

HORNBACH-Gruppe:

Kontinuierliches Wachstum von Umsatz und Ertrag

Unternehmen ist hervorragend gewappnet für die anstehende Konsolidierung in der Baumarkt-Branche / Höchste Rentabilität je Verkaufsfläche / Auslandsanteil soll weiter auf 40 Prozent steigen / Strategie der Dauertiefpreise contra „Rabattschlacht“

Frankfurt am Main, 24. Juni 2005. Die HORN BACH-Gruppe ist überzeugt, aus der anstehenden Konsolidierung in der deutschen Baumarkt-Branche als Gewinner hervorzugehen. „Unser Unternehmen ist im In- und Ausland hervorragend aufgestellt. Wir wachsen seit vielen Jahren in Umsatz und Ertrag schneller als der Branchenschnitt“, sagte der Vorstandsvorsitzende der HORN BACH HOLDING AG, Albrecht Hornbach, auf der Bilanzpressekonferenz in Frankfurt am Main. „Die HORN BACH-Gruppe hat sich gegenüber ihren Mitbewerbern einen Effizienzvorsprung erarbeitet, mit dem wir ganz gelassen der erwarteten Marktberreinigung in Deutschland entgegensehen können.“

Tausende Arbeitsplätze geschaffen

Hornbach verwies darauf, dass sich der Umsatz der HORN BACH HOLDING AG seit dem Jahr vor dem Börsengang im Jahr 1987 um nahezu das 20-fache erhöht hat: von 113 Mio. Euro im Geschäftsjahr 1986/87 auf 2,22 Mrd. Euro in 2004/2005. Die Zahl der Bau- und Gartenmärkte sei von damals 16 ausschließlich in Süddeutschland auf derzeit 119 in acht europäischen Ländern gestiegen. Die Zahl der Arbeitsplätze bei HORN BACH wuchs im selben Zeitraum von 630 auf heute mehr als 11.700. „HORN BACH ist eines von nur elf Unternehmen deutschlandweit, die in den letzten fünf Jahren kontinuierlich einen Zuwachs an Arbeitsplätzen geschafft haben“, sagte Albrecht Hornbach.

Mit einer durchschnittlichen Größe von mehr als 10.300 Quadratmetern je Filiale stehe Hornbach an der Spitze der gesamten Branche. Doch nicht nur bei der Filialgröße, auch bei der Flächenproduktivität stehe Hornbach

PRESSEMITTEILUNG – PRESS RELEASE – PRESSEMITTEILUNG

besser da als der Wettbewerb: Pro Quadratmeter Verkaufsfläche würden im Jahr 1.800 Euro erwirtschaftet, ein „Spitzenwert, mit dem wir die gesamte Konkurrenz hinter uns lassen“, wie Hornbach betonte.

Strategische Weichen richtig gestellt

Mit dem Start der Auslandsexpansion 1996 habe HORNBACH die richtigen strategischen Weichen gestellt, führte der Vorstandsvorsitzende aus. Schon jetzt erwirtschaftete das Unternehmen jeden dritten Euro in seinen 31 Auslandsfilialen in Österreich, den Niederlanden, Schweden, Luxemburg, der Schweiz, Tschechien und der Slowakei. Der Ertrag im Ausland sei prozentual zum Umsatz gesehen höher als im umkämpften und damit margenschwächeren Inlandsmarkt. „Mit kontinuierlichem Wachstum im Ausland werden wir auch in der Zukunft einen Gegenpunkt zur schwachen Inlandskonjunktur setzen. Wir wollen hier weiter zulegen und in einigen Jahren den Auslandsanteil auf 40 Prozent steigern“, betonte der Vorstandschef.

150 HORNBACH-Märkte bis 2010

Hornbach kündigte an, in den kommenden fünf Jahren 35 großflächige neue Bau- und Gartenmärkte zu eröffnen. Im Jahr 2010 werde dann voraussichtlich die Zahl von 150 Märkten überschritten, mit dann deutlich mehr als 1,74 Mio. qm Verkaufsfläche. „Uns geht es aber nicht um Flächenwachstum um jeden Preis. Nicht die Zahl der Märkte ist letztlich für die Bilanz entscheidend, sondern die Rentabilität der Filialen. Daher expandieren wir nur an Standorten, wo wir die erforderliche Produktivität erzielen können“, führte er aus. „Auch in Deutschland gibt es durchaus noch attraktive Standorte für Neueröffnungen.“ Das geplante Wachstum werde auch einen weiteren Zuwachs an Beschäftigung in der Hornbach-Gruppe bringen. Albrecht Hornbach: „Unser Unternehmen wird auch in den kommenden Jahren eine Jobmaschine bleiben und tausende neue Arbeitsplätze schaffen.“

Preisführerschaft mit Dauertiefpreisen

Gelassen zeigte sich Hornbach im Hinblick auf den immer schärfer geführten Preiswettbewerb in Deutschland: „Einige unserer Mitbewerber

PRESSEMITTEILUNG – PRESS RELEASE – PRESSEMITTEILUNG

versuchen, sich in immer kürzeren Abständen mit ‚Rabattaktionen‘ und ‚Schnäppchenofferten‘ gegenseitig zu attackieren und Marktanteile abzutrotzen. Bei uns können die Kunden darauf vertrauen, dass sie jederzeit Qualitätsprodukte zum Dauertiefpreis bekommen. Damit sind wir dauerhaft der Preisführer.“

Transparenz für den Finanzmarkt

Als einziges Unternehmen der Baumarkt-Branche in Deutschland ist Hornbach börsennotiert. Damit haben sich die beiden Unternehmen HORNBACH HOLDING AG und HORNBACH-Baumarkt-AG zu besonderer Transparenz gegenüber den Anlegern verpflichtet. Sie veröffentlichen regelmäßig Unternehmensdaten und stellen sich dem Urteil von Analysten und Banken. Neben der Metro-Gruppe ist HORNBACH das einzige deutsche Handelsunternehmen, das über seine Börsennotierung hinaus ein öffentliches Rating erhalten hat. „Unsere Expansionsstrategie steht ständig im Focus der Öffentlichkeit“, führte Albrecht Hornbach aus. „Wir sehen diese Transparenz aber nicht als Nachteil gegenüber unseren nicht börsennotierten Mitbewerbern, sondern eher als Vorteil. Durch die öffentliche Kontrolle sind wir verpflichtet, unsere strategischen Ziele ständig an der Wirklichkeit zu überprüfen und mögliche Kurskorrekturen zügig einzuleiten“, betonte der Vorstandsvorsitzende.

Ansprechpartner

Investor Relations

Axel Müller
76878 Bornheim bei Landau
Telefon (+49) 0 63 48/ 60 - 24 44
Telefax (+49) 0 63 48/ 60 - 42 99
E-Mail: invest@hornbach.com

Presse/Public Relations

Dr. Ursula Dauth
67433 Neustadt a. d. W.
Telefon (+49) 0 63 21/ 678 - 93 21
Telefax (+49) 0 63 21/ 678 - 93 00
E-Mail: presse@hornbach.com

Internet: www.hornbach.com