsere Kapitalkosten verdienen können.

Wir haben den Baumarkt nicht neu erfunden, aber ein gutes Stück attraktiver und profitabler gemacht. Easy-to-Shop ist eine Innovation, die nicht nur dem Kunden, sondern auch Praktiker nützt.

### **Von der Konsolidierung profitieren**

Easy-to-Shop profiliert unsere Marke Praktiker in Deutschland noch schärfer als zuvor. Sie gewinnt durch das neue Konzept an Stärke. Durch die Übernahme von Max Bahr er-

schließen wir neue Marktsegmente und Kundenschichten. Wir sind also in Deutschland bestens aufgestellt, um von einer weiteren Konsolidierung des Marktes zu profitieren.

Sie haben sicherlich gelesen, dass toom jetzt Marktkauf übernehmen wird. Die Wahrscheinlichkeit ist groß, dass wir in naher Zukunft weitere Übernahmen oder Zusammenschlüsse im deutschen Markt erleben. Wir beobachten diese Entwicklung aufmerksam. Wenn sich die Chance bietet, können wir jederzeit ein Wörtchen mitreden. Wir haben die finanziellen Möglichkeiten und das Know-how für weitere Übernahmen.

Weitere Konsolidierungsschritte würden wir begrüßen, selbst wenn wir dabei keine aktive Rolle spielen. Denn mit der Konsolidierung der Baumarktbranche steigt auch die Wahrscheinlichkeit, dass die vorhandenen Überkapazitäten abgebaut werden und über Effizienzgewinne die Margen auskömmlicher werden.

In Deutschland können wir hohes Wachstum nur erreichen, wenn wir andere Wettbewerber verdrängen. Im Ausland, vor allem in Osteuropa, ist das ganz anders. Dort können wir entweder an einem anhaltend starken Marktwachstum partizipieren oder – wie sich beispielsweise in Rumänien zeigt – als Pionier maßgeblich dazu beitragen, dass ein solcher Markt erst entsteht.

Um das Potential, das uns der internationale Markt bietet, zu heben, haben wir beschlossen, die Expansion im Ausland zu beschleunigen. In diesem Jahr wollen wir international insgesamt 15 bis 20 neue Standorte eröffnen, darunter auch den ersten in der Ukraine.

Strategische Absichten und Ziele sind gut und schön. Aber sie müssen sich an der aktuellen Ergebnisentwicklung messen lassen. Eine Strategie ist schließlich nur dann gut, wenn sie gute Ergebnisse bringt und zur Wertsteigerung des Unternehmens beiträgt. Deshalb möchte ich kurz auf

die aktuelle Entwicklung des laufenden Geschäftsjahres eingehen und die Aussichten für 2007 skizzieren.

Die Belastung durch die Mehrwertsteuer-Erhöhung haben wir in Deutschland im ersten Quartal zu spüren bekommen. Die Umsätze sind gegenüber dem Vorjahr – ohne Max Bahr – nominal um 1,6% zurückgegangen. Da wir zunächst darauf verzichtet hatten, die Steuererhöhung über den Preis weiterzugeben, ging im Inland außerdem die Marge zurück. Wir schätzen, dass wir aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung fast 10 Mio. Euro Ertragseinbußen hatten. Hinzu kamen temporäre Ergebnisbelastungen aus der Umstellung der Easy-to-Shop-Filialen und Rückstellungen für die einmaligen Integrationsaufwendungen bei Max Bahr.

Max Bahr hat in nur 2 Monaten knapp 120 Mio. Euro zum Konzernumsatz des 1. Quartals 2007 in Höhe von insgesamt 877,5 Mio. Euro beigetragen. Das war deutlich über Budget – und lässt noch einiges erwarten für dieses Jahr.

Im Segment International sind wir besser als je zuvor ins neue Jahr gestartet. Insbesondere in Osteuropa ist Praktiker ungemein dynamisch gewachsen. So erhöhten sich die Umsatzerlöse in den ersten drei Monaten gegenüber dem 1. Quartal des Vorjahres um 31%. Selbst auf vergleichbarer Fläche konnten wir beim Umsatz 19,3% zulegen. Dieses Wachstum bestätigt eindrucksvoll Strategie und Ausrichtung unserer Internationalisierung.

Alles in allem hat sich der Praktiker Konzern in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres gut entwickelt. Dies zeigt sich insbesondere beim Umsatz. Dass sich auch das operative Ergebnis verbessert hat, ist noch hinter einigen Sonderbelastungen verborgen geblieben.

## 2007 erfolgreich gestalten

2007 ist für Praktiker nicht nur ein Jahr des strukturellen Umbruchs we-

gen der anstehenden Integration von Max Bahr. 2007 ist auch ein Jahr hoher Investitionen in zukünftiges Wachstum. Das betrifft sowohl die Ausgaben für die flächendeckende Einführung des Easy-to-Shop-Konzepts, als auch die beschleunigte Expansion im Ausland.

Bei all dem gilt es natürlich, eine Balance zu finden zwischen mittelfristiger Ausrichtung und kurzfristiger Gewinnerzielung. Unser Erfolg wird letzten Endes am Ergebnis gemessen, nicht an Visionen. Deshalb haben wir unsere Planungen so ausgerichtet, dass wir trotz hoher Investitionen in die Zukunft auch 2007 unser operatives Ergebnis weiter steigern können. Wir sind zuversichtlich, dass wir am Ende dieses Geschäftsjahres einen Konzernumsatz von mehr als 4 Mrd. Euro ausweisen können, davon 3 Mrd. Euro in Deutschland und erstmals über 1 Mrd. Euro im Ausland. Zu diesem Konzernumsatz wird unsere neue Marke Max Bahr in den elf Monaten, in denen sie zu uns gehört, rund 700 Mio. Euro beitragen. Natürlich wollen wir auch das operative Ergebnis weiter verbessern und ein EBITA von mindestens 115 Mio. Euro erreichen.

Der Vollständigkeit halber füge ich hinzu: Es gibt in dieser Zielsetzung einen Unsicherheitsfaktor. Das Bundeskartellamt hat uns aufgetragen, vier Standorte zu veräußern. Der Verkaufsprozess ist im Gange, die Verhandlungen mit Interessenten laufen mit professioneller Unterstützung. Wir können zum jetzigen Zeitpunkt aber nicht abschätzen, welche Ergebniseffekte diese Veräußerungen haben werden. Deshalb sind diese in unserer Prognose auch nicht berücksichtigt.

Unser Ziel ist es, am Ende des Jahres wieder sagen zu können: Wir haben den Unternehmenswert weiter gesteigert. Wir sind fest entschlossen, die Erfolgsgeschichte der Praktiker Gruppe fortzuschreiben.

