



## Quartalsbericht Q 3 / 2009

Presse-Telefonkonferenz, Donnerstag, 22. Oktober 2009, 10.00 Uhr

---

### Statement Wolfgang Werner, Vorstandsvorsitzender

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserer Telefonkonferenz aus Anlass der Berichterstattung über das dritte Quartal 2009. Bevor sich Herr Gabel und ich wieder Ihren Fragen stellen, will ich in gewohnter Weise die wesentlichen Eckdaten dieses Zahlenwerks erläutern und um Themen ergänzen, die für Praktiker wichtig sind.

Schon vor einem Jahr hatte ich an dieser Stelle ausgeführt, worauf es uns in diesem, von der weltweiten Rezession geprägten Jahr besonders ankommt: nämlich auf die Sicherung von Ergebnis und Liquidität. Daran hat sich bis heute nichts geändert. Und daran wird sich zunächst auch nichts ändern.

Deshalb werden wir die bisher eingeleiteten Maßnahmen zur Stärkung der Liquidität, zur Senkung der Kosten und zur Erhöhung der Effizienz nicht nur zielgerichtet fortführen. Wir werden sie vielmehr einbetten in ein mittelfristiges Programm, das wir „Praktiker 2013“ genannt haben. In diesem Programm bauen wir auf den bisher erzielten Resultaten auf, vernetzen alle bestehenden „Baustellen“ und koordinieren die Weiterentwicklung unserer Prozesse und Strukturen. Zunächst bei Praktiker Deutschland, dann auch im Gesamtkonzern.

Die Weltwirtschaftskrise hat nicht nur negative Spuren hinterlassen. Sie hat im Praktiker Konzern auch eine Menge innovativer Ideen zur Umsatz- und Ergebnisentwicklung sowie zur Leistungssteigerung freigesetzt. Diese gilt es nun so zu strukturieren und nachhaltig weiter zu entwickeln, so dass wir am Ende gestärkt aus der Krise hervorgehen. Das ist die wesentliche Zielsetzung des Programms „Praktiker 2013“. Und ich bin sicher: Wir werden das schaffen. Nicht erst im Jahr 2013, sondern sukzessive schon viel früher.

#### **Operatives Ergebnis**

Heute interessiert aber natürlich vor allem, was wir im dritten Quartal geschafft haben. Lassen Sie mich zunächst auf die Ertragslage der Praktiker Gruppe eingehen. Auf ihr liegt unverändert der lange Schatten der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise. Der Praktiker Konzern hat im dritten Quartal ein EBITA in Höhe von 34,3 Millionen Euro erzielt und damit das Rekordergebnis des Vorjahres um gut 30 Prozent verfehlt. Der Rückgang hat sich jedoch gegenüber der Entwicklung des ersten Halbjahres deutlich abgeschwächt. Und dies, obwohl das operative Ergebnis durch negative Währungseffekte weiterhin stark verzerrt wird. Bei gleichbleibenden Wechselkursen hätten wir ein operatives Ergebnis von rund 40 Millionen Euro erreicht, nur 10 Millionen Euro weniger als vor einem Jahr – und übrigens genauso viel wie 2007.

Dabei muss man wissen: Der Ergebnismrückgang im dritten Quartal hängt ausschließlich mit der nach wie vor extrem schwierigen Situation in unseren ost- und südosteuropäischen Auslandsmärkten zusammen. Im Inland verbesserte sich die Ertragslage sowohl bei der

Vertriebslinie Praktiker als auch bei Max Bahr. Das EBITA in Deutschland nahm zwischen Juli und September gegenüber dem Vorjahr um nahezu 9 Prozent auf 18,2 Millionen Euro zu.

Was uns besonders freut, ist dass die Marke Praktiker nach dem bescheidenen ersten Halbjahr an dieser Verbesserung maßgeblichen Anteil hatte. Sie erhöhte ihren Ergebnisbeitrag im dritten Quartal gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum um knapp 12 Prozent auf 13 Millionen Euro. Max Bahr steuerte 5 Millionen Euro EBITA bei, was einem Zuwachs um 6,7 Prozent entspricht. Max Bahr hat sich damit das ganze Jahr über als ertragsstabil erwiesen. Das zeigt uns, wie richtig es ist, die Marke nicht nur erworben zu haben, sondern auch als Premium-Anbieter konsequent nach Marge zu führen.

Weshalb aber die gute Entwicklung bei Praktiker, wo doch das erste Halbjahr so deutlich unter dem vergleichbaren Vorjahresergebnis lag?

Der wesentliche Grund liegt darin, dass wir unsere Vorräte mittlerweile deutlich abgebaut haben. In den ersten sechs Monaten sind die Warenbestände noch zu hoch gewesen. Sie hatten Kapital gebunden, in diesem Fall zu viel Kapital. Um dem Problem beizukommen, hatten wir in den ersten sechs Monaten ein Feuerwerk von Marketingaktionen gezündet, oder anders ausgedrückt, mehr Preiszugeständnisse gemacht als uns selbst lieb gewesen ist. Das hat maßgeblich dazu beigetragen, die Vorräte abzubauen, zwangsläufig aber auch die Rohertragsmarge und den operativen Gewinn im ersten Halbjahr beeinträchtigt.

Jetzt profitieren wir davon. Da der Druck vom Kessel genommen ist, können wir uns wieder stärker auf Rohertragsmarge und Ertrag konzentrieren. Das Resultat dieser veränderten Ausgangslage zeigt sich im guten operativen Ergebnis des dritten Quartals.

Auf die missliche, von uns aber kaum zu beeinflussende Lage in unseren Auslandsmärkten habe ich schon hingewiesen. Auch dort konnten wir an vielen Stellschrauben Effizienz und Effektivität verbessern, also auch Kosten sparen. Doch ließen sich dadurch die Auswirkungen der nach wie vor hohen Umsatzeinbußen nicht wettmachen. Deshalb halbierte sich das EBITA des internationalen Geschäfts im dritten Quartal 2009 gegenüber Vorjahr und erreichte nur noch 16,1 Millionen Euro. Das lag zum einen an dem bereits erwähnten Währungsverfall in Praktiker-Ländern außerhalb der Euro-Zone: Bei unveränderten Wechselkursen wäre der operative Ergebnisbeitrag des Segments International auch in den letzten drei Monaten um 5,1 Millionen Euro höher ausgefallen.

Zum anderen lag das an dem konjunkturell bedingt hohen Rückgang der Umsatzerlöse, der wieder zweistellig ausgefallen ist. Genau gesagt, ist der Umsatz im dritten Quartal um 15,5 Prozent auf 304,5 Millionen Euro zurück gegangen. Flächenbereinigt betrug der Rückgang sogar 18,9 Prozent. Das sind im Vergleich zum zweiten Quartal nur ganz leicht verbesserte Werte. Aber dennoch sind sie vielleicht ein Anhaltspunkt dafür, dass der Tiefpunkt der Rezession in Ost- und Südosteuropa inzwischen erreicht ist und Licht am Ende des Tunnels sichtbar wird.

## **Umsatz**

Wie dem auch sei: Die Geschäftsentwicklung im Ausland drückte natürlich auf den Konzernumsatz. Der betrug im dritten Quartal 968 Millionen Euro. Das sind 4,8 Prozent weniger als im Vorjahr. Auch hier wird wieder deutlich, wie stark sich die Wechselkursänderungen im laufenden Geschäftsjahr in unseren Rechenwerken niedergeschlagen haben. Denn währungsbereinigt ist der Umsatz lediglich um 0,8 Prozent gesunken.

Soweit die schlechten Nachrichten. Nun die gute: Auf dem hart umkämpften deutschen Markt hat der Praktiker Konzern gegenüber dem Vorjahr – wie schon im zweiten Quartal –

abermals zugelegt. Dabei steigerten die beiden Hauptvertriebslinien Praktiker und Max Bahr ihre Umsatzerlöse jeweils um 1,3 Prozent. Insgesamt erreichte der Umsatz in Deutschland von Juli bis September 663,5 Millionen Euro. Bemerkenswert auch hier das Abschneiden der Marke Praktiker. Denn der leichte Umsatzzuwachs wurde erzielt, obwohl die Zahl der Rabattaktionen im dritten Quartal deutlich zurück genommen wurde.

Wir ersehen daraus, dass das Gesamtpaket Praktiker stimmt, die Wechselwirkung zwischen Umsatzentwicklung und Ergebnisbeitrag inzwischen sehr viel moderater ausfällt als noch vor Jahresfrist. Und auch im Marketing sind wir inzwischen breit aufgestellt. Praktiker steht weiter für aggressive Preisaktionen, aber eben nicht nur dafür. Mit der Kampagne „Ärmel hoch“ ist es gelungen, in der Kundenwahrnehmung ein sehr viel differenzierteres Bild der Preisführerschaft der Marke Praktiker zu verankern. Das hat uns auch 2009 – nun schon zum dritten Mal hintereinander – beim Kundenmonitor Deutschland den ersten Platz in der Disziplin „Preise im Vergleich zum Wettbewerb“ eingebracht. Das zeigt doch, dass sich zwei dem Wesen nach divergierende Ziele durchaus in eine vernünftige Balance bringen lassen: Liquiditäts- und Ergebnissicherung einerseits, Stimulation und Verstetigung der Umsatzerlöse andererseits.

Apropos Liquiditätssicherung: Auch hier haben wir unser Klassenziel erreicht. Die liquiden Mittel des Konzerns lagen zum 30. September 2009 bei gut 294 Millionen Euro. Das waren rund 60 Millionen Euro mehr als Ende 2008. Verbessert haben sich gleichzeitig sowohl die Netto-Finanzposition als auch das net working capital. Näheres dazu kann Ihnen gern der Kollege Ghabel erklären, unser Herr der Zahlen.

## **Fazit und Ausblick**

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich möchte damit zum letzten Teil meiner Ausführungen kommen, zum Fazit und Ausblick:

1. Der Praktiker Konzern hat sich im Jahresverlauf 2009 in einem anhaltend schwierigen Marktumfeld bisher insgesamt gut behauptet. Wir bleiben daher bei unserer bisherigen Erwartung und rechnen für das Gesamtjahr mit einem moderat rückläufigen Umsatz und einem angemessenen, positiven EBITA.
2. Im Inland konnten Umsatz und Ertrag im dritten Quartal gesteigert werden. Daran hat die Marke Praktiker großen Anteil, weil sie den Spagat zwischen angemessener Margenpflege und aggressiver Preispolitik immer besser schafft.
3. Das auf Ost- und Südosteuropa fokussierte Auslandsgeschäft leidet nach wie vor stark unter den Auswirkungen der globalen Rezession. Und zwar in doppelter Hinsicht: Negative Wechselkurseffekte machen rund zwei Drittel der Umsatzverluste und fast 30 Prozent des Rückgangs beim operativen Ergebnis aus. Und der Konsum lahmt weitaus heftiger als in Deutschland.
4. Kurzfristig wird sich an dieser Gemengelage wenig ändern, längerfristig mehren sich die Anzeichen für eine fortschreitende Erholung der Konjunktur – in Deutschland schon 2010, in unseren Auslandsmärkten eher später.

Meine Damen und Herren,

konjunktureller Aufschwung, verbunden mit anhaltend niedriger Inflationsrate und allenfalls moderat steigenden Arbeitslosenzahlen, ist auch für den Praktiker Konzern die beste Ausgangsbasis für die Rückkehr in die Erfolgsspur, also für weiteres profitables Wachstum. Auch und gerade im Ausland, wo das enorme Marktpotential durch die vorübergehende Depression ja nicht verschüttet wird. Deshalb haben wir das Tempo unserer Expansion zwar

gedrosselt, die Erweiterung unseres Standortnetzes aber fortgesetzt – wie wir nächste Woche bei der Eröffnung des ersten großflächigen Baumarktes in Albanien wieder erfahren werden. Dieser Markteintritt in ein neues, vom Wettbewerb bisher unerschlossenes Schwellenland ist ein Zeichen gegen die Depression. Und er versetzt uns in die Lage, nach dem Ende der Krise aus einer verbesserten Ausgangsposition heraus die dominierende Stellung der Marke Praktiker in dieser Region weiter auszubauen. Albanien ist hierfür auch symbolisch der geeignete Startblock: Es ist nämlich eines der ganz wenigen Länder der Welt, das im Krisenjahr 2009 noch Wirtschaftswachstum aufweist.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und bitte nun um Ihre Fragen.