



Halbjahresfinanzbericht und Quartalsbericht 2 / 2010 Presse-Telefonkonferenz, Donnerstag, 22. Juli 2010, 09.00 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 2010.

Der Bericht, der auch Rechenschaft ablegt über das gesamte erste Halbjahr, liegt Ihnen ja vor. Ich gehe davon aus, Sie hatten trotz des früheren Beginns dieser Konferenz schon Zeit, in das Zahlenwerk Einsicht zu nehmen. Daraus konnten Sie ersehen: Umsatz und Ertrag sind zwar hinter unseren Erwartungen zurück geblieben. Im Ausland aber ist im Vergleich zum Vorjahr eine Verbesserung deutlich spürbar, wie ich Ihnen gleich noch erläutern werde. Und im Inland zeigte sich, dass wir mit der im ersten Halbjahr eingeleiteten Neuausrichtung unserer Vermarktungsstrategie, mit konsequenter Kostenkontrolle und Effizienzsteigerung auf dem richtigen Weg sind. Die Umsatzerlöse sind hier zwar in Folge des bis in den Frühsommer hinein reichenden Schmuddelwetters abermals zurückgegangen. Durch die Verbesserung der Rohertragsmarge, die wir für 2010 zur ersten Priorität gemacht haben, konnte die Entwicklung des operativen Ergebnisses in Deutschland aber stabilisiert werden. Und seit im Juni der Sommer endlich Einzug gehalten hat, drehen im Inland und im Ausland auch die Umsätze wieder ins Plus.

Dennoch können wir mit der bisherigen Entwicklung des Geschäftsjahres nicht zufrieden sein. Umso notwendiger ist, dass wir die Transformation unseres Konzerns, die wir mit dem Programmtitel „Praktiker 2013“ überschrieben haben, konsequent vorantreiben. Dann werden wir auch Schritt für Schritt zurück in die Erfolgsspur kommen. Wo wir zurzeit stehen, will ich Ihnen im zweiten Teil meiner Ausführungen näher erläutern.

Doch zunächst zu den Zahlen, über die wir heute zu berichten haben. Der Konzernumsatz ist im zweiten Quartal mit 1,039 Milliarden Euro um 5,6 Prozent hinter dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum zurückgeblieben. Schlecht gelaufen sind vor allem die Monate April und Mai, in denen üblicher Weise das Gartengeschäft boomt. Das Wetter war mies und die Kauflaune der Kunden nicht minder. Das galt nicht nur für uns, sondern, nach allem was man weiß, für die gesamte Branche.

In Deutschland nahm der Umsatz um 7,2 Prozent ab. Max Bahr erlöste 4,2 Prozent weniger als im Vorjahr, Praktiker 8,4 Prozent. Hier wirkte sich – neben den Wetterkapriolen – auch die gegenüber dem Vorjahr halbierte Zahl der 20-Prozent-Rabatttage aus. Diese Maßnahme ist Teil einer umfassenden Neuausrichtung unserer Marketingstrategie, die temporäre Umsatzeinbußen bewusst in Kauf nimmt, um die Rohertragsmarge zu verbessern. Das ist uns im zweiten Quartal gelungen. Denn der Rückgang beim Umsatz wurde soweit kompensiert, dass Praktiker Deutschland einen Ergebnisbeitrag von 32,2 Millionen Euro leisten konnte. Dieser liegt nur um eine Million Euro – oder 2,9 Prozent – unter dem des zweiten Quartals 2009. Max Bahr steuerte mit 19 Millionen Euro genauso viel zum operativen Konzernergebnis bei wie im Vorjahr. Insgesamt erwirtschafteten wir in Deutschland im Berichtszeitraum somit ein EBITA in Höhe von 52,3 Millionen Euro.

Dieser Betrag entspricht fast 1:1 dem EBITA des Gesamtkonzerns. Das heißt, Deutschland war im zweiten Quartal der alleinige Ergebnisbringer im Konzern. Das Auslandsgeschäft schaffte – nach starken Verlusten im ersten Quartal – nur eine „rote Null“. Das liegt zum einen daran, dass die erwähnte Verbesserung unseres internationalen Marktumfeldes nur langsam fortschreitet. So lag der Quartalsumsatz mit 282,5 Millionen Euro zwar auf Vorjahreshöhe, flächenbereinigt steht davor aber noch ein Minus von 5,8 Prozent. Zum anderen hat dies mit kartellrechtlichen Risiken in Polen zu tun. Dadurch wurde eine Rückstellung in Höhe von 9,5 Millionen Euro notwendig. Unser Widerspruch gegen den Bußgeldbescheid, über den wir Sie im Mai ad hoc unterrichtet hatten, läuft, Vorsorge treffen mussten wir trotzdem. Ohne diese Rückstellung hätten wir international also ein EBITA von 9,4 Millionen Euro ausweisen können.

Gleichwohl sehen wir dem zweiten Halbjahr mit Optimismus entgegen. Denn die wirtschaftliche Lage in unseren Auslandsmärkten ist, trotz einiger Restrisiken, auf dem Weg der Besserung. Ich nenne hier besonders die Ukraine, in der das Geschäft im zweiten Quartal ganz stark anzog und die Umsätze auf vergleichbarer Fläche um rund 23 Prozent zunahm. Auch Bulgarien und Rumänien zeigen im zweiten Quartal eine deutlich bessere Umsatzentwicklung als noch im ersten, in Polen und in der Türkei hält der positive Trend der Vormonate unvermindert an. Nur Griechenland schwächelte unter dem Druck des von der Regierung eingeschlagenen rigorosen Sparkurses. Ob die leichte Verbesserung der Umsatzzahlen, die auch in diesem wichtigen Auslandsmarkt im Juni erkennbar war, eine nachhaltige Trendwende einzuleiten vermag, bleibt abzuwarten. Sicher ist aber: Horrorszenarien, wie sie hier und da für möglich gehalten worden sind, sind auch in Griechenland ausgeblieben. Und ich denke, das wird so bleiben.

Wir sehen also: Es mehren sich die Signale, die auf eine Wende zum Positiven hindeuten. Diese Signale nehmen wir zur Kenntnis, wir überbewerten sie aber nicht. Dennoch begründen sie die Erwartung, dass sich die Umsatzentwicklung unseres internationalen Geschäfts im zweiten Halbjahr positiver entwickeln wird. In Deutschland dagegen dürfte auch in der zweiten Jahreshälfte der Umsatz eher rückläufig sein – vor allem deshalb, weil wir bei Praktiker unsere Rabattaktionen weiter reduzieren wollen. Unterm Strich werden wir

daher auf Konzernebene im gesamten Geschäftsjahr 2010 wohl einen Umsatzrückgang im niedrigen einstelligen Prozentbereich hinzunehmen haben.

Was das operative Ergebnis betrifft, bleiben wir aber zuversichtlich: Beim EBITA sollte sich 2010 eine deutliche Steigerung gegenüber dem Vorjahr einstellen. Ich füge allerdings gleich hinzu, dass diese Prognose, die wir so erstmals auf unserer Bilanzpressekonferenz am 26. März formuliert hatten, vor Sondereffekten gilt. Das heißt: Die jetzt erfolgte Rückstellung wegen der kartellrechtlichen Risiken in Polen ist ebenso außen vor wie alle ergebniswirksamen Effekte, die aus der Programmarbeit „Praktiker 2013“ resultieren.

Meine Damen und Herren,

damit sind wir auch schon beim Thema „Praktiker 2013“. Wie Sie wissen, haben wir im Herbst 2009 ein umfassendes Transformationsprogramm auf den Weg gebracht. Sein Anspruch ist klar definiert und terminiert. Er lautet: Bis zum Jahr 2013 wollen wir den Praktiker Konzern zurück zur alten Ertragsstärke bringen. Das heißt, die EBITA-Marge soll dann bei Praktiker in Deutschland eine Drei vor dem Komma haben, bei Max Bahr mindestens eine Vier und im Auslandsgeschäft wieder eine Sechs. Was das in absoluten Zahlen heißt, wie sich Aufwendungen und Erträge über die Zeit verteilen oder gar im laufenden Geschäftsjahr schon wirksam werden, lässt sich frühestens im Laufe des zweiten Halbjahres 2010 ansatzweise quantifizieren. Heute geht das aus zwei Gründen noch nicht:

Erstens ist die eigentliche Programmarbeit nach dem systematischen Aufbau der Projektlandschaft erst im Frühjahr bei Praktiker Deutschland angelaufen, dann zeitversetzt auf Max Bahr beziehungsweise die Auslandsgesellschaften ausgedehnt worden.

Zweitens liegt in diesem Jahr der Fokus zunächst auf der Sammlung von Ideen, die in zahlreichen Projektgruppen und Subprojektgruppen generiert, aber auch in einem intensiven Dialog mit den Führungskräften aller Ebenen, mit Mitarbeitern aller Unternehmensbereiche und mit den Arbeitnehmervertretern des Konzerns und seiner Teilgesellschaften erarbeitet werden. Allein in der ersten Hälfte 2010 sind so nahezu 170 große und kleine Ideen mit einem geschätzten EBITA-Potential von insgesamt rund 100 Millionen Euro erfasst worden, die es nun zu bewerten, zu entscheiden und umzusetzen gilt. Verstehen Sie mich bitte nicht falsch. Das heißt nicht, dass diese Ideen allesamt und in vollem Umfang realisierbar sind. Genau das gilt es jetzt in vielen Fällen noch eingehender zu analysieren. Andererseits heißt das aber auch nicht, dass damit das Potential an strategischen, operativen und strukturellen Verbesserungen erschöpft sein muss.

Lassen Sie mich einige Beispiele aus dem Maßnahmenkatalog nennen, die wir bei Praktiker Deutschland schon auf den Weg gebracht haben.

Da wäre etwa die Reform der Führungsstruktur in Vertrieb und Category Management. Sie hat zu schlankeren Strukturen, zu kürzeren Berichtswegen und zu einer insgesamt

effizienteren Organisation in der Zentrale und in der Fläche geführt. Und: Wir haben dauerhafte Kostensenkungen in beträchtlicher Höhe realisiert.

Dazu gehört eine Eigenmarkenstrategie, die erstmals auf den Namen Praktiker setzt. Anfang des Jahres haben wir im Gartensortiment damit begonnen, nach und nach setzen wir diese Strategie in anderen Sortimenten konsequent und mit höchsten Qualitätsansprüchen fort.

Dazu gehört die Umsetzung der neu definierten Zielpositionierung als „Preis-Leistungs-Führer“. Dies geschieht ganz aktuell in elf ausgewählten Konzeptmärkten, in denen sich für Mitarbeiter und Kunden der neue Praktiker manifestiert. Wenn Sie so wollen, wird hier unser bewährtes Easy-to-Shop-Konzept, das für den schnellen und bequemen Einkauf steht, fortentwickelt und qualitativ aufgeladen.

Mit einem standardisierten, erweiterten Dienstleistungsangebot, mit qualifizierter Beratung, mit einer Kunden-Info, die diesen Namen verdient, mit einem optimierten Marktinformationssystem und mit einer ganzen Palette von Garantieleistungen, die verlorenes Vertrauen beim Kunden zurückgewinnen und die Globalzufriedenheit mit der Marke Praktiker erhöhen soll. Zum Beispiel bieten wir hier ein zeitlich unbegrenztes Umtauschrecht für originalverpackte Ware mit Kassenbon. Wir garantieren dem Kunden, dass er jeden Werbeartikel kaufen oder bestellen kann und dass er, wenn dieser vergriffen sein sollte, einen höherwertigen Artikel zum selben Preis bekommt. Und wir verlängern die Herstellergarantie aller Geräte mit Stecker auf fünf Jahre. Kompromisslos, ohne wenn und aber. Wenn sich die Neuerungen in den Konzeptmärkten bewähren, werden wir sie im ersten Halbjahr 2011 auch flächendeckend umsetzen.

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit diesen wenigen Beispielen aus der konkreten Programmarbeit wollte ich Ihnen aufzeigen, dass wir alles auf den Prüfstand stellen, jeden Stein umdrehen und an ganz vielen Stellschrauben ansetzen, um zu den vorgegebenen Ergebniszielen zu kommen. Das Programm „Praktiker 2013“ zielt deshalb auch, aber nicht nur auf Kostensenkungen ab. Es ist ein langfristig angelegtes Effizienz- und Wertsteigerungsprogramm, das eine Transformation des gesamten Unternehmens mit sich bringen wird. Transformation heißt: Revitalisierung, Restrukturierung, Runderneuerung. Ich wiederhole, was ich dazu an anderer Stelle schon einmal gesagt habe: Bei der Optimierung der Kosten stehen vor allem schlankere Prozesse und effizientere Abläufe im Fokus des Programms. Und beim Thema Umsatz- und Ertragssteigerung geht es um nicht weniger als die strategische Neupositionierung unseres Unternehmens, insbesondere im Hinblick auf die Marke Praktiker in Deutschland.