



DVFA-Analystenkonferenz

30. September 2004
Frankfurt am Main

Roland Pelka

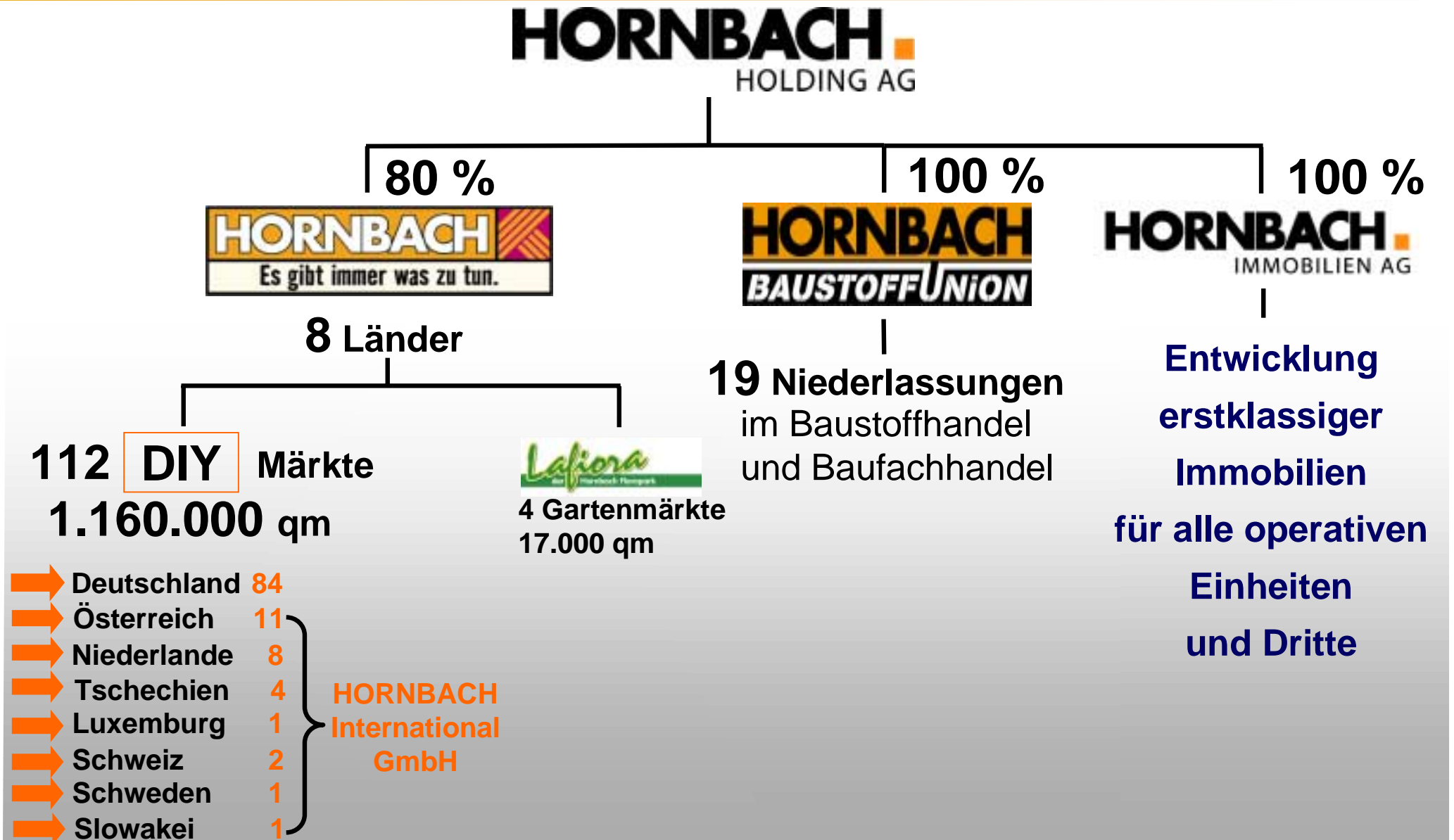
Finanzvorstand

DVFA-Analystenkonferenz
30. September 2004

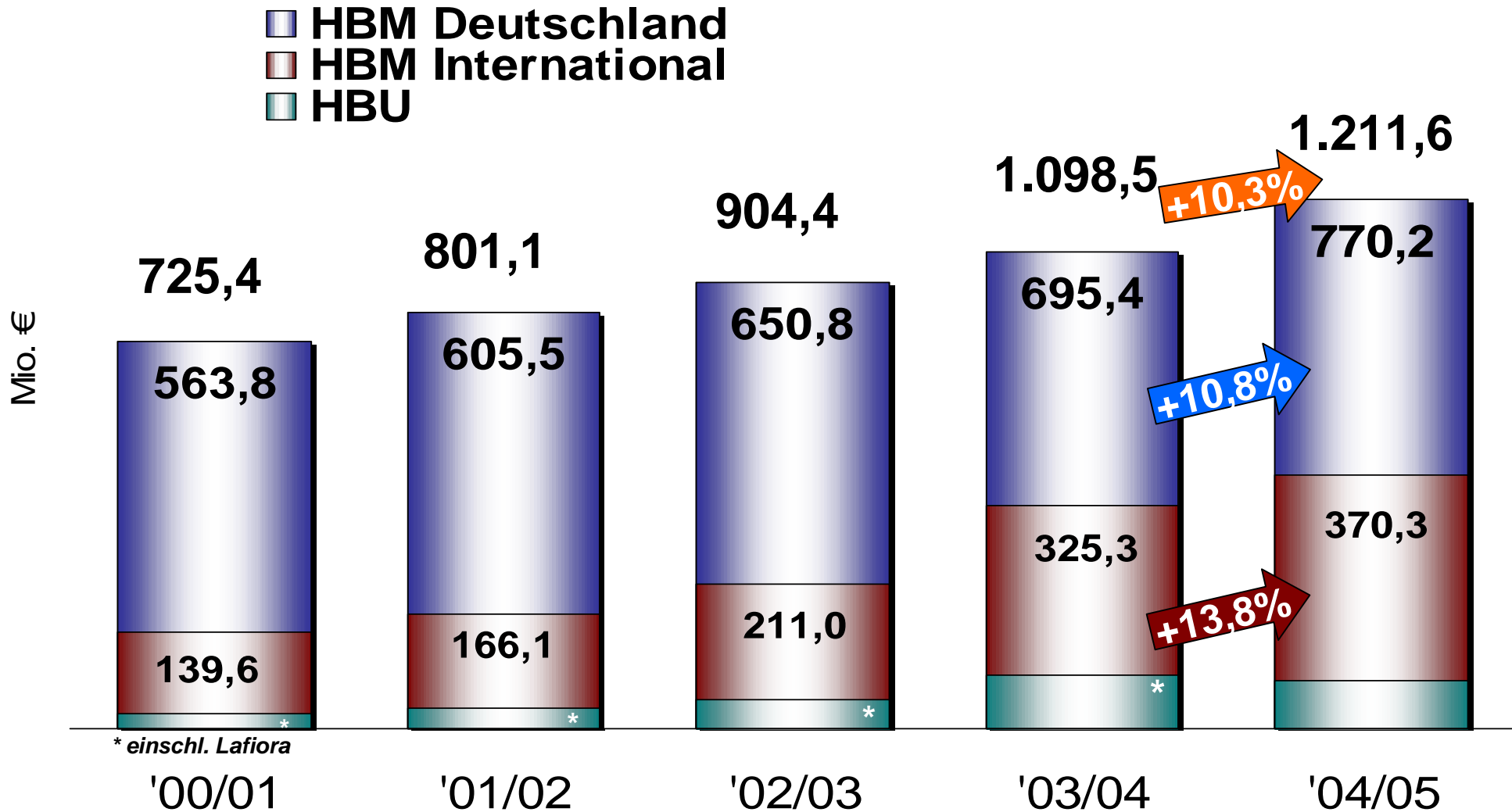
Geschäftsjahr 2004/2005

1. Halbjahr (März - August 2004)

Konzernaufbau zum 31. August 2004



Kontinuierliches Umsatzwachstum im HORNBACH-Konzern - 1. Halbjahr (Netto)

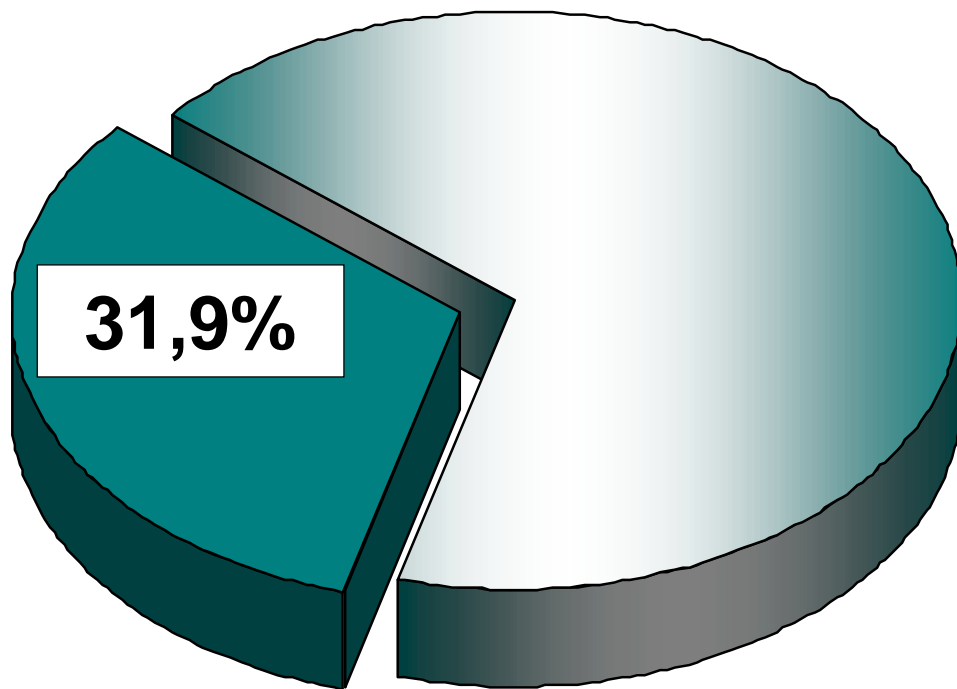


HBM: HORNBACH-Baumarkt-AG
HBU: HORNBACH Baustoff Union

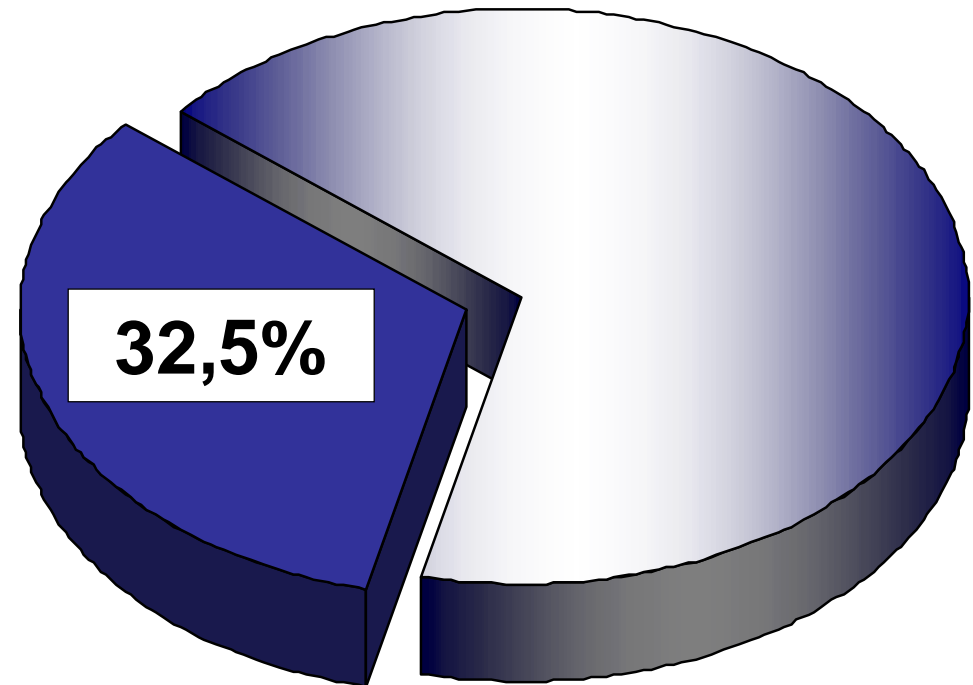
Auslandsanteil am Umsatz zum 31. August

■ Deutschland
■ Ausland

■ Deutschland
■ Ausland

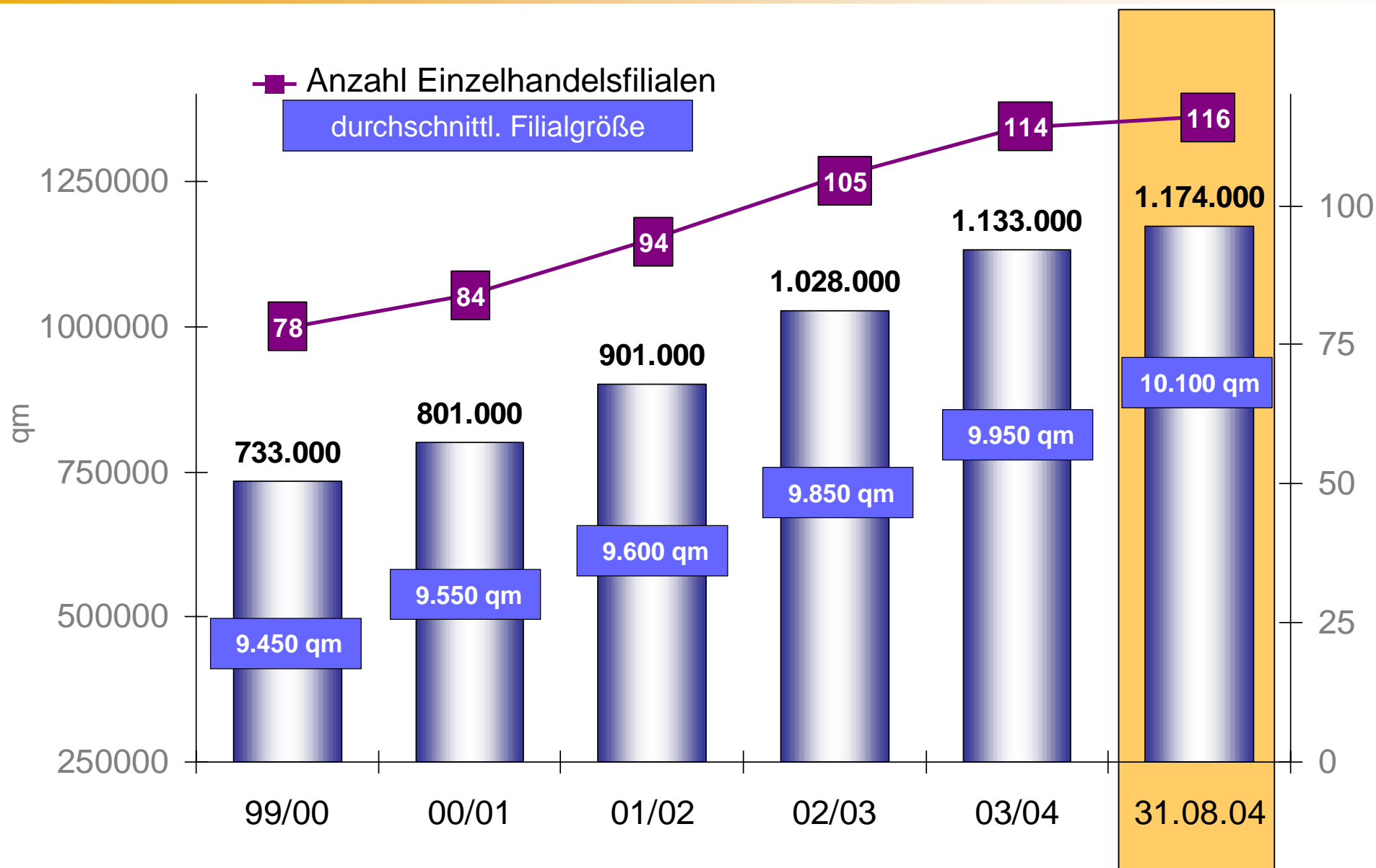


2003/04



2004/05

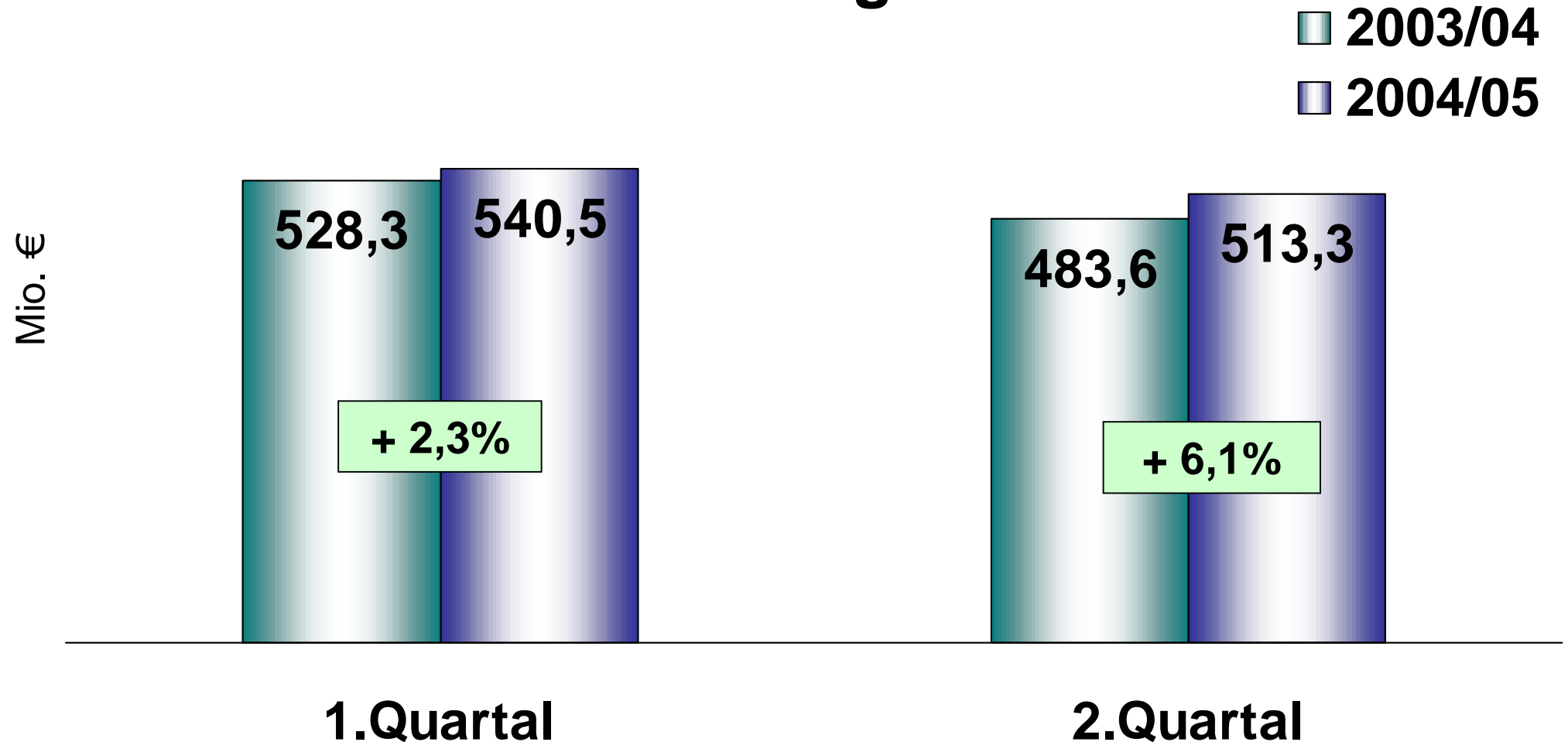
Wachstum der Einzelhandelsfilialen und Verkaufsflächen



Umsatzveränderung auf vergleichbarer Fläche

Rollierende Darstellung (Netto)

HORNBACH gesamt

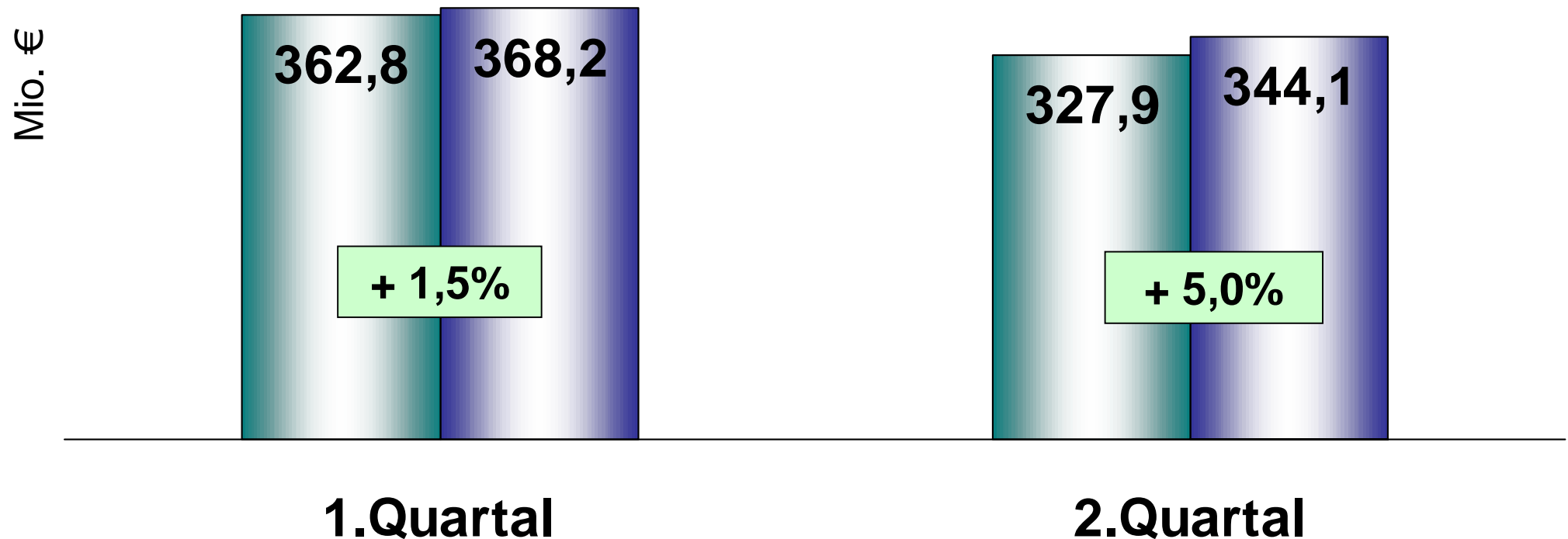


Umsatzveränderung auf vergleichbarer Fläche

Rollierende Darstellung (Netto)

Deutschland

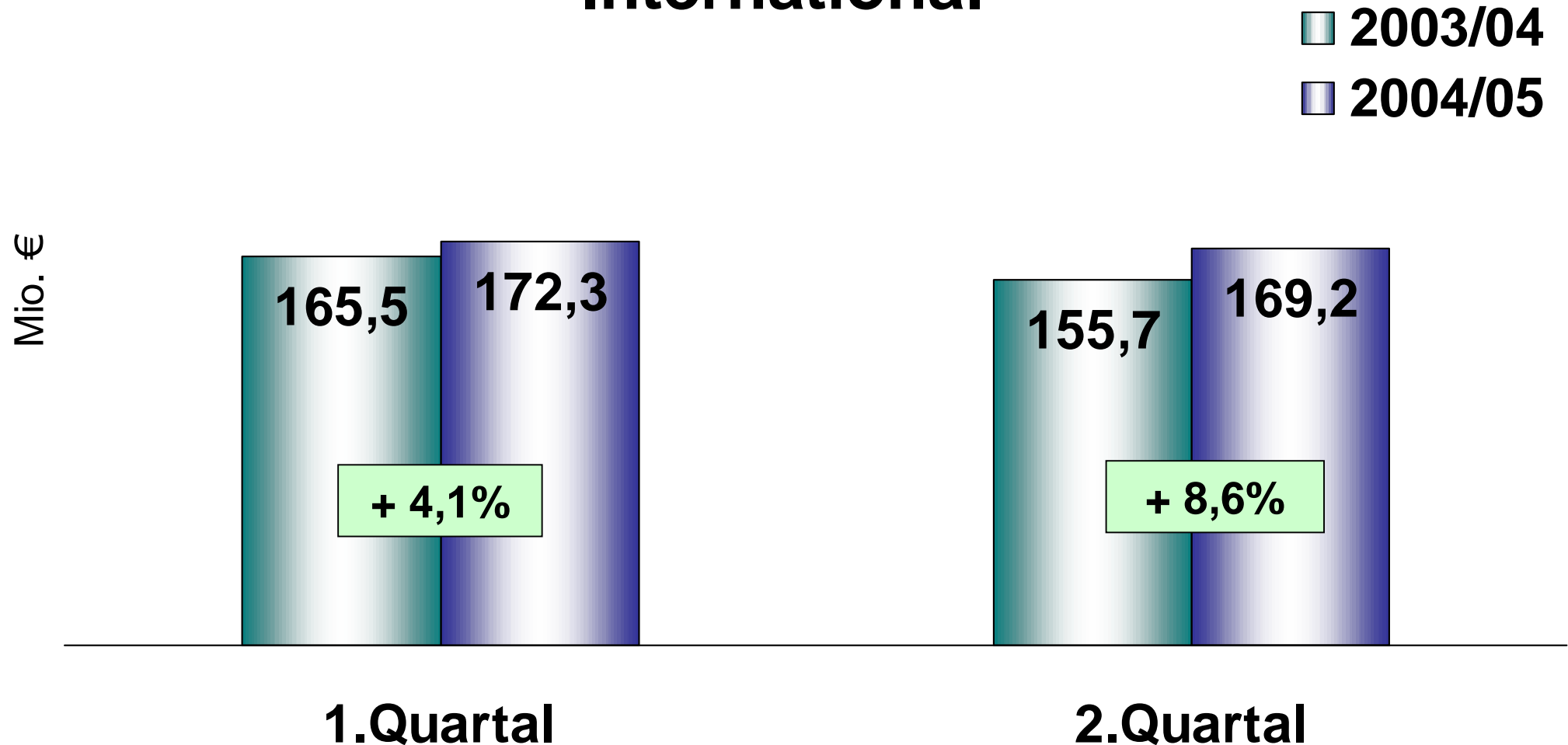
■ 2003/04
■ 2004/05



Umsatzveränderung auf vergleichbarer Fläche

Rollierende Darstellung (Netto)

International

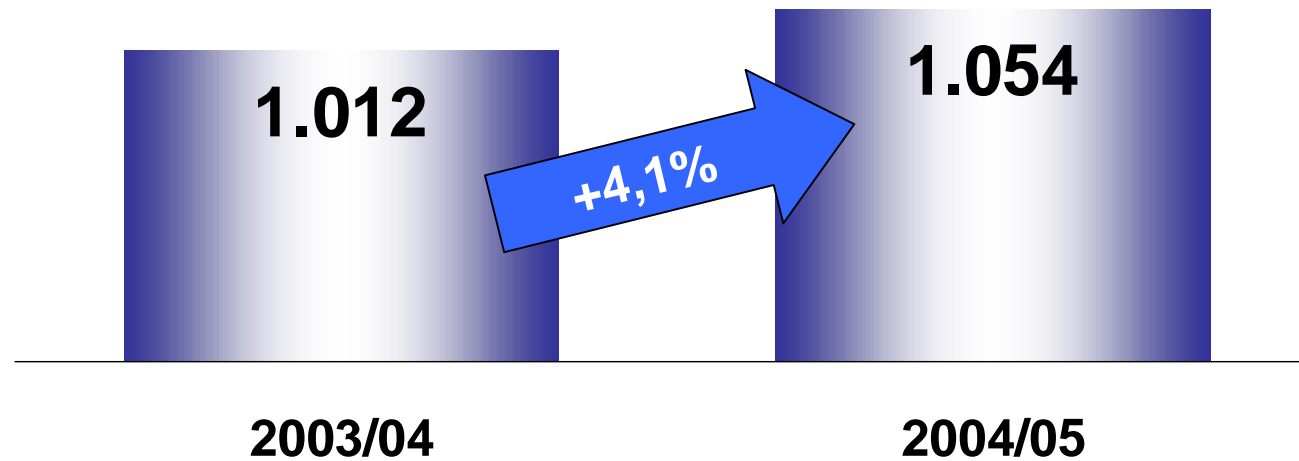


Umsatzveränderung auf vergleichbarer Fläche

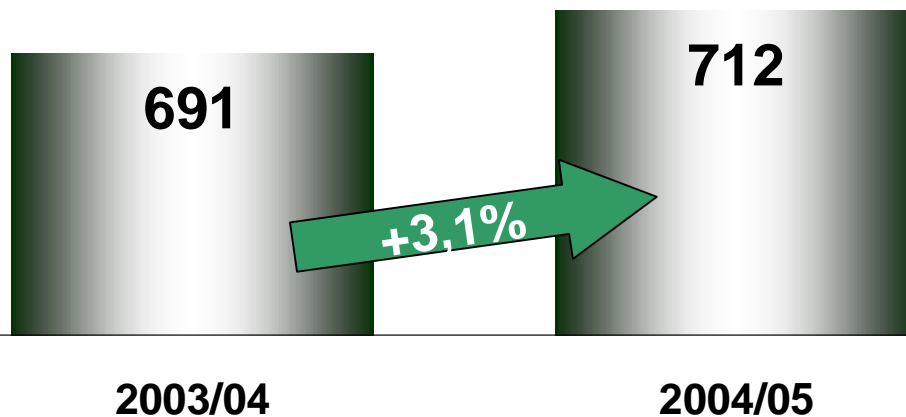
Rollierende Darstellung (Netto) - 1. Halbjahr

HORNBACH gesamt

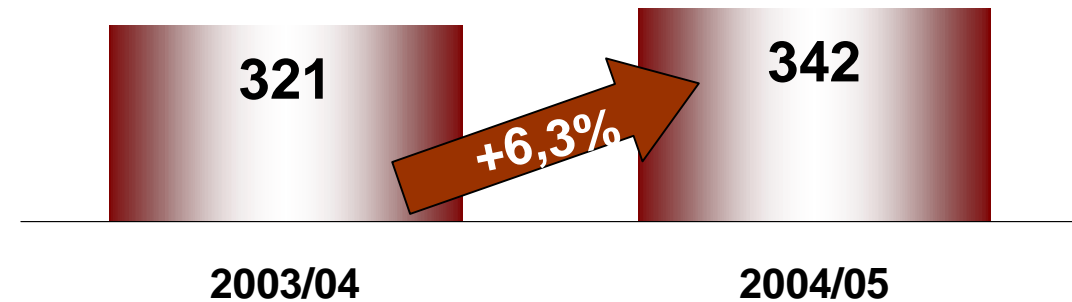
Mio. €



Deutschland

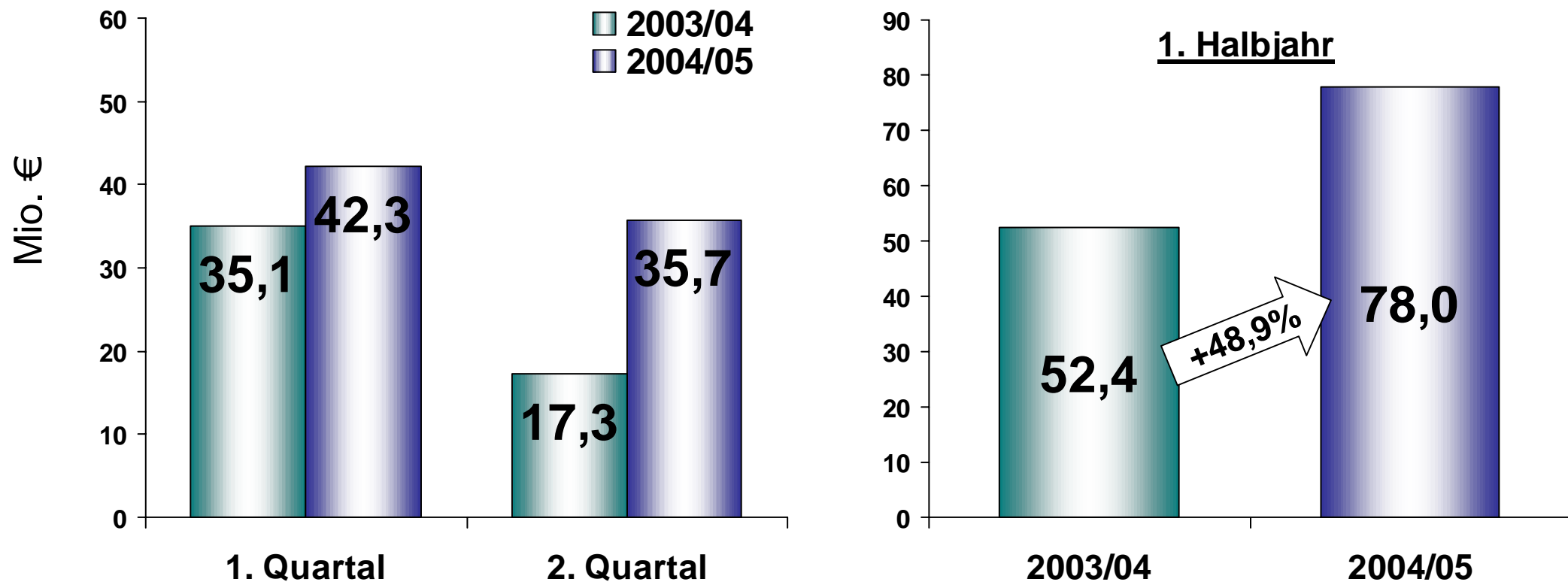


International



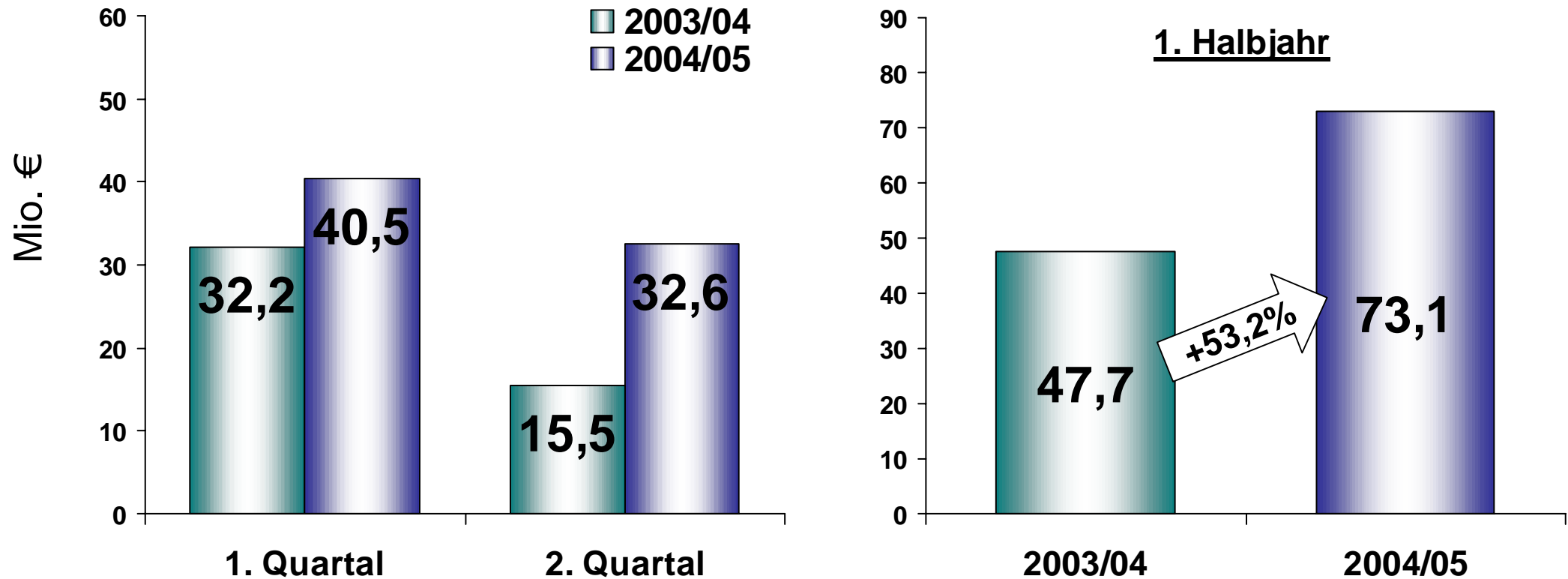
Konzernergebnis vor Steuern, a.o. Ergebnis und Minderheitsanteilen

HORNBACH-Konzern



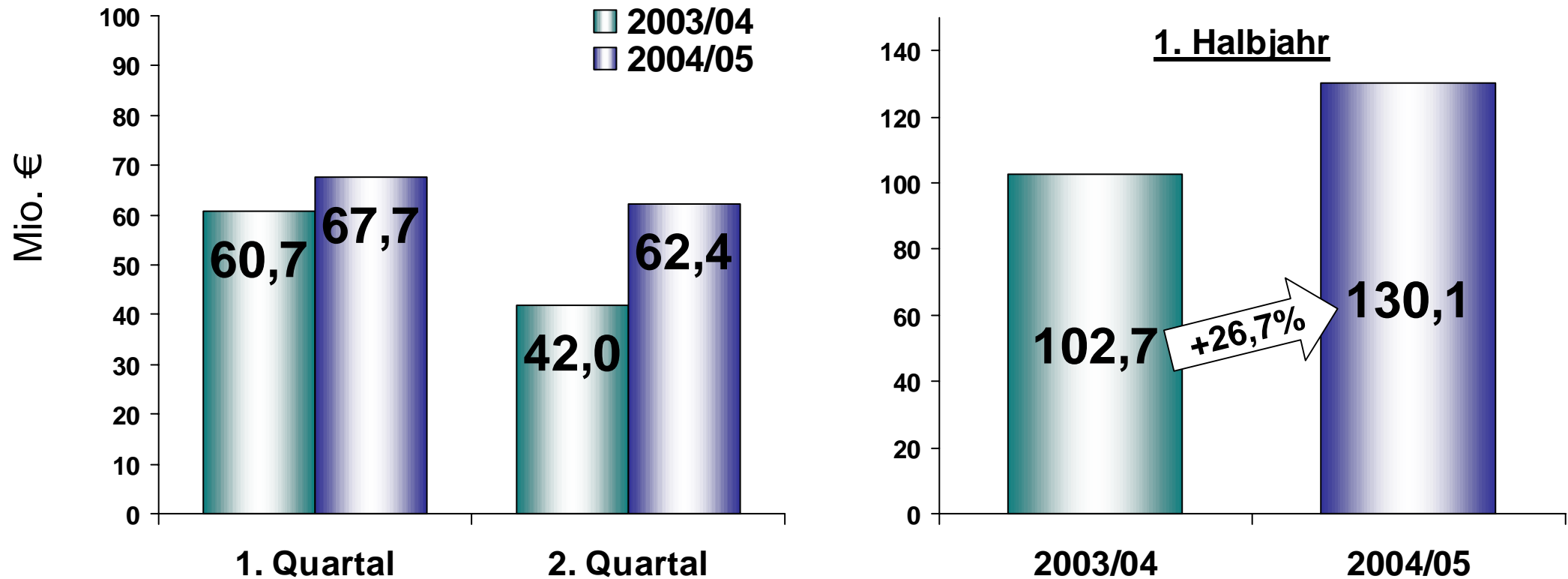
Konzernergebnis vor Steuern und a.o. Ergebnis

Teilkonzern HORNBACH-Baumarkt-AG



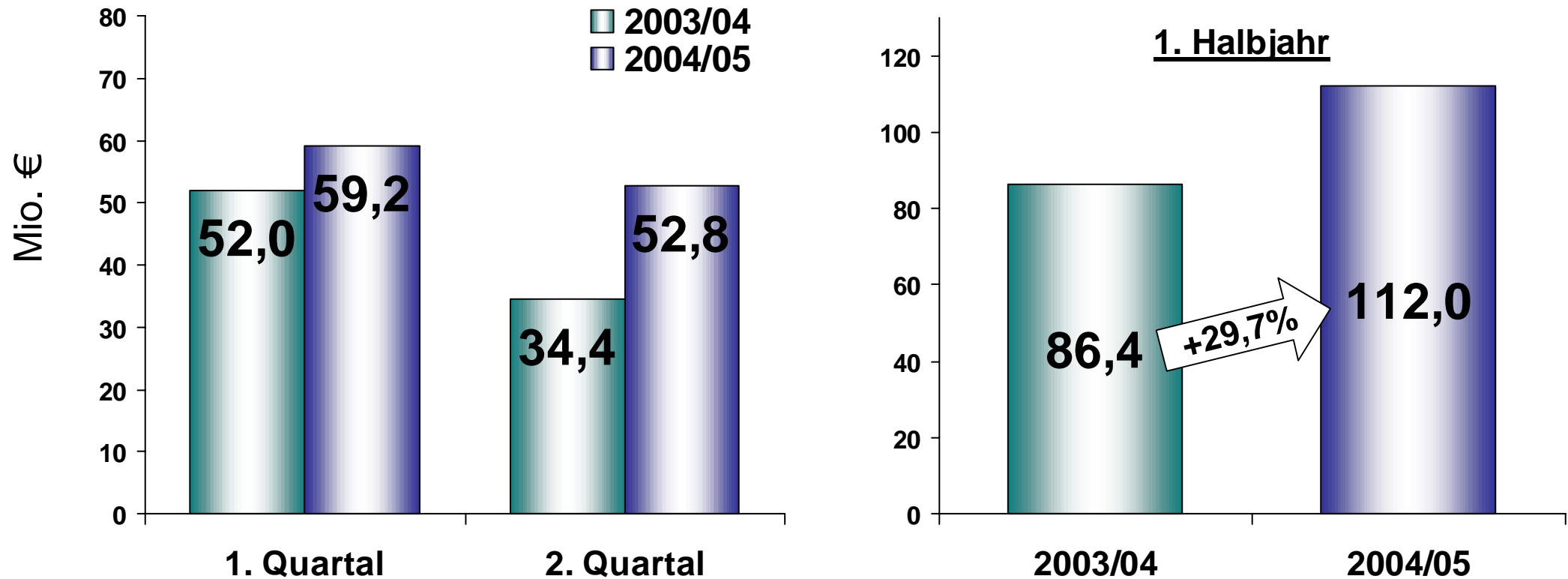
EBITDA

HORNBACH-Konzern



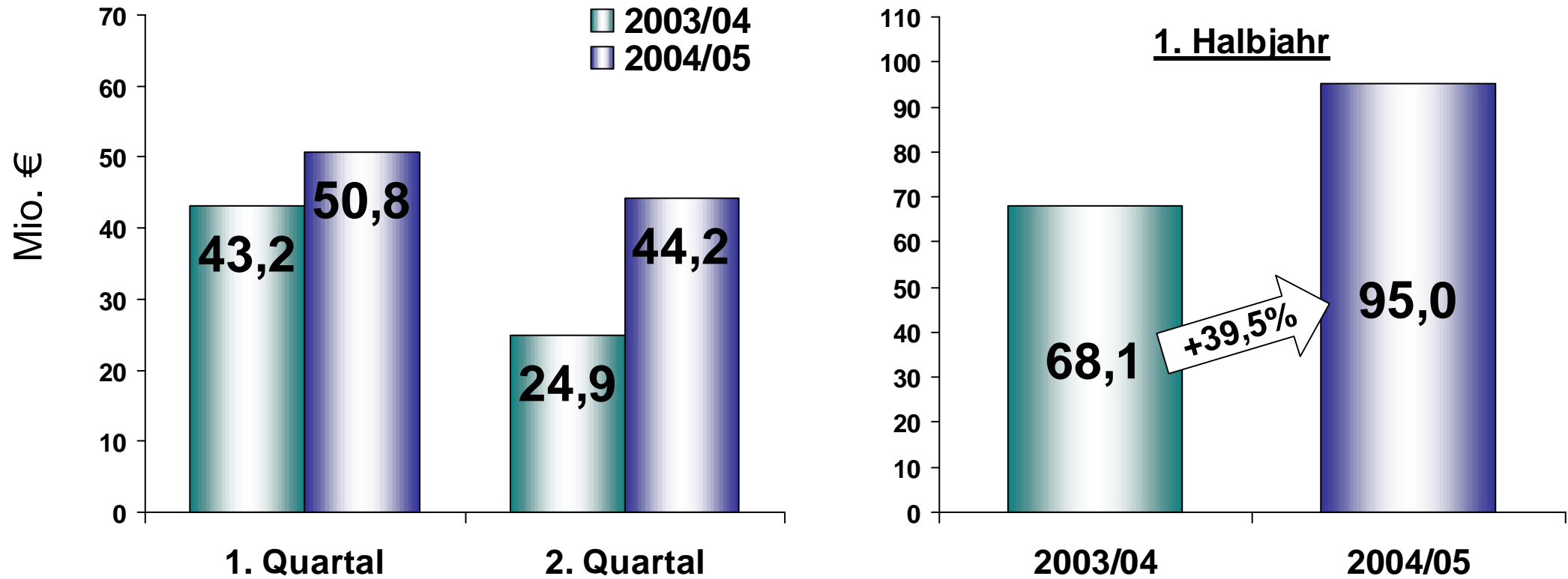
EBITDA

Teilkonzern HORNBACH-Baumarkt-AG



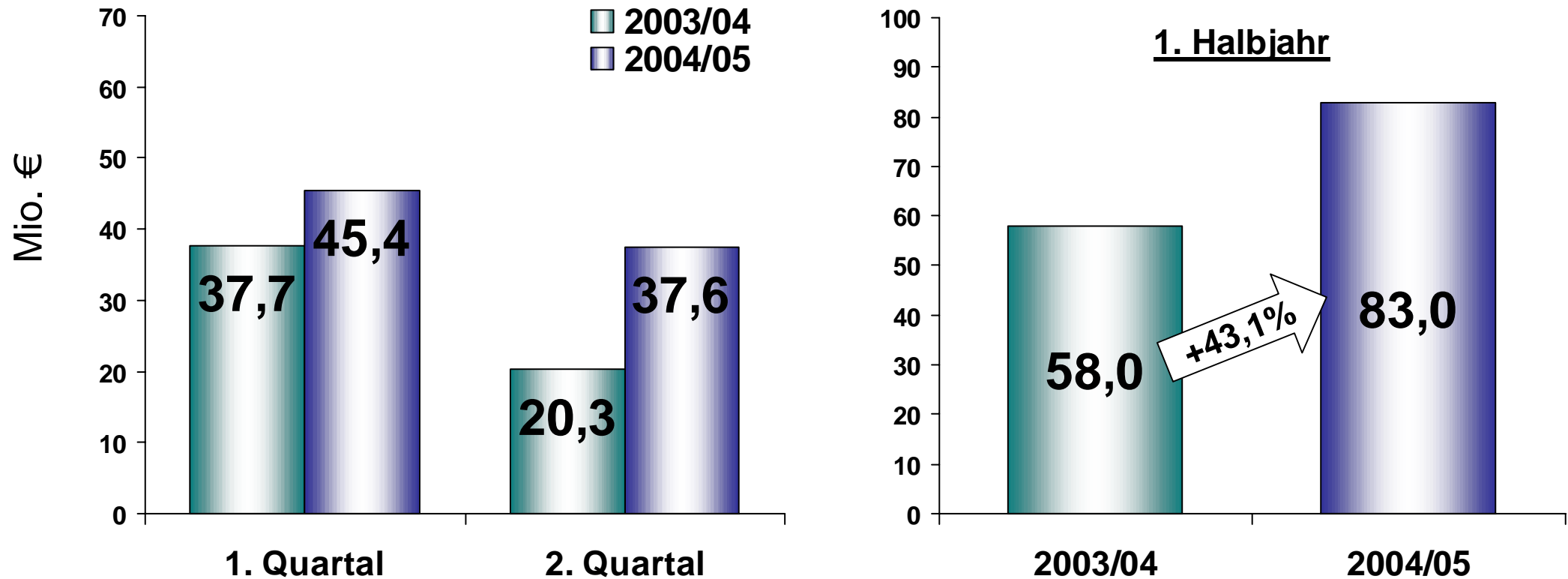
EBIT

HORNBACH-Konzern



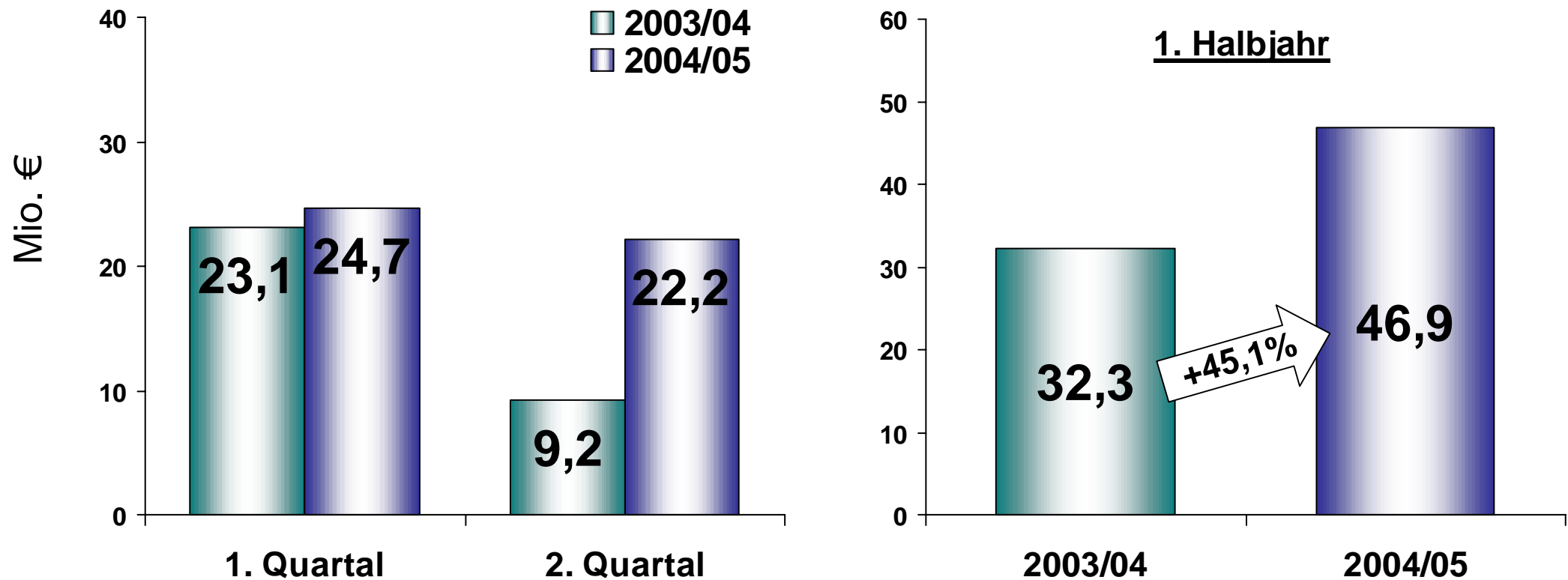
EBIT

Teilkonzern HORNBACH-Baumarkt-AG



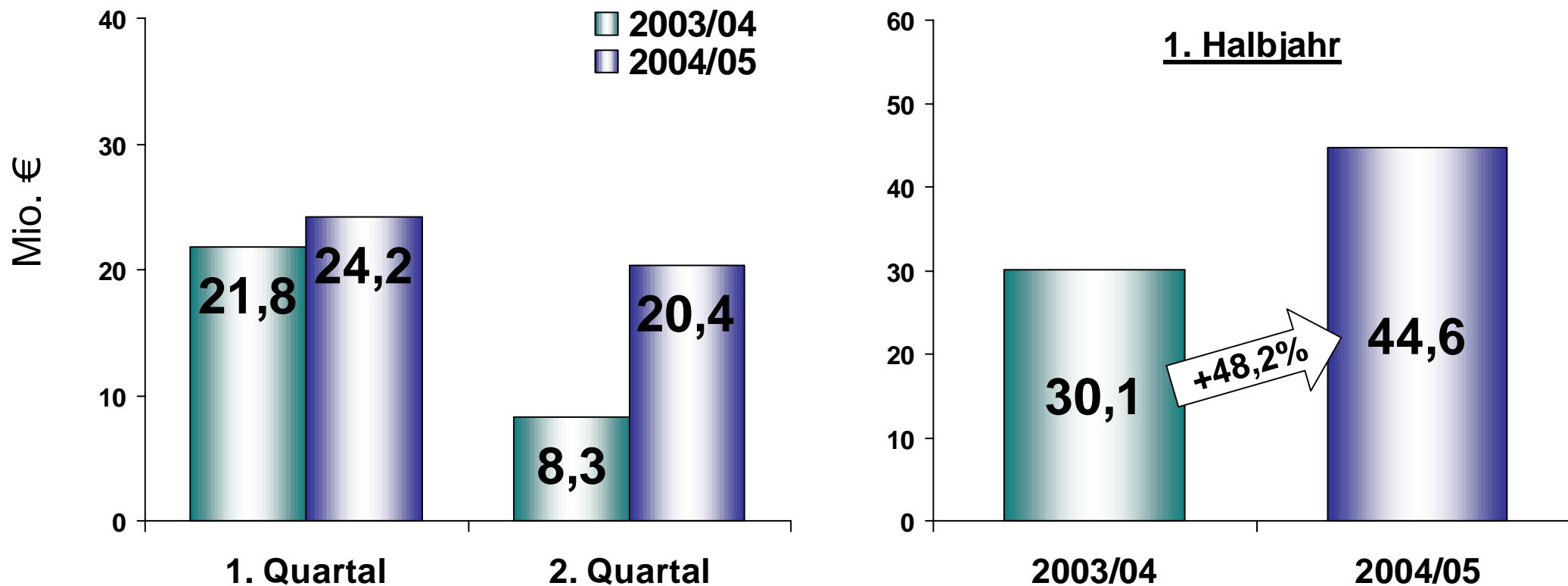
Jahresüberschuss vor Minderheitsanteilen

HORNBACH-Konzern



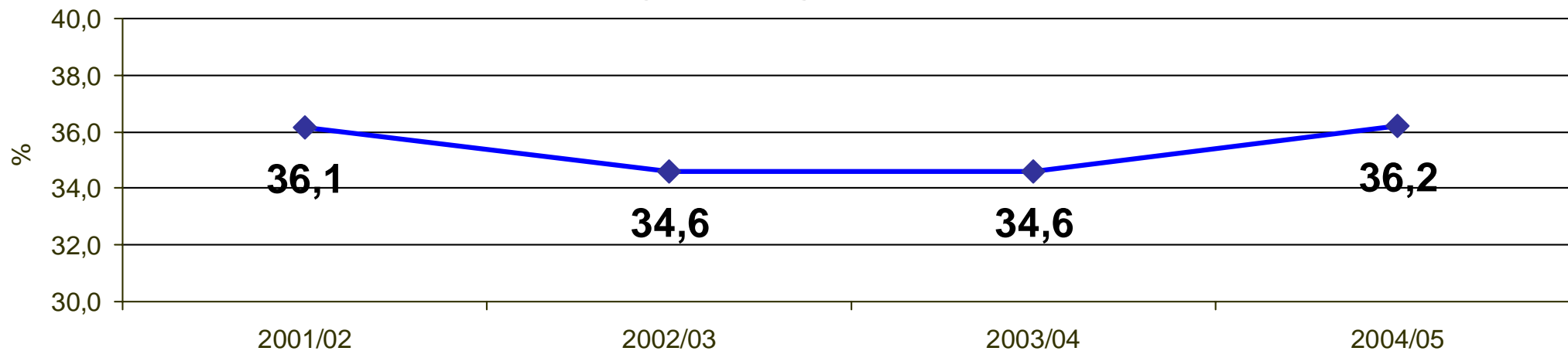
Jahresüberschuss

Teilkonzern HORNBACH-Baumarkt-AG

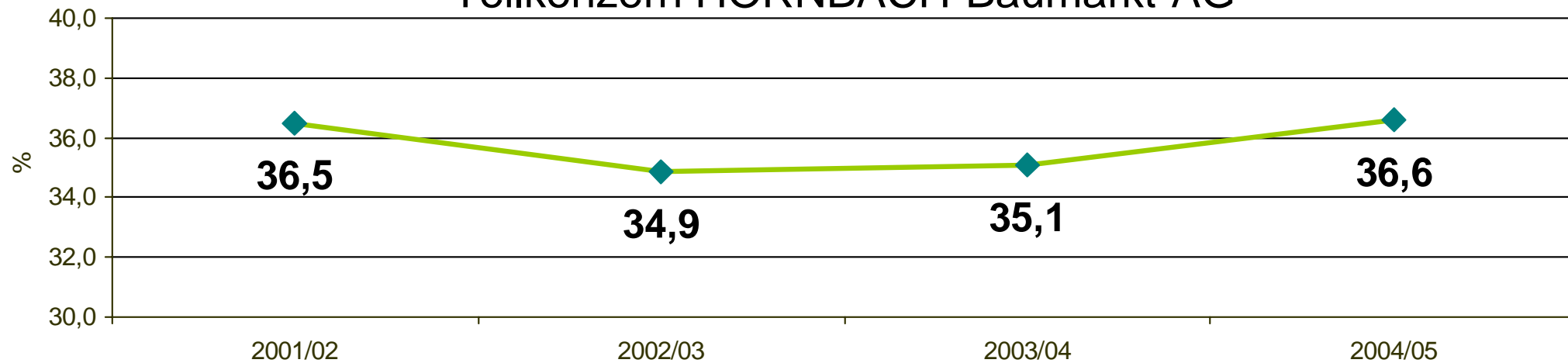


Handelsspanne - 1. Halbjahr

HORNBACH-Konzern

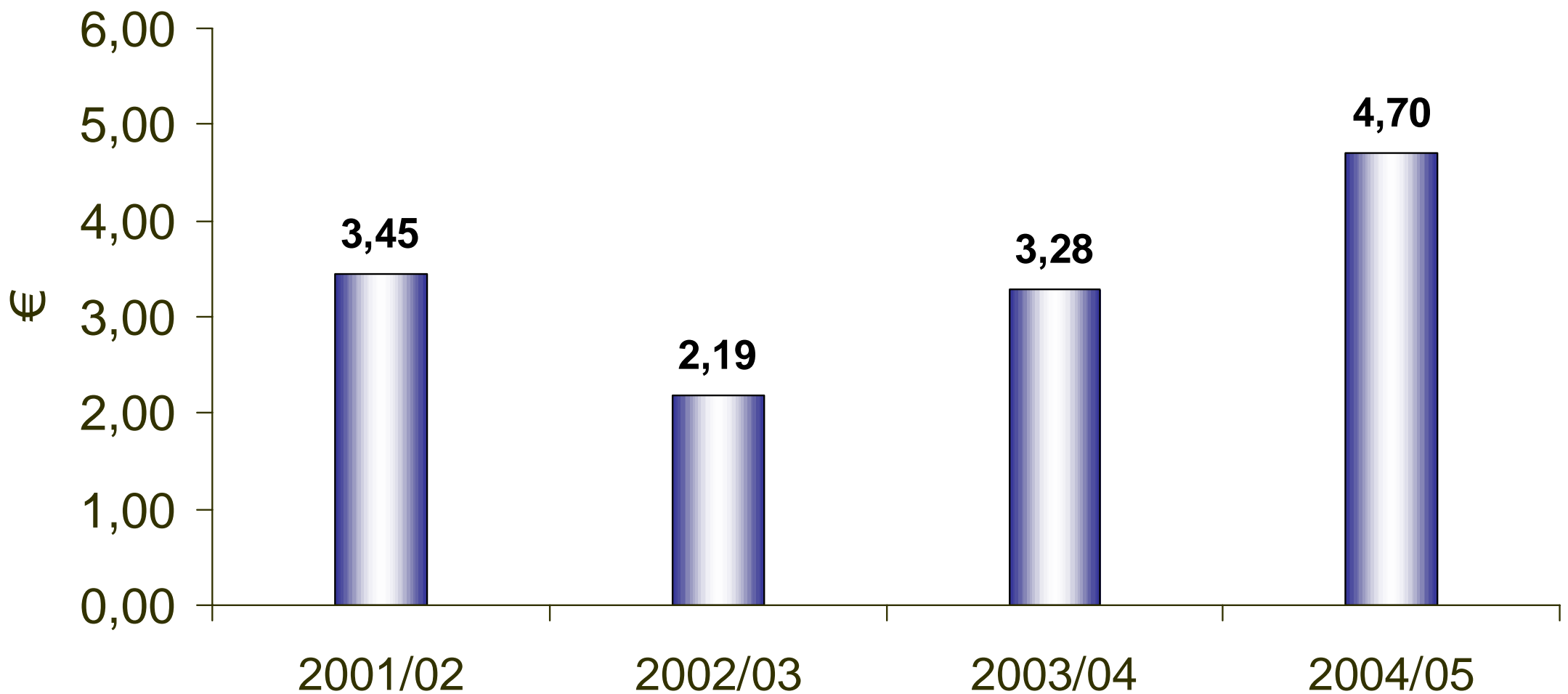


Teilkonzern HORNBACH-Baumarkt-AG



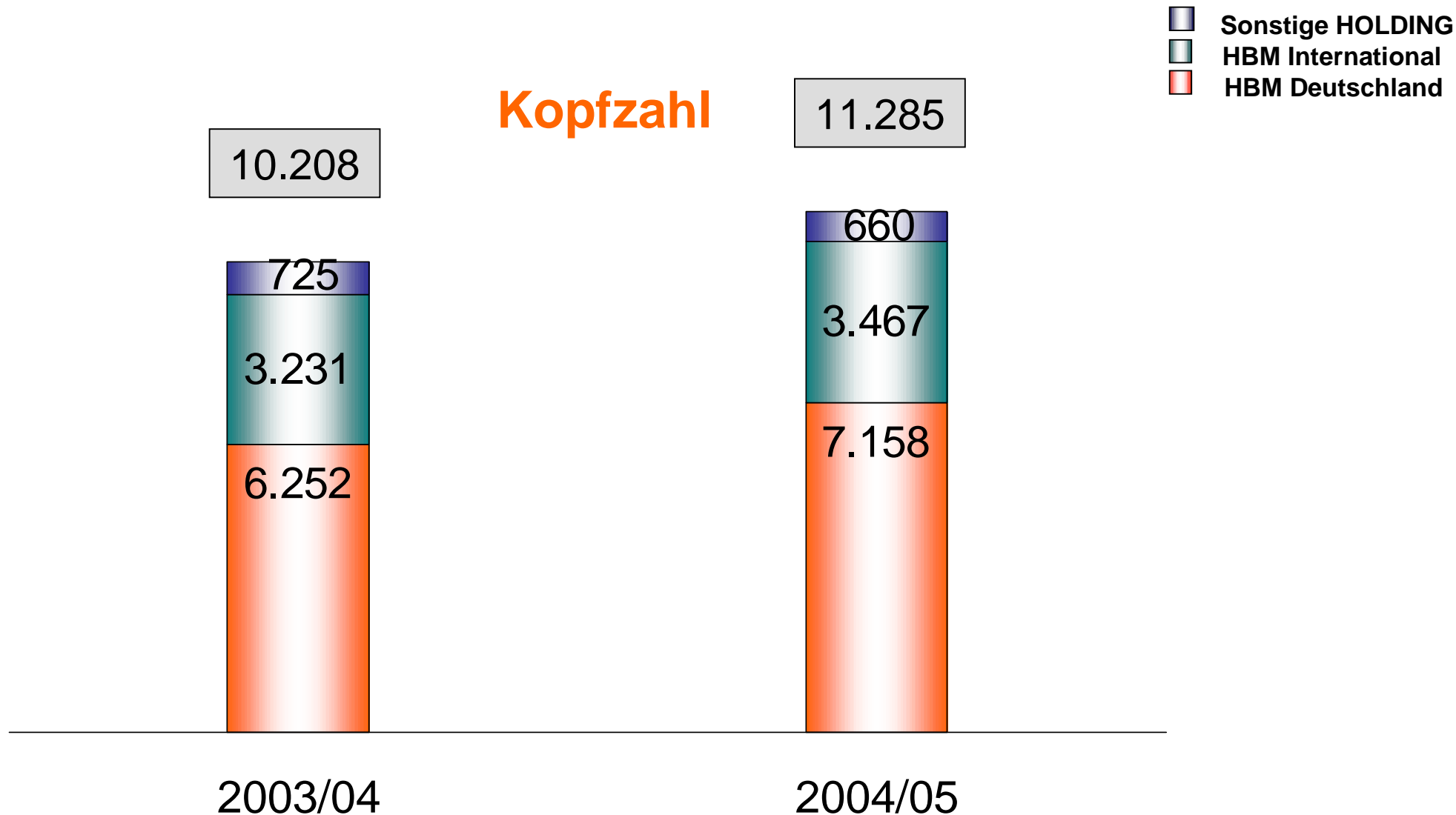
Ergebnis je Aktie *

1. Halbjahr - HORNBACH HOLDING AG



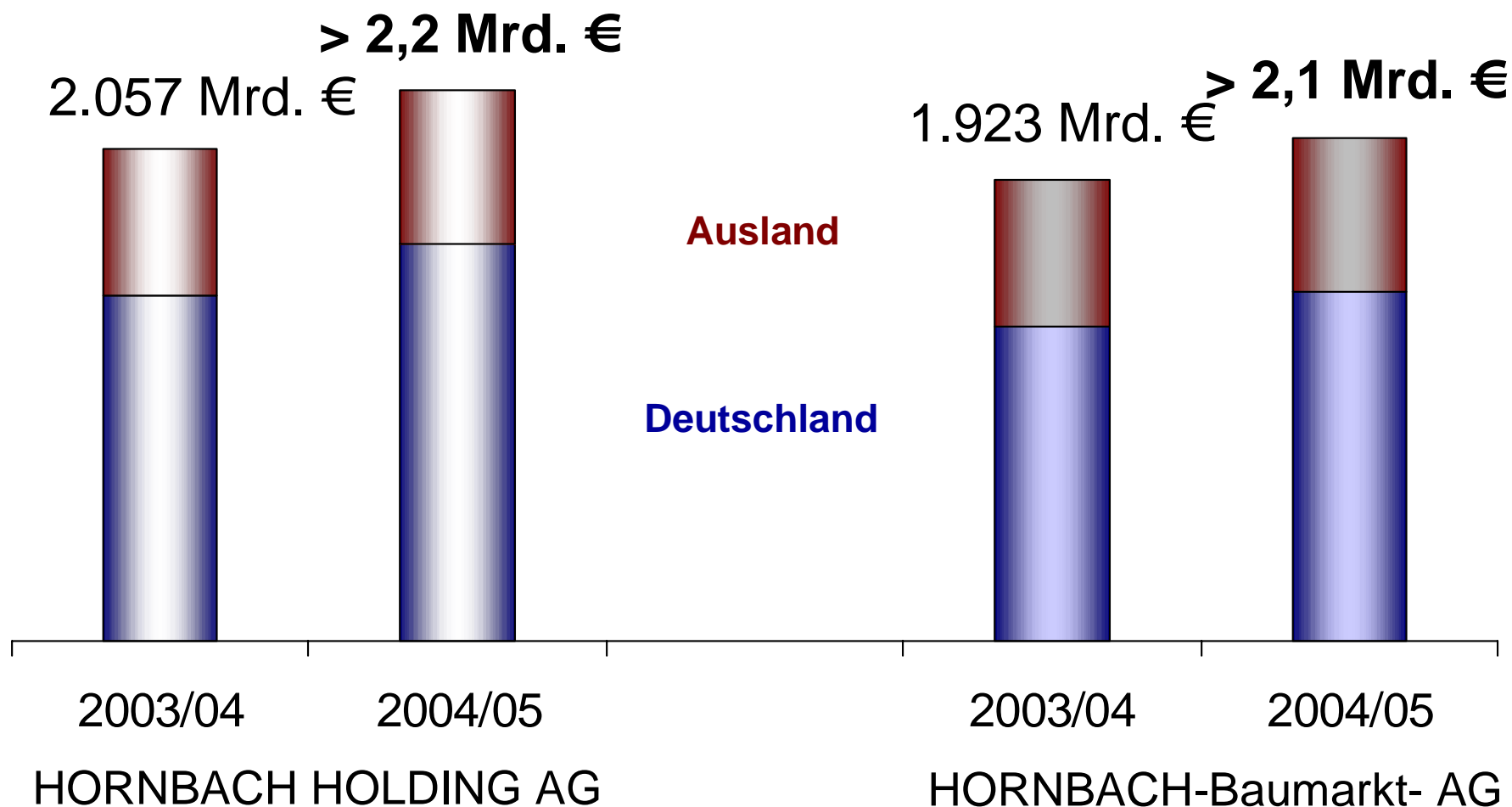
* durchschnittliches Ergebnis je Aktie

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im HORNBACH-Konzern - 31. August



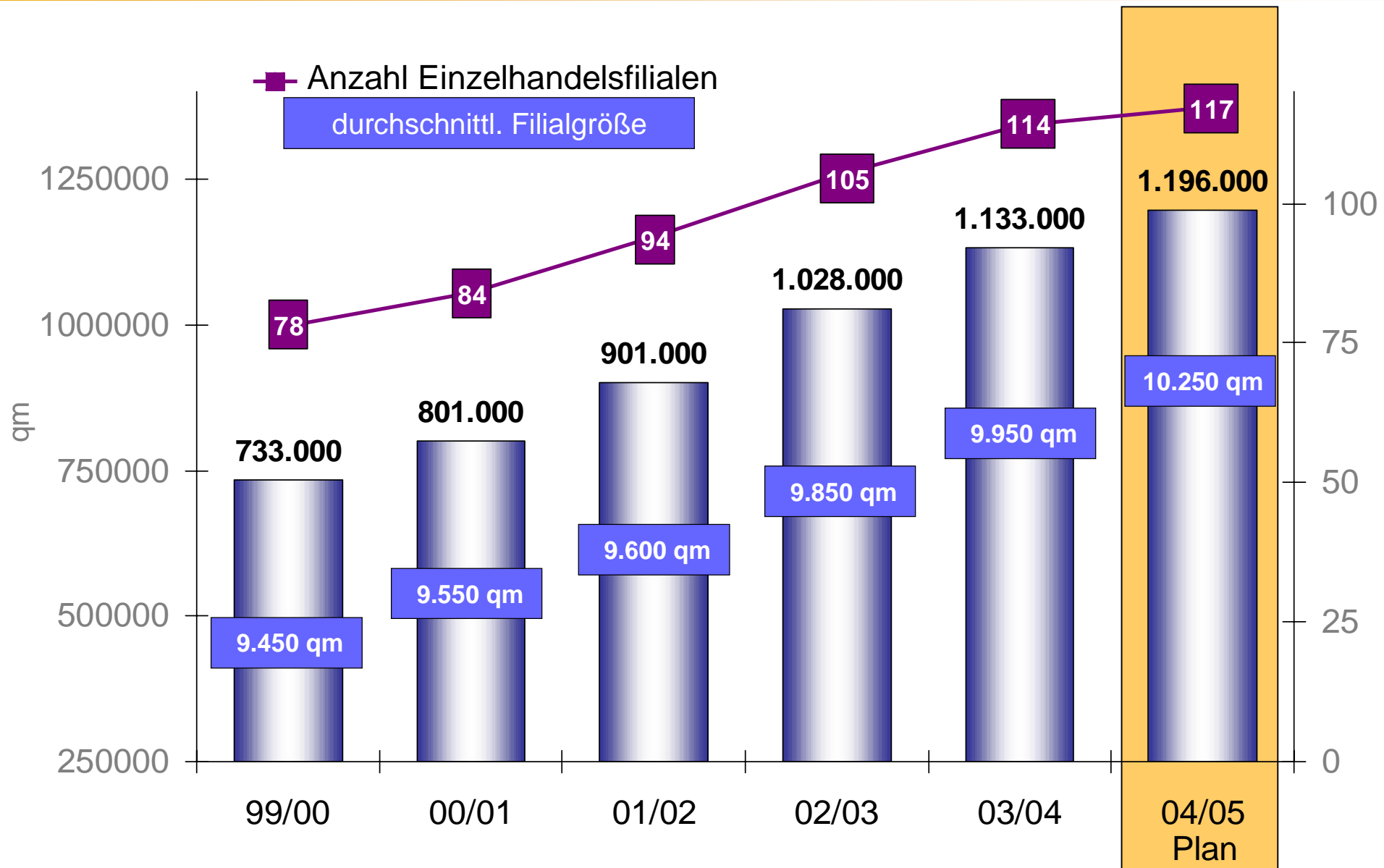
Umsatzprognose 2004/05

Netto

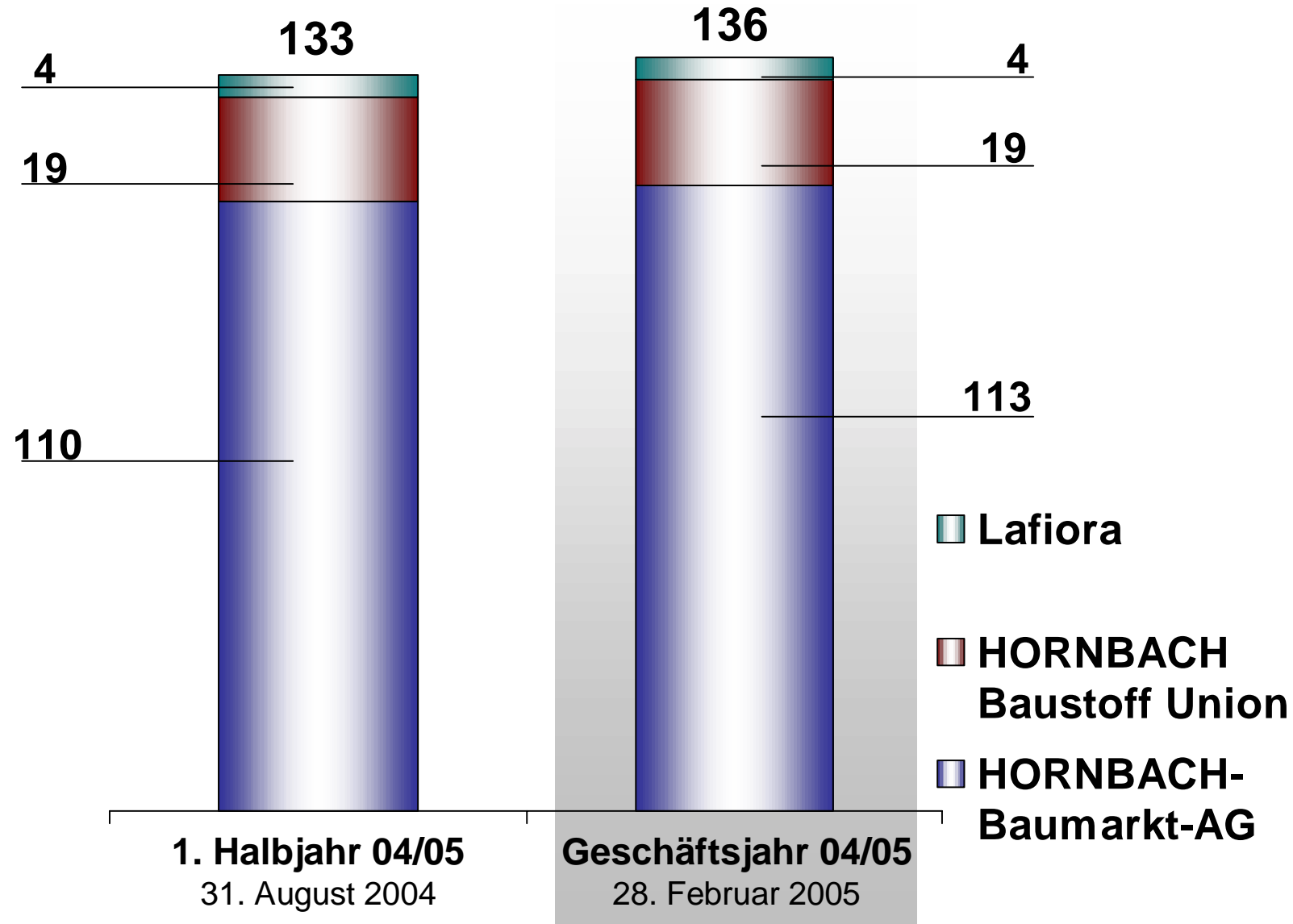


Prognose zum 28. Februar 2005

Einzelhandelsfilialen und Verkaufsflächen



Handelsbetriebe im HORNBACH Konzern



Bratislava

Eröffnung August 2004



Albrecht Hornbach

Vorsitzender des Vorstands

HIGHLIGHTS AND STRATEGY

HORNBACH Bau- und Gartenmärkte in 8 Ländern

(zum 31.08.2004)

Schweden

1 Markt
14.200 qm



Niederlande

8 Märkte
82.400 qm VKF
Ø 10.300 qm

Deutschland

84 Märkte
830.000 qm VKF
Ø 9.900 qm



Tschechien

4 Märkte
48.600 qm VKF
Ø 12.100 qm



Luxemburg

1 Markt
12.100 qm

Slowakei

1 Markt
16.000 qm VKF

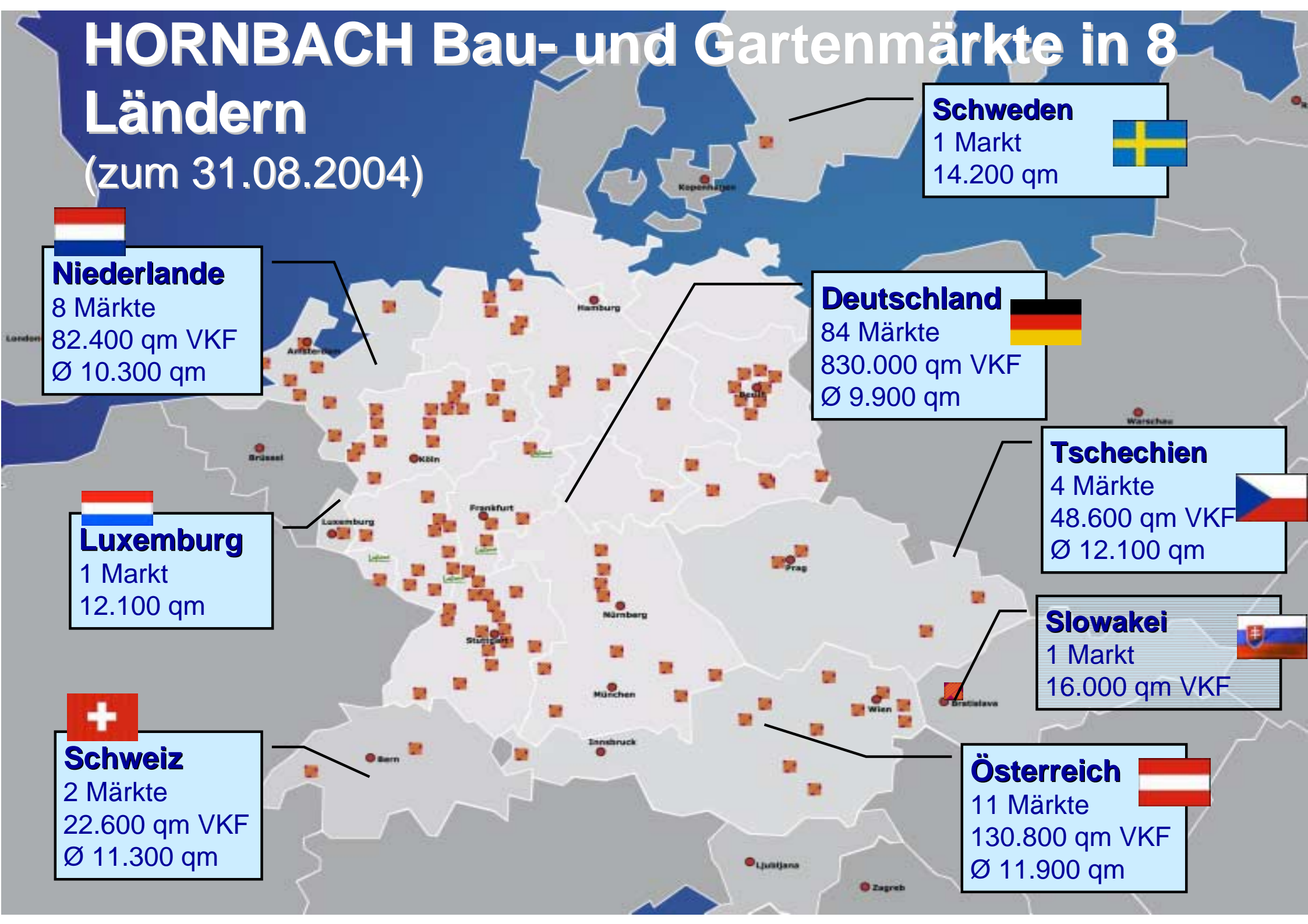
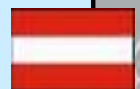


Schweiz

2 Märkte
22.600 qm VKF
Ø 11.300 qm

Österreich

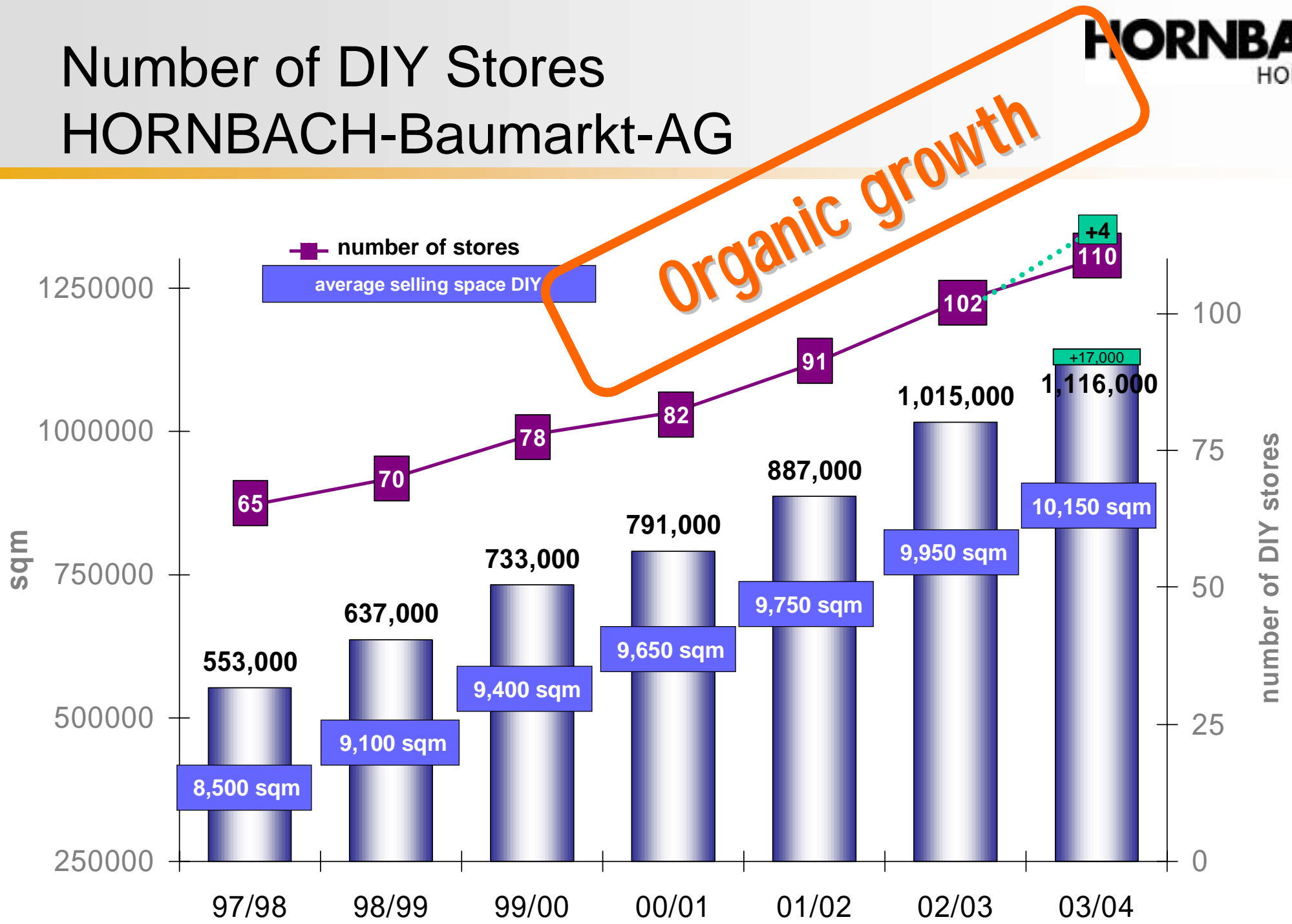
11 Märkte
130.800 qm VKF
Ø 11.900 qm



HORNBAACH is market leader in the segment of DIY megastores



Number of DIY Stores HORNBAACH-Baumarkt-AG



*** from fiscal 2004/05 HBM including 4 Lafiora garden center**



Prime locations

HORNBAACH's store network by store size: Focus on large warehouse-style megastores

Overall store distribution (as of March 2004)

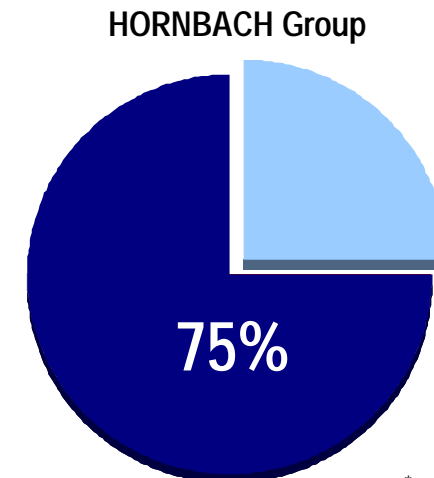
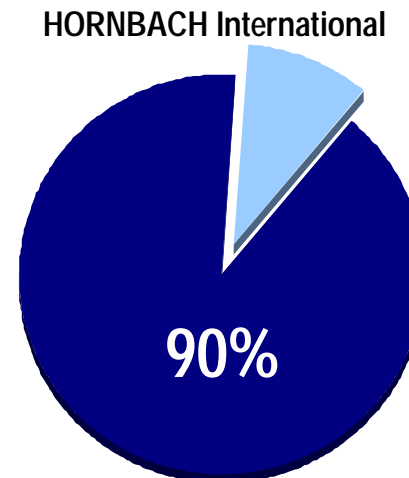
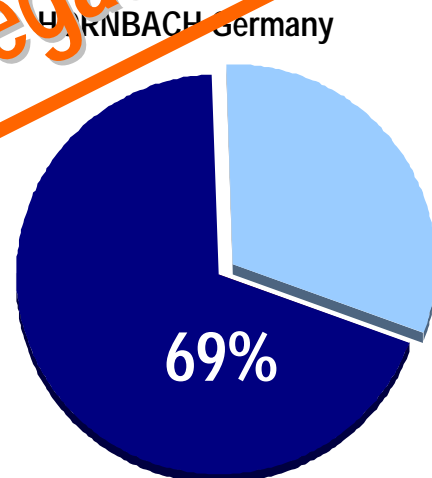
Store size	Number of stores	% of total stores	Sales area sqm	% of total stores
2000-3999 sqm	4	4%	15.224	1%
4000-5999 sqm	5	5%	25.854	2%
6000-7999 sqm	18	16%	126.984	11%
8000-9999 sqm	12	11%	110.422	10%
10000-11999 sqm	43	39%	478.605	42%
12000-13999 sqm	26	23%	327.593	29%
14000-15999 sqm	3	3%	42.450	4%
TOTAL	111	100%	1.127.132	100%

HORNBAACH focuses on organic growth through large warehouse-style DIY megastores.

Large-format superstores have fixed cost advantages

Megastores

Share of megastores* (as of March 2004)

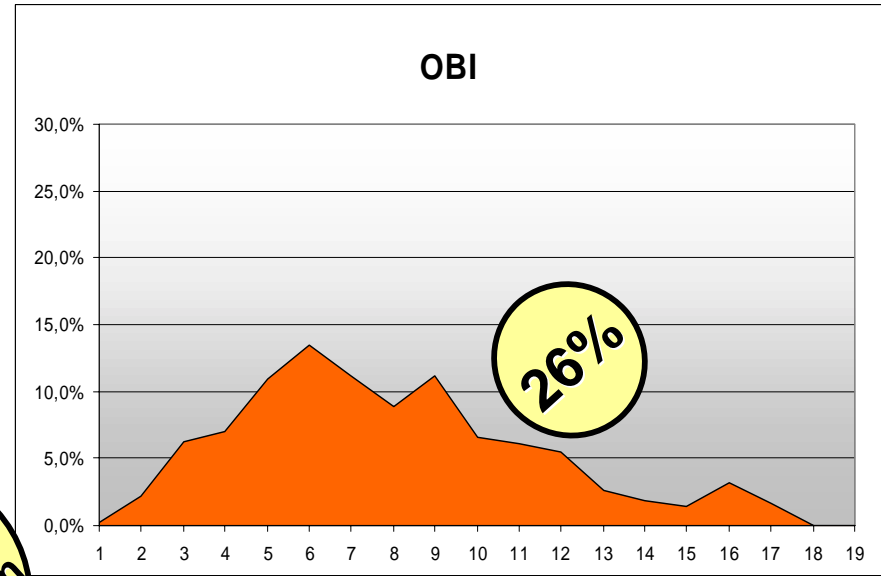
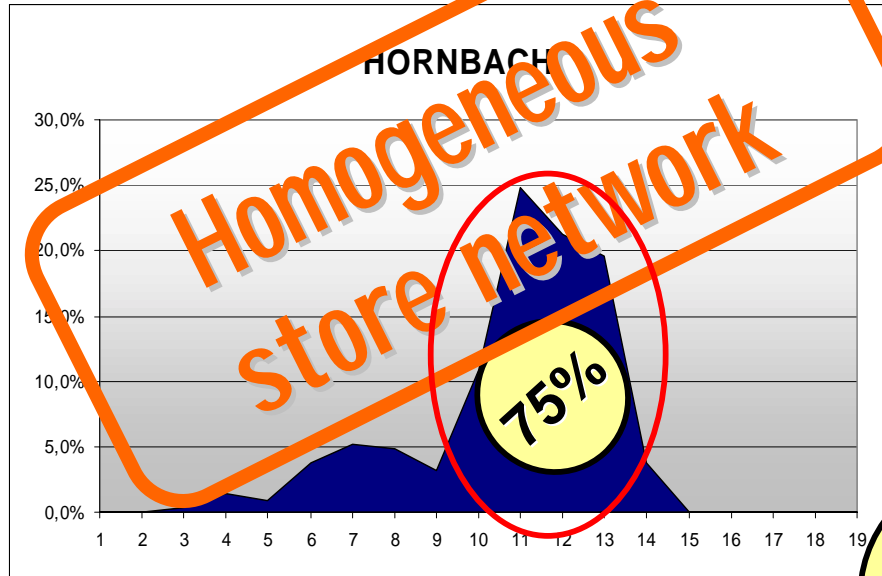


* > 10,000 sqm
Source: Company data

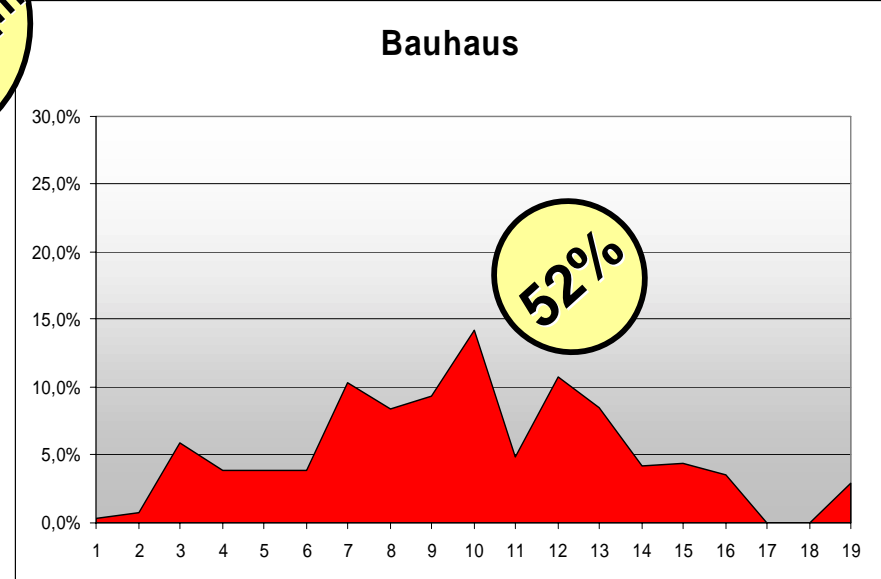
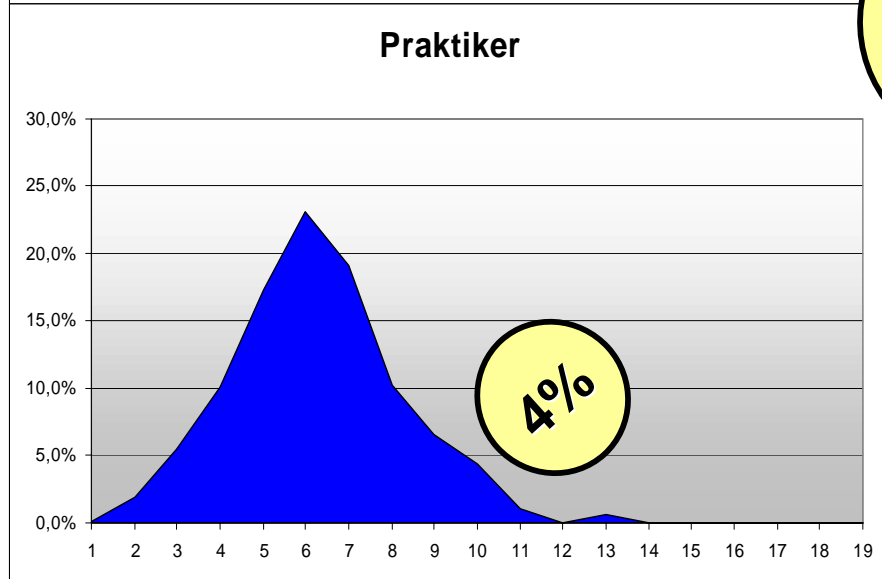
Store portfolio of the Top 4 German DIY players

Distribution (%) of sales area by size category

Store size in steps of 1,000 sqm



Share of sales area >10.000qsm



Competitive advantages of the warehouse-style store format (1)

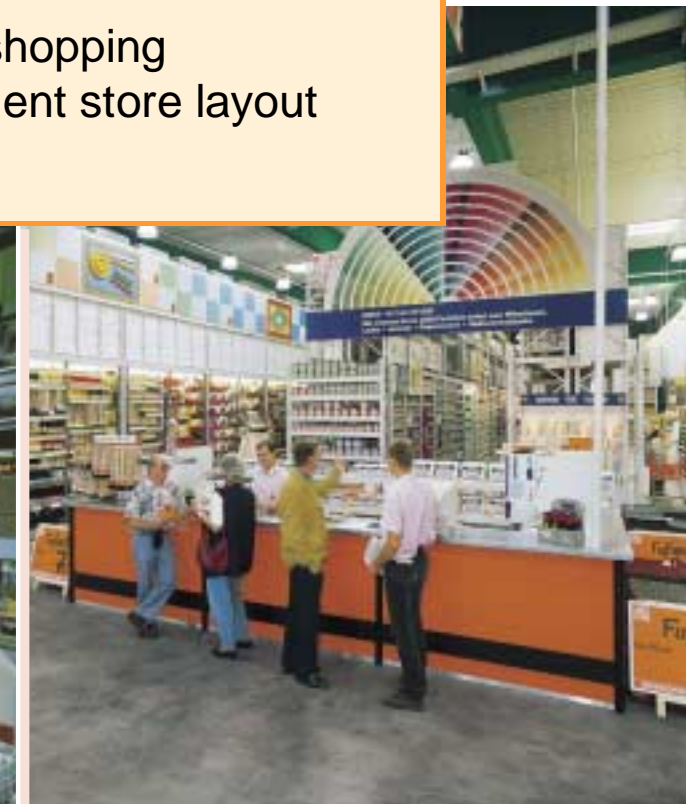
HORNBACH has acquired an unparalleled expertise and track record in operating large-format DIY stores over the past 20 years

- Economies of scale in logistics, maintenance, staff and advertising costs:
 - It is more cost-effective to operate a 10,000 sqm store than two stores with 5,000 sqm each, as long as sales productivity does not decline with increasing selling space
 - HORNBACH's sales per sqm (sales area productivity) is the highest among Top German DIY operators



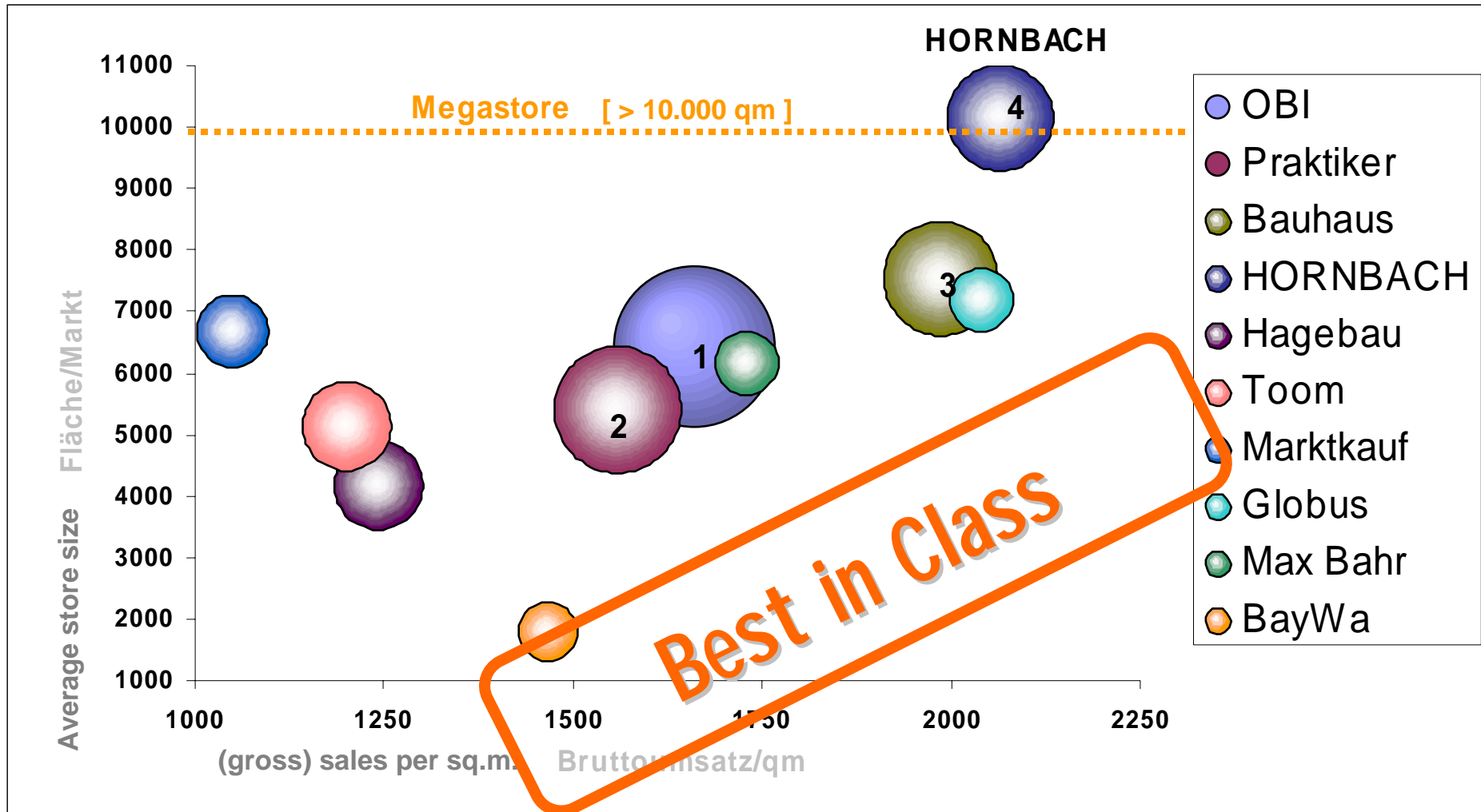
Competitive advantages of the warehouse-style store format (2)

- Customer proposition and in-store shopping experience:
 - large-format DIY stores have the requisite selling and inventory space to offer the broadest and deepest product range
 - Best merchandising concept and maximum shopping convenience due to easy navigation, convenient store layout and instant availability of products



The Leading German DIY-Retailers

Ø store size, gross sales and sales densities, 2003



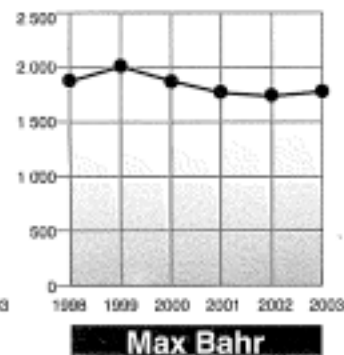
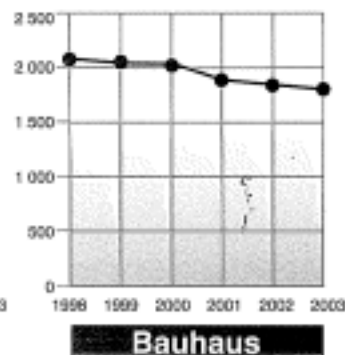
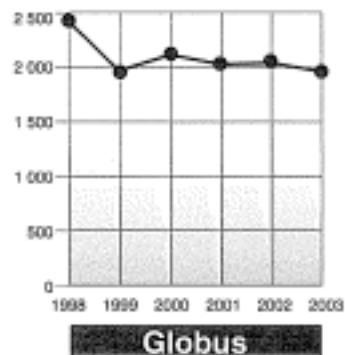
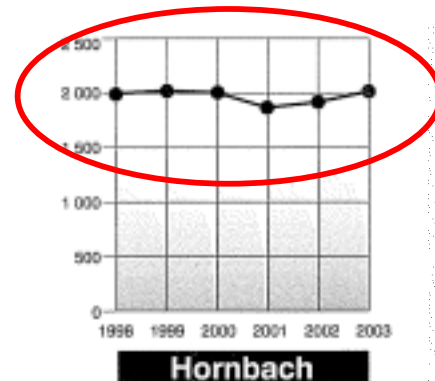
Bubble size = total gross sales

Sales densities of the German DIY retailers (worldwide gross sales 1998 - 2003)

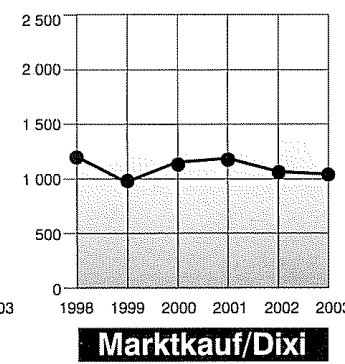
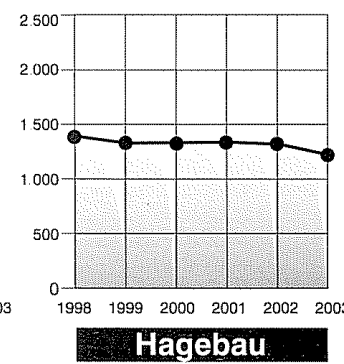
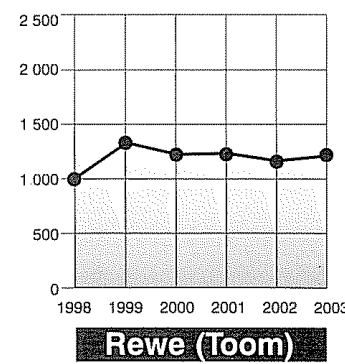
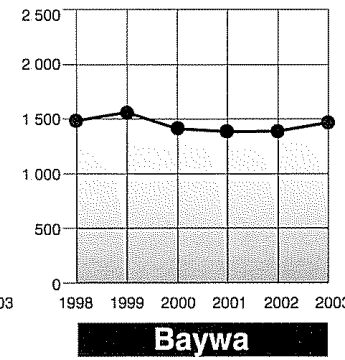
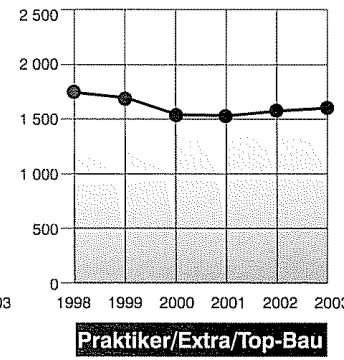
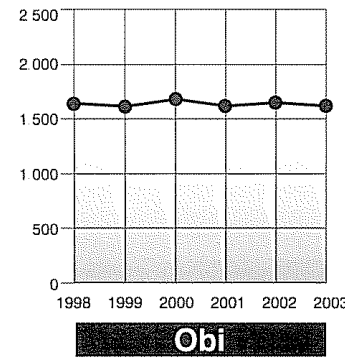
DÄHNE Informationsdienst

Marktdaten

**Flächenumsatzentwicklung
(€/m² Verkaufsfläche)
der zehn umsatzstärksten
deutschen DIY-Handels-
Unternehmen weltweit
seit 1998**

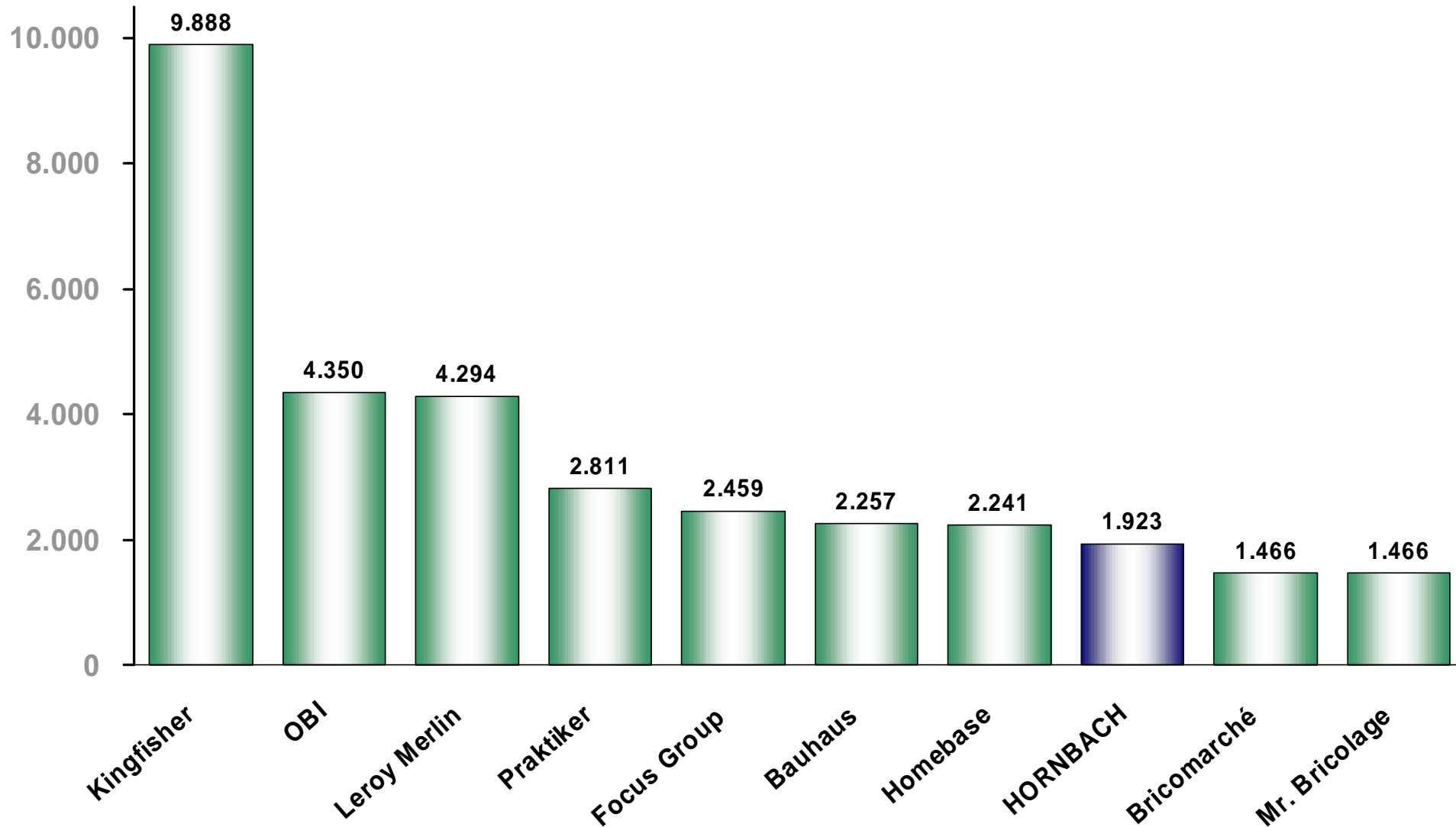


DI 9/2004
12



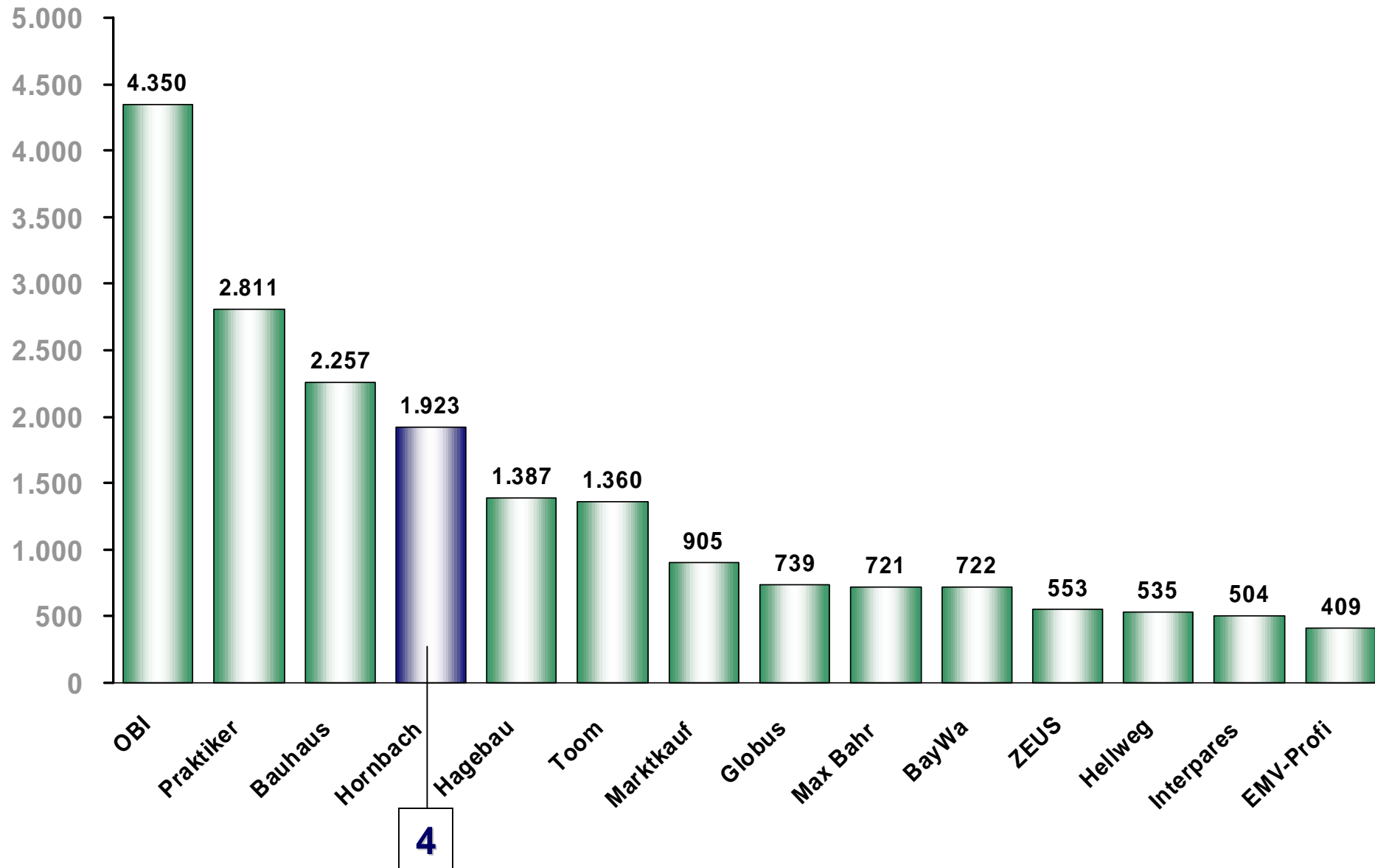
The Leading European DIY retailers

Total net sales 2003 (€m)

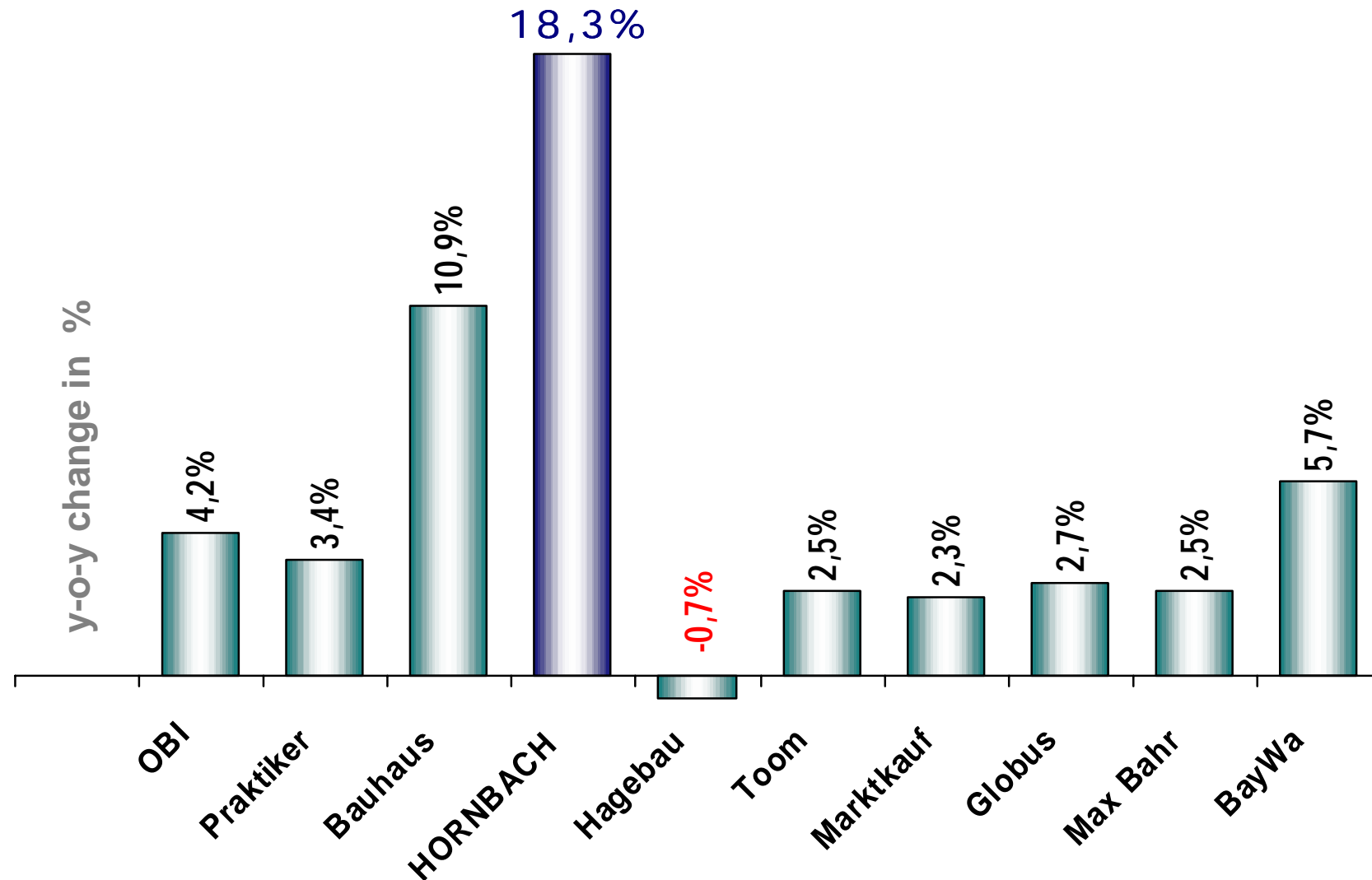


Top-ranking of German DIY retailers

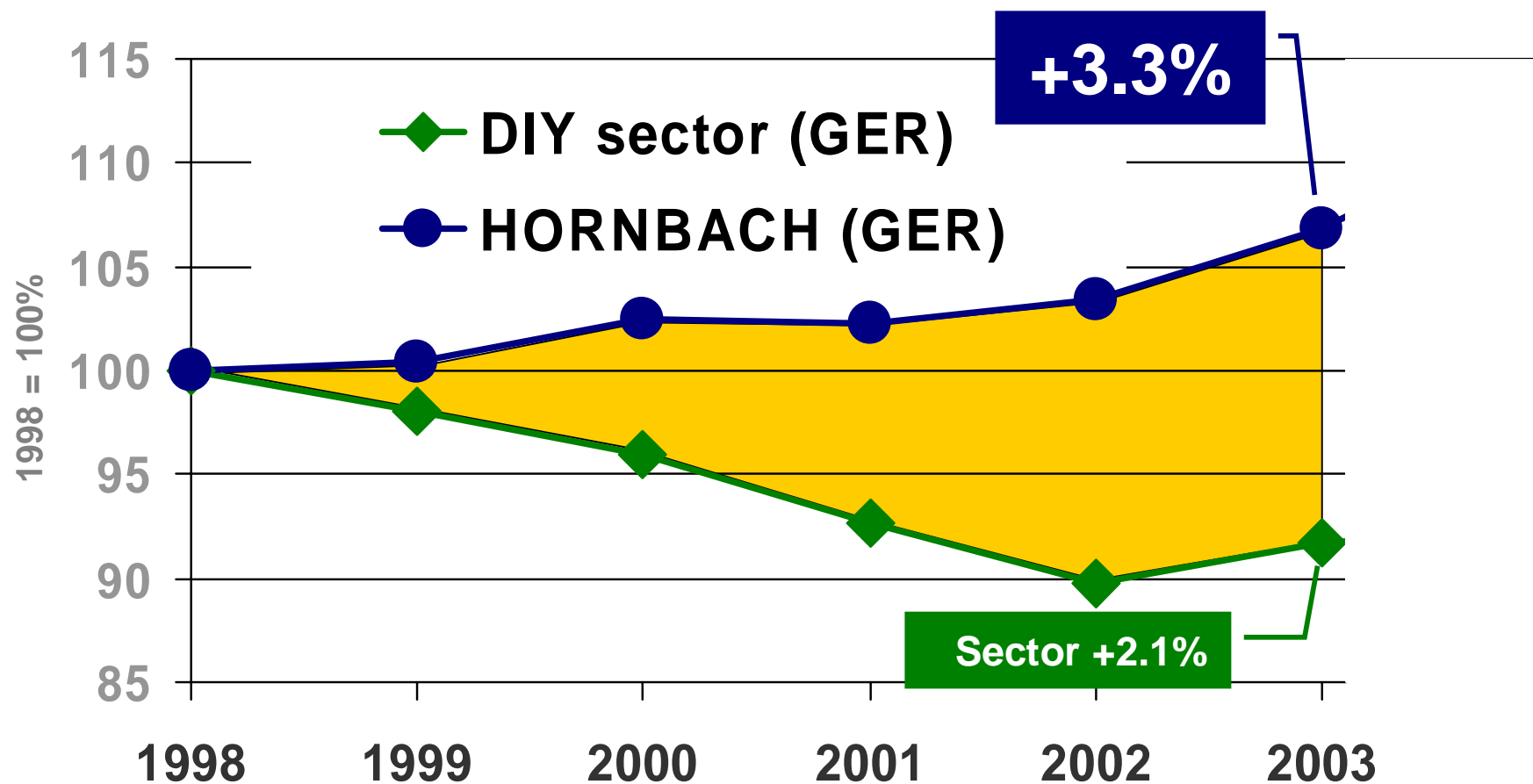
Total net sales 2003 Europe (€m)



2003 comparative performance: Total gross sales (year-on-year change)



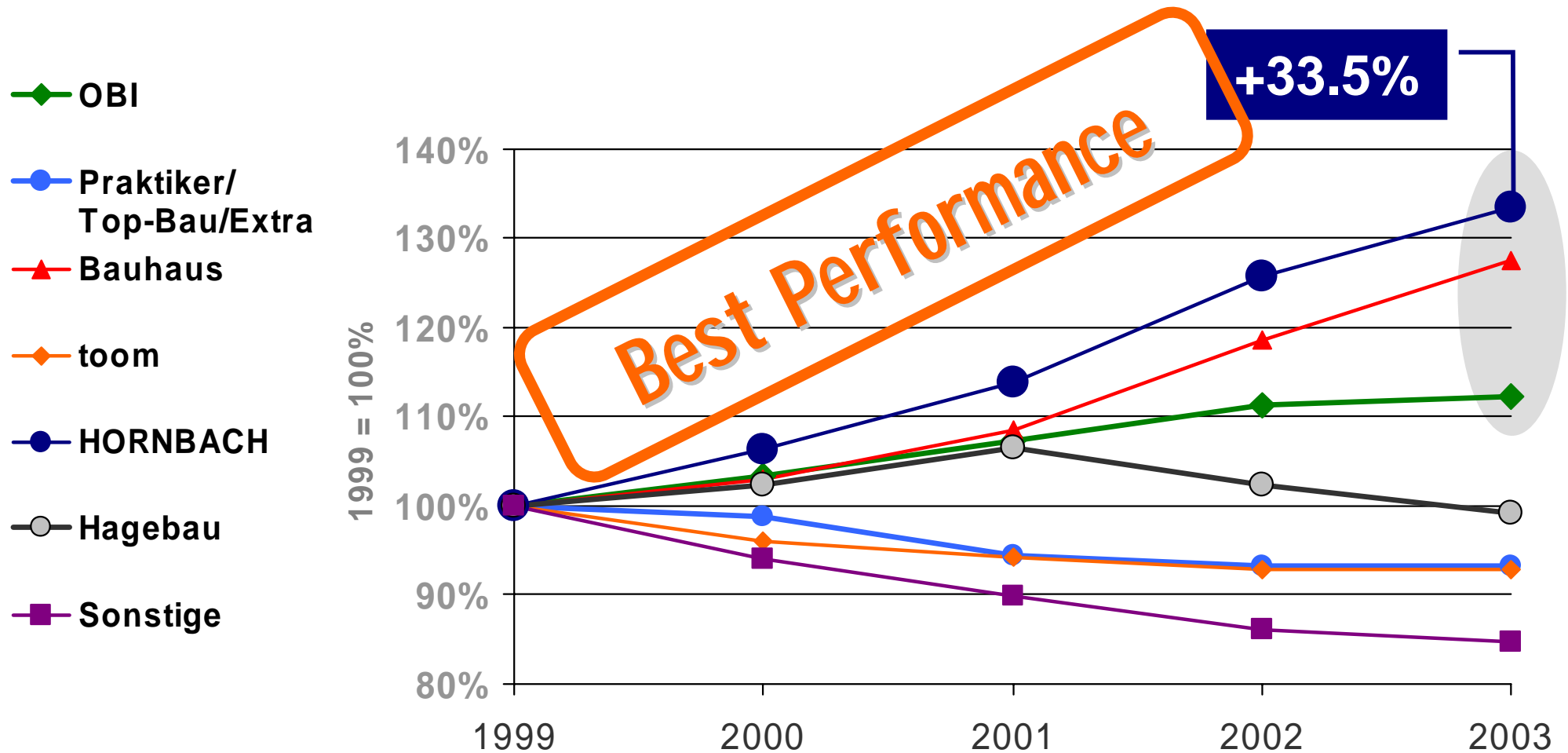
DIY like-for-like sales in Germany (calendar year)



source: BHB, HORNBACH

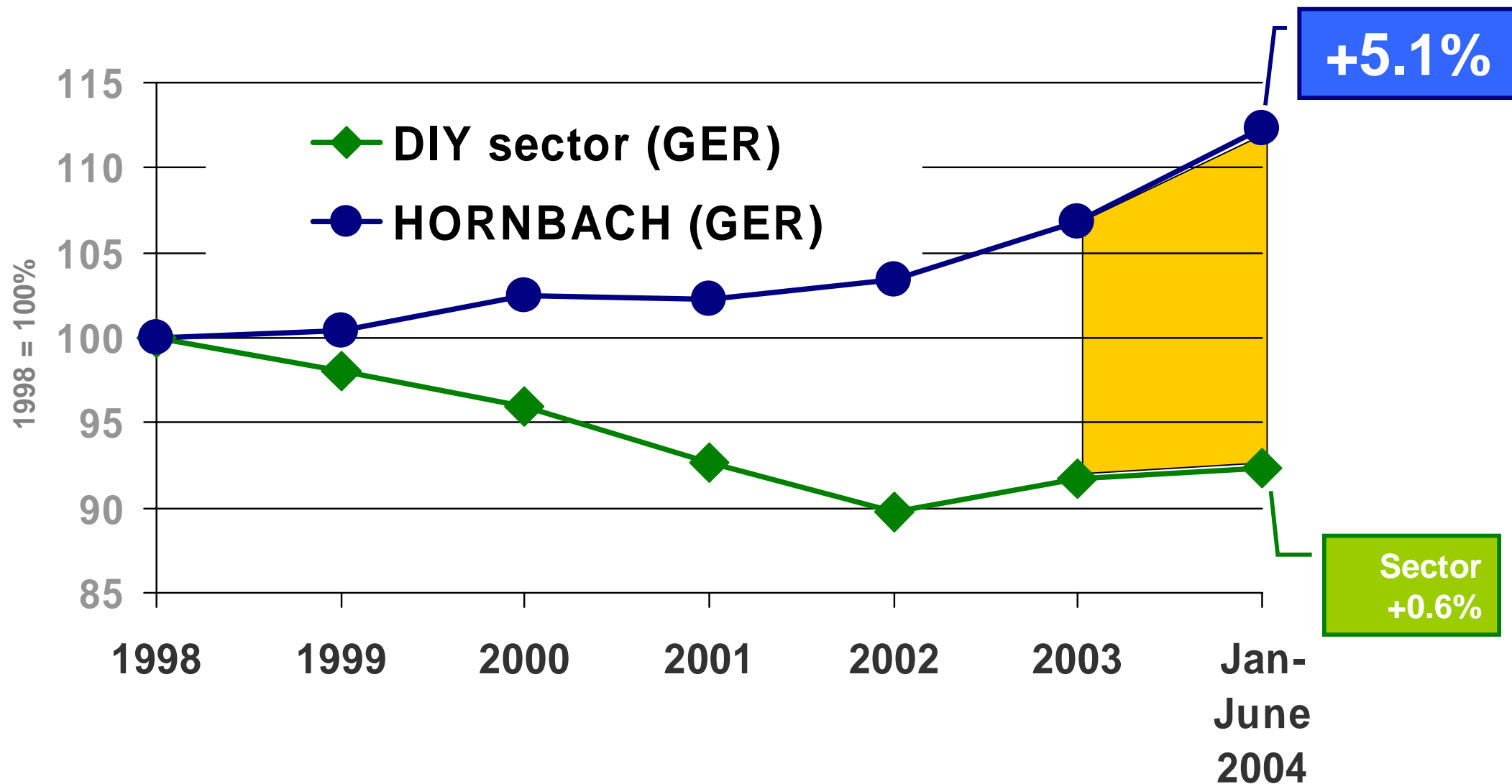
Top 6 DIY-Retailers Germany

Market share performance 1999 - 2003



source: BHB,
Hornbach

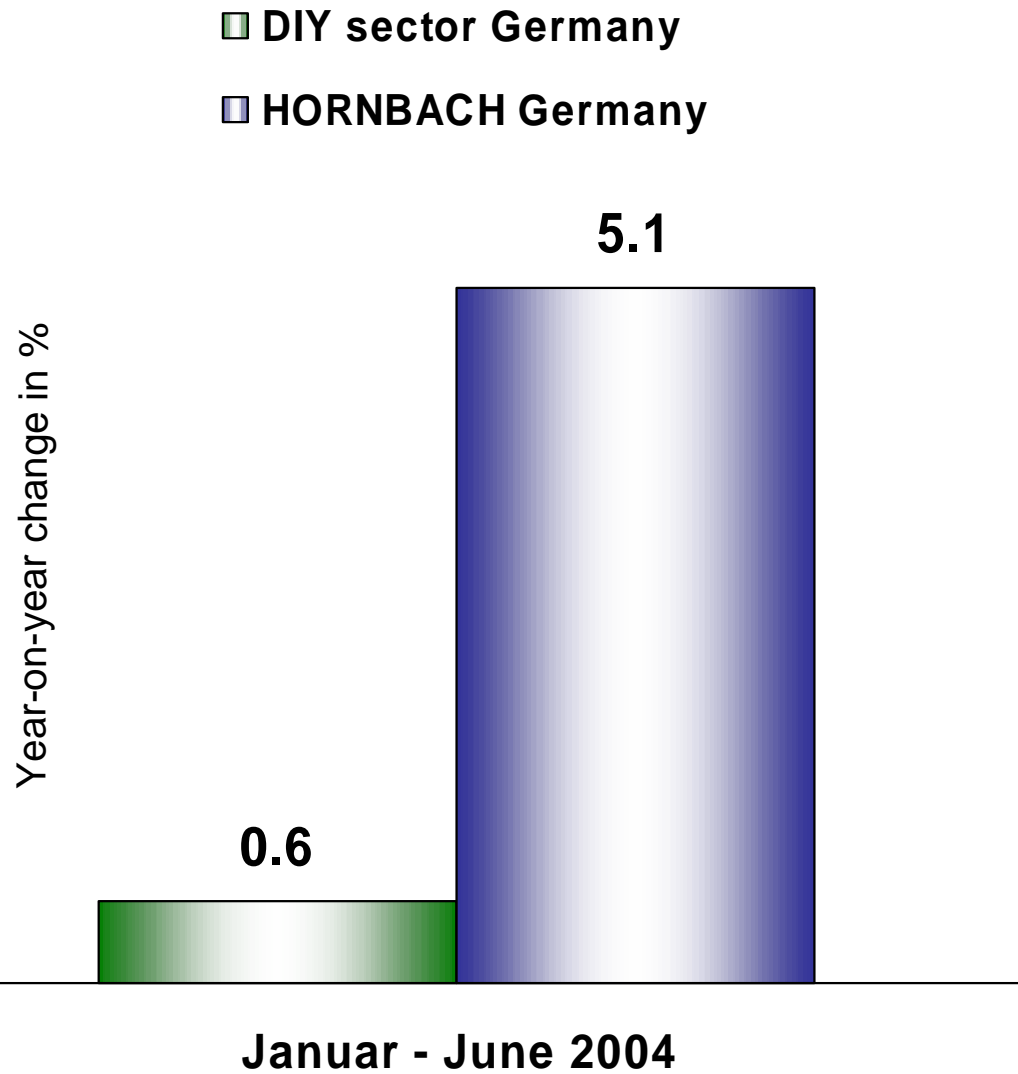
DIY like-for-like sales in Germany (calendar year)



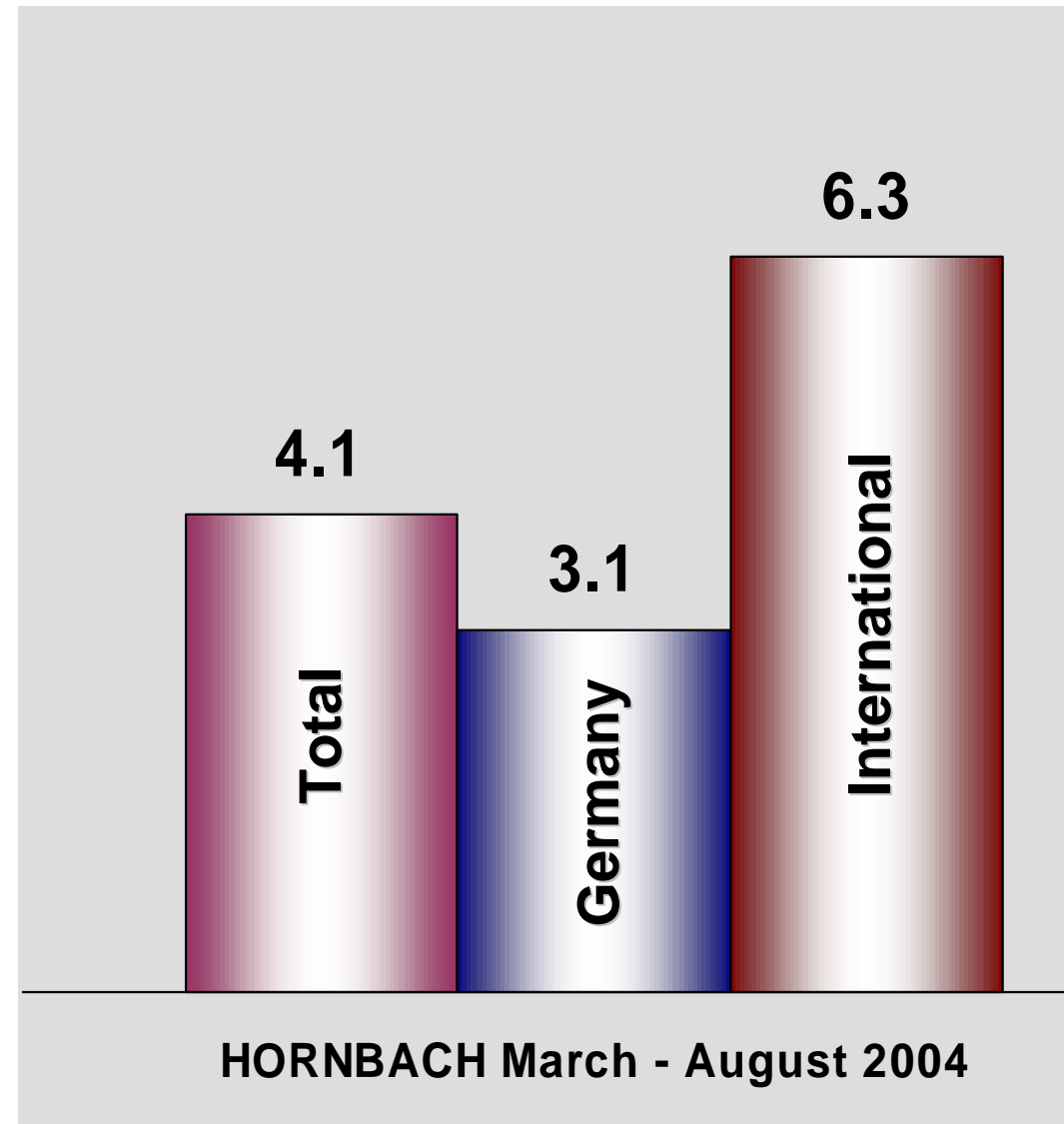
source: BHB, HORNBACH

DIY like-for-like sales in Germany

HORNBAACH-Baumarkt-AG vs. Sector



source: BHB, HORNBAACH





Focus on **project** customers

Alles Dauertiefpreise. Garantiert.

Hand  drauf:

EDLP

Keine Lockvögel! Alles günstig!

Wer Sonderangebote auslobt, holt's bei anderen Artikeln vermutlich wieder rein. Und da machen wir nicht mit. Bei Hornbach sind nicht nur 5 oder 10 Artikel günstig, sondern alle.

Keine Rabatte! Sofort günstig!

Wer Rabatte gibt, hat Sie vorher vermutlich draufgeschlagen. Das tun wir nicht. Getreu unserer Preisphilosophie bekommen Sie bei uns sofort den günstigsten Preis.

Keine Aktionspreise! Immer günstig!

Bei uns müssen sie nicht auf Sonderangebote warten. Wir sind immer günstig. Denn was andere Aktionspreise nennen, sind bei uns Dauertiefpreise.

Keine Enttäuschung. Garantiert günstig.

Wir vergleichen unsere Preise kontinuierlich mit denen des Wettbewerbs. Und sollte es tatsächlich einmal nötig sein, werden unsere Preise sofort den Marktgegebenheiten angepasst.

Nutzen Sie die Dauertiefpreis-Garantie.

10%

Sollten Sie irgendwo einen identischen Artikel günstiger finden, machen wir diesen Preis und Sie erhalten darauf 10% extra. Ausverkäufe ausgenommen.

Project-oriented services

- HORNBAACH provides a wide range of home hardware and decoration services
 - Tool rental
 - Repairs/maintenance
 - Installation service
 - Trailer and transporter rental
 - Kitchen planning
 - Paint mixing
 - Wood cutting
 - Credit
- training for all employees ensures superior customer service



**HORNBACH
SOMMERSPIELE
2004**



50 M² SYNCHRON-STREICHEN

HORNBACH
Es gibt immer was zu tun.

**HORNBACH
SOMMERSPIELE
2004**



4x100 M² FLIESEN-LEGEN

HORNBACH
Es gibt immer was zu tun.

Successful
branding

**HORNBACH
SOMMERSPIELE
2004**



200 M³ BETON-MARATHON

HORNBACH
Es gibt immer was zu tun.

**HORNBACH
SOMMERSPIELE
2004**

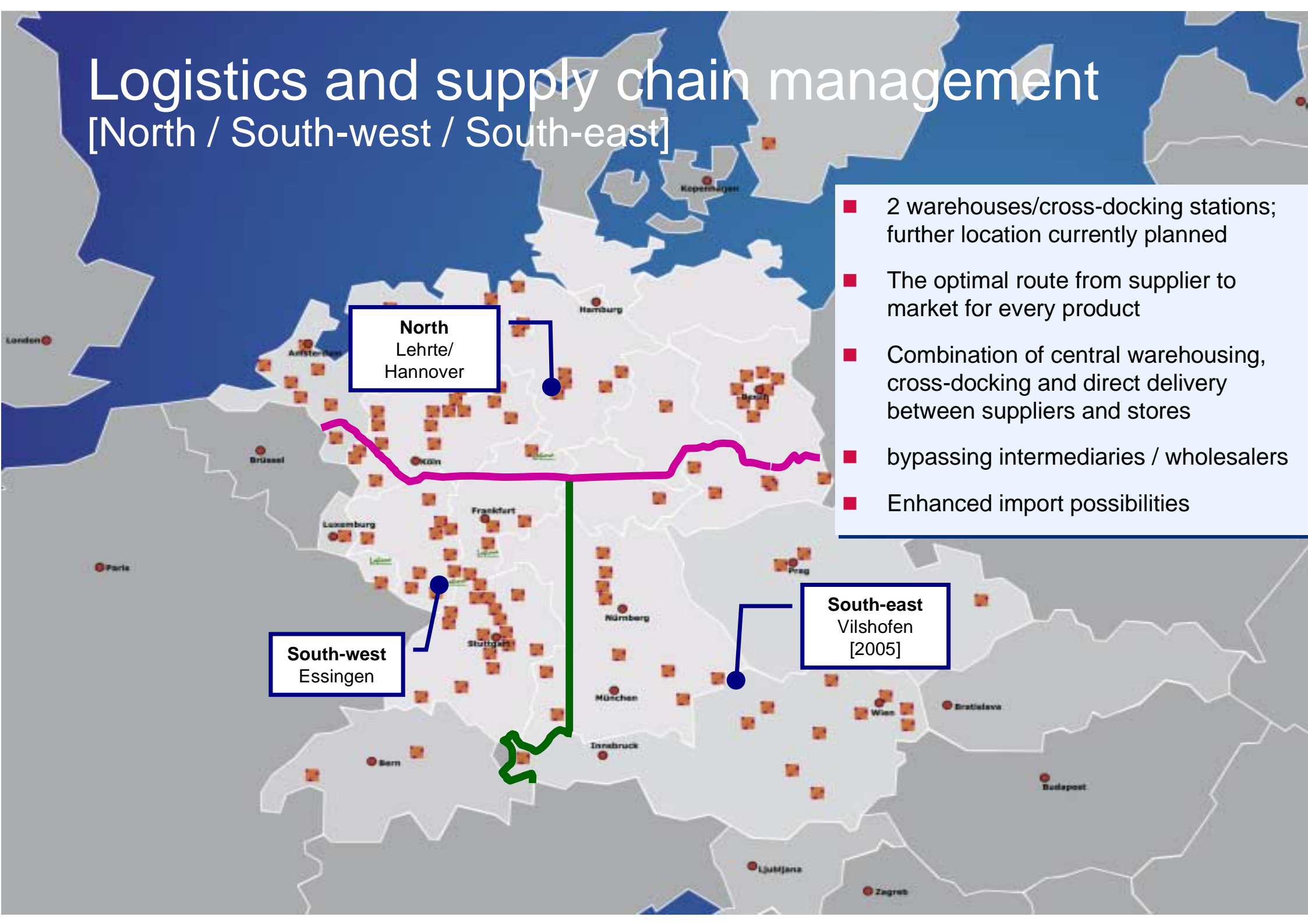


400 M² ROLLRASEN DER HERREN

HORNBACH
Es gibt immer was zu tun.

Logistics and supply chain management

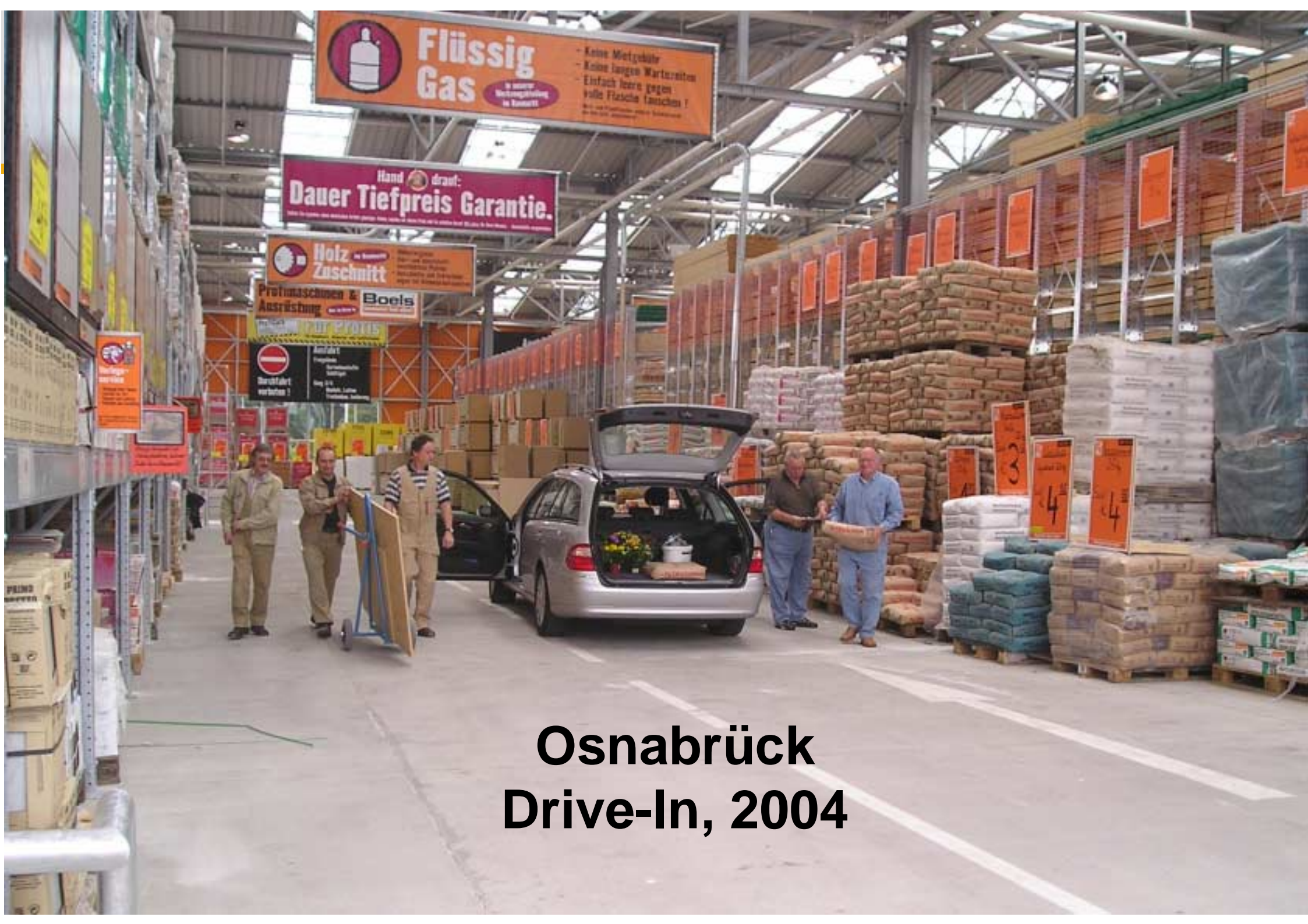
[North / South-west / South-east]



- 2 warehouses/cross-docking stations; further location currently planned
- The optimal route from supplier to market for every product
- Combination of central warehousing, cross-docking and direct delivery between suppliers and stores
- bypassing intermediaries / wholesalers
- Enhanced import possibilities

Osnabrück, opened June 2004





Flüssig Gas
- Keine Mietgebühr
- Keine langen Wartezeiten
- Einfach leeren gegen volle Flasche tauschen!
In unserer Werkzeuggestaltung in Kontakt!

Hand drauf:
Dauer Tiefpreis Garantie.

Holz Zerschmitt
In Kontakt!

Profimaschinen & Ausrüstung
In Kontakt!

Boels

Werkzeug PRONIS

Eintritt
Freiwillig
Sicherheitskleidung
Schutzhelm
Tag 24
Bauhof, Lager
Freizeitbereich, Kantine
Durchfahrt
verboten!

**Osnabrück
Drive-In, 2004**

BAUSTOFF ZENTRUM

DRIVE IN

AUSFAHRT

EINFAHRT

Bequem &
Schnell

- Reinfahren
- Aufladen
- Bezahlen u.
Heimfahren

Öffnungsa

Komme im Tiefpreisgebiet!

P
Weitere Parkplätze
finden Sie im
Drive In
Überprüfen Sie
den Benzin- und Kartenzahlung
status!

So einfach kaufen Sie nie:
1. Mit dem Auto zum Supermarkt fahren
2. Tanken & bezahlen mit der Karte
3. Mit dem Auto zum Baumarkt fahren
4. Mit dem Auto zum Baumarkt fahren
5. Mit dem Auto zum Baumarkt fahren

Für Ihren
bequemsten
Einkauf
Sie brauchen das Auto
das diese Drive In
park im Supermarkt
bezahlen

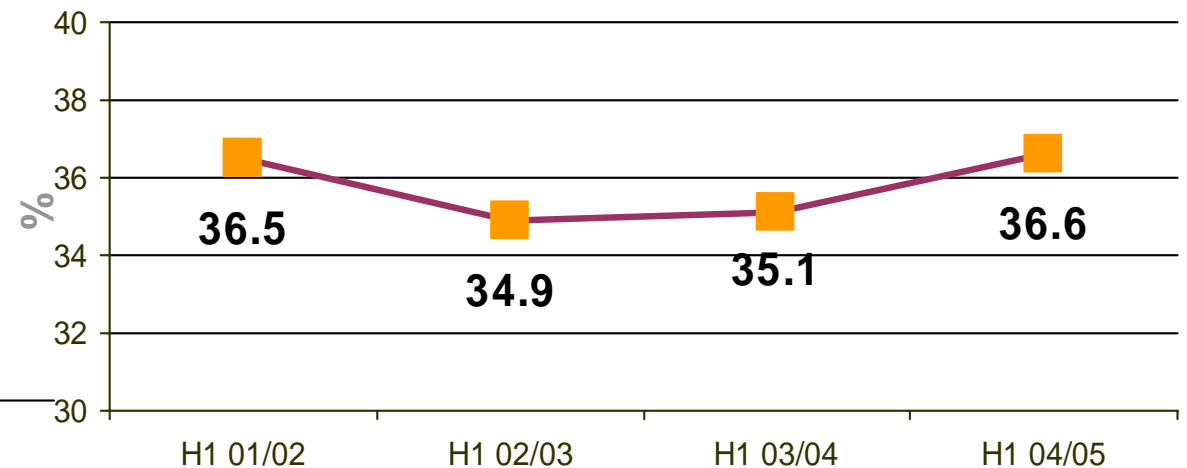
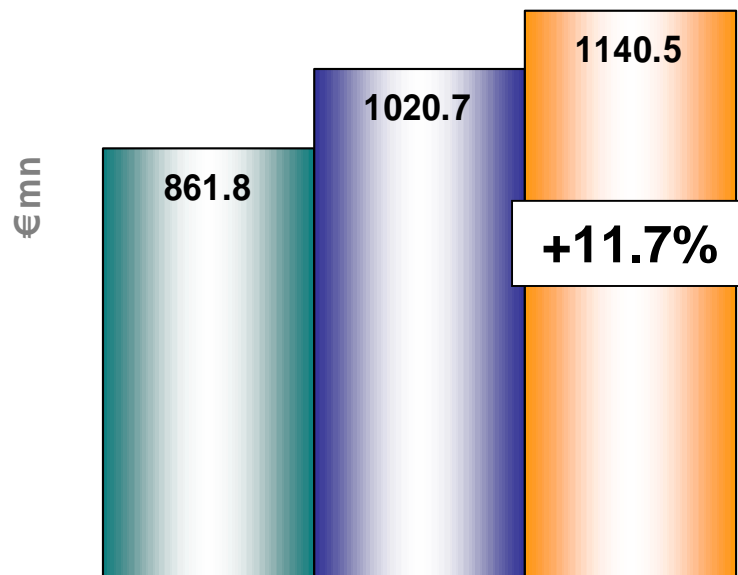
Fürth,
opened August 2004

Net Sales and Gross margin, 1st Half

Net Sales

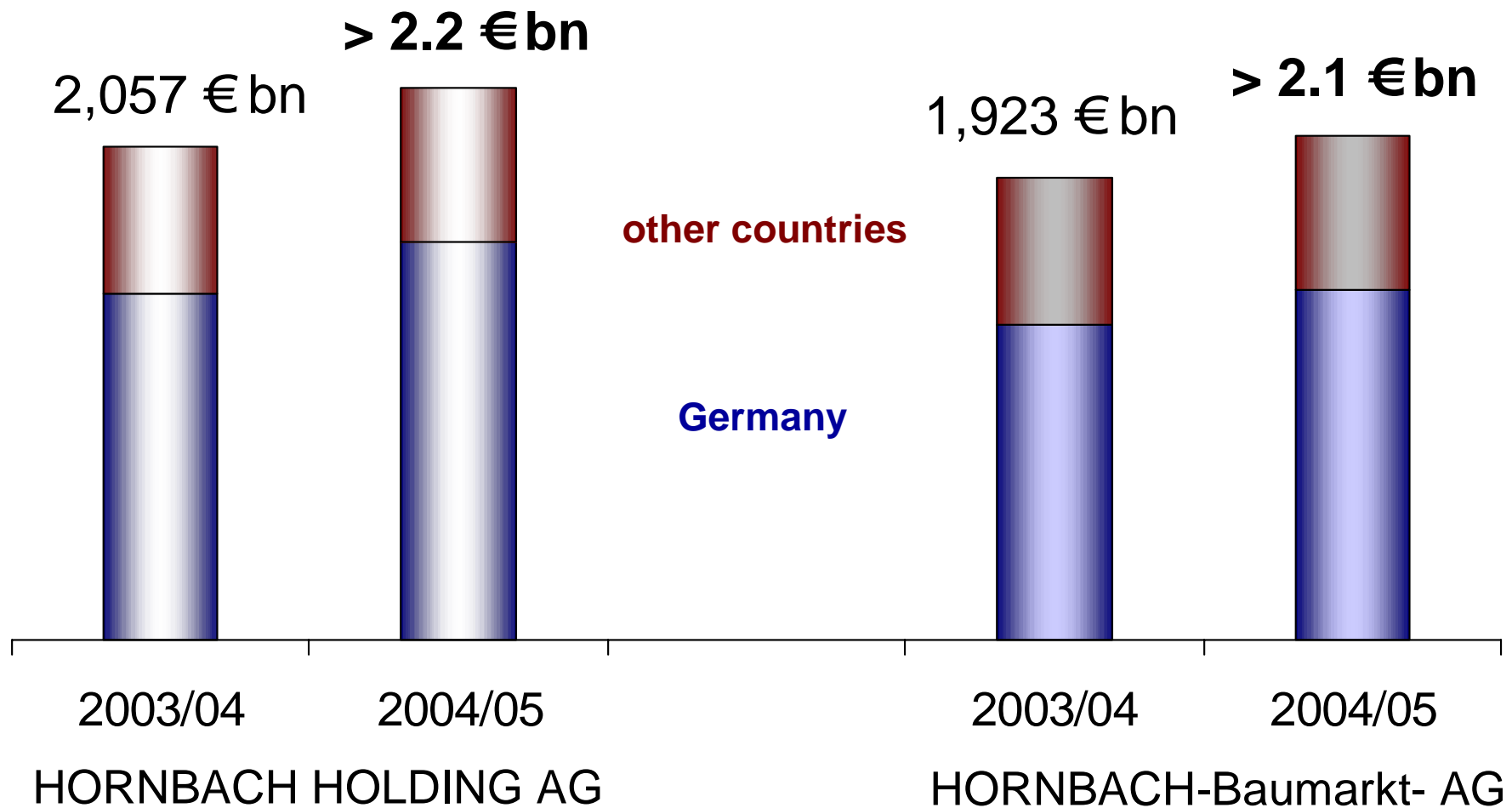
Gross Margin

■ 2002/03 ■ 2003/04 ■ 2004/05



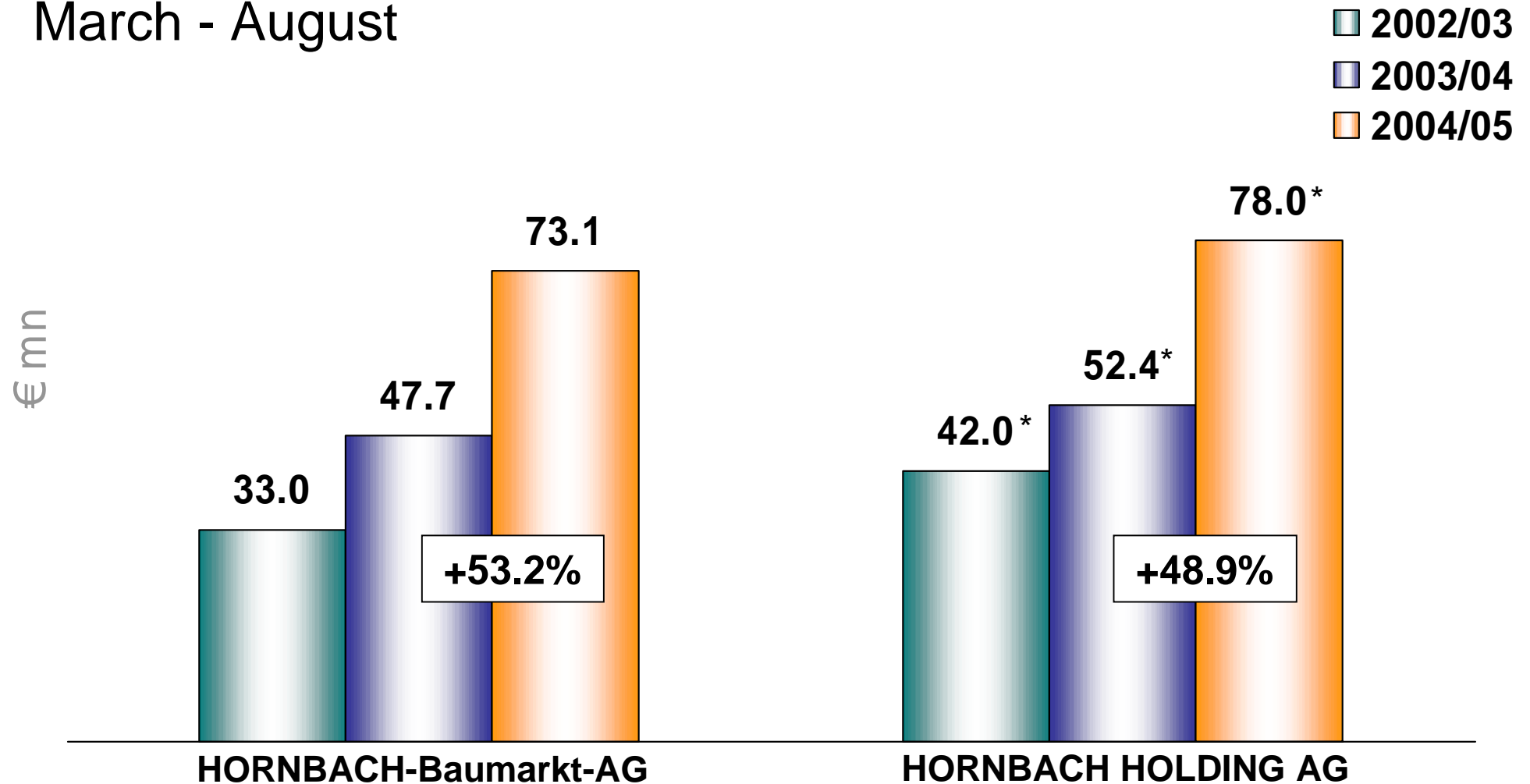
March 1 to August 31

Sales Forecast 2004/2005 (Net sales)



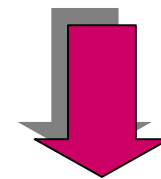
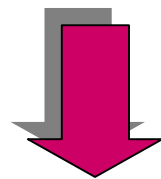
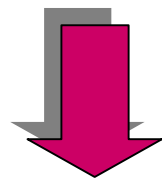
Earnings before taxes and extraordinary expenses (*and minority interests)

March - August



Our Goal: Increasing Company Value

- Optimization of store processes - enhancement of operating performance
- Expansion step by step - exploiting synergies of existing organisation
- Optimization of administrative processes (including SAP)
- Rewarding cooperation with Kingfisher



Ongoing rise in company value



DVFA-Analystenkonferenz

30. September 2004
Frankfurt am Main