



Es gilt das gesprochene Wort

**Hauptversammlung der
HORNBAACH Holding AG & Co. KGaA
(virtuell)**

Rede von Albrecht Hornbach

**Vorstandsvorsitzender der HORNBAACH Management AG,
der persönlich haftenden Gesellschafterin
der HORNBAACH Holding AG & Co. KGaA**

Bornheim/ Pfalz

Donnerstag, 8. Juli 2021

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
meine Damen und Herren,
liebe Gäste,

Im Namen des Vorstands heiÙe ich Sie sehr herzlich willkommen zur diesjähri-gen ordentlichen Hauptversammlung. Wie schon im Vorjahr haben wir uns aufgrund der Corona-Pandemie entschieden, die Hauptversammlung virtuell abzuhalten. Ich bedanke mich für Ihr großes Interesse an unserem Unternehmen, das Sie mit der heutigen Teilnahme an unserer Hauptversammlung unterstreichen.

Besonders begrüÙen möchte ich die Vertreter der **Aktionärsvereinigungen und Banken sowie der Presse**. Ein herzlicher Willkommensgruß gilt überdies denjenigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die diese Hauptversammlung heute als Gäste oder Aktionäre verfolgen. Ihnen möchte ich stellvertretend für die inzwischen mehr als 24.000 Beschäftigten in der HORNBACH-Gruppe meinen persönlichen Dank für ihre Leistungen, vor allem aber für das große Improvisations- und Durchhaltevermögen in diesem besonders herausfordernden Geschäftsjahr 2020/21 aussprechen.

Meine Damen und Herren,
ich möchte ihnen heute zunächst die wichtigsten Ergebnisse der HORNBACH-Gruppe im Geschäftsjahr 2020/21 erläutern, bevor ich auf das erste Quartal des laufenden Geschäftsjahres eingehe und einen Ausblick auf die weitere Entwicklung gebe.

Der Geschäftsbericht des vergangenen Geschäftsjahres 2020/21 ist online auf unserer Website verfügbar. Ich werde mich daher auf die wichtigsten Unternehmenszahlen und -fakten beschränken. In diesem Zusammenhang verweise ich insbesondere auch auf den erläuternden Bericht des Vorstands zu den Angaben nach § 289a und § 315a HGB, den Sie im Geschäftsbericht auf Seite 111 finden.

Bevor wir in die Betrachtung des abgelaufenen Geschäftsjahres einsteigen, will ich gemeinsam mit Ihnen einen kurzen Blick auf unsere Aktionärs- und

Unternehmensstruktur werfen – besonders für diejenigen, die mit der HORNBACH-Gruppe noch nicht so vertraut sind.

Unter der Holding unterscheiden wir grundsätzlich die Teilkonzerne HORNBACH Baumarkt AG, HORNBACH Immobilien AG und HORNBACH Baustoff Union GmbH.

Der mit Abstand größte und wichtigste Teilkonzern ist die börsennotierte **HORNBACH Baumarkt AG**. Sie verantwortet zum Bilanzstichtag den Betrieb von 161 HORNBACH Bau- und Gartenmärkten im In- und Ausland sowie von zwei BODENHAUS-Fachmärkten. Überdies ist der Teilkonzern in jedem der neun Länder mit einem Onlineshop aktiv und verknüpft diesen jeweils mit dem stationären Geschäft zum „Interconnected Retail“. Gut 76 Prozent der Unternehmensaktien der HORNBACH Baumarkt AG sind im Besitz der HORNBACH Holding AG & Co. KGaA. Knapp 24 Prozent der Anteile halten übrige Aktionäre.

Hinzu kommt das Baustoffhandelsgeschäft des Teilkonzerns **HORNBACH Baustoff Union GmbH**. Sie ist zum Bilanzstichtag mit 34 Niederlassungen regional im Südwesten Deutschlands tätig und mit zwei Niederlassungen in Frankreich. Hauptzielgruppe sind gewerbliche Kunden des Bauhaupt- und Baunebengewerbes. Darüber hinaus zielt das Baumaterial-, Service- und Beratungsangebot auch auf die Bedürfnisse privater Bauherren.

Im dritten Teilkonzern, der **HORNBACH Immobilien AG**, ist umfangreiches Immobilienvermögen gebündelt, überwiegend in Form von Bau- und Gartenmärkten, die langfristig an die HORNBACH Baumarkt AG vermietet sind.

Meine Damen und Herren,

das vergangene Geschäftsjahr 2020/21 stand unter besonderen Vorzeichen und war eines der erfolgreichsten unserer Unternehmensgeschichte.

Als ich vor einem Jahr im Rahmen der damaligen Hauptversammlung vor Ihnen stand, befand sich Europa gerade in einer leichten Erholungsphase nach der

ersten Corona-Welle. Zu diesem Zeitpunkt war es nicht absehbar, wie sich die Pandemie und unser gesellschaftliches Leben im Laufe des Winterhalbjahres entwickeln würde. Wir hatten erst wenige Monate des Berichtsjahres hinter uns und konnten nicht beurteilen, wie lange und intensiv sich die Corona-Maßnahmen auf die HORNBACH-Gruppe auswirken würden.

Rückblickend war das Geschäftsjahr 2020/2021 eines der erfolgreichsten unserer Unternehmensgeschichte. Trotz massiver Verkaufsbeschränkungen im Frühjahr 2020 und im Winter 2020/21 verlief das abgelaufene Geschäftsjahr erheblich besser als anfänglich erwartet.

Mit einem Umsatzwachstum von mehr als 15 Prozent übersprang die HORNBACH-Gruppe erstmals die Fünf-Milliarden-Marke. Unsere Marktposition in unserem europaweiten Geschäftsgebiet haben wir nachhaltig gestärkt. Die Ertragskraft der HORNBACH-Gruppe erreichte das höchste Niveau seit Umstellung auf IFRS-Rechnungslegung vor 20 Jahren.

Lassen Sie mich im Folgenden näher auf die wichtigsten Zahlen und Fakten zum abgelaufenen Geschäftsjahr 2020/21 eingehen.

Am 30. September 2020 haben wir einen neuen großflächigen Bau- und Gartenmarkt in Oradea, Rumänien eröffnet.

Anfang des Jahres 2021 feierten wir zudem mit zwei Fachmärkten unseres neuen Vertriebskonzepts BODENHAUS in Berlin und Köln Premiere. BODENHAUS konzentriert sich auf Hartbodenbeläge aller Art wie Fliesen, Parkett, Laminat, Vinyl und Terrassendielen. Das Konzept ist vor allem an den Bedürfnissen von Profi-Handwerkern ausgerichtet. Adressiert sind aber auch private Endverbraucher, die den Boden selbst verlegen oder verlegen lassen. Anders als im klassischen Fachhandel sind fast alle Waren im BODENHAUS in großen Mengen direkt verfügbar oder können über den Onlineshop reserviert bzw. bestellt werden.

Der Teilkonzern HORNBACH Baustoff Union hat zum 1. März 2020 im saarländischen Gersheim einen Standort eines bisherigen Vertriebspartners als eigene Niederlassung übernommen. Anfang Oktober 2020 erwarben wir in Sinsheim, Baden-Württemberg, einen Standort von einem Wettbewerber.

Die 163 Filialen der HORNBACH Baumarkt AG in neun Ländern haben zum Bilanzstichtag eine Gesamtverkaufsfläche von rund 1,92 Millionen Quadratmetern. Die durchschnittliche Filialgröße liegt damit bei rund 11.800 Quadratmetern.

In Deutschland sind wir zum 28. Februar 2021 mit 98 Standorten vertreten. International sind wir – in der Reihenfolge der Markteintritte geordnet – in Österreich, den Niederlanden, Luxemburg, Tschechien, der Schweiz, Schweden, der Slowakei und Rumänien mit insgesamt 65 Filialen aktiv. In allen Ländern unseres Geschäftsgebiets verbinden wir das stationäre Angebot in den Filialen mit unseren Onlineshops zum Interconnected Retail.

Ich komme nun zur besonders erfreulichen Umsatzentwicklung.

Die **HORNBACH Holding** hat im vergangenen Geschäftsjahr den Nettoumsatz um 15,4 Prozent auf rund 5,5 Mrd. Euro gesteigert.

Auch im **Teilkonzern HORNBACH Baumarkt AG** haben wir erstmals die Fünf-Milliarden-Marke geknackt und den Nettoumsatz um 15,6 Prozent auf 5.117 Mio. Euro erhöht. Der flächen- und währungskursbereinigte Umsatzanstieg von 14,7 Prozent ist der höchste seit dem Börsengang der HORNBACH Baumarkt AG im Jahr 1993.

In **Deutschland** verzeichneten wir flächenbereinigt ein Plus von 18,6 Prozent. Bezogen auf das Kalenderjahr 2020 schnitten wir hier gut acht Prozentpunkte besser ab als der Branchendurchschnitt. Das sind Welten. So vergrößerten wir unseren Marktanteil in Deutschland auch ohne Neueröffnungen von 11,3 Prozent auf 12,0 Prozent.

Unsere **internationalen** HORNBAACH-Standorte, die gerade im Frühjahr 2020 stärker als die deutschen Filialen von Lockdown-Maßnahmen betroffen waren, steigerten die Umsätze flächen- und währungskursbereinigt um 10,8 Prozent. Auch hier konnten wir Marktanteile hinzugewinnen. So lagen wir im Kalenderjahr 2020 in Österreich mehr als vier Prozentpunkte vor der Branche, in der Schweiz 2,5 Prozentpunkte.

Der **Teilkonzern HORNBAACH Baustoff Union GmbH** rundete mit einem Anstieg der Nettoumsätze um 12,8 Prozent auf 338 Millionen Euro die hervorragende Umsatzentwicklung der HORNBAACH-Gruppe im Geschäftsjahr 2020/2021 ab.

Besonders markant war im letzten Geschäftsjahr unser Wachstum im DIY-Onlinegeschäft.

Unsere **Onlineumsätze** (einschließlich Reservieren & Abholen) haben sich binnen eines Jahres auf 852 Mio. Euro mehr als verdoppelt. Der Onlineanteil am Umsatz des Teilkonzerns stieg von rund 10 Prozent auf fast 17 Prozent. Der Blick in die Details verdeutlicht, wie stark die Konsumenten insbesondere während der Zeit der stationären Verkaufsbeschränkungen auf die Onlinekanäle ausgewichen sind. Die Umsätze im Direktversand verzeichneten ein Plus von 74 Prozent. Reservieren & Abholen – wie wir bei HORNBAACH den Service Click & Collect nennen – legte gar um 180 Prozent zu. Während des Lockdowns im Januar und Februar 2021 war Click & Collect für die meisten unserer Standorte die einzige Möglichkeit, die Privatkunden stationär mit Ware zu versorgen. Wir haben festgestellt, dass die Kunden unser Onlinegeschäft auch nach Wiedereröffnung der Märkte deutlich intensiver nutzen als vor der Pandemie. Das Kundenverhalten hat sich nachhaltig verändert.

Wenn wir einen Blick auf die aktuelle Statistik des Dähne Verlags zu den Bruttoumsätzen der fünf größten Baumarktbetreiber in Deutschland werfen, wird deutlich, dass wir im Kalenderjahr 2020 auch in dieser Spitzengruppe das mit Abstand höchste relative Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen konnten. Wir liegen hier mit einem Plus von mehr als 21 Prozent vier Punkte vor Toom, sieben vor Bauhaus und sogar neun vor Obi. Den geringsten

Zuwachs von 11,6 Prozent verbuchte in 2020 die Hagebau, die wir auch im Gesamtumsatz überholen konnten. Sowohl beim Umsatz pro Quadratmeter als auch beim Umsatz pro Markt haben wir die Spitzenposition mit großem Abstand zum Wettbewerb ausgebaut. Die Produktivität pro Quadratmeter bzw. pro Filiale ist ausschlaggebend für unsere Ertragskraft und damit eine wichtige Basis für unsere Preisführerschaft.

Nach den uns bislang vorliegenden Informationen aus der DIY-Branche ist es uns zu Beginn des aktuellen Jahres übrigens gelungen, diesen eindrucksvollen Vorsprung beim Umsatzwachstum noch stärker auszubauen - vor allem in den beiden harten Lockdown-Monaten Januar und Februar.

Was waren die wesentlichen Gründe für die überaus erfreuliche Geschäftsentwicklung der HORNBACH-Gruppe im Geschäftsjahr 2020/21?

Der Rückzug in die eigenen vier Wände und das verstärkte Arbeiten von Zuhause führte zu einer historisch hohen Nachfrage nach DIY-Sortimenten. Noch nie wurde so viel renoviert, noch nie wurden so viele Pools installiert, Grills angeschafft oder Zimmer gestrichen. Projekte in Haus und Garten waren und sind für viele Menschen eine sinnstiftende, bisweilen notwendige Beschäftigung in einer Zeit ohne große Alternativen. Das allein hat der gesamten DIY-Branche im Corona-Jahr 2020 eine Sonderkonjunktur beschert. Entscheidend für die – zum Teil dramatische – Outperformance der HORNBACH Bau- und Gartenmärkte und der Baustoff Union war jedoch, dass wir diese gestiegenen Kundenbedürfnisse auch unter widrigsten Bedingungen besonders gut erfüllen konnten. Zu verdanken haben wir das vor allen Dingen unserer **Interconnected Retail-Strategie** (abgekürzt: ICR) und dem unermüdlichen Einsatz unserer **Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter**, die sich immer wieder auf neue Rahmenbedingungen einstellen mussten und dabei einen großartigen Job gemacht haben!

Im Frühjahr 2020 haben wir in kürzester Zeit Hygienekonzepte entwickelt, um Kunden, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu schützen. Im Laufe des Geschäftsjahres 2020/21 wurden zusätzliche Versandzentren betriebsbereit gemacht, um die stark gestiegenen Onlinebestellungen zu bewältigen. Unsere

Abläufe wurden kontinuierlich an immer neue, teils sehr kurzfristige Vorgaben zur Pandemiebekämpfung angepasst.

Dabei kam uns zugute, dass wir bereits seit vielen Jahren ICR betreiben und gelernt haben, kanalübergreifend für unsere Kunden da zu sein. Fast unser gesamtes Sortiment ist online und zusätzlich noch viele weitere Artikel. Soweit der Zutritt zum Markt für Privatkunden nicht gestattet war, schafften wir es, über Click & Collect oder via Direktversand nach Hause oder zur Baustelle einen großen Teil des normalen Umsatzes zu generieren. Die Kombination aus einem eigenen Logistiknetz und unseren großflächigen Märkten, die gleichzeitig als Lager dienen und eine gute Bevorratung ermöglichen, waren hierbei wesentliche Erfolgsfaktoren.

Hinzu kam, dass Gewerbekunden und insbesondere Handwerker zunehmend unsere Baumärkte als kompetente Partner nutzen. Die deutlich gestiegene Nachfrage war nicht nur im DIY-Einzelhandel Wachstumstreiber, sondern bescherte auch den Niederlassungen der HORNBACH Baustoff Union eine sehr erfreuliche Umsatz- und Ertragsentwicklung.

Die enge Verzahnung von stationären Märkten, Onlineshop und Logistik hat im abgelaufenen Geschäftsjahr die Stärke unseres Geschäftsmodells eindrucksvoll bestätigt.

Hier hat sich für unsere Kunden und uns bezahlt gemacht, dass wir in der Vergangenheit entschlossen in ICR investiert hatten. **Seit 2010 haben wir eine halbe Milliarde Euro in die Digitalisierung unseres Geschäftsmodells gesteckt.** Das hat, wie man so schön sagt, „Körner gekostet“. Aber wir waren und sind davon überzeugt, dass sich diese Zukunftsorientierung langfristig auszahlt. Die Ergebnisse des Corona-Geschäftsjahres 2020/21 belegen das eindrucksvoll.

Lassen Sie mich daher im Folgenden auf wichtige Ergebnis-Kennzahlen des vergangenen Geschäftsjahres eingehen.

Das starke Umsatzwachstum und die deutlich verbesserte Marktposition in unserem Geschäftsgebiet waren der Grundstock für eine sehr erfreuliche Ertragsentwicklung im zurückliegenden Geschäftsjahr 2020/21.

Das um nicht-operative Sondereffekte **bereinigte EBIT** ist in der HORNBACH-Gruppe um 44 Prozent auf 326,4 Mio. Euro gewachsen, vor allem dank des kräftigen Ertragswachstums auf Ebene der Teilkonzerne HORNBACH Baumarkt AG und HORNBACH Baustoff Union GmbH. Die **bereinigte EBIT-Marge** kletterte im Gesamtkonzern von 4,8 Prozent auf 6,0 Prozent – das ist ein Niveau, das wir seit der Umstellung auf eine IFRS-Rechnungslegung vor 20 Jahren bisher nicht erreicht hatten.

Die Bereinigung bezieht sich auf nicht-operative, außerplanmäßige Ergebnisbelastungen – insbesondere im Zusammenhang mit Wertberichtigungen bzw. Impairments –, die leicht von 13,2 Mio. Euro auf 14,5 Mio. Euro gestiegen sind.

Das **Konzernbetriebsergebnis** (EBIT) einschließlich dieser nicht-operativen Ergebniseffekte erhöhte sich um 46 Prozent auf 311,9 Mio. Euro.

Auch das **Ergebnis vor Steuern** (EBT) ist im vergangenen Geschäftsjahr signifikant angestiegen und hat sich um 60 Prozent auf 266,1 Mio. Euro erhöht. Der **Konzernjahresüberschuss** einschließlich Gewinnanteilen anderer Gesellschafter wuchs um 63 Prozent auf 201,4 Mio. Euro.

Besonders freut es mich, Ihnen insgesamt ein **Ergebnis je Aktie** – von 10,33 Euro präsentieren zu können. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 57 Prozent.

Die guten Ergebnisse haben auch unseren Aktienkurs beflügelt. Zum Geschäftsjahresende 28. Februar 2021 stand die Aktie bei 78,20 Euro. Dies entspricht einer Steigerung von 54 Prozent im Vergleich zum Beginn des Geschäftsjahres. Nach der Veröffentlichung der Geschäftszahlen des ersten

Quartals 2021/22 am 25. Juni lag die Holding-Aktie bei fast 100 Euro und somit weiter im Aufwind.

Werfen wir noch einen Blick auf die **Finanz- und Vermögenslage** des Konzerns im Geschäftsjahr 2020/21.

Die zahlungswirksamen Investitionen stiegen im Berichtsjahr von 131 Mio. Euro auf 154 Mio. Euro. Etwas mehr als die Hälfte der Investitionen entfiel auf Grundstücke und Gebäude, der Rest im Wesentlichen auf Betriebs- und Geschäftsausstattung neuer und bestehender Märkte sowie Software.

Die Mittel für die Investitionen wurden vollständig aus dem Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit gewonnen, der sich im Geschäftsjahr 2020/21 von 324 Mio. Euro auf 347 Mio. Euro erhöhte. Der Free Cashflow belief sich auf 197 Mio. Euro.

Der positive Cashflow hat sich auch über den Anstieg der liquiden Mittel in unserer Bilanz niedergeschlagen. Unsere Bilanz hat im vergangenen Geschäftsjahr weiter von großer Stabilität und Kontinuität gezeugt. Aufgrund der Erhöhung der Liquidität sowie durch höhere Vorräte stieg die **Konzernbilanzsumme** zum 28. Februar 2021 auf 4,0 Mrd. Euro an.

Gleichzeitig hat sich auch unsere **Eigenkapitalquote** von 42,7 Prozent im Vorjahr auf 44,2 Prozent erhöht. Sie liegt damit, gerade auch im Vergleich mit anderen Einzelhandelsunternehmen, weiterhin auf einem sehr hohen Niveau.

Zusammenfassend stelle ich fest:

2020/21 war eines der erfolgreichsten Geschäftsjahre der Unternehmensgeschichte. Die HORNBAACH-Gruppe hat von ihren Investitionen in die ICR-Strategie in der Vergangenheit profitiert und dadurch die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage nach einem bereits sehr guten Vorjahr nochmals maßgeblich verbessert.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

uns ist es wichtig, dass auch Sie an der erfolgreichen Entwicklung des Unternehmens partizipieren. Aufgrund des erfreulichen Ertragsanstiegs schlagen wir, die persönlich haftende Gesellschafterin und der Aufsichtsrat der HORNBACH Holding AG & Co. KGaA, der heutigen Hauptversammlung eine Erhöhung der Dividende um ein Drittel auf 2,00 Euro je Aktie vor. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 19 Prozent und einer Dividendenrendite von 2,6 Prozent zum Bilanzstichtag 28. Februar 2021. Wir sind überzeugt, dass diese Ausschüttungshöhe ein guter Kompromiss ist zwischen einer fairen Beteiligung der Aktionäre an einem außergewöhnlich guten Geschäftsjahr und einem Dividendenniveau, das wir auch langfristig halten und idealerweise ausbauen können. Wie sie wissen, verfolgt HORNBACH mit seiner Dividendenpolitik das Ziel, jedes Jahr eine Dividende mindestens auf Vorjahreshöhe auszuschütten. Langfristig halten wir unverändert eine Ausschüttungsquote von 30 Prozent für angemessen. Vor diesem Hintergrund möchte ich daher für Ihre Zustimmung zu dieser erhöhten Dividende werben.

Meine Damen und Herren,

ich komme nun zur aktuellen Geschäftsentwicklung und zum Ausblick. Die Zahlen für das erste Quartal haben wir am 25. Juni veröffentlicht.

An den Erfolg des abgelaufenen Geschäftsjahres haben wir in den ersten drei Monaten des neuen Geschäftsjahres 2021/22 nahtlos angeknüpft. So steigerten wir den **Konzernumsatz** gegenüber dem Rekordniveau des Vorjahresquartals nochmals um 6,4 Prozent auf rund 1,7 Milliarden Euro. Und das, obwohl wir im Vergleich zum Vorjahres-Q1 nochmals stärker im Verkauf eingeschränkt waren und obendrein das Frühjahrswetter ungewöhnlich kalt war.

Im **Teilkonzern HORNBACH Baumarkt AG** stiegen die Umsätze um 5,6 Prozent. Flächen- und währungskursbereinigt legten die DIY-Umsätze in den ersten drei Monaten konzernweit um 4,3 Prozent zu. Die anhaltend hohe Nachfrage nach DIY-Sortimenten konnten wir dank unserer Interconnected-Retail-Strategie sehr gut bedienen und bei Bedarf auf die Onlinekanäle umlenken.

In **Deutschland** gelang es uns im ersten Quartal, das extrem hohe Umsatzniveau des Vorjahres zu halten, obwohl hierzulande durchschnittlich rund 60 Prozent unserer Märkte aufgrund neuer Paradigmen in der Pandemiepolitik nicht regulär geöffnet hatten. Erst seit dem 7. Juni sind unsere Filialen in Deutschland wieder ohne Einschränkungen für Privatkunden zugänglich.

Im **übrigen Europa** wuchs der Nettoumsatz flächen- und währungskursbereinigt um 9,5 Prozent. Lediglich die Märkte in Luxemburg, Rumänien, Schweden und der Schweiz waren im ersten Quartal vollständig geöffnet, in allen anderen Ländern gab es bis zum 10. Mai ebenfalls Corona-Beschränkungen.

Der Teilkonzern **HORNBACH Baustoff Union GmbH** erzielte im ersten Quartal 2021/22 ein Umsatzplus von 20,5 Prozent. Das Wachstum ist ganz wesentlich auf die stark gestiegene Nachfrage der professionellen Kunden nach Baumaterialien zurückzuführen. Die HBU hat dank ihres leistungsfähigen Niederlassungsnetzes und der guten Bevorratung ihre Wettbewerbsposition im Berichtsquartal weiter gestärkt.

Erneut überdurchschnittlich stark gewachsen sind im ersten Quartal 2021/22 die Onlinebestellungen sowie Click & Collect. Insgesamt wuchs der DIY-Onlineumsatz (inklusive Click & Collect) gegenüber dem Vorjahresquartal um 71 Prozent auf 375 Mio. Euro. Auf einer rollierenden Zwölf-Monats-Basis überschritten wir erstmals die Marke von einer Milliarde Euro und erreichten einen Online-Anteil von rund einem Fünftel des Gesamtumsatzes.

Die Ertragsentwicklung hat sich auf einem deutlich höheren Niveau als vor der Pandemie eingependelt. Man muss dazu sagen, dass der Umsatz unter Lockdown-Bedingungen wesentlich härter erkämpft werden musste. Einfach weil unsere Kolleginnen und Kollegen vor Ort durch den sprunghaften Anstieg von Click & Collect wesentlich mehr Aufwand hatten. Im Vergleich zum Vorjahr zogen nochmals gestiegene Ordervolumen im Onlineshop höhere Kosten für den Versand zum Kunden nach sich. Darüber hinaus gab es eine Normalisierung bei einigen Kostenblöcken nach oben, vor allem Werbekosten und Kosten für

Instandhaltungsmaßnahmen, die im Jahr zuvor während der ersten Pandemiewelle deutlich zurückgefahren worden waren.

Das um nicht-operative Ergebniseffekte bereinigte Betriebsergebnis (EBIT) hat sich dennoch sehr gut behauptet. Es ging nur relativ leicht um 2,2 Prozent auf 169,1 Mio. Euro zurück und lag signifikant über dem Wert des Vor-Corona-Q1 2019/20 in Höhe von 96,9 Mio. Euro.

Unsere Umsatz- und Ertragsprognose für das laufende Geschäftsjahr haben wir am 25. Juni im Zuge der Veröffentlichung unserer Q1-Ergebnisse präzisiert.

Aufgrund der guten Entwicklung im ersten Quartal sowie der unvermindert hohen Kundennachfrage nach DIY- und Bau-Sortimenten rechnen wir nun damit, dass die Konzernumsätze im laufenden Jahr ein bis fünf Prozent über dem Niveau des Geschäftsjahres 2020/21 in Höhe von annähernd 5,5 Milliarden Euro, liegen werden. Wir erwarten, dass das bereinigte Konzernbetriebsergebnis (EBIT) im laufenden Geschäftsjahr zwischen 290 Mio. Euro und dem Vorjahreswert in Höhe von 326 Mio. Euro liegen wird. Wir streben somit im laufenden Geschäftsjahr 2021/22 eine bereinigte EBIT-Marge zwischen 5,3 und 5,7 Prozent an. Das liegt signifikant über dem Wert von 4,8 Prozent im Vor-Corona-Jahr 2019/20 und dem Mittelwert der letzten 20 Jahre in Höhe von 4,5 Prozent.

Ich muss dazu sagen, dass die konjunkturellen Risiken aufgrund der Coronakrise weiterhin schwer abschätzbar sind. Hinzu kommen die Unsicherheiten bezüglich Rohstoffpreissteigerungen und Lieferengpässen auf den weltweiten Beschaffungsmärkten. Diesen Risiken stehen jedoch derzeit sichtbare Fortschritte in der europaweiten Pandemiebekämpfung und eine – wie wir denken – auch längerfristig höhere Nachfrage nach Bau- und DIY-Produkten gegenüber. Trendforscher sprechen gar von einem „Jahrzehnt des Zuhauses“. Das sollte nicht nur eine gute Grundlage für das laufende Geschäftsjahr sein, sondern auch die Nachfrage nach Bau- und Heimwerkerprojekten auf längere Sicht befeuern.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Wir entwickeln unser Geschäftsmodell konsequent im Sinne der Kundenbedürfnisse weiter. Und zwar in der Form, in der es unseren Kunden den meisten Nutzen verspricht. Dazu gehören stationäre Märkte genauso wie neue Sortimente im Onlineshop, erweiterte Remote-Beratungsangebote oder Online-Konfiguratoren.

Im laufenden Geschäftsjahr sind fünf Neueröffnungen von großflächigen Bau- und Gartenmärkten im europäischen Ausland geplant: In Schweden haben wir am 29. Juni in Trollhättan unseren achten Markt eröffnet. In der zweiten Jahreshälfte folgen Neueröffnungen in Rumänien, den Niederlanden und der Schweiz. Darüber hinaus werden wir einen älteren Markt in Paderborn durch einen neuen ersetzen. Das Investitionsbudget wird daher die 154 Mio. Euro des Vorjahres voraussichtlich deutlich übersteigen.

Was den Webshop und die technologische Anbindung der Märkte betrifft, reden wir weniger über Investitionen im Sinne von CAPEX, sondern eher über laufende Kosten, beispielsweise Personalkosten für Entwickler oder Kosten für die technologische Infrastruktur. Auch hier werden wir uns im laufenden Jahr weiterentwickeln. Konkret werden wir unsere Shops auf eine neue Plattform umziehen, die neben einer besseren Skalierbarkeit zahlreiche operative Vorteile bringt. Das ist wichtig, um den Vorsprung in diesem Bereich gegenüber dem Wettbewerb zu verteidigen und auszubauen.

Ich freue mich, dass ich die Gelegenheit hatte, die Highlights des vergangenen Geschäftsjahres vorzustellen und Ihnen einen Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr zu geben.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit!