



Halbjahresfinanzbericht und Quartalsbericht 2 / 2009 **Presse-Telefonkonferenz, Mittwoch, 22. Juli 2009, 10.00 Uhr**

Statement Wolfgang Werner, Vorstandsvorsitzender

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserer Telefonkonferenz anlässlich der Berichterstattung über den Geschäftsverlauf der Praktiker Gruppe im zweiten Quartal und damit auch im ersten Halbjahr 2009. In den Bericht selbst konnten Sie ja heute Früh schon Einsicht nehmen. Lassen Sie mich jetzt noch die wesentlichen Eckdaten dieses Zahlenwerks erläutern, bevor Herr Gabel und ich Ihnen für Fragen zur Verfügung stehen.

Ich will die Halbzeitbilanz des Krisenjahres 2009 mit einigen Feststellungen einleiten, die mir besonders wichtig sind angesichts dessen, was uns das erste Quartal an Überraschungen beschert hatte:

1. Die Praktiker Gruppe hat im zweiten Quartal die Vorjahreswerte in Umsatz und Ertrag zwar verfehlt, aber eine solide wirtschaftliche Entwicklung gezeigt. Vor allem, wenn man bedenkt, dass die Welt in der stärksten Rezession seit 80 Jahren steckt. Nach dem schlechten ersten Quartal sind wir also wieder auf einem vernünftigen Weg.
2. In Deutschland konnte der Umsatz im zweiten Quartal um knapp drei Prozent gesteigert werden. Hätten die Währungen in Osteuropa nicht so dramatisch an Wert verloren, wäre sogar auch der Konzernumsatz um 0,5 Prozent gestiegen.
3. In Deutschland haben wir im bisherigen Jahresverlauf besser abgeschnitten als die Gesamtbranche, die nach Schätzungen ihres Dachverbands BHB im ersten Halbjahr einen Umsatzrückgang von 1,5 bis 2 Prozent zu verzeichnen hatte. Dass seit April vor allem die Marke Praktiker deutlich an Boden gewonnen hat, freut mich natürlich besonders.
4. Gleichzeitig haben wir Vorsorge getroffen, dass unsere Finanzposition weiter gestärkt wurde. Sie erinnern sich: Wir hatten für 2009 die Sicherung von Ergebnis und Liquidität an die erste Stelle unserer Prioritätenliste gesetzt. Auch in dieser Hinsicht sind wir im zweiten Quartal ein gutes Stück weiter voran gekommen.

Insgesamt sind wir mit der Geschäftsentwicklung des zweiten Quartals vor dem Hintergrund der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen also sehr zufrieden.

Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass sich die beiden genannten Ziele manchmal beißen. Wir haben im aktuellen Umfeld im Zweifelsfall stärker auf die Bilanzpositionen – sprich Liquidität – geachtet als auf die Ertragsoptimierung. So haben wir zum Beispiel im zweiten Quartal ein Schuldscheindarlehen in Höhe von 50 Millionen Euro aufgenommen. Das hat unsere Liquiditätsposition gestärkt, die Zinsen, die wir dafür bezahlen müssen, belasten jedoch zwangsläufig das Finanzergebnis, wenn auch in geringem Umfang. Ein anderes

Beispiel: Unsere Vorräte waren am Ende des ersten Quartals zu hoch – gemessen an dem aktuell schwierigen konjunkturellen Umfeld. Also haben wir bei Praktiker in Deutschland stärker als im Vorjahr die Marketingmaschinerie angeworfen, die Ärmel hochgekrempelt – wie unser Slogan es verheißt – und mit umfangreichen Preiszugeständnissen die Vorräte deutlich abgesenkt. Das hat Marge gekostet, hat aber das working capital deutlich verbessert und Liquidität freigesetzt. Auch hier mussten wir zwischen Liquiditätssicherung und Ertragsoptimierung abwägen. Ich denke aber, das ist uns gut gelungen.

Gehen wir jetzt gemeinsam etwas mehr ins Detail des Rechenwerks. Erlauben Sie mir, mich dabei auf die aus unserer Sicht wesentlichen Kennzahlen für das zweite Quartal zu konzentrieren.

Umsatz

Zunächst zum Umsatz. Der Konzernumsatz belief sich im zweiten Quartal 2009 auf rund 1,1 Milliarden Euro. Das waren 2,8 Prozent weniger als im Vorjahr, das noch von einem ungebremsen Wachstum des Auslandsgeschäfts geprägt war. Heute ist die Situation anders: Im Segment International gingen die Umsatzerlöse um 16 Prozent – flächenbereinigt sogar um 19,5 Prozent – auf über 285 Millionen Euro zurück. Dabei muss man freilich wissen, dass zwei Drittel dieses Rückgangs auf den starken Wertverfall der für uns relevanten ost- und südosteuropäischen Währungen zurückzuführen ist. Währungsbereinigt, also in Landeswährung gerechnet, liegt das Minus im Ausland lediglich bei knapp sechs Prozent, der Konzernumsatz sogar mit 0,5 Prozent leicht im Plus. Da wir in Euro bilanzieren, kann uns das nur bedingt trösten. Es zeigt aber, dass die Nachfrage in den osteuropäischen Ländern bei weitem nicht so stark abgenommen hat wie die Zahlen zunächst suggerieren. Die Wirtschaftskrise hat uns im Ausland also hauptsächlich deshalb einen dicken Strich durch die Rechnung gemacht, weil die Fremdwährungen kräftig an Wert verloren haben. Das war im ersten Quartal so, und das hat sich im zweiten Quartal so fortgesetzt.

Wir können indes feststellen, dass sich die Wechselkurse mittlerweile stabilisiert, einige Währungen sogar wieder leicht aufgewertet haben. Wenn das von Dauer sein sollte, wäre schon viel gewonnen.

Ein weiterer Lichtblick ist die Entwicklung zumindest in zwei unserer ältesten Auslandsmärkte: Sowohl in Griechenland, dem nach Umsatz und Ertrag wichtigsten Land, als auch in der Türkei haben sich die Umsatzrückgänge im zweiten Quartal spürbar verringert. Griechenland drehte im Juni sogar als einzige Landesgesellschaft ins Plus und liegt im gesamten Halbjahr nur noch leicht unter dem entsprechenden Vorjahresumsatz. Das sollte Hoffnung machen. Nicht mehr, aber auch nicht weniger. Und es zeigt, dass Praktiker sich dort auch in Krisenzeiten behaupten kann, wo es als führende Baumarktkette im nationalen Kontext etabliert, als Marke anerkannt und flächendeckend präsent ist.

Das gilt im Prinzip auch für Deutschland. Der Praktiker Konzern, mehr aber noch die Marke Praktiker hat im Inland nach einem schwierigen Start ins neue Jahr schnell Tritt gefasst und seine Umsatzrückgänge aus dem ersten Quartal bis zur Jahresmitte weitgehend kompensieren können. Konkret: In den Monaten April bis Juni 2009 stiegen die Umsatzerlöse auf dem deutschen Heimatmarkt gegenüber dem Vorjahr um 2,9 Prozent auf rund 815 Millionen Euro. Besonders gut lief das Saisongeschäft in den Praktiker-Märkten, in denen 4,6 Prozent mehr umgesetzt wurde als im zweiten Quartal 2008. Hier zahlte sich ein in Qualität und Auswahl deutlich erweitertes Pflanzen- und Gartensortiment aus. Der wesentliche Treiber für den Umsatzschub kam hingegen von unseren verstärkten Marketingaktivitäten unter dem Motto „Ärmel hoch“. Sie stärkten nicht nur die Wahrnehmung der Marke Praktiker als preisaggressiv und discountorientiert, sie belegten auch, dass in wirtschaftlich schwierigen Zeiten die Preissensibilität der Kunden zunimmt, entsprechende Preisanreize aber doch zum Kauf animieren.

Wir haben, und damit komme ich auf meine Eingangsbemerkung zurück, die Marketingaktivitäten auch deshalb kräftig gesteigert, weil unsere Vorräte zu hoch waren. Zu hohe Vorräte binden zuviel Kapital im Unternehmen. Also haben wir in die Preise investiert und vorübergehende Einschränkungen bei der Rohertragsmarge in Kauf genommen, um dieses Problem zu lösen.

Max Bahr ist einen anderen, ebenfalls erfolgreichen Weg gegangen. Um die Wahrnehmung als hochwertiger Baumarkt zu stützen, investierte Max Bahr in Sortimentsumstellungen, erweiterte das Angebot von Eigenmarken und hielt sich trotz seines 130jährigen Jubiläums mit Marketingaktionen zurück. Weil Max Bahr auf einem recht hohen Vorjahreslevel aufsetzte, erlöste die Marke im zweiten Quartal allerdings eine Million Euro oder 0,5 Prozent weniger als im selben Zeitraum des Vorjahres.

Unterm Strich ergibt sich somit zur Halbzeit des laufenden Geschäftsjahres im Inland ein durchaus ansehnliches Bild. Wenn man bedenkt, unter welchen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen diese Umsätze generiert wurden und dass Praktiker im März noch in einem Drittel seines Filialnetzes Kurzarbeit einführen musste, sind diese Zahlen nicht hoch genug einzuschätzen.

Ergebnis

Soviel zur Umsatzentwicklung des Konzerns im In- und Auslandsgeschäft. Priorität hat aber, wie mehrfach erwähnt, die Ergebnissicherung. Dafür ist eine positive Umsatzentwicklung eine gute, aber nicht die einzige Voraussetzung. Deshalb haben wir in unserem Programm zur Sicherung von Ergebnis und Liquidität so großen Wert darauf gelegt, auch die Kosten im Griff zu behalten. Ich denke, auch das ist uns gut gelungen. Ein Blick in die Gewinn- und Verlustrechnung des zweiten Quartals bestätigt das. Wir haben sowohl Vertriebs- als auch Verwaltungskosten deutlich absenken können. Dabei haben wir vor allem bei den Personalkosten und den Werbeausgaben gespart.

Insgesamt haben wir im zweiten Quartal ein operatives Ergebnis von gut 68 Millionen Euro erwirtschaftet. Das sind zwar rund 12 Millionen Euro weniger als vor einem Jahr, als ich an dieser Stelle einen Gewinnssprung vermelden durfte, aber in etwa soviel wie im zweiten Quartal 2007. Und das war auch ein gutes.

Auf unserer Hauptversammlung hatte ich vor zwei Monaten schon auf ein Phänomen hingewiesen, das die unterschiedliche Ausprägung der Wirtschaftskrise im In- und Ausland mit sich bringt – nämlich eine tektonische Verschiebung im Fundament der Praktiker Gruppe, bei der nach Jahren des rasanten internationalen Wachstums das Deutschland-Geschäft wieder einen höheren Anteil zum Umsatz und Ertrag des Konzerns beiträgt. Das zeigt, wie wichtig es ist, wenn ein Unternehmen national wie international gleichermaßen solide verankert ist.

Beim Umsatz ist der Inlandsanteil im zweiten Quartal von 70 Prozent im Vorjahr auf 74 Prozent im laufenden Jahr gestiegen. Beim EBITA steuerte Deutschland im zweiten Quartal mit 53,7 Millionen Euro sogar einen Anteil von 79 Prozent des operativen Ergebnisses bei. Der Beitrag des Auslands erreichte 14,4 Millionen Euro oder 21 Prozent. Deutschland ist also relativ ertragsstärker, das Ausland auch wegen der veränderten Wechselkurse relativ ertragsschwächer geworden.

Auch wenn wir das operative Ergebnis für gut halten, so können wir natürlich nicht übersehen, dass es hinter dem Vorjahr zurückgeblieben ist. Die Gründe dafür sind im In- und Ausland unterschiedlich. Im Segment International führte der Umsatzrückgang zu einer deutlichen Verringerung der Flächenproduktivität. Hinzu kam die schon erwähnte Abwertung der osteuropäischen Wechselkurse, die dazu geführt hat, dass das in lokaler Währung erzielte operative Ergebnis zu schlechteren Kursen in die Konzernwährung Euro transferiert

werden musste. Insgesamt wäre bei unveränderten Wechselkursen das im Ausland erzielte EBITA des zweiten Quartals um 4,5 Millionen Euro höher ausgefallen.

In Deutschland hingegen hängt der Ergebnismrückgang im Wesentlichen mit den Einbußen bei der Rohertragsmarge der Marke Praktiker zusammen. Die hatten wir, ich wiederhole mich, bewusst in Kauf genommen, um Vorräte abzubauen. Die dadurch erzielte Verbesserung des working capital rechtfertigt nach unserer Überzeugung kurzfristige Einbußen in der Rohertragsmarge, auch wenn dadurch die im ersten Quartal angefallenen Verluste der Marke Praktiker im zweiten Quartal noch nicht vollkommen aufgefangen werden konnten. Wir rechnen jedoch damit, dass Praktiker am Ende des Jahres in Deutschland ebenfalls einen positiven Ergebnisbeitrag wird abliefern können.

Max Bahr, das als Premium-Marke margenstärker aufgestellt ist, hat sein operatives Ergebnis im ersten Halbjahr trotz Umsatzrückgängen steigern können, weil die Sortimentsumstellungen einschließlich der Ausweitung der Eigenmarken eine anhaltend hohe Rohertragsmarge eingebracht haben und gleichzeitig die Kosten gesenkt wurden. Max Bahr, so unsere Einschätzung, wird daher auch im zweiten Halbjahr eine wichtige Stütze unseres Deutschland-Geschäfts sein.

Ausblick und Schluss

Damit sind wir schon beim Ausblick und bei der Frage aller Fragen: Was bringt das zweite Halbjahr, im Inland wie im Ausland? Die Unsicherheit ist weiterhin groß. Unsere Branche bleibt – wie der gesamte Einzelhandel – ein Spielball makroökonomischer Einflussfaktoren. Mit entsprechender Vorsicht müssen wir daher auch unsere Erwartungen für das Geschäftsjahr 2009 formulieren. Mit einer grundlegenden Verbesserung unseres Geschäfts können wir in den verbleibenden Monaten wohl nicht rechnen, für eine weitere Verschlechterung gibt es aber auch keine klaren Anhaltspunkte. So erwarten wir für den Praktiker Konzern auch in der zweiten Jahreshälfte und damit im Gesamtjahr einen moderaten Rückgang des Umsatzes.

Da wir in den ersten sechs Monaten an allen Aufwandspositionen kräftig gearbeitet und die Kosten deutlich abgebaut haben, da wir gleichzeitig vorhaben, das Niveau der Marketingaktivitäten der Marke Praktiker in Deutschland auf ein Normalmaß zurück zu fahren, da wir zudem erwarten, dass sich die Wechselkurse der osteuropäischen Währungen weiter stabilisieren, rechnen wir auch weiterhin damit, ein angemessenes, positives operatives Ergebnis erzielen zu können.

Daneben sind wir zuversichtlich, das Ziel der Liquiditätssicherung ebenfalls zu erreichen. Liquidität, Nettoverschuldung und working capital, also alle Positionen, die über unsere Finanzposition Auskunft geben und auf die Herr Gabel als Finanzvorstand besonders achtet, liegen im grünen Bereich. Auch hier haben wir die Weichen bereits gestellt, dass sich daran bis zum Jahresende nichts wesentlich ändert: Wir haben die Investitionspläne auf das unbedingt notwendige Maß beschränkt, der Vorratsabbau ist auf gutem Weg und unsere Liquidität auch durch das Schuldscheindarlehen weiter gestärkt.

Sehr geehrte Damen und Herren,

an dieser Ausrichtung werden wir nichts ändern, solange die konjunkturelle Gesamtsituation schwierig bleibt. Alle Bestandteile unseres Maßnahmenpakets zur Ergebnis- und Liquiditätssicherung bleiben in Kraft. Es bleiben aber auch alle Sinne geschärft, um schnell wieder aus dem Stand heraus Gas geben zu können, wenn sich die konjunkturelle Lage generell oder wenigstens in einigen Ländern, in denen wir operativ tätig sind, verbessern sollte.

Ende