



## **Halbjahresfinanzbericht und Quartalsbericht 2 / 2007** **Presse-Telefonkonferenz, Mittwoch, 25. Juli 2007, 10.00 Uhr**

---

### **Statement Wolfgang Werner, Vorstandsvorsitzender**

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen zur Telefonkonferenz aus Anlass der Berichterstattung über das zweite Quartal und damit auch das erste Halbjahr 2007. Bevor sich Herr Ghabel und ich Ihren Fragen stellen, will ich die wesentlichen Eckdaten des Berichtszeitraums vortragen und kurz erläutern. Ein Fazit aus dem, was ich zu berichten habe, möchte ich jedoch ganz an den Anfang stellen:

Angesichts der bisherigen Umsatzentwicklung, unserer Ertragsstruktur und des Umstands, dass wir den größeren Teil der für 2007 erwarteten Einmalbelastungen im ersten Halbjahr bereits verdaut haben, hebt das Management die Ergebniserwartung von bisher 115 Millionen Euro auf rund 125 Millionen Euro an. Beim Umsatz gehen wir weiterhin davon aus, die Vier-Milliarden-Euro-Grenze zu überschreiten.

Doch zunächst zu den Fakten aus den ersten sechs Monaten, die unsere modifizierte Jahresprognose begründen.

1. Der Konzernumsatz stieg im ersten Halbjahr um 24,8 Prozent auf etwas mehr als 2 Milliarden Euro. Dieser kräftige Umsatzschub, mit dem wir voll im Plan liegen, ging im Wesentlichen auf zwei Effekte zurück: auf die Akquisition von Max Bahr, die zum 1. Februar wirksam wurde, und auf das dynamische Wachstum in unseren Auslandsmärkten. Auf das zweite Quartal entfiel ein Umsatz von rund 1,13 Milliarden Euro – 26,9 Prozent mehr als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Akquisitions- und flächenbereinigt lag der Konzernumsatz im ersten Halbjahr mit 1,6 Prozent im Plus.

2. Das operative Ergebnis (EBITA) erreichte im ersten Halbjahr 49,1 Millionen Euro. Das waren 2,7 Millionen Euro oder 5,7 Prozent mehr als im gleichen Zeitraum des Vorjahrs. Dabei war die Verbesserung im zweiten Quartal stark genug, um den Rückstand aus dem ersten Quartal mehr als auszugleichen. Mit 69,0 Millionen Euro lag das operative Ergebnis in den Monaten April bis Juni um 10,7 Prozent über dem des vergleichbaren Vorjahresquartals. Und das trotz einer Reihe außergewöhnlicher Sondereffekte, die sich vor allem im Inland ergebnisbelastend ausgewirkt haben.
  
3. Diese Effekte, die ich Ihnen gleich im Einzelnen erläutern will, haben verdeckt, dass wir aus der Akquisition von Max Bahr schon handfeste Vorteile gezogen haben. So bewirkten die ersten Synergieeffekte, dass die Rohertragsmarge gesteigert werden konnte. Höhere Mengen und verbesserte Konditionen bei der Beschaffung führten schon kurzfristig zu günstigeren Einstandspreisen. Die durch die Akquisition von Max Bahr gewonnene Größe zahlte sich also unmittelbar aus – ich will darauf im weiteren Verlauf meines Vortrags noch einmal zurückkommen.

Soviel zu den wichtigsten Eckdaten. Betrachten wir nun die beiden Segmente unserer Finanzberichterstattung, nämlich das Inlands- und das Auslandsgeschäft.

## **Inland**

Im Segment Deutschland konnten wir im ersten Halbjahr einen Umsatz von 1,51 Milliarden Euro ausweisen – 24,2 Prozent mehr als im Vorjahr. Allein im zweiten Quartal stiegen die Umsatzerlöse um 28,0 Prozent auf 838,6 Millionen Euro. Damit ist der Inlandsumsatz des Praktiker Konzerns in eine neue Dimension gewachsen. Es wäre interessant zu erfahren, wo inzwischen die deutsche OBI Gruppe steht. Ich denke, wir sind auf der Überholspur gut unterwegs. In der Flächenpräsenz ist der Praktiker Konzern mit 343 Märkten heute bereits die Nummer Eins.

Ehrlicher Weise muss man sagen: Unser Umsatzplus geht ausschließlich auf die Marke Max Bahr zurück. Praktiker allein hat im Inland in den ersten sechs Monaten einen Umsatz erwirtschaftet, der mit 1,16 Milliarden Euro um 4,3 Prozent unter der sehr guten Vergleichszahl des Jahres 2006 lag. Würden wir diesen Vergleich auf der Basis der Brutto-Umsätze anstellen, wie dies der Branchenverband BHB tut, sähen die Zahlen zwar erheblich günstiger aus. Aber auch dann hätten wir den Vorjahresumsatz nicht erreicht.

Die Ursachen für diesen Rückgang, der überwiegend das zweite Quartal betraf, waren vielfältig. Zum einen war das Standortportfolio um drei Märkte kleiner als im Vorjahr. Zum anderen gab es spürbare, aber planmäßige Umsatzausfälle, die in der Umbauphase von bisher 33 Märkten auf das Easy-to-Shop-Konzept entstanden sind.

Hinzu kam, dass im zweiten Quartal das Angebot in den Praktiker-Märkten stärker als im WM-Jahr auf traditionelle DIY Kernsortimente fokussiert war. Der Verzicht auf attraktive, sortimentsfremde Schnäppchen wie z. B. Flachbildschirme oder Motorroller kostete in der ersten Jahreshälfte Umsätze in niedriger zweistelliger Millionenhöhe.

Lassen Sie mich an dieser Stelle einflechten, dass es noch aus einem anderen Grund schwer ist, aussagekräftige Vergleiche zu den jeweiligen Zahlen des Vorjahres zu ziehen. So hatten wir in Deutschland wetterbedingte Nachfrageverschiebungen, die im Vorjahr zu einem starken Umsatzrückgang im ersten und zu einem sehr kräftigen Umsatzanstieg im zweiten Quartal geführt hatten. 2007 war zwar das Wetter in den ersten drei Monaten besser, dafür fiel der Frühsommer buchstäblich ins Wasser. Was dies im zweiten Quartal an Umsatz gekostet haben mag, kann ich nicht abschätzen. Ich denke aber, dass die hochgesteckten Erwartungen der Branche an das zweite Quartal sich insgesamt nicht erfüllt haben. Und das gilt auch – jenseits aller Witterungseinflüsse – für den gesamten Einzelhandel.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Wegen zahlreicher Sondereffekte schlug die sehr erfreuliche Steigerung des Konzernumsatzes nicht in vollem Umfang auf das operative Ergebnis durch. Dieses blieb in Deutschland im ersten Halbjahr deutlich und im zweiten Quartal noch um 2,3 Millionen Euro hinter dem Vorjahreswert zurück. Doch gehen wir davon aus, dass diese Sondereffekte, die das operative Geschäft der ersten sechs Monate in Summe mit einem Betrag in zweistelliger Millionenhöhe belasteten, temporärer Natur waren.

Zu diesen Sondereffekten gehören die im ersten Halbjahr noch nicht vollständig weitergegebene Mehrwertsteuererhöhung, eine allgemeine Konsumzurückhaltung, die sich erst langsam aufzulösen beginnt, sowie weitere einmalige Aufwendungen für die Integration von Max Bahr, die vorübergehend auch zu einem kräftigen Anstieg der Verwaltungskosten im Konzern geführt haben.

Dazu gehören aber auch die Aufwendungen für die schon erwähnte Umrüstung der 33 Praktiker-Märkte auf das neue Easy-to-Shop-Konzept. Einerseits erfüllen die Easy-to-Shop-Märkte im laufenden Betrieb unsere Erwartungen. Andererseits gibt es während der Umstellung eben auch Kosten und vorübergehende Umsatzausfälle. In der zweiten Jahreshälfte sollten die ersten positiven Effekte der umgestellten Easy-to-Shop-Märkte aber schon spürbar werden.

Neben den Belastungen gibt es aber auch sehr Erfreuliches im deutschen Markt. So sind wir stolz auf den Umsatz- und den Ergebnisbeitrag von Max Bahr. Offenbar haben wir zum richtigen Zeitpunkt den richtigen Schritt getan. Max Bahr verhilft uns nicht nur zu einer optimalen Ausschöpfung des Kundenpotentials in diesem nach wie vor stark fragmentierten DIY-Markt. Die Akquisition verschafft uns mehr Größe, mehr Stärke und mehr Flexibilität im Wettbewerb. Was diese Faktoren Wert sind, haben wir in den letzten Monaten erlebt, in denen der Konjunkturmotor zumindest im Einzelhandel noch nicht rund lief. Und wir werden es noch deutlicher spüren, wenn der Konsolidierungsprozess in der deutschen Baumarktbranche noch weiter fortschreitet. Größe, Stärke und Flexibilität werden in Zukunft noch mehr darüber entscheiden, wer zu den Siegern und wer zu den Verlierern dieses Prozesses gehört.

## **Ausland**

Kommen wir zum Segment International, das sich wirklich sehen lassen kann: Die Dynamik des Wachstums, die schon das erste Quartal ausgezeichnet hatte, hat sich im zweiten Quartal ungebrochen fortgesetzt. Da lag der Umsatz mit 288,9 Millionen Euro um 24,0 Prozent über dem Vorjahr. Flächenbereinigt – also ohne zehn in der Zwischenzeit neu hinzugekommene Standorte – legte der Umsatz im zweiten Quartal um 12,6 Prozent zu. Dieses Wachstum stammt also sowohl aus der Erweiterung der verfügbaren Verkaufsfläche als auch aus einer verbesserten Flächenproduktivität der bestehenden Standorte. Betrachtet man das gesamte erste Halbjahr, so weist das Auslandsgeschäft einen Umsatz von 495,4 Millionen Euro aus. Das sind 26,8 Prozent mehr als im Vorjahr. Besonders hohe Wachstumsraten haben dabei unsere osteuropäischen Landesgesellschaften in Rumänien, Bulgarien und Polen geliefert.

Mehr als verdoppelt hat sich das EBITA des internationalen Geschäfts der Praktiker Gruppe: Es erreichte im ersten Halbjahr den Rekordwert von 25,7 Millionen Euro. Besser haben wir im Ausland noch nie abgeschnitten. Geschuldet war dieser Erfolg strukturell dem zweiten Quartal, in dem das EBITA bei 25,6 Millionen Euro lag. Das wiederum entspricht einer Steigerung um 9 Millionen Euro oder 54,3 Prozent gegenüber dem zweiten Quartal des Vorjahres. Bemerkenswert daran: Alle Länder, in denen Praktiker operativ tätig ist, konnten im zweiten Quartal einen positiven Ergebnisbeitrag leisten.

## **Zusammenfassung und Ausblick**

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

lassen Sie mich kurz zusammenfassen und zum Ausblick kommen:

Erstens: Praktiker hat im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres Umsatz und Ertrag steigern können. Wir erwarten, dass sich diese positive Entwicklung in der zweiten Jahreshälfte in allen Ländern, in denen die Praktiker Gruppe operiert, weiter fortsetzt und beschleunigt.

Zweitens: Wichtigster Wachstumstreiber ist und bleibt das Auslandsgeschäft. Die Dynamik, die es im ersten Quartal entwickelt hat, blieb auch im zweiten Quartal erhalten. Mit einer Fortsetzung dieses Trends rechnen wir auch in der zweiten Jahreshälfte. Beim Umsatz dürfte sich der Zuwachs sogar noch verstärken, da die Mehrzahl der für dieses Jahr geplanten 15 bis 20 Neueröffnungen noch bevorsteht. Allerdings wird sich dies nicht im gleichen Maße beim Ertrag niederschlagen, da neue Märkte gewisse Vorlaufkosten und in den ersten Monaten nach Eröffnung zusätzlich Anlaufverluste verursachen. Dennoch steuern wir auf ein Rekordjahr zu, was das Auslandsgeschäft betrifft.

Drittens: Im deutschen Markt erreichte der Umsatz aufgrund der Akquisition von Max Bahr eine neue Größenordnung, auch wenn das Geschäft der Marke Praktiker hinter dem Vorjahresniveau zurück blieb. Für die zweite Jahreshälfte erwarten wir eine weitere Verbesserung von Umsatz u n d Ertrag. Wir sind bestens aufgestellt, das Easy-to-Shop-Konzept bewährt sich in der Praxis, und vieles spricht dafür, dass der private Konsum nun dem ohnehin guten Konsumklima folgt. Von Max Bahr versprechen wir uns viel, die Integration der neuen Tochter schreitet zügig voran und beginnt sich nachhaltig zu rentieren: Über den operativen Ergebnisbeitrag hinaus können im laufenden Geschäftsjahr bereits Synergien von rund 20 Millionen Euro realisiert werden.

Das alles bringt uns dazu, unsere Prognose für das Geschäftsjahr 2007, wie schon eingangs erwähnt, leicht zu modifizieren. Unsere seriösen, eher zurückhaltenden Hochrechnungen haben uns in der Vergangenheit manche Kritik, aber noch mehr Vertrauen eingebracht. Mit der gleichen Seriosität kann ich Ihnen heute sagen: Wir erwarten weiterhin einen Jahresumsatz von rund vier Milliarden Euro. Wir glauben aber, dass wir unsere bisherige Ergebniserwartung von mindestens 115 Millionen Euro übertreffen können. Aus heutiger Sicht rechnen wir in diesem Geschäftsjahr daher mit einem EBITA von rund 125 Millionen Euro.

Der Vollständigkeit halber füge ich hinzu: In dieser Erwartung ist nicht berücksichtigt, welche einmaligen Ergebniseffekte der uns vom Bundeskartellamt auferlegte Verkauf von vier deutschen Standorten haben wird. In unserem Bericht zum ersten Halbjahr haben wir dazu angemerkt, dass die Ergebnisbelastung in niedriger zweistelliger

Millionenhöhe liegen kann. Wie Sie vielleicht wissen, wurde der Markt Adendorf bei Lüneburg inzwischen an einen Hagebau-Partner veräußert. Erst wenn auch Klarheit über die Zukunft der drei anderen Märkte in Cottbus, Schwerin und Rostock herrscht, lässt sich abschätzen, wie genau sich diese Transaktionen auf das Ergebnis in diesem oder im nächsten Jahr auswirken.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit und Ihre Geduld. Herr Ghabel und ich freuen uns nun auf Ihre Fragen.