



**Übernahme Max Bahr Holzhandlung GmbH & Co. KG
Presse-Telefonkonferenz, Mittwoch, 16. August 2006, 14.30 Uhr**

Statement Wolfgang Werner, Vorstandsvorsitzender

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir haben Sie heute kurzfristig zu dieser Telefonkonferenz eingeladen, weil ich Ihnen gern persönlich erläutern möchte, warum wir das operative Geschäft von Max Bahr übernehmen und weshalb wir der Meinung sind, dass wir dadurch die Wettbewerbsposition der Praktiker-Gruppe im deutschen Markt nachhaltig verbessern können.

Mit dieser Akquisition kommt zusammen, was zusammen passt. Lassen Sie mich dies zunächst mit ein paar Zahlen und Fakten hinterlegen:

- Praktiker betreibt derzeit in Deutschland 270 Baufachmärkte, Max Bahr 76.
- Praktiker hat im zurückliegenden Geschäftsjahr in Deutschland einen Nettoumsatz von rund 2,26 Milliarden Euro erwirtschaftet, Max Bahr 726 Millionen.
- Praktiker beschäftigte zur Jahresmitte 10.000 Mitarbeiter, Max Bahr 4.500.
- Praktiker ist Preis- und Kostenführer im deutschen Markt, Max Bahr ist im Premium-Segment positioniert und verfügt über eine hohe Sortimentskompetenz.
- Praktiker betreibt überwiegend kleine und mittelgroße Märkte, Max Bahr hat seine Kernkompetenz in Großflächen.

Mit Max Bahr übernehmen wir also einen renommierten Baufachmarkt mit hoher Qualität in Sachen Sortiment und Service, der strategisch und regional eine sinnvolle Ergänzung unseres Portfolios darstellt. Und der gleichzeitig auch noch sehr profitabel ist – was sich nicht von allen anderen Konkurrenten sagen lässt. Wir erwarten, dass Max Bahr bereits im ersten Jahr einen positiven Ergebnisbeitrag bringt und ab 2008 dann signifikant steigende Gewinne zum Ergebnis der Praktiker-Gruppe beiträgt.

Die Akquisition verbessert darüber hinaus unsere strategische Positionierung nachhaltig. Unsere bisherigen Ziele bleiben ohne Abstriche bestehen: Das ist die Verstärkung der Discount-Orientierung von Praktiker in Deutschland durch das Easy-to-Shop Konzept und die forcierte Expansion in Osteuropa. Die Übernahme von Max Bahr bildet jetzt die dritte, ergänzende Säule in dieser Ausrichtung - nämlich den Aufbau einer Zwei-Marken-Strategie zur besseren Marktabdeckung in Deutschland.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,
die Akquisition erschließt uns neue Kundenschichten. Praktiker ist die Nummer zwei im deutschen Do-it-yourself-Markt mit einem Marktanteil von 7,1 Prozent, Max Bahr ist der achtgrößte Anbieter mit einem Marktanteil von 2,1 Prozent. Gemeinsam bewegen wir also 9,2 Prozent des auf rund 37 Milliarden Euro geschätzten Marktvolumens der DIY-Branche. Damit haben wir zum Marktführer OBI dicht aufgeschlossen, der auf 9,7 Prozent Marktanteil kommt.

Seit Jahren wird über die überfällige Konsolidierung der Baumarktbranche geredet. Wir fangen jetzt damit an und nehmen sie aktiv in die Hand. Konsolidierung heißt: Größere Einheiten mit höherer Effizienz. Das ist unser Weg.

Wenn ich davon spreche, dass wir das operative Geschäft erworben haben, bedarf dies einer kurzen Erläuterung. Die Eigentümer von Max Bahr haben sich entschlossen, ihr Geschäft in zwei Teilen zu veräußern. Der eine Teil ist eine Immobiliengesellschaft, die alle Liegenschaften von Max Bahr verwaltet. Der andere Teil sind das operative Geschäft und die Markenrechte, die wir erworben haben. Wir betreiben also die 76 Max-Bahr-Filialen, die wir weiterhin anmieten. Die Immobiliengesellschaft ist der Eigentümer der Immobilien, wir sind die Marktmanager. Eine solche Trennung ist in der Branche üblich. Als die Metro AG, unsere frühere Muttergesellschaft, Praktiker an die Börse gebracht hatte, veräußerte sie die in Ihrem Besitz befindlichen Liegenschaften ebenfalls an eine Immobiliengesellschaft. Das Muster ist also das Gleiche.

Was geschieht jetzt mit Max Bahr? Gerade weil die Marke gut eingeführt ist und ein hohes Renommee genießt, beabsichtigen wir, sie als service-orientierte Marke im gehobeneren Preissegment ohne große Veränderungen weiter zu führen. Denn Max Bahr ist die ideale Ergänzung für die Marke Praktiker, die wir ebenfalls unverändert, nämlich preisaggressiv und discount-orientiert weiter betreiben werden. Wir decken mit dieser Zwei-Marken-Strategie zusätzliche Kundenschichten ab und erreichen eine einzigartige Position: Wir sind in Deutschland jetzt exakt in den beiden Segmenten des Marktes vertreten, die auch in Zukunft weiteres Wachstum versprechen. Wir erreichen nicht nur neue Größe, sondern eine neue Qualität des Angebots. Vergleichbares hat zurzeit kein anderer Wettbewerber zu bieten.

Wir wissen aus Kundenbefragungen, dass der Preis für die Hälfte der Kunden das entscheidende Kriterium beim Einkauf ist. Für diese am Preis ausgerichtete Kundschaft bietet Praktiker ein adäquates, umfassendes Angebot. Aber es gibt auch eine Klientel, die hohen Service schätzt, die intensive Beratung wünscht und dafür auch bereit ist, einen entsprechenden Preis zu zahlen. Diese Kundschaft spricht die Marke Max Bahr an.

Und wie in vielen anderen Märkten, zeigt sich auch im Do-it-yourself-Bereich, dass die Polarisierung weiter zunimmt und dass Wachstum, wenn überhaupt, nicht in der Mitte, sondern an den Polen des Marktes stattfindet. Um diese Wachstumschancen zu nutzen, sind wir durch die Übernahme bestens aufgestellt.

Immerhin können wir dabei gemeinsam auf mehr als 100 Millionen Kunden bauen, die unser Angebot zu schätzen wissen.

Max Bahr stellt zudem in regionaler Hinsicht eine nahezu ideale Ergänzung zu Praktiker dar. Während Praktiker den Schwerpunkt seiner Aktivitäten in West-, Ost- und Süddeutschland hat, ist Max Bahr vor allem in den nördlichen Landesteilen verankert. Das verschafft uns ganz neue Optionen in der Standortpolitik. Wir können jetzt einzelne Märkte umwandeln und besser an den Kernkompetenzen der Marken ausrichten. So wollen wir beispielsweise einige große Praktiker-Märkte in Zukunft unter der Marke Max Bahr führen, denn Max Bahr hat die Kompetenz für große Flächen. Auf der anderen Seite liegt die besondere Stärke von Praktiker im Betrieb von kleinen und mittelgroßen Flächen. Auf diese ist ja auch unser neues Marktkonzept Easy-to-Shop in ganz besonderer Weise abgestimmt. Da liegt es nahe, den einen oder anderen kleineren Markt von Max Bahr in einen Praktiker Markt umzuwandeln, weil dadurch Umsatz und Ertrag verbessert werden können. Wir denken, dass etwa fünf bis zehn Märkte unter der jeweils anderen Marke besser aufgehoben sind.

Für Max Bahr ist das im Übrigen auch eine große Chance, denn auf diese Weise können wir die Marktpräsenz in Süddeutschland stärken, ohne zusätzliche Märkte eröffnen zu müssen.

Langfristig haben wir uns das Ziel gesetzt, in Deutschland eine gleichmäßigere Zwei-Marken-Abdeckung zu erreichen.

Auch ohne Maßnahmen der Standortoptimierung verschafft uns die Übernahme ein stärkeres und wesentlich dichteres Filialnetz. In Zukunft sind unsere beiden Marken mit mehr als 340 Märkten in Deutschland vertreten. Ein derart dichtes Netz hat selbst der Marktführer nicht.

Ein wesentlicher Punkt jeder Übernahme ist die Erwartung, dass durch Zusammenlegen von Aktivitäten Synergieeffekte erzielt werden können. Das ist auch in diesem Fall so. Die Übernahme eröffnet Potentiale für Verbesserungen vor allem in der Beschaffung, der Logistik, und der Verwaltung. Wir haben sehr unterschiedliche Stärken und können daher viel voneinander lernen. Ich bin sehr zuversichtlich, dass wir diese Synergien in höhere Effizienz und Profitabilität umsetzen können. Das wird nicht von heute auf morgen gehen. Zunächst einmal werden wir uns genau anschauen, was wir bei Praktiker besser können, was Max Bahr besser kann. Und dann werden wir die jeweils bessere Lösung übernehmen. Bitte geben Sie uns diese Zeit, solche Lösungen zu entwickeln.

Synergieeffekte sind wichtig. Sie machen Übernahmen wirtschaftlich erst richtig attraktiv. Aber auch ohne große Synergieeffekte rechnen wir damit, dass Max Bahr das Ergebnis der Praktiker-Gruppe in Zukunft deutlich stärkt und auch schon im ersten vollen Geschäftsjahr, also 2007, einen positiven Beitrag zum Gewinn der Praktiker-Gruppe leisten wird.

Ab 2008 rechnen wir dann mit signifikant steigenden Gewinnbeiträgen. Diese Beiträge werden nach unserer Erwartung auch alle anfallenden Finanzierungskosten decken.

Ich hatte zu Beginn davon gesprochen, dass die Eigentümer von Max Bahr ihr Geschäft in zwei Teilen verkauft haben: einer Immobiliengesellschaft und einer operativen Gesellschaft. Die operative Gesellschaft haben wir zu 100 Prozent übernommen. Damit sind wir für Umsatz und Ertrag der Max Bahr Baumärkte selbst verantwortlich.

An der Immobiliengesellschaft haben wir einen Minderheitsanteil von 24 Prozent erworben. Dadurch können wir am Wertsteigerungspotential der Immobilien partizipieren, ohne in der Management-Verantwortung zu sein.

Ich fasse zusammen:

1. Mit der Akquisition von Max Bahr schließt Praktiker zur bisherigen Nummer 1 – OBI – auf und baut seine Marktposition in Deutschland aus.
2. Im Verbund mit Max Bahr kann Praktiker eine Zwei-Marken-Strategie fahren, die nicht nur Lücken im bisherigen Filialnetz schließt, sondern auch zusätzliche interessante Kundengruppen erfasst. Damit erreichen wir eine ebenso effektive wie effiziente Marktabdeckung.
3. Die Akquisition macht nicht nur konzeptionell und strukturell Sinn, sie stellt auch ein lohnendes Investment dar. Denn Max Bahr ist ein sehr gut geführtes, profitables Unternehmen, das uns schon vom ersten Jahr an einen positiven Ergebnisbeitrag liefern wird.
4. Die bisherige Praktiker-Strategie, die Discount-Orientierung der Marke Praktiker durch Easy-to-Shop auszubauen, bleibt unverändert erhalten. Sie wird jetzt auf gewinnbringende Weise durch eine Zwei-Marken-Strategie ergänzt.
5. Praktiker wird auch weiterhin in Osteuropa kräftig expandieren. Die finanziellen Mittel dafür sind unverändert vorhanden. Die Expansionsabsichten werden durch die Akquisition nicht beeinträchtigt oder verändert.

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich möchte damit schließen und bin zusammen mit meinem Vorstandskollegen Thomas Ghabel gern bereit, Ihre Fragen zu beantworten. Diese Bereitschaft schließt ein, dass wir zum jetzigen Zeitpunkt einige Ihrer Fragen möglicherweise nicht erschöpfend beantworten können. Aber das werden Sie uns sicher nachsehen.