



**Quartalsbericht 1/2008 der Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte Holding AG  
Presse-Telefonkonferenz, Mittwoch, 23. April 2008, 10.00 Uhr**

---

## Statement Wolfgang Werner, Vorstandsvorsitzender

Änderungen vorbehalten - es gilt das gesprochene Wort

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserer Telefonkonferenz anlässlich der Berichterstattung über das 1. Quartal 2008.

Vor drei Wochen erst sind wir uns in Frankfurt auf unserer Bilanzpressekonferenz begegnet. Dort hatte ich Ihnen nicht nur den Jahresabschluss 2007 erläutert, sondern auch ausführlich über unsere strategische Ausrichtung im In- und Ausland sowie über den Start ins neue Jahr und, soweit absehbar, den weiteren Geschäftsverlauf 2008 gesprochen. Heute will ich daran anknüpfen und Ihnen in aller Kürze ein Update geben. Mein Kollege Thomas Gabel und ich stellen sich dann gern Ihren Fragen.

Zunächst zu unseren Erwartungen, die wir an das laufende Geschäftsjahr knüpfen. Auf der Bilanzpressekonferenz hatten wir das so formuliert: Wir wollen den Umsatz der Praktiker Gruppe um eine mittlere einstellige Quote steigern und ein operatives Ergebnis (EBITA) von 135 bis 140 Millionen Euro erzielen. Letzteres wäre gegenüber dem Vorjahresergebnis vor Kartellamtsvorgaben eine Verbesserung um 10 bis 15 Millionen Euro.

Diese Zielsetzung bleibt unverändert bestehen. Denn wir haben sie natürlich in Kenntnis der Umsatz- und Ertragsentwicklung des ersten Quartals 2008 formuliert, soweit diese bis dahin absehbar war. Auf der Pressekonferenz in Frankfurt sprach

ich von einer gespaltenen Baumarktkonjunktur in Deutschland und im Ausland und davon, dass wir im Inland in den ersten Monaten des Jahres mit Umsatzrückgängen rechnen müssen, bei Praktiker aus strukturellen Gründen mehr als bei Max Bahr. Im Ausland hingegen, das sagte ich damals auch, ist eine anhaltend dynamische Aufwärtsentwicklung zu erwarten. So kam es dann auch. Das internationale Geschäft ist im ersten Quartal noch stärker als bisher der Motor eines werthaltigen Wachstums der gesamten Praktiker Gruppe geworden. Mit anderen Worten: Die Erlöse und Erträge aus dem Ausland sind eine gute Stütze für das Inlandsgeschäft.

## **Überblick Konzern**

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

kommen wir nun zu unserem Quartalsbericht im Ganzen und im Detail. Und wenden wir uns zunächst den beiden wichtigsten Eckwerten zu: der Entwicklung des Netto-Umsatzes und des operativen Ergebnisses, also des EBITA. Ich will nicht darum herum reden: Bei beiden Richtgrößen haben wir die Meßlatte des Vorjahresquartals gerissen. Der Konzernumsatz der Praktiker Gruppe erreichte in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 865,1 Millionen Euro. Das sind 1,4 Prozent weniger als im Vorjahr. Die im ersten Quartal eines Jahres – saisonal bedingt – immer anfallenden operativen Verluste betrugen diesmal 20,8 Millionen Euro. Im Vorjahr lag das EBITA bei minus 19,9 Millionen Euro.

Hinter diesen Zahlen verbergen sich aber auch einige positive Entwicklungen. So wird eine deutliche Verbesserung unserer Ertragskraft sichtbar, sobald man die Abschreibungen auf Standortinvestitionen berücksichtigt, die in Zeiten forcierten Wachstums natürlich zwangsläufig zunehmen. Das EBITDA, also der Ertrag vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte, hat sich daher im Berichtszeitraum von minus 7,0 auf minus 4,7 Millionen Euro verbessert.

Außerdem konnten wir die Rohertragsmarge um 2,7 Prozentpunkte auf 31,2 Prozent steigern, wodurch sich das Bruttoergebnis vom Umsatz – trotz Umsatzrückgang – um 7,9 Prozent auf 269,6 Millionen Euro erhöht hat. Zu begründen ist diese positive

Entwicklung mit demselben Phänomen, das maßgeblich zu dem erwähnten Umsatzrückgang beigetragen hat. Ich meine die Anfang des Jahres eingeleitete Neujustierung der Marketinganstrengungen für Praktiker im Inland. Wir sehen hier also die zwei Seiten ein und derselben Medaille.

## **Ausland**

Da wir gerade bei den positiven Aspekten dieses Quartalsberichts sind, erlauben Sie mir, zunächst einen Blick auf das Auslandsgeschäft der Praktiker Gruppe zu werfen. Denn dieses hat sich überaus erfreulich weiter entwickelt.

Im Vorjahr – Sie erinnern sich vielleicht – hatten wir im Ausland erstmals in einem ersten Quartal einen positiven Saldo beim operativen Ergebnis. Das war deshalb bemerkenswert, weil die spezifische Ertragsstruktur des internationalen Geschäfts in der Vergangenheit immer dazu geführt hatte, dass wir mit einem dicken Minus in ein neues Jahr gestartet sind. Der Quartals-Turnaround, den wir 2007 geschafft hatten, war hauptsächlich auf die außergewöhnlich günstige Witterung zurück zu führen, die auch in Osteuropa das Frühjahrsgeschäft vorzeitig hatte aufblühen lassen.

In diesem Jahr spielte uns der Wettergott nicht so in die Hände. Im Gegenteil: Der Winter war diesmal in unseren Auslandsmärkten kälter und länger. Und selbst in der Ägäis fiel im März noch Schnee.

Dennoch legte Praktiker im Segment International gegenüber dem Vorjahr noch eine kräftige Schippe drauf. So erreichte das EBITA 1,3 Millionen Euro, im ersten Quartal 2007 waren es noch 0,1 Millionen Euro. Das operative Ergebnis im Ausland hat sich also deutlich verbessert, meine Damen und Herren.

Auch die Umsatzerlöse konnten wir außerhalb unseres Heimatmarktes noch einmal deutlich steigern. 238,6 Millionen Euro betrug der Umsatzbeitrag des Auslands in den ersten drei Monaten 2008. Das waren 32,1 Millionen Euro oder 15,5 Prozent mehr als im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Die höchsten Steigerungsraten wurden in Rumänien, Bulgarien und Polen erzielt, aber auch in allen anderen Ländern außer Luxemburg wuchsen die Umsätze.

Selbst flächenbereinigt war die Umsatzentwicklung des Segments International mit plus einem Prozent insgesamt positiv. Wir halten das für ein überaus gutes Ergebnis, vor allem wenn man bedenkt, dass der flächenbereinigte Umsatz im ersten Quartal des Vorjahres um mehr als 19 Prozent zugelegt hatte und damit die Vergleichsbasis ungewöhnlich hoch ausfiel.

## **Inland**

Soviel zum Ausland, das viel Grund zur Freude bietet. In Deutschland hingegen können wir mit dem Geschäft nicht zufrieden sein: Wir haben die Vorjahreswerte beim Umsatz und beim operativen Ergebnis verfehlt. Die in Deutschland erzielten Umsatzerlöse des Praktiker Konzerns erreichten im ersten Quartal dieses Geschäftsjahres 626,5 Millionen Euro. Das entspricht einem Rückgang gegenüber dem vergleichbaren Vorjahresquartal um 6,6 Prozent. Dieser Rückgang geht ausschließlich auf die Marke Praktiker zurück, der Umsatzbeitrag von Max Bahr stieg, allerdings aufgrund der erstmaligen Einbeziehung der Januar-Umsätze. Flächenbereinigt – also ohne Berücksichtigung der inzwischen geschlossenen bzw. abgegebenen Märkte – ging der Umsatz in Deutschland um 13,1 Prozent zurück.

Gleichwohl gibt es für diese Umsatzverluste mehrere plausible Gründe:

Erstens: Bedingt durch die frühe Lage der Osterfeiertage im März gab es gegenüber dem ersten Quartal des Vorjahres zwei Verkaufstage weniger. Allein dadurch gingen rein rechnerisch mehr als zwei Prozent vom möglichen Quartalsumsatz verloren.

Zweitens: Das nasskalte Wetter im März, dem traditionell stärksten Monat des ersten Quartals, beeinträchtigte das beginnende Gartensaisongeschäft massiv. Darunter hatte nicht nur Praktiker, sondern die gesamte Branche zu leiden.

Neben diesen beiden Faktoren gab es aber auch einen unternehmensspezifischen Grund für den Umsatzrückgang: die Neuausrichtung im Marketingauftritt der Marke Praktiker. Es war eine bewusste, strategische Weichenstellung, als wir entschieden haben, die Anzahl der 20-Prozent-Aktionen zurückzufahren und stärker in die

Regalpreise zu investieren.

Die eine Maßnahme, die deutliche Reduzierung der Rabatttage, hat im ersten Quartal Wirkung gezeigt. Sie hat die Rohertragsmarge verbessert, aber natürlich Umsatz gekostet. Damit war zu rechnen. Die andere Maßnahme, die auf mehrere Wellen verteilte Preissenkungskampagne, hat Ende letzter Woche erst begonnen. Auswirken wird sie sich auf die Kauflust unserer Kunden – und damit auf die Umsatzerlöse – frühestens im laufenden Quartal.

Mit anderen Worten: Die Marke Praktiker befand sich im ersten Quartal in einer Übergangsphase, in der ein etabliertes, Umsatz treibendes Marketinginstrument zurück genommen wurde, das neue aber noch nicht im Einsatz war. Wir folgern daraus, dass ein Umsatzrückgang, wie er das erste Quartal geprägt hat, sich im weiteren Verlauf des Jahres nicht wiederholen wird.

Dass dieser Umsatzrückgang auch auf die Entwicklung des EBITA durchschlagen würde, war anzunehmen. Dank einer verbesserten Rohertragsmarge ist der Fehlbetrag beim operativen Ergebnis jedoch nicht in gleicher Weise angewachsen: Er lag im ersten Quartal 2008 bei minus 22 Millionen Euro. Im Vorjahr waren es minus 20 Millionen Euro.

In diesem Ergebnis sind die Umstellungskosten von 11 Praktiker-Märkten auf das Easy-to-Shop-Konzept enthalten. Sie lagen im ersten Quartal 2008 auf ähnlicher Höhe wie im Vorjahr.

Dies wird sich in den folgenden Quartalen ändern. Wie Sie wissen, haben wir entschieden, nicht nur die Marketingstrategie von Praktiker neu zu justieren, sondern auch vertriebsseitig das Easy-to-Shop-Konzept zu überarbeiten. Dieser Prozess ist mit einer vorübergehenden Aussetzung der Marktumstellungen verbunden.

Kurzfristig bedeutet das: keine umbaubedingten Umsatz- und Ergebniseinbußen in der Hauptsaison, insbesondere zwischen April und Juli.

Mittel- und langfristig bedeutet das: Mehr Effizienz und Effektivität in der Umsetzung von Easy-to-Shop. Denn wir glauben an das Konzept vom einfachen, schnellen und bequemen Einkauf, so wie wir an unser preisaggressives Markenimage glauben. Der Kunde nimmt das Easy-to-Shop-Konzept überall gut an, wo es realisiert wurde. Es muss nur noch so optimiert werden, dass es unsere Umsatz- und Ergebniserwartungen nicht einigermaßen, sondern voll und ganz erfüllt. Und ich kann Ihnen versichern: Wir werden das schaffen.

## **Ausblick**

Damit sind wir schon beim Ausblick auf das Geschäftsjahr 2008. Dass sich an unserer Ergebniserwartung und an unserem Umsatzziel in den letzten drei Wochen nichts geändert hat, habe ich schon erwähnt.

Wir haben auf unserer Bilanzpressekonferenz bewusst keine „spektakuläre“ Prognose formuliert und dafür auch Kritik geerntet. Doch wir stehen dazu. Spektakuläre Prognosen, und damit das Risiko, auf die Nase zu fallen, überlassen wir anderen. Lieber schaffen wir das, was wir uns vornehmen, und halten, was wir versprechen. So wie im Jahr 2007, in dem Praktiker eines der ganz wenigen Unternehmen im erweiterten Branchenumfeld war, das sein Klassenziel ohne Abstriche erreicht hat. Wir werden deshalb weiter ein realistisches Bild zeichnen von den Chancen und Risiken, die uns in unserer Arbeit auch in diesem Jahr begleiten.

So ist aus unserer Sicht das konjunkturelle Gesamtbild in Deutschland weiterhin uneinheitlich. Das wird auch im jüngsten Konsumklimaindex deutlich, den die GfK Marktforschung monatlich erhebt. Er hat sich im April nur ganz leicht verbessert, trotz deutlich gestiegener Einkommenserwartungen der Menschen in Deutschland. Hohen Lohnabschlüssen in Schlüsselbranchen stehen steigende Inflationsraten gegenüber, die zu anhaltenden Verunsicherungen bei den Verbrauchern führen. Wir wissen auch nicht, ob unsere Kunden in diesem Jahr unterm Strich wirklich über mehr Kaufkraft verfügen werden. Und wenn ja, wissen wir nicht, ob sie mehr Geld ausgeben oder eher sparen werden.

Vor diesem Hintergrund erwartet das Management, dass am Jahresende die in Deutschland erzielten Umsätze flächenbereinigt leicht unter dem Vorjahr liegen. Deshalb sind alle Anstrengungen darauf gerichtet, die Rohertragsmarge zu verbessern und so eventuelle Umsatzrückgänge zu kompensieren.

Im Ausland dagegen können wir mit einem anhaltenden Umsatzwachstum rechnen, das aufgrund der Erweiterung des Standortnetzes eine zweistellige Rate erreichen sollte. Die EBITA-Marge dürfte von Ergebnisverbesserungen in einigen Ländern profitieren. Allerdings wird sie auch von Vorlaufkosten für die 15 bis 20 geplanten Markteröffnungen, für den Ausbau unseres Brückenkopfes in der Ukraine und für den Markteintritt in Albanien belastet.

Steigende Inflationsraten und eine Abschwächung der Immobilienhausse könnten in einigen unserer Fokusländer das Wachstumstempo drosseln. Dennoch ist in den meisten Ländern, in denen Praktiker operativ ist, weiterhin von einem großen Nachholbedarf an Konsum und – bezogen auf unser Metier – an Renovierung, Modernisierung und Sanierung des Wohnumfelds auszugehen. In diesen Ländern kommt uns zugute, dass wir Marktführer sind oder auf dem Weg dorthin. Und dass wir dort jeweils maßgeschneiderte Angebote an Waren und Dienstleistungen vorhalten, die so keiner unserer internationalen Wettbewerber anbietet und schon gar keiner der etablierten einheimischen „Platzhirsche“.

Sie sehen, meine Damen und Herren, es ist ein sehr komplexes Puzzle, aus dem sich das Gesamtbild unserer Prognose formt. Wir denken, dass wir damit richtig liegen. Und ich kann feststellen, dass der Praktiker Konzern alles in allem sehr gut aufgestellt und weiterhin auf dem richtigen Weg ist. Im Inland, wo unsere Marktstellung zusammen mit Max Bahr stärker ist, als es die nackten Zahlen des ersten Quartals ausweisen. Und im Ausland, wo wir weiter auf ertragsstarkes Wachstum setzen.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. Herr Ghabel und ich stehen Ihnen nun für Fragen zur Verfügung.