



**Dr. Henning Kreke**  
 Vorsitzender des Vorstandes  
 der DOUGLAS HOLDING AG  
 in der Hauptversammlung am 12. März 2008

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.

Das Geschäftsjahr 2006/2007 war für die DOUGLAS-Gruppe ein erfolgreiches Jahr. Wir haben unseren wertorientierten Wachstumskurs konsequent fortgesetzt. Dabei überschritt der Konzernumsatz mit einem Zu-

wachs von 12 Prozent erstmals die 3-Milliarden-Euro-Marke. Das Ergebnis vor Steuern legte ebenfalls deutlich zu und stieg auf 143 Millionen Euro.

**Erfolgreiches Geschäftsjahr 2006/07**

- ▶ Wertorientierten Wachstumskurs fortgesetzt
- ▶ Umsatz übersteigt erstmalig 3 Milliarden Euro
- ▶ Ergebnis vor Steuern auf 143 Millionen Euro gesteigert
- ▶ Umsatzziel erreicht, Ergebnisziel leicht übertroffen



Zur Erinnerung – wir hatten uns für das abgelaufene Geschäftsjahr ein Umsatzwachstum von 10 bis 12 Prozent und ein Ergebnis vor Steuern zwischen 139 und 142 Millionen Euro vorgenommen. Diese Ziele haben wir beim Umsatz erreicht und beim Ergebnis vor Steuern sogar leicht übertroffen. Und mit unserer EBT-Marge – früher auch Umsatzrendite genannt – von 4,8 Prozent gehören wir nach wie vor zu den Besten im deutschen Handel.

Das Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Abschreibungen – also

das EBITDA des DOUGLAS-Konzerns – stieg im Berichtsjahr auf 266 Millionen Euro nach 243 Millionen Euro im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Die EBITDA-Marge – also das Verhältnis von EBITDA zum Umsatz – lag bei 8,9 Prozent nach 9,1 Prozent im Vorjahr. Dieser leichte Rückgang ist auf das überproportionale Wachstum unserer Buchsparte zurückzuführen, die – branchenbedingt – eine etwas geringere EBITDA-Marge verdient als der Durchschnitt der DOUGLAS-Gruppe.

**Erfolgreiches Geschäftsjahr 2006/07**

in Mio. €	QJ 2006/07	QJ 2005/06	Veränderung
Umsatz	3.060,0	2.690,0	12,0%
EBT	143,1	129,4	10,6%
EBT-Marge	4,8 %	4,8 %	-
EBITDA	266,0	242,9	9,5%
EBITDA-Marge	8,9 %	9,1 %	-
DVA	37,4	31,3	19,5%
ROCE - Return on capital employed	9,2 %	9,1 %	-

Neben der ordentlichen Umsatz- und Ertragsentwicklung ist besonders erfreulich, dass wir auch unsere Wertschöpfung – also unseren DOUGLAS Value Added oder DVA – weiter stei-

gern konnten. Das DVA-Konzept beruht darauf, dass die DOUGLAS-Gruppe mit ihren Tochtergesellschaften nur dann Wert schafft, wenn sie – auf das gebundene Geschäftsvermögen – mindestens die Kapitalkosten in Höhe von 6,5 Prozent nach Steuern verdient.

Im Geschäftsjahr 2006/2007 lag die Rendite auf das gebundene Geschäftsvermögen – also der return on capital employed oder ROCE – bei 9,2 Prozent nach Steuern. Gleichzeitig haben wir den DVA um gut 6 Millionen Euro auf über 37 Millionen Euro erhöht. Das ist der höchste Wert seit Einführung des DVA-Konzepts im Jahr 2001. Getragen wurde diese gute Entwicklung insbesondere durch unsere Douglas-Parfümerien, während unser Modebereich seine Kapitalkosten leider nicht ganz verdient hat. Dies ist im Wesentlichen auf den erneuten operativen Verlust von Pohland zurückzuführen.

Gestatten Sie mir daher an dieser Stelle ein paar Erläuterungen zu Pohland. Vor einem Jahr hatte ich Ihnen mitgeteilt, dass wir bei Pohland ein umfassendes Restrukturierungsprogramm eingeleitet hätten. Ziel dieser Maßnahme war es, Wege aufzuzeigen, wie Pohland neben der Erfüllung unserer Lifestyle-Kriterien – also Top-Service, Top-Qualität und Top-Ambiente – auch seine Kapitalkosten nachhaltig verdienen könnte. Leider war dies – auch mittelfristig betrachtet – nicht möglich. Daher haben wir uns dann entschieden, Pohland im September letzten Jahres an die Aurelius AG zu veräußern. Das war zwar schade, aber richtig – wengleich mir der Verkauf doch ein wenig unter die Haut gegangen ist.

Noch mehr berührt hat mich allerdings der Verkauf unserer vier hochwertigen René Kern-Juweliergeschäfte im Juli letzten Jahres. Bei René Kern hatten wir nämlich in den letzten Jahren regelmäßig ein positives Ergebnis verdient – aber eben leider nicht unsere Kapitalkosten. Dies war in erster Linie auf die immens hohe Kapitalbindung auf das Warenlager zurückzuführen. Da sich auf ab-

sehbarer Zeit keine Möglichkeit für einen nachhaltigen Abbau dieses viel zu hohen Warenlagers abzeichnete, haben wir uns dann schweren Herzens für den Verkauf von René Kern entschieden. Dabei fiel die Wahl übrigens auf das Familienunternehmen Bucherer, auch, weil dort eine ähnliche unternehmerische Kultur vorherrscht wie in der DOUGLAS-Gruppe und weil uns versichert wurde, dass alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter übernommen werden.

Mit dem Verkauf von Pohland und René Kern haben wir unsere Portfoliobereinigung nunmehr abgeschlossen. Wir sehen in unserem aktuellen Beteiligungsportfolio jetzt ausreichend Potenzial, um unsere Ertragskraft nachhaltig zu stärken.

#### Geschäftsjahr 2006/07 – Solide Finanzlage

in Mio €	GJ 2006/07	GJ 2005/06	Veränderung
Bilanzsumme	1.728,1	1.594,3	8,4%
Langfristige Vermögenswerte	734,9	636,4	15,5%
Kurzfristige Vermögenswerte	993,2	957,9	3,7%
Working Capital	400,0	381,4	4,9%
Eigenkapital	639,2	591,0	8,2%
Langfristiges Fremdkapital	294,0	279,2	5,3%
Kurzfristiges Fremdkapital	794,9	725,1	9,0%

Dass unsere Unternehmensgruppe schon heute kerngesund ist, zeigt der Blick auf einige bilanzielle Eckdaten zum abgelaufenen Geschäftsjahr.

Die Bilanzsumme des DOUGLAS-Konzerns erhöhte sich zum 30. September um 8,4 Prozent auf über 1,7 Milliarden Euro.

Auf der Aktivseite stiegen die langfristigen Vermögenswerte um fast 100 Millionen Euro auf rund 735 Millionen Euro. Hier wirkten sich sowohl das deutlich gestiegene Investitionsvolumen in neue Fachgeschäfte als auch die Akquisitionen der Baltic Cosmetic Holding im Baltikum und der Buchhandelsgruppe Buch & Kunst in Dresden aus.

Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen um 35 Millionen Euro auf 993 Millionen Euro. Dabei stieg das Vorratsvermögen – als größte Position – wachstumsbedingt um knapp 10 Prozent auf rund 600 Millionen Euro.

Auf der Passivseite stieg das Eigenkapital im Vergleich zum Vorjahresstichtag um fast 50 Millionen Euro auf knapp 640 Millionen Euro. Die Eigenkapitalquote der DOUGLAS-Gruppe lag mit soliden 37 Prozent auf dem Niveau des Vorjahres.

Gleichzeitig stieg das langfristige Fremdkapital um rund 16 Millionen Euro auf 294 Millionen Euro, während sich das kurzfristige Fremdkapital um knapp 70 Millionen Euro auf 795 Millionen Euro erhöhte.

Aufgrund unseres schnellen Wachstums hat sich auch unser Investitionsvolumen kräftig erhöht und belief sich im vergangenen Geschäftsjahr auf 156 Millionen Euro nach 141 Millionen Euro im Vorjahr. Spartenübergreifend haben wir 104 Fachgeschäfte neu eröffnet. Der Löwenanteil entfiel mit 56 Neueröffnungen auf unsere Douglas-Parfümerien. Aber auch im Buchbereich mit 21 neuen Thalia-Buchhandlungen und im Süßwarenereich mit 19 neuen Hussel-Confiseries wurde kräftig investiert. Durch Akquisitionen kamen weitere 251 Fachgeschäfte hinzu. Per September 2007 umfasste unser Filialnetz somit insgesamt 1.840 Standorte mit 530.000 Quadratmetern Verkaufsfläche im In- und Ausland, nach 1.549 Standorten mit 460.000 Quadratmetern Verkaufsfläche im Vorjahr.

#### Geschäftsjahr 2006/07 – Dividende

▶ Dividendenvorschlag:	1,10 Euro pro Aktie
▶ Ausschüttungsquote:	49 Prozent
▶ Ausschüttung:	43,2 Mio €

Sie sehen, Ihr Unternehmen ist recht ordentlich gewachsen. Und an dieser guten Entwicklung der DOUGLAS-Gruppe möchten wir natürlich auch Sie, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, gerne beteiligen. Deshalb schlagen Aufsichtsrat und Vorstand der heutigen Hauptversammlung vor, für das Geschäftsjahr 2006/2007 eine Dividende von 1,10 Euro je dividendenberechtigter Stück-

aktie auszuschütten. Das entspricht einer Ausschüttungsquote von etwa 49 Prozent des Konzern-Jahresüberschusses und ist somit einmal mehr Beweis für unsere – seit vielen Jahren verfolgte – aktionärsfreundliche Dividendenpolitik. Insgesamt soll auf ein dividendenberechtigtes Kapital von 117,7 Millionen Euro eine Ausschüttung von 43,2 Millionen Euro erfolgen.

Nun ein paar Anmerkungen zur DOUGLAS-Aktie, die im Mai letzten Jahres mit 50,20 Euro ihren bisherigen historischen Höchstkurs erreichte. Leider hat kurz danach auch unsere Aktie – im Trubel der weltweiten Subprime-Krise in den USA – einen nicht unerheblichen Dämpfer erhalten. Hinzu kam, dass sich für viele deutsche Handelswerte die hohen Erwartungen der Investoren an eine deutliche Belebung des deutschen Konsumklimas nicht wirklich erfüllt haben. Alles in allem konnten wir uns dennoch in den letzten Wochen innerhalb der Gruppe der börsennotierten Handelsunternehmen recht gut behaupten.

Auch das Interesse der Investmenthäuser an der DOUGLAS-Gruppe ist nach wie vor groß. Zahlreiche Analysten – insbesondere aus Deutschland, Großbritannien und den USA – veröffentlichen regelmäßig Studien zur aktuellen Entwicklung der DOUGLAS-Gruppe. Diese fallen erfreulicherweise mehrheitlich positiv aus. Aktuell empfehlen 18 Analysten die DOUGLAS-Aktie zum Kauf, 6 stufen sie auf „Halten“ und lediglich 3 sprechen eine Verkaufsempfehlung aus. Wir werten dies als grundsätzliche Zustimmung der Kapitalmärkte zu unserer Strategie.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

„Handel mit Herz und Verstand“ ist seit jeher das Motto der DOUGLAS-Gruppe. Der Verstand, also die rationale Seite unseres Mottos, steht in diesem Zusammenhang für unsere Ertragsorientierung und unser Bestreben, unsere Unternehmensgruppe nachhaltig erfolgreich weiterzuentwickeln. Mindestens genauso wichtig – nein, viel wichtiger – ist aber die

emotionale Seite unseres Mottos; nämlich das Herz.

Und genau diese Seite verkörpern unsere 24.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie geben unserem Unternehmen ein Gesicht. Ein Gesicht, das geprägt ist von Fröhlichkeit, Begeisterung und Servicebereitschaft. An jedem Tag, in jedem Geschäft, in mittlerweile 23 Ländern sorgen sie dafür, dass sich unsere Kunden für die Fachgeschäfte der DOUGLAS-Gruppe begeistern. Für dieses wirklich große Engagement möchte ich mich – im Namen des gesamten Vorstandes und sicher auch in Ihrem Namen – ganz herzlich bedanken.

Mein ganz besonderer Dank gilt jedoch einer Dame, die ihr ganzes Berufsleben in den Dienst der Schönheit gestellt hat – Frau Elke Vahldiek. Im Oktober vergangenen Jahres feierte sie ihr 50-jähriges Dienstjubiläum. Über Generationen hat sie den Erfolg von DOUGLAS mitgeprägt und unser Motto „Handel mit Herz und Verstand“ mit Leben erfüllt.

Das außerordentliche Jubiläum von Frau Vahldiek haben wir jedenfalls gebührend mit ihr gefeiert. Und ihr neben zahlreichen Danksagungen und Geschenken auch eine Broschüre überreicht, in der ihre 50 Jahre im Dienste der Schönheit beschrieben sind – getreu dem Douglas-Motto: „Elke Vahldiek – macht das Leben schöner!“

Nach 50 Jahren gelebter DOUGLAS-Geschichte möchte ich Ihre Aufmerksamkeit nun auf eine weitere Zahl lenken, auf die wir schon ein wenig stolz sind: Mit über 530 jungen Damen und Herren war die Zahl der Berufsanfänger in Deutschland in unserer Unternehmensgruppe so hoch wie nie zuvor. Insgesamt befinden sich derzeit mehr als 1.400 Auszubildende in unseren Reihen. Ihr Anteil an der Gesamtzahl aller Beschäftigten in Deutschland beträgt fast 13 Prozent – ein im Branchenvergleich überdurchschnittlich hoher Wert. Und das zahlt sich für beide Seiten aus. Immerhin entscheiden sich gut 70 Prozent dieser jungen Menschen nach erfolgreich bestande-

ner Prüfung für eine Karriere innerhalb der DOUGLAS-Gruppe. Und viele ehemalige Auszubildende arbeiten heute in leitenden Funktionen innerhalb unserer Unternehmensgruppe. Bei den Gesprächen während meiner Filialbesuche bin ich immer wieder begeistert, mit wie viel Enthusiasmus diese jungen Menschen ins Berufsleben starten. An der Seite ihrer erfahrenen Kolleginnen und Kollegen lernen sie schnell das 1 x 1 des Fachhandels.

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



Die Douglas-Parfümerien haben ihre marktführende Position in Europa weiter ausgebaut. Mit einem Investitionsvolumen von 87 Millionen Euro wuchs das Filialnetz auf 1.062 Parfümerien. Europaweit wurden 56 neue Parfümerien eröffnet. Durch Akquisitionen kamen weitere 87 Standorte hinzu. Insgesamt erzielte Douglas im Geschäftsjahr 2006/ 2007 einen Umsatz von fast 1,7 Milliarden Euro. Das entspricht einem Zuwachs von 7,9 Prozent. In Deutschland steigerten die 441 Douglas-Parfümerien ihren Umsatz um 5,0 Prozent auf 881 Millionen Euro. Auch auf vergleichbarer Fläche erzielte Douglas in Deutschland ein Umsatzplus von 1,9 Prozent.

Noch besser entwickelten sich unsere 621 Douglas-Parfümerien im Ausland. Sie steigerten ihre Umsätze um 11,2 Prozent auf über 800 Millionen Euro. Die gute Entwicklung im Ausland zeigt einmal mehr, wie wichtig und richtig es war, dass wir unsere internationale Expansion weiter forciert haben. Die größten Zuwächse verzeichneten unsere Douglas-Parfümerien in Polen, Russland, den Niederlanden, Italien und Spanien. Im August vergangenen Jahres haben wir

darüber hinaus eine Mehrheitsbeteiligung an der in Lettland und Litauen marktführenden Parfümeriekette Baltic Cosmetic Holding erworben; mit insgesamt 75 Parfümerien.

Das EBITDA im Parfümeriebereich stieg im Berichtszeitraum auf über 196 Millionen Euro nach knapp 177 Millionen Euro im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Gleichzeitig konnte das Ergebnis vor Steuern um 10,8 Prozent auf rund 119 Millionen Euro gesteigert werden.

Auch im neuen Geschäftsjahr werden unsere Douglas-Parfümerien weiter in renditeorientiertes Wachstum investieren. Europaweit sind rund 80 Neueröffnungen geplant. Nachdem wir im Oktober 2007 im Zentrum von Madrid die 1000. Douglas-Parfümerie eröffnet haben, geht es nun Schlag auf Schlag weiter. Mitte Dezember hat Douglas eine erste Parfümerie in Rumänien eröffnet. Und in Bulgarien haben wir uns gerade im Rahmen eines Joint Ventures an drei Parfümerien beteiligt. Darüber hinaus wird der Markteintritt in den arabischen Raum vorbereitet. Mittlerweile ist unsere Parfümerie-Sparte in 23 Ländern präsent. Der Anteil der Auslandsgesellschaften am Gesamtumsatz aller Parfümerien beträgt bereits rund 50 Prozent. Tendenz: weiter steigend!

Aber auch in unserem Heimatmarkt Deutschland möchten wir weiter wachsen. Mit derzeit rund 440 Filialen kommen wir langsam unserem Ziel näher, eines Tages die Eröffnung unserer 500. deutschen Parfümerie feiern zu können. Aber das wird sicherlich noch einige Jahre dauern. Die Wachstumsdynamik für unsere Douglas-Parfümerien findet im europäischen Ausland statt.



Dynamisch gewachsen ist auch unsere Thalia-Gruppe, die mit Investitionen in Höhe von 36 Millionen Euro ihre führende Marktposition im deutschsprachigen Raum weiter gestärkt und ausgebaut hat. Das Filialnetz wuchs auf 267 Sortimentsbuchhandlungen. Davon wurden 21 Buchhäuser neu eröffnet; durch Akquisitionen kamen nochmals 78 Buchhandlungen neu hinzu.

Die Umsätze im Buchbereich stiegen um 26,3 Prozent auf fast 700 Millionen Euro. In Deutschland konnte ein Umsatzplus von rund 30 Prozent auf 532 Millionen Euro realisiert werden. Diese gute Entwicklung resultiert vor allem aus der Akquisition der Buch & Kunst-Gruppe mit 44 Filialen im Januar 2007 sowie dem Erwerb der 22 Grüttfien-Buchhandlungen im Oktober 2006. Aber auch auf vergleichbarer Fläche steigerten die inländischen Thalia-Filialen ihre Umsätze um 1,6 Prozent.

Die Buchhandlungen in Österreich und in der Schweiz erzielten Umsatzzuwächse von 15,0 Prozent auf knapp 164 Millionen Euro. Auch auf vergleichbarer Fläche konnte Thalia hier einen deutlichen Zuwachs in Höhe von 4,9 Prozent verbuchen. Mit 30 Buchhandlungen in Österreich und 22 in der Schweiz nimmt die Thalia-Gruppe jeweils eine marktführende Position ein.

Das EBITDA im Buchbereich stieg um 21,6 Prozent auf über 44 Millionen Euro. Das EBT erreichte 13,7 Millionen Euro und lag damit um 3 Prozent über dem Vorjahr – und das trotz des starken Wachstums, das im Handel bekanntermaßen zunächst Geld kostet.

Auch im laufenden Geschäftsjahr wird Thalia zügig weiter wachsen und die marktführende Position im deutschsprachigen Raum weiter ausbauen. Dazu sind insgesamt 17 Neueröffnungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz geplant. Aber auch Akquisitionen oder Beteiligungen an regional oder lokal führenden Sortimentsbuchhändlern stehen für die Thalia-Gruppe unverändert im Fokus. So plant Thalia – vorbehalt-

lich der Zustimmung durch das Bundeskartellamt – rückwirkend zum Januar 2008 die Übernahme der Buch Kaiser GmbH mit vier Buchhandlungen im Raum Karlsruhe und möchte damit seine Präsenz im Süd-Westen Deutschlands weiter stärken.



Auch unser Geschäftsbereich Schmuck hat sich erfreulich entwickelt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr steigerten Christ und René Kern die Umsätze um 2,6 Prozent auf knapp 305 Millionen Euro.

Christ erzielte in 199 Juweliergeschäften Umsätze in Höhe von rund 263 Millionen Euro. Das entspricht einer Steigerung um 6,0 Prozent. Hervorzuheben ist dabei die Umsatzsteigerung auf vergleichbarer Fläche, wo Christ mit einem Zuwachs von 4,2 Prozent die beste Entwicklung seit Jahren aufweisen konnte.

Mit diesen sehr ordentlichen Umsatz- und Ergebniszuwächsen konnte Christ seine gute Marktposition in Deutschland weiter ausbauen. Dazu wurden knapp 10 Millionen Euro in die Eröffnung von sieben neuen Juweliergeschäften und in die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes investiert.

Das EBITDA im Schmuckbereich belief sich auf knapp 33 Millionen Euro nach 19 Millionen Euro im Vorjahr. Dieser enorme Anstieg resultiert zum einen aus der guten Umsatzentwicklung bei Christ und zum anderen aber auch aus dem Verkauf der vier René Kern-Filialen an Bucherer. Die operative EBITDA-Marge von Christ verbesserte sich von 6,7 auf 7,6 Prozent. Das Ergebnis vor Steuern im Schmuckbereich stieg von 7,7 auf 22,8 Millionen Euro, wobei Christ sein EBT von 7,0 auf 11,3 Millionen Euro erhöhte.

Im Geschäftsbereich Schmuck konzentrieren wir uns nach dem Verkauf von René Kern jetzt darauf, die marktführende Position von Juwelier Christ in Deutschland weiter auszubauen. Die Marke Christ soll als beliebtestes Fachgeschäft für schicken Schmuck und schöne Uhren in der mittleren bis gehobenen Preislage fest etabliert werden. Dazu sind im laufenden Geschäftsjahr insgesamt sieben Neueröffnungen geplant. Zusätzlich sollen zahlreiche Geschäfte umgebaut und modernisiert werden. Eine weitere Wachstumsoption sind Übernahmen gut eingeführter lokaler Juweliergeschäfte – aber nur, wenn der Preis stimmt.



Im Geschäftsbereich Mode konnten Appelrath-Cüpper und Pohland ihre Umsätze im vergangenen Geschäftsjahr um insgesamt 12,9 Prozent auf über 215 Millionen Euro steigern.

Die 15 Modehäuser von Appelrath-Cüpper erzielten dabei mit Umsätzen von über 161 Millionen Euro ein Wachstum von 17,5 Prozent, während die Umsätze auf vergleichbarer Fläche um 5,0 Prozent stiegen. Um Appelrath-Cüpper ein – dringend notwendiges – zeitgemäßeres Image wiederzugeben, wurden beachtliche 12 Millionen Euro in die grundlegende Modernisierung von fünf Modehäusern investiert.

Trotz des realisierten Umsatzwachses verzeichnete Appelrath-Cüpper nur einen leichten EBITDA-Anstieg auf knapp 13 Millionen Euro; die EBITDA-Marge sank leicht auf 7,9 Prozent. Dies ist vor allem auf die branchenweit schwierige Sommersaison sowie auf die unerwartet hohen Anlaufkosten des Hauses in Berlin zurückzuführen. Auch das Ergebnis

vor Steuern von Appelrath-Cüpper war zwar rückläufig, mit über 4 Millionen Euro aber nach wie vor im positiven Bereich.

Bis vor wenigen Jahren zählte Appelrath-Cüpper zu den rentabelsten Tochtergesellschaften der DOUGLAS-Gruppe und war eine Perle in der deutschen Textilbranche. Der neue Mann an der Spitze – Frank Rheinboldt, der im Januar seinen Dienst bei Appelrath-Cüpper angetreten hat – soll das Unternehmen nun zu alter Stärke zurückführen. Dabei ist uns allen klar, dass dies nicht von heute auf morgen geschehen kann.

Im laufenden Geschäftsjahr soll nun zunächst die Modernisierung der bestehenden Appelrath-Cüpper-Modenhäuser abgeschlossen werden. Dann präsentieren sich alle 15 Modehäuser in einem ansprechenden, zeitgemäßen Ambiente. Eine große Herausforderung bleibt allerdings das neue Haus in allerbesten Lage in Berlin – dort wollen die Umsätze noch nicht so richtig anspringen! Hier ist die Mannschaft um Herrn Rheinboldt nun doppelt gefordert, Appelrath-Cüpper in Deutschlands Hauptstadt bekannter zu machen und die Berliner Kunden mit erstklassigem Service, guter Qualität und einem ansprechenden Ambiente für dieses neue Haus zu gewinnen. Alles in allem sind wir aber weiterhin davon überzeugt, dass Appelrath-Cüpper – trotz eines eher enttäuschenden Starts in das neue Geschäftsjahr – für eine erfolgreiche Zukunft gut aufgestellt ist und uns schon bald wieder Freude machen wird.



Besonders erfreulich entwickelte sich hingegen bereits im letzten Geschäftsjahr unser Süßwarenbereich. Hier haben unsere 295 Hussel-Confiseries erstmals die Umsatzhürde von

100 Millionen Euro übersprungen. Das entspricht einer Steigerung von stolzen 25,7 Prozent. Dieses starke Wachstum resultierte hauptsächlich aus der Akquisition von über 80 Susi-Filialen im November 2006. Aber auch auf vergleichbarer Fläche hat sich Hussel gut entwickelt und erzielte in Deutschland und Österreich insgesamt ein vergleichbares Umsatzplus von 1,1 Prozent.

Das EBITDA im Süßwarenbereich stieg um 53,2 Prozent auf über 7 Millionen Euro, während das Ergebnis vor Steuern von 2,6 Millionen Euro auf sehr ordentliche 4,5 Millionen Euro zulegte.

Auch im neuen Geschäftsjahr wird Hussel das Filialnetz weiter modernisieren und durch mehrere Neueröffnungen – sowohl in Deutschland als auch in Österreich – ausbauen. Die anspruchsvolle Mischung aus bewährter Confiserie-Tradition und kreativen Produktideen – wie beispielsweise die „Gute Laune Drops“ oder die „Trostchokolade“ – spricht sowohl junge als auch ältere Käufer-schichten an. So ist Hussel auf gutem Weg, seinen Stammpfad als Wiege der DOUGLAS-Gruppe auch für die Zukunft zu behaupten.

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

Die Zufriedenheit unserer Kunden ist unser wichtigstes Unternehmensziel. Daher haben wir uns auf die Fahnen geschrieben, unsere Kunden mit herausragendem Service, erstklassigen Sortimenten und einem ansprechenden, zeitgemäßen Ambiente jeden Tag aufs Neue von den Vorteilen der Fachgeschäfte der DOUGLAS-Gruppe zu überzeugen. Und das alles selbstverständlich zu fairen Preisen. So schaffen wir eine Einkaufsatmosphäre, in der sich unsere Kunden rundum wohlfühlen.

Das allerwichtigste bleibt in diesem Zusammenhang, dass wir die besten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für uns gewinnen und an uns binden. Denn nur mit den Besten können wir uns nachhaltig erfolgreich weiter-

entwickeln. Daher werden wir das Augenmerk künftig verstärkt auf vier Dinge legen:

- ▷ auf den Erhalt unserer Unternehmenskultur,
- ▷ auf die Aus- und Weiterbildung,
- ▷ auf unkomplizierte, dezentrale Entscheidungswege sowie
- ▷ auf eine angemessene und faire Bezahlung.

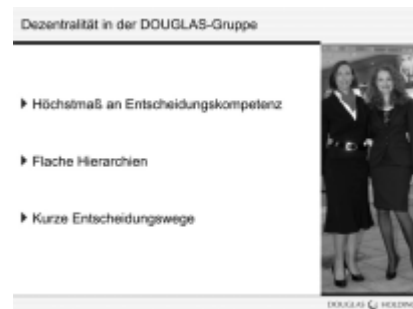
Nicht von ungefähr heißt unser Jahresmotto 2008 daher „Gemeinsam erfolgreich!“ Denn wir wollen den Teamgeist fördern und alle dazu bewegen, gemeinsam an einem Strang zu ziehen. Wir haben bereits im Januar im Rahmen unserer Gruppentagung unsere Führungskräfte motiviert, dieses Motto in alle Länder, Filialen und Abteilungen der DOUGLAS-Gruppe zu tragen und vor Ort umzusetzen. Und wir merken bereits, dass sich etwas in die richtige Richtung bewegt.



Ein weiterer wichtiger Baustein ist die Aus- und Weiterbildung. Hier wollen wir – auch weiterhin – eine überdurchschnittlich hohe Zahl an Auszubildenden einstellen. Vielleicht gelingt es uns ja sogar, die Rekordzahl von rund 530 neuen Ausbildungsplätzen aus dem Vorjahr nochmals zu übertreffen. Darüber hinaus haben wir – neben unseren üblichen Weiterbildungsmaßnahmen – vor kurzem die DOUGLAS HOLDING Academy ins Leben gerufen. Dort haben unsere Top-Führungskräfte die Möglichkeit, sich gezielt weiterzubilden und gleichzeitig ihre Erfahrungen gesellschaftsübergreifend auszutauschen.

Aber auch unsere Tochtergesellschaften sind gefordert, ihre Aktivitäten in Bezug auf Schulung und Weiterbildung zu verstärken. So gibt es

die Parfümerie-Douglas Academy, das Thalia-Förderprogramm und das so genannte PROMIS-Programm bei Christ. Summa summarum wollen wir verstärkt das Thema ‚lebenslanges Lernen‘ fördern. Auch das sollte uns helfen, uns für die Zukunft noch erfolgreicher aufzustellen.



Mit unserem langjährigen Motto „so viel Dezentralität wie möglich, so wenig Zentralität wie nötig“ wollen wir auch künftig dafür sorgen, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor Ort ein Höchstmaß an Entscheidungskompetenz haben. Denn nur so können sie die unterschiedlichsten Kundenwünsche zügig und unkompliziert erfüllen. Hier kommt uns auch unsere schlanke Organisationsstruktur mit ihren flachen Hierarchien entgegen. Und diese Organisationsstruktur – die ja eng mit der Unternehmenskultur verbunden ist – zu erhalten, ist gerade in einem schnell wachsenden Unternehmen wie der DOUGLAS-Gruppe eine große Herausforderung. Denn nur so können wir sicherstellen, dass wir nicht zu einem bürokratischen Großunternehmen werden, sondern eine familiengeprägte Unternehmensgruppe mit kurzen, unkomplizierten Entscheidungswegen bleiben.

Darüber hinaus wollen wir auch hinsichtlich der Bezahlung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Zeichen setzen. Wenn wir in unseren Reihen die Besten im Handel wollen, dann müssen wir sie auch entsprechend bezahlen. Deshalb streben wir mittelfristig an, unseren Beschäftigten im Durchschnitt Gehälter zu zahlen, die ein ordentliches Stück über Tarif liegen. Gerne auch noch etwas mehr, wenn im Gegenzug überdurchschnittliche Leistungen erbracht werden.



Dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bereits jetzt mit viel Herzblut bei der Sache sind, hat auch unsere interne Mitarbeiterbefragung gezeigt. Im Herbst vergangenen Jahres haben sich immerhin gut 40 Prozent an dieser Befragung beteiligt und die Chance genutzt, uns offen ihre Meinung zu sagen. Dabei konnten wir feststellen, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – neben einigen wichtigen Verbesserungsvorschlägen – stolz darauf sind, in einer erfolgreichen Unternehmensgruppe einen sicheren Arbeitsplatz zu haben und sich bei uns wohlfühlen. Dies zeigt sich auch durch unsere vielen langjährigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im letzten Geschäftsjahr konnten allein in Deutschland mehr als 5.000 Damen und Herren auf zehn oder mehr Dienstjahre bei der DOUGLAS-Gruppe zurückblicken. Das ist rund ein Drittel aller in Deutschland Beschäftigten. Auch darauf sind wir stolz! Denn gerade unsere langjährigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind es, die unsere Unternehmenskultur prägen und unsere Werte an unsere Nachwuchskräfte weitergeben.

Denn es sind unsere begeisterten und begeisterungsfähigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die uns auszeichnen und die DOUGLAS-Gruppe zu den besten Unternehmen im Handel gehören lassen. Darauf setzen wir auch in Zukunft, denn nur begeisterte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können auch unsere Kunden wirklich begeistern.

Doch auch die beste und engagierteste Mitarbeiterin wird unsere Kunden nur dann begeistern können, wenn sie am richtigen Ort eingesetzt wird. Deshalb ist die Auswahl der

richtigen Standorte in der jeweils besten Lage ein weiterer ganz wesentlicher Erfolgsfaktor für unsere Zukunft. Dabei müssen dann selbstverständlich auch die Konditionen und das Wachstumspotenzial stimmen. Ein nicht immer leichtes Unterfangen.

Darüber hinaus ist es für uns im Fachhandel ganz wichtig, unseren Kunden genau die Sortimente anzubieten, die exakt auf sie zugeschnitten sind. Unser Anspruch muss es daher immer bleiben, unseren Kunden stets die angesagtesten Produkte in guter Qualität und zu einem fairen Preis anzubieten.

**DOUGLAS-Erfolgsfaktoren**

- ▶ Begeisterte Teams
- ▶ Richtige Standorte in bester Lage
- ▶ Aktuelle Sortimente zu fairen Preisen



Und nur wenn uns dieser Dreiklang gelingt, also

- ▷ begeisterte Teams,
- ▷ attraktive Fachgeschäfte in erstklassigen Geschäftslagen und
- ▷ wirklich aktuelle Sortimente zu fairen Preisen,

dann – aber auch nur dann – wird uns der Kunde beim Kauf der schönen Dinge dieses Lebens auch zukünftig regelmäßig aufsuchen – und so zu einem wertvollen Stammkunden werden.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

wir alle wollen gerne unseren Teil dazu beitragen, die DOUGLAS-Gruppe nachhaltig für eine erfolgreiche Zukunft aufzustellen. Parallel dazu würden wir uns aber doch etwas mehr Unterstützung seitens der Politik wünschen. Durch die Mehrwert-

steuer-Erhöhung haben viele Unternehmen im deutschen Handel im Kalenderjahr 2007 die Vorjahresumsätze nicht ganz erreicht. Und auch bei uns hat diese größte Steuererhöhung in

**Ausblick**

- ▶ Start ins neue Geschäftsjahr zufriedenstellend
- ▶ Umsätze im ersten Quartal (1.10. – 31.12.2007) um 5,6% auf knapp 1,1 Mrd € gestiegen
- ▶ Konzernumsätze per Ende Februar um 6,2% über Vorjahr



der deutschen Geschichte – zumindest gemessen an der vergleichbaren Umsatzentwicklung – gewisse Bremspuren hinterlassen. Die negativen Effekte der Mehrwertsteuer-Erhöhung sollten nun verdaut sein. Jetzt wäre es an der Zeit, dass die Politik im Rahmen eines dringend erforderlichen Reformkurses dafür sorgt, dass die Verbraucher endlich wieder mehr Geld in die Tasche bekommen. Vor dem Hintergrund voller Staatskassen wären daher Steuer- und Abgabensenkungen jetzt genau der richtige Weg, das zarte Pflänzchen der konjunkturellen Erholung in Deutschland behutsam weiterzupflegen.

Wie auch immer – der Start in das neue Geschäftsjahr ist für die DOUGLAS-Gruppe insgesamt zufriedenstellend verlaufen. Obwohl das Weihnachtsgeschäft – gerade auch in Deutschland – die allgemeinen Umsatzerwartungen nicht ganz erfüllt hat, haben wir im ersten Quartal – also von Oktober bis Dezember – Umsätze in Höhe von knapp 1,1 Milliarden Euro erzielt. Dies entspricht einem Zuwachs von 5,6 Prozent. In Deutschland stiegen die Umsätze zwar nur um 1,4 Prozent, im Ausland dafür aber um beachtliche 15,0 Prozent. Portfoliobereinigt – also ohne

die Vorjahres-Umsätze von Pohland und René Kern – sind die Konzernumsätze im 1. Quartal sogar um 9,3 Prozent gestiegen. Auch auf vergleichbarer Fläche haben wir die Vorjahresumsätze um 1,6 Prozent übertroffen.

Insgesamt haben wir uns mit der ordentlichen Entwicklung im ersten Quartal eine solide Basis für den weiteren, positiven Verlauf des aktuellen Geschäftsjahres geschaffen. Und auch der Januar und der Februar verliefen recht ordentlich. Per Ende Februar liegen die Konzernumsätze um 6,2 Prozent über dem Vorjahr. Portfoliobereinigt entspricht dies einer Steigerung um 9,6 Prozent; auf vergleichbarer Fläche um 2,6 Prozent.

**Prognose Verlauf Geschäftsjahr 2007/08**

- ▶ Umsatzsteigerung (portfoliobereinigt): 7 – 9 %
- ▶ Umsatzsteigerung (gesamt): 4 – 6 %
- ▶ Ergebnis vor Steuern: rund 150 Mio €



Aufgrund dieser recht ordentlichen Entwicklung halten wir an unserer – im Januar veröffentlichten – Prognose für den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres 2007/2008 fest. Basierend auf dem aktuellen Beteiligungsportfolio – also bereinigt um Pohland und René Kern – erwarten wir eine Umsatzsteigerung von 7 bis 9 Prozent. In der Gesamtbetrachtung entspricht das einer Umsatzsteigerung von 4 bis 6 Prozent. Ferner gehen wir davon aus, unser Ergebnis vor Steuern auf rund 150 Millionen Euro zu steigern.

Nun wünsche ich uns allen, dass wir gemeinsam mit Optimismus und Freude ein gesundes und erfolgreiches Jahr 2008 erleben werden.

