

Geschäftsbericht 2002



Auf dem Weg zum Handels- und Dienstleistungskonzern

KARSTADT QUELLE^{AG}



STATIONÄRER EINZELHANDEL

Warenhäuser • Fachgeschäfte

Der KarstadtQuelle-Konzern betreibt 190 Warenhäuser sowie 294 Fachgeschäfte, zumeist in 1-A-Lagen der Innenstädte, und bekleidet damit eine Spitzenposition im stationären Einzelhandel in Deutschland. Mit den Warenhäusern der Dachmarke Karstadt sowie den Traditionsmarken Hertie, Wertheim, Alsterhaus und KaDeWe (Kaufhaus des Westens) sind wir führend in Europa. Die Warenhäuser verfügen über einen signifikanten Marketingvorteil: Mit einem Marktanteil von rund 50% (Quelle: BAG) erzielen sie eine flächendeckende Präsenz in Deutschland. Etwa 90% der Warenhaus-Immobilien – gemessen an der Verkaufsfläche – befinden sich im Konzerneigentum. Unsere Fachgeschäfte ergänzen die dominante Sortimentsposition der Warenhäuser. Sie präsentieren sich unter den Marken SinnLeffers und Wehmeyer (Fashion), Runners Point und Golf House (Sport), WOM World of Music und Schaulandt (Multimedia) sowie LeBuffet (Systemgastronomie).

		2002	2001	Veränderung in %
Umsatz	Mio. €	7.337,4	8.069,1	-9,1
Mitarbeiter am 31.12.	Anzahl	63.214	70.716	-10,6
Segmentvermögen	Mio. €	2.435,8	3.171,4	-23,2

VERSANDHANDEL

Universalversand • Spezialversand

Quelle und Neckermann sind unsere beiden starken Versandmarken. Ihr Bekanntheitsgrad in Deutschland beträgt jeweils über 95%. Mit einem Anteil von rd. 30% sind wir Marktführer im deutschen Versandhandel und besetzen auch in Europa eine Spitzenposition. Rund 82% des Versandumsatzes erzielen die 520 Kataloge der beiden Universalversender Quelle und Neckermann, die in einer Auflage von 618 Mio. Exemplaren europaweit verschickt werden. Quelle profiliert sich vor allem mit klassischer Damen-Oberbekleidung, textilen Standardwaren, Technik und Möbeln. Neckermann konzentriert sich insbesondere auf Mode, große Größen und Wohnen. Im Spezialversand gehen wir mit über 513 auf spezielle Sortimente fokussierten Katalogen, in einer Auflage von 193 Mio. Stück, auf die Wünsche und Bedürfnisse individueller Zielgruppen ein. Dabei reicht das vielfältige Sortimentsspektrum von Mode über Berufsbekleidung, Haus- und Heimtierbedarf bis hin zu Werbepublikum. Mit rund 120 nationalen und internationalen Tochtergesellschaften sind Quelle und Neckermann in 22 Ländern gut aufgestellt und erwirtschaften bereits 21,9% ihres Umsatzes im Ausland.

		2002	2001	Veränderung in %
Umsatz	Mio. €	8.229,0	7.812,7	5,3
Mitarbeiter am 31.12.	Anzahl	35.157	36.922	-4,8
Segmentvermögen	Mio. €	3.965,4	4.125,8	-3,9



DIENSTLEISTUNGEN

B2B-Services • B2C-Services

Die dynamische Expansion des Geschäftsfeldes Dienstleistungen ist für die Neuausrichtung von KarstadtQuelle zum Handels- und Dienstleistungskonzern von wesentlicher Bedeutung. Der Bereich B2B-Services (Firmenkunden-Geschäft) umfasst Informationsdienstleistungen, E- und TV-Commerce, Logistik, Einkauf und IT. B2C-Services (Endkunden-Geschäft) fokussieren auf Finanzdienstleistungen, Kundenkarten-Programme sowie Touristik. Für diese Geschäftsmodelle nutzt KarstadtQuelle zum einen im Konzern vorhandene Assets, beispielsweise über eine Milliarde Kundenkontakte pro Jahr, qualifizierte Informationen über 19 Millionen aktive Kunden sowie die hohe Fulfillment-Kompetenz der Versender. Zum anderen kooperieren wir mit starken Partnern, die jeweils führend in ihren Märkten sind: mit der Deutsche Lufthansa AG beim Touristikonzern Thomas Cook, mit der ERGO Versicherungsgruppe AG bei KarstadtQuelle Financial Services und mit der Deutsche Telekom AG im Rahmen des Kunden-Bonusprogramms „Happy-Digits“.

		2002	2001	Veränderung in %
Umsatz	Mio. €	1.303,2	1.123,4	16,0
Mitarbeiter am 31.12.	Anzahl	5.927	4.303	37,7
Segmentvermögen	Mio. €	1.042,2	1.195,2	-12,8

Ohne Thomas Cook-Konzern



IMMOBILIEN

Eigentum • Immobilien-Dienstleistungen • Finanzierung

Im Geschäftsfeld Immobilien hat die KARSTADT QUELLE AG den größten Teil ihres Konzernvermögens konzentriert. Unser wertvolles Immobilien-Portfolio enthält im Wesentlichen Warenhäuser und Fachgeschäfte in 1A-Lagen deutscher Innenstädte, Logistikzentren sowie Büro-, Wohn- und Mischimmobilien. Der überwiegende Teil des Marktwertes der Immobilien entfällt auf die fünf großen Wirtschaftsregionen Hamburg, Berlin, München, Rhein-Ruhr und Rhein-Main. Unsere Immobilienstrategie ist konsequent auf die Maximierung der Immobilienwerte ausgerichtet. Darauf basierend haben wir die drei Aufgabenfelder Eigentum (Optimierung des Immobilienportfolios), Immobilien-Dienstleistungen und Finanzierung definiert. Die ECM EuroCenter Management GmbH bietet ein breite Palette von Immobilien-Dienstleistungen wie Entwicklung und Vermietung sowie Center-, Facility- und Bau-Management an. Die KARSTADT Hypothekbank AG finanziert die Immobilien-Investitionen des KarstadtQuelle-Konzerns durch Pfandbriefprogramme.

		2002	2001	Veränderung in %
Umsatz	Mio. €	495,1	483,8	2,3
Mitarbeiter am 31.12.	Anzahl	71	48	47,9
Segmentvermögen	Mio. €	4.822,8	3.559,0	35,5

			2002	2001	Veränderung in %
Umsatz	Stationärer Einzelhandel	Mio. €	7.337,4	8.069,1	-9,1
	Versandhandel	Mio. €	8.229,0	7.812,7	5,3
	Dienstleistungen	Mio. €	1.303,2	1.123,4	16,0
	Immobilien	Mio. €	495,1	483,8	2,3
	Überleitungsrechnung	Mio. €	-1.550,1	-1.421,9	-
	Konzernumsatz	Mio. €	15.814,6	16.067,1	-1,6
Ertragslage	EBITA	Mio. €	577,8	680,2	-15,1
	EBITA-Marge	in %	3,7	4,2	-
	EBIT	Mio. €	484,4	630,7	-23,2
	EBIT-Marge	in %	3,1	3,9	-
	EBTA	Mio. €	293,9	382,3	-23,1
	EBTA-Marge	in %	1,9	2,4	-
	EBT	Mio. €	200,4	332,8	-39,8
	EBT-Marge	in %	1,3	2,1	-
	Jahresüberschuss nach Minderheiten	Mio. €	162,2	234,9	-30,9
	Return on Capital Employed	in %	6,7	8,8	-
	Return on Equity	in %	9,7	13,0	-
	Finanzlage und Dividende	Brutto-Cash Flow	Mio. €	701,0	1.092,3
Flüssige Mittel		Mio. €	144,4	343,2	-57,9
Abschreibungen (ohne Firmenwert)		Mio. €	474,8	462,3	-2,7
Dividende		Mio. €	77,1	83,6	-7,8
Bilanzstruktur	Bilanzsumme	Mio. €	10.215,7	10.510,0	-2,8
	Eigenkapital	Mio. €	1.676,4	1.803,4	-7,0
	Eigenkapitalquote	in %	16,4	17,2	-
	Anlagevermögen	Mio. €	5.261,4	5.450,7	-3,5
	Umlaufvermögen	Mio. €	4.908,4	5.000,6	-1,8
Sonstige Angaben	Mitarbeiter am 31.12.	Anzahl	104.536	112.141	-6,8
	Vollzeitarbeitskräfte im Jahresdurchschnitt	Anzahl	83.926	89.379	-6,1
	Personalaufwand	Mio. €	3.014,1	3.157,2	-4,5
	Investitionen	Mio. €	738,3	1.230,9	-40,0
	Nettofinanzverbindlichkeiten	Mio. €	3.403,2	2.801,6	21,5
	Working Capital	Mio. €	2.995,3	2.885,3	3,8
	Warenhäuser und Fachgeschäfte im Stationären Einzelhandel	Anzahl	484	465	-
	Verkaufsfläche am 31.12. im Stationären Einzelhandel	Tsd. qm	2.646,0	2.613,8	1,2
	Aktie der KARSTADT QUELLE AG	Aktien im Jahresdurchschnitt	Anzahl	115.611.968	117.602.244
Dividende je Stückaktie	€	0,71	0,71	-	
Ergebnis je Aktie	€	1,40	2,00	-30,0	
Brutto-Cash Flow je Aktie	€	6,06	9,29	-34,8	
Stichtagskurs 31.12.	€	16,50	44,40	-62,8	
Höchstkurs	€	45,45	44,85	-	
Tiefstkurs	€	13,80	30,15	-	
Börsenwert am Jahresende*	Mio. €	1.943,0	5.228,4	-62,8	

* Inklusive eigener Stückaktien

Highlights 2002	2
Führung und Kontrolle	
Der Vorstand	4
Vorwort des Vorstandsvorsitzenden	6
Mitglieder des Aufsichtsrates (in Kurzform)	12
Bericht des Aufsichtsrates	13
Corporate Governance	16
Die KarstadtQuelle-Aktie	19
Economic Value Added® (EVA)	25
Statusbericht 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm	27
Management Report	31
Ergebnisse und Perspektiven	32
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	32
Geschäftsverlauf des Konzerns und der Segmente	34
Nachtragsbericht	54
Risikomanagement	56
Ausblick	58
KARSTADT QUELLE AG	59
Berichte aus den Bereichen	63
Stationärer Einzelhandel	64
Versandhandel	80
Dienstleistungen	94
Immobilien	110
Konzernabschluss nach IAS	119
Bestätigungsvermerk	165
Allgemeines	
5-Jahres-Übersicht	166
Glossar	167
Stichwortverzeichnis	170

2002

Januar

Februar

März

April

Mai

Juni



Quelle feiert 75-jähriges Jubiläum.

6 So

7 Mo

8 Di



KarstadtQuelle Bank bietet Finanzdienstleistungen an.

17 Do

18 Fr



Ausbau des Geschäftsfeldes Immobilien: Hypothekenbank und ECM EuroCenter Management gegründet.

24 Do

25 Fr



KarstadtQuelle und Deutsche Telekom bündeln ihre Kundenbonusprogramme unter der Marke „HappyDigits“.



Karstadt eröffnet Shopping-Center in Kassel.

7 Do

8 Fr

12 Di



Karstadt eröffnet Sportmarkt in Frankfurt/Oder.

17 So

18 Mo

19 Di

20 Mi

21 Do

22 Fr

23 Sa



Karstadt-Marketingaktion: „Winterschluss-Rabatt“.



Joint Venture im Bereich Finanzdienstleistungen: Strategische Partnerschaft zwischen KarstadtQuelle und der ERGO Versicherungsgruppe.

16 Sa

17 So

18 Mo



Karl-Heinz Rummenigge wirbt für Karstadt-Eigenmarke YORN.

24 So

25 Mo



Karstadt eröffnet Sporthaus in Leipzig.

1 Mo

2 Di

3 Mi



Karstadt unterstützt eines der großen Sportereignisse des Ruhrgebietes.



Quelle übernimmt den britischen Spezialversender für Berufsbeleidung Simon Jersey.

23 Di

24 Mi

25 Do



Quelle-Jubiläumsparty.

9 Do

10 Fr



Starbucks eröffnet die ersten Coffee Houses in Berlin.

16 Do

17 Fr

18 Sa

19 So

20 Mo

21 Di



Neue Marketingstrategie: Thomas Cook wird Veranstaltermarke.

9 So

10 Mo

11 Di

12 Mi

13 Do



Neckermann-Hightech-Retourenlager in Frankfurt/Main fertig gestellt.

22 Sa

23 So

26 Mi

27 Do

28 Fr

29 Sa

30 So



Wolfgang Urban

Vorsitzender

Unternehmensplanung und -entwicklung, Konzernkommunikation, Investor Relations, Recht, Revision

Jahrgang 1945. Nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre startete Wolfgang Urban 1973 seine Karriere bei der Kaufhof AG, Köln, war unter anderem Sprecher des Vorstandes der Kaufhof Holding AG und zuletzt Co-Sprecher des Vorstandes der Metro AG, Düsseldorf. 1998 wechselte er als Mitglied des Vorstandes zur Schickedanz Holding-Stiftung & Co. KG, Fürth. Im Juni 1999 erfolgte die Ernennung zum Vorstandsmitglied der Karstadt AG, Essen, der heutigen KARSTADT QUELLE AG. Im Januar 2000 wurde er Vorsitzender der Karstadt Warenhaus AG, Essen, und im Oktober 2000 Vorsitzender des Vorstandes der KARSTADT QUELLE AG.



Dr. Christoph Achenbach

Versandhandel

Jahrgang 1958. Nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre promovierte Christoph Achenbach am Lehrstuhl für „Handel und Absatz“ an der Universität zu Köln. Seinen beruflichen Werdegang startete er 1989 bei der Quelle Schickedanz AG & Co. 1997 wurde er in den Vorstand der Quelle AG berufen. Den Vorstandsvorsitz übernahm er im März 2001. Seit Mai 2001 gehört er zudem dem Vorstand der KARSTADT QUELLE AG an. Seit Januar 2002 ist er gleichzeitig Vorstandsvorsitzender der Neckermann Versand AG.



Peter Gerard

Dienstleistungen, Neue Medien, Touristik

Jahrgang 1947. Peter Gerard nahm 1966 seine Tätigkeit als System-Ingenieur bei IBM Deutschland auf. 1989 wechselte er zur Deutsche Bank AG. 1990 wurde er zum Generalbevollmächtigten, 1996 zum Mitglied des Bereichsvorstandes der Group Services Division ernannt. 1999 erfolgte die Bestellung zum Mitglied des Vorstandes der Mannesmann AG in Düsseldorf. Mit Wirkung vom 17. Oktober 2000 wurde er Mitglied des Vorstandes der KARSTADT QUELLE AG und zugleich Vorstandsvorsitzender der KARSTADT QUELLE New Media AG.



Prof. Dr. Helmut Merkel

Auslandsbüros, Logistik, Organisation, Personal, Umwelt- und Gesellschaftspolitik, Synergien

Jahrgang 1949. Nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre und Promotion (1980) wurde Prof. Dr. Helmut Merkel 1986 in den Vorstand der SEMA Group berufen und 1989 zum Vorstandsvorsitzenden der DAT AG in Ratingen bestellt. Von 1993 bis 1999 war er Mitglied der Geschäftsführung der internationalen Handelsgruppe Deichmann. Seit 1990 lehrt er an der Universität Mannheim im Fachgebiet Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Logistik und Wirtschaftsinformatik. Im April 2000 wurde er in den Vorstand der KARSTADT QUELLE AG berufen.



Norbert Nelles

Finanzen, Bilanzen, Controlling, Steuern, Immobilien

Jahrgang 1948. Nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität zu Köln war Norbert Nelles ab 1972 im Finanzmanagement des Ford-Konzerns tätig, bevor er 1989 zur Kaufhof Holding AG bzw. Metro AG wechselte. Mit Wirkung vom 1. November 1999 wurde er in den Vorstand der KARSTADT QUELLE AG berufen. Seit Dezember 2000 ist er gleichzeitig Vorsitzender des Vorstandes der KARSTADT Immobilien Beteiligungs AG.



Sehr geehrte Aktionäre,

mit 2002 liegt ein weiteres schwieriges Jahr im deutschen Einzelhandel hinter uns. Ein Jahr, in dem sich die Handelsstrukturen merklich verändert haben. Ein Jahr, welches zugleich verdeutlicht, dass die strategische Neuausrichtung unserer Unternehmensgruppe zum Handels- und Dienstleistungskonzern der richtige Schritt ist. Das anhaltend schwache Konsumklima zeigt aber auch, dass wir den Umbau noch schneller vorantreiben und die Qualität unserer Geschäftsmodelle weiter optimieren müssen.

Wir sind im Geschäftsjahr 2002 mit unserer Strategie: „Auf dem Weg zum Handels- und Dienstleistungskonzern“ ein gutes Stück vorangekommen. Mit dieser Strategie werden wir den Wandel gestalten, das Wachstum mittelfristig sichern und nachhaltig Werte schaffen.

Wir fokussierten im Berichtsjahr hierbei insbesondere auf die Verbesserung des Marktauftrittes, die Expansion wachstumsstarker Einzelhandelsseg-

mente wie Mode und Sport sowie auf den Ausbau der neuen strategischen Wachstumsfelder Dienstleistungen und Immobilien. Parallel wurde das straffe Kostenmanagement auf allen Ebenen fortgesetzt.

Langfristig profitieren substanzstarke Unternehmen von der Marktschwäche

Es gibt zur Neuausrichtung des KarstadtQuelle-Konzerns keine Alternative! Ohne die im Jahr 2000 gestartete Restrukturierung wäre unser Ergebnis infolge der ungünstigen Marktentwicklung in den Jahren 2001 und 2002 deutlich schlechter ausgefallen. Wir sind auf Grund des Konzernumbaus in der erfreulichen Lage, die derzeit schwierige Situation relativ gut zu überbrücken, um schon auf mittlere Sicht unser großes Potenzial zu entfalten. Denn von der gegenwärtigen Marktschwäche und dem damit einhergehenden Strukturwandel profitieren langfristig nur Unternehmen, die über eine gute Substanz und eine marktführende Positionierung verfügen – Eigenschaften, die seit jeher zu den Stärken von KarstadtQuelle gehören. So haben wir beste Voraussetzungen, unsere Marktposition als führender Player im deutschen Einzelhandel weiter zu verbessern.

Konjunkturflaute, „Teuro“-Debatte und Steuererhöhungen beeinträchtigten das Konsumklima

Kennzeichnend für die schwierige Situation unserer Branche im Jahr 2002 war ein Umsatzrückgang des Einzelhandels im engeren Sinne um 1,9%. Die Verbraucher zeigten sich vor dem Hintergrund der fortgesetzten wirtschaftlichen Schwäche und der steigenden Arbeitslosigkeit nachhaltig verunsichert und hielten sich beim Konsum zurück.

Überdies sorgten zu Jahresbeginn die „Teuro“-Debatte und zum Jahresende die Diskussion über zusätzliche Steuer- und Abgabenbelastungen für

ein schlechtes Konsumklima. Ein weiteres Merkmal des harten Umfeldes war der massive Preiswettbewerb, insbesondere im Weihnachtsgeschäft.

Schwaches Warenhaus-, starkes Versandgeschäft

Der KarstadtQuelle-Konzern erzielt knapp 90% des Umsatzes in Deutschland. Deshalb wirkte sich die Konsumschwäche im Inland erheblich auf unser Geschäft aus. Allerdings glichen wir unsere eher geringe internationale Diversifikation mit unserem breit gefächerten Vertriebsnetz – getragen durch unsere Multi-Channel-Strategie – zum größten Teil aus. Der Konzern-Umsatz sank um 1,6% auf 15,8 Mrd. € (16,1 Mrd. € im Vorjahr). Damit entwickelten wir uns besser als der vergleichbare Markt.

Hierbei verzeichnete das Geschäftsfeld Versandhandel eine Sonderkonjunktur und erreichte ein deutliches Umsatzplus um 5,3% auf 8,2 Mrd. € (7,8 Mrd. € im Vorjahr). So gewannen die KarstadtQuelle-Versender weitere Marktanteile hinzu und bauten ihre Kundenbasis stark aus. Hingegen litt das Stationäre Geschäft besonders unter der angespannten Situation des großformatigen Einzelhandels in den deutschen Innenstädten. Hier gab der Umsatz um 9,1% auf 7,3 Mrd. € (8,1 Mrd. € im Vorjahr) nach.

Konsumschwäche und Sondereffekte

wirken auf das Ergebnis

Das Ergebnis (EBTA) belief sich auf 293,9 Mio. €, nach 382,3 Mio. € im Vorjahr. Das Ergebnis je Aktie erreichte 1,40 € (2,00 € im Vorjahr).

Obwohl wir im Berichtsjahr viele unserer Ziele verwirklichten und insbesondere das Restrukturierungsprogramm den gewünschten Erfolg zeigte, blieb das Ergebnis hinter dem Vorjahr zurück. Die Konsumschwäche hat die Mitarbeiter- und Manage-

mentleistung zu großen Teilen überlagert. Überdies belasteten der starke Ergebnismrückgang in der Touristik sowie außerordentliche Flexibilisierungskosten das Ergebnis. Positiv wirkte sich die konzernweite Neuordnung der Altersversorgung aus.

Aktienkursentwicklung unbefriedigend

Im Jahr 2001 hatte sich die KarstadtQuelle-Aktie noch der anhaltenden Baisse an den Aktienmärkten entzogen und einen Kurszuwachs von 35% verzeichnet. Im Berichtsjahr stand sie jedoch im Einklang mit den anderen europäischen Einzelhandelsaktien unter Druck. Der Kursrückgang um knapp 63% auf 16,50 € (31. Dezember 2002) hat Sie als Aktionäre und uns als Vorstand sehr enttäuscht. Wir sind davon überzeugt, dass der Aktienkurs die Substanz und das Potenzial des KarstadtQuelle-Konzerns nicht angemessen reflektiert.

Dividende unverändert bei 0,71 €

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen vor, die Dividende mit 0,71 € je Stückaktie auf dem Niveau des Geschäftsjahres 2001 zu halten. Damit wahren wir auch in einem von rückläufigen Ergebnissen geprägten Geschäftsjahr die Dividendenkontinuität und bedanken uns bei Ihnen, sehr geehrte Aktionäre, für die Verbundenheit mit unserem Konzern in dieser schwierigen Wirtschaftsphase.

Dank an die Mitarbeiter

Die anhaltende Schwäche im Einzelhandel bringt für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des KarstadtQuelle-Konzerns eine hohe Belastung. Hinzu kommt, dass unsere Kunden unter anderem auf

Grund des harten Preiswettbewerbs im Jahr 2002 noch anspruchsvoller geworden sind. Wir haben den im Zuge der Neuausrichtung unseres Konzerns begonnenen Anpassungsprozess in Übereinkunft mit den Arbeitnehmern wirtschaftlich vernünftig und sozial verträglich fortgesetzt. Dabei sind sich alle Beteiligten darin einig, dass unsere Strategie der konsequenten Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit die Arbeitsplätze im Konzern nachhaltig sichert.

Ich danke allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die Bereitschaft zur Anpassung, für die guten Leistungen, das Fingerspitzengefühl und die Kompetenz im Umgang mit den Kunden und das außerordentliche Engagement.

Den Wandel gestalten

Die rasche Anpassung an ständig wechselnde Kundenpräferenzen sowie das wettbewerbsintensive Einzelhandelsumfeld gehören zu den großen Herausforderungen für den KarstadtQuelle-Konzern. Wir sehen diesen handelsimmanenten Wandel als Chance und gestalten ihn aktiv.

Neue Zwischenholding-Struktur geschaffen

Im September 2002 haben wir den Konzern durch eine gesellschaftsrechtliche Neustrukturierung noch schlagkräftiger aufgestellt. Unsere vier Geschäftsfelder Stationärer Einzelhandel, Versandhandel, Immobilien und Dienstleistungen wurden zu Teilkonzernen und stehen jetzt unter der Führung von vier Zwischenholdings. Vorteile der neuen gesell-

schaftsrechtlichen Gliederung sind weiter vereinfachte Führungsstrukturen sowie eine erhöhte Transparenz und verbesserte Möglichkeiten für strategische Partnerschaften auf allen Ebenen.

10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm:

Kostensenkung über Plan

Unser im Oktober 2000 begonnenes 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm führten wir im Geschäftsjahr 2002 mit großem Engagement fort. Der Erfolg wird unter anderem darin sichtbar, dass wir unsere ehrgeizigen Kostensenkungsziele übertroffen haben. So reduzierten wir im Konzern die Kosten gegenüber dem Jahr 2000 dauerhaft um rund 219 Mio. €.

Im Warenhaus stand der Wechsel von einer überwiegend dezentralen zu einer zentralen Organisationsstruktur unter Optimierung aller logistischen Prozesse im Vordergrund. Im Versandgeschäft lag der Restrukturierungs-Schwerpunkt auf der Zusammenführung der markenunabhängigen Prozesse bei Quelle und Neckermann. Hiermit und durch weitere Projekte wie beispielsweise die Optimierung des Einkaufs haben wir unsere Schlagkraft erhöht und Spielräume für Investitionen geschaffen.

Flexiblere Kostenstruktur stärkt Unabhängigkeit von Konjunkturlinien

Zu Beginn des Jahres 2002 starteten wir weitere Programme zur Flexibilisierung der Kosten. Ziel ist eine nachhaltige Reduzierung des Fixkostenanteils, damit die Kosten in Abhängigkeit von konjunkturellen Schwankungen künftig stärker atmen können. Beispielsweise richteten wir den Personalbestand am schwächeren Umsatzverlauf aus. Wir investierten in Abfindungen und den gleitenden Übergang in den Ruhestand (Altersteilzeit). Die neuen Programme werden die Personalkosten bereits im Geschäftsjahr 2003 deutlich reduzieren.

Das Wachstum sichern

Wir haben im Berichtsjahr – mit Schwerpunkt im Herbst – eine konzernweite Wachstums- und Kundeninitiative in allen Geschäftsbereichen gestartet.

Multi-Channel-Netzwerk ausgebaut

Im Mittelpunkt unseres Wachstums steht der Ausbau der Kundenbindung über unser Multi-Channel-Netzwerk. Wir erreichen unsere Kunden über viele effiziente und immer enger vernetzte Vertriebskanäle. Dies betrifft sowohl die Vernetzung der Handelssegmente mit dem Dienstleistungsbereich als auch die Nutzung von Synergien zwischen den Handelssegmenten selbst. So präsentierten wir zum Beispiel erstmals gemeinsame Sportkataloge von Karstadt und Quelle.

Fachgeschäftskonzepte gestärkt

Einen Schwerpunkt der Wachstumsstrategie bildet der Ausbau unserer Marktführerschaft in den Bereichen Sport und Fashion, insbesondere durch die weitere Expansion bei den Fachgeschäftskonzepten.

Hierbei sieht unser Wachstumsprogramm im Sportsegment bis zum Jahr 2005 einen deutlichen Ausbau der Marktposition vor. Wir haben im Jahr 2002 unsere Marktpräsenz unter anderem durch die Eröffnung von innerstädtischen Sporthäusern sowie Sportmärkten außerhalb der Stadtzentren weiter verstärkt.

Den Bereich Fashion bauten wir durch Neueröffnungen von SinnLeffers-Filialen weiter aus. Darüber hinaus präsentierten wir in ausgewählten Häusern das neue Konzept „Fashion & More“ mit erweiterten Sortimenten aus modernen Bereichen.

Attraktivität der Warenhäuser gesteigert

In den Karstadt-Warenhäusern bildeten effektive und innovative Marketingaktionen einen weiteren wichtigen Teil unserer Wachstumsstrategie. Zugleich erhöhten wir durch Modernisierung die Attraktivität großer Häuser etwa auf der Zeil in Frankfurt und in Dortmund. Darüber hinaus testeten wir neue vielversprechende Warenhaus-Formate. So verwirklichten wir in Mülheim an der Ruhr ein innovatives Mall-Konzept mit zahlreichen Marken-Partnern aus dem Modebereich.

Marketingoffensive: 75 Jahre Quelle

Ein herausragendes Beispiel für erfolgreiches Marketing zeigte Quelle im Jubiläumsjahr. Die Reaktion der Kunden auf die unter dem Motto „75 Jahre Qualität zum Quelle-Preis“ gestarteten Marketingaktivitäten hat unsere Erwartungen weit übertroffen. Quelle verzeichnete eine Firmenkonzunktur und blickt, trotz der allgemeinen Konsumzurückhaltung, auf das erfolgreichste Geschäftsjahr seit dem Wiedervereinigungsboom zurück. Der Bestand an aktiven Kunden stieg deutlich, und die Anzahl der Bestellungen erhöhte sich um über 10%.

Neue Werte schaffen

Wir schaffen neue Werte, indem wir zusätzliche strategische Wachstumsfelder im Dienstleistungs- und Immobilienbereich besetzen. Dazu haben wir im Geschäftsjahr 2002 den Grundstein gelegt.

Unser neues Geschäftsmodell beruht auf zwei strategischen Säulen

Erstens nutzen wir die Vielzahl der herausragenden Assets in unseren Handelsssegmenten. Dazu gehören beispielsweise mehr als eine Milliarde Kundenkontakte pro Jahr, Informationen über 19 Millionen aktive Kunden und ein Bekanntheitsgrad der Kernmarken Karstadt, Quelle und Neckermann von mehr als 90%. Hinzu kommen die hohe Kompetenz im Versandhandel und ein Immobilienportfolio mittelgroßer und großer Warenhäuser in Top-Lagen deutscher Groß- und Mittelstädte. So starten wir in neuen Geschäftsfeldern mit Wettbewerbsvorteilen und benötigen kein hohes Investitionsvolumen.

Zweitens arbeiten wir in ausgewählten Bereichen mit Partnern zusammen, die jeweils führend in ihrem Marktsegment sind.

Neue Dienstleistungen als Wachstumsmotor

Im Mittelpunkt der Expansion im wachstums- und renditestarken Dienstleistungsbereich stehen die konzernweit vernetzte Kundenansprache und der Einstieg in neue Marktsegmente.

So bieten wir über die KarstadtQuelle Financial Services, unserem Joint Venture mit der ERGO Versicherungsgruppe, den Kunden erstmals eine Vielzahl von Versicherungs- und Bankprodukten. Darüber hinaus starteten wir – um unsere Kundenbindung weiter zu verstärken – gemeinsam mit der Deutsche Telekom AG im Juli 2002 das neue „HappyDigits“-Kundenkarten-Bonusprogramm.

Das Mehrwertprogramm verschafft Kunden mit attraktiven, zum Teil exklusiven Prämien zusätzliche Kaufanreize. Bis zum Jahresende 2002 zählten wir rund neun Millionen aktive Karteninhaber.

Wir planen, „HappyDigits“ in wenigen Jahren zum größten deutschen Anbieter von Kundenkarten-Bonusprogrammen aufzubauen.

Im Bereich Informationsdienstleistungen sind wir Komplettanbieter entlang der gesamten Wertschöpfungskette für Marketingmanagement, Risikomanagement und Inkassowesen. Hier streben wir ebenfalls die Marktführerschaft in Deutschland an. Darüber hinaus werden wir mit diesem renditestarken Geschäft über Kooperationen und Beteiligungen auch europaweit expandieren.

E-Commerce wächst um 53%

Ein immer wichtigerer und weiterhin stark expandierender Baustein unseres Multi-Channel-Netzwerkes ist der E-Commerce. So erzielten wir mit unseren Shopping- und Informationsportalen im Jahr 2002 einen Online-Bestellwert von 1,24 Mrd. €. Gegenüber dem Jahr 2001 entspricht dies einem Zuwachs von 53%. Damit gehören wir in diesem weiterhin dynamischen Wachstumsmarkt zu den führenden Anbietern im europäischen Raum.

Immobilien: Beste Standortqualität bietet vielversprechendes Potenzial

Das strategische Wachstumsfeld Immobilien stand im Zeichen der Weiterentwicklung des wertorientierten Immobilienmanagements. Die Mehrzahl der Immobilien verfügt über beste Standortqualität, hohe Attraktivität und ein äußerst vielversprechendes Entwicklungspotenzial. Inzwischen wurden in Köln, Erfurt, Kassel und Mülheim Shopping-Center entwickelt und realisiert. Wir planen in den kommenden Jahren 16 weitere Shopping-Center in den Innenstädten. Dabei werden wir für die Entwicklung und das Center-Management verantwortlich zeichnen. Für die Finanzierung der Projekte setzen wir auch auf die Zusammenarbeit mit Investoren.

Nach vorne blicken

Das Geschäftsjahr 2003

Eine Prognose für die vor uns liegenden Monate ist wegen der außergewöhnlichen Rahmenbedingungen schwierig. Der Ausblick der Wirtschaftsforschungsinstitute auf die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2003 verdeutlicht, dass der Einzelhandel wahrscheinlich nicht mit einer kurzfristigen Belebung der Konsumneigung rechnen kann.

Abschluss des 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes

Wir setzen im Geschäftsjahr 2003 den Umbau von KarstadtQuelle zum Handels- und Dienstleistungskonzern weiter fort. Das 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm geht in die Endphase. Viele der Ziele werden wir erreichen, die Umsatz- und Ergebnisziele relativieren sich jedoch infolge des stark eingetrübten Umfeldes.

Die Kunden- und Wachstumsoffensive, die in allen Geschäftsbereichen gestartet wurde, beinhaltet vielfältige Chancen für das Geschäftsjahr 2003. Die umgesetzten Maßnahmen zur Optimierung der Systeme und Abläufe sowie das konsequente Kostenmanagement auf allen Ebenen des Konzerns wirken sich zunehmend positiv auf unsere Wettbewerbsfähigkeit aus.

Strategie 2003+

Parallel werden wir die Umsetzung des Ende 2002 vorgestellten Zukunftsprogrammes 2003+ forcieren. Es knüpft nahtlos an das 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm an und setzt es konsequent fort. Mit der erfolgreichen Realisierung des Zukunftsprogrammes 2003+ reduzieren wir unsere Abhängigkeit von der inländischen Konsumnachfrage.

Gleichzeitig streben wir an, mittel- bis langfristig rund 35% unseres Ergebnisses im Dienstleistungsgeschäft (einschließlich Touristik) zu generieren. Auch wollen wir den Ergebnisanteil unserer Fachgeschäfte im stationären Geschäft und der Spezialversender im Versand deutlich erhöhen.

Prognose derzeit äußerst schwierig

Vor dem Hintergrund der unsicheren globalen Rahmenbedingungen ist eine verlässliche Umsatz- und Ergebnisprognose derzeit äußerst schwierig. Wir sind jedoch zuversichtlich, dass sich der Umsatz des KarstadtQuelle-Konzerns, unter anderem begünstigt durch unsere vielfältigen Marketingaktivitäten, im Geschäftsjahr 2003 besser entwickeln wird als der vergleichbare Markt.

Dank an die Aktionäre

Ich danke Ihnen, sehr geehrte Aktionäre, auch im Namen meiner Vorstandskollegen und aller Mitarbeiter, für das Vertrauen, das Sie KarstadtQuelle in dieser schwierigen Börsenphase entgegenbringen. Wir werden weiterhin voller Engagement an der Realisierung unserer Ziele arbeiten und Ihr Kapital optimal einsetzen. Hierbei lassen wir uns durch die temporäre Verunsicherung an den Finanzmärkten nicht von unserem Weg abbringen. So sind wir davon überzeugt, dass wir die richtigen Weichenstellungen vorgenommen haben. Dies sollte auch eine solide Grundlage für künftig wieder steigende Aktienkurse sein.

Im Namen des Vorstandsteams

Ihr



Wolfgang Urban

Mitglieder des Aufsichtsrates

Dr. Hans Meinhardt, Wiesbaden
Vorsitzender

Wolfgang Pokriefke*, Bremen
stellv. Vorsitzender

Wilfried Behrens*, Gießen

Dr. Diethart Breipohl, Icking

Jürgen Damm*, Grevenbroich

Bodo Dehn*, Mönchengladbach-Rheydt

Gisela Drescher*, Wilhelmshaven

Hubert Gartz*, Hamburg

Leo Herl, Fürth

Ulrich Hocker, Düsseldorf

Peter Kalow*, Schwabach

Reinhard Koep, Mülheim/Ruhr

Dr. h. c. Martin Kohlhausen, Frankfurt/Main

Dr. Ingo Riedel, Fürth

Christa Schubert*, Recklinghausen

Dr. Gunter Thielen, Gütersloh

Dr. Bernd W. Voss, Kronberg/Taunus

Dipl.-Ing. Dr.-Ing. E. h. Jürgen Weber, Hamburg

Dr. Franziska Wiethold*, Berlin

Rüdiger Wolff*, Berlin

*) als Vertreter der Arbeitnehmer

Die vollständigen Angaben zu den Mitgliedern des Aufsichtsrates und des Vorstandes gemäß § 285 Nr. 10 HGB finden Sie auf den Seiten 161 bis 163.



Sehr geehrte Aktionäre,

das Geschäftsjahr 2002 war für den deutschen Einzelhandel eines der schwierigsten Jahre in der Nachkriegsgeschichte. Eine historisch einmalige Konzentration von belastenden Faktoren beeinträchtigte die Konsumneigung der Verbraucher. Dazu zählten das unsichere weltpolitische Umfeld, die schwache wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland, verbunden mit stark steigenden Arbeitslosenzahlen, die zunehmende Belastung durch Steuern und Abgaben sowie die massive Wertvernichtung an den Aktienmärkten. Die Geschäftsentwicklung des KarstadtQuelle-Konzerns wurde im Geschäftsjahr 2002 durch diese schwierigen Rahmenbedingungen erheblich beeinträchtigt.

Andererseits kam die Umsetzung des 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes im Berichtsjahr gut voran und zeigt in vielen Bereichen die gewünschten Erfolge, insbesondere bei der Restrukturierung. Die im Berichtsjahr verabschiedete Strategie 2003+ setzt das 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm konsequent fort. KarstadtQuelle nutzt seine starke Position im deutschen Einzelhandel und passt sich mit der Neuausrichtung zum Handels- und Dienstleistungskonzern an die geänderten Marktverhältnisse an. Eine Reihe von neuen Geschäftsaktivitäten – insbesondere im Geschäftsfeld Dienstleistungen – startete sehr vielversprechend und wird nach einer Anlaufphase einen signifikanten Ergebnisbeitrag leisten.

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2002 die Geschäftsführung des Vorstandes fortlaufend überwacht und beratend begleitet. Im Rahmen von fünf Aufsichtsratssitzungen sowie durch schriftliche Berichte wurde der Aufsichtsrat vom Vorstand über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements, der wirtschaftlichen Lage sowie der Geschäftspolitik zeitnah und umfassend informiert.

Der Vorsitzende des Aufsichtsrates stand in engem Kontakt mit dem Vorsitzenden des Vorstandes, der ihn ständig über wesentliche Geschäftsvorfälle, Pläne und Beschlüsse des Vorstandes unterrichtete.

Über zustimmungspflichtige Maßnahmen wurde der Aufsichtsrat rechtzeitig und umfassend informiert. Nach gründlicher Prüfung und Erörterung der jeweiligen Anträge des Vorstandes hat der Aufsichtsrat alle erforderlichen Zustimmungen erteilt.

Sitzungen und Ausschüsse

Der Aufsichtsrat hat sich in seinen Sitzungen eingehend mit der strategischen Ausrichtung und den Entwicklungsperspektiven des Konzerns befasst.

Neben der allgemeinen Geschäftsentwicklung des KarstadtQuelle-Konzerns und seiner Gesellschaften im In- und Ausland, der Umsetzung des 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes sowie der im November des Berichtsjahres veröffentlichten Strategie 2003+ erörterte der Aufsichtsrat in seinen Sitzungen folgende bedeutsame Einzelvorgänge und genehmigte diese soweit erforderlich:

Maßnahmen und Kooperationen

- Gesellschaftsrechtliche Umstrukturierung des KarstadtQuelle-Konzerns durch Schaffung von Zwischenholdings
- Neustrukturierung der KARSTADT QUELLE Information Services GmbH
- Gemeinschaftsunternehmen KARSTADT QUELLE Financial Services GmbH als Joint Venture zwischen der KARSTADT QUELLE AG und der ERGO Versicherungsgruppe AG
- Interne Ausgliederung der Pensionsverpflichtungen (Contractual Trust Arrangement – CTA)

Finanz-, Investitions- und Personalplanung

Investitionsbudget 2003

Der Aufsichtsrat hat sich ferner in seiner Sitzung im Dezember 2002 in Anpassung an den Deutschen Corporate Governance Kodex eine neue Geschäftsordnung gegeben. Vorstand und Aufsichtsrat der

KARSTADT QUELLE AG entsprechen mit ihrer Erklärung vom 20. Dezember 2002 mit wenigen Ausnahmen den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“.

Der Aufsichtsrat hat einen Ständigen Ausschuss und den nach § 27 Abs. 3 Mitbestimmungsgesetz notwendigen Vermittlungsausschuss sowie im Dezember 2002 einen Prüfungsausschuss gebildet.

Der Ständige Ausschuss beschäftigte sich mit Vorstandsangelegenheiten, fasste die entsprechenden Beschlüsse und behandelte wesentliche Geschäftsereignisse sowie zustimmungspflichtige Geschäfte.

Im Berichtsjahr fanden fünf Sitzungen sowie eine fernmündliche Beschlussfassung des Ständigen Ausschusses statt.

Für das Zusammentreten des Vermittlungsausschusses bestand kein Anlass.

Der Prüfungsausschuss tagte erstmals im April 2003.

Jahresabschluss, Konzernabschluss und Abhängigkeitsbericht

Den Jahresabschluss 2002, den Lagebericht der KARSTADT QUELLE AG, den Konzernabschluss, den Management Report (Konzernlagebericht) sowie den Abhängigkeitsbericht hat die von der Hauptversammlung gewählte BDO Deutsche Warentreuhand Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Düsseldorf, geprüft und jeweils mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

Jahresabschluss und Lagebericht der KARSTADT QUELLE AG, Konzernabschluss und Konzernlagebericht sowie die Prüfungsberichte lagen allen Mitgliedern des Aufsichtsrates rechtzeitig vor. Der Prüfungsausschuss hat eine Vorprüfung der Abschlüsse, der zugehörigen Lageberichte und des Vorschlags zur Gewinnverwendung vorgenommen.

In der Aufsichtsratssitzung vom 10. April 2003 wurden diese Unterlagen ausführlich diskutiert. An der Sitzung nahm auch der Abschlussprüfer teil, berichtete über wesentliche Ergebnisse seiner Prüfung und beantwortete Fragen der Mitglieder des Aufsichtsrates.

Der Aufsichtsrat erhebt nach dem abschließenden Ergebnis seiner eigenen Prüfungen keine Einwendungen und schließt sich dem Ergebnis des Abschlussprüfers an. Die vom Vorstand aufgestellten Jahresabschlüsse der KARSTADT QUELLE AG und des Konzerns zum 31. Dezember 2002 hat der Aufsichtsrat in seiner Sitzung am 10. April 2003 gebilligt; der Jahresabschluss der KARSTADT QUELLE AG ist damit festgestellt. Dem Vorschlag des Vorstandes für die Verwendung des Bilanzgewinns stimmt der Aufsichtsrat zu.

Den mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehenen Bericht des Vorstandes gemäß § 312 AktG über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen und den Bericht des Abschlussprüfers hat der Vorstand dem Aufsichtsrat zusammen mit den Abschlussunterlagen vorgelegt. In der Aufsichtsratssitzung am 10. April 2003 informierte der Abschlussprüfer über das Ergebnis der Prüfung.

Nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfung hat der Aufsichtsrat keine Einwendungen gegen die Schlusserklärung des Vorstandes in seinem Bericht gemäß § 312 AktG und schließt sich dem Ergebnis des Abschlussprüfers an.

Veränderungen in Aufsichtsrat und Vorstand

Herr Günter Strohmeier ist mit Ablauf der Hauptversammlung am 11. Juli 2002 aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden. Frau Gisela Drescher, Betriebsratsmitglied der Karstadt Warenhaus AG, Filiale Wilhelmshaven, ist als Ersatzmitglied in den Aufsichtsrat nachgerückt. Der Aufsichtsrat dankt Herrn Strohmeier für die erfolgreiche und konstruktive Zusammenarbeit.

Mit Wirkung vom 30. Juni 2002 ist Herr Werner Piotrowski, Mitglied des Vorstandes, in den Ruhestand getreten. Der Aufsichtsrat dankt Herrn Piotrowski für die langjährige und verdienstvolle Tätigkeit.

Dank an Mitarbeiter und Management

Der Aufsichtsrat spricht dem Vorstand, den Führungskräften und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des KarstadtQuelle-Konzerns im In- und Ausland für das Engagement und die außerordentlichen Leistungen zum Wohle des Unternehmens und der Aktionäre Dank und Anerkennung aus.

Essen, den 10. April 2003

Für den Aufsichtsrat



Dr. Hans Meinhardt

Vorsitzender

Corporate Governance bei KarstadtQuelle

Wir begrüßen und unterstützen die Einführung des Deutschen Corporate Governance Kodex. Auf seiner Basis haben wir die Regelungen und Verfahrensweisen für Vorstand, Aufsichtsrat, Anteilseigner, Hauptversammlung, Transparenz und Rechnungslegung geprüft. Die meisten der im Kodex formulierten Empfehlungen waren bereits in der Vergangenheit Bestandteil der Unternehmensführung von KarstadtQuelle. Dies gilt insbesondere für die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat, die Respektierung von Aktionärsinteressen sowie für offene, rechtzeitige und umfassende Unternehmenskommunikation.

Ein Corporate Governance-Beauftragter stellt Umsetzung und Weiterentwicklung der Corporate Governance innerhalb des KarstadtQuelle-Konzerns sicher.

Entsprechenserklärung zum

Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der KARSTADT QUELLE AG haben am 20. Dezember 2002 gemäß § 161 Aktiengesetz in Verbindung mit § 15 Einführungsgesetz zum Aktiengesetz erklärt:

„Die KARSTADT QUELLE AG entspricht den Empfehlungen der ‚Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex‘ mit folgenden Ausnahmen:

- Die von der KARSTADT QUELLE AG für die Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder abgeschlossene D & O-Versicherung sieht keinen Selbstbehalt vor (Kodex Ziffer 3.8 Abs. 2).
- Ein Aufsichtsratsmitglied übt derzeit eine Organfunktion bei einem wesentlichen Wettbewerber aus (Kodex Ziffer 5.4.2).

- Ferner wird der Vorsitz in den Aufsichtsratsausschüssen bislang nicht gesondert vergütet (Kodex Ziffer 5.4.5 Abs. 1 Satz 3). Vorstand und Aufsichtsrat werden der nächsten Hauptversammlung vorschlagen, § 13 der Satzung der KARSTADT QUELLE AG um eine Regelung zur Vergütung des Vorsitzes in den Aufsichtsratsausschüssen zu ergänzen und die bisherige Regelung zur Vergütung der Mitgliedschaft in den Aufsichtsratsausschüssen neu zu fassen.
- Der Jahresabschluss wird binnen drei Monaten nach Geschäftsjahresende aufgestellt. Danach erfolgt die Aufstellung des Konzernabschlusses binnen eines weiteren Monats. Damit wird die Frist der Ziffer 7.1.2 des Kodex überschritten.“

Diese Erklärung haben wir am 20. Dezember 2002 unseren Aktionären auf der Konzern-Website www.karstadtquelle.com dauerhaft zugänglich gemacht.

Aktionäre und Hauptversammlung

Die Aktionäre nehmen ihre Rechte in der Hauptversammlung wahr und üben dort ihr Stimmrecht aus. Jede Stückaktie gewährt eine Stimme.

Die vom Gesetz für die Hauptversammlung verlangten Berichte und Unterlagen einschließlich der Tagesordnung der Hauptversammlung werden auch auf der Internetseite veröffentlicht.

Die KARSTADT QUELLE AG stellt für die ordentliche Hauptversammlung 2003 den Aktionären zur Erleichterung der persönlichen Wahrnehmung ihrer Rechte einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter zur Verfügung. Darüber hinaus kann sich jeder Aktionär auch durch einen Bevollmächtigten seiner Wahl vertreten lassen.

Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat

Vorstand und Aufsichtsrat der KARSTADT QUELLE AG arbeiten eng zusammen. Beide Gremien pflegen einen offenen und konstruktiven Dialog. Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat zeitnah und umfassend, in der Regel in Textform, über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements. Der Vorstand erläutert umfassend eventuelle Abweichungen des Geschäftsverlaufes von den aufgestellten Zielen und Plänen.

Der Vorstand

Der Vorstand der KARSTADT QUELLE AG besteht aus dem Vorsitzenden sowie vier weiteren Mitgliedern. Er entwickelt die Unternehmensstrategie, stimmt sie mit dem Aufsichtsrat ab und sorgt für ihre Umsetzung. Im Rahmen dieser Unternehmensstrategie ist der Vorstand der Steigerung des Unternehmenswertes verpflichtet. Der Vorstand sorgt zugleich für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen sowie für ein angemessenes Risikomanagementsystem und ein Risikocontrolling.

Die Bezüge des Vorstandes enthalten feste und variable Bestandteile. Der variable Teil der Vergütung berücksichtigt neben dem Unternehmenserfolg auch das Erreichen persönlicher Ziele. Aktienoptionen sind ebenfalls Bestandteil der variablen Vergütung.

Die Mitglieder des Vorstandes unterliegen während ihrer Tätigkeit für das Unternehmen einem umfassenden Wettbewerbsverbot. Sie legen auftretende Interessenskonflikte unverzüglich dem Aufsichtsrat gegenüber offen und informieren ihre Vorstandskollegen darüber. Vorstandsmitglieder übernehmen Nebentätigkeiten nur mit Zustimmung des Aufsichtsrates.

Der Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat der KARSTADT QUELLE AG besteht aus 20 Mitgliedern. Er ist zu gleichen Teilen mit Anteilseigner- und Arbeitnehmervertretern besetzt. Die Amtszeit des Aufsichtsrates beträgt fünf Jahre. Der Aufsichtsrat berät den Vorstand regelmäßig bei der Leitung des KarstadtQuelle-Konzerns und überwacht ihn.

Die Mitglieder des Aufsichtsrates legen auftretende Interessenskonflikte auf Grund von Beratungstätigkeiten oder Organfunktionen bei anderen Unternehmen dem Aufsichtsrat gegenüber offen. Wesentliche, nicht nur vorübergehende Interessenskonflikte führen zur Beendigung des Mandates. Der Aufsichtsrat informiert in seinem Bericht an die Hauptversammlung über aufgetretene Interessenskonflikte und deren Behandlung.

Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder ist in der Satzung der KARSTADT QUELLE AG festgelegt. Sie setzt sich neben einem festen aus einem variablen, an der Dividende orientierten Vergütungsbestandteil zusammen.

Der Aufsichtsrat hat aus seiner Mitte drei Ausschüsse gebildet. Der ständige Ausschuss beschäftigt sich mit Vorstandsangelegenheiten, berät regelmäßig über die langfristige Nachfolgeplanung für den Vorstand und überprüft die Effizienz der Tätigkeit des Aufsichtsrates. Der Prüfungsausschuss (Audit Committee) bereitet die Entscheidungen des Aufsichtsrates über die Feststellung des Jahresabschlusses,

die Billigung des Konzernabschlusses sowie die Vereinbarung mit dem Abschlussprüfer vor. Darüber hinaus ist er mit dem Risikomanagement befasst. Der Vermittlungsausschuss unterbreitet dem Aufsichtsrat Vorschläge zur Bestellung von Vorstandsmitgliedern, wenn im ersten Wahlgang die erforderliche Mehrheit von zwei Dritteln der Stimmen der Aufsichtsratsmitglieder nicht erreicht wird.

Transparenz

Im Rahmen der ganzheitlichen Unternehmensführung hat der KarstadtQuelle-Konzern den intensiven Dialog mit den Finanzmärkten im Rahmen seines 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes verwirklicht. Die Aktionäre werden bei Informationen gleich behandelt. Zur umfassenden und zeitnahen Information werden alle modernen Kommunikationsmedien genutzt. Zu den Schwerpunkten gehören:

- Informativer Geschäftsbericht
- Detaillierte Quartalsberichte
- Regelmäßige Analystenmeetings und ihre Übertragung im Internet
- Regelmäßige Roadshows und Investorenkonferenzen
- Internetbasierte Telefonkonferenzen
- Übertragung der Hauptversammlung im Internet
- Internationale Rechnungslegung (IAS)
- Fortlaufend aktualisierte Konzern-Website
- Veröffentlichungen auch in englischer Sprache
- Unternehmenskalender mit wesentlichen Finanzterminen

Neue Tatsachen, die im Tätigkeitsbereich des Unternehmens eingetreten und nicht öffentlich bekannt sind, werden unverzüglich veröffentlicht. Voraus-

setzung ist, dass sie geeignet sind, wegen ihrer Auswirkungen auf die Vermögens- und Finanzlage des KarstadtQuelle-Konzerns, den Aktienkurs erheblich zu beeinflussen.

Erwerb oder Veräußerung von Aktien der KARSTADT QUELLE AG durch Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder werden entsprechend § 15a WpHG umgehend auf der Internetseite veröffentlicht unter www.karstadtquelle.com.

Der Vorstand veröffentlicht unverzüglich, sobald der Gesellschaft bekannt wird, dass jemand durch Erwerb, Veräußerung oder auf sonstige Weise die Meldegrenzen des Wertpapierhandelsgesetzes bezogen auf die Stimmrechte erreicht, über- oder unterschreitet.

Rechnungslegung und Abschlussprüfung

Der KarstadtQuelle-Konzern informiert Aktionäre und Dritte insbesondere durch den Geschäftsbericht und die Zwischenabschlüsse. Diese werden nach den Grundsätzen der International Accounting Standards aufgestellt. Der Konzernabschluss enthält auch konkrete Angaben über das Aktienoptionsprogramm der Gesellschaft. Das Risikomanagementsystem wird vom Vorstand kontinuierlich weiterentwickelt und an die sich ändernden Rahmenbedingungen angepasst.

KARSTADT QUELLE AG

Der Vorstand

Der Aufsichtsrat

Kennzahlen zur KarstadtQuelle-Aktie

		2002	2001	
Ergebnis	Ergebnis je Aktie	€	1,40	2,00
	Brutto-Cash Flow	Mio. €	701,0	1.092,3
	Brutto-Cash Flow je Aktie	€	6,06	9,29
	Return on Capital Employed	in %	6,7	8,8
	Return on Equity	in %	9,7	13,0
Dividende	Dividende je Stückaktie	€	0,71	0,71
	Dividendenrendite (Kurs Jahresende)	in %	4,3	1,6
Grundkapital	Bilanzielles Grundkapital	Mio. €	277,9	301,5
	Nennwertlose Stückaktien*	Anzahl in Mio.	117,8	117,8
Angaben zum Kurs	Aktienkurs			
	Jahresende (Kassakurs)	€	16,50	44,40
	Höchstkurs	€	45,45	44,85
	Tiefstkurs	€	13,80	30,15
	Marktkapitalisierung/ Börsenwert Jahresende*	Mio. €	1.943,0	5.228,4
	Börsenumsatz (durchschn. tägl. Handelsvolumen)	Aktien	298.572	256.012
	Kurs-Gewinn-Verhältnis (Jahresende)		12	22
	Kurs-Cash-Flow-Verhältnis (Jahresende)		2,7	4,8

* Inklusive eigener Stückaktien

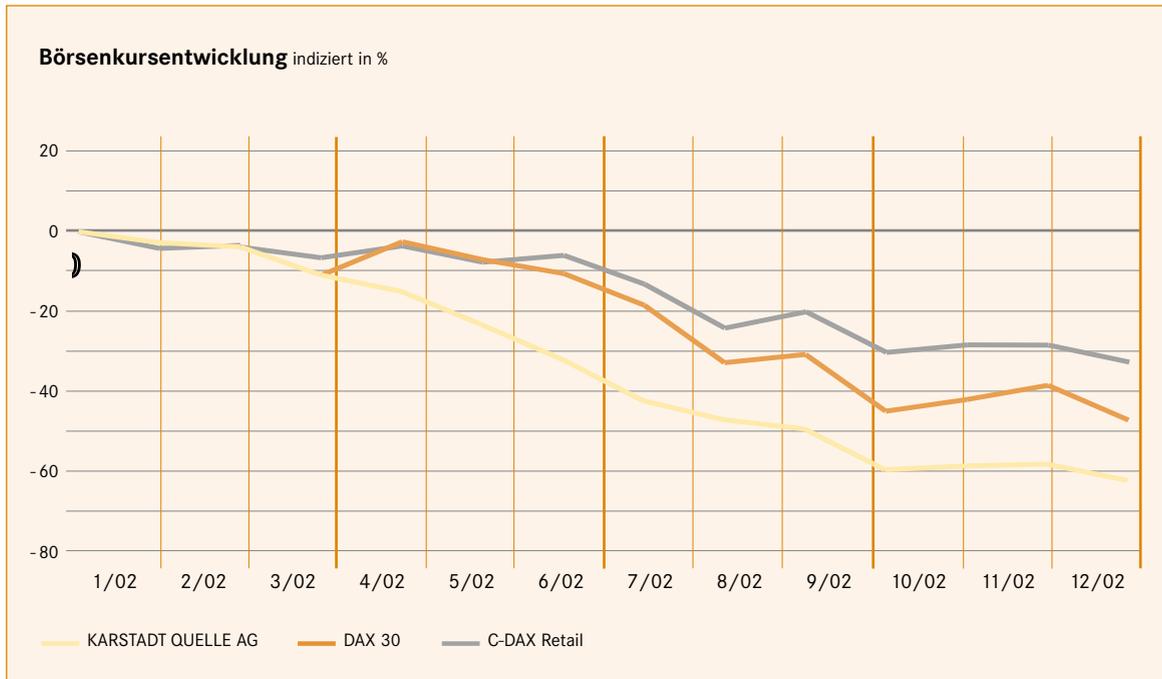
Solide Substanz und klare Wachstumsstrategie

Unser strategisches Ziel ist die Umgestaltung von KarstadtQuelle zu einem Handels- und Dienstleistungskonzern.

Die Geschäftsmodelle unserer zentralen Handelsbereiche Stationärer Einzelhandel und Versandhandel basieren auf dominanten Marktpositionen, vielfältigen Kundenbeziehungen sowie den starken Marken Karstadt, Quelle und Neckermann. Unser Multi-Channel-Netzwerk ist ein Alleinstellungsmerkmal in Europa. Das Konzern-Immobilienportfolio mit Top-Standorten in deutschen Innenstädten beinhaltet eine hohe Substanz und signifikante stille Reserven.

Diese Assets nutzen wir auch zum Aufbau ertragsstarker Wachstumsfelder und entwickeln unser Dienstleistungs- und Immobiliengeschäft zügig weiter. Dort, wo wir die Kompetenz besitzen, werden wir die Ausschöpfung unserer Erfolgsfaktoren eigenständig vorantreiben. Wo eine Stärkung der Wettbewerbsposition durch Kompetenzerweiterung und hohe Synergien eher aus einer Partnerschaft zu erwarten ist, streben wir Allianzen an.

Unsere solide Substanz und die klare Wachstumsstrategie sind eine tragfähige Grundlage für die positive Entwicklung des Unternehmenswertes.



Kursverlauf 2002:

KarstadtQuelle-Aktie unter Druck

Im Börsenjahr 2002 sind die deutschen Aktienkurse zum dritten Mal in Folge gesunken. Der Deutsche Aktienindex (DAX) verlor knapp 44% seines Wertes. Der M-DAX, der Index mittelgroßer börsennotierter Unternehmen, büßte im Jahresverlauf über 30% ein. Der C-DAX Retail sank um knapp 30%. Darüber hinaus war 2002 eines der schwierigsten Jahre in der Nachkriegsgeschichte des deutschen Einzelhandels.

Diesen ungünstigen Rahmenbedingungen konnte sich die KarstadtQuelle-Aktie nicht entziehen. Der Kurs entwickelte sich im Jahr 2002 unbefriedigend und verlor rund 63% seines Wertes. Zu Jahresbeginn knüpften Notierungen von über 40 € an das Kursniveau des Jahres 2001 an, in dem sich KarstadtQuelle noch mit einem Plus von 35% deutlich besser als der Markt entwickeln konnte. Mit 45,45 € erreichte die KarstadtQuelle-Aktie am 3. Januar 2002 ihren Jahreshöchststand. Trotz des schwachen Konsum- und Börsenklimas bewegten sich die Kurse fast während des gesamten ersten Halbjahres bei über 30 €. Gestützt wurde dieser Verlauf durch den Mitte Mai vorgestellten Geschäftsbericht für das Jahr 2001, der die Prognosen bestätigte und den Erfolg des 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes verdeutlichte.

Auf Grund zunehmend schlechter Konsumstimmung gaben die Notierungen im zweiten Halbjahr weiter nach. So verzeichnete die KarstadtQuelle-Aktie am 7. Oktober 2002 mit 13,80 € ihren Jahrestiefststand. Preise zwischen 15 und 20 € markierten den Kurskorridor zum Jahresende 2002. Bedingt durch die anhaltend schwache Konsumneigung in Deutschland konnte sich die Aktie auch zu Beginn des Jahres 2003 nicht von dem niedrigen Niveau erholen und notierte zwischen 10 und 15 €.

KarstadtQuelle im Prime Standard notiert

Die Deutsche Börse hat ihre Aktienmarkt-Indizes neu segmentiert. Mit Inkrafttreten der Neuregelung am 24. März ist die KarstadtQuelle-Aktie im M-DAX des neu geschaffenen Prime Standards vertreten. Hier ist sie mit einer Indexgewichtung von 1,67% gelistet. Die Zugehörigkeit zum Prime Standard setzt unter anderem die Erfüllung hoher Transparenzstandards voraus.

Stock-Options verknüpfen

Management- mit Aktionärsinteressen

Durch den Incentive-Stock-Options-Plan 2002 setzt KarstadtQuelle auch in einem schwierigen Börsenumfeld die Verknüpfung der leistungsbezogenen Vergütung des Managements mit dem unternehmerischen Erfolg fort. Ausgewählten Führungskräften unseres Konzerns wurden Aktienoptionen zur Verfügung gestellt, um auch weiterhin die Verbindung von Managementinteressen mit den Interessen der Aktionäre im Sinne des langfristigen Shareholder-Value-Gedankens zu unterstreichen.

Allgemeine Angaben zur KarstadtQuelle-Aktie

Wertpapier-Kenn-Nummer	627500
International Securities Identification Number (ISIN)	DE 0006275001
Reuters-Kürzel	KARG.F
Bloomberg-Kürzel	KAR GF
Gewicht im M-DAX	1,67%
Designated Sponsor	Dresdner Kleinwort Wasserstein

Performance wichtiger Indizes

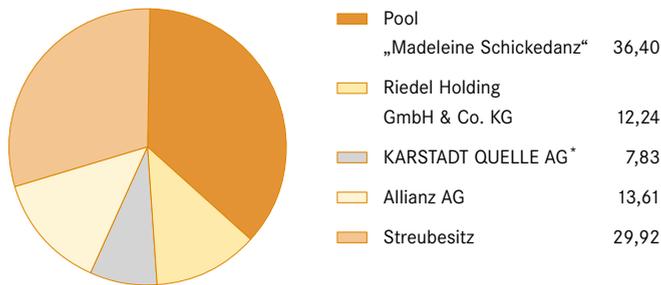
		31.12.2002	31.12.2001	Veränderung in %
KarstadtQuelle-Aktie	€	16,50	44,40	-62,8
DAX 30	Punkte	2.892,6	5.160,1	-43,9
M-DAX	Punkte	3.024,8	4.326,1	-30,1
C-DAX Retail	Punkte	174,6	248,2	-29,7
Dow Jones EURO STOXX Retail	Punkte	215,0	301,1	-28,6
MSCI World Retailing	USD	77,3	101,7	-24,0

Die Meinungen der Analysten

Bankhaus/Investmenthaus	Empfehlung
BNP Paribas	outperform
Commerzbank	hold
Credit Suisse First Boston	hold
Deutsche Bank	hold
Dresdner Kleinwort Wasserstein	hold
Société Générale	hold
UBS Warburg	hold
Goldman Sachs	underperform
Schroder Salomon Smith Barney	underperform

Stand: Februar 2003

Aktionärsstruktur in % (nach Wertpapierhandelsgesetz)



Stand: 31. Dezember 2002
 *) Aktienrückkaufprogramm

Großinvestoren langfristig engagiert

Die KARSTADT QUELLE AG hat eine stabile Aktionärsstruktur. Rund 62% der Aktien werden von Großinvestoren gehalten. Im Streubesitz befinden sich über 30% der KarstadtQuelle-Anteile.

Aktienrückkauf-Programm gestartet

Im Juli 2002 wurde, basierend auf einem Beschluss der Hauptversammlung 2002, mit der Umsetzung eines Aktienrückkauf-Programmes begonnen. Es sieht den Erwerb von bis zu 10% eigener Aktien vor. Durch den Rückkauf erhält KarstadtQuelle die Möglichkeit, diese Aktien zur Einführung an ausländischen Börsen zu nutzen, sie als „Währung“ bei Akquisitionen und Beteiligungen zu verwenden, sie einzuziehen oder im Rahmen bestehender Aktienoptions-Programmes einzusetzen.

Am 31. Dezember 2002 hielten wir 7,83% an eigenen Stückaktien.

Unsere Investor Relations-Strategie:

„Value for Investors and Company“ (V4IC®)

Unter der Maxime „Value for Investors and Company“ (V4IC®) steht der intensive und zeitnahe Dialog mit den Finanzmärkten im Mittelpunkt der Investor Relations bei KarstadtQuelle. Auch und gerade in einem schwierigen Börsen- und Konsumklima ist uns der Dialog mit privaten und institutionellen Anlegern sowie Finanzanalysten sehr wichtig. So wollen wir zugleich einen Mehrwert für Investoren und für unser Unternehmen schaffen, indem wir Substanz und Potenzial von KarstadtQuelle aktiv, offen und nachhaltig kommunizieren.

Dialog auf vielen Kommunikationskanälen

Im Berichtsjahr standen wir mit Finanzanalysten wiederum in engem Kontakt. Die beiden Analystenkonferenzen im Mai und November 2002 fokussierten auf den Jahresabschluss 2001 bzw. das Zukunftsprogramm 2003+. Unsere privaten Aktionäre informierten wir auf der Hauptversammlung im Juli 2002 ausführlich über Lage und Strategie des KarstadtQuelle-Konzerns.

Darüber hinaus erläuterten wir die Strategie von KarstadtQuelle „Auf dem Weg zum Handels- und Dienstleistungskonzern“ im Rahmen zahlreicher Roadshows und Investorenkonferenzen an bedeutenden europäischen und amerikanischen

Finanzplätzen sowie erstmalig auch in Japan und Singapur. Das positive Feedback und die große Zahl von Research-Berichten – KarstadtQuelle wird von rund 30 Analysten gecovert – empfinden wir als Ausdruck der Qualität dieses fruchtbaren Dialoges sowie als Ansporn, ihn auch in Zukunft unvermindert fortzusetzen.

Abgerundet wurde unser umfangreiches Kommunikationsangebot durch internetgestützte Telefonkonferenzen und eine Vielzahl von Einzelgesprächen mit Analysten und Investoren. Sie boten eine gute Möglichkeit zum vertieften Gedankenaustausch mit dem Management von KarstadtQuelle.

Vordere Plätze für

KarstadtQuelle-Geschäftsbericht

Im Rahmen einer Analyse der Zeitschrift „Manager Magazin“ von 260 Geschäftsberichten des Jahres 2001 erzielte KarstadtQuelle gute Noten. Im Segment M-DAX erreichte unser Geschäftsbericht den siebten Platz. Bei den Geschäftsberichten des Handels bzw. der Consumer Goods belegte KarstadtQuelle mit Abstand den ersten Platz.

Darüber hinaus wurde KarstadtQuelle beim weltweit größten amerikanischen Wettbewerb „ARC Award“, der ca. 1.500 Geschäftsberichte des Jahres 2001 untersuchte, mit dem „Bronze Award“ ausgezeichnet.

Field Trips mit Analysten

Auf mehreren Field Trips erläuterten wir Analysten unsere Wachstumsstrategie vor Ort in den Filialen. In Sporthäusern berichteten wir detailliert über unsere Sport-Expansion. Zur Verdeutlichung unseres Shopping-Center-Konzeptes besuchten wir die „Karstadt Arkaden“ in Mülheim und gaben die Möglichkeit zum Dialog mit den Projekt-Verantwortlichen. Zur Eröffnung der ersten Starbucks Coffee Houses in Deutschland luden wir Analysten zu Gesprächen mit den Vorstandsvorsitzenden Wolfgang Urban und Howard Schultz nach Berlin ein.

Analysten bewerten den Internetauftritt

www.karstadtquelle.com gut

Rund 100 Analysten wurden von der Fachhochschule Münster befragt und setzten das Internetangebot von KarstadtQuelle unter allen DAX-30- sowie den jeweils zehn stärksten M-DAX- und NEMAX-Werten auf einen vorderen Platz. Kriterien wie Aktualität, Informationsqualität und Funktionalität standen dabei im Vordergrund. Unsere intensiv genutzte Konzern-Website karstadtquelle.com hält eine umfangreiche, aktuelle und vielschichtige Informationspalette für private sowie institutionelle Anleger bereit. Sie reicht von Investor Relations-Mitteilungen über Finanzpublikationen und Unternehmenspräsentationen bis hin zu „on demand“ abrufbaren Aufzeichnungen von Hauptversammlungen, Analystenmeetings und Telefonkonferenzen.

ECONOMIC VALUE ADDED® (EVA)

Konsequent wertorientierte

Unternehmensführung

Der KarstadtQuelle-Konzern hat sich einer konsequent wertorientierten Unternehmensführung verpflichtet, seine Strategie- und Investitionsentscheidungen an der Steigerung des Unternehmenswertes ausgerichtet und die Erfolgsmessung weiter intensiviert. Maßgebliche Kennzahl für die Steigerung des Unternehmenswertes ist der Economic Value Added® (EVA).

EVA als Maßstab für Wertsteigerung

Zur Umsetzung einer wertorientierten Unternehmenssteuerung bedarf es eines am Kapitalmarkt wie auch innerhalb des Konzerns akzeptierten Maßstabes. EVA errechnet sich aus dem Geschäftsergebnis, vermindert um die Kosten des Eigen- und Fremdkapitals.

Das Geschäftsergebnis (vor Zinsen und nach Steuern) basiert auf dem Gewinn aus der laufenden Geschäftstätigkeit. Es wird um Sondereffekte modifiziert, wie beispielsweise das neutrale Ergebnis und die Firmenwertabschreibung.

Die Kapitalkosten ermitteln sich aus dem Produkt von Geschäftsvermögen und dem gewichteten Kapitalkostensatz Weighted Average Cost of Capital (WACC). Das Geschäftsvermögen umfasst das zur operativen Leistungserstellung gebundene Kapital. Zu dessen Ermittlung werden von der Bilanzsumme zunächst die so genannten operativen Verbindlichkeiten abgezogen, die dem Konzern zinsfrei zur Verfügung stehen bzw. einen impliziten Zinsanteil

Ermittlung EVA KarstadtQuelle-Konzern

		2002	2001
Geschäftsvermögen	Mio. €	9.494	9.671
WACC	in %	6,5	7,0
Kapitalkosten	Mio. €	617	677
Geschäftsergebnis	Mio. €	383	603
Kapitalkosten	Mio. €	-617	-677
EVA	Mio. €	-234	-74
Delta EVA	Mio. €	-160	20

enthalten. Durch Bereinigungen, wie beispielsweise die Aktivierung des Barwertes der Miet- und Leasingverpflichtungen, wird wertsteigerndes Verhalten gefördert und die Wertentwicklung transparenter gemacht. Der Kapitalkostensatz errechnet sich aus den gewichteten Eigen- und Fremdkapitalkostensätzen nach Steuern. Er spiegelt also sowohl die Renditeforderung der Aktionäre als auch die der Fremdkapitalgeber wider.

Im Zuge der jährlichen Überprüfung des WACC haben wir – ausgehend von der Reduzierung der Fremdkapitalkosten – unseren Kapitalkostensatz mit 6,5% ermittelt und angepasst.

Die im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnende Verminderung des EVA um 160 Mio. € auf minus 234 Mio. € resultiert maßgeblich aus dem Rückgang der Geschäftsergebnisse im Segment Stationärer Einzelhandel sowie unserer Touristik-Beteiligung Thomas Cook. Die Reduzierung des gebundenen Geschäftsvermögens um 177 Mio. € auf 9.494 Mio. € sowie der verminderte Kapitalkostensatz konnten diesen Trend nur teilweise kompensieren.

Grundlage für strategische und investive Entscheidungen

In den Investitionsrichtlinien des KarstadtQuelle-Konzerns ist EVA als wichtigste ökonomische Grundlage für Entscheidungen über Investitionen und Projekte festgelegt. Dabei haben wir folgende Ziele:

- die Etablierung konzerneinheitlicher Definitionen und Verfahren für alle Investitionen und Projekte,
- die Einführung standardisierter Prozesse für die Bewertung von und die Entscheidung über Investitionen,
- die Schaffung eines einheitlichen Investitionscontrollings sowie
- die Integration der Investitionsrechnung in Performancemessung und Incentivierung.

Des Weiteren entwickelten wir für jedes Konzernsegment Modelle zur EVA-Investitionsrechnung, die den Anforderungen der jeweiligen Branche Rechnung tragen.

EVA-Performancemessung

Basis der wertorientierten Unternehmenssteuerung ist die Ermittlung von EVA in den verschiedenen Konzernbereichen. Deshalb haben wir im Berichtsjahr das Reporting der maßgeblichen Beteiligungsgesellschaften auf das EVA-Konzept umgestellt.

In Zukunft werden wir die EVA-Ermittlung im Rahmen des Projektes Financial-Data-Management vollständig in das externe Rechnungswesen integrieren. In Verbindung mit der fortschreitenden Definition von EVA-Centern innerhalb der Konzerngesellschaften wird die EVA-Erfolgsmessung auf wichtigen Hierarchiestufen gewährleistet und zunehmend eine durchgängige wertorientierte Unternehmenssteuerung ermöglicht.

NÄCHSTE SCHRITTE

Zu den Bestandteilen einer ganzheitlichen wertorientierten Unternehmensführung gehört neben der Performancemessung und dem Investitionscontrolling auch die Implementierung eines EVA-basierten Incentivesystems für das Management. Die Einführung von EVA-Vergütungssystemen wird zurzeit geprüft.

Statusbericht 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm

Mit dem im Oktober 2000 gestarteten 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm zielen wir auf die Verbesserung unserer Wettbewerbsfähigkeit und forcieren die Neuausrichtung des Konzerns.

Das Programm läuft bis Ende des Jahres 2003. Es konzentriert sich auf die Bereiche Restrukturierung, Wachstum und Wertmanagement. Im Jahr 2002 fokussierten wir auf die Restrukturierung von Geschäftsprozessen und die Optimierung der Kostenstrukturen sowie auf den Einstieg in neue profitable Wachstumsmärkte.

Restrukturierung und Optimierung

Ziele deutlich übertroffen

KarstadtQuelle hat seine Ziele im Bereich Restrukturierung und Optimierung deutlich übertroffen. Statt der für das Geschäftsjahr 2002 geplanten Kostensenkung um 137 Mio. € gegenüber dem Jahr 2000 realisierten wir ein Volumen von 219 Mio. € (79 Mio. € im Jahr 2001). Auf Grund unserer bisherigen Restrukturierungserfolge sehen wir beste Chancen, unsere für das laufende Geschäftsjahr 2003 prognostizierte Kostenreduktion von 256 Mio. € gegenüber dem Jahr 2000 zu erreichen.

Stationärer Einzelhandel:

Logistik und Administration gestrafft

Im Stationären Einzelhandel bildete die Optimierung der Logistik einen Schwerpunkt und senkte unsere Personalkosten deutlich. So verringerten wir den Personalbestand durch Prozessoptimierung und durchgängige Vernetzung.

Im Warenhaus konzentrierten wir uns bei der Restrukturierung auf zwölf Teilprojekte mit 124 Einzelvorhaben. Inzwischen sind 85% aller Projekte umgesetzt. Im Mittelpunkt standen insbesondere die fortschreitende Standardisierung der Sortimente sowie die zunehmende Automatisierung und weitere Optimierung der Logistikprozesse. Beispiele hierfür sind die lagerbestandsreduzierende Warenversorgung über Cross-Docking sowie die kapazitätsorientierte Waren-Nachversorgung. Wir verminderten im Berichtsjahr die Zahl der Läger von 22 auf 16 und die Lagerfläche um weitere 88.000 qm auf 736.000 qm. Damit wurde die Lagerfläche seit Programmstart bereits um 24% verringert.

Zudem entlasteten wir den Verkauf durch die Verlagerung von logistischen Nebentätigkeiten in vorgelagerte Produktionsstufen. Dazu zählen unter anderem Warensicherung und Preisauszeichnung.

Durch Einführung eines einheitlichen Lieferanten-Bewertungssystems (Scorecard) verringerten wir in den Bereichen Fashion, Living, Personality und Sport die Zahl der Lieferanten deutlich.

Auf Basis neuer Warensteuerungssysteme verminderten wir zudem nachhaltig die Bestände und auch die Abschriften. Für die Optimierung der Warenflussplanung und -steuerung installierten wir eine Systemunterstützung und eine damit verbundene automatische Abschriftensteuerung.

Darüber hinaus gewährleistet die konzernweite Implementierung einer einheitlichen IT-Plattform einen noch termingenaueren und effektiveren Warentransport in die Logistikzentren und Filialen.

Durch die Optimierung von Prozessen und Strukturen vereinfachten wir auch deutlich die Filialadministration und die Verwaltungsabläufe. So strafften wir die Filialverwaltungen unter anderem durch Einrichtung regionaler Dienstleistungszentren und Automatisierung von Personal-Verwaltungsprozessen.

Die Immobilien-Bewirtschaftungskosten wurden durch stärkere Standardisierung der Abläufe und Bündelung von Verträgen für Energie, Reinigung und Entsorgung sowie durch die vereinheitlichte Beschaffung von Einrichtungs- und Bauelementen gesenkt.

Durch den elektronischen Datenaustausch EDI (Electronic-Data-Interchange) mit inzwischen 2.000 Lieferanten sowie einen höheren Automatisierungsgrad beseitigten wir manuelle Schnittstellen im Rechnungsmanagement, senkten die Fehlerquote und arbeiten mit erheblich reduziertem Zeit- und Kostenaufwand.

Versandhandel: Quelle und Neckermann arbeiten stärker zusammen

Im Fokus unserer Restrukturierung im Versandhandel steht die engere Zusammenarbeit von Quelle und Neckermann. Durch die Zusammenlegung von Prozessen – bei strikter Aufrechterhaltung der Zwei-Marken-Strategie – schöpfen wir nachhaltig zusätzliche Umsatz-, Ertrags- und Kostensenkungspotenziale aus. Im Berichtsjahr reduzierten wir die Kosten wie geplant gegenüber dem Programmstart um 52 Mio. €. Für das Geschäftsjahr 2003 rechnen wir mit Kostensenkungen gegenüber dem Jahr 2000 von mindestens 96 Mio. €.

Seit Beginn des Jahres 2002 stehen die Quelle AG und die Neckermann Versand AG unter einer gemeinsamen Führung. Für beide Unternehmensgruppen trieben wir die Vereinheitlichung der Back-Office-Prozesse weiter voran, um Synergievorteile noch stärker zu nutzen.

Signifikante Restrukturierungserfolge erzielen wir insbesondere aus einer noch effizienteren Verzahnung zwischen Administration, Beschaffung, Logistik sowie IT.

Wachstum

Wirtschaftsschwäche verzögert Expansion

Im Zuge der Umsetzung unserer Wachstumsstrategie haben wir im Geschäftsjahr 2002 die Effizienz weiter gesteigert, starke Marktpositionen ausgebaut und in Zukunftsmärkten Fuß gefasst. Allerdings werden

wir infolge des sehr schwierigen Umfeldes die Umsatz- und Ergebnisziele insbesondere im Warenhausgeschäft und in der Touristik erst zeitlich verzögert erreichen.

Multi-Channel-Netzwerk ausgebaut

Unser Multi-Channel-Netzwerk ist inzwischen einmalig in Europa. KarstadtQuelle verfügt über starke Vertriebskanäle wie Warenhäuser, Fachgeschäfte, Reisebüros, Versandkataloge, Shopping-Portale im Internet sowie Kommunikations- und Bestellmöglichkeiten über Telefon und Fernsehen. Wir haben die Stärkung dieser Vertriebskanäle und die Nutzung von Cross-Selling-Potenzialen konsequent vorangetrieben.

Spezialformate im Stationären Einzelhandel und im Versand gestärkt

Unsere Marktführerschaft in den Bereichen Fashion und Sport haben wir im Jahr 2002 gestärkt. Zwar war es uns konjunkturbedingt nicht möglich, alle Ziele im Fashion-Bereich zu erreichen. Dennoch haben wir unsere Marktposition durch Expansion der Fachgeschäftsspezialisten SinnLeffers und Wehmeyer verbessert.

Auf Basis unserer expansiven Sportstrategie streben wir bis zum Jahr 2005 einen deutlichen Ausbau der Marktposition an. Hierbei profitieren wir als Marktführer schon heute von beträchtlichen Skaleneffekten (Einsparungen auf Grund hoher Stückzahlen).

Im Versand steigerten wir unseren Auslandsanteil auf 21,9%. Zugleich setzten wir die Expansion im Spezialversand (Kataloge für spezielle Sortimente wie beispielsweise exklusive Damenmode, Natur- oder Babyprodukte) erfolgreich fort.

Thomas Cook bleibt hinter Zielen zurück

Infolge der Terroranschläge und der schwachen Konjunktur blieben Umsatz und Ergebnis des Touristikonzerns Thomas Cook – unser 50:50-Joint Venture mit der Deutsche Lufthansa AG – deutlich hinter den Zielen zurück.

E-Commerce erzielt hohe Zuwächse

Unsere E-Commerce-Wachstumsstrategie setzen wir konsequent und erfolgreich um. E-Commerce ist in den vergangenen beiden Jahren zu einem erfolgreichen und volumenstarken Vertriebskanal herangewachsen. Im Jahr 2002 haben wir unsere ehrgeizigen Ziele in diesem Wachstumssegment erreicht. So verzeichneten wir eine Online-Nachfrage von mehr als 1,2 Mrd. € und einen Zuwachs von 53%.

Als Fortentwicklung und Stärkung unserer Multi-Channel-Strategie starteten wir darüber hinaus den Aufbau des TV-Commerce.

Erfolgreiche Erschließung neuer Wachstumsfelder

Die Erschließung der neuen Wachstumsfelder Dienstleistungen und Immobilien verläuft erfolgreich. Auf Basis unserer herausragenden Stellung im Einzelhandel mit mehr als einer Milliarde Kundenkontakten pro Jahr, den Informationen über 19 Millionen aktive Kunden und den hohen Bekanntheitsgraden der Marken Karstadt, Quelle und Neckermann positionierten wir uns erfolgreich in den Bereichen Finanzdienstleistungen, Informationsdienstleistungen und Kundenkarten-Bonusprogramme.

Das Immobilienportfolio konzentrierten wir in einem separaten Geschäftsfeld. Es umfasst die Bereiche Eigentum, Immobilien-Dienstleistungen und Finanzierung. Die wertorientierte Optimierung der Immobilien in den besten Lagen deutscher Städte und Großstädte setzten wir fort. So engagieren wir uns zunehmend als Entwickler und Betreiber großer und stark frequentierter Shopping-Center in den Innenstädten. Inzwischen haben wir bereits vier Warenhäuser in Einkaufszentren umgewandelt. Weitere 16 Projekte folgen in den kommenden Jahren.

Die neu gegründete KARSTADT Hypothekendarlehen bei. Im Geschäftsjahr 2002 wurden Pfandbriefe im Volumen von 546 Mio. € platziert.

Wertmanagement

Die als dritter Teil unseres 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes beschlossene Einführung eines Wertmanagements ist inzwischen nahezu umgesetzt.

EVA-Management- und Incentivesystem steigert Motivation

Die Implementierung des Management- und Anreizsystems Economic Value Added® (EVA) ist weit fortgeschritten. Der erfolgsabhängigen Vergütung zur Motivationssteigerung der Mitarbeiter kommt eine wesentliche Bedeutung zu. Dementsprechend führten wir unter anderem ein Stock-Options-Programm und Belegschaftsaktien ein.

Kapitalmarktkommunikation intensiviert

Wir verstärkten den Dialog mit den Finanzmärkten. Beispiele hierfür sind ein informativer, an den Interessen der Investoren ausgerichteter Geschäftsbericht, detaillierte Quartalsberichte, professionelle Investor Relations, umfangreiche Roadshows und die Umstellung des Rechnungswesens im Jahr 2001 auf International Accounting Standards (IAS).

Ergebnisse und Perspektiven	32
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	32
Geschäftsverlauf des Konzerns und der Segmente	34
Neue Konzernstruktur	34
Strategie	35
Umsatzentwicklung	35
Ertragslage	37
Finanzlage	39
Vermögenslage	41
Das Geschäftsjahr 2002 im Überblick	43
Beschaffung und Vertrieb	48
Mitarbeiter	50
Umweltschutz	52
Öffentlichkeitsarbeit	53
Nachtragsbericht	54
Risikomanagement	56
Ausblick	58

ERGEBNISSE UND PERSPEKTIVEN

Der KarstadtQuelle-Konzern hat im Geschäftsjahr 2002 die Umsetzung des 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes erfolgreich fortgesetzt und seine Strategie der Neuausrichtung zum Handels- und Dienstleistungskonzern konsequent weiterverfolgt.

Das Geschäftsjahr 2002 stand im Zeichen eines außergewöhnlich schwierigen Einzelhandelsumfeldes, verbunden mit starkem Wettbewerb. Der Umsatz des KarstadtQuelle-Konzerns ging um 1,6% auf 15,8 Mrd. € zurück.

Das Ergebnis (EBTA) sank um 23,1% auf 293,9 Mio. €.

Der Jahresüberschuss reduzierte sich auf 162,2 Mio. €, nach 234,9 Mio. € im Jahr 2001. Der Vorstand schlägt eine unveränderte Dividende in Höhe von 0,71 € je Stückaktie vor.

WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Konjunktur im Abwärtstrend

Das konjunkturelle Umfeld in Deutschland hat sich im Jahr 2002 weiter verschlechtert. Mit einem Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts von lediglich 0,2% blieb das abgelaufene Jahr sowohl deutlich hinter den Erwartungen als auch hinter der schon schwachen Entwicklung des Jahres 2001 zurück. Nur die anhaltend starke Nachfrage aus dem Ausland verhinderte einen Rückgang der gesamtwirtschaftlichen Leistung. Neben der abgeschwächten Weltkonjunktur sorgten die anhaltenden Kursrückgänge an den internationalen Finanzmärkten und der Irak-Konflikt für weitere Unsicherheit.

Auf Grund dieser Faktoren hat sich die Situation auf dem deutschen Arbeitsmarkt verschärft. Die Arbeitslosenquote stieg von 9,4% im Jahr 2001 auf 9,8% im Berichtsjahr.

Die aus der unsicheren Situation resultierende Vertrauenskrise belastete insbesondere die deutsche Binnenkonjunktur und bewirkte bei den Konsumenten ein zurückhaltendes Kaufverhalten.

Geringstes Einkommenswachstum seit der Wiedervereinigung

Die verfügbaren Einkommen stiegen im Jahr 2002 nominal nur um 1,0%. Dies ist das geringste Wachstum seit der Wiedervereinigung. Real sind die verfügbaren Einkommen sogar gesunken. Die Erhöhung der Tariflöhne und Renten sowie des Kindergeldes konnte die Auswirkungen der gestie-

genen Arbeitslosenzahlen nicht kompensieren. Die Sparquote stieg von 10,1% im Jahr 2001 auf 10,4% im Berichtsjahr.

Moderater Preisanstieg

Die Lebenshaltungskosten der privaten Haushalte erhöhten sich im Jahr 2002 um 1,4% (2,0% im Vorjahr). Die Euro-Einführung hatte keinen wesentlichen statistischen Einfluss auf die Entwicklung der Lebenshaltungskosten im Gesamtjahr, obwohl sie wiederholt als Ursache für Preissteigerungen genannt wurde. Viele Konsumenten empfanden sie jedoch subjektiv als preistreibend. Ausschlaggebend waren der teilweise deutliche Preisschub bei verschiedenen Dienstleistungen und der Preisauftrieb bei Nahrungsmitteln zu Jahresbeginn. Dies beeinflusste erheblich die Kaufbereitschaft.

Die Einzelhandelspreise stiegen im Jahr 2002 um 0,7%. Seit Jahresmitte herrschte annähernd Preisstabilität.

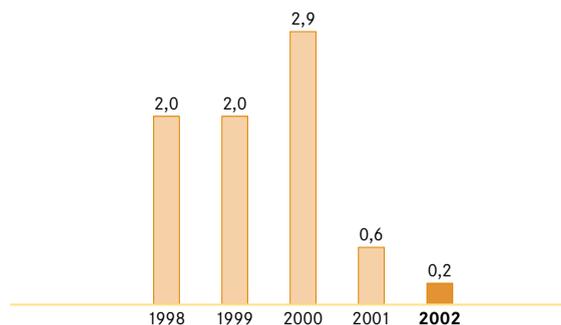
Privater Konsum sinkt real um 0,6%

Der private Konsum sank im Jahr 2002 real um 0,6%. Maßgeblich waren das konjunkturbedingte Stimmungstief, die Einkommensentwicklung und die Angst vieler Beschäftigter vor dem Verlust ihres Arbeitsplatzes.

Warenhausrelevanter Einzelhandelsumsatz ging um 1,9% zurück

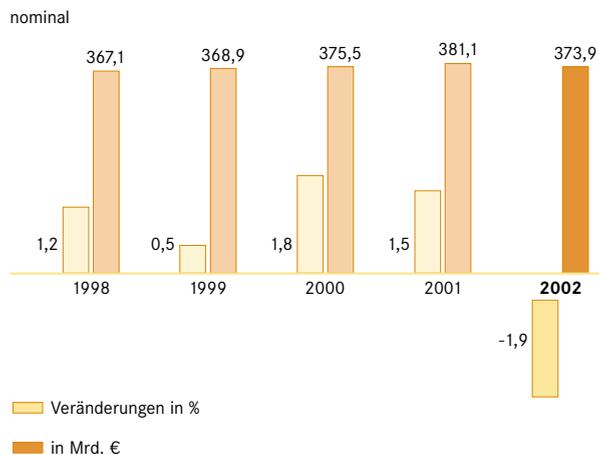
Der gesamte Einzelhandelsumsatz in Deutschland gab im Jahr 2002 um 1,1% auf 507 Mrd. € nach. Der Umsatz des Einzelhandels im engeren Sinn (ohne Kraftfahrzeuge, Kraft- und Brennstoffe sowie Apotheken) ging nominal um 1,9% auf 374 Mrd. € zurück. Dies entspricht preisbereinigt einem Minus von 2,4%.

Bruttoinlandsprodukt reale Veränderung in % gegenüber Vorjahr



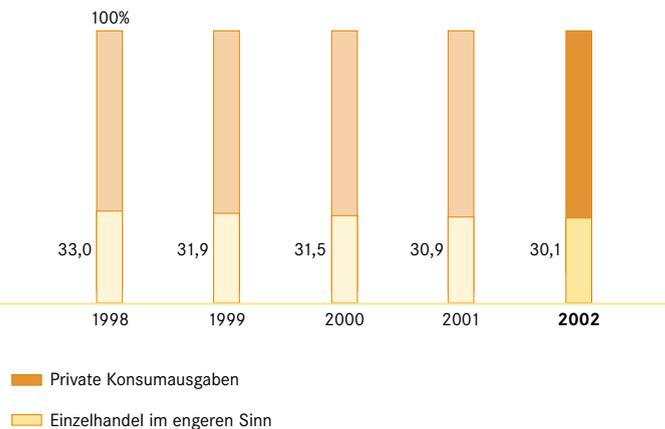
Quelle: Statistisches Bundesamt

Entwicklung Einzelhandelsumsatz im engeren Sinn



Quelle: BAG, Statistisches Bundesamt

Anteil des Einzelhandels im engeren Sinn an den privaten Konsumausgaben in jeweiligen Preisen in %



Quelle: BAG, Statistisches Bundesamt

Deutliche Umsatzeinbußen verzeichneten insbesondere die Textil- und Einrichtungssortimente. Profiteure der „Teuro-Debatte“ sowie der gestiegenen Preissensibilität der Verbraucher waren die großen Lebensmitteldiscounter. Sie weiteten ihren Umsatzanteil deutlich aus. Auch der Versandhandel profitierte mit einem Plus in Höhe von 2,5% vom geänderten Verbraucherverhalten. Wenig erfolgreich waren die Kauf- und Warenhäuser mit einem Minus von 6,1% und der Facheinzelhandel, der einen Rückgang von 6,4% verzeichnete.

Ebenso ging der Anteil des Einzelhandels im engeren Sinn an den privaten Konsumausgaben weiter zurück. Er sank auf 30,1% gegenüber 30,9% im Jahr 2001.

GESCHÄFTSVERLAUF DES KONZERNS UND DER SEGMENTE

Neue Konzernstruktur

Zwischenholdings führen Teilkonzerne

Der KarstadtQuelle-Konzern verfügt seit September 2002 über eine neue gesellschaftsrechtliche Struktur (siehe Schaubild Innenumschlag hinten). Wir wandelten unsere vier Geschäftsbereiche in Teilkonzerne um und stellten sie unter die Leitung von Zwischenholdings. Für deren unternehmerische Führung ist weiterhin – als strategische Management- und Beteiligungsholding – die KARSTADT QUELLE AG verantwortlich.

So steht das Geschäftsfeld Stationärer Einzelhandel jetzt unter Führung der Zwischenholding Karstadt GmbH und umfasst die Bereiche Warenhäuser und Fachgeschäfte. Die Zwischenholding KARSTADT QUELLE Versand GmbH führt das in Universal- und Spezialversand unterteilte Versandgeschäft. Der Teilkonzern Dienstleistungen steht unter der Leitung der KARSTADT QUELLE Service GmbH. Er betreibt die Bereiche B2B (Firmenkundengeschäft) und B2C (Endkundengeschäft). Zwischenholding für das Immobiliengeschäft ist die KARSTADT Immobilien Beteiligungs AG. In deren Verantwortung fallen unverändert die Geschäftsfelder Immobilien-Eigentum und -Management.

Die klare gesellschaftsrechtliche Struktur reflektiert die Aufgabenteilung im Konzern-Management. Sie bildet die Grundlage für unser strategisches Handeln. Zugleich stellt sie die optimale Ausschöpfung von Synergien sicher. Darüber hinaus gewährleistet die Neugliederung größeren Spielraum für strategische Allianzen und Fusionen auf allen gesellschaftsrechtlichen Ebenen.

Strategie

Auf dem Weg zum Handels- und Dienstleistungskonzern

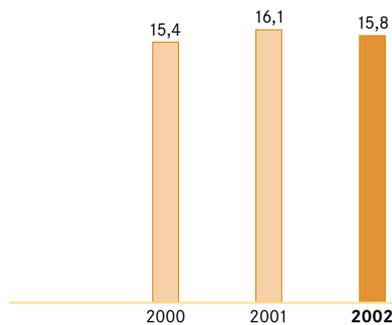
Im Mittelpunkt unserer Strategie steht die Umgestaltung von KarstadtQuelle zum Handels- und Dienstleistungskonzern. Hierbei ist die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes das wichtigste Ziel. Diesem haben wir im Jahr 2002 durch wesentliche Weichenstellungen und Entwicklungsschritte Rechnung getragen.

Für die künftige Geschäftsentwicklung spielen unsere starken Kerngeschäftsbereiche Stationärer Einzelhandel und Versandhandel weiterhin die wesentliche Rolle. Beide verfügen in ihren Märkten über führende Positionen. Ausschlaggebend hierfür sind flächendeckende Präsenz, stringente Geschäftsmodelle und konzernweit vernetzte Kundenbeziehungen. Hinzu kommt die einzigartige Positionierung von Karstadt, Quelle und Neckermann, die seit vielen Jahren zu den bekanntesten Marken Europas zählen.

Alleinstellungsmerkmal im europäischen Handel ist unser Multi-Channel-Netzwerk. Es basiert auf volumenstarken Vertriebskanälen und deren Verknüpfung. Hier profitieren wir immer mehr von der Nutzung markenübergreifender Cross-Selling-Potenziale. Durch die Ausschöpfung gemeinsamer Stärken wie Marktpräsenz, Kunden-Know-how und Einkaufskraft erschließen wir neue zukunftsträchtige und renditestarke Wachstumfelder. Wir sehen insbesondere in den Bereichen Dienstleistungen und Immobilien mittelfristig hohe Wachstumspotenziale.

Mit unseren Kernkompetenzen treiben wir die Entwicklung in Eigenregie voran. Dort, wo wir unsere Wettbewerbsposition leichter durch strategische Partnerschaften stärken können, gewinnen wir über Allianzen Marktanteile hinzu.

Konzernumsatz in Mrd. €



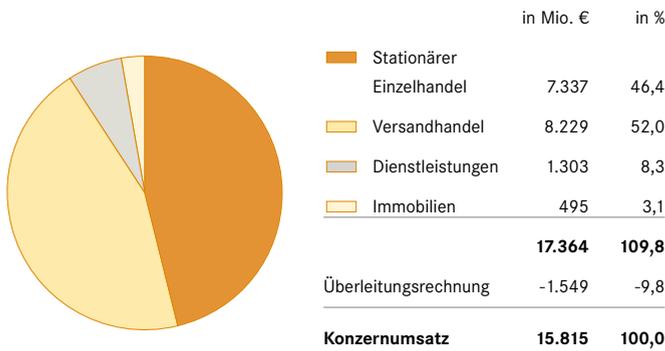
Umsatzentwicklung

Konzernumsatz sinkt in schwierigem Umfeld um 1,6%

Der KarstadtQuelle-Konzern erzielte im Geschäftsjahr 2002 einen Umsatz von 15,8 Mrd. € (16,1 Mrd. € im Vorjahr). Dies entspricht einem Rückgang um 1,6%.

Unter Berücksichtigung der ungünstigen Rahmenbedingungen und der starken Verunsicherung der Verbraucher konnte sich der Konzern am Markt gut behaupten. Nach einem sehr schwachen Auftakt erreichten wir – dank unserer Diversifizierung über eine Vielzahl von Vertriebskanälen – im Jahresverlauf eine Stabilisierung des Umsatzes.

Umsatz nach Unternehmensbereichen



Stationärer Einzelhandel spürt Konsumflaute

Der Stationäre Einzelhandel bekam die Konsumflaute deutlich zu spüren. Unsere 190 Warenhäuser und 294 Fachgeschäfte verzeichneten einen Umsatzrückgang von 9,1% auf 7,3 Mrd. € (8,1 Mrd. € im Vorjahr). Damit geht der Anteil des Stationären Einzelhandels am Konzernumsatz auf 46,4% (50,2% im Jahr 2001) zurück.

Versandgeschäft wächst um 5,3%

Die KarstadtQuelle-Versender profitierten von der „neuen Attraktivität“ unseres Versandhandels. Dieser gehört neben den Discontnern zu den Gewinnern des Geschäftsjahres 2002 im deutschen Handel. So erzielten unsere starken Versandunternehmen Quelle und Neckermann sowie die 22 Spezialversender im In- und Ausland ein Umsatzplus von 5,3% auf 8,2 Mrd. € (7,8 Mrd. € im Jahr 2001). Im Versandgeschäft gewannen wir weitere Marktanteile hinzu und vergrößerten zugleich unsere Kundenbasis. Der Anteil des Versandhandels am Konzernumsatz stieg auf 52,0% (48,6% im Vorjahr).

Dienstleistungen weiter im Aufwind

Der Umsatz des Geschäftsfeldes Dienstleistungen (ohne Thomas Cook) stieg um 16% auf 1,3 Mrd. € (1,1 Mrd. € im Vorjahr). Hier wirken sich die Expansion der Logistik- und Kundendienstaktivitäten sowie die Bündelung der Informationsdienstleistungen in diesem Geschäftsfeld aus.

Stabiler Immobilienumsatz

In unserem Immobiliengeschäft lagen die Bruttomietterträge mit 495,1 Mio. € um 2,3% über dem Niveau des Jahres 2001.

Ertragslage

Konsumschwäche belastet

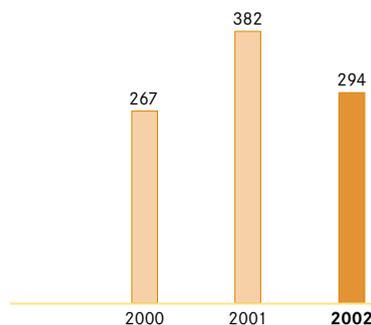
Das Ergebnis (EBTA) ging auf 293,9 Mio. € zurück (382,3 Mio. € im Vorjahr). Dementsprechend sank die EBTA-Marge um 0,5 Prozentpunkte auf 1,9%.

Das Ergebnis enthält Sonderfaktoren im Wesentlichen aus drei Maßnahmen. Diese verbesserten per saldo das Ergebnis um 83 Mio. €. Zwei der Maßnahmen beeinflussten das Ergebnis positiv. Es handelt sich um das CTA-Programm (siehe Seite 48) mit einem Ergebniseffekt von 170 Mio. € sowie um die Veräußerung von 50% der Gesellschaftsanteile an der KARSTADT QUELLE Financial Services GmbH mit einem Gewinn in Höhe von 60 Mio. €. Ergebnisbelastend wirkten sich die außerordentlichen Aufwendungen für Flexibilisierung (Abfindungen und Altersteilzeit) sowie für die Flutkatastrophe in Höhe von 147 Mio. € aus.

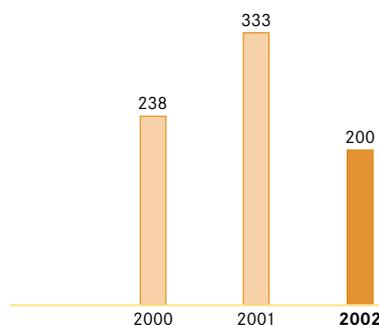
Bereinigt um diese Sonderfaktoren beläuft sich das Ergebnis (EBTA) auf 210,9 Mio. €. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einem Rückgang um 171,4 Mio. €. Davon entfallen allein 85,8 Mio. € auf die – unter anderem durch Sondereffekte bedingte – deutliche Verschlechterung des anteiligen Ergebnisses von Thomas Cook.

Die Konsumschwäche und der harte Preiskampf im Einzelhandel dämpften den Umsatz und reduzierten den Rohertrag. Gleichzeitig stiegen die Aufwendungen für umsatzfördernde Maßnahmen wie beispielsweise Werbung und übrige Vertriebskosten. Zusammen mit den tariflich bedingten Personalkostensteigerungen in Höhe von 80 Mio. € sowie geringeren Veräußerungsgewinnen aus Anlagenabgängen wurde das Konzernergebnis gegenüber dem Vorjahr somit um 395 Mio. € vermindert.

Konzern-EBTA in Mio. €



Konzern-EBT in Mio. €



Diesem deutlichen marktbedingten Ergebnisdruck begegneten wir durch konsequentes Kostenmanagement (Restrukturierung, Personalkosten und Einkauf) und erreichten konzernweit eine Kostenreduzierung um rund 310 Mio. €.

So konnte der Rückgang des Konzernergebnisses in einem außerordentlich schwierigen konjunkturellen Umfeld begrenzt werden.

Das Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) erreichte 200,4 Mio. € (332,8 Mio. € im Vorjahr). Die Umsatzrendite (EBT-Marge) verringerte sich von 2,1% auf 1,3%.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (Kurzfassung)

für die Zeit vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2002

	2002 Mio. €	2001 Mio. €
Umsatzerlöse	15.814,6	16.067,1
Wareneinsatz	-8.502,6	-8.681,7
Rohrertrag	7.312,0	7.385,4
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	1.052,7	1.142,5
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Firmenwertabschreibungen (EBITA)	577,8	680,2
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	484,4	630,7
Ergebnis vor Steuern (EBT)	200,4	332,8
Ergebnis vor Firmenwertabschreibungen und Steuern (EBTA)	293,9	382,3

Konzern-EBTA nach Segmenten

	2002 Mio. €	2001 Mio. €
Stationärer Einzelhandel	-129,8	62,7
Versandhandel	154,1	117,3
Dienstleistungen	21,7	86,4
Immobilien	227,5	271,3
Holding	17,6	-154,2
Überleitungsrechnung	2,8	-1,2
	293,9	382,3

Differenzierte Ergebnisentwicklung**in den Geschäftsbereichen**

Das Ergebnis des Stationären Einzelhandels spiegelt die Konsumschwäche in Deutschland deutlich wider. Die Warenhäuser und Fachgeschäfte weisen ein EBTA in Höhe von minus 129,8 Mio. € (plus 62,7 Mio. € im Vorjahr) aus. Dies entspricht einem Rückgang um 192,5 Mio. €. Die Erfolge aus Kosten-

senkungsmaßnahmen, die unter anderem einen erheblichen Rückgang der Personalkosten bewirkten, konnten den um 351 Mio. € gesunkenen Rohrertrag nur zum Teil kompensieren. Es ist darüber hinaus zu berücksichtigen, dass das Ergebnis des Stationären Einzelhandels durch Flexibilisierungskosten und Kosten der Flutkatastrophe außerordentlich in Höhe von 112 Mio. € belastet ist.

Der Versandhandel konnte auf Basis einer guten Geschäftsentwicklung das Ergebnis (EBTA) um 36,8 Mio. € auf 154,1 Mio. € (117,3 Mio. € im Vorjahr) steigern. Diese gute Entwicklung basiert neben erfolgreichen Aktionen zum 75-jährigen Jubiläum von Quelle auf einer konsequenten Katalog- und Sortimentsoptimierung.

Das EBTA des Dienstleistungsbereiches ist maßgeblich durch das stark verschlechterte Ergebnis des Touristikkonzerns Thomas Cook geprägt. Es belief sich auf 21,7 Mio. €, nach 86,4 Mio. € im Vorjahr.

Das Geschäftsfeld Immobilien steuerte ein EBTA von 227,5 Mio. € (271,3 Mio. € im Vorjahr) zum Konzernergebnis bei. Ausschlaggebend für den Ergebnisrückgang waren verminderte Erträge aus Immobilienveräußerungen.

Der Bereich Holding weist ein Ergebnis (EBTA) in Höhe von 17,6 Mio. € (minus 154,2 Mio. € im Vorjahr) aus. Der Ergebnisanstieg basiert überwiegend auf der Neuordnung der Altersversorgung im Konzern.

Erläuterung einzelner Positionen der Gewinn- und Verlustrechnung

Der Rohrertrag ging um 73,4 Mio. € auf 7.312,0 Mio. € (7.385,4 Mio. € im Vorjahr) zurück. Die Rohertragsmarge (Handelsspanne) verbesserte sich leicht auf 46,2% (46,0% im Vorjahr).

Der Personalaufwand verringerte sich um 143,1 Mio. € und betrug 3.014,1 Mio. € (3.157,2 Mio. € im Vorjahr). Die Reduzierung der Personalkosten ist auf die erfolgreiche Restrukturierung zurückzuführen. Der Anteil der Personalkosten am Nettoumsatz sank um 0,5 Prozentpunkte auf 19,1%.

Die Betrieblichen Erträge stiegen um 248,8 Mio. € auf 862,2 Mio. €. Dies ist maßgeblich auf die Realisierung stiller Reserven im Rahmen der Neuordnung der betrieblichen Altersversorgung zurückzuführen.

Die Firmenwertabschreibung stieg um 44 Mio. € auf 93,5 Mio. €. Ausschlaggebend waren akquisitionsbedingt gestiegene Abschreibungen bei Thomas Cook sowie Impairmentabschreibungen im Versandbereich.

Das Zinsergebnis verbesserte sich um 13,7 Mio. € auf minus 286,4 Mio. €. Ursächlich war überwiegend die allgemein positive Zinsentwicklung im Berichtsjahr.

Ertragsteuerquote gesunken

Die Ertragsteuerquote betrug 15,4% (28,2% im Vorjahr). Steuerermindernd wirkten sich insbesondere die steuerfreie Übertragung von Vermögen in den neu geschaffenen betriebsinternen Pensionsfonds, gewerbesteuerfreie Erträge im Immobilienbereich sowie die steuerfreie Veräußerung von Anteilen an Kapitalgesellschaften aus.

Jahresüberschuss sinkt auf 162,2 Mio. €

Der Jahresüberschuss nach Minderheiten sank von 234,9 Mio. € auf 162,2 Mio. €. Dies entspricht einem Rückgang um 30,9%.

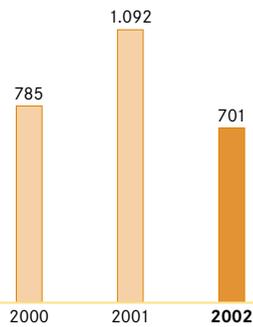
Das Ergebnis je Aktie betrug 1,40 €, nach 2,00 € im Vorjahr. Dies entspricht einem Rückgang um 30%.

Finanzlage

Konzern-Kapitalflussrechnung (Kurzfassung)

	2002 Mio. €	2001 Mio. €
Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	168,4	702,3
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	-546,5	-980,1
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit	183,5	356,4
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	-194,6	78,6
Veränderungen der Zahlungsmittel aus Wechselkurs- oder aus sonstigen Konsolidierungskreis bedingten Veränderungen des Finanzmittelfonds	-14,9	38,2
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	378,3	261,5
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	168,8	378,3

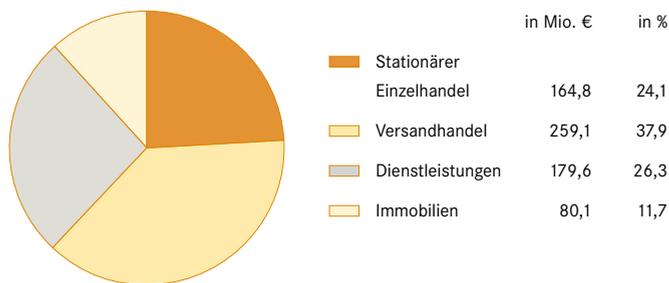
Brutto-Cash Flow in Mio. €



Investitionen und Abschreibungen in Mio. €



Investitionen nach Unternehmensbereichen



Rückläufiger Cash Flow

Der Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit sank gegenüber dem Vorjahr erheblich und belief sich auf 168,4 Mio. € (702,3 Mio. € im Vorjahr). Ausschlaggebend für den Rückgang war im Wesentlichen das gesunkene Ergebnis (EBT). Gleichzeitig standen den zahlungswirksamen Aufwendungen aus der Kostenflexibilisierung signifikante zahlungsunwirksame Erträge gegenüber. Darüber hinaus stieg das Working Capital infolge der Ausweitung des Geschäftsvolumens im Versandhandel.

Investitionen reduziert

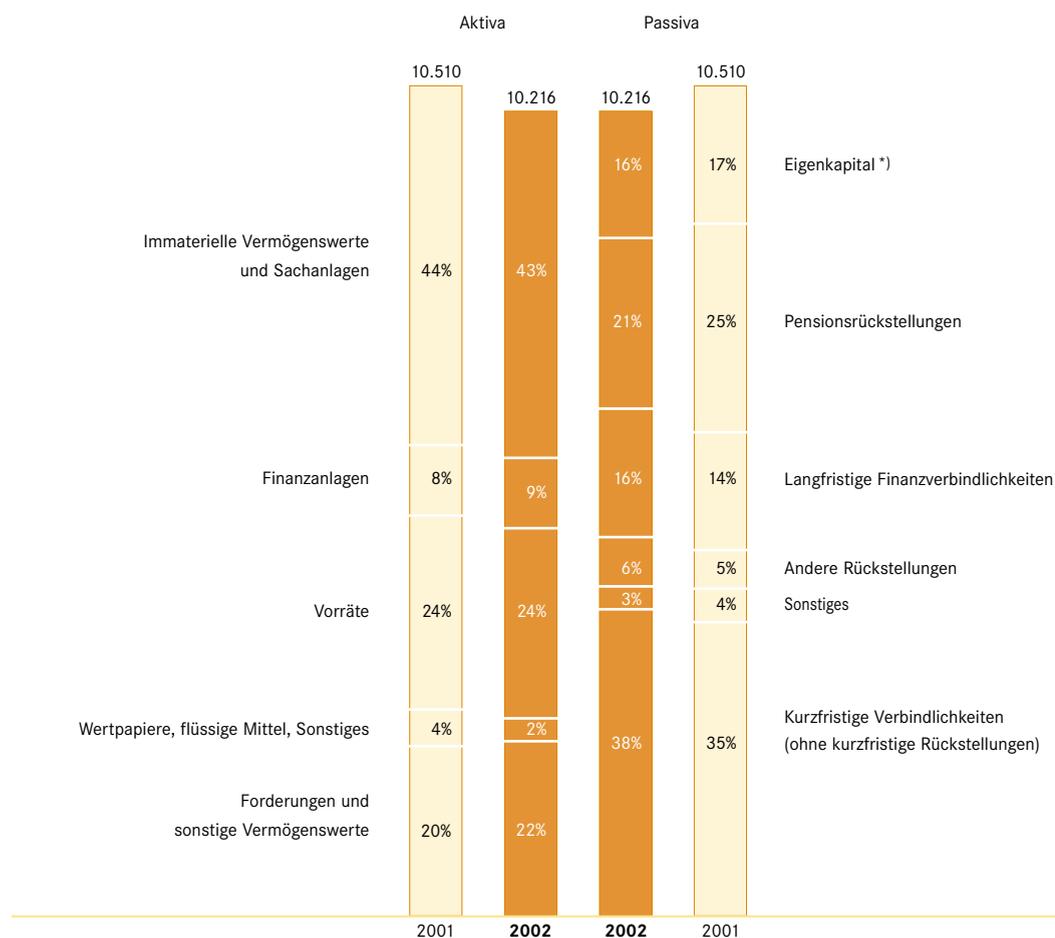
Die Investitionen gingen im Geschäftsjahr 2002 auf 738,3 Mio. € zurück (1,23 Mrd. € im Vorjahr). Die deutliche Reduzierung erstreckte sich sowohl auf Investitionen in das Sachanlage- als auch in das Finanzanlagevermögen. Zu den Investitionsschwerpunkten gehörten:

- Die Fertigstellung des neuen Versand-Retourenlagers in Frankfurt/Main
- Modernisierung und Umbau verschiedener Warenhäuser und Fachgeschäfte
- Eröffnung von Sporthäusern und -märkten

Darüber hinaus investierte der Versandhandel in die Akquisition eines weiteren Spezialversenders und der Dienstleistungsbereich in den Auf- bzw. Ausbau der Kundenkartenprogramme und der Finanzdienstleistungen.

Vermögenslage

Bilanzstruktur in Mio. €



*) Das Eigenkapital beinhaltet auch die zur Ausschüttung vorgesehene Dividende der KARSTADT QUELLE AG.

Bilanzkennzahlen

	2002 Mio. €	2001 Mio. €	Veränderung in %
Bilanzsumme	10.216	10.510	-2,8
Eigenkapital	1.676	1.803	-7,0
Eigenkapitalquote in %	16,4	17,2	-
Pensionsrückstellungen	2.128	2.584	-17,6
Langfristige Finanz- verbindlichkeiten	1.595	1.425	12,0
Nettofinanz- verbindlichkeiten	3.403	2.802	21,5
Anlagevermögen	5.261	5.451	-3,5
Working Capital			
Vorräte	2.502	2.524	-0,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.393	1.291	7,9
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-900	-930	-3,1
	2.995	2.885	3,8

Bilanzsumme um 2,8% verringert

Die Bilanzsumme des Konzerns sank um 294,3 Mio. € auf 10,22 Mrd. €. Dies entspricht einem Rückgang um 2,8%. Das Anlagevermögen verringerte sich um 189,3 Mio. €, bedingt durch die Übertragung von Vermögen in den betriebsinternen Pensionsfonds.

Das Umlaufvermögen sank – trotz der Ausweitung der Kundenbasis im Versandhandel – bedingt durch die Abnahme der Flüssigen Mittel um 1,8% oder 92,2 Mio. € auf 4,91 Mrd. €.

Die Umschlagshäufigkeit der Vorräte blieb mit 6,3 (6,4 im Vorjahr) nahezu konstant.

Eigenkapitalquote beträgt 16,4%

Das Eigenkapital verringerte sich um 7% bzw. 127,0 Mio. € und belief sich auf 1.676,4 Mio. €. Die Eigenkapitalquote betrug 16,4% nach 17,2% im Vorjahr. Die Ursache für den Rückgang liegt neben der Dividendenausschüttung an die Aktionäre in der Negativentwicklung der Marktwerte aus Cash-Flow-Hedges von Zins- und Devisentermingeschäften. Die Eigenkapitalzufuhr durch den Jahresüberschuss des Geschäftsjahres 2002 wurde durch den Rückkauf eigener Aktien nahezu kompensiert.

Nettofinanzverbindlichkeiten gestiegen

Die Nettofinanzverbindlichkeiten stiegen um 601 Mio. € auf 3,4 Mrd. €. Ausschlaggebend waren neben den Investitionen insbesondere der Anstieg der Kundenforderungen im Versand, die Mittelbindung durch das Aktienrückkaufprogramm sowie die Maßnahmen zur Flexibilisierung der Personalkosten und Abfindungen von Rentenansprüchen.

Pensionsrückstellungen reduziert

Die KARSTADT QUELLE AG hat zur Finanzierung ihrer Pensionspläne einen betriebsinternen Pensionsfonds gegründet und zum Ende des Geschäftsjahres Vermögen mit einem Wert von 312 Mio. € an diesen übertragen. Durch diese Transaktion konnten die Pensionsrückstellungen deutlich reduziert werden.

Working Capital um 3,8% gestiegen

Das Working Capital erhöhte sich infolge der Ausweitung des Geschäftsvolumens im Versandhandel um 3,8% auf 3 Mrd. € (2,9 Mrd. € im Vorjahr). Der Anteil des Working Capital am Umsatz stieg auf 18,9% (18% im Vorjahr).

Das Geschäftsjahr 2002 im Überblick**Im Fokus: Restrukturierung und Wachstum**

Im Mittelpunkt des Geschäftsjahres 2002 stand sowohl der Umbau zum Handels- und Dienstleistungskonzern als auch das Antizipieren der aktuellen Entwicklungen bzw. der Schwäche des deutschen Einzelhandels.

Die Restrukturierung im Zuge des 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes kam deutlich voran. Unsere Wettbewerbsfähigkeit verbesserten wir darüber hinaus beispielsweise durch die Etablierung eines strategischen Konzerneinkaufs.

Zudem legten wir im Berichtsjahr – als Reaktion auf das anhaltend schwache Marktumfeld – unter anderem durch Abfindungsprogramme und Angebote zur Altersteilzeit den Grundstein für eine weitere Senkung der Personalkosten ab dem Jahr 2003.

Neben diesen Maßnahmen zur Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit stand eine umfassende Kunden- und Wachstumsoffensive in Verbindung mit größeren Marketingaktionen im Mittelpunkt.

Kunden- und Wachstumsoffensive gestartet**Sportexpansion forciert**

KarstadtSport baute im Geschäftsjahr 2002 seine Marktführerschaft in Deutschland weiter aus. Mit großflächigen, erlebnisorientierten Sporthäusern in Citylagen haben wir uns deutlich vom Wettbewerb ab. In Dortmund eröffneten wir auf einer Fläche von 7.200 qm Deutschlands größtes Sporthaus. Zudem öffnete in Leipzig unter unserem Markenzeichen ein Sporthaus mit einer Fläche von 5.700 qm seine Tore. Unsere Sportexpansion rundeten ein weiteres Sporthaus in Augsburg mit 3.900 qm sowie zwei außerstädtische Sportmärkte in Frankfurt/Oder und St. Augustin mit zusammen 5.400 qm ab. Zudem eröffneten wir in Celle auf 3.400 qm ein kombiniertes Technik- und Sporthaus.

Fußball-WM 2006:**Exklusiv-Partnerschaft mit der FIFA**

Um die Expansion im Sportsegment weiter voranzutreiben, vereinbarte KarstadtQuelle mit dem internationalen Fußballverband FIFA eine strategische Partnerschaft. So werden wir exklusiv die Official 2006 FIFA World Cup™-Shops betreiben. Wir planen deutschlandweit an mehr als 300 Verkaufsstellen die offiziellen Lizenz- und Fanartikel der FIFA WM 2006™ anzubieten. Standorte sind unter anderem die Karstadt-Warenhäuser, Karstadt-

Sporthäuser und Karstadt-Sportmärkte. Während der Fußball-WM verkaufen wir die FIFA-Produkte in allen zwölf WM-Stadien – ebenfalls exklusiv – auf speziellen Verkaufsflächen.

Starbucks:

Gelungener Markteintritt in Deutschland

Die KarstadtCoffee GmbH zieht im ersten Jahr der Expansion mit Starbucks Coffee Houses im deutschen Markt ein positives Fazit. Umsatz und Ergebnis entsprechen unseren Erwartungen. Der erfolgreiche Markteintritt zeigt, dass auch in Deutschland ein Markt für die moderne Kaffeehaus-Kultur besteht. Wie geplant hat KarstadtCoffee bis Ende 2002 insgesamt zwölf Coffee Houses in Deutschland eröffnet – von der 20 qm großen Kaffee-Bar bis hin zum zweigeschossigen Flagship-Store. Neben dem Schwerpunkt Berlin ist Starbucks inzwischen auch in der Region Rhein-Ruhr und im Rhein-Main-Gebiet vertreten. Im Jahr 2003 wollen wir in diesen Regionen verstärkt expandieren und weitere Großstädte wie Hamburg und München mit Starbucks erschließen.

Übernahme des zweitgrößten

britischen Berufskleidungs-Versenders

Im Bereich Spezialversand setzten wir unser Wachstum auch durch Akquisitionen fort. Mit Wirkung vom 1. Januar 2002 übernahmen wir die Simon Jersey

Group Ltd., das zweitgrößte britische Versandhaus für Berufskleidung. Damit bauten die Karstadt-Quelle-Versender ihre Marktführerschaft im europäischen Versand für Berufsbekleidung weiter aus. Das neue Standbein in Großbritannien bietet darüber hinaus die Grundlage für die weitere Expansion im britischen Versandmarkt.

Starke Marketingaktionen

Marketingaktionen steigern Kundenfrequenz

Der deutsche Einzelhandel stand im Jahr 2002 nicht nur im Zeichen von Preiskämpfen, sondern auch eines intensivierten Marketings. Karstadt-Kunden profitierten nach dem Wegfall von Rabattgesetz und Zugabeverordnung beispielsweise von attraktiven Rabatt-/Coupon-Aktionen. Mit „Winter-Schluss-Rabatt“, „Wahlfieber“, „Weltmeister-Rabatt“ oder „Spätaufsteher-Rabatt“ haben wir die Kundenfrequenz in den Warenhäusern temporär spürbar erhöht.

Im September 2002 gingen wir mit der neuen Programmzeitschrift „TV Karstadt“ an den Start. Sie gehört mit einer Auflage von 350.000 Exemplaren zu den größten deutschen Kundenzeitschriften. Damit verfügen wir über ein weiteres Instrument zur Intensivierung der Kundenbindung und zur effizienten Kommunikation unserer Angebote. Das Kundenmagazin wird an den Kassen der Warenhäuser verkauft.

Quelle: Erfolgreiches Jubiläumsmarketing

Quelle startete zum 75-jährigen Jubiläum unter dem Motto „75 Jahre Qualität zum Quelle-Preis“ eine umfassende Marketingkampagne. Die Kundenreaktion auf die Marketingaktivitäten übertraf unsere Erwartungen und trug zum erfolgreichsten Quelle-Geschäftsjahr seit dem Wiedervereinigungsboom Anfang der 90er-Jahre bei. Der Bestand an aktiven Kunden stieg deutlich an. Zudem nahm die Anzahl der Bestellungen um mehr als 10% auf 37,5 Mio. Aufträge zu. Gleichzeitig erhöhte sich auch der durchschnittliche Wert pro Bestellung.

Neckermann startet Herbstoffensive

Durch eine Vertriebs- und Marketingoffensive im Herbst 2002 erzielte Neckermann – nach einem schwachen Jahresbeginn – zum Jahresende einen starken Umsatzschub. Ausschlaggebend waren insbesondere zusätzliche Mailings und neu aufgelegte Spezialkataloge.

Guter Start mit neuen Dienstleistungen**KarstadtQuelle erschließt neue Wachstumsmärkte**

Im Berichtsjahr bauten wir unsere Position in den Wachstumsmärkten Dienstleistungen und Immobilien weiter aus.

Mit Informationen auf Wachstumskurs

Mit Gründung der KARSTADT QUELLE Information Services GmbH (KQIS) zu Beginn des Jahres 2002 haben wir uns im wachstums- und renditestarken Markt für Informationsdienstleistungen positioniert.

Die Basis für das Geschäftsmodell bilden unsere Kompetenz in der Verwaltung von Kundendaten sowie die umfassenden Informationen über die Bestelldaten der Kunden des Konzerns. So bietet KQIS ihren Auftraggebern ein einzigartiges Leistungsspektrum. Es umfasst den gesamten Prozess des Managements von Kundenbeziehungen. Dies beginnt bei der Kundenanalyse und Neukundengewinnung und reicht über Bonitätsprüfung und Kundenbuchhaltung bis zum Einzug offener Forderungen. In unserem Informationsdienstleistungsgeschäft erzielten wir mit 60 Mio. € Umsatz ein Plus von mehr als 20%.

Finanzdienstleistungen nutzen Kundenkontakte

Eine weitere Säule des Ausbaus unseres Dienstleistungsportfolios ist die Erschließung des Marktes für Finanzdienstleistungen. Die Basis bildet die KARSTADT QUELLE Financial Services GmbH (KQFS), ein 50:50-Joint Venture der KARSTADT QUELLE AG mit der ERGO Versicherungsgruppe AG. Die Gesellschaft nahm im Mai 2002 den Betrieb auf und bündelt die Stärken beider Partner.

Als Anbieter von Finanzdienstleistungen nutzt KQFS die Kundenkontakte von KarstadtQuelle im Stationären Einzelhandel und im Versand. Der Vertrieb der Finanzprodukte, wie beispielsweise Versicherungen, erfolgt unter anderem über Finanz-Service-Center in Karstadt-Warenhäusern und im

Direktvertrieb über zielgruppenspezifische Mailingaktionen. Über die verschiedenen Vertriebswege gewannen wir im Geschäftsjahr 2002 annähernd 700.000 Neukunden für das Finanzdienstleistungsgeschäft.

KARSTADT QUELLE Bank ist größter

MasterCard-Anbieter

Zur Abrundung unseres Finanzdienstleistungsspektrums bietet die KARSTADT QUELLE Bank GmbH, eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der KQFS, klassische Bankprodukte und Dienstleistungen im Kundenkartenmanagement an. Darüber hinaus gibt sie seit Sommer 2002 eine Kreditkarte ohne Grundgebühr aus. So avancierte die KARSTADT QUELLE Bank mit rund 800.000 Kreditkarten in kürzester Zeit zum größten MasterCard-Herausgeber Deutschlands.

Kundenbonusprogramm „HappyDigits“:

Von der Firmenkarte zur Community-Karte

Im Zuge der im Januar 2002 geschlossenen strategischen Partnerschaft mit der Deutsche Telekom AG brachten wir unsere jeweiligen Kundenkarten-Bonusysteme in das gemeinsame Kartenprogramm „HappyDigits“ ein.

Zum Jahresende 2002 nahmen bereits rund neun Millionen Kunden am „HappyDigits“-Programm aktiv teil. Das große Kundeninteresse zeigt die gute Positionierung der Kooperationspartner

im Wettbewerb um den begehrten Kartenplatz im Portemonnaie. Mit dem Leitgedanken „von der Firmenkarte zur Community-Karte“ stellten wir frühzeitig die Weichen für weiteres Wachstum. Wichtige Elemente des Programms sind die von der KARSTADT QUELLE Bank herausgegebene MasterCard und das umfassende Prämienangebot.

Wir rechnen bei „HappyDigits“ bis Mitte des Jahres 2003 mit einem Anstieg auf 13 Millionen Nutzer. Auf Basis dieses starken Zuwachses sehen wir beste Chancen, „HappyDigits“ mittelfristig als marktführendes Kundenbonussystem in Deutschland zu positionieren.

Wertorientiertes

Immobilienmanagement forciert

Langfristiges Wertsteigerungspotenzial sehen wir in der Entwicklung der attraktiven Immobilienstandorte des Konzerns durch Nutzungsänderung und -erweiterung auf Basis der erheblichen Baurechtspotenziale.

Aus Warenhäusern werden Shopping-Center

Ende des Jahres 2002 wurde ein Gesamtprogramm zur Entwicklung von zunächst 20 Standorten beschlossen. Im Berichtsjahr wurden zwei weitere Shopping-Center eröffnet.

In Kassel wurde das innerstädtische Shopping-Center „City Point“ eröffnet, das die KARSTADT Immobilien AG & Co. KG gemeinsam mit einem Partner auf dem Grundstück eines ehemaligen Hertie-Warenhauses realisiert hat. Im Eigentum des Konzerns befinden sich 50% dieses modernen Einkaufszentrums. Die Gesamtmietfläche von 29.500 qm ist zu 70% langfristig an Dritte vermietet.

Im Rhein-Ruhr-Zentrum in Mülheim präsentierte die Karstadt Warenhaus AG mit den „Karstadt Arkaden“ ein neues Konzept, das die Stärken verschiedener Einzelhandelsformate attraktiv verknüpft. Die bisherigen Möbelflächen wurden aufgegeben und an 18 renommierte Partner aus der Mode- und Dienstleistungsbranche vermietet. Gleichzeitig wurde der gesamte Warenhausbereich in ein Mall-Konzept umgestaltet.

Immobilienleistungen als Wachstumsfeld

Weiteres langfristiges Wachstumspotenzial sehen wir im Segment der Immobilienleistungen. Nach der Integration aller internen Immobilienleistungen zu Beginn des Jahres 2003 strebt die im Jahr 2002 gegründete ECM EuroCenter Management GmbH eine führende Rolle im gesamten Wertschöpfungsprozess bei Handelsimmobilien von der Entwicklung über das Center-Management bis zum Facility-Management an. Mit einer Gesamtfläche von fast 3 Mio. qm verfügt der Konzern über eine gute Ausgangsbasis im innerstädtischen Einzelhandel.

KARSTADT Hypothekenbank startet Pfandbriefprogramm

Die Ende 2001 gegründete KARSTADT Hypothekenbank AG nahm im Juli 2002 die aktive Platzierung von Pfandbriefen auf. Mit diesem Pfandbriefprogramm verfügt der Konzern über einen direkten Zugang zum Kapitalmarkt. Mit den vorteilhaften Pfandbriefkonditionen können sowohl der Immobilienbestand als auch die zukünftigen Immobilieninvestitionen des Konzerns kostengünstig finanziert werden.

Im Jahr 2002 platzierte die KARSTADT Hypothekenbank Pfandbriefe im Wert von 546 Mio. € und akquirierte Bankengelder in Höhe von 250 Mio. €.

Weitere wertsteigernde Maßnahmen

Strategie 2003+ vorgestellt

Im November 2002 stellten wir unsere Zukunftsstrategie „2003+“ vor, die an das 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm anschließt und es konsequent fortführt. Im Mittelpunkt steht die Umgestaltung von KarstadtQuelle zum Handels- und Dienstleistungskonzern. KarstadtQuelle strebt Umsatz- und Ergebniswachstum im Warenhaus durch den Wandel vom Generalisten zu integrierten Spezialisten an. Dabei konzentrieren wir uns auf die Weiterentwicklung der gut 100 großen Warenhäuser mit mehr als 8.000 qm Fläche zu Erlebniswelten. Die rund 80 kleineren Warenhäuser entwickeln wir im Rahmen eines optimierten Geschäftsmodells weiter.

Im Versand basiert unsere Strategie auf vier Kernelementen. Wir werden den Universalversand weiterentwickeln, den Spezialversand ausbauen, das Auslandswachstum forcieren und im E-/TV-Commerce weiter expandieren. Im Dienstleistungs- und Immobilienbereich werden wir die im Berichtsjahr gestarteten neuen Wachstumsaktivitäten konsequent umsetzen und ausbauen.

Wesentliches Ziel von „2003+“ ist es, die Abhängigkeit des KarstadtQuelle-Konzerns vom in-

ländischen Konsumklima zu vermindern. Zugleich wollen wir mittel- bis langfristig den Ergebnisanteil unseres Dienstleistungsgeschäftes, inklusive der Touristik, auf ca. 35% erhöhen. Der Beitrag der Spezialformate im Versandhandel und im Stationären Einzelhandel soll auf rund ein Viertel des Konzernergebnisses wachsen.

Integriertes Gesamtkonzept Altersversorgung

Im Dezember 2002 einigten sich Unternehmensleitung und Gesamtbetriebsräte der Karstadt Warenhaus AG, der Neckermann Versand AG und der Quelle AG auf eine Neuordnung der betrieblichen Altersversorgung. Ziel ist eine zukunftsorientierte und sichere Versorgung vor dem Hintergrund schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen.

Die beiden wesentlichen Aspekte des neuen Konzepts sind die Modifizierung der Versorgungszusagen und die Ausgliederung der Pensionsverpflichtungen und des zugehörigen Deckungsvermögens.

Bei der Neugestaltung der Rentenanwartschaften wurde die Umwandlung von erdienten Rentenanprüchen in Kapital bei einem Alter von 65 Jahren sowie die Kopplung der zukünftigen Versorgungsbeiträge an die wirtschaftliche Entwicklung des Konzerns vereinbart. Außerdem unterbreiteten wir zur Verminderung des Verwaltungsaufwandes für Kleinstrenten den Anspruchsinhabern ein Abfindungsangebot. Dies nahmen rund 60% dieser

Gruppe an. Entsprechend wurden Abfindungen in Höhe von rund 60 Mio. € gezahlt.

Außerdem gestalteten wir nach dem Konzept des Contractual Trust Arrangement (CTA) einen betriebsinternen Pensionsfonds. Zur Deckung von Pensionsverpflichtungen wurde ein Vermögen in Höhe von 0,3 Mrd. € übertragen. Dabei wurden jeweils 94% der Gesellschaftsanteile an zwei Immobiliengesellschaften an die KARSTADT QUELLE Vermögensverwaltung GmbH veräußert. Anschließend sind diese zusammen mit einer Beteiligung von 25% an dem Medienverbund maul + co - Chr. Belser GmbH zu Marktwerten in den Karstadt-Quelle Pension Trust e.V. eingebracht worden. Infolge der Übertragungen und der Endkonsolidierung entstand durch die Aufdeckung stiller Reserven ein steuerfreier Ertrag in Höhe von 170 Mio. €.

Auf Grund dieser Maßnahmen konnten die in Form von Pensionsrückstellungen bilanzierten Verpflichtungen von 2,6 auf 2,1 Mrd. € reduziert werden. Ein weiterer Abbau der bilanzierten Pensionsrückstellungen im Rahmen dieses Konzepts ist für das laufende Geschäftsjahr in Vorbereitung.

Beschaffung und Vertrieb

Strategischer Einkauf senkt Einkaufspreise

Die Nutzung von Synergien aller Konzerngesellschaften ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor des KarstadtQuelle-Konzerns. Seit Mai 2002 profitieren wir davon auch im Einkauf. Die KARSTADT QUELLE Konzern-Einkauf GmbH (KQKE) bündelt und optimiert das Beschaffungsmanagement des KarstadtQuelle-Konzerns und der operativen Konzerngesellschaften. Wichtigster Vorteil dieser

Einkaufsoptimierung ist eine nachhaltige Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit des Konzerns.

So bewerteten wir unsere Lieferanten nach einheitlichen Kriterien, entwickelten konzernweit ein optimales Lieferantenportfolio und steigerten die Qualität der Lieferantenbeziehungen. Die Verhandlungen über die konzernweit gültigen Rahmenbedingungen werden von der KQKE zentral geführt. Sie erreichte – unter anderem auf Grund der Volumenbündelung – eine deutliche Verbesserung der Einkaufspreise und Konditionen. Zu ihren weiteren Aufgaben gehören die übergreifende Stammdaten-Verwaltung und das Controlling. Darüber hinaus trug die Warenbeschaffung über Online-Auktionen zur Verbesserung der Einkaufspreise bei.

86% der geplanten Synergien aus der Fusion von Karstadt und Quelle gehoben

Im Berichtsjahr profitierte unser Konzernergebnis von Synergieeffekten in Höhe von 131 Mio. € (127 Mio. € im Vorjahr). Dies entspricht rund 86% des ursprünglich geplanten Synergievolumens, das 1999 im Rahmen der Fusion von Karstadt und Quelle zur KARSTADT QUELLE AG definiert wurde. Von den erreichten Synergieeffekten entfallen 36% auf den Stationären Einzelhandel und 64% auf den Versand. Damit ist das Fusionsprogramm des KarstadtQuelle-Konzerns bezüglich der Realisierung von Synergiepotenzialen im Wesentlichen erfolgreich abgeschlossen.

Hohe Sozialstandards

Für unsere vielen tausend Mitarbeiter sowie für Lieferanten und alle übrigen mit dem Unternehmen in Verbindung stehenden Personen sehen wir uns in

einer sozialen Verantwortung. Daher stellen wir hohe Sozial- und Umweltstandards sicher. Beispielhaft ist der schon 1999 eingeführte verbindliche Kodex zum Beschaffungsverhalten für alle Konzernunternehmen und Lieferanten. Er orientiert sich an den Normen der „Internationalen Arbeitsorganisation“ (ILO) sowie an einschlägigen Umweltstandards.

Zur effizienten Umsetzung unserer Ziele und zur Erhöhung der Transparenz vereinbarten wir unter dem Dach der Außenhandelsvereinigung des deutschen Einzelhandels (AVE) eine einheitliche Auditierung unserer Lieferanten. Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung unterstützt dieses Engagement.

Insbesondere in den Produktionsstätten unserer Lieferanten in der Dritten Welt setzen wir uns für sozial- und umweltgerechte Arbeitsbedingungen ein. So kontrollieren wir kontinuierlich die Einhaltung der Verhaltensregeln für die Beschaffung.

Für das Geschäftsjahr 2003 werden wir unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht (Umwelt- und Sozialreport) auf Konzernebene herausgeben.

KarstadtQuelle ist Mitglied in den FSTE4Good- und Dow Jones Sustainability-Indizes. Dies sind die maßgeblichen Aktienindizes für ethische Investments.

Mitarbeiter nach Segmenten (Jahresdurchschnitt/Vollbeschäftigte)

	Gesamt 2002	davon im Inland	davon im Ausland	2001
Warenhäuser	42.972	42.972	0	48.039
Fachgeschäfte	6.750	6.745	5	7.424
Stationärer Einzelhandel	49.722	49.717	5	55.463
Universalversand	22.989	17.636	5.353	24.951
Spezialversand	5.568	3.853	1.715	5.056
Versandhandel	28.557	21.489	7.068	30.007
Dienstleistungen	5.436	5.324	112	3.748
Immobilien	67	67	0	26
Holding	144	144	0	135
	83.926	76.741	7.185	89.379

Mitarbeiter

Zum 31. Dezember 2002 beschäftigte der Karstadt-Quelle-Konzern 104.536 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, 6,8% weniger als zum Vorjahresstichtag. Im Ausland stieg die Zahl der Beschäftigten um 394 auf 8.444 Mitarbeiter.

Im Jahresdurchschnitt und auf die volle Arbeitszeit umgerechnet lag die Mitarbeiteranzahl bei 83.926. Sie verminderte sich damit um 6,1%.

Ausschlaggebend für diese Entwicklung sind die konsequente Restrukturierung und das der Umsatzentwicklung angepasste Kostenmanagement in den Bereichen Stationärer Einzelhandel und Versandhandel.

Der Anteil der weiblichen Beschäftigten lag im Jahresdurchschnitt bei rund 70%.

Stationärer Einzelhandel:**10,6% der Stellen abgebaut**

Zum Bilanzstichtag waren im Geschäftsfeld Stationärer Einzelhandel 63.214 Mitarbeiter beschäftigt. Dies sind 7.502 bzw. 10,6% weniger als im Vorjahr. Ausschlaggebend für den Rückgang waren der Personalabbau der Karstadt-Warenhäuser sowie eine Strukturveränderung in den Modehäusern der Sinn Leffers AG. Neben einer Straffung der Führungsebene lösten wir die Hierarchiestufe der Verkaufsassistenten komplett auf. Insgesamt umfasste der Abbau 5.741 Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt. Dies entspricht einem Rückgang von 10,4%.

Die Sozialverträglichkeit des Stellenabbaus stellten wir auch im Jahr 2002 durch die enge Kooperation mit einer bundesweiten Transfergesellschaft sowie mit Beschäftigungs- und Qualifizierungsgesellschaften sicher.

Warenhausproduktivität steigt um 1,9%

Jeder vollbeschäftigte Mitarbeiter (ohne Auszubildende) setzte im Jahr 2002 in den Warenhäusern 149.197 € (ohne MwSt.) um. Dies entspricht einer Steigerung um 1,9% gegenüber dem Vorjahr.

Versandhandel:

Mitarbeiterzahl sinkt um 4,8%

Zum Jahresende 2002 betrug die Anzahl der Mitarbeiter im Versandhandel 35.157. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einer Verminderung des Personalbestandes um 1.765 Personen. Gleichzeitig dazu stellten wir auf Grund der gestiegenen Nachfrage Personal in der Logistik ein. Der Anteil der geringfügig Beschäftigten verminderte sich bei gleichzeitiger Steigerung der Teilzeitquote erneut.

Im Rahmen der Zusammenarbeit von Quelle und Neckermann implementierten wir die gemeinsame IT-Plattform SAP HR und optimierten damit die Personalarbeit erheblich. Seit Dezember 2002 wickeln wir die Personalverwaltungsprozesse – wie zum Beispiel die Personalabrechnung – zentral ab.

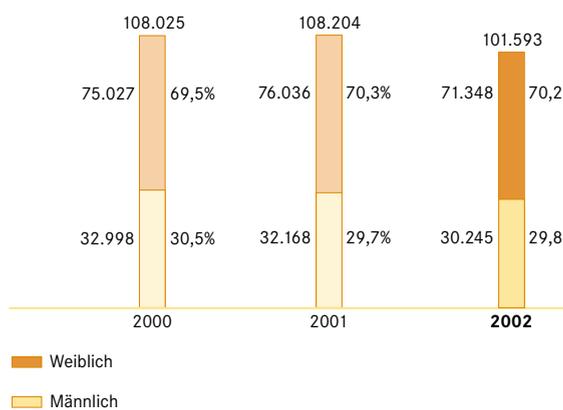
Dienstleistungen/Immobilien:

Expansion schafft Arbeitsplätze

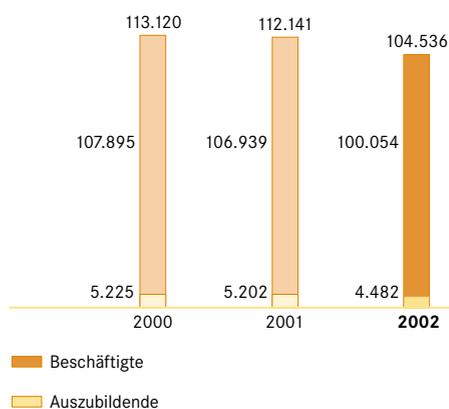
Im Geschäftsfeld Dienstleistungen waren zum Bilanzstichtag 5.927 Mitarbeiter beschäftigt. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Anstieg um 37,7% oder 1.624 Beschäftigte. Ursächlich hierfür ist die kontinuierliche Ausweitung unserer Dienstleistungsangebote sowie die starke Expansion des Segmentes. Die Zahl der Vollbeschäftigten lag im Jahresdurchschnitt bei 5.436 Mitarbeitern.

Für das Geschäftsfeld Immobilien waren zum Bilanzstichtag 71 Mitarbeiter tätig. Damit ist die Anzahl der Beschäftigten gegenüber dem Vorjahr um 23 Mitarbeiter angestiegen.

Mitarbeiter Anzahl im Jahresdurchschnitt



Mitarbeiter Anzahl am 31.12.



Zweite Tranche bei Stock-Options platziert

Im Berichtsjahr gaben wir die zweite Tranche des Incentive-Stock-Options-Plan (ISOP) an ausgewählte Führungskräfte des KarstadtQuelle-Konzerns aus. Neben der Beteiligung am Unternehmenserfolg erreichen wir eine stärkere Sensibilisierung für die Erfordernisse der Finanzmärkte. Die Koppelung

der leistungsbezogenen Vergütung an den Wert und die Ertragskraft von KarstadtQuelle wird auch künftig wichtiger Bestandteil einer innovativen Vergütungspolitik sein.

Altersteilzeit stark gefragt

Die Zahl der Mitarbeiter, die sich für Altersteilzeit entschieden haben, bewegt sich auf konstant hohem Niveau. Zum Ende des Berichtsjahres nahmen konzernweit rund 2.100 Mitarbeiter die Gelegenheit zum gleitenden Übergang in den Ruhestand wahr.

Die durchschnittliche Vertragsdauer beträgt drei Jahre. Damit stellen wir die Übertragung des Know-hows an jüngere Mitarbeiter sicher. Zugleich bieten wir insbesondere dieser Altersgruppe neue Beschäftigungs- und Karrierechancen.

Hohe Investitionen in Aus- und Weiterbildung

Investitionen in die Förderung und Qualifizierung junger und engagierter Mitarbeiter sind die Basis für Erfolg in einem hoch kompetitiven Markt.

Im Stationären Einzelhandel qualifizierten wir ausgewählte Mitarbeiter in einem dualen Ausbildungsgang in Zusammenarbeit mit Berufsakademien und Fachhochschulen für spätere Führungsaufgaben.

Im Versandhandel setzten wir unser Ziel um, systematisch neue Führungskräfte zu fördern und vakante Positionen mit eigenen Kandidaten zu besetzen.

Konzernweit summierten sich die Ausgaben für Aus- und Weiterbildung auf 73,9 Mio. €. Davon entfiel mit rund 56% der größte Teil auf Ausbildungsvergütungen. Zum Jahresende beschäftigten wir 4.482 Auszubildende.

Dank an alle Mitarbeiter

Der Vorstand dankt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im In- und Ausland für ihr hohes Engagement und die im Jahr 2002 geleistete Arbeit.

Der Dank gilt auch allen Betriebsräten, den Mitgliedern der Gesamtbetriebsräte und der Sprecherausschüsse sowie den Jugend- und Auszubildendenvertretungen für die vertrauensvolle und konstruktive Zusammenarbeit. Die Neuausrichtung des Konzerns und insbesondere die zum Jahresende getroffenen Vereinbarungen zur umfassenden Neuordnung der Altersversorgungssysteme erfordern auch weiterhin die aktive Mitarbeit dieser Gremien. So wird die erfolgreiche Umsetzung aller Ziele im Sinne des Konzerns und der Mitarbeiter gewährleistet.

Umweltschutz

Verantwortung für die Umwelt

Der KarstadtQuelle-Konzern setzt sich seit vielen Jahren aktiv und erfolgreich für den Umweltschutz ein. Durch ein diesem Anspruch gerecht werdendes Angebot tragen hierzu alle Konzernbereiche bei. Partnerschaften mit renommierten Umweltschutzorganisationen sowie zahlreiche Umweltpreise unterstreichen unsere wichtige Funktion in diesem Bereich.

Im Konzernverbund nutzen wir auch bei unseren Umweltaktivitäten Synergien. Die Konzentration von Pionierunternehmen im Umweltschutz unter dem Dach des KarstadtQuelle-Konzerns bietet dafür ein großes Potenzial. Herausragende Beispiele sind die hohe Kompetenz von Hess Natur bei Öko-Textilien, die effiziente Umweltorganisation der Neckermann Versand AG, das starke Potenzial der Karstadt Warenhaus AG bei der Einbeziehung der Öffentlichkeit in Umweltschutzaktionen sowie die breite Angebotspalette der Quelle AG an ökologischen Produkten.

Karstadt weitet Sortiment mit umweltfreundlichen Produkten weiter aus

Im Jahr 2002 bauten unsere Warenhäuser das Sortiment umweltfreundlicher Produkte weiter aus. So ergänzten wir die Programme „BIOlogisch“ zur Förderung von Bio-Lebensmitteln sowie „Transfair“ für fair-gehandelte Produkte. Sie umfassen inzwischen mehr als 500 Erzeugnisse. Das Bekleidungs-sortiment nach dem „Öko Tex Standard 100“ wurde ebenfalls erweitert.

Zudem förderten wir mit der Aktion „Clemens Clever“ – in Zusammenarbeit mit dem Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e. V. (BUND) und dem Umweltbundesamt – das Umweltbewusstsein insbesondere bei jungen Kunden.

Um das umfangreiche Engagement der Karstadt Warenhaus AG im Jahr 2002 zu dokumentieren, veröffentlichten wir einen Umweltbericht. Der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) zeichnete uns für unsere umweltorientierte Unternehmensführung mit dem Umweltschutzpreis der Industrie 2001/2002 aus.

Versender setzen erneut Zeichen im Umweltschutz

Basis für erfolgreiches Umweltmanagement bei Quelle und Neckermann ist die Validierung nach der „Öko-Audit-Verordnung“ der Europäischen Union (EMAS). Sie prüft alle Geschäftsprozesse auf ihre Umweltverträglichkeit. Beide Versandunternehmen stellten ihre Umweltschutzinitiativen in der Umwelterklärung 2002 dar.

Zum 75-jährigen Jubiläum von Quelle bildeten zahlreiche Umweltaktivitäten einen elementaren Bestandteil der Arbeit. In den Hauptkatalogen bieten wir auf rund 300 Seiten ökologische Produkte an. Ein Umsatz von mehr als 500 Mio. € in diesem Bereich verdeutlicht die starke Nachfrage nach unseren ökologischen Sortimenten.

Nicht nur beim Angebot, sondern auch bei der Rücknahme und ordnungsgemäßen Entsorgung von ausgedienten Produkten setzten wir uns für den Schutz der Umwelt ein. So erfüllten wir mit der Entsorgung von mehr als 200.000 Elektroaltgeräten schon im Jahr 2002 die ab 2003 geltende EU-Gesetzgebung.

Neckermann führte im Sortimentsbereich schon vor einigen Jahren den Ökopass ein. Er verdeutlicht die Umweltverträglichkeit der Produkte und informiert unter anderem über Inhaltsstoffe, Herstellungsverfahren und Wiederverwertbarkeit. Ein besonders stark nachgefragtes Öko-Angebot sind unsere Möbel mit dem Siegel des „Forest Stewardship-Council“ (FSC) für Holz aus nachhaltiger Waldbewirtschaftung. Mit über 100 FSC-Produkten festigte Neckermann seine Vorreiterrolle in diesem Segment.

Öffentlichkeitsarbeit

Medienecho verstärkt

Das Interesse der Medien an KarstadtQuelle ist im Berichtsjahr weiter gestiegen. Ausschlaggebend waren insbesondere viele Projekte der Neuausrichtung von KarstadtQuelle zum Handels- und Dienstleistungskonzern. Diese Strategie kommunizierten wir insbesondere auf Pressekonferenzen und mit begleitenden Public Relations-Maßnahmen.

Ein Schwerpunkt lag in der Präsentation der Joint Ventures etwa mit der ERGO Versicherungsgruppe AG oder der Deutsche Telekom AG. Eine große öffentliche Resonanz erzielte auch die Vorstellung der strategischen Ausrichtung 2003+ am 18. November 2002.

Konzernimage gestärkt

Unsere offensive und aktuelle Kommunikation fördert das positive Image von KarstadtQuelle in der Öffentlichkeit. Dazu tragen neben dem Corporate Design und der Corporate Identity auch das starke Branding der Tochtergesellschaften bei. Hierbei überzeugte neben vielen anderen Initiativen insbesondere die Jubiläumsaktion „75 Jahre Quelle“. Darüber hinaus dokumentiert die neue konzernweite Mitarbeiterzeitung „ma:z“ die strategische Neuausrichtung des Konzerns verstärkt nach innen.

Zielgruppenkommunikation intensiviert

Neben der Kundenorientierung haben wir auch die Kommunikation mit ausgewählten Zielgruppen intensiviert. Das gilt insbesondere für politische Entscheidungsträger. Wir starteten Initiativen für mehr kundenorientierte Flexibilität. So engagierten wir uns beispielsweise für die Abschaffung der Regelungen für Sonderverkäufe und für die Flexibilisierung der Öffnungszeiten.

Internetauftritt erweitert

Der wachsenden Bedeutung der Online-Medien entsprachen wir durch einen qualitativen und quantitativen Ausbau des Internetauftritts www.karstadtquelle.com. Er zeichnet sich insbesondere durch klar strukturiertes Design sowie informative und aktuelle Beiträge aus.

NACHTRAGSBERICHT**Ausbau des betriebsinternen Pensionsfonds**

Die KARSTADT QUELLE AG hat im Geschäftsjahr 2002 begonnen, die Finanzierung der Pensionen neu auszurichten. Dazu wurde unter anderem ein betriebsinterner Pensionsfonds geschaffen. Im Ge-

schäftsjahr 2003 wird die Neuausrichtung konsequent fortgesetzt. Es ist geplant, die Finanzierung sämtlicher Pensionsverpflichtungen der KARSTADT QUELLE AG über den Pensionsfonds abzudecken. Die Maßnahme wird voraussichtlich im zweiten Quartal 2003 abgeschlossen.

Aktienrückkauf-Programm fortgeführt

Die KARSTADT QUELLE AG hat nach dem Bilanzstichtag die Umsetzung des Aktienrückkauf-Programmes weiter fortgeführt. Inzwischen wurden weitere 1.232.894 Stückaktien (Stand: 21. März 2003) zurückgekauft, sodass KarstadtQuelle über 8,9% bzw. 10.453.534 eigene Aktien verfügt. Der Durchschnittspreis lag bei 13,76 € je Aktie.

Rückzug aus Multimedia-Fachgeschäften

Der im Geschäftsjahr 2002 zur Portfolio-Optimierung beschlossene schrittweise Rückzug aus der Fachgeschäftskette Schaulandt wurde zu Jahresbeginn 2003 konsequent umgesetzt. Nach Schließung von vier Filialen des Multimedia-Spezialisten veräußerten wir weitere acht Standorte vornehmlich aus dem Hamburger Raum an die Verbundgruppe Electronic Partner.

Starbucks setzt Expansion im Jahr 2003 fort

Die Karstadt Coffee GmbH setzt die Expansion der Starbucks Coffee Houses fort. Das Frühjahr 2003 steht im Zeichen des Ausbaus der Kaffeehauskette in der Rhein-Ruhr-Region: Im März und April eröffnen Starbucks Coffee Houses in Essen, Düsseldorf, Köln und Aachen – alle in den Stadtzentren an stark frequentierten Standorten.

Bedeutung der Quelle-Shops gestärkt

Zum Jahresbeginn 2003 stellte die Quelle AG ihre 5.000 Quelle-Shops in Deutschland und den Vertriebsweg „Technik-Center“ unter eine einheitliche

Leitung. Mit diesem Schritt hat Quelle die Bedeutung seines eng geknüpften Vertriebsnetzes im stationären Handel weiter erhöht.

Das starke Potenzial dieses Vertriebsweges verdeutlicht der Erfolg der Quelle-Shops, die im Jubiläumsjahr 2002 einen zweistelligen Umsatzzuwachs erzielten. Gemeinsam mit den Technik-Centern bilden sie für unsere Kunden eine Brücke vom Stationären Geschäft zum Versandhandel. Die Quelle-Kunden können ausgesuchte Produkte vor Ort ansehen, anfassen, ausprobieren und Dienstleistungen – wie beispielsweise die Abwicklung von Retouren – schnell und einfach nutzen.

Quelle-Shops bieten auch Postdienste

Um sich im stationären Bereich neu zu positionieren, hat Quelle die erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Deutsche Post AG ausgebaut. In einem flächendeckenden Pilotversuch bieten ab Frühjahr 2003 rund 1.000 Quelle-Shops ein postalisches Basissortiment an.

Neckermann expandiert in die Schweiz

Zum Jahresbeginn 2003 startete die Neckermann Versand AG ihre Geschäftstätigkeit in der Schweiz und verschickte die ersten 200.000 Kataloge an Schweizer Haushalte.

Die Schweiz ist einer der wichtigsten Märkte im europäischen Versandhandel. Mit einem Pro-Kopf-Versandhandelsumsatz von jährlich 255 CHF nimmt sie in Europa die vierte Position ein. Neckermann plant, dort in kurzer Zeit ein volumenstarkes und profitables Versandgeschäft aufzubauen.

Den Marktauftritt über den Hauptkatalog verstärken wir künftig durch Spezialkataloge mit speziell für die Schweiz ausgewählten Sortimenten. Alle in den Katalogen angebotenen Produkte bieten wir auch über das Internet an. Dort haben die Kunden nicht nur Zugriff auf unser Sortiment, sondern

über unsere Online-Urlaubswelt auch auf das weit gefächerte Neckermann-Reiseangebot.

Quelle und Neckermann setzen ihre Internationalisierungsstrategie weiter konsequent um. Hierbei profitieren sie gemeinsam von bereits vorhandenen Infrastrukturen in den europäischen Märkten. Durch Nutzung der Schweizer Quelle-Kapazitäten startete Neckermann – im Vergleich zu den sonst üblichen Vorlaufzeiten im internationalen Versandgeschäft – in der Schweiz nahezu aus dem Stand. Das Versandunternehmen konzentrierte sich auf Marketing und begann sein Geschäft auf Basis minimaler Anlaufinvestitionen.

Neckermann startet Marketingoffensive 2003

Die Neckermann Versand AG startete zum Jahresbeginn 2003 eine bundesweite Marketingoffensive mit der Werbebotschaft „Neckermann lässt Deutschland träumen“. Im Mittelpunkt standen der an rund sieben Millionen Haushalte verschickte aktuelle Hauptkatalog Frühjahr/Sommer 2003 sowie das „TraumPaket“, das unter dem zeitlosen Werbeslogan „Neckermann macht's möglich“ steht. Das „TraumPaket“ ist ein konzentriertes Angebot preiswerter Waren, angereichert durch kostenlose oder besonders attraktive Zusatzleistungen. Dazu gehören Angebote für Reisen und Events sowie vielfältige Wellness-Attraktionen. So positioniert sich Neckermann nicht nur als reiner Versender, sondern auch als kreativer Spezialist für das Zusammenstellen außergewöhnlicher „TraumPakete“.

Thomas Cook startet neues Ergebnis-Sicherungsprogramm „Triple C“

Ende Februar 2003 startete die Thomas Cook AG ihr neues Ergebnis-Sicherungsprogramm „Triple C – Cash, Costs, Commitments“. Damit sichert der

Touristik-Konzern seine wirtschaftlichen Ziele in einem schwierigen Umfeld flexibler ab. „Triple C“ gilt konzernweit für alle Märkte. Im Mittelpunkt stehen die Sicherstellung ausreichender Liquidität (Cash), die Reduzierung der Kosten für das laufende Geschäftsjahr um rund 250 Mio. € (Costs) sowie die konsequente Ausschöpfung aller Chancen zur kurzfristigen Ergebnissteigerung (Commitments). Ziel des Programmes ist es, das laufende Geschäftsjahr wie geplant mit einem deutlich positiven operativen Ergebnis abzuschließen.

RISIKOMANAGEMENT

Gesamtrisiko

In seinen Kerngeschäftsfeldern ist der KarstadtQuelle-Konzern den verschiedensten Risiken ausgesetzt. Aufgabe unseres konzernweiten Risikomanagementsystems ist es, diese frühzeitig zu erkennen, systematisch zu bewerten und im Management zu kommunizieren, um Entscheidungen für deren Abwendung bzw. Minimierung zu treffen. Hierbei gewährleisten konzernübergreifend abgestimmte Planungs-, Reporting-, Controlling- und Frühwarnsysteme eine ganzheitliche Risikoanalyse und -steuerung.

Das Risikomanagementsystem ist ein grundlegender Bestandteil des auf nachhaltige Wertsteigerung ausgerichteten Steuerungssystems des Konzerns. Die operativen Geschäftsfelder steuern die ihnen zuzuordnenden Geschäftsrisiken eigenständig. Risiken der Geschäftsfelder, die sich im Konzernverbund möglicherweise kumulieren, erfassen und steuern wir zeitnah und zentral. Soweit möglich und wirtschaftlich sinnvoll, übertragen wir Risiken auf Dritte.

Politische Risiken

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Spannungen im Nahen Osten und der damit verbundenen Destabilisierung der in- und ausländischen Wirtschaftslage gewinnen die sensible Verfolgung aller Konsumindikatoren und die flexible Reaktion auf deren Veränderung eine noch gewichtigere Bedeutung in unseren Steuerungssystemen. In besonders exponierter Weise ist hiervon unser Touristiksegment betroffen. Dort wurden bereits in direkter Reaktion auf die Anschläge vom 11. September 2001 wirksame Mechanismen zur flexiblen Zielgebietssteuerung sowie Ergebnissicherung installiert, um negative wirtschaftliche Folgen zu begrenzen.

Geschäftsrisiken

Auch im abgelaufenen Jahr konzentrierte sich ein bedeutender Anteil der Geschäftstätigkeit des KarstadtQuelle-Konzerns auf den deutschen Einzelhandel. Unser Geschäftsrisiko ist somit maßgeblich durch die Nachfrage im Inland beeinflusst.

Die im 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm formulierten Strategien zur Weiterentwicklung und Multiplikation moderner Vertriebsformate, zur Restrukturierung der aktuell tragenden Geschäftsfelder und zum konsequenten Ausbau neuer, zukunftssträchtiger Geschäftsbereiche führten wir im Berichtsjahr konsequent fort. Damit vermindern wir tendenziell die Sensibilität des Ergebnispotenzials des KarstadtQuelle-Konzerns in Abhängigkeit von der deutschen Einzelhandelskonjunktur. Die wachsende Unsicherheit der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung wirkt diesem Trend allerdings signifikant entgegen. Aus diesem Grund gewinnt die kontinuierliche Analyse und Steuerung des Konzernportfolios einen noch höheren Stellenwert für unser Risikomanagement.

Operative Risiken

Die Geschäftsfelder des Konzerns sind von unterschiedlicher Komplexität der innerbetrieblichen Prozesse geprägt. Um den Risiken entlang der Wertschöpfungskette entgegenzuwirken, gelten in den einzelnen operativen Teilbereichen entsprechende Verfahrens- und Arbeitsregeln. Unvermeidliche Risiken von größerer Bedeutung sind grundsätzlich über Dritte abgesichert.

Lieferantenrisiken

Kennzeichen unseres breit gefächerten Angebotspektrums sind eine große Anzahl von Lieferanten aus unterschiedlichen Branchen und Lieferländern. Sie gewährleisten eine breite Risikostreuung und eine Aufspaltung in Einzelrisiken mit jeweils vergleichsweise geringem Schadenspotenzial.

Verbleibende Restrisiken – wie beispielsweise Gewährleistungsansprüche bei Produktmängeln oder Forderungen aus dem Produkthaftungsgesetz – sichern wir vertraglich durch Risikoverlagerung auf unsere Lieferanten ab. Abweichungen von vereinbarten Lieferterminen oder -mengen werden in der Regel zum Schadensausgleich mit Vertragsstrafen belegt.

Finanzrisiken

Die Finanzrisiken steuert die KARSTADT QUELLE AG für den gesamten Konzern mit einem systematischen Prozess, der in den entsprechenden Richtlinien zur Risikopolitik definiert ist. Darin sind Liquiditäts-, Zins-, Währungs- und Bonitätsrisiken nach Risikoarten festgelegt und die entsprechenden Entscheidungsprozesse im Risikomanagement geregelt. Über die aktuellen Risikostrategien entscheiden wir mindestens einmal monatlich auf Basis detaillierter Berichte und unter Berücksichtigung von Marktentwicklungen und Prognosen.

Unser zentrales Liquiditätsmanagement stellt sicher, dass jederzeit ausreichend Liquidität für das operative Geschäft und für Investitionen zur Verfügung steht. Ein Commercial-Paper-Programm, ein Asset-Backed-Securities-Programm und ein neues Pfandbriefprogramm stellen ausreichend Liquidität unmittelbar über die internationalen Geld- und Kapitalmärkte bereit. Zudem verfügt der Konzern über Back-Up-Facilities zu den Programmen und bestätigte Kreditlinien erstklassiger Banken.

Das Management der Zins- und Währungsrisiken erfolgt im Rahmen von Treasury-Richtlinien. Sie schreiben generell den Grundsatz der Begrenzung von Risiken fest und beschränken die Schwankungsbreite von Zins- und Währungsrisiken auf einen angemessenen Rahmen. Zur Absicherung von Risiken setzen wir auch derivative Finanzinstrumente ein. Sie umfassen insbesondere Devisentermingeschäfte sowie Zins- und Währungsswaps. Der Kreis der kontrahierenden Banken und die Höchstgrenzen für den Abschluss einzelner Geschäfte sind ebenfalls definiert. Die Durchführung, Kontrolle und Abwicklung erfolgten nach dem Prinzip der Funktionstrennung.

Im Rahmen des Bonitätsmanagements sind für alle Geschäftspartner des Konzerns Mindestanforderungen an die Bonität und individuelle Höchstgrenzen für das finanzielle Engagement festgelegt.

Personalrisiken

Insbesondere für die weitere erfolgreiche Umsetzung der strategischen Neuausrichtung des Konzerns sind die Mitarbeiter ein entscheidender Erfolgsfaktor. Hierbei spielen motivierte Fach- und Führungskräfte, die sich eng mit dem Unternehmen und seinen Zielen verbunden fühlen, die Schlüsselrolle. Um deren Identifikation mit dem Unternehmen

weiter zu steigern, verstärkten wir die betriebliche Aus- und Weiterbildung sowie die Managemententwicklung. Darüber hinaus erhöhten wir die Motivation des Managements mit dem Unternehmen durch das Stock-Options-Programm.

AUSBLICK

Rahmenbedingungen bleiben schwierig

Eine Prognose für das Geschäftsjahr 2003 ist wegen der außergewöhnlichen Rahmenbedingungen schwierig. Sollte der Ausblick der Wirtschaftsforschungsinstitute auf die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2003 zutreffen, kann der deutsche Einzelhandel nicht mit einer signifikanten Belebung der Konsumneigung rechnen. Die Konsumenten werden auf Grund der Unsicherheit über den Konjunkturverlauf und der hohen Arbeitslosigkeit vorsichtig disponieren.

Die hohe Preisorientierung der Verbraucher bei gleichzeitiger Konsumzurückhaltung wird infolge Reduzierung der verfügbaren Einkommen durch Steuer- und Abgabenerhöhungen weiter verstärkt.

Strategische Neuausrichtung zum Handels- und Dienstleistungskonzern wird konsequent fortgeführt

Wir setzen im Geschäftsjahr 2003 den Umbau des KarstadtQuelle-Konzerns zum Handels- und Dienstleistungskonzern weiter fort. Das 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm wird abgeschlossen. Viele der Ziele werden wir erreichen, die Umsatz- und Ergebnisziele relativieren sich jedoch infolge des stark eingetrübten Umfeldes.

Unsere Strategie 2003+ knüpft nahtlos an das 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm an und setzt es konsequent fort. Wir werden auch deren Umsetzung forcieren.

KarstadtQuelle gut auf das Jahr 2003 vorbereitet

Die Kunden- und Wachstumsoffensive, die im Berichtsjahr in allen Geschäftsbereichen gestartet wurde, beinhaltet vielfältige Chancen für das Geschäftsjahr 2003. Die umgesetzten Maßnahmen zur Optimierung der Systeme und Abläufe sowie das konsequente Kostenmanagement auf allen Ebenen des Konzerns wirken sich zunehmend positiv auf unsere Wettbewerbsfähigkeit aus.

Kundenorientierung und Marketing sind die zentralen Themen des Geschäftsjahres 2003. Das Marketingbudget wird deutlich ausgeweitet und fokussiert. Neben groß angelegten Aktionen und der Verstärkung des personalisierten Marketings bildet die Profilierung der Marken Karstadt, Quelle und Neckermann hier einen Schwerpunkt. Dafür haben wir bereits im Jahr 2002 wesentliche Voraussetzungen geschaffen.

Umsatz- und Ergebnisprognose

Eine zuverlässige Umsatzprognose ist auf Grund der derzeit unsicheren globalen Rahmenbedingungen nicht möglich. Wir sind deshalb auf Konzernebene für das Gesamtjahr auch auf ein rückläufiges Umsatzvolumen vorbereitet. Dementsprechend werden wir unsere Kostenstruktur an die Marktverhältnisse anpassen.

Vor dem Hintergrund der speziellen Risiken des Geschäftsjahres 2003 ist eine Ergebnisprognose nicht zu verantworten.

Bilanz der KARSTADT QUELLE AG

zum 31. Dezember 2002

AKTIVA	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Anlagevermögen		
Immaterielle Vermögensgegenstände	811	1.028
Sachanlagen	2.230	7.252
Finanzanlagen	4.886.706	3.250.674
	4.889.747	3.258.954
Umlaufvermögen		
Forderungen und Sonstige Vermögensgegenstände	3.870.047	1.750.750
Wertpapiere	152.142	4
Flüssige Mittel	42.245	4.535
	4.064.434	1.755.289
Rechnungsabgrenzungsposten	1.604	4.298
Bilanzsumme	8.955.785	5.018.541

PASSIVA	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	301.460	301.460
Kapitalrücklage	488.521	488.521
Gewinnrücklagen	2.614.059	514.669
Bilanzgewinn	2.129.699	113.916
	5.533.739	1.418.566
Sonderposten mit Rücklageanteil	6.368	30.010
Rückstellungen	990.649	1.107.112
Verbindlichkeiten	2.424.546	2.462.263
Rechnungsabgrenzungsposten	483	590
Bilanzsumme	8.955.785	5.018.541

Gewinn- und Verlustrechnung der KARSTADT QUELLE AG

für die Zeit vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2002

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Sonstige betriebliche Erträge	3.564.099	61.924
davon aus dem Verkauf von Finanzanlagen	3.499.973*	701
Personalaufwand	-75.373	-117.099
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und der Sachanlagen	-1.697	-2.028
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-84.742	-56.244
Beteiligungsergebnis	872.424	409.603
Abschreibung auf Finanzanlagen	-36.560	-16.290
Zinsergebnis	-40.110	-51.313
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	4.198.041	228.553
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	720	-653
Sonstige Steuern	20	-69
Jahresüberschuss	4.198.781	227.831
Gewinnvortrag	30.308	-
Einstellung in die Gewinnrücklagen	-2.099.390	-113.915
Bilanzgewinn	2.129.699	113.916

*) im Wesentlichen mit 3.319.041 Tsd. € aus gesellschaftsrechtlicher Neuordnung im Konzern sowie vorbereitender Transaktion zur Gründung eines betriebsinternen Pensionsfonds mit 180.370 Tsd. €.

Der Jahresabschluss der KARSTADT QUELLE AG für das Geschäftsjahr 2002 ist nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB) sowie des Aktiengesetzes (AktG) in Euro aufgestellt.

Gesellschaftsrechtliche Neuordnung vollzogen

Die KARSTADT QUELLE AG nahm im September 2002 eine umfangreiche gesellschaftsrechtliche Neuordnung vor. Kern des Konzepts ist eine Holding-Teilkonzern-Struktur. Weitere Details sind auf den Seiten 133 bis 134 dargestellt. Ein Vergleich des Jahresabschlusses der KARSTADT QUELLE AG mit dem Vorjahr ist daher nur eingeschränkt möglich.

Die Beteiligungsstruktur der KARSTADT QUELLE AG wurde durch die Neuordnung maßgeblich verändert. Die Konzernmuttergesellschaft ist nun unmittelbar an den vier Zwischenholdinggesellschaften der Teilkonzerne Stationärer Einzelhandel, Versandhandel, Dienstleistungen und Immobilien beteiligt. Im Zuge der Neuordnung wurde eine Reihe von operativen Beteiligungen, die bisher von der KARSTADT QUELLE AG unmittelbar gehalten wurden, in die Zwischenholdinggesellschaften eingebracht oder an sie veräußert. Dies erfolgte teilweise zu Buchwerten, teilweise zu Verkehrswerten. Insgesamt wurde durch die Neuordnung der Beteiligungsstruktur ein Ergebnisbeitrag in Höhe von 3,32 Mrd. € realisiert.

Ergebniseinfluss der gesellschaftsrechtlichen Neuordnung (nach Gesellschaften)

	Gewinn in Tsd. €
Karstadt Warenhaus AG	1.175.802
Thomas Cook AG	1.028.055
Neckermann Versand AG	668.985
Übrige	446.199
	3.319.041

Die KARSTADT QUELLE International Einkaufsgesellschaft mbH wurde rückwirkend zum 1. Januar 2002 auf die KARSTADT QUELLE AG verschmolzen. Aus dieser Maßnahme resultiert ein Verschmelzungsgewinn in Höhe von 1.432 Tsd. €. Der Vorgang beeinflusst die Vergleichbarkeit gegenüber dem Vorjahr nur unwesentlich.

Betriebsinterner Pensionsfonds gegründet

Im Zusammenhang mit der Gründung eines betriebsinternen Pensionsfonds wurden Gesellschaftsanteile in Höhe von jeweils 94% an der Kepa Kaufhaus Gesellschaft mit beschränkter Haftung sowie an der Warenhaus WERTHEIM GmbH an die KARSTADT QUELLE Vermögensverwaltung GmbH veräußert. Hieraus resultierte in der KARSTADT QUELLE AG ein Ergebnisbeitrag von 180,4 Mio. €.

Die KARSTADT QUELLE Vermögensverwaltung GmbH wurde zum Ende des Geschäftsjahres auf den neu gegründeten KarstadtQuelle Pension Trust e.V. treuhänderisch übertragen. Die Erträge aus dem Fondsvermögen dienen den Zahlungen der KARSTADT QUELLE AG an ihre Pensionäre.

GESCHÄFTSVERLAUF DER KARSTADT QUELLE AG

Die Sonstigen betrieblichen Erträge sind durch die Erlöse aus dem Verkauf von Finanzanlagen in Höhe von 3,5 Mrd. € geprägt.

Die Beteiligungserträge verminderten sich im Berichtsjahr um 64,3 Mio. € auf 259,5 Mio. €. Sie enthalten im Wesentlichen die Ergebnisbeiträge der Immobilien-Objektgesellschaften.

Die Erträge aus Ergebnisabführungsverträgen erhöhten sich um 554,2 Mio. € auf 645,6 Mio. €. Ausschlaggebend ist hauptsächlich die gesellschaftsrechtliche Neuausrichtung im Versandhandel. Quelle und Neckermann brachten ihre Beteiligungen an den Spezialversendern – im Wesentlichen zu Verkehrswerten – in die Versand-Zwischenholding ein. Daraus sowie aus der Übertragung von Gesellschaften in den Dienstleistungsbereich resultiert ein Gewinn von 761,3 Mio. €.

Jahresüberschuss steigt auf 4,2 Mrd. €

Der Jahresüberschuss der KARSTADT QUELLE AG stieg auf Grund der Erträge aus Beteiligungsverkäufen und -einbringungen deutlich. Er beläuft sich auf 4,2 Mrd. € (227,8 Mio. € im Jahr 2001).

Nach Einstellung von 2,1 Mrd. € in die anderen Gewinnrücklagen beträgt der Bilanzgewinn 2,13 Mrd. €.

Bilanzsumme deutlich erhöht

Die Bilanzsumme der KARSTADT QUELLE AG erhöhte sich um 3,94 Mrd. € auf 8,96 Mrd. €. Ausschlaggebend sind die im Rahmen der gesellschaftsrechtlichen Neuordnung um 2 Mrd. € gestiegenen Anteile an verbundenen Unternehmen und die, bedingt durch Unternehmensverkäufe, um 2,1 Mrd. € gestiegenen Forderungen gegen verbundene Unternehmen.

Die Anteile an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, verminderten sich hingegen um 329,4 Mio. €. Dies ist auf die konzerninterne Umgliederung der Thomas Cook AG zurückzuführen.

Die Pensionsrückstellungen sanken um 79,7 Mio. € auf 904 Mio. €. Ausschlaggebend war eine im Wesentlichen im September und Oktober des Berichtsjahres durchgeführte Abfindungsaktion von Betriebsrenten.

Dividende unverändert bei 0,71 €

Der Vorstand der KARSTADT QUELLE AG schlägt der Hauptversammlung am 28. Mai 2003 vor, aus dem Bilanzgewinn eine gegenüber dem Vorjahr unveränderte Dividende von 0,71 € je Stückaktie auszuschütten. Insgesamt soll auf ein dividendenberechtigtes Kapital von 277,9 Mio. € eine Ausschüttung in Höhe von 77,1 Mio. € vorgenommen werden.

Der vollständige, vom Abschlussprüfer BDO Deutsche Warentreuhand Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Düsseldorf, mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehene Jahresabschluss der KARSTADT QUELLE AG wird im Bundesanzeiger veröffentlicht und beim

Handelsregister des Amtsgerichts Essen, HRB 1783, hinterlegt. Er kann als Sonderdruck bei der KARSTADT QUELLE AG angefordert werden und ist darüber hinaus im Internet unter www.karstadtquelle.com abrufbar.

Abhängigkeitsbericht

Die KARSTADT QUELLE AG war bis zum 11. Dezember 2001 ein im Sinne von § 312 AktG abhängiges Unternehmen der Schickedanz-Holding AG & Co. KG. Der Vorstand der KARSTADT QUELLE AG geht davon aus, dass seit dem 11. Dezember 2001 die Abhängigkeit von Partnern eines Stimmrechtspools mit einem zusammengerechneten Stimmrechtsanteil von 36,398% im Sinne des § 312 AktG gegeben ist:

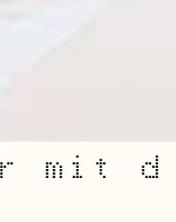
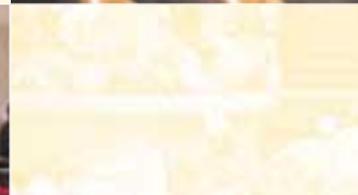
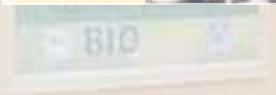
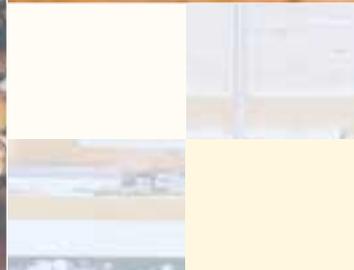
Folgende Partner gehören dem Stimmrechtspool an:

- Madeleine Schickedanz
- Madeleine Schickedanz Vermögensverwaltungs GmbH & Co. KG
- Leo Herl
- Grisfonta AG
- Martin Dedi Vermögensverwaltungs GmbH & Co. KG

Demgemäß hat der Vorstand dem Aufsichtsrat einen Abhängigkeitsbericht für das Geschäftsjahr 2002 – versehen mit dem uneingeschränkten Testat der BDO Deutsche Warentreuhand Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Düsseldorf – über alle Beziehungen der Gesellschaft zu den Partnern des Stimmrechtspools vorgelegt.

Der Vorstand erklärt am Schluss des Berichtes: „Unsere Gesellschaft hat keine berichtspflichtigen Rechtsgeschäfte vorgenommen oder Maßnahmen getroffen oder unterlassen.“

Stationärer Einzelhandel	64
Versandhandel	80
Dienstleistungen	94
Immobilien	110





Kennzahlen Stationärer Einzelhandel

			2002	2001	Veränderung in %
Umsatzentwicklung	Umsatz	Tsd. €	7.337.407	8.069.107	-9,1
Ertragslage	EBTA	Tsd. €	-129.841	62.746	-
	EBTA-Marge	in %	-1,8	0,8	-
	EBT	Tsd. €	-135.933	59.509	-
	EBT-Marge	in %	-1,9	0,7	-
	Eigenkapital	Tsd. €	304.039	666.407	-54,4
	Nettofinanzverschuldung	Tsd. €	719.631	190.143	-
	Capital Employed	Tsd. €	1.023.670	856.550	19,5
	Return on Capital Employed	in %	-	11,9	-
Sonstige Angaben	Investitionen	Tsd. €	164.844	548.878	-70,0
	Abschreibungen (ohne Firmenwert)	Tsd. €	156.483	170.259	-8,1
	Brutto-Cash Flow	Tsd. €	33.330	371.754	-91,0
	Filialen	Anzahl	484	465	-
	Verkaufsfläche	Tsd. qm	2.646,0	2.613,8	1,2
	Vollzeitarbeitskräfte im Jahresdurchschnitt	Anzahl	49.722	55.463	-10,4

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Ein von anhaltender Konsumzurückhaltung im Einzelhandel geprägtes Jahr

Die Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes im engeren Sinn gibt den Rahmen für unseren Erfolg im stationären Einzelhandel in Deutschland vor. Er umfasst den gesamten Einzelhandelsumsatz abzüglich des Handels mit Kraftfahrzeugen, Brenn- und Kraftstoffen sowie der Apothekenumsätze. Im Berichtsjahr belief sich das Volumen auf 374 Mrd. €. Dies entspricht gegenüber dem Jahr 2001 einem Rückgang um 1,9%.

Deutschland, als größter Einzelhandelsmarkt der EU, war im Jahr 2002 von einer Reihe negativer Einflussfaktoren betroffen. Die Konsumentenstimmung litt unter steigenden Arbeitslosenzahlen, rückläufigen Konjunkturdaten und zunehmender Steuer- und Abgabenbelastung. Erschwerend kam in der ersten Jahreshälfte die Diskussion um den „Teuro“ hinzu. Die neuen Möglichkeiten nach Wegfall von Rabattgesetz und Zugabeverordnung, die mit zahlreichen Rabatt-/Coupon-Aktionen vom Einzelhandel genutzt wurden, bewirkten keine signifikante Umkehr der generellen Kaufzurückhaltung in Deutschland.

Innerhalb des Einzelhandels im engeren Sinne sind für KarstadtQuelle als Vergleichsmaßstab insbesondere die Entwicklungen im Bereich der Kauf- und Warenhäuser und des Facheinzelhandels relevant. Beide Betriebsformen verzeichneten im Berichtsjahr ein deutliches Umsatzminus. Der Umsatz der Kauf- und Warenhäuser sank um 6,1% (real minus 6,6%) und der Umsatz der Fachgeschäfte war um 6,4% rückläufig. Diesem Markttrend konnten sich die im Teilkonzern Stationärer Einzelhandel von KarstadtQuelle betriebenen Warenhäuser und Fachgeschäfte nicht entziehen.

Strategie und Positionierung

190 Warenhäuser und 294 Fachgeschäfte

Im Stationären Einzelhandel ist KarstadtQuelle mit insgesamt 484 Warenhäusern und Fachgeschäften, zumeist in exponierten Innenstadtlagen, gut positioniert. Einen signifikanten Marketingvorteil erreichen die Filialen durch die nahezu flächendeckende Präsenz in Deutschland, bei täglich durchschnittlich drei Millionen Kundenkontakten. Dies bietet zugleich eine breite Vertriebsbasis für die verschiedenen Dienstleistungen des KarstadtQuelle-Konzerns. Kommunikations- und Shopping-Portale der einzelnen Vertriebsmarken ergänzen und vernetzen die stationäre Präsenz und bieten den Kunden standortunabhängig weitere gezielte Informations- und Kaufmöglichkeiten.

Unsere 190 Warenhäuser firmieren vor allem unter der Dachmarke Karstadt, aber auch unter Traditionsmarken wie KaDeWe (Kaufhaus des Westens), Hertie, Wertheim und Alsterhaus. Die dominante Sortiments-Position der Warenhäuser wird durch 294 Fachgeschäfte verstärkt. Hauptumsatzträger sind die auf Mode und Sport fokus-

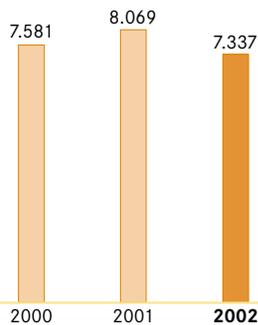
sierten Fachgeschäftsmarken SinnLeffers, Wehmeyer, Runners Point und Golf House. Weitere Fachgeschäfte betreiben wir im Bereich Multimedia mit Schaulandt und WOM sowie in der System-Gastronomie unter Le Buffet.

Die Kompetenz in den Bereichen Warenhaus und Fachgeschäft führt zu vielfältigen Synergien. Diese nutzen wir zunehmend entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Großes Potenzial besteht in der Zusammenarbeit der Karstadt-Warenhäuser mit dem Modespezialisten SinnLeffers. So wurde beispielsweise im Berichtsjahr die wechselweise Nutzung wichtiger und hochprofitabler Eigenmarken von Karstadt und SinnLeffers im Bereich Mode forciert. SinnLeffers integrierte im Rahmen des Konzeptes „Fashion & More“ Warenhaus-Sortimente wie Parfümerie und Accessoires. Gemeinsame Management- und Organisationsstrukturen wurden sowohl im Branchenmanagement der Fashion-Bereiche als auch in den Vorstandsressorts umgesetzt. Übergreifende Aufgaben vom Einkauf über Verkauf bis hin zum Marketing werden nunmehr in Personalunion verantwortet.

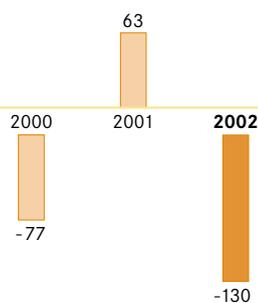
Spitzenposition im Markt

Karstadt hält im Segment Warenhaus in Deutschland einen Marktanteil von rund 50% (Quelle: BAG) und belegt damit die Spitzenposition in Deutschland und Europa. Wir konzentrieren das Warenhausgeschäft auf den Inlandsmarkt. Diese Strategie werden wir unter dezidierter Chancen- und Risiko-Abwägung – im Übrigen wie von allen großen Warenhausunternehmen in Europa praktiziert – auch künftig weiterverfolgen.

Umsatz in Mio. €



EBTA in Mio. €



Im Gegensatz zum landesspezifisch ausgerichteten Warenhaus-Sortiment bieten Fachgeschäfte mit internationalen Marken eine gute Chance zur Auslandsexpansion. Dies gilt insbesondere für unsere führenden Sport-Fachgeschäfte Runners Point oder Golf House.

Segmententwicklung

Umsatzentwicklung: Kaufzurückhaltung drückt Umsatzentwicklung

In einem von historisch einmaliger Kaufzurückhaltung der Konsumenten geprägten Umfeld ging der Umsatz des Stationären Einzelhandels im Geschäftsjahr 2002 um 731,7 Mio. € auf 7,34 Mrd. € zurück. Dies entspricht einem Minus von 9,1%.

Ertragslage: Konsequentes Kostenmanagement dämpft Rückgang im Rohertrag

Das Ergebnis (EBTA) belief sich im Geschäftsjahr 2002 auf minus 129,8 Mio. € (62,7 Mio. € im Vorjahr). Dies entspricht einem Rückgang um 192,5 Mio. €. Bereinigt um Sondereffekte – Flexibilisierungskosten (Abfindungen) und Aufwendungen für die Flutkatastrophe in Höhe von 112 Mio. € sowie ein Veräußerungsgewinn von 20% der KARSTADT QUELLE Financial Services GmbH in Höhe von 24 Mio. € – beträgt das Ergebnisminus 104,5 Mio. €. Dabei belief sich die Ergebnisbelastung durch den Umsatz- und Margenrückgang auf 351,5 Mio. €. Sie wurde teilweise kompensiert durch Kostenreduzierungen gegenüber dem Vorjahr in Höhe von 194 Mio. €.

Kennzahlen Warenhäuser

			2002	2001	Veränderung in %
Umsatzentwicklung	Umsatz	Tsd. €	6.321.106	6.889.078	-8,2
	Flächenbereinigt ¹⁾	in %	-	-	-7,5
Ertragslage	EBTA	Tsd. €	-31.486	93.283	-133,8
	EBTA-Marge	in %	-0,5	1,4	-
	EBT	Tsd. €	-31.486	93.283	-133,8
	EBT-Marge	in %	-0,5	1,4	-
Sonstige Angaben	Flächenproduktivität ^{1) 2)}	€	2.884	3.136	-8,0
	Personalproduktivität ^{1) 2)}	€	148.967	146.380	1,8
	Filialen	Anzahl	190	188	-
	Verkaufsfläche	Tsd. qm	2.228,2	2.220,9	0,3
	Vollzeitarbeitskräfte im Jahresdurchschnitt	Anzahl	42.972	48.039	-10,5

1) nur Karstadt Warenhaus AG

2) ohne Mehrwertsteuer

Strategie und Positionierung

Führende Marktposition in Europa

Die Warenhäuser bilden mit einem Umsatzanteil von 86,1% den Schwerpunkt im Stationären Einzelhandel. Karstadt ist mit 190 Warenhäusern (188 im Vorjahr) in besten Lagen deutscher Großstädte sowie in mittelgroßen Städten vertreten.

Bei einer Filialgröße von knapp 1.000 qm Verkaufsfläche im kleinsten unter Karstadt betriebenen Haus in Niebüll bis zu rund 60.000 qm im KaDeWe in Berlin sind wir im Wesentlichen mit zwei Häusergruppen am Markt positioniert:

Die erste Gruppe sind die großen Warenhäuser, die künftig in Erlebniswelten mit einem höheren Fachgeschäftscharakter umgestaltet werden. Innerhalb dieser großen Häuser liegt der Fokus auf margenträchtigen Sortimenten. Deshalb werden die margenstarken Branchen Fashion, Sport und

Personality (z.B. Parfümerie, Schmuck) ausgebaut. Die gut 100 Filialen, die mit ihrer Verkaufsfläche von jeweils mehr als 8.000 qm rund 82% der Warenhausfläche nutzen, erzielen rund 88% des Warenhausumsatzes.

Die zweite Gruppe, die rund 80 kleineren Filialen, erreichen einen Umsatzanteil von 12%. Sie zeichnen sich durch ihre stärker nahversorgende Orientierung an den spezifischen Erfordernissen ihres Standortes aus. Eine Ausrichtung, die künftig noch weit systematisierter und intensiver in Sortiment und Preislage erfolgen wird, auch durch Einbeziehung frequenzstärkender Mietpartner.

Im Berichtsjahr wurde das Filialnetz um die beiden Karstadt-Sportmärkte in Frankfurt/Oder und St. Augustin mit einer Verkaufsfläche von zusammen 5.400 qm ausgebaut. Darüber hinaus eröffneten wir drei weitere Sporthäuser mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 16.700 qm. Diese wurden im

Berichtsjahr den jeweiligen Warenhäusern zugeordnet und haben die Filialzahl damit nicht erhöht.

Die Neueröffnungen vergrößerten die eigengenutzte Fläche um 15.900 qm. Gleichzeitig wurden zur Attraktivitätssteigerung rund 12.000 qm Warenhausfläche an Mietpartner, insbesondere für Markenschops, neu vergeben. Saldiert reduzierte sich damit im Geschäftsjahr 2002 die von Karstadt eigen genutzte Verkaufsfläche um 0,2% auf insgesamt 2.140.400 qm.

Die vermietete Warenhausfläche wuchs um 12,6% auf insgesamt 110.000 qm. Davon werden rund 22.000 qm von Konzerngesellschaften genutzt. Im Rahmen des zielgerichteten Ausbaus der Mietpartnerschaften erhöhte sich damit insgesamt der Anteil der vermieteten Warenhausfläche auf 4,9% (4,4% im Vorjahr).

Geschäftsentwicklung

Umsatzentwicklung: Umsatzrückgang um 8,2%

Der Umsatz im Warenhausgeschäft erreichte 6,32 Mrd. € (6,89 Mrd. € im Vorjahr). Dies entspricht einem Rückgang um 8,2% (flächenbereinigt minus 7,5%). Das Warenhaus als die Betriebsform, die nahezu das gesamte Sortiment des Einzelhandels abdeckt, wurde von der allgemeinen Kaufzurückhaltung der Kunden besonders stark getroffen.

Ertragslage: Starker Wettbewerb widergespiegelt

Das Ergebnis (EBTA) reduzierte sich im Geschäftsjahr 2002 um 124,8 Mio. € auf minus 31,5 Mio. €. Als Sonderfaktoren wirkten sich belastend Flexibilisierungskosten sowie Aufwendungen für die Flutkatastrophe in Höhe von 91 Mio. € sowie positiv der Veräußerungsgewinn der KARSTADT QUELLE Financial Services GmbH in Höhe von 24 Mio. € auf das Ergebnis aus. Bereinigt ging das Warenergebnis damit um 57,8 Mio. € zurück. Dem Rohertrag, der im Geschäftsjahr 2002 um 317,5 Mio. € sank, standen Kostenreduzierungen in Höhe von 189 Mio. € gegenüber.

Flächenproduktivität gesunken,

Personalproduktivität gestiegen

Die Flächenproduktivität sank um 252 € oder 8% auf durchschnittlich 2.884 € Jahresumsatz je Quadratmeter Verkaufsfläche. Auch die Warenumschlagshäufigkeit reduzierte sich auf 3,27-mal (3,52-mal im Vorjahr). Durch Restrukturierung und ein der Umsatzentwicklung angepasstes Kostenmanagement wurde die Zahl der Vollbeschäftigten um 10,5% reduziert. Die Personalproduktivität erhöhte sich um 1,8% auf 148.967 € je Vollbeschäftigtem.

Karstadt-Preisindex stieg um 1,1%

Karstadt erhebt auf Basis der in den Warenhäusern angebotenen Produkte einen Preisindex. Dieser verdeutlicht mit seinem geringen Anstieg um 1,1%, dass die zu Lasten des Einzelhandels geführte „Teuro“-Debatte im Warenhausangebot nicht reflektiert wird. Im Vergleich dazu stieg in Deutschland der Preisindex für die Lebenshaltung um 1,4%, während die Einzelhandelspreise um 0,7% über dem Vorjahr lagen.

Umsatz nach Konsumfeldern

		2002	2001 ^{*)}	Veränderung in %	Umsatzanteil 2002 in %
Fashion	Mio. €	1.733	1.885	-8,1	28,0
Personality	Mio. €	1.337	1.421	-5,9	21,6
Living	Mio. €	1.090	1.241	-12,2	17,6
Sport	Mio. €	554	558	-0,5	8,9
Multimedia	Mio. €	642	670	-4,2	10,4
Essen & Trinken	Mio. €	761	841	-9,6	12,3
Sonstiges	Mio. €	78	136	-41,6	1,2
Karstadt Warenhaus AG	Mio. €	6.195	6.752	-8,3	100,0
Überleitungsrechnung	Mio. €	126	137	-	-
Gesamt	Mio. €	6.321	6.889	-8,2	-

*) Vorjahreszahlen wegen Neugliederung angepasst

Die Konsumfelder**Fashion:****Konsumenten abwartend**

Die Kaufzurückhaltung der Verbraucher schlug sich im deutschen Textilmarkt, dem nach Lebensmitteln zweitgrößten Marktsegment des deutschen Einzelhandels, deutlich nieder. Die rückläufige Nachfrage nach textiler Mode und der Trend zu preisbewusstem Einkauf führten zu heftigen Preisaktionen seitens der Anbieter, die in der Folge zwar den Lagerdruck minderten, aber den Umsatz nicht entscheidend beeinflussen konnten. Das Umsatzvolumen des textilen Einzelhandels in Deutschland sank um 8,1%. Die Karstadt-Warenhäuser mussten in ihrem Konsumfeld Fashion bei einem Umsatz von 1,73 Mrd. € einen Rückgang von 8,1% hinnehmen. Somit hat Karstadt seine Position im rückläufigen

Markt behaupten können. Erheblich besser als der Gesamtmarkt verlief der Umsatz bei Damenwäsche und Miederwaren sowie bei Jeans und im Bereich Junge Mode. Unterdurchschnittlich entwickelten sich Business-Mode für Herren und Kinderbekleidung.

Personality:**Verbesserte Präsentation zeigt****positive Umsatzwirkung**

Personality, das volumenmäßig zweitgrößte Konsumfeld, verzeichnete im Berichtsjahr einen Umsatzrückgang um 5,9% auf 1,3 Mrd. €. Der vor allem Sortimente des persönlichen Bedarfs, wie Parfümerie, Depotkosmetik, Schreib- und Lederwaren, Bücher, Uhren oder Schmuck, umfassende Bereich entwickelte sich relativ homogen. Verbesserte Präsentation – insbesondere in den neugestalteten Filialen – und die von den Kunden honorierte Sortimentskompetenz

führten bei den Bereichen Beauty, Bücher und Schreibwaren zu einer deutlich besseren Entwicklung als im Durchschnitt des Konsumfeldes. Insbesondere Depotkosmetik profitierte vom konsequenten Ausbau unserer Großraumparfümerien und entwickelte sich deutlich besser als der Markt. Hingegen zeigten Modeschmuck, aber auch Echtschmuck unterdurchschnittliche Umsatzverläufe.



Living:

Gezielter Flächenabbau

Das Konsumfeld Living umfasst vor allem die Sortimente zur Ausstattung von Heim und Haushalt. Der Umsatz reduzierte sich um 12,2% auf 1,1 Mrd. €. Ausschlaggebend waren zwei Gründe. Einerseits wurden Flächen (20.000 qm) und Sortimente in den Bereichen Teppiche, Heimwerkerbedarf und Beleuchtung gezielt reduziert. Andererseits hielten sich die Verbraucher konjunkturbedingt generell bei Ausgaben für die Neu- und Ersatzausstattung ihrer Haushalte zurück.

Karstadt konnte jedoch, unterstützt durch seine thematisch ganzheitliche Präsentation, in einer Reihe wichtiger Sortimente dieses Konsumfeldes eine überdurchschnittliche Entwicklung erreichen. Vergleichsweise zufrieden stellend präsentierten sich dabei alle Sortimente rund um den gedeckten Tisch, wie Glas, Porzellan, Geschirr, Besteck und Tischwäsche, die knapp ein Drittel der Umsätze dieses Konsumfeldes ausmachen. Elektrogeräte,

Bettwäsche, aber auch Kurzwaren konnten sich ebenfalls vom starken Negativtrend der Umsatzentwicklung bei Living absetzen. Negativ entwickelten sich die Bereiche Home-Tech sowie Flora & Fauna.

Sport:

Marktführerschaft ausgebaut

In einem um 3,7% rückläufigen Sportmarkt in Deutschland hat KarstadtQuelle seine marktführende Stellung weiter konsequent gestärkt. Mit 554 Mio. € lag der Umsatz im Konsumfeld Sport der Karstadt Warenhaus AG mit minus 0,5% nahezu auf Vorjahresniveau. Die Eröffnung weiterer Sporthäuser, aber insbesondere die anhaltende Stärke der Bereiche Golf, Fahrrad, Trendsport, Sportschuhe und Outdoor (Bekleidung und Geräte) führten zu teilweise deutlichen Umsatzzuwächsen. Schleppend verlief hingegen der Umsatz in den Bereichen Wintersport und Tennis. Dies war zum Teil wetterbedingt, doch wirkte sich auch die rückläufige Präsenz der Medien bei den entsprechenden Sportereignissen aus.

Multimedia:

Anhaltender Wettbewerbsdruck

Das Konsumfeld Multimedia konnte sich in einem von anhaltendem Wettbewerbsdruck und schwächerer Marktnachfrage geprägten Umfeld mit einem Umsatzrückgang um 4,2% auf 642 Mio. € relativ behaupten. Sehr erfolgreich, mit deutlichen Zuwächsen, agierte Karstadt in den Bereichen Musik und Video/DVD. Demgegenüber entwickelten sich die Umsätze in der Telekommunikation unterdurchschnittlich. Ausschlaggebend ist die inzwischen hohe Grundausstattung der Verbraucher. Wachstumsthemen, wie die neue Handy-Generation mit Farbdisplay und Bildübertragung, konnten den Absatz noch nicht entscheidend stimulieren. Die Bereiche Computer-Hardware und -Software entwickelten sich ebenfalls unterdurchschnittlich.

Essen & Trinken:

Die Kunden schränken sich ein

Der Konsumbereich Essen und Trinken beinhaltet im Wesentlichen die Umsätze der Lebensmittel-Frischeabteilungen sowie der Systemgastronomie in den Warenhaus-Restaurants. Bei einem Umsatz von 761 Mio. € betrug der Rückgang 9,6%. Ausschlaggebend für das Umsatzminus waren ein gezielter Flächenabbau, beispielsweise durch Untervermietung wie an den schweizerischen Migros-Markt im Freiburger Karstadt-Haus, aber vor allem die allgemeine Kaufzurückhaltung. Die Kunden schichteten ihren Konsum im Lebensmittelbereich verstärkt zugunsten der Discounter um. Dies führte zu Umsatzausfällen bei den im Feinkost- und Frischebereich vertretenen Warenhaus-Lebensmittelabteilungen. Die Systemgastronomie litt darüber hinaus unter der massiv auf diese Dienstleistung fokussierten „Teuro“-Debatte.

Das Geschäftsjahr 2002 im Überblick

Im stationären Geschäft setzten wir besondere Schwerpunkte bei den Themen Restrukturierung und Erschließung von Umsatzpotenzialen.

Erfolgreiche Restrukturierung

senkt Kosten deutlich

Angesichts des umsatz- und margenbedingt deutlich gesunkenen Rohertrages war im Berichtsjahr die erfolgreiche Umsetzung der Restrukturierungsmaßnahmen von entscheidender Bedeutung. Im Mittelpunkt standen die im 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm definierten Restrukturierungsmaßnahmen.

Die Optimierung der Wertschöpfungskette, insbesondere im Bereich Logistik, wurde erfolgreich

umgesetzt. Maßnahmen zur Anpassung des Personalbestandes wurden schneller als geplant vollzogen. So konnten wir im Berichtsjahr die Kosten um 167 Mio. € gegenüber dem Programmstart senken und das gesteckte Ziel deutlich übertreffen.

Auf Grund des erwartungsgemäß schwierigen Umsatzverlaufs wurden ergänzend Programme zur weiteren Flexibilisierung der Kosten gestartet. Dazu sind im Berichtsjahr insbesondere für Personalmaßnahmen außerordentliche Aufwendungen in Höhe von 75 Mio. € entstanden. Durch diese Programme werden die Kosten schon im Geschäftsjahr 2003 deutlich entlastet.

Ergänzend wurden die Optimierungsmaßnahmen im Einkauf konsequent fortgesetzt, die Zahl der Lieferanten verringert und die Konditionen verbessert.



Erschließung von

Umsatzpotenzialen forciert

Die schwierige Lage im deutschen Einzelhandel und der Wettbewerb um die Gunst des Kunden erfordern eine klare Positionierung und die deutliche Abgrenzung von den Wettbewerbern. Karstadt konzentrierte sich im Berichtsjahr auf die qualitative und quantitative Weiterentwicklung des Filialnetzes, den Marktauftritt über neue Warenhausformate sowie die Expansion in den Bereichen Sport und Fashion. Parallel wurden gezielte Marketing- und

Preisinitiativen zur Umsatzforcierung gestartet und die Kundenbindungsmaßnahmen weiter ausgebaut. Dennoch konnte infolge der Zurückhaltung der Konsumenten der Umsatz nur zum Teil positiv beeinflusst werden.

Filialnetz wächst qualitativ und quantitativ

Die Karstadt Warenhaus AG hat im Geschäftsjahr 2002 ihr Filialnetz weiter aufgewertet und modernisiert. Dies erfolgte unter anderem durch zahlreiche Neuauftritte der Warenhäuser, nach komplett oder teilweise vollzogenen Umbauten. Die verstärkte Einbeziehung von attraktiven Partnern, die Gestaltung von innerstädtischen Einkaufszentren und die Etablierung sortimentspezifischer Häuser schaffen Erlebniswelten und unterstreichen den eingeschlagenen Weg des Unternehmens zum integrierten Spezialisten.

Zwei neue Standorte realisierte Karstadt mit Eröffnungen in Frankfurt/Oder (Sportmarkt mit 2.200 qm) und St. Augustin (Sportmarkt mit 3.200 qm). Zudem wurden komplett neue Flächen an bestehenden Standorten in Betrieb genommen:

- Kassel (Warenhaus im innerstädtischen Shopping-Center „City Point“ mit 6.300 qm Verkaufsfläche)
- Dortmund (Deutschlands größtes Sporthaus mit 7.200 qm)
- Leipzig (Sporthaus mit 5.700 qm)
- Augsburg (Sporthaus mit 3.900 qm)
- Celle (kombiniertes Technik-/Sporthaus mit 3.400 qm)

Neues Shopping-Center-Konzept in Mülheim realisiert

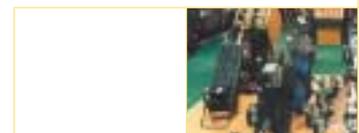
Ein viel beachtetes, neues Store-Konzept realisierte Karstadt Ende Oktober in Mülheim. Mit einem Investitionsvolumen von 23 Mio. € entstanden die „Karstadt Arkaden“, ein Towncenter-Konzept, das die Stärken verschiedener Einzelhandelsformate attraktiv verknüpft. Erschlossen über großzügige, offene Malls (designed vom Star Wars-Filmarchitekten Jordan Mozer) wurden in den „Karstadt Arkaden“ Fachgeschäfte von 18 Partnern aus dem Mode- und Dienstleistungsbereich integriert. Damit sind auf rund einem Viertel der 40.000 qm Gesamtfläche Partnergeschäfte aktiv.

In Freiburg wurde das 20.000 qm große Karstadt-Warenhaus mit einem Investitionsvolumen von 26 Mio. € komplett erneuert. Erstmals in einem deutschen Warenhaus betreibt der Schweizer Lebensmittel-Spezialist Migros einen 2.500 qm großen Frischemarkt.

Zusätzlich eröffnete Karstadt Teilflächen nach großvolumigen Umbauten in einigen seiner führenden Warenhäuser wie in Dortmund oder Frankfurt am Main. Gleichzeitig wurden Umbaumaßnahmen mit Hausjubiläen verknüpft, wie beispielsweise in Bremen (100-jähriges Jubiläum) und Düsseldorf (50-jähriges Jubiläum).

Karstadt Sport mit neuer Organisationsstruktur und neuem Logo

Karstadt Sport stellte zum Jahresende 2002 die Weichen für eine neue, dem gestiegenen Umsatzvolumen der inzwischen 31 Sporthäuser angepasste



Organisationsstruktur. Mit Beginn des Jahres 2003 stehen die 25 bisher als Dependancen örtlicher Warenhäuser geführten Sporthäuser, ebenso wie die sechs als Einzelstandorte betriebenen Sporthäuser, fachlich und organisatorisch unter einheitlicher Leitung.

Zudem unterstreicht Karstadt Sport seine unverwechselbare Markenposition durch ein neues Logo, das im Frühjahr 2002 eingeführt wurde.

Kundenkommunikation über Events:

RuhrMarathon und Herbert Grönemeyer

Auch in der Kundenkommunikation geht Karstadt neue Wege. So hat Karstadt als Mitinitiator die Titelsponsorship des Karstadt-RuhrMarathon übernommen. Am 11. Mai 2003 werden mehr als 10.000 Teilnehmer an einem der größten Laufereignisse in Deutschland von Bochum nach Dortmund teilnehmen. Am Vorabend dieses Marathons präsentiert Karstadt das Herbert Grönemeyer-Konzert im Bochumer Ruhr-Stadion.

Karstadt FIFA-Partner für Fußball-WM 2006

Im November 2002 vereinbarten KarstadtQuelle und der internationale Fußballverband FIFA eine strategische Partnerschaft. KarstadtQuelle wird die offiziellen FIFA WM 2006™-Shops exklusiv betreiben.

Geplant sind deutschlandweit mehr als 300 Verkaufsstellen, die unter anderem in bestehende Karstadt-Warenhäuser, Karstadt-Sporthäuser und

Karstadt-Sportmärkte integriert werden. Während des Weltmeister-



schafts-Turniers bietet KarstadtQuelle auf speziellen Verkaufsflächen exklusiv in allen zwölf WM-Stadien die offiziellen Lizenz- und Fanartikel der FIFA WM 2006™ an.

Karstadt baut Eigenmarkenanteil aus

Die weitere konsequente Umsetzung der ausgereiften Karstadt-Eigenmarkenstrategie wird den Eigenmarkenanteil am Umsatz des Konzerns künftig spürbar erhöhen. Dabei steht die klare Positionierung der jeweiligen Marke im Vordergrund.

Im Bereich Fashion steht die Eigenmarke YORN für Business-Mode mit gehobenem Qualitätsanspruch, für Eleganz und modernen Lebensstil und wird in einer ersten Ausbaustufe in rund 90 Shops für Damen und Herren angeboten. YORN wird von Isabell Werth (mehrfache Olympiasiegerin im Dressurreiten) und Karl-Heinz Rummenigge (Fußball-Legende) vertreten.

Bei Junger Mode sind die Marken InScene und Bamboo zielgruppengerecht aufeinander abgestimmt und fokussieren auf die jungen Kundengruppen. Die Marken haben bereits eine Marktdurchdringung erreicht, die den Vertrieb sowohl in Shops als auch in eigenen Monomarken-Stores erlaubt. Einen ebenfalls hohen Bekanntheitsgrad erzielt die Marke Desirée, die das Eigenmarkenportfolio des Konzerns im Bereich der Damenwäsche abrundet.

Im Segment Sport ist ALEX ATLETHICS die bedeutendste Eigenmarke. ALEX ATLETHICS ist unsere Premium-Sportmarke für Fitnessgeräte und -mode, Teamsport sowie für Sportfahrräder. Sie wird durch Ivonne Teichmann (800-m-Läuferin), Regina Halmich (Profi-Boxweltmeisterin) sowie die Schwimmer Christian Keller und Britta Kamrau repräsentiert.

Kreative Marketinginitiativen

Karstadt nutzte im Jahr 2002 den Wegfall von Rabattgesetz und Zugabeverordnung für eine Reihe stark beachteter Rabatt-/Coupon-Aktionen. Mit „Winter-Schluss-Rabatt“, „Wahlieber“, „Weltmeister-Rabatt“ oder „Spätaufsteher-Rabatt“ zog das Unternehmen das Interesse der Kunden und der Öffentlichkeit auf sich. In der Folgezeit stieg jeweils die Kundenfrequenz in den Warenhäusern spürbar an.

Im September startete Karstadt eine hochwertige, 14-tägliche Programmzeitschrift unter dem Titel „TV Karstadt“. Sie ist zugleich als Kundenmagazin ausgelegt. Mit einer Auflage von 350.000 Exemplaren trägt das an den Kassen der Warenhäuser verkaufte Heft zu einer hohen Kundenbindung bei. Das von den Kunden gut angenommene, neue Medium dient auch einer effizienteren Kommunikation mit geringen Streuverlusten.

karstadt.de wächst stark

Das Informations- und Shopping-Portal karstadt.de hat sich inzwischen bei den Kunden fest etabliert. In seiner Shopping-Funktion hat karstadt.de sein Angebots-Portfolio konsequent an den Bedürfnissen von Online-Kunden orientiert. Die Online-Nachfrage hat sich im Berichtsjahr mehr als verdoppelt.

Gleichzeitig messen die Karstadt-Kunden dem Portal einen hohen Informations-Stellenwert bei. So verdoppelte sich im Weihnachtsgeschäft die Zahl der Visits. Monatlich informieren sich rund 330.000 Nutzer online durch Newsletter über Karstadt-Produkte.

Kundenkarte mit hohem Akzeptanz-Zuwachs

Seit Jahresmitte 2002 betreiben KarstadtQuelle und die Deutsche Telekom gemeinsam das Kundenkarten-Bonusprogramm „HappyDigits“. Bereits neun Millionen Kunden profitierten zum Jahresende von den Vorteilen des handelsübergreifenden Programms und sammeln Bonuspunkte, so genannte Digits.

Für ihre Digits erhalten die Kunden attraktive, teils exklusive Prämien. Innerhalb des Konzerns beteiligen sich neben Karstadt auch Quelle, Neckermann, Runners Point sowie die Online-Shops karstadt.de, quelle.de und neckermann.de an „HappyDigits“.

Inzwischen bietet Karstadt die Kundenkarte auf Wunsch auch als weltweit gültige MasterCard-Kreditkarte an. Im Gegensatz zur üblichen Kreditkarte zahlen die inzwischen rund 800.000 „HappyDigits“-/MasterCard-Kunden keine Jahresgebühr.

Kennzahlen Fachgeschäfte

			2002	2001	Veränderung in %
Umsatzentwicklung	Umsatz	Tsd. €	1.130.341	1.185.552	-4,7
Ertragslage	EBTA	Tsd. €	-98.338	-30.258	-
	EBTA-Marge	in %	-8,7	-2,6	-
	EBT	Tsd. €	-104.430	-33.182	-
	EBT-Marge	in %	-9,2	-2,8	-
Sonstige Angaben	Filialen	Anzahl	294	277	-
	Verkaufsfläche	Tsd. qm	417,9	393,0	6,3
	Vollzeitarbeitskräfte im Jahresdurchschnitt	Anzahl	6.750	7.424	-9,1

Positionierung

Die Fachgeschäfts-Marken

Die insgesamt 294 (277 im Vorjahr) Fachgeschäfte verstärken die Kompetenz der 190 Warenhäuser in den Branchen Fashion, Sport, Multimedia und Systemgastronomie. In den Branchen Fashion und Sport sind die Fachgeschäfte gemeinsam mit den Karstadt-Warenhäusern die Marktführer in Deutschland.

Fashion

Die Sinn Leffers AG, Deutschlands größtes börsennotiertes Textilhandelsunternehmen, ist mit Modehäusern an 53 Standorten (48 im Vorjahr) präsent. SinnLeffers steht für Bekleidungsangebote im mittleren bis gehobenen Qualitäts- und Preissegment.

Wehmeyer ist mit seinem Bekleidungsangebot stärker preisorientiert positioniert und betreibt 47 Filialen (35 im Vorjahr). Nach zwölf Neueröffnungen im Berichtsjahr ist Wehmeyer mit 28 größeren City-Filialen, mit sechs Fachmärkten und 13 auf Damenoberbekleidung spezialisierten Ladies Point-Fachgeschäften im Markt präsent.

Sport

Runners Point konzentriert sich als dynamischer Spezialanbieter auf Sport-Bekleidung und -Schuhe. Das Filialnetz wurde unter Aufgabe fünf kleinerer und der Eröffnung acht neuer Standorte auf 114 Fachgeschäfte erweitert.

Golf House ist mit 17 Filialen (14 im Vorjahr) Deutschlands bedeutendste Fachgeschäfts-kette im Golf-Segment. Spezialisiert auf Golf-Bekleidung und -Ausrüstung im oberen Qualitäts- und Preisbereich ist Golf House seit September 2002 auch in den „Karstadt Arkaden“ in Mülheim vertreten.

Multimedia

Die zentralen Verwaltungsprozesse der Fachgeschäfte im Bereich Technik wurden im Berichtsjahr in der Essener Konzernzentrale gebündelt.

Schaulandt betrieb 19 Fachgeschäfte (21 im Vorjahr). Das Angebot umfasst Unterhaltungselektronik, Tonträger und weiße Ware. Schaulandt konnte aufgrund fehlender kritischer Masse die Erwartungen in dem von starkem Preiswettbewerb gekennzeichneten Markt nicht erfüllen. Deshalb werden wir uns sukzessive aus diesem Fachgeschäfts-konzept zurückziehen.

WOM (World of Music) betreibt unverändert 14 Geschäfte und fokussiert das Geschäft auf Ton- und Bildträger.

Systemgastronomie

LeBuffet betreibt Systemgastronomie in Karstadt-Warenhäusern, in Einkaufszentren und SB-Warenhäusern. Das Filialnetz wurde um vier Standorte gestrafft und umfasst nunmehr 30 Gastronomiebetriebe.

			2002	2001	Veränderung in %
M + T/SinnLeffers	Filialen	Anzahl	53	48	-
	Umsatz	Mio. €	592,2	598,7	-1,1
	Verkaufsfläche	qm	242.799	230.332	5,4
Wehmeyer	Filialen	Anzahl	47	35	-
	Umsatz	Mio. €	191,2	197,8	-3,4
	Verkaufsfläche	qm	84.810	70.165	20,9
Runners Point	Filialen	Anzahl	114	111	-
	Umsatz	Mio. €	86,4	79,1	9,3
	Verkaufsfläche	qm	13.478	12.887	4,6
Golf House	Filialen	Anzahl	17	14	-
	Umsatz	Mio. €	20,0	21,1	-5,4
	Verkaufsfläche	qm	5.209	4.074	27,9
Schaulandt	Filialen	Anzahl	19	21	-
	Umsatz	Mio. €	161,8	205,5	-21,2
	Verkaufsfläche	qm	41.419	43.665	-5,1
WOM	Filialen	Anzahl	14	14	-
	Umsatz	Mio. €	42,9	46,6	-8,1
	Verkaufsfläche	qm	11.097	11.097	-
Le Buffet	Filialen	Anzahl	30	34	-
	Umsatz	Mio. €	37,7	42,7	-11,7
	Verkaufsfläche	qm	19.056	20.734	-8,1
Gesamt	Filialen	Anzahl	294	277	-
	Umsatz	Mio. €	1.132,2	1.191,5	-5,0
	Überleitung	Mio. €	-1,9	-5,9	-
	Umsatz	Mio. €	1.130,3	1.185,6	-4,7
	Verkaufsfläche	qm	417.868	392.954	6,3

Geschäftsentwicklung

Umsatzentwicklung:

Klare Profilierung begrenzt Rückgang

Die Fachgeschäfte erzielten einen Umsatz von 1,13 Mrd. € (1,19 Mrd. € im Vorjahr). Dies entspricht einem Minus von 4,7%.

Im Sportbereich verzeichnete Runners Point einen nahezu zweistelligen Umsatzzuwachs. Deutlich besser als die entsprechende Konsumfeldentwicklung im Warenhaus verlief der Umsatz der im Bereich Fashion positionierten Fachgeschäfte. Sowohl SinnLeffers als auch Wehmeyer konnten die Umsatzeinbußen begrenzen.

Insgesamt wurde die von den 294 Fachgeschäften betriebene Verkaufsfläche auf rund 418.000 qm vergrößert. Dies entspricht einem Plus von 6,3%. Der Flächenzuwachs konzentrierte sich ausschließlich auf die Wachstumssegmente Fashion und Sport.

Ertragslage:

Multimedia und Fashion belasten

Das Ergebnis (EBTA) der Fachgeschäfte beträgt minus 98,3 Mio. €. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einem Ergebnisrückgang von 68,1 Mio. €. Nach Flexibilisierungskosten in Höhe von 21 Mio. € beläuft sich der Ergebnisrückgang auf 47,1 Mio. €. Ausschlaggebend waren insbesondere der deutliche Ergebnisrückgang im Bereich Multimedia (Schaubild) sowie der starke Wettbewerb im Fashion-Bereich.

AUSBLICK

Unwägbarkeiten im Konjunkturverlauf

Zahlreiche Unwägbarkeiten im Konjunkturverlauf und die weiter anhaltende, hohe Verunsicherung der Verbraucher werden unverändert dämpfend auf den Konsum wirken. Die Reduzierung der verfügbaren Einkommen aufgrund der zum Jahresbeginn wirksam gewordenen Steuer- und Abgabenerhöhungen

unterstützen zusätzlich die hohe Preisorientierung der Verbraucher bei gleichzeitiger Konsumzurückhaltung.

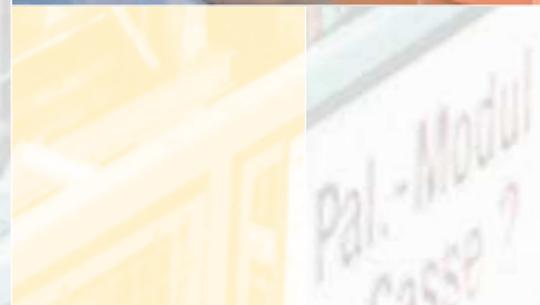
Gesetzes-Reformvorhaben werden auf die Geschäftsentwicklung des stationären Einzelhandels Einfluss nehmen. Die Aufhebung der starren Regelungen zu den Schlussverkäufen, aber auch die Änderungen im Ladenschlussgesetz bieten Chancen für eine zusätzliche Profilierung beim Verbraucher.

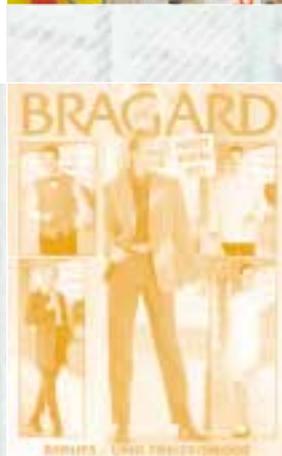
Karstadt wird die Prozessoptimierung und das strikte Kostenmanagement auf allen Ebenen konsequent fortentwickeln.

Das Marketing-Budget wird im Geschäftsjahr 2003 deutlich ausgeweitet. Neben groß angelegten Aktionen und der Verstärkung des personalisierten Marketings bildet die Profilierung der Marke Karstadt hier einen Schwerpunkt. Dafür haben wir im Jahr 2002 bereits wesentliche Voraussetzungen geschaffen.

Die im November 2002 vorgestellte Strategie der größtenbedingt unterschiedlichen Fortentwicklung der Warenhäuser wird vorangetrieben. Die rund 100 großen Warenhäuser werden zu Erlebniswelten entwickelt. Dabei werden die hochmargigen Branchen Fashion, Sport und Personality in Fläche und Angebot ausgebaut und ihr Auftritt stärker emotionalisiert. Eine noch zielgruppenorientiertere Marken- und Eigenmarkenpolitik, verbunden mit einer hohen Dienstleistungsorientierung, differenziert die Erlebniswelten mittelfristig im Wettbewerb deutlich.

Für die kleinen Warenhaus-Standorte mit Flächen von weniger als 8.000 qm wird ein bedarfsgerechtes Geschäftssystem umgesetzt. Ihre Nahversorgerfunktion steht dabei im Vordergrund. Die Sortimente werden fokussiert und der Qualitäts-Preis-Mix ausgewogen gestaltet. Mietpartner mit frequenzstarkem Sortiment werten die Standortbedeutung der kleineren Filialen bis hin zur lokalen Marktführerschaft auf.





Kennzahlen Versandhandel

			2002	2001	Veränderung in %
Umsatzentwicklung	Umsatz	Tsd. €	8.229.015	7.812.683	5,3
	davon Auslandsumsatz	Tsd. €	1.798.249	1.743.238	3,2
	Auslandsanteil	in %	21,9	22,3	-
Ertragslage	EBTA	Tsd. €	154.051	117.270	31,4
	EBTA-Marge	in %	1,9	1,5	-
	EBT	Tsd. €	115.635	103.737	11,5
	EBT-Marge	in %	1,4	1,3	-
	Eigenkapital	Tsd. €	596.506	617.442	-3,4
	Nettofinanzverschuldung	Tsd. €	1.962.632	1.681.537	16,7
	Capital Employed	Tsd. €	2.559.138	2.298.979	11,3
	Return on Capital Employed	in %	7,4	8,6	-
Sonstige Angaben	Investitionen	Tsd. €	259.129	304.640	-14,9
	Abschreibungen (ohne Firmenwert)	Tsd. €	139.257	125.010	11,4
	Brutto-Cash Flow	Tsd. €	394.160	431.651	-8,7
	Vollzeitarbeitskräfte im Jahresdurchschnitt	Anzahl	28.557	30.007	-4,8

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

2,5% Wachstum im deutschen Versandhandel

Der deutsche Versandhandelsmarkt konnte sich im Jahr 2002 deutlich von der Konsumschwäche abkoppeln und wuchs um 2,5%. Preisbereinigt betrug das Wachstum 2%. Damit erreichte der Versandhandel in Deutschland ein Marktvolumen von nominal 20,8 Mrd. €, nach 20,3 Mrd. € im Vorjahr. Der Anteil des Versandhandels am deutschen Einzelhandel im engeren Sinne stieg von 5,4% in 2001 auf 5,6% im Berichtsjahr.

Deutschland nach den USA der größte Versandhandelsmarkt der Welt

Deutschland ist nach den USA der größte Versandhandelsmarkt der Welt. Der durchschnittliche Pro-Kopf-Versandumsatz der deutschen Verbraucher lag im Jahr 2002 bei rund 252 € (246 € im Vorjahr). Der deutsche Markt ist sehr wettbewerbsintensiv. Wenigen Universalanbietern steht eine hohe Zahl spezialisierter Versandunternehmen gegenüber.

Strategie und Positionierung

Hohe Kompetenz im

Universal- und Spezialversand

Das Geschäftsfeld Versandhandel deckt mit den beiden Kernmarken Quelle und Neckermann sowie deren rund 140 nationalen und internationalen Tochtergesellschaften die komplette Bandbreite des Universal- und Spezialversands in Europa ab.

Die Quelle AG (Fürth) ist mit Abstand Marktführer in Deutschland. Die Neckermann Versand AG (Frankfurt/Main) belegt Platz 3 im deutschen Versandhandel. Quelle und Neckermann halten gemeinsam einen Marktanteil von über 30% am deutschen Versandhandelsmarkt.

Quelle und Neckermann veröffentlichten im Berichtsjahr europaweit 1.033 verschiedene Kataloge in einer Auflage von 811 Mio. Exemplaren. Die beiden Universalversender verschickten im In- und Ausland 520 Kataloge in einer Auflage von 618 Mio. Exemplaren. Die 22 Spezialversender publizierten 513 Kataloge, die in einer Auflage von 193 Mio. Exemplaren an die Kunden gingen.

Quelle profiliert sich insbesondere in den Bereichen klassische Damenoberbekleidung, textile Standardwaren, Technik und Möbel. Quelle ist in Deutschland der umsatzstärkste Anbieter von Küchen und mit seinen Eigenmarken unter anderem die Nummer 1 in den Warengruppen Waschmaschinen, Elektrostand-, Kühl- und Gefriergeräte.

Neckermann fokussiert vor allem auf Mode, große Größen sowie Wohnen und spricht mit seiner Leistungspalette und dem emotionalen Marketingansatz eine im Durchschnitt jüngere Kundengruppe an.

Quelle und Neckermann:

Zusammenarbeit und Neupositionierung

Seit Beginn des Geschäftsjahres 2002 arbeiten die Quelle AG und die Neckermann Versand AG unter einer gemeinsamen Führung.

Der gemeinsame Vorstand sieht es als vorrangige Aufgabe an, die im 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm verankerte Zusammenarbeit der beiden Versender voranzutreiben, um den Unternehmen Vorteile im Wettbewerb zu verschaffen. Bei strikter Aufrechterhaltung der Zwei-Marken-Strategie sollen durch gemeinsame Aktivitäten möglichst kurzfristig und nachhaltig zusätzliche Umsatz-, Ertrags- und Kostensenkungs-Potenziale realisiert werden. Zur Nutzung von Synergievorteilen schaffen wir für beide Unternehmensgruppen einheitliche Abwicklungs- und Back-Office-Prozesse.

Restrukturierungserfolge erzielen wir insbesondere aus der effizienteren Zusammenarbeit in den Wertschöpfungsketten Marketing, Vertrieb und Beschaffung, Logistik sowie IT. Im Berichtsjahr summierten sich diese auf gut 52 Mio. €. Für das Geschäftsjahr 2003 erwarten wir Kostensenkungen von mindestens 96 Mio. € gegenüber dem Ausgangsjahr.

Internationale Präsenz in 22 Ländern

KarstadtQuelle ist mit seinen Versandunternehmen in 20 Ländern Europas sowie in Japan und in den USA präsent. Die Kunden werden jeweils mit landesspezifischen Katalogangeboten angesprochen. Pro Saison veröffentlichen die Gesellschaften einen Hauptkatalog sowie – abhängig von der Größe des jeweiligen Marktes – ergänzende Spezialkataloge und Sonderprospekte. Das Sortiment ist jeweils konsequent auf das Marktvolumen und die Versandaffinität der Bevölkerung ausgerichtet.

Große Sortimentsversender mit breit gefächerten Angeboten aus Mode, Technik und Hartwaren sind beispielsweise in Österreich, Frankreich, Belgien und den Niederlanden vertreten, während in den Ländern Mittel-Ost-Europas der Textilanteil am Gesamtsortiment überwiegt.

Die Versandunternehmen von KarstadtQuelle sind in Deutschland, Österreich und der Schweiz, in Frankreich, Spanien, Belgien, Portugal, Italien, in den Niederlanden, Dänemark, Schweden, Finnland und Großbritannien, in der Tschechischen Republik, in der Slowakei und Polen, in Slowenien, Ungarn, Kroatien sowie in Bosnien und Herzegowina, in Japan und in den USA aktiv.

Internationalisierungsvorteile durch wechselseitige Systemnutzung

Wichtiger neuer Bestandteil der Internationalisierungsstrategie von Quelle und Neckermann ist die gemeinsame und wechselseitige Systemnutzung in den europäischen Märkten. Die Pionierrolle übernahm dabei Neckermann Schweiz. Zu Jahresbeginn 2003 hat Neckermann die Geschäftstätigkeit aufgenommen und nutzt die bestehende Infrastruktur von Quelle für den Aufbau des eigenen Versandgeschäftes. In nur fünf Monaten wurden alle Vorbereitungen für den Markteintritt getroffen. Zum Start der Frühjahr-/Sommer-Saison 2003 verschickte Neckermann die ersten 200.000 Kataloge an die Schweizer Haushalte und eröffnete ein landesspezifisches Shopping-Portal im Internet.

Die neue Strategie bietet viele Vorteile: Investitionen in den Bau von kostenintensiven Lager- und Büroflächen entfallen. Gleiches gilt für Personal und EDV-Systeme. Quelle und Neckermann können – im Vergleich zu den sonst üblichen Vorlaufzeiten im internationalen Versandgeschäft – nahezu aus dem Stand starten, sich auf Marketing und Vertrieb konzentrieren und zügig Umsätze generieren, ohne hohe Anlaufinvestitionen tätigen zu müssen.

Wir werden diesen strategischen Vorteil weiter nutzen. Quelle vollzieht im Geschäftsjahr 2003 den Markteintritt in den Niederlanden und in Kroatien und greift dabei auf die Infrastruktur von Neckermann zurück. Die Expansion in weitere Länder ist in der Planung.

Segmententwicklung

Umsatzentwicklung:

5,3% Wachstum trotz Konsumflaute

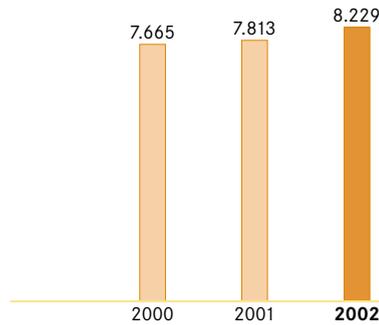
Die neue Attraktivität unseres Versandhandels – ob über die klassischen Versandbestellwege oder das Internet – hat im Berichtsjahr die Geschäftsentwicklung von Quelle und Neckermann positiv beeinflusst. So konnte das Geschäftsfeld Versandhandel das Wachstumstempo beschleunigen und weitere Marktanteile dazugewinnen.

Nach einem Umsatzwachstum von 1,9% im Geschäftsjahr 2001 erhöhte sich die Zuwachsrate im Berichtsjahr auf 5,3%. Mit einem Umsatz von 8,23 Mrd. € (7,81 Mrd. € im Vorjahr) ist der Versandhandel erstmals das umsatzstärkste Geschäftsfeld des KarstadtQuelle-Konzerns.

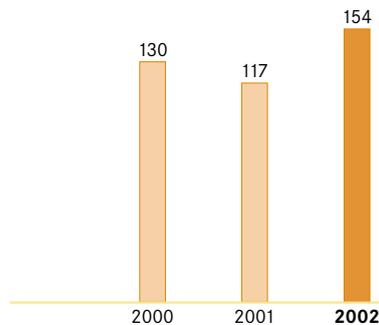
Positiv entwickelten sich die beiden Segmente Universalversand und Spezialversand. Der Universalversand mit den beiden Kernmarken Quelle und Neckermann konnte den Umsatz um 5,1% auf 6,83 Mrd. € steigern, während die 22 Spezialversender des Konzerns den Umsatz um insgesamt 6,4% auf 1,51 Mrd. € ausbauten.

Basis des Erfolgs – sowohl im Universal- als auch im Spezialversand – ist der starke Anstieg der Neukunden.

Umsatz in Mio. €



EBTA in Mio. €



Auslandsumsatz:**Überwiegend positive Entwicklung**

Die Auslandsgesellschaften von Quelle und Neckermann erzielten einen Umsatz von 1,8 Mrd. € (1,74 Mrd. € im Vorjahr). Dies entspricht einem Anstieg um 3,2%.

Quelle erzielte in allen Ländern Mittel-Ost-Europas sowie in der Schweiz hohe Umsatzzuwächse. Die Quelle Frankreich-Gruppe mit ihren Gesellschaften in Frankreich, Spanien, Portugal und Belgien sowie Quelle Österreich konnten den Vorjahresumsatz in einem schwierigen Umfeld nicht halten.

Die Neckermann-Auslandsgesellschaften in Österreich, Mittel-Ost-Europa, Belgien und den Niederlanden weisen durchweg Umsatzzuwächse aus. Lediglich die französische Tochtergesellschaft blieb hinter dem Vorjahr zurück.

Ertragslage: Quelle mit positivem Einfluss

Das Geschäftsfeld Versandhandel erzielte im Geschäftsjahr 2002 ein Ergebnis (EBTA) in Höhe von 154,1 Mio. € (117,3 Mio. € im Vorjahr). Quelle weist eine außerordentlich positive Ergebnisentwicklung auf. Das Ergebnis ist insgesamt durch Einmalkosten für Flexibilisierung in Höhe von 33,1 Mio. € außerordentlich belastet. Diese wendeten wir für den gleitenden Übergang in den Vorruhestand (Altersteilzeit) auf. Weitere Sonderbelastungen entstanden durch außerplanmäßige Abschreibungen

auf einzelne Immobilien im Zuge ihrer konzerninternen Ausgliederung in den Geschäftsbereich Immobilien. Positiv wirkte sich der Veräußerungsgewinn aus 30% der Gesellschaftsanteile an der KARSTADT QUELLE Financial Services GmbH in Höhe von 36 Mio. € aus.

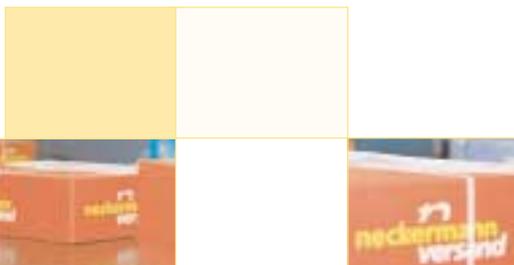
Investitionen:**Neckermann-Hightech-Retourenlager fertig gestellt**

Die Investitionen erreichten im Berichtsjahr ein Volumen von 259,1 Mio. € gegenüber 304,6 Mio. € im Vorjahr.

Einen Schwerpunkt bei den Investitionen und Sachanlagen bildete der Logistik-Neubau am Stammsitz von Neckermann in Frankfurt/Main. Das Bauvorhaben, eines der größten in der über 50-jährigen Unternehmensgeschichte, wurde nach einer Bauzeit von 24 Monaten im Juni 2002 fertig gestellt. Mit einem Investitionsvolumen von 45 Mio. € entstand ein logistischer Hightech-Betrieb für die Retourenabwicklung, der wesentlich die Wirtschaftlichkeit in zentralen logistischen Abläufen verbessert und die Wettbewerbsfähigkeit von Neckermann nachhaltig stärkt.

Weitere Investitionsschwerpunkte bildeten die E-Commerce-Portale, der Ausbau der Internet-Bestellsysteme, die Customer-Care-Organisation sowie die Belieferungslogistik der Auslandsstandorte.

Die Finanzinvestitionen wurden insbesondere für den weiteren Ausbau des strategischen Wachstumsfeldes Spezialversand eingesetzt.



Das Geschäftsjahr 2002 im Überblick

Versand voll im Trend:

„modern, bequem und innovativ“

Die positive Entwicklung des Geschäftsfeldes Versandhandel in einer der tiefsten Krisen des deutschen Einzelhandels zeigt eines deutlich: Die KarstadtQuelle-Versender gehören zu den Gewinnern des Strukturwandels in Deutschland. Unser Versandhandel ist „in“ und liegt „voll im Trend“; er ist innovationsstark, kundenfreundlich und zeitgemäß. Die konsequente, kundenorientierte Umsetzung vielfältiger Qualitätsmerkmale ist der Grund für diese Firmenkonjunktur.

Ein Musterbeispiel für die Innovationsfähigkeit der Branche ist die schnelle und sehr erfolgreiche Adaption des Internets in das eigene Geschäftsmodell: Online-Shopping ist zur modernen Variante des klassischen Versandhandels und damit zu einer weiteren Domäne der großen Universalversender geworden.

Die Gründe für die hohe Attraktivität unseres Versandhandels liegen insbesondere im Servicegrad und in vielfältigen Convenience-Faktoren: Der Kunde kauft, wenn ihm danach ist, unabhängig von Ladenschlusszeiten, rund um die Uhr. Er kann Sortiments- und Serviceberatung am Telefon oder im Internet in Anspruch nehmen. Die Lieferung erfolgt rasch und zuverlässig ins eigene Haus.

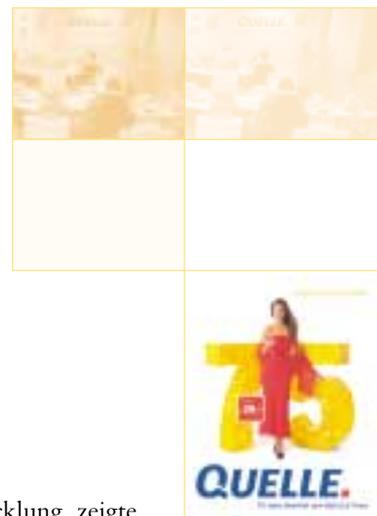
Produktbetreuung nach dem Kauf ist ebenso selbstverständlich wie die umweltgerechte Rücknahme und Entsorgung für technische Altgeräte. Von Ratenzahlung bis zum Einkaufskonto kann der Kunde zudem zwischen allen Möglichkeiten moderner Zahlungsabwicklung wählen.

Die Warenvielfalt im Versandhandel ist einmalig. Die Kataloge vereinen – in ansprechendem Layout und übersichtlich strukturiert – das Warenangebot einer gesamten Fußgängerzone. Inclusive der Spezialversender kommt die Warenwelt einer kompletten Innenstadt ins Haus. Durch den hohen Servicegrad in Prozessen, Systemen und Call-Centern sowie dank der ausgereiften Logistik haben sich Quelle und Neckermann konsequent auf die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet. Als besondere Kaufanreize wirken das ausgewogene Preis-Leistungs-Verhältnis, die Preistransparenz und Preissicherheit.

Die Verbraucher genießen in unserem Versandhandel ein hohes Maß an Freiheit und Bequemlichkeit, das sie in anderen Einzelhandelsformaten in diesem Umfang meist nicht erfahren. Wir zielen mit ständigen Optimierungsmaßnahmen in den Geschäftssystemen darauf ab, diesen Vorsprung auch in Zukunft weiter auszubauen.

Quelle-Jubiläum rekordverdächtig

Eine herausragende Geschäftsentwicklung zeigte Quelle in ihrem Jubiläumsjahr. Die Reaktion der Kunden auf die unter dem Motto „75 Jahre Qualität zum Quelle-Preis“ gestarteten Marketingaktivitäten



hat unsere Erwartungen weit übertroffen. Im erfolgreichsten Geschäftsjahr seit dem Wiedervereinigungsboom Anfang der 90er-Jahre konnten wir den Bestand an aktiven Kunden deutlich erhöhen und die Anzahl der Bestellungen um über 10% auf 37,5 Mio. Aufträge steigern. Gleichzeitig erhöhte sich auch der durchschnittliche Bestellwert.

Gegen den negativen Markttrend konnte Quelle in allen Sortimentsschwerpunkten hohe Zuwächse und Marktanteilsgewinne realisieren. Sowohl die Textil- als auch die Technik- und Hartwarensortimente verzeichneten zweistellige Wachstumsraten.

Besonders erfolgreich entwickelten sich die neu gestalteten und strukturierten Modeangebote in den beiden Haupt- und Spezialkatalogen sowie die Quelle-Eigenmarken wie Privileg, Universum oder Revue.

Quelle zählt zu den wenigen Großunternehmen im deutschen Einzelhandel, die im Krisenjahr 2002 den Umsatz deutlich ausbauen konnten. Im Zuge der erfolgreichen Geschäftsentwicklung hat Quelle als Marktführer den Vorsprung vor den relevanten Wettbewerbern weiter vergrößert.

Günther Jauch – neuer Markenrepräsentant der Quelle AG

Günther Jauch, einer der populärsten deutschen Fernsehmoderatoren, ist mit Start der Frühjahr-/ Sommer-Saison 2003 neuer Quelle-Markenrepräsentant. Er verkörpert exakt die Werte, die mit dem Unternehmen verbunden sind, wie Vertrauen, Seriosität, Qualität und Zuverlässigkeit. Günther Jauch kann diese den Verbrauchern mit hoher Glaubwürdigkeit und Authentizität vermitteln.

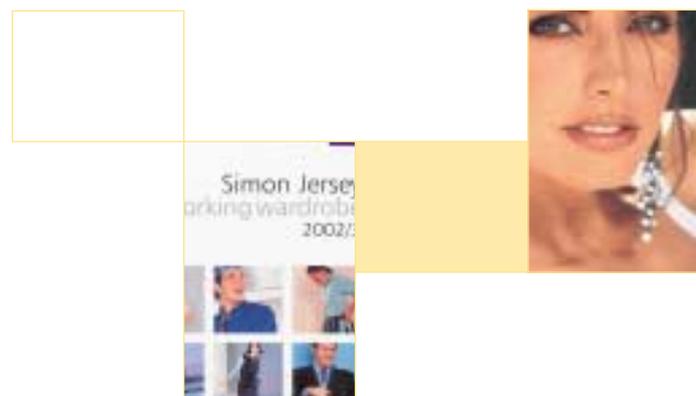
Vertriebs- und Marketingoffensive bei Neckermann

Nachdem Neckermann im ersten Halbjahr 2002 spürbare Umsatzrückgänge verzeichnete, konnten wir als Folge einer effektiven Vertriebs- und Marketingoffensive im Herbst 2002 wieder deutliche Zuwächse verbuchen. Dies ist besonders auf die Herausgabe von zusätzlichen Mailings und Spezialkatalogen zurückzuführen.

Zweitgrößter Spezialversender für Berufsbekleidung in England übernommen

Mit Wirkung vom 1. Januar 2002 übernahmen wir den zweitgrößten britischen Spezialversender für Berufsbekleidung, die Simon Jersey Group Ltd. Die Akquisition ist die konsequente Fortsetzung der Expansion im Wachstumfeld Spezialversand und baut die Marktführerschaft im europäischen Versand für Berufsbekleidung weiter aus. Gleichzeitig wurde ein Standbein in Großbritannien geschaffen, das wir zur weiteren Expansion nutzen.

Simon Jersey zählt zu den renommiertesten britischen Anbietern für Berufsbekleidung mit modischem Anspruch. Das Sortiment besteht überwiegend aus Eigenentwicklungen des hauseigenen Designerteams. Simon Jersey beliefert insbesondere Kunden aus der Dienstleistungsbranche und dem Gesundheitssektor.



Hohe Wachstumsraten in Mittel-Ost-Europa

Die Länder Mittel-Ost-Europas sind für die Versandunternehmen des KarstadtQuelle-Konzerns bedeutende strategische Zukunftsmärkte. In fünf der sieben Reformländer sind die KarstadtQuelle-Versender bereits Marktführer. Der Marktanteil in diesen Ländern liegt bei rund 50%. Mit einem Umsatzplus von 35% auf 77 Mio. € zeigten die mittel-ost-europäischen Landesgesellschaften von Quelle im Geschäftsjahr 2002 eine hohe Wachstumsdynamik, die sich auch positiv auf das Ergebnis ausgewirkt hat. Die Landesgesellschaften von Neckermann wuchsen ebenfalls zweistellig und steigerten den Umsatz um 17% auf 56 Mio. €.

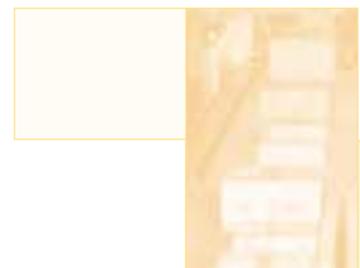
Quelle verfügt über fünf Tochtergesellschaften in Mittel-Ost-Europa – in der Tschechischen Republik und der Slowakei, in Ungarn, Slowenien und Polen. Zudem exportiert Quelle Katalogwaren nach Russland, Estland, Litauen und Kroatien.

Quelle hat im Berichtsjahr das Wachstum im renditestarken russischen Versandhandelsmarkt forciert und die Zahl der Vertriebsbüros in der Russischen Föderation sukzessive auf sechs erhöht. Standorte sind Moskau, St. Petersburg, Archangelsk, Jekaterinenburg sowie Wladiwostok und Chabarowsk.

Auf eine vergleichbare Erfolgsgeschichte kann Neckermann verweisen. Neckermann ist in der Tschechischen Republik und der Slowakei, in Ungarn, Polen, Slowenien, Kroatien sowie in Bosnien und Herzegowina vertreten.

E-Commerce wächst weiter stark

Der KarstadtQuelle-Konzern erzielte mit ihren über 60 Shopping- und Informationsportalen im Jahr 2002 eine Online-Nachfrage von 1,24 Mrd. €. Gegenüber dem Jahr 2001 mit einem Bestellwert von 814 Mio. € entspricht dies einem Zuwachs von 53%. Den überwiegenden Teil der Online-Nachfrage erzielten die Versandhandelsgesellschaften. Das Shopping-Portal „quelle.de“ registrierte im 4. Quartal 2002 gegenüber dem Vorjahreszeitraum einen Anstieg der Visits um 85%, „neckermann.de“ sogar um über 100%. Durch E-Commerce erschließen wir zusätzliche Käuferschichten. Dies gilt insbesondere für jüngere Kunden. Rund 40% der Käufer bei „neckermann.de“ waren Neukunden des Versandunternehmens.



Kennzahlen Universalversand

			2002	2001	Veränderung in %
Umsatzentwicklung	Umsatz	Tsd. €	6.825.167	6.496.201	5,1
	davon Auslandsumsatz	Tsd. €	1.332.515	1.389.697	-4,1
	Auslandsanteil	in %	19,5	21,4	-
Ertragslage	EBTA	Tsd. €	91.830	54.644	68,1
	EBTA-Marge	in %	1,4	0,8	-
	EBT	Tsd. €	87.047	51.923	67,7
	EBT-Marge	in %	1,3	0,8	-
Sonstige Angaben	Vollzeitarbeitskräfte im Jahresdurchschnitt	Anzahl	22.988	24.951	-7,9

Positionierung

Hauptkataloge sind das effizienteste Werbemittel

Mit bis zu 1.500 Seiten Umfang sind die Hauptkataloge die wesentlichen Umsatz- und Ergebnisträger des Universalversandes von Quelle und Neckermann. Die Gesamtauflage der 520 Haupt- und ergänzenden Spezialkataloge in 15 europäischen Ländern betrug 618 Mio. Exemplare. Rund die Hälfte aller deutschen Haushalte informierte sich in der Frühjahr-/Sommer-Saison 2002 über das umfangreiche Sortiment der Quelle- und Neckermann-Hauptkataloge. Angesichts der umfassenden Haushaltsabdeckung und der halbjährigen Verkaufssaison sind die Hauptkataloge nach wie vor das profitabelste Werbemittel im Sortimentsversand.

Geschäftsentwicklung

Umsatzentwicklung: Plus 5,1%

Im Universalversand (Geschäft mit den Hauptkatalogen) erzielten die Versender einen Umsatz von 6,83 Mrd. € (6,5 Mrd. € im Vorjahr). Dies entspricht einem Zuwachs von 5,1%. Unsere Versender konnten ihre Marktführerschaft in Deutschland damit deutlich ausbauen. Der Universalversand steuerte gegenüber dem Vorjahr unverändert 82% zum Gesamtumsatz des Geschäftsbereichs Versandhandel bei.

Ertragslage: Deutliche Ergebnisverbesserung

Das Ergebnis (EBTA) im Universalversand stieg um 68,1% auf 91,8 Mio. € (54,6 Mio. € im Vorjahr). Diese positive Entwicklung reflektiert unter anderem den Erfolg der Aktionen zum 75-jährigen Quelle-Jubiläum. Sondereffekte (Flexibilisierungskosten, außerplanmäßige Abschreibungen auf Immobilien sowie der Veräußerungsgewinn aus Gesellschaftsanteilen) sind saldiert mit einer Ergebnisbelastung in Höhe von 18 Mio. € enthalten.

Kennzahlen Spezialversand

			2002	2001	Veränderung in %
Umsatzentwicklung	Umsatz	Tsd. €	1.511.943	1.420.804	6,4
	davon Auslandsumsatz	Tsd. €	497.259	353.541	40,7
	Auslandsanteil	in %	32,9	24,9	-
Ertragslage	EBTA	Tsd. €	66.615	61.919	7,6
	EBTA-Marge	in %	4,4	4,4	-
	EBT	Tsd. €	32.982	51.107	-35,5
	EBT-Marge	in %	2,2	3,6	-
Sonstige Angaben	Vollzeitarbeitskräfte im Jahresdurchschnitt	Anzahl	5.568	5.056	10,1

Positionierung

Spezialversand bleibt auf Wachstumskurs

Die 22 Spezialversender besetzen in ihren jeweiligen Angebotssegmenten herausragende Positionen. Sie sind unter anderem in den Bereichen Mode, Berufsbekleidung, Haus- und Heimtierbedarf sowie Werbeartikel tätig. Die Spezialisten weisen einen hohen Internationalisierungsgrad auf.

Die Einzelhandelskonjunktur in Europa erschwerte im Berichtsjahr insbesondere den Modeversendern das Geschäft. Dennoch blieben die meisten der Spezialversender unverändert auf Wachstumskurs. Umsatzzuwächse erzielten insbesondere Happy Size, Bon' A Parte, die Mercatura-Gruppe, Walz, Saalfrank, Afibel, Hess Natur, die TryStyle-Gruppe und die animal24-Gruppe. Ein vermindertes Geschäftsvolumen weisen Krähe, Mode & Preis und Elégance auf.

Geschäftsentwicklung

Umsatzentwicklung: Plus 6,4%

Der Spezialversand verzeichnete erneut eine gute Entwicklung und steigerte den Umsatz um 6,4% auf 1,51 Mrd. € (1,42 Mrd. € im Vorjahr).

Der Spezialversand trägt unverändert 18% zum Gesamtumsatz des Versandhandels bei.

Ertragslage: 7,6% Wachstum

Das Ergebnis (EBTA) stieg von 61,9 Mio. € auf 66,6 Mio. €. Dies entspricht einem Zuwachs von 7,6%. Ausschlaggebend waren hauptsächlich die Ergebnisverbesserungen im Fashion-Bereich, insbesondere bei Happy Size, Madeleine und Elégance. Der Rückgang des Ergebnisses vor Ertragsteuern (EBT) um 35,5% auf 33 Mio. € beruht auf außerplanmäßigen Firmenwertabschreibungen.

AUSBLICK

Gute Voraussetzung für weiteres Wachstum im Geschäftsjahr 2003

Der Versandhandel hat deutlich an Attraktivität gewonnen. Quelle und Neckermann haben auf Basis der im Berichtsjahr gestarteten Marketing- und Vertriebsoffensive ihre Kundenbasis nachhaltig gestärkt. Gleichzeitig konnten wir eine Vielzahl neuer Kunden gewinnen. Dies sollte die solide Grundlage für eine positive Entwicklung im Geschäftsjahr 2003 sein.

Vier-Hebel-Strategie für weiteres Wachstum im Rahmen der Konzernstrategie 2003+

Wir werden das Geschäftsfeld Versandhandel in den kommenden Jahren konsequent fortentwickeln. Die Strategie basiert auf vier Kernelementen:

1. Weiterentwicklung des Universalversandes
2. Ausbau des Spezialversandes
3. Forcierung des Auslandswachstums und
4. Expansion im E-/TV-Commerce

1. Weiterentwicklung Universalversand

Die eingeleiteten Optimierungsmaßnahmen zur allgemeinen Sicherung der Ertragskraft der Versender führen wir konsequent fort. Dazu gehören beispielsweise die Bereinigung von unprofitablen Randsortimenten oder die Vereinheitlichung der Geschäftssysteme. Darüber hinaus gestalten wir die Entwicklung des Universalversandes, sowohl in Deutschland als auch in Europa, vor allem mit drei Maßnahmen.

a) Schärfung der Markenprofile

Historisch bedingt sind Quelle und Neckermann im Inlandsmarkt in Teilbereichen ähnlich positioniert. Die Zwei-Marken-Strategie ist aus Wettbewerbsgründen unverzichtbar. Um deren Erfolg langfristig abzusichern, grenzen wir mit Beginn der Frühjahr-/Sommer-Saison 2003 die Profile der beiden Versender noch schärfer voneinander ab. Quelle und Neckermann haben deshalb Offensiven gestartet, beispielsweise im Marketing, um ihre unterschiedliche Positionierung und Philosophie im Wettbewerb zu verdeutlichen.

Im Markt der austauschbaren Marken und Angebote sucht der Verbraucher zunehmend Anbieter mit klarem Profil. Dies entspricht dem Wunsch nach Orientierung, vor allem aber nach Überschaubarkeit, Berechenbarkeit und Glaubwürdigkeit.

Auf diesen Erkenntnissen beruht die neue Marketingstrategie von Quelle. Mit zielgruppenorientierten Sortiments- und Vertriebsmaßnahmen erhebt Quelle den Anspruch, in ihren Produktfeldern der jeweilige Referenzanbieter zu sein. Die Werbebotschaft lautet „Quelle gibt Orientierung“; das Angebot an die Kunden heißt: „Erst mal sehn, was Quelle hat!“

Die neue Quelle-Marketingstrategie wird zusätzlich durch die Partnerschaft mit Günther Jauch gestärkt.

Die Neupositionierung von Neckermann erfolgt unter dem Motto „Neckermann lässt Deutschland träumen“. Im Mittelpunkt der Marketing- und Vertriebsoffensive 2003 steht das „Traumpaket“, das den Slogan „Neckermann macht's möglich“ zeitgemäß interpretiert. Das Image von Neckermann als Versender mit ausgeprägtem Preis-Leistungs-Verhältnis wird ergänzt durch die Kompetenz als Dienstleister für das Entwickeln und Versenden von attraktiven

„TraumPaketen“. Mit dem „TraumPaket“ verleiht Neckermann dem Versandkauf in Deutschland eine neue, emotionale Note.

b) **Modulbildung**

Quelle und Neckermann werden ihr Angebot in den Hauptkatalogen flexibler und kostengünstiger gestalten. Die Hauptkataloge enthalten künftig neben einem Basissortiment kundenspezifische Ergänzungsmodule, die je nach Kundengruppe variieren können.

c) **Ausbau der Multibranding- und Multimatching-Konzepte**

Multibranding und Multimatching sind die entscheidenden Wachstumstreiber im Universalversand der Zukunft. Im Rahmen von Multibranding nutzen wir bestehende erfolgreiche Katalogkonzepte, um diese unter einer weiteren Marke anzubieten. Multimatching kombiniert vorhandene Konzernressourcen zu einem völlig neuen Katalogkonzept.

Ein erfolgreiches Beispiel ist der Sportkatalog, der aus der Kooperation der Karstadt-Warenhäuser und Quelle entstanden ist. Diese Konzepte können wir ohne Reibungsverluste auch auf die internationalen Märkte übertragen. Beispielsweise hat Neckermann Schweiz im Februar 2003 den Sportkatalog veröffentlicht.

2. Weitere Spezialisierung

Mit einer jährlichen Wachstumsrate des Umsatzes von durchschnittlich rund 19% in den vergangenen drei Jahren zählt der Spezialversand zu den Wachstumsträgern. Die bewährte Doppelstrategie – organisches Wachstum und gezielte Akquisitionen – wird konsequent fortgesetzt.

3. Weitere Internationalisierung

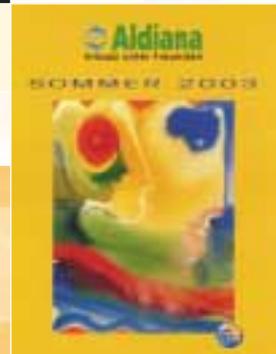
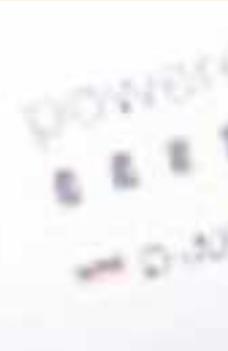
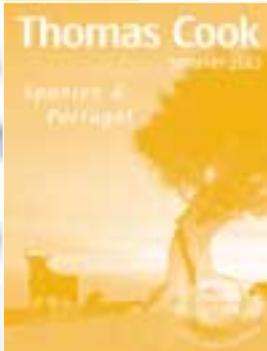
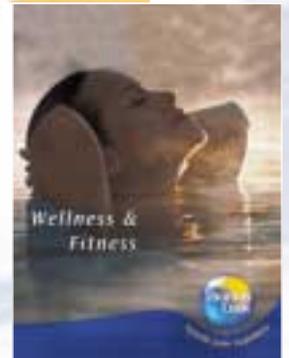
Sowohl im Universalversand als auch im Spezialversand wird die Internationalisierung von Quelle und Neckermann weiter verstärkt. Ziel ist es, den Auslandsanteil von rund 22% im Berichtsjahr auf mindestens 30% zu steigern. Wachstumsmärkte sind dabei insbesondere Großbritannien, Skandinavien und Mittel-Ost-Europa.

4. E- und TV-Commerce als Wachstumstreiber

Der Ausbau der sehr erfolgreichen E-Commerce-Aktivitäten wird weiter vorangetrieben. E-Commerce ist seit Mitte der 90er-Jahre fester Bestandteil der Vertriebsstrategien von Quelle und Neckermann: Online-Shopping ist zur modernen Variante des klassischen Versandhandels geworden. Reichweite, Akzeptanz und Nachfrage erreichen mittlerweile Werte, die den elektronischen Handel als einen weiteren, volumenstarken Vertriebsweg mit ausgezeichneten Zukunftsperspektiven fest etabliert haben. Die stark steigende Nachfrage unterstreicht dies eindrucksvoll.

Die starken Marken Quelle und Neckermann sind eine herausragende Grundlage für erfolgreiches Wachstum im TV-Commerce. Der Einbindung des TV-Commerce in das Multi-Channel-Netzwerk des Konzerns kommt künftig große Bedeutung zu. So hat beispielsweise Quelle bereits erfolgreiche Tests auf dem führenden TV-Shopping-Kanal Home Shopping Europe durchgeführt.





Kennzahlen Dienstleistungen

			2002	2001	Veränderung in %
Umsatzentwicklung	Umsatz	Tsd. €	1.303.169	1.123.350	16,0
Ertragslage	EBTA	Tsd. €	21.718	86.391	-74,9
	EBTA-Marge	in %	1,7	7,7	-
	EBT	Tsd. €	-27.255	54.712	-149,8
	EBT-Marge	in %	-2,1	4,9	-
	Eigenkapital	Tsd. €	538.146	576.394	-6,6
	Nettofinanzverschuldung	Tsd. €	118.376	240.029	-50,7
	Capital Employed	Tsd. €	656.522	816.423	-19,6
	Return on Capital Employed	in %	-	6,3	-
Sonstige Angaben	Investitionen	Tsd. €	179.557	227.639	-21,1
	Abschreibungen (ohne Firmenwert)	Tsd. €	46.302	43.942	5,4
	Brutto-Cash Flow	Tsd. €	100.386	55.535	80,8
	Vollzeitarbeitskräfte im Jahresdurchschnitt	Anzahl	5.436	3.748	45,0

Strategie und Positionierung

Dienstleistungssparten B2B und B2C

Das Geschäftsfeld Dienstleistungen wurde im Geschäftsjahr 2002 in die beiden Bereiche B2B und B2C untergliedert. B2B-Services, das Firmenkundengeschäft, fokussiert auf Informationsdienstleistungen, E- bzw. TV-Commerce, Logistik, Einkauf und IT. B2C-Services, das Geschäft mit Endkunden, umfasst Finanzdienstleistungen, Kundenkartenprogramme und Touristik.

Dienstleistungs-Strategie basiert auf zwei Säulen

Unsere Strategie im Dienstleistungsbereich basiert auf zwei Säulen. Zum einen werden vorhandene Assets aus den Handelssegmenten genutzt, zum anderen kooperieren wir mit Partnern, die zu den führenden Unternehmen in ihren Märkten gehören.

Mit täglich rund drei Millionen Besuchern im stationären Bereich, jährlich etwa 70 Mio. Bestellungen im Versand sowie 76 Mio. Internet-Visits im Jahr 2002 verfügt der KarstadtQuelle-Konzern über Kundenkontakte wie kaum ein anderes Unternehmen. Daneben zeichnet sich der Konzern durch bekannte und vertrauenswürdige Marken wie Karstadt, Quelle und Neckermann sowie durch eine hohe Fulfillment-Kompetenz aus. Diese Assets aus dem Handelsgeschäft nutzen wir eigenständig für neue Dienstleistungen.

Wenn es unter Rentabilitäts- und Synergiegesichtspunkten sinnvoll ist, arbeiten wir jedoch auch mit starken Partnern zusammen, wie der Deutsche Telekom AG, der Deutsche Lufthansa AG oder der ERGO Versicherungsgruppe AG. Diese Zwei-Säulen-Strategie sichert KarstadtQuelle attraktive Renditechancen und ermöglicht den Markteinstieg mit begrenzten Investitionen.

Strategie in den neuen Wachstumsfeldern konsequent umgesetzt

Der strategische Ausbau des Dienstleistungsgeschäftes ist wesentlicher Bestandteil der Neuausrichtung von KarstadtQuelle zum Handels- und Dienstleistungskonzern. In den neuen Wachstumsfeldern lag der Schwerpunkt im Jahr 2002 auf der konsequenten Strategieumsetzung.

Den Bereich Informationsdienstleistungen bündelten wir im Januar 2002 unter dem Dach der KARSTADT QUELLE Information Services GmbH. Im Mai 2002 nahm die KARSTADT QUELLE Financial Services GmbH ihren Betrieb auf. Sie bietet eine breite Palette von Bank- und Versicherungsdienstleistungen an, darunter auch eine MasterCard ohne Grundgebühr.

KarstadtQuelle-Kunden nutzen seit Juli 2002 das – zusammen mit der Deutsche Telekom AG betriebene – neue Kundenbonusprogramm „Happy-Digits“. Im November 2002 starteten wir im Bereich TV-Commerce den Vertrieb von Reiseprodukten unter dem Namen „Neckermann Urlaubswelt TV“.

In der Touristik mit Reisebüros und Thomas Cook bestens positioniert

Im Touristikgeschäft verfolgt KarstadtQuelle eine Doppelstrategie mit einem konzernweiten, eigenen Reisevertrieb und der Beteiligung an Thomas Cook, einem Global-Player auf der Produktseite.

Der KarstadtQuelle-Reisevertrieb zählt 433 Reisebüros der drei Marken Karstadt Reisebüro, Neckermann Urlaubswelt und Reise Quelle. Die Reisebüros sind Universalanbieter von Reisen und vertreiben Produkte aller namhaften deutschen

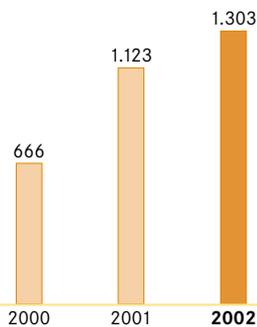
Veranstalter und nutzen insbesondere die Synergien zu Thomas Cook. KarstadtQuelle nimmt im Reisevertrieb in Deutschland – zusammen mit den Thomas Cook-Reisebüros – eine führende Marktposition in der Vermittlung von Privatreisen ein.

Die Thomas Cook AG, unser 50:50-Joint Venture mit der Deutsche Lufthansa, gehört weltweit zu den führenden Marktteilnehmern und ist als integrierter Tourismuskonzern entlang der gesamten Wertschöpfungskette gut positioniert. Die Touristikbranche sieht sich nach Jahren hoher Wachstumsraten derzeit in einem herausfordernden Marktumfeld. Thomas Cook hat sein Geschäftsmodell an die geänderten Marktbedingungen angepasst und gestaltet einen breit angelegten Restrukturierungsprozess mit Kapazitäts- und Kostenreduzierungen bei gleichzeitiger Neuausrichtung der Markenpolitik, die Thomas Cook als Marke für die gesamte Wertschöpfungskette positioniert. Die mittel- bis langfristigen Perspektiven des Touristikmarktes bewerten wir weiterhin positiv.

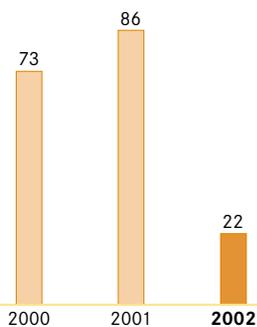
AUSBLICK

Im Jahr 2003 wird sich der Dienstleistungsbereich weiter gezielt durch organisches Wachstum, Partnerschaften und Akquisitionen verstärken sowie den Expansionskurs fortsetzen. Die KarstadtQuelle-Strategie der Diversifikation zum Handels- und Dienstleistungskonzern wird damit Schritt für Schritt umgesetzt.

Umsatz in Mio. €



EBTA in Mio. €



Segmententwicklung

Umsatzentwicklung: Plus 16%

Der Umsatz des Geschäftsbereiches Dienstleistungen (ohne Thomas Cook) stieg auf 1,3 Mrd. € (1,12 Mrd. € im Vorjahr). Dies entspricht einem Umsatzplus von 16%. Neben dem gestiegenen Auftragsvolumen der Optimus Logistics GmbH und der Profectis GmbH (technischer Kundendienst) wirkt sich die Bündelung der im Bereich Informationsdienstleistungen tätigen Gesellschaften in diesem Geschäftsbereich positiv auf den Umsatz aus.

Ertragslage: Thomas Cook belastet

Das Ergebnis (EBTA) des Dienstleistungsbereiches erreichte 21,7 Mio. €, nach 86,4 Mio. € im Vorjahr. Dies entspricht einem Rückgang um 64,7 Mio. €.

Das anteilige EBTA des Thomas Cook-Konzerns ging infolge der angespannten Situation in der Tourismusbranche um 86,1 Mio. € auf minus 23,9 Mio. € zurück (plus 62,2 Mio. € im Vorjahr).

Die übrigen Dienstleistungsgesellschaften steigerten ihr Ergebnis um 21,2 Mio. € auf 45,6 Mio. € (24,2 Mio. € im Vorjahr). Ausschlaggebend waren das gestiegene Geschäftsvolumen der KARSTADT QUELLE International Services AG (Importgesellschaft) sowie die erstmalige Einbeziehung mehrerer Gesellschaften im Bereich Informationsdienstleistungen in diesem Geschäftsfeld.

Die Dienstleistungssparten

B2B-Services (Firmenkundengeschäft)

Informationsdienstleistungen als

Wachstumssegment

Ein wichtiger Baustein der Wachstumsstrategie im Bereich Dienstleistungen ist die Gründung der KARSTADT QUELLE Information Services GmbH (KQIS) zu Beginn des Jahres 2002.

Basis des Geschäftsmodells sind die über Jahrzehnte erworbene Kompetenz sowie die umfassenden Informationen über die Kunden des Konzerns. So kann die KQIS ihren Geschäftskunden ein einzigartiges Leistungsspektrum über den gesamten Prozess der Kundenbeziehungen anbieten. Von der Kundenanalyse und den Neukunden-Gewinnungsmaßnahmen über die Bonitätsprüfung und Kundenbuchhaltung bis zum Einzug offener Forderungen ist die KQIS sowohl für Konzerngesellschaften als auch für externe Unternehmen tätig.

Neben Einzellösungen in den Bereichen Marketing-, Risiko- und Forderungsmanagement ermöglichen ganzheitliche Lösungsansätze über den kompletten Kundenbeziehungsprozess hinweg die Realisierung bislang ungenutzter Kundenpotenziale. Dabei werden die Beziehungen des Unternehmens zu seinen Endkunden eingehend analysiert und auf dieser Basis die Umsetzung der identifizierten Potenziale realisiert. Diese ganzheitlichen Lösungen sind ein wichtiger Wettbewerbsvorteil der KQIS.

Der Markt für Informationsdienstleistungen ist wachstums- und renditestark. So stieg im Geschäftsjahr 2002 der Umsatz der KQIS um mehr als 20% auf 60 Mio. €. Auch im Jahr 2003 planen wir ein deutlich zweistelliges Wachstum. Die gute Marktposition wird in diesem Jahr unter anderem durch strategische Kooperationen und Unternehmenszukäufe im Inland und europäischen Ausland zügig ausgebaut.

Expansionsfelder E- und TV-Commerce:

Online-Nachfrage steigt um 53%

Im KarstadtQuelle-Konzern entwickelte sich das Online-Geschäft unverändert sehr dynamisch. Das Internet hat sich auf der Kundenseite als Vertriebs- und Kommunikationskanal voll etabliert.

Die Online-Nachfrage stieg im Berichtsjahr um 53% auf 1,24 Mrd. €. Im Jahresdurchschnitt verzeichneten die Konzern-Internetseiten 6,4 Mio. Visits pro Monat, eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 93%. Das starke Wachstum wurde unter anderem durch die vertrauenswürdigen Marken und die attraktiven Internetauftritte des Konzerns getragen. Sie bieten dem Kunden Online-Produktberatung und unterstützen ihn bei der richtigen Auswahl, insbesondere bei beratungsintensiven Produkten. Wichtige Entscheidungskriterien für einen Online-Kauf sind auch eine sichere Kaufabwicklung

und eine schnelle, unkomplizierte Lieferung. Hier trägt die über Jahrzehnte aufgebaute Erfahrung im Versandhandel maßgeblich zu unserem Erfolg bei.

Über 50% der deutschen Konsumenten verfügen inzwischen über einen Online-Zugang. Bereits 70% der Online-Nutzer informieren sich online, um dann im Stationären Handel zu kaufen. Dies unterstreicht die Bedeutung der konsequenten Einbindung des Internets in die Multi-Channel-Strategie des KarstadtQuelle-Konzerns.

TV-Commerce: Neckermann Urlaubswelt TV auf Tele 5 gestartet

Die Stärkung des TV als Vertriebs- und Kommunikations-Kanal ist die logische Fortsetzung unserer Multi-Channel-Strategie. So lassen sich Dienstleistungen und Produkte besonders kundenfreundlich vermitteln. Das Gesamtvolumen dieses attraktiven Marktes, der sich in TV-Shopping, Direct-Response-TV (DRTV) und TV-Reiseshopping unterteilt, wird sich in den nächsten fünf Jahren auf rund 2,6 Mrd. € mehr als verdoppeln.

KarstadtQuelle bereitete im Berichtsjahr gemeinsam mit dem Fernsehsender Tele 5 die Gründung der On Air Reisen GmbH vor und wird 51% der Gesellschaftsanteile halten.

Die Gesellschaft vertreibt Reisen und angrenzende Produkte primär auf Tele 5, jedoch auch über weitere Fenster bei anderen TV-Sendern. Auf Basis der bekannten und vertrauenswürdigen Marke Neckermann Urlaubswelt TV, der Reisekompetenz eines der größten Touristikkonzerne Europas, und der TV-Kompetenz von Tele 5 soll sich das Joint Venture im noch jungen Markt für Reise-TV schnell etablieren. Seit November 2002 ist Neckermann Urlaubswelt TV auf Sendung. Täglich werden zwei Stunden Reise-Shopping sowie ein einstündiges Reisemagazin gesendet.

Die KARSTADT QUELLE AG hält weiterhin eine Beteiligung an Deutschlands bekanntestem Teleshopping-Sender, der Home Shopping Europe AG. Als Mitglied der MHP-Initiative (Multimedia-Home-Plattform), deren Ziel die Verbreitung eines digitalen Standards für die TV-Übertragung ist, stellt KarstadtQuelle frühzeitig die strategischen Weichen, um für TV-Commerce im digitalen Fernsehzeitalter gerüstet zu sein.

Im Geschäftsjahr 2003 wird KarstadtQuelle sein Engagement im Wachstumsmarkt TV-Commerce weiter verstärken. Derzeit werden verschiedene strategische Optionen mit dem Ziel geprüft, über Kooperationen oder Beteiligungen TV-Commerce auf zusätzlichen Programmflächen umzusetzen.

Umfassendes Logistik-Leistungsspektrum

Die Logistik ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor im Stationären Handel und Versandhandel. Entsprechend ausgeprägt sind die Kompetenz und Erfahrung des Konzerns bei umfassenden Logistiklösungen.

Die logistischen Leistungen zwischen den Lieferanten und unseren Handelseinheiten in Europa werden konzernweit von der Optimus Logistics GmbH ausgeführt. Bei der Belieferung der Kunden verfügt Optimus Logistics über großes Know-how in den Bereichen Möbel, Küchen, Großgeräte und Sperrgut.

Die servicelogiQ GmbH ist ein kompetenter Anbieter von Logistik- und Fulfillment-Dienstleistungen für Konzern- und externe Unternehmen aller Branchen. Das Leistungsspektrum von servicelogiQ umfasst die gesamte Wertschöpfungskette im Versand- bzw. Online-Handel, vom Customer-Care-Service, von der Lagerung und Kommissionierung,

der Auslieferung und dem Retourenmanagement über das Debitorenmanagement bis zum After-Sales-Service.

Zu den Kunden des Fulfillment-Spezialisten zählen beispielsweise der TV-Shopping-Sender Home Shopping Europe sowie die Audi quattro GmbH, Karstadt Sport, Christ Juweliers GmbH und der Spielwaren-Spezialist VEDES eG mit ihren Online-Shops.

ServicelogiQ baute das Leistungsspektrum weiter aus, beispielsweise um ein Ratenkaufmodul, ein mehrwährungsfähiges Exportprogramm sowie ein mandantenfähiges Dispositionsprogramm. Mit diesen Zusatzleistungen konnten neue Kunden gewonnen werden.

Beide Logistikgesellschaften verfügen über langjährige Erfahrungen und Spezialkenntnisse in der logistischen Abwicklung. Dies ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil, auch im Geschäft mit externen Kunden. Ein weiterer Vorteil besteht in der bereits bestehenden Grundausrüstung in allen Handelsbereichen. So werden jährlich bei den Konzernkunden rund 800 Mio. Warenstücke bearbeitet.

Im abgelaufenen Jahr 2002 erzielten die beiden Gesellschaften zusammen einen Umsatz in Höhe von 645,1 Mio. €. Dies entspricht einem Anstieg um 20,5%. Der Ergebnisbeitrag wurde erneut verbessert. Ausschlaggebend war im Wesentlichen die Ausweitung des Drittkundengeschäftes.

Für das Jahr 2003 erwarten wir für beide Gesellschaften ein moderates Wachstum durch Ausweitung des Geschäftes mit konzernfremden Unternehmen.

Kostensteigerungen durch die 5. Stufe der Ökosteuern bzw. die vorgesehene Einführung der LKW-Maut werden den Verdrängungswettbewerb im Speditionsgewerbe nochmals intensivieren.

Insgesamt wird sich die Ertragslage durch weitere Rationalisierungsmaßnahmen jedoch in beiden Gesellschaften verbessern. Engere Kooperationsver-

träge mit bereits für den Konzern tätigen Logistikdienstleistern werden den Marktzugang erleichtern und die Akquisition von neuen Kunden unterstützen.

Weltweiter Einkauf über KarstadtQuelle

International Services und Online-Auktionen

Die KARSTADT QUELLE International Services AG mit Hauptsitz in St. Gallen, Schweiz, erbringt professionelle Beschaffungsdienstleistungen für Konzernunternehmen und externe Kunden. Ihre Kompetenz deckt sämtliche relevanten Beschaffungsmärkte in allen Warengruppen ab.

KarstadtQuelle International Services steigerte im Berichtsjahr den Umsatz um 2,5% auf 60,4 Mio. € (58,9 Mio. € im Vorjahr). Das Ergebnis konnte ebenfalls verbessert werden.

Die Gesellschaft betreibt weltweit 30 Büros. Ihre Kernkompetenzen liegen in den Bereichen Merchandising, Qualitätskontrolle und Logistik sowie in der engen Zusammenarbeit mit den Lieferanten.

Zur weiteren Realisierung von Konzernsynergien wurde im Jahr 2002 weltweit mit der Standardisierung des Lieferantenmanagements begonnen.

Der Einkauf über elektronische Auktionsplattformen im Internet wurde im Jahr 2002 deutlich verstärkt. Das Volumen betrug mehr als 100 Mio. €. Im Rahmen der Online-Auktionen konnten durchschnittlich um ca. 10% günstigere Einkaufspreise erzielt werden. Die Prozesslaufzeiten für die Preisfindung sanken um rund 80% und tragen damit zu einer Flexibilisierung im Einkauf und zu weiteren Kostenreduzierungen bei.

Mehrere Pilotprojekte wurden in den Bereichen Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment (CPFR) gestartet. Gegenstand dieser elektronischen Verknüpfung ist der Austausch beschaffungsrelevanter Informationen zwischen Karstadt-

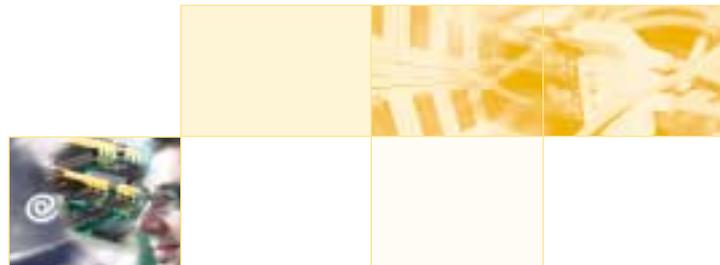
Quelle und ausgewählten Lieferanten mit dem Ziel, die Lagerhaltung und den Lieferservice zu optimieren. Erste Ergebnisse zeigen ein deutliches Kostensenkungspotenzial auf.

ITELLIUM bündelt IT-Dienstleistungen

ITELLIUM Systems & Services GmbH ist der IT-Dienstleister des KarstadtQuelle-Konzerns. ITELLIUM stellt die elektronische Abwicklung unseres Handelsgeschäftes sicher, beispielsweise in der Warenwirtschaft, der Rechnungserstellung und -verbuchung sowie bei den Kassensystemen.

Im Jahr 2002 begleitete ITELLIUM aktiv die Erschließung neuer Marktsegmente. So wurden beispielsweise für die Karstadt Coffee GmbH im Rahmen der Starbucks-Expansion das Kassensystem mit Rechnungswesen und Reporting entwickelt sowie die Warenwirtschaft installiert.

ITELLIUM unterstützte im Berichtsjahr nachhaltig das Unternehmensziel der Stückkosten-



reduzierung durch die konsequente Konsolidierung von Rechnersystemen und die Harmonisierung von Prozessen. Die Entwicklung und Implementierung einer neuen, SAP-basierten Anwendungslösung für ein zukunftsweisendes Warenwirtschaftssystem im Stationären Handel bildete einen weiteren Schwerpunkt. ITELLIUM begleitete die Versandhandelsunternehmen bei der Implementierung neuer und

Optimierung bestehender Systeme. Dazu gehörten beispielsweise die Entwicklung einer Datawarehouse-Lösung für das Adressmanagement oder die Vereinheitlichung der Prozesse von Quelle und Neckermann.

Der Umsatz stieg im Jahr 2002 um 7,8% auf 297 Mio. €. Durch verbesserte interne Geschäftsprozesse sowie ein striktes Kostenmanagement konnte der Ergebnisbeitrag gesteigert werden.

B2C-Services (Endkundengeschäft)

Wachstum mit Finanzdienstleistungen

Das von der KARSTADT QUELLE AG und der ERGO Versicherungsgruppe AG im März 2002 initiierte 50:50-Joint Venture KARSTADT QUELLE Financial Services GmbH (KQFS) nahm im Mai 2002 den operativen Betrieb auf. KQFS hält Beteiligungen an der KARSTADT QUELLE Bank GmbH (zu 100%) und der KarstadtQuelle Versicherungsgruppe (zu 45%). Letztere ist der meistgewählte Direktversicherer Deutschlands, der sich auf den Vertrieb von Versicherungsprodukten für Handelskunden spezialisiert hat. KQFS bündelt die Stärken beider Partner und der operativen Unternehmen in idealer Weise.

Als Vermittler von Finanzdienstleistungen nutzt KQFS die Kundenkontakte der beiden Handelsssegmente. Inzwischen werden in fünf neu eröffneten Finanz-Service-Centern in Karstadt-Warenhäusern

sowohl Versicherungs- als auch Bankprodukte vermittelt. Im Direktvertrieb war KQFS mit Mailingaktionen bei Karstadt-Kunden erfolgreich. In Ergänzung der bereits bestehenden Annex-Produkte im Versandhandel wurden erste Annex-Produkte im stationären Handel eingeführt. Sie ermöglichen dem Kunden, seinen Versicherungsschutz zeitgleich mit dem Warenkauf sinnvoll auszuweiten, beispielsweise durch eine Diebstahlversicherung bei Erwerb eines Fahrrades.

Der Vertriebskanal Internet wird sukzessive durch die Integration von Versicherungs- und Bankprodukten in die bekannten Web-Seiten der Konzerngesellschaften ausgebaut. Über die verschiedenen Vertriebswege konnten im Geschäftsjahr 2002 annähernd 700.000 Neukunden gewonnen werden.

Die KARSTADT QUELLE Bank GmbH bietet neben klassischen Bankprodukten – darunter insbesondere Konsumentenkredite – auch Dienstleistungen im Kundenkartenmanagement an und emittiert seit Sommer 2002 Kreditkarten. Mit rund 800.000 Kreditkarten avancierte die KarstadtQuelle Bank bereits nach kurzer Zeit zum größten MasterCard-Herausgeber Deutschlands. Im Verbund mit der KQFS ist die KarstadtQuelle Bank Teil eines integrierten Finanzdienstleisters, der dem Kunden sowohl Bank- als auch Versicherungsprodukte anbietet. Dies stärkt die Positionierung der KarstadtQuelle Bank in der sich verändernden Bankenbranche.

Als Vertriebskanäle stehen der KarstadtQuelle Bank neben dem eigenen Filialnetz das Internet und die Finanz-Service-Center in den Warenhäusern zur Verfügung. Durch diese Verbindung von Warenangebot und Finanzdienstleistungen unter einem Dach kann der Kunde Finanzgeschäfte in Verbindung mit seinen Einkäufen abwickeln. Die KarstadtQuelle



Bank wird damit dem allgemeinen Trend zum Convenience-Banking gerecht.

Die KarstadtQuelle Bank behauptete sich durch ihre gute Positionierung im Geschäftsjahr 2002 gegen den schwachen Markttrend und steigerte ihre Bilanzsumme um 52% auf 339 Mio. €. Die Konsumentenkredite verzeichneten einen Anstieg um 41% auf 295 Mio. €. Die Kundeneinlagen wuchsen per Jahresende 2002 auf 164 Mio. €. Dies entspricht einem Plus von rund 36%.

Unterstützt durch eine Vielzahl neuer, innovativer Produkte, wird KarstadtQuelle Finanz Service im Jahr 2003 systematisch den Direktvertrieb, Stationärvertrieb und den Vertrieb von Annex-Produkten ausbauen. Die Zahl der Finanz-Service-Center wird auf 20 erhöht und die der Berater von derzeit 30 auf über 80 gesteigert. Ziel der KarstadtQuelle Bank ist eine marktführende Position im deutschen Kreditkartenmarkt. Dies wird unter anderem durch die Einführung von Co-Branded-MasterCards mit konzerninternen und mit externen Partnern forciert.

KarstadtQuelle führt das Kundenbonusprogramm „HappyDigits“ ein

Ab Juli 2002 wurde das branchenübergreifende Bonusprogramm „HappyDigits“ bei Karstadt, Quelle und Neckermann eingeführt. „HappyDigits“ basiert auf der im Januar 2002 geschlossenen strategischen Partnerschaft zwischen der Deutsche Telekom AG und der KARSTADT QUELLE AG. Die Bonus-systeme beider Konzerne sind in dem Kartenprogramm gebündelt.

KarstadtQuelle verfügt über eine Basis von rund elf Mio. Kundenkarten. Zum Jahresende 2002 nahmen bereits rund neun Millionen Kunden am „HappyDigits“-Programm aktiv teil. Das große

Kundeninteresse zeigt, dass KarstadtQuelle im Wettbewerb um den Kartenplatz im Portemonnaie sehr gut aufgestellt ist. Mit dem Leitgedanken „von der Firmenkarte zur Community-Karte“ wurden frühzeitig die strategischen Weichen gestellt, und die bisherigen Ergebnisse bestätigen die Strategie. Die Kunden setzen ihre „HappyDigits“-Karte intensiv innerhalb des Partnerverbundes ein und steigern somit deutlich das Wertpotenzial der Community. Wichtige Elemente des Programms sind die von der KarstadtQuelle Bank herausgegebene MasterCard ohne Grundgebühr und das umfassende Prämienangebot, das im Vergleich zu unternehmensspezifischen Kundenbonus-Programmen wesentlich intensiver wahrgenommen wird.

Betreiber-gesellschaft von „HappyDigits“ ist die CAP Customer Advantage Program GmbH. Die Gesellschaft, an der KarstadtQuelle zu 49% und die Deutsche Telekom zu 51% beteiligt sind, verantwortet die Umsetzung und Weiterentwicklung des Kundenbonusprogramms unter der Marke „HappyDigits“.

Im Geschäftsjahr 2003 setzen wir den Ausbau des Partnerverbundes und die Abdeckung relevanter Konsumbereiche konsequent fort. Seit Februar des laufenden Jahres steigert der Beitritt von Kaiser's Tengelmann AG die Attraktivität von „HappyDigits“. Zudem stehen wir mit Partnern aus ergänzenden Lebensbereichen in aussichtsreichen Gesprächen und werden weitere KarstadtQuelle-Konzerngesellschaften integrieren. Wir planen, „HappyDigits“ bis Mitte des Jahres 2003 auf 13 Millionen Nutzer auszubauen und somit der mittelfristig angestrebten Marktführerschaft bei Kundenbonus-systemen in Deutschland nahe zu kommen.

Kennzahlen des Thomas Cook-Konzerns

			1.11.2001 bis 31.10.2002	1.11.2000 bis 31.10.2001*	Veränderung in %
Umsatzentwicklung	Umsatz	Mio. €	8.062,6	7.814,7	3,2
	davon in Deutschland	Mio. €	3.728,8	4.155,4	-10,3
	davon in Großbritannien	Mio. €	2.702,4	2.100,8	28,6
	davon in West-/Osteuropa	Mio. €	1.592,6	1.472,1	8,2
	Beförderte Gäste	in Tsd.	13.234	14.106	-6,2
Ertragslage	EBTA	Mio. €	-20,7	123,9	-116,7
	davon anteilig KARSTADT QUELLE AG*	Mio. €	-23,9	62,2	-138,4
	EBT	Mio. €	-134,8	58,8	-
	davon anteilig KARSTADT QUELLE AG**	Mio. €	-72,1	30,3	-
	Konzernergebnis nach Steuern	Mio. €	-122,8	25,4	-
	davon anteilig KARSTADT QUELLE AG**	Mio. €	-61,4	12,7	-
Sonstige Angaben	Bilanzsumme	Mio. €	4.743,2	4.968,3	-4,5
	Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	Anzahl	27.776	28.388	-2,2
	Umsatz je Mitarbeiter	Tsd. €	290,3	275,3	5,4

*) Vorjahreszahlen angepasst

**) Entsprechend den Bilanzierungs- und Ausweismethoden der KARSTADT QUELLE AG

TOURISTIK (THOMAS COOK AG)

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Keine Aufhellung des Konsumklimas

Im Jahr 2002 haben sich die Rahmenbedingungen für die Tourismusbranche in Europa weiter deutlich verschlechtert. Ausschlaggebend waren die anhaltend hohe Unsicherheit über die weltweite Sicherheitslage und die Entwicklung im Nahen Osten.

Infolge der starken Verunsicherung der Konsumenten standen im Jahr 2002 alle touristischen Absatzmärkte Europas unter Druck. Sie wiesen allerdings regional unterschiedliche Rückgänge aus.

So sank in Deutschland und Österreich die touristische Nachfrage gegenüber dem Vorjahr deutlich zweistellig und damit stärker als in den anderen

Ländern Europas. In Frankreich, den Niederlanden und Belgien fielen Gästezahlen und Umsatz um rund 5%. In Großbritannien war die Reiselust zwar stärker ausgeprägt als auf dem europäischen Kontinent, der Reisemarkt verlor dennoch etwa 2%.

Die einzige Ausnahme stellte Ungarn dar. Aufgrund einer politisch bedingten Sonderkonjunktur stieg die Reisenachfrage in dem vergleichsweise kleinen Markt um etwa 5%.

Strategie und Positionierung

Der integrierte europäische Touristikkonzern Thomas Cook deckt sämtliche touristischen Wertschöpfungsstufen über Flug, Hotel, Veranstalter, Vertrieb und Serviceagenturen ab. Unter dem Motto „Die ganze Welt des Reisens“ hält der Thomas

Cook-Konzern für seine Gäste in jedem Marktsegment überzeugende Produkte bereit. Zum Konzern gehören 30 Veranstaltermarken, rund 3.600 Reisebüros im weltweiten Vertrieb, 76.000 kontrollierte Betten, eine Flotte von 86 Flugzeugen und rund 28.000 Mitarbeiter. Das Unternehmen ist in den Märkten Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Irland, Belgien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Ungarn, Polen, Slowakei, Slowenien, Ägypten, Indien und Kanada präsent.

Mit der Zusammenführung der Condor Flugdienst GmbH und der NUR Touristic GmbH legten Anfang 1998 die beiden jeweils zu 50% beteiligten Gesellschafter des Unternehmens, die Deutsche Lufthansa AG und die KARSTADT QUELLE AG, den Grundstein für den integrierten Touristikkonzern. Durch den Erwerb des französischen Reiseunternehmens Havas Voyages im Juli 2000 und die Übernahme des britischen Reisekonzerns Thomas Cook Holdings Ltd. im April 2001 ist einer der weltweit führenden Touristikkonzerne entstanden.

Infolge der lediglich anteiligen Einbeziehung (sieben Monate) von Thomas Cook UK im Geschäftsjahr 2000/01 sind das Berichtsjahr und das Vorjahr nur eingeschränkt vergleichbar.

Geschäftsentwicklung

Umsatzentwicklung: Umsatzerlöse um 3,2% gestiegen

Der Thomas Cook-Konzern erzielte im Berichtsjahr 2001/02 Umsatzerlöse in Höhe von 8,06 Mrd. € (7,81 Mrd. € im Vorjahr). Dies entspricht einem Anstieg um 3,2%. Ausschlaggebend war im Wesentlichen die erstmalig ganzjährige Einbeziehung der Thomas Cook UK-Gruppe. Ohne Thomas Cook

UK hätte sich ein Umsatzrückgang von 6,0% ergeben.

In allen Märkten verfolgte Thomas Cook die Strategie, die Kapazität dem Nachfrageverhalten anzupassen und auf Wachstum durch hohe Preiszugeständnisse zu verzichten. So blieben die Margen auf dem guten Vorjahresniveau stabil.

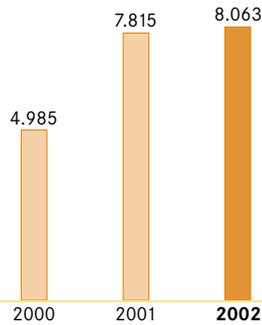
In Deutschland, dem mit 45,4% der gesamten Bruttoumsätze wichtigsten Markt für Thomas Cook, waren die Umsätze vor dem Hintergrund der Konsumschwäche um 11,1% rückläufig. Die Reise lust wurde darüber hinaus durch den Terroranschlag auf der Insel Djerba und die Hochwasserkatastrophe in Ostdeutschland gedämpft. Thomas Cook reduzierte deshalb zu Beginn der Sommersaison 2002 die Flugkapazitäten um rund 15%. In Großbritannien wurde die Flugkapazität um 17% vermindert.

Gleichwohl lagen die Bruttoumsätze in diesem, mit einem Drittel der Gesamtumsätze zweitwichtigsten Markt, nur leicht unter dem auf der Basis von zwölf Monaten gerechneten Vorjahresniveau. In den übrigen Märkten Europas, mit einem Umsatzanteil von 20,4%, nahmen die Umsätze um 7,6% zu, in den Interkontinentalmärkten (Indien, Ägypten und Kanada) sogar deutlich stärker.

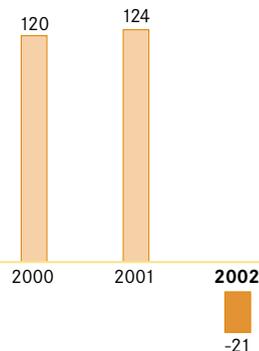
Ertragslage: Ergebnis enthält Sonderbelastungen

Der akquisitionsbereinigt gesunkene Umsatz konnte durch Ergebnissicherungs-, Kostensenkungs- und Kapazitätssteuerungsmaßnahmen nur teilweise kompensiert werden.

Umsatz in Mio. €



EBTA in Mio. €



Das Ergebnis vor Steuern und Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte (EBTA) sank auf minus 20,7 Mio. € (123,9 Mio. € im Vorjahr).

Gleichzeitig wirkten sich außerordentliche Aufwendungen in Höhe von 13,9 Mio. € ergebnisbelastend aus. Diese betreffen Marketingkosten für die Neueinführung von Thomas Cook als Veranstaltermarke und die Stilllegung von Flugzeugen in Deutschland.

Das Finanzergebnis ging nach minus 33,1 Mio. € im Vorjahr auf minus 66,9 Mio. € im Berichtsjahr zurück. Ausschlaggebend dafür ist eine außerplanmäßige Abschreibung in Höhe von 25 Mio. € auf eine Hotelbeteiligung sowie die erstmals ganzjährig verrechneten Refinanzierungskosten für Thomas Cook UK.

Nach Abzug der infolge von Akquisitionen und außerplanmäßigen Wertberichtigungen auf 114,1 Mio. € (65,0 Mio. € im Vorjahr) gestiegenen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte sowie einschließlich eines Steuerertrags in Höhe von 15,3 Mio. € weist Thomas Cook für das Berichtsjahr 2001/2002 einen Jahresfehlbetrag von 122,8 Mio. € aus. Im Vorjahr wurde noch ein Jahresüberschuss von 25,4 Mio. € erzielt.

Stabile Rohertragsmarge

Der Rohertrag als Ergebnis der Umsatzerlöse abzüglich der Aufwendungen für touristische Leistungen erhöhte sich leicht um 3,0% auf 2,44 Mrd. €. Die Rohertragsmarge liegt damit trotz zahlreicher Preisaktionen zur Stimulierung der Nachfrage mit 30,3% nahezu auf Vorjahresniveau. Ursächlich hierfür waren u.a. die Erhöhung des durchschnittlichen Reisepreises um 0,9% auf 556 € sowie die Finanzierung der Abschläge im stark angestiegenen Last-Minute-Geschäft durch nachverhandelte Leistungskosten.

Finanzlage:

Operativer Cash Flow auf hohem Niveau

Ungeachtet des negativen Konzernergebnisses erwirtschaftete der Konzern im Berichtsjahr einen operativen Cash Flow in Höhe von 258,8 Mio. €.

Nicht zahlungswirksame höhere Abschreibungen auf Sachanlagen und Geschäfts- oder Firmenwerte und nicht zahlungswirksame Sonderbelastungen des Berichtsjahres sowie geringere gezahlte Ertragsteuern hielten den operativen Cash Flow auf einem hohen Niveau. Darüber hinaus führte das im Rahmen

des „Triple-T“-Programmes konsequent vorangetriebene Working-Capital-Management zu einem zusätzlichen Finanzierungsbeitrag.

Der operative Cash Flow deckte nicht nur die Nettoinvestitionen, sondern ermöglichte auch wie geplant die Rückführung der Finanzverbindlichkeiten. Diese entstanden in der Vergangenheit im Wesentlichen aus Flugzeugkäufen und der Akquisition von Thomas Cook UK.

Investitionsprogramm auf strategische Investitionen begrenzt

Das Investitionsprogramm des Berichtsjahres wurde auf 224,2 Mio. € (1.213,6 Mio. € im Vorjahr) reduziert und damit auf wesentliche strategische Investitionen begrenzt.

Nettofinanzverschuldung reduziert

Die Finanzschulden des Konzerns verminderten sich im Berichtsjahr um 109 Mio. € auf 1,49 Mrd. €. Abzüglich der Flüssigen Mittel und Wertpapiere in Höhe von 448,4 Mio. € ergibt sich eine Nettofinanzverschuldung von 1,04 Mrd. € (1,11 Mrd. € im Vorjahr).

Vermögenslage: Bilanzsumme um 4,5% gesunken

Die Bilanzsumme verringerte sich um 4,5% gegenüber dem Vorjahr und beträgt 4,7 Mrd. €. Ausschlaggebend waren im Wesentlichen die deutlich über den Investitionen liegenden Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände. Die Geschäfts- oder Firmenwerte gingen trotz der Zugänge im Zusammenhang mit Anteilerwerben um 3,2% auf 1,4 Mrd. € zurück.

Die mittel- und langfristigen Vermögenswerte stiegen auf 71,4% der Bilanzsumme (69,1% im Vorjahr). Die Eigenkapitalquote beträgt 18,0% nach 20,7% im Vorjahr. Die Kundenanzahlungen in Höhe von 439,6 Mio. € sind vollständig durch Flüssige Mittel und Wertpapiere abgesichert.

Das Geschäftsjahr im Überblick

Der Thomas Cook-Konzern reagierte im Berichtsjahr schnell und umfassend auf die geänderten touristischen Rahmenbedingungen. Der Integrationsgrad zwischen den einzelnen Wertschöpfungsstufen des Konzerns wurde erhöht, das Ergebnis-sicherungsprogramm „Triple T“ umgesetzt und die Restrukturierung von Thomas Cook UK konsequent durchgeführt.

Erhöhung des Integrationsgrads sichert die Kapazitätsauslastung

Als Reaktion auf die verhaltene Nachfrage in nahezu allen Märkten reduzierte Thomas Cook kurzfristig die vorgehaltenen, konzerneigenen Flug- und Hotelkapazitäten. Parallel dazu wurde sichergestellt, dass diese Konzernkapazitäten vermehrt durch die Gäste der europäischen Thomas Cook-Veranstalter ausgeschöpft wurden. So konnten der Sitzladefaktor der Thomas Cook-Airlines – powered by Condor mit rund 85% nahezu auf Vorjahresniveau gehalten werden. Gleichzeitig lag die Auslastung der konzerneigenen Hotel- und Clubkapazitäten über dem Marktdurchschnitt.

„Triple-T“-Programm erfolgreich umgesetzt

Unmittelbar nach den Terroranschlägen vom 11. September 2001 startete Thomas Cook „Triple T“ (Team – Targets – Thomas Cook), ein umfangreiches Programm zur Ergebnissicherung. „Triple T“ wurde konzipiert, um dem zu erwartenden Nachfragerückgang zu begegnen und ermöglichte mit über 400 Einzelmaßnahmen Einsparungen von 547 Mio. €. Das Programm fokussiert auf eine bessere Auslastung der konzerneigenen Flug- und Hotelkapazitäten, auf die wirtschaftliche Beteiligung von Leistungspartnern an den Auslastungsrisiken durch Preis-anpassungen sowie auf innovative Produkt- und Marketingmaßnahmen.

**Bereits 55% des Umsatzes werden
im Ausland erzielt**

Im Geschäftsjahr 2001/2002 hat der Thomas Cook-Konzern seine internationalen Aktivitäten weiter ausgeweitet. Zur Verstärkung der Vertriebsaktivitäten in den Niederlanden wurde die Reisebürogruppe Broere Reizen B.V. übernommen. In Belgien wurde der Aufbau eines integrierten Reiseanbieters mit der Gründung der Thomas Cook Airlines Belgium N.V. begonnen. Die Übernahme der Mehrheit an der Thomas Cook India stärkt die Position im indischen Markt. Der Auslandsanteil stieg im Berichtsjahr auf rund 55%. Im Geschäftsjahr der Gründung des Thomas Cook-Konzerns (1998/99) hatte er noch bei 23% gelegen.

**Zielgebiete in Osteuropa und
in der Türkei gewinnen an Beliebtheit**

Im Berichtsjahr wurden rund 37% der Veranstaltererlöse mit Reisen nach Spanien erzielt. Spanien blieb damit unverändert das beliebteste Reiseziel, büßte allerdings wie schon im Vorjahr Umsatzanteile ein. Die Türkei erfreut sich steigender Beliebtheit und konnte ihren Anteil auf 8,8% (8,4% im Vorjahr) steigern. Auf Grund des sehr günstigen Preis-Leistungs-Verhältnisses sowie der rechtzeitigen Aufstockung attraktiver Hotelkontingente stieg die Gästezahl in den Zielgebieten im östlichen Teil Europas. Bulgarien erreichte ein Plus von 29,6%, Slowenien ein Umsatzwachstum von 12,4% und Kroatien weist einen Umsatzzuwachs um 44,9% gegenüber dem Vorjahr aus. Rückläufige Umsätze verzeichnen insbesondere Ägypten mit minus 7,5% und Tunesien mit minus 36,4%.

Restrukturierung in Großbritannien erfolgreich

Im Rahmen der Übernahme von Thomas Cook UK wurde ein Integrations- und Wertsteigerungsprogramm initiiert, um die Ertragskraft nachhaltig zu verbessern.

Wesentliche Geschäftsbereiche wurden konsolidiert und zusammengefasst sowie elf dezentrale Standorte aufgegeben. Bis Ende des Berichtsjahres sank die Mitarbeiterzahl um rund 2.500. Das gemeinsam mit einem Partner gegründete Shared-Service-Center vereint inzwischen nahezu sämtliche Back-Office-Bereiche für Rechnungswesen, Personalwesen und IT. So wurden erhebliche Kosteneinsparungen und Effizienzsteigerungen erzielt. Durch die konsequente Optimierung von Prozessen und Systemen konnten erhebliche Redundanzen im Hotel- und Zentraleinkauf sowie im Airline-Kapazitätsmanagement abgebaut werden. Das Einsparpotenzial beläuft sich auf rund 110 Mio. € in den ersten fünf Jahren und wurde bereits im ersten Jahr zu großen Teilen erreicht.

Zahl der Mitarbeiter gesunken

Zum 31. Oktober 2002 waren 27.975 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Thomas Cook-Konzern beschäftigt. Dies entspricht einem Rückgang des Personalbestandes um 2%. Ohne Berücksichtigung der 881 Mitarbeiter der erstmals einbezogenen Reisebürogruppe Broere Reizen N.V., Aldiana Sarigerme, Türkei und Thomas Cook Airlines Belgium N.V. beträgt der Rückgang 5,1%. Ausschlaggebend für diese Entwicklung waren das Integrations- und Wertsteigerungsprogramm von Thomas Cook UK sowie die Personalmaßnahmen im Rahmen des „Triple-T“-Programmes. Im Jahresdurchschnitt waren 27.776 Mitarbeiter beschäftigt (28.388 im Vorjahr).

AUSBLICK

Grundlagen zur Sicherung des zukünftigen wirtschaftlichen Erfolgs gelegt

Konjunkturopertern erwarten in den wesentlichen Absatzmärkten des Thomas Cook-Konzerns eine moderate wirtschaftliche Entwicklung. Bruttosozialprodukt und Konsumausgaben sollen zwischen einem und zwei Prozent zunehmen.

Der Nachfragezuwachs in Deutschland dürfte vor dem Hintergrund der aktuellen politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen hinter dem Durchschnitt zurückbleiben. Bessere Entwicklungen sind in Großbritannien, West-Ost-Europa und vor allem in den außereuropäischen Märkten zu erwarten.

Nicht kalkulierbare politische Risiken haben vor dem Hintergrund der Terroranschläge, des Krieges im Nahen Osten und der unsicheren Wirtschaftslage in Deutschland an Bedeutung erheblich zugenommen. Zu den weiteren Risikofaktoren in Deutschland zählen eine mögliche Ausweitung des Nachtflugverbotes am Frankfurter Flughafen, eine Besteuerung von Flügen innerhalb der EU sowie die Kerosinbesteuerung.

Ein strategisches Risiko liegt darin, dass wirtschaftlicher Erfolg nicht unerheblich vom Erfolg der neuen Markenstrategie abhängt. Erste Indikationen zeigen, dass Thomas Cook als Marke für Reisebüros, Airlines und Veranstalter bei den Kunden bestens ankommt. So ist die Bekanntheit von Thomas Cook in Deutschland in den letzten

sechs Monaten von 25% auf 65% gestiegen. Zudem übertreffen die Buchungszahlen der neu eingeführten Veranstalter in England, Belgien und Deutschland die Erwartungen.

Angesichts der Auseinandersetzungen im Nahen Osten sind valide Prognosen für das laufende Geschäftsjahr zur Zeit nicht möglich.

Die Thomas Cook AG hat jedoch mit dem Ergebnissicherungsprogramm „Triple C“ Vorbereitungen dafür getroffen, die Kosten weiter zu senken.

Positiv wirken sich auch die Anpassung der Kostenstrukturen im Krisenjahr 2001/2002 und die Reduzierung der Mitarbeiterzahl aus. Außerdem haben sich die Instrumente für eine flexible Kapazitätssteuerung bewährt. Maßnahmen zur Restrukturierung des Geschäfts in Deutschland wurden bereits eingeleitet. Darüber hinaus setzt Thomas Cook auf steigende Margen und nicht auf Marktanteilsgewinne über den Preis.

Auch im Geschäftsjahr 2002/2003 wird sich die Investitionsstrategie von Thomas Cook auf den wertorientierten Ausbau der Kernkompetenzen Kunde, Marke, Kapazität und Produkt beschränken. Dabei wird die Prozessoptimierung höher gewichtet als eine Investition in Hotels oder Flugzeuge.



Warenhäuser werden Shopping-Center + Zwei we



Kennzahlen Immobilien

			2002	2001	Veränderung in %
Umsatzentwicklung	Umsatz	Tsd. €	495.147	483.848	2,3
Ertragslage	EBTA	Tsd. €	227.468	271.291	-16,2
	EBTA-Marge	in %	45,9	56,1	-
	EBT	Tsd. €	227.455	270.238	-15,8
	EBT-Marge	in %	45,9	55,9	-
	Eigenkapital	Tsd. €	1.844.149	2.029.524	-9,1
	Nettofinanzverschuldung	Tsd. €	1.387.142	923.561	50,2
	Capital Employed	Tsd. €	3.231.291	2.953.085	9,4
	Return on Capital Employed	in %	8,1	10,7	-
Sonstige Angaben	Investitionen	Tsd. €	80.129	46.260	73,2
	Abschreibungen (ohne Firmenwert)	Tsd. €	134.030	123.672	8,4
	Brutto-Cash Flow	Tsd. €	361.018	375.217	-3,8
	Vollzeitarbeitskräfte im Jahresdurchschnitt	Anzahl	67	26	157,7

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Der Markt für deutsche Einzelhandelsimmobilien stand im Jahr 2002 unter dem Einfluss der schwachen Umsatzentwicklung in den meisten Handelsformaten.

Dessen ungeachtet wuchs die Einzelhandelsfläche im Vergleich zum Vorjahr um ein Prozent auf 108 Mio. qm. Damit entfällt auf jeden Bundesbürger 1,3 qm Verkaufsfläche im Einzelhandel, so dass Deutschland im internationalen Vergleich eine

Position im oberen Mittelfeld einnimmt. Die Pro-Kopf-Einzelhandelsfläche liegt in Großbritannien mit 0,7 qm und in Frankreich mit 0,8 qm deutlich niedriger.

Während der reale Einzelhandelsumsatz in Deutschland seit 1990 nahezu stagniert, erhöhte sich die Einzelhandelsfläche um fast 40% auf 77 Mio. qm. Das Flächenwachstum wurde insbesondere durch die Errichtung von innerstädtischen Einkaufszentren getragen. Die 318 Shopping-Center mit einer Fläche von mehr als 10.000 qm repräsentieren insgesamt eine Verkaufsfläche von rund ca. 10 Mio. qm.

Der Trend zur Entwicklung von innerstädtischen Einkaufszentren wird durch das Bedürfnis der Konsumenten nach Einkaufserlebnissen und die zahlreichen Aktionen der Städte zur Stärkung der Innenstädte unterstützt.

Das starke Flächenwachstum in Verbindung mit stagnierenden bzw. rückläufigen Umsätzen beschleunigte den Verdrängungswettbewerb im Einzelhandel. Kleine und mittlere Unternehmen sind davon in besonderem Maße betroffen. Dies beeinflusste auch die Mieten für Einzelhandelsflächen. In Westdeutschland sanken die Mieten im Berichtsjahr um 1,8%, während sie in Ostdeutschland auf niedrigem Niveau stabil blieben.

Offene Immobilien-Fonds zählen zu den klassischen institutionellen Investoren für Einzelhandelsimmobilien. Sie erreichten im Jahr 2002 mit 15,3 Mrd. € (7,9 Mrd. € im Vorjahr) einen Rekord an Netto-Investitionszuflüssen. Dennoch lagen die Investitionsquoten einzelner Fondsgesellschaften in Deutschland bei unter 20%. Ausschlaggebend waren attraktive Investitionsmöglichkeiten im Ausland.

Die Zinsen hatten kaum Einfluss auf den Immobilienmarkt, obwohl die Kapitalmarktzinsen deutlich zurückgingen. Überlagernder Faktor war die verhaltene Kreditvergabe der Banken, die zur Verlangsamung der Investitionstätigkeit führte.

Die Immobilienwerte gingen in Deutschland im Gesamtmarkt um durchschnittlich 5% zurück. Entgegen diesem Trend entwickelten sich Immobilien in 1A-Lagen weiter positiv. Dies galt insbesondere für die Metropolen Berlin, Düsseldorf, Frankfurt/Main, Hamburg, Hannover, Köln, München und Stuttgart. Die Bandbreite der Kaufpreise von Immobilien lag in diesen Ballungszentren beim 20-fachen der Nettojahresmiete für 1A-Lagen und beim 11-fachen in peripheren Lagen.

Strategie und Positionierung

Immobilienportfolio mit einem Buchwert von 3,2 Mrd. €

Der Buchwert des Immobilien-Vermögens betrug zum Bilanzstichtag 3,2 Mrd. € und repräsentierte damit 61,7% des Anlagevermögens des Karstadt-Quelle-Konzerns. Das Portfolio setzt sich im Wesentlichen aus folgenden Immobiliensegmenten zusammen:

- Einzelhandelsimmobilien (innerstädtische Warenhäuser, Fachmärkte)
- Logistikimmobilien
- Sonstige Immobilien (Büro- und Wohnimmobilien, Mischobjekte)

Fortlaufende interne und externe Bewertung des Immobilienportfolios

Die Einzelhandelsimmobilien im KarstadtQuelle-Konzern umfassen eine Nutzfläche von rund 3,8 Mio. qm. Sie wird von der Karstadt Warenhaus AG, SinnLeffers und Wehmeyer genutzt. Die Immobilien sind fast ausschließlich an Top-Standorten der Stadtzentren gelegen. Schwerpunkte bilden Hamburg, Berlin, Rhein-Ruhr, Rhein-Main, Frankfurt/Main und München. Wir bewerten intern regelmäßig unsere Immobilien in Abhängigkeit vom gesamtwirtschaftlichen und lokalen Umfeld. Parallel haben wir begonnen, Immobilien-Bewertungen durch unabhängige Gutachter vornehmen zu lassen.

Die Immobilien des Segmentes Versand – hierbei handelt es sich überwiegend um Logistikimmobilien – wurden im Jahr 2002 in den Geschäftsbereich Immobilien übertragen und begutachtet.

Die Immobilienstrategie: Eigentum, Immobilien-Dienstleistungen, Finanzierungen

Die konzerneigenen Immobilien sind für das Einzelhandelsgeschäft von KarstadtQuelle ein wesentlicher Wettbewerbsvorteil. Hochwertige Immobilienstandorte gewinnen insbesondere in einem schwierigen

Einzelhandelsumfeld immer stärker an Bedeutung. Zugleich stellt das Immobilien-Portfolio im Rahmen unseres wertorientierten Managements aber auch eine eigenständige Ertragsquelle dar.

Die Strategie des Geschäftsbereiches Immobilien ist konsequent auf die Maximierung der Immobilienwerte ausgerichtet. Darauf basierend wurden folgende Aufgabenfelder definiert:

- Entwicklung und Optimierung des Immobilienportfolios (Eigentum)
- Immobilien-Dienstleistungen
- Finanzierung

Langfristige Entwicklungsstrategie

Die strategische Immobilienentwicklung orientiert sich am Prinzip der langfristig bestmöglichen Nutzung. Die optimale Nutzung für ein Einzelgebäude berücksichtigt beispielsweise Ausbau-, Umbau- und Neubaukosten sowie gegebenenfalls die mit einer Schließung von Konzern-Filialen verbundenen Kosten.

Kern der Wertoptimierung der Immobilien sind die Warenhaus-Standorte. Ziel jeder Projektentwicklung ist die optimale Ausschöpfung von Baurechtspotenzialen, die Ausdehnung und Flexibilisierung der Nutzungszeiten sowie die Erhöhung des Immobilienwertes. Weiteres Potenzial sehen wir in der Umwandlung von suboptimal genutzten in produktivere Flächen. Beispielsweise ergänzen wir das bestehende Einzelhandelsangebot durch komplementäre Betreiberkonzepte aus den Bereichen Freizeit, Dienstleistungen, Gastronomie oder Entertainment.

KarstadtQuelle hat beste Möglichkeiten, durch die Realisierung neuer, standortadäquater Nutzungskonzepte Trends in der Stadtentwicklung zu setzen. So wird der Immobilienwert auch in einem unsicheren Marktumfeld stabilisiert.

Steigerung der Untervermietungsquote geplant

Die KARSTADT Immobilien AG & Co. KG erzielt Erlöse aus Drittvermietungen in Höhe von 25 Mio. €. Die Karstadt Warenhaus AG erreicht Mieterlöse aus Untervermietungen und Concessions in Höhe von rund. 66 Mio. €. Damit ist zurzeit in den Karstadt-Warenhäusern weniger als 5% der Verkaufsfläche vermietet. In den nächsten Jahren wird eine deutliche Steigerung der Dritt- bzw. Untervermietungsquote angestrebt, um das Ergebnispotenzial künftig stärker zu nutzen.

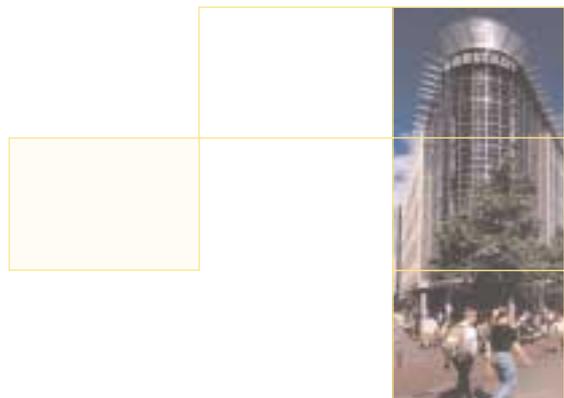
Immobilien-Dienstleistungen mit hohem Wachstumspotenzial

Im Segment der Immobiliendienstleistungen sehen wir hohes Wachstumspotenzial. Die im Jahr 2001 gegründete ECM EuroCenter Management GmbH bietet Services im Bereich Center-, Vermietungs- und Facilitymanagement an. Bereits heute verfügen wir mit einer Verkaufsfläche von rund 2,6 Mio. qm im innerstädtischen Einzelhandel in Deutschland über beste Voraussetzungen.

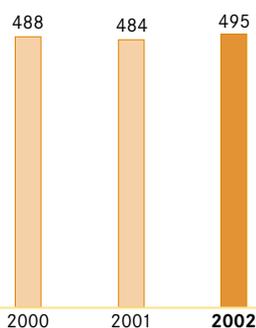
Pfandbriefe als effektives Finanzierungsinstrument

Die KARSTADT Hypothekenbank AG startete im Berichtsjahr ein umfangreiches Pfandbriefprogramm. Der Konzern erhält so den direkten Zugang zur Finanzierung über den Kapitalmarkt und profitiert gleichzeitig von der Refinanzierung zu vorteilhaften Pfandbriefkonditionen. Die Pfandbriefe sind durch Immobilien des KarstadtQuelle-Konzerns besichert.

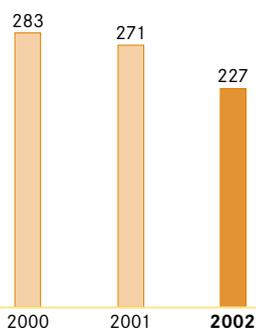
Weitere Immobilien dienen als Grundlage der Neustrukturierung der Finanzierung von Pensionsverpflichtungen im KarstadtQuelle-Konzern.



Umsatz in Mio. €



EBTA in Mio. €



Segmententwicklung

Umsatzentwicklung: stabil

Der Umsatz (Mietertag) des Geschäftsfeldes Immobilien betrug 495,1 Mio. € (483,8 Mio. € im Vorjahr). Dies entspricht einem Anstieg um 2,3%. Ausschlaggebend war im Wesentlichen die Übernahme der Immobilien von Quelle, Neckermann und Sinnleffers im vierten Quartal.

Ertragslage: Ergebnis infolge geringerer Veräußerungsgewinne unter dem Vorjahr

Das Ergebnis (EBTA) betrug 227,5 Mio. € (271,3 Mio. € im Vorjahr). Dies entspricht einen Rückgang von 16,2%.

Ausschlaggebend war der Rückgang der Erträge aus Immobilienveräußerungen um 41,5 Mio. €. Sie betragen im Geschäftsjahr 21,5 Mio. €, nach 63 Mio. € im Geschäftsjahr 2001. Weitere Ergebniseffekte resultierten aus der Verbesserung des Zinsergebnisses, der Erhöhung der Personalkosten durch Personalaufbau sowie durch höhere Instandhaltungsmaßnahmen.

Die Investitionen stiegen im Berichtsjahr auf 80,1 Mio. € (46,3 Mio. € im Vorjahr). Schwerpunkte waren der Erwerb von Immobilien in Trier sowie in Mönchengladbach und Oberhausen (über Finance Lease).

Das Geschäftsjahr 2002 im Überblick

Management des Immobilienvermögens konzentriert

Im September 2002 stellten wir die Immobilien der Quelle AG, der Neckermann Versand AG, der Sinn Leffers AG, der WEHMEYER GmbH & Co. KG sowie deren Tochtergesellschaften gesellschaftsrechtlich unter die Führung der KARSTADT Immobilien AG & Co. KG. Damit sind alle Konzern-Immobilien im Geschäftsfeld Immobilien konzentriert und werden zentral verwaltet und gesteuert.

Durch das zentrale Immobilien-Management auf einer einheitlichen Systemplattform nutzen wir Synergien auf der Kosten- und auf der Ertragseite. Konzernweit sind alle Immobilien an diese Systemplattform angeschlossen. So profitieren wir beispielsweise bei der systemgestützten Verwaltung, bei der Abrechnung der Mietverträge und beim Miet-Forderungsmanagement.

Weitere Shopping-Center eröffnet

Wichtiger Bestandteil unserer Strategie der konsequenten Optimierung des Immobilienportfolios ist die Entwicklung und der Betrieb von Shopping-Centern. Entgegen dem allgemeinen schwachen Trend im stationären Einzelhandel verzeichneten die Einkaufs-Center im Jahr 2002 eine positive Umsatzentwicklung. Ausschlaggebend war das Zusammenspiel einer attraktiven Lage mit einem kundenorientierteren Waren- und Dienstleistungsangebot.

Neben den bereits früher realisierten Projekten in Erfurt und Köln wurden im Berichtsjahr die beiden Projekte in Kassel und Mülheim/Ruhr abge-

schlossen. In Kassel wurde das innerstädtische Shopping-Center „City Point“ am 27. Februar 2002 eröffnet, das die KARSTADT Immobilien AG & Co. KG gemeinsam mit einem Partner auf dem Grundstück eines ehemaligen Hertie-Warenhauses realisiert hat. Im Eigentum des Konzerns befinden sich 50% dieses modernen Einkaufszentrums. Die Gesamtmietfläche von 29.500 qm ist zu 70% langfristig an Dritte vermietet.

Die „Karstadt Arkaden“ im Mülheimer Rhein-Ruhr-Zentrum starteten am 23. Oktober 2002 auf einer Gesamtfläche von 40.000 qm mit einer Drittvermietungsquote von 25%.

Optimierung des Immobilienportfolios fortgesetzt

Im Berichtsjahr setzten wir die Bereinigung unseres Portfolios um nicht betriebsnotwendige Immobilien fort. Der Veräußerungsgewinn belief sich auf 21,5 Mio. €.

Im Rahmen der Neugestaltung der Altersversorgung für die Mitarbeiter des Konzerns wurden zwei Immobiliengesellschaften in die Karstadt-Quelle Pension Trust e.V. eingebracht.

Systemintegration forciert

Zur Unterstützung der Analyse, der Steuerung und des Controllings von Flächen sowie zur Effizienzsteigerung von Projektentwicklungen wurden im Jahr 2002 neue EDV-Systeme eingeführt und bestehende Systeme den gestiegenen Anforderungen des Portfoliomanagements angepasst.

Parallel installierten wir für die kontinuierliche Geschäftsprozess-Optimierung innerhalb des Immobilienbereichs ein Intranet-System. Es ergänzt unseren Internetauftritt (www.karstadtquelle.com/business/40.asp) zur Vermarktung der Immobilien und Mietflächen. Damit verfügen wir über eine Geschäfts- und Kommunikationsplattform zur Optimierung der Geschäftsbeziehungen mit den verschiedenen Partnern.

KARSTADT Hypothekenbank gut gestartet

Das Kreditinstitut platzierte seit Aufnahme des aktiven Geschäfts im Juni 2002 Pfandbriefe im Wert von 546 Mio. € und akquirierte Bankdarlehen in Höhe von 250 Mio. €. Die Bilanzsumme der Hypothekenbank erreichte im ersten vollen Geschäftsjahr 1 Mrd. €.

AUSBLICK

Integration von Bau- und Facilitymanagement

Wir setzen die konsequente Integration der immobilienorientierten Aktivitäten innerhalb des Karstadt-Quelle-Konzerns konsequent fort. So übernimmt die KARSTADT Immobilien AG & Co. KG im Jahr 2003 zentral alle Aufgaben aus den Bereichen Facility-Management und die Bausteuerung.

Drittvermietung im Fokus

Ein Schwerpunkt des Geschäftsjahres 2003 ist die Erhöhung der an externe Partner vermieteten Fläche. Zu den Vorteilen des Konzeptes gehört die Stärkung der Attraktivität der Warenhäuser durch Untervermietungen an Partner mit ergänzenden und frequenzerhöhenden Sortimenten. Ein größerer Anteil von Drittanbietern dient darüber hinaus der Risikostreuung bei der Vermietung.

20 innerstädtische Shopping-Center geplant

Wesentliche Bestandteile der mittel- und langfristigen Ergebnisziele des Geschäftsfeldes Immobilien sind die Entwicklung und das Management von innerstädtischen Shopping-Centern. KarstadtQuelle plant in den kommenden Jahren die Entwicklung von weiteren 16 Objekten.

Ende 2002 stellten wir die Weichen für vier weitere Projekte in Potsdam, München, Karlsruhe und Leipzig. In Potsdam planen wir ein Department-Store-Center mit einer Fremdmietlerquote von über 30% und in München die Erweiterung unseres Flagship-Stores um 14.000 qm. In Karlsruhe gestalten wir ein ehemaliges Hertie-Warenhaus völlig neu; in Leipzig werden wir ein ehemaliges Warenhaus weitestgehend erneuern. An beiden letztgenannten Standorten wird die Fremdmietlerquote deutlich höher liegen und damit die Gesamtattraktivität der Center erhöht. Alle vier Objekte haben wir bei Finanzinvestoren platziert.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	120
Konzern-Bilanz	121
Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens	122
Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals	124
Konzern-Kapitalflussrechnung	125
Segmentangaben	126
Konzern-Anhang	128
Grundlagen des Konzernabschlusses	128
– Grundlagen	128
– Konsolidierungsmethoden	128
– Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden	129
– Währungsumrechnung	132
– Wesentliche Erwerbe	133
– Konsolidierungskreis	134
Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung	136
Erläuterungen zur Bilanz	142
Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung	155
Erläuterungen zur Segmentberichterstattung	155
Sonstige Angaben	156
Wesentliche verbundene und assoziierte Unternehmen	158
Aufstellung der Organe und Mandate nach KonTraG	161
Erklärung des Vorstandes	164
Bestätigungsvermerk	165

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

für die Zeit vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2002

	Anhang Textziffer	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Umsatzerlöse	1	15.814.573	16.067.128
Wareneinsatz	2	-8.502.568	-8.681.750
Rohertrag		7.312.005	7.385.378
Andere aktivierte Eigenleistungen	3	60.429	37.055
Betriebliche Erträge	4	862.233	613.444
Personalaufwand	5	-3.014.082	-3.157.176
Betriebliche Aufwendungen	6	-4.127.130	-3.802.118
Sonstige Steuern		-30.925	-33.925
Ergebnis aus der betrieblichen Tätigkeit		1.062.530	1.042.658
Beteiligungsergebnis	7	-9.839	99.889
davon aus assoziierten Unternehmen		-25.802	68.425
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)		1.052.691	1.142.547
Abschreibungen (ohne Firmenwert)	8	-474.845	-462.316
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Firmenwertabschreibungen (EBITA)		577.846	680.231
Firmenwertabschreibungen	8	-93.494	-49.502
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)		484.352	630.729
Zinsergebnis	9	-286.396	-300.074
Übriges Finanzergebnis	10	2.404	2.097
Ergebnis vor Steuern (EBT)		200.360	332.752
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	11	-30.923	-94.031
Jahresüberschuss vor Minderheiten		169.437	238.721
Anderen Gesellschaftern zustehender Gewinn/Verlust	12	-7.192	-3.800
Jahresüberschuss nach Minderheiten		162.245	234.921
Einstellung in die Gewinnrücklagen		-85.184	-121.005
Konzerngewinn		77.061	113.916
Ergebnis je Aktie in €	13	1,40	2,00

Konzern-Bilanz

zum 31. Dezember 2002

AKTIVA	Anhang Textziffer	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Anlagevermögen	14		
Immaterielle Vermögenswerte		500.709	427.244
Sachanlagen		3.876.983	4.204.471
Finanzanlagen		883.730	818.985
		5.261.422	5.450.700
Umlaufvermögen			
Vorräte	15	2.502.391	2.524.236
Forderungen und Sonstige Vermögenswerte	16	2.236.258	2.097.082
Wertpapiere	17	25.441	36.054
Flüssige Mittel	17	144.352	343.206
		4.908.442	5.000.578
Latente Steuern	18	10.030	25.220
Rechnungsabgrenzungsposten		35.849	33.549
Bilanzsumme		10.215.743	10.510.047

PASSIVA	Anhang Textziffer	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Eigenkapital	19	1.676.407	1.803.386
Anteile anderer Gesellschafter		69.820	59.523
Langfristige Verbindlichkeiten			
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	22	1.594.870	1.424.516
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	23	56.842	105.817
Pensionsrückstellungen	20	2.128.364	2.583.747
Übrige langfristige Rückstellungen	21	246.559	224.062
		4.026.635	4.338.142
Kurzfristige Verbindlichkeiten			
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	22	1.952.724	1.720.245
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	23	899.145	929.745
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	23	1.066.819	1.006.546
Kurzfristige Rückstellungen	21	314.683	312.984
		4.233.371	3.969.520
Latente Steuern		206.269	323.810
Rechnungsabgrenzungsposten		3.241	15.666
Bilanzsumme		10.215.743	10.510.047

Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens

	Historische Anschaffungs- und Herstellungskosten					
	Stand zum 01.01.2002	Zu-/Abgang Konsolid.- kreis	Um- rechnungs- differenzen	Zugang lfd. Jahr	Um- buchungen	Abgang lfd. Jahr
	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €
Immaterielle Vermögenswerte						
Erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten	268.568	-2.594	473	55.333	22.597	12.579
Eigene Entwicklungen	35.510	-	1	16.654	16.703	13.127
Geschäfts- oder Firmenwert						
aus Einzelabschluss	37.541	-	57	46	2.141	13
aus Konsolidierung	288.134	-	1	78.575	-	6.173
negativer Unterschiedsbetrag	-749	-	-	-	-	-749
Geleistete Anzahlungen						
immaterielle Vermögenswerte	36.439	-10	1	28.696	-29.643	3.804
in Entwicklung befindliche immaterielle Vermögenswerte	16.293	-	-	22.460	-11.798	5
	681.736	-2.604	533	201.764	0	34.952
Sachanlagen						
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken						
Eigentum	6.628.058	-267.157	543	34.992	-71.674	48.733
Finance lease	110.803	-	-1	46.034	-	15.627
Aktivierte Rückbauverpflichtung	1.588	-	-	1.002	-	155
Technische Anlagen und Maschinen	130.382	2.330	104	2.729	73.930	6.448
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.088.761	5.176	681	169.280	18.254	148.451
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	85.285	-923	-27	33.493	-85.672	1.399
	10.044.877	-260.574	1.300	287.530	-65.162	220.813
Finanzanlagen						
Anteile an verbundenen Unternehmen	66.742	2.180	264	67.746	-84.207	1.962
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	2.302	-3.267	-2	20.458	-14.726	345
Anteile an assoziierten Unternehmen	546.745	-	-2	75.031	97.817	94.260
Ausleihungen an assoziierte Unternehmen	50.000	-	-	-	1.001	-
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	8.404	-	-	2.670	-1.408	371
Übrige Beteiligungen	79.444	-19	1	4.478	4.829	10.040
Finanzinvestitionen in Grundstücke und Bauten	120.245	-	-1	403	65.162	1.072
Wertpapiere des Anlagevermögens	9.614	-	-	705	-	38
Sonstige Ausleihungen	34.636	-	2	47.099	-3.306	23.645
	918.132	-1.106	262	218.590	65.162	131.733
	11.644.745	-264.284	2.095	707.884	0	387.498

Kumulierte Abschreibungen								Buchwerte	
Stand zum 31.12.2002	Stand zum 01.01.2002	Zu-/Abgang Konsolid.- kreis Tsd. €	Um- rechnungs- differenzen Tsd. €	Zugang lfd. Jahr Tsd. €	Um- buchungen Tsd. €	Abgang lfd. Jahr Tsd. €	Stand zum 31.12.2002 Tsd. €	Stand zum 31.12.2002 Tsd. €	Stand zum 31.12.2001 Tsd. €
331.798	165.475	-1.635	375	57.919	4.707	5.975	220.866	110.932	103.093
55.741	6.574	-	-	536	-5.596	-	1.514	54.227	28.936
39.772	28.997	-	46	3.016	887	13	32.933	6.839	8.544
360.537	53.446	-	17	42.218	2	5.228	90.455	270.082	234.688
0	-	-	-	-	-	-	-	0	-749
31.679	-	-	-	-	-	-	-	31.679	36.439
26.950	-	-	-	-	-	-	-	26.950	16.293
846.477	254.492	-1.635	438	103.689	0	11.216	345.768	500.709	427.244
6.276.029	3.079.368	-122.581	339	187.100	-70.668	41.002	3.032.556	3.243.473	3.548.690
141.209	41.861	-	-	3.127	-	6.251	38.737	102.472	68.942
2.435	280	-	-	300	-	1	579	1.856	1.308
203.027	92.228	1.726	50	12.498	48.366	6.323	148.545	54.482	38.154
3.133.701	2.626.669	6.251	392	197.962	-4.353	137.163	2.689.758	443.943	462.092
30.757	-	-	-	-	-	-	-	30.757	85.285
9.787.158	5.840.406	-114.604	781	400.987	-26.655	190.740	5.910.175	3.876.983	4.204.471
50.763	7.058	-	1	249	795	134	7.969	42.794	59.684
4.420	-	-	-	350	-	-	350	4.070	2.302
625.331	31.664	-	-	48.260	230	-	80.154	545.177	515.081
51.001	-	-	-	-	-	-	-	51.001	50.000
9.295	-	-	-	2.550	-	-	2.550	6.745	8.404
78.693	16.442	-	1	880	-1.283	8.156	7.884	70.809	63.002
184.737	42.825	-	-	15.294	26.656	39	84.736	100.001	77.420
10.281	615	-	-	2	-	114	503	9.778	8.999
54.786	543	-	-	637	257	6	1.431	53.355	34.093
1.069.307	99.147	-	2	68.222*	26.655	8.449	185.577	883.730	818.985
11.702.942	6.194.045	-116.239	1.221	572.898	0	210.405	6.441.520	5.261.422	5.450.700

*) Davon sind 3.210 Tsd. € unter Übriges Finanzergebnis
und 1.349 Tsd. € unter Beteiligungsergebnis ausgewiesen.

**Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals
und der Anteile anderer Gesellschafter**

	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen	Neubewer- tungs- rücklage	Ausgleichs- posten Währungs- umrechnung	Konzern- Eigenkapital Gesamt	Anteile anderer Gesell- schafter	Gesamt
01.01. – 31.12.2002	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €
Anfangsbestand								
01.01.2002	301.460	488.521	1.025.078	-12.384	711	1.803.386	59.523	1.862.909
Aus dem Erwerb von Anteilen	-23.605	-145.232	-	-	-	-168.837	-428	-169.265
Dividenden	-	-	-83.608	-	-	-83.608	-401	-84.009
Erwirtschaftetes Kapital/ Konzernergebnis	-	-	162.245	-	-	162.245	7.192	169.437
Differenzen aus der Währungsumrechnung	-	-	-	-	90	90	236	326
Veränderung aus der Bewertung originärer und derivativer Finanzinstrumente	-	-	-	-36.869	-	-36.869	-	-36.869
Aus Konsolidierungskreis- veränderungen	-	-	-	-	-	-	4.202	4.202
Sonstige erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderungen	-	-	-	-	-	-	-504	-504
Endbestand 31.12.2002	277.855	343.289	1.103.715	-49.253	801	1.676.407	69.820	1.746.227
01.01. – 31.12.2001								
Anfangsbestand								
01.01.2001	300.929	482.031	870.104	-	148	1.653.212	45.477	1.698.689
Anpassung aus der erstmaligen Anwendung des IAS 39	-	-	-	-7.731	-	-7.731	-	-7.731
Ausgabe neuer Aktien	531	6.490	-	-	-	7.021	-	7.021
Aus dem Erwerb von Anteilen	-	-	-	-	-	-	-5.541	-5.541
Dividenden	-	-	-78.758	-	-	-78.758	-1.134	-79.892
Erwirtschaftetes Kapital/ Konzernergebnis	-	-	234.921	-	-	234.921	3.800	238.721
Differenzen aus der Währungsumrechnung	-	-	-	-	563	563	-290	273
Veränderung aus der Bewertung originärer und derivativer Finanzinstrumente	-	-	-	-4.653	-	-4.653	-	-4.653
Aus Konsolidierungskreis- veränderungen	-	-	-	-	-	-	16.843	16.843
Sonstige erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderungen	-	-	-1.189	-	-	-1.189	368	-821
Endbestand 31.12.2001	301.460	488.521	1.025.078	-12.384	711	1.803.386	59.523	1.862.909

Konzern-Kapitalflussrechnung

	2002	2001
	Tsd. €	Tsd. €
Periodenergebnis (einschließlich Ergebnisanteilen von Minderheitsgesellschaftern) vor Steuern vom Einkommen und Ertrag und vor außerordentlichen Posten	200.360	332.752
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	571.077	512.646
Gewinn/Verlust aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-17.534	-19.345
Währungsgewinne/-verluste	3.295	-206
Beteiligungserträge/-aufwendungen aus Verlustübernahmen	8.490	-100.538
Zinserträge/-aufwendungen	150.785	151.131
Zu-/Abnahme der langfristigen Rückstellungen (ohne Steuerrückstellungen)	-139.106	97.174
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen/Erträge	-76.352	118.664
Brutto-Cash Flow	701.015	1.092.278
Zu-/Abnahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-457.084	-196.989
Zu-/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	79.664	-55.039
Cash Flow aus dem laufenden Geschäft	323.595	840.250
Erhaltene Dividenden	16.059	32.113
Erhaltene Zinsen	75.708	86.972
Gezahlte Zinsen	-202.590	-228.286
Zahlungen/Erstattungen von Steuern vom Einkommen und Ertrag	-44.331	-28.677
Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	168.441	702.372
Cash Flow aus Akquisitionen/Desinvestitionen von Tochtergesellschaften	61.942	-167.240
Auszahlungen zum Erwerb von Sachanlagevermögen, immateriellen sowie langfristigen Vermögenswerten	-501.926	-682.906
Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-226.797	-302.409
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagevermögen, immateriellen sowie langfristigen Vermögenswerten	91.099	161.695
Einzahlungen aus der Veräußerung von Finanzanlagevermögen	29.139	6.729
Einzahlungen für Derivate	-	4.039
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	-546.543	-980.092
Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführungen	-	7.021
Aus-/Einzahlungen für Dividenden, Kapitalerhöhungen und Aktienrückkaufprogramm	-252.445	-78.759
Ein-/Auszahlungen aus Pfandbriefprogramm und der Aufnahme von (Finanz-)Krediten	401.935	436.513
Zahlungen von Verbindlichkeiten aus finance lease	34.018	-8.410
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit	183.508	356.365
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	-194.594	78.645
Veränderungen der Zahlungsmittel aus Wechselkurs- oder aus sonstigen Konsolidierungskreis bedingten Veränderungen des Finanzmittelfonds	-14.938	38.211
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	378.345	261.489
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	168.813	378.345

Segmentangaben – KARSTADT QUELLE-Konzern

	KARSTADT QUELLE-Konzern		Überleitungsrechnung		Holding	
	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Umsatz	18.052.459	18.061.626	-	-	-	-
Zinsen aus Ratenkreditgeschäft	218.742	198.430	-	-	-	-
Innenumsatz	-2.456.628	-2.192.928	-1.550.165	-1.421.860	-	-
Konzernumsatz	15.814.573	16.067.128	-1.550.165	-1.421.860	-	-
Wareneinsatz	-8.502.568	-8.681.750	760.004	637.408	-	-
Rohertrag	7.312.005	7.385.378	-790.161	-784.452	-	-
Andere aktivierte Eigenleistungen	60.429	37.055	40.833	24.531	-	-
Betriebliche Erträge und Aufwendungen	-3.264.897	-3.188.674	742.948	746.941	138.772	-21.188
Personalaufwand	-3.014.082	-3.157.176	5.786	-78	-17.340	-1.853
Sonstige Steuern	-30.925	-33.925	1	-	6	-69
Ergebnis aus der betrieblichen Tätigkeit	1.062.530	1.042.658	-593	-13.058	121.438	-23.110
Beteiligungsergebnis	-9.839	99.889	15	9.178	4.645	-8.415
EBITDA	1.052.691	1.142.547	-578	-3.880	126.083	-31.525
Abschreibungen (ohne Firmenwert)	-474.845	-462.316	2.924	2.595	-1.697	-2.028
EBITA	577.846	680.231	2.346	-1.285	124.386	-33.553
Firmenwertabschreibung	-93.494	-49.502	-	-	-	-
EBIT	484.352	630.729	2.346	-1.285	124.386	-33.553
Zinsergebnis	-286.396	-300.074	1.049	978	-111.542	-123.316
Übriges Finanzergebnis	2.404	2.097	-530	-978	4.749	2.710
EBT	200.360	332.752	2.865	-1.285	17.593	-154.159
EBIT-Marge in %	3,1	3,9	-	-	-	-
EBT-Marge in %	1,3	2,1	-	-	-	-
EBTA	293.854	382.254	2.865	-1.285	17.593	-154.159
EBTA-Marge in %	1,9	2,4	-	-	-	-
Segmentvermögen	10.205.713	10.484.827	-4.817.727	-3.358.460	2.757.282	1.791.835
Segmentschulden	8.333.067	8.382.851	-4.677.808	-3.333.013	4.395.549	3.955.046
Capital Employed	7.208.013	7.188.688	-81.696	197	-180.912	263.454
ROCE in %	6,7	8,8	-	-	-	-
Brutto-Cash Flow	701.015	1.092.278	-707	-466	-187.172	-141.413
Investitionen	738.336	1.230.901	-	-	54.677	103.484
Arbeitnehmer (Jahresdurchschnitt)	83.926	89.379	-	-	144	135

Segmentangaben Regionen

	KARSTADT QUELLE-Konzern		Überleitungsrechnung		Inland	
	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Umsatz	18.052.459	18.061.626	-	-	15.801.928	15.959.486
Zinsen aus Ratenkreditgeschäft	218.742	198.430	-	-	169.033	147.843
Innenumsatz	-2.456.628	-2.192.928	-446.283	-439.020	-1.710.583	-1.545.242
Konzernumsatz	15.814.573	16.067.128	-446.283	-439.020	14.260.378	14.562.087
Wareneinsatz	-8.502.568	-8.681.750	433.466	390.859	-7.943.737	-8.085.251
Rohertrag	7.312.005	7.385.378	-12.817	-48.161	6.316.641	6.476.836
EBITA	577.846	680.231	5.258	-4.936	488.112	596.876
EBTA	293.854	382.254	5.780	-4.561	208.805	306.853
EBIT	484.352	630.729	5.258	-4.936	402.560	552.832
EBT	200.360	332.752	5.780	-4.561	123.253	262.809
Segmentvermögen	10.205.713	10.484.827	-2.192.641	-827.403	10.048.780	9.831.871
Segmentschulden	8.333.067	8.382.851	-2.189.004	-812.564	8.665.583	8.128.518
Investitionen	738.336	1.230.901	-	-	641.574	1.140.382

Stationärer Einzelhandel		Versandhandel		Dienstleistungen		Immobilien	
2002 Tsd. €	2001 Tsd. €	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
7.493.614	8.114.169	8.722.942	8.321.221	1.340.756	1.142.388	495.147	483.848
-	-	218.742	198.430	-	-	-	-
-156.207	-45.062	-712.669	-706.968	-37.587	-19.038	-	-
7.337.407	8.069.107	8.229.015	7.812.683	1.303.169	1.123.350	495.147	483.848
-4.266.963	-4.647.196	-4.213.000	-3.962.044	-782.422	-708.357	-187	-1.561
3.070.444	3.421.911	4.016.015	3.850.639	520.747	414.993	494.960	482.287
8.502	6.333	2.409	4.356	8.685	1.835	-	-
-1.267.034	-1.291.004	-2.614.298	-2.417.558	-187.968	-166.815	-77.317	-39.050
-1.725.632	-1.862.053	-1.025.941	-1.094.616	-245.794	-196.379	-5.161	-2.197
-1.446	-1.541	-12.027	-16.133	-11	-6	-17.448	-16.176
84.834	273.646	366.158	326.688	95.659	53.628	395.034	424.864
1.176	1.444	542	8.789	-16.217	73.066	-	15.827
86.010	275.090	366.700	335.477	79.442	126.694	395.034	440.691
-156.483	-170.259	-139.257	-125.010	-46.302	-43.942	-134.030	-123.672
-70.473	104.831	227.443	210.467	33.140	82.752	261.004	317.019
-6.092	-3.237	-38.416	-13.533	-48.973	-31.679	-13	-1.053
-76.565	101.594	189.027	196.934	-15.833	51.073	260.991	315.966
-59.106	-41.808	-74.343	-93.656	-11.422	3.682	-31.032	-45.954
-262	-277	951	459	-	-43	-2.504	226
-135.933	59.509	115.635	103.737	-27.255	54.712	227.455	270.238
-1,0	1,3	2,3	2,5	-1,2	4,6	52,7	65,3
-1,9	0,7	1,4	1,3	-2,1	4,9	45,9	55,9
-129.841	62.746	154.051	117.270	21.718	86.391	227.468	271.291
-1,8	0,8	1,9	1,5	1,7	7,7	45,9	56,1
2.435.846	3.171.430	3.965.386	4.125.778	1.042.170	1.195.205	4.822.756	3.559.039
2.353.723	2.516.635	3.837.641	3.435.535	507.323	624.610	1.916.639	1.184.038
1.023.670	856.550	2.559.138	2.298.979	656.522	816.423	3.231.291	2.953.085
-	11,9	7,4	8,6	-	6,3	8,1	10,7
33.330	371.754	394.160	431.651	100.386	55.535	361.018	375.217
164.844	548.878	259.129	304.640	179.557	227.639	80.129	46.260
49.722	55.463	28.557	30.007	5.436	3.748	67	26

EU-Westeuropa

Osteuropa

2002 Tsd. €	2001 Tsd. €	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
2.168.992	2.041.410	81.539	60.730
49.709	50.587	-	-
-294.674	-205.409	-5.088	-3.257
1.924.027	1.886.588	76.451	57.473
-952.581	-955.230	-39.716	-32.128
971.446	931.358	36.735	25.345
78.907	88.604	5.569	-313
73.228	80.037	6.041	-75
71.997	83.335	4.537	-502
66.318	74.768	5.009	-264
2.314.193	1.457.020	35.381	23.339
1.842.664	1.060.011	13.824	6.886
95.713	89.761	1.049	758

GRUNDLAGEN DES KONZERNABSCHLUSSES

Grundlagen

Der Konzernabschluss der KARSTADT QUELLE AG und ihrer Tochtergesellschaften ist nach den derzeit gültigen International Accounting Standards (IAS) unter Berücksichtigung der Interpretationen des „Standing Interpretations Committee“ (SIC) aufgestellt. Der Konzernabschluss steht im Einklang mit den Richtlinien der Europäischen Union zur Konzernrechnungslegung (Richtlinie 83/349/EWG).

Konsolidierungsmethoden

In den Konzernabschluss der KARSTADT QUELLE AG sind alle wesentlichen Tochterunternehmen, die unter der rechtlichen und/oder faktischen Kontrolle der KARSTADT QUELLE AG stehen, einbezogen. Wesentliche assoziierte Unternehmen werden nach der Equity-Methode konsolidiert, sofern der Konzern 20 bis 50% der Anteile hält und/oder einen maßgeblichen Einfluss ausübt. Übrige Beteiligungen werden nach IAS 39 zu Marktwerten angesetzt, es sei denn, es handelt sich um bis zur Endfälligkeit zu haltende Finanzinvestitionen bzw. um finanzielle Vermögenswerte, die über keinen notierten Marktpreis auf einem aktiven Markt verfügen und deren beizulegender Zeitwert nicht verlässlich bestimmt werden kann.

Die in die Konsolidierung einbezogenen Abschlüsse der in- und ausländischen Tochtergesellschaften werden gemäß IAS 27 nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgestellt.

Bei erstmaliger Konsolidierung von Tochtergesellschaften werden die Anschaffungswerte mit dem anteiligen Eigenkapital, welches sich nach Vertei-

Die Voraussetzungen des § 292a HGB für eine Befreiung von der Pflicht zur Aufstellung eines Konzernabschlusses nach deutschem Handelsrecht sind erfüllt.

Die Beurteilung dieser Voraussetzungen basiert auf dem vom Deutschen Standardisierungsrat veröffentlichten deutschen Rechnungslegungsstandard Nummer eins (DRS 1).

Der Konzernabschluss ist in Euro aufgestellt.

lung stiller Reserven bzw. stiller Lasten auf Vermögenswerte und Schulden ergibt, aufgerechnet. Ein verbleibender aktiver Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung wird als Geschäftswert aktiviert und über seine voraussichtliche wirtschaftliche Nutzungsdauer linear abgeschrieben.

Negative Unterschiedsbeträge werden gemäß IAS 22 offen von den aktivischen Unterschiedsbeträgen abgesetzt und, soweit sie nicht aus erwarteten Verlusten resultieren, entsprechend der Entwicklung der dazugehörigen Positionen des Anlagevermögens aufgelöst. Im Rahmen der Folgekonsolidierung werden die aufgedeckten stillen Reserven und Lasten entsprechend der Behandlung der korrespondierenden Vermögenswerte und Schulden fortgeführt.

Die Anschaffungskosten von nach der Equity-Methode einbezogenen Beteiligungen werden um die Veränderungen des Eigenkapitals des assoziierten Unternehmens fortgeführt. Die Fortschreibung des Eigenkapitals im Beteiligungsansatz erfolgt für die ergebnisbezogenen Komponenten in den Positionen: Beteiligungsergebnis, Firmenwertabschreibungen und Steuern vom Einkommen und vom Ertrag.

Für die Fortschreibung eines in dem Beteiligungsansatz enthaltenen Unterschiedsbetrages zwischen den Anschaffungskosten der Beteiligung und dem anteiligen Eigenkapital der Gesellschaft werden die für die Vollkonsolidierung geltenden Grundsätze entsprechend angewendet.

Umsätze, Aufwendungen und Erträge sowie Forderungen, Verbindlichkeiten bzw. Rückstellungen zwischen einbezogenen Unternehmen sind eliminiert. Zwischenergebnisse aus konzerninternen Lieferungen und Leistungen werden herausgerechnet.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Immaterielle Vermögenswerte

Immaterielle Vermögenswerte werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige, lineare Abschreibungen, bewertet. Die Abschreibungen erfolgen unter Berücksichtigung folgender Nutzungsdauern:

Vermögenswerte	Nutzungsdauer
Geschäfts- o. Firmenwerte	15 – 20 Jahre
Software	3 – 5 Jahre
Lizenzen, Miet-, Nutzungs- und ähnliche Rechte	Vertragsdauer oder kürzere wirtschaftliche Nutzungsdauer
Übrige immaterielle Werte	3 – 15 Jahre

Bei voraussichtlich dauernden Wertminderungen werden außerplanmäßige Abschreibungen vorgenommen.

Selbst erstellte Immaterielle Vermögenswerte werden zu Herstellungskosten aktiviert, wenn die Voraussetzungen des IAS 38 erfüllt sind.

Die Herstellungskosten umfassen neben den Einzelkosten auch angemessene Teile der Gemeinkosten. Finanzierungskosten sind nicht aktiviert.

Sachanlagen

Vermögenswerte	Nutzungsdauer
Gebäude	25 – 40 Jahre
Technische Anlagen, Maschinen sowie Betriebseinrichtungen	5 – 15 Jahre (bzw. kürzere Mietvertragsdauer)
Betriebs- und Geschäftsausstattung	2 – 15 Jahre
Ladeneinbauten	7 Jahre

Das Sachanlagevermögen ist zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten abzüglich planmäßiger Abschreibungen bewertet. Finanzierungskosten werden bei langfristigen Immobilienprojekten aktiviert.

Finanzinvestitionen in Grundstücke und Bauten sind entsprechend IAS 40 zu Anschaffungskosten bewertet und unter den Finanzanlagen ausgewiesen.

Aufwendungen für Instandhaltungen werden grundsätzlich erfolgswirksam verrechnet. Eine Aktivierung erfolgt, wenn diese zu einer Erweiterung bzw. wesentlichen Verbesserung des jeweiligen Vermögenswertes geführt haben.

Gemietete Sachanlagen werden in Übereinstimmung mit IAS 17 bilanziert. Die Abschreibungen erfolgen planmäßig über die wirtschaftliche Nut-

zungsdauer. Die aus den künftigen Leasingraten resultierenden Zahlungsverpflichtungen sind unter den Finanzschulden passiviert.

Rückbauverpflichtungen werden den entsprechenden Anschaffungskosten zugerechnet und wie die bilanzierten Vermögenswerte über die voraussichtliche wirtschaftliche Nutzungsdauer linear verteilt.

Finanzanlagen

Die unter den Finanzanlagen ausgewiesenen Finanzinstrumente im Sinne des IAS 39 – im Einzelnen sind dies Anteile an nicht konsolidierten verbundenen Unternehmen, nicht nach der Equity-Methode bewerteten assoziierten Unternehmen, übrige Beteiligungen, Ausleihungen sowie Wertpapiere des Anlagevermögens – werden einzeln zum beizulegenden Zeitwert angesetzt, wenn sie nicht bis zur Endfälligkeit gehalten werden und ein Zeitwert ermittelbar ist. Die Ergebnisveränderungen der veräußerungsfähigen Wertpapiere werden bis zu einem Verkauf ergebnisneutral im Eigenkapital ausgewiesen.

Die bis zur Endfälligkeit gehaltenen Finanzinstrumente sind mit den fortgeführten Anschaffungskosten, bei voraussichtlich dauernder Wertminderung mit dem niedrigeren beizulegenden Zeitwert bewertet. Der Ansatz sämtlicher Klassen im Sinne des IAS 39 erfolgt zum Handelstag.

Finanzinvestitionen in Grundstücke und Bauten werden ebenso zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt. Bei voraussichtlich dauernder Wertminderung erfolgt eine Abschreibung auf den niedrigeren beizulegenden Zeitwert.

Vorräte

Vorräte werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, gegebenenfalls zu einem niedrigeren erzielbaren Nettoveräußerungswert angesetzt. Fremdkapitalkosten sind nicht mit einbezogen.

Langfristige Entwicklungsprojekte

Immobilien-Entwicklungsprojekte werden gemäß IAS 11 bilanziert. Hierbei werden anteilige Ergebnisse gemäß dem Projektfortschritt realisiert, soweit nicht mit einem Verlust gerechnet werden muss.

Die Teilgewinnrealisierung basiert auf der Ermittlung des prozentualen Anteils der bisher angefallenen Kosten zu den insgesamt geschätzten Kosten.

Forderungen und Sonstige Vermögenswerte

Die Bilanzierung von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und Sonstigen Vermögenswerten erfolgt zum Nennwert. Einzelwertberichtigungen werden für uneinbringliche oder zweifelhafte Forderungen angesetzt.

Unter den Sonstigen Vermögenswerten sind auch die der Zeit nach dem Stichtag zuzuordnenden Katalogkosten ausgewiesen.

Verkauf von Forderungen

Im Rahmen von Securitization-Transaktionen verkaufen einzelne Gesellschaften des Konzerns Forderungen aus Lieferungen und Leistungen an einen Trust. Der Erwerber hält im Rahmen dieses Programmes einen Teil des Kaufpreises zur Absicherung zurück, den er erst bei Eingang der Zahlungen vergütet. Die erwartete Vergütung wird bei hinreichender Wahrscheinlichkeit der Realisierung als gesonderter finanzieller Vermögenswert erfasst.

Die Verkäufer haben das Inkasso der Forderungen zu übernehmen. Für diese Verpflichtungen sind zum Stichtag angemessene Rückstellungen gebildet.

Für die Übernahme der Risiken und der Vorfinanzierung zahlen die Verkäufer eine Programmgebühr, die unter den Betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen wird.

Wertpapiere des Umlaufvermögens

Wertpapiere des Umlaufvermögens werden entsprechend IAS 39 seit Beginn des Geschäftsjahres 2001 zu Zeitwerten angesetzt.

Die Anpassung des beizulegenden Zeitwerts erfolgt bei Wertpapieren, die als „zu Handelszwecken gehalten“ eingestuft werden, erfolgswirksam.

Latente Steuern

Für temporär abweichende Wertansätze zwischen Handels- und Steuerbilanzen der einbezogenen Gesellschaften werden latente Steuerforderungen bzw. -verbindlichkeiten ausgewiesen.

Ansatz und Bewertung von latenten Steueransprüchen werden regelmäßig überprüft. Eine außerplanmäßige Abschreibung wird vorgenommen, wenn die Werthaltigkeit des Postens in Frage steht.

Rückstellungen

Die Pensionsrückstellungen werden versicherungsmathematisch nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected Unit Credit Method) ermittelt.

Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden lediglich außerhalb eines 10%-Korridors, der den jeweiligen Verpflichtungsumfang übersteigt, berücksichtigt und auf die durchschnittliche künftige Restdienstzeit verteilt.

Die bilanziell ausgewiesenen Pensionsrückstellungen ermitteln sich als Saldo des Barwerts der Verpflichtungen, der noch nicht erfolgswirksam berücksichtigten versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste und des Marktwerts des Planvermögens.

Sonstige Rückstellungen werden für ungewisse Verbindlichkeiten und drohende Verluste aus schwebenden Geschäften gebildet. Die Bewertung der Rückstellungen erfolgt mit dem besten Schätzwert des Erfüllungsbetrages. Langfristige Rückstellungen werden abgezinst.

Derivative Finanzinstrumente

IAS 39 wird im KarstadtQuelle-Konzern seit dem 1. Januar 2001 angewendet. Dieser fordert für sämtliche derivative Finanzinstrumente die Bilanzierung zum Marktwert. Die Marktwertänderungen werden bei Vorliegen entsprechender Sicherungsbeziehungen periodengerecht im Eigenkapital unter der Position „Veränderung aus der Bewer-

tung derivativer Finanzinstrumente“ oder aber als Ergebnis der Periode unter den Bewertungsergebnissen im übrigen Finanzergebnis ausgewiesen.

Die KARSTADT QUELLE AG und ihre Tochterunternehmen setzen derivative Finanzinstrumente zur Absicherung von Währungsrisiken aus Einkaufsgeschäften und zur Absicherung von Zinsrisiken ein.

Währungsumrechnung

In Fremdwährung gebundene Vermögenswerte und Schulden werden mit dem Kurs zum Zeitpunkt des Zugangs umgerechnet und an jedem Stichtag an den jeweiligen Stichtagskurs angepasst. Dabei entstandene Umrechnungsdifferenzen in Höhe von minus 3.295 Tsd. € (Vorjahr: plus 206 Tsd. €) sind ergebniswirksam erfasst.

Die Jahresabschlüsse der ausländischen Tochtergesellschaften werden nach dem Konzept der

funktionalen Währung in die Berichtswährung umgerechnet. Die funktionale Währung ist in allen Fällen die jeweilige Landeswährung. Die Vermögenswerte und Schulden werden zum Stichtagskurs, die Aufwendungen und Erträge zum Jahresdurchschnittskurs umgerechnet.

Umrechnungsdifferenzen werden ergebnisneutral im Eigenkapital erfasst. Die wichtigsten Kurse haben sich in Relation zum Euro wie folgt entwickelt:

	Durchschnittskurs		Stichtagskurs	
	2002 €	2001 €	2002 €	2001 €
100 Dänische Kronen	13,451	13,422	13,462	13,446
1 Englisches Pfund	1,590	1,614	1,538	1,643
100 Hongkong-Dollar	13,565	14,365	12,305	14,534
100 Polnische Zloty	25,889	27,368	24,955	28,516
100 Schwedische Kronen	10,909	9,253	10,935	9,33
100 Schweizer Franken	68,159	66,273	68,847	67,545
100 Slowakische Kronen	2,342	2,308	2,398	2,339
100 Tschechische Kronen	3,247	2,947	3,183	3,126
1.000 Ungarische Forint	4,116	3,899	4,24	4,066

Wesentliche Erwerbe und gesellschaftsrechtliche Neuordnung

Im März 2002 haben die Quelle AG und die Neckermann Versand AG ihre im Jahr 2001 erworbenen Beteiligungen an der MultiBus AG Gesellschaft für Verbundmarketing so weit aufgestockt, dass die Aktienmehrheit im KarstadtQuelle-Konzern liegt. Im Rahmen der Neuordnung der gesellschaftsrechtlichen Verhältnisse wurden die Beteiligungen im September 2002 in die KARSTADT QUELLE Information Services GmbH eingebracht. Durch den Erwerb der beiden zur Mehrheit erforderlichen Aktienpakete resultiert insgesamt ein Firmenwert in Höhe von 13,9 Mio. €.

Die Quelle AG hat im Juni 2002 die Mehrheit der Anteile an der HSM Direkt AG für 12 Mio. € erworben. Der Geschäfts- oder Firmenwert beläuft sich auf 12,8 Mio. €.

Im März 2002 übernahm die Mercatura Holding GmbH & Co. KG die britische Simon Jersey Group Ltd. für 10,7 Mio. €. Der ermittelte Geschäfts- oder Firmenwert beträgt 13,7 Mio. €.

Im Herbst 2002 wurde eine umfangreiche gesellschaftsrechtliche Neuordnung durchgeführt. Kernpunkt dieses Konzepts ist die Schaffung einer Holding-Teilkonzern-Struktur, welche die bisherige Segment-Gliederung des Konzerns widerspiegelt.

Hierzu wurden drei neue Zwischenholdings unterhalb der KARSTADT QUELLE AG gegründet, die die Aktivitäten in den Bereichen Stationärer Einzelhandel, Versandhandel und Dienstleistungen zusammenfassen.

Im Teilkonzern Stationärer Einzelhandel hält die Karstadt GmbH zum einen die Anteile der operativen Einheiten im Warenhausbereich (insbesondere Karstadt Warenhaus AG), zum anderen die Anteile an der M + T Mode- und Textilhaus-Beteiligungs Gesellschaft m.b.H., welche die Aktivitäten im textilen Fachhandel bündelt.

Im Teilkonzern Versandhandel hält die KARSTADT QUELLE Versand GmbH als Zwischenholding sämtliche Anteile an der Neckermann Versand AG und an der Quelle AG. Wesentliche operative Gesellschaften im Bereich Spezialversand sind darüber hinaus von der Neckermann Versand AG sowie der Quelle AG in die QuelleNeckermann Spezialversand GmbH eingebracht worden.

Wesentliche Änderungen betreffen den Teilkonzern Dienstleistungen. Als Zwischenholding hält die KARSTADT QUELLE Service GmbH die Beteiligungen an der KARSTADT QUELLE Business Services GmbH (B2B-Aktivitäten) sowie der KARSTADT QUELLE Kunden-Service GmbH (B2C-Aktivitäten).

An die KARSTADT QUELLE Business Services GmbH wurden von mehreren Gesellschaften des Konzerns Beteiligungen veräußert bzw. gegen Gewährung von Gesellschaftsrechten eingebracht, dazu gehören ITELLIUM Systems & Services GmbH, KARSTADT QUELLE Information Services GmbH, KARSTADT QUELLE New Media AG, Optimus Logistics GmbH sowie servicelogiQ GmbH logistische Dienstleistungen. Aufgrund der sehr engen Verzahnung dieser Aktivitäten mit den Geschäften der bisherigen Anteilseigner werden die Geschäftsanteile der KARSTADT QUELLE Business Services GmbH neben der KARSTADT QUELLE Service GmbH auch von der Karstadt GmbH, der Neckermann Versand AG und der Quelle AG gehalten.

Die KARSTADT QUELLE Kunden-Service GmbH hält Beteiligungen an der Karstadt Coffee GmbH, der KARSTADT QUELLE Financial Services GmbH sowie der KARSTADT QUELLE Freizeit GmbH, deren wesentlicher Vermögenswert in 50% der Anteile an der Thomas Cook AG besteht.

Die aus diesen Beteiligungsumgliederungen entstandenen Gewinne wurden – da es sich um konzerninterne Transaktionen handelte – vollständig eliminiert. Eine Auswirkung auf die Darstellung der primären Segmente des Konzerns gegenüber dem Vorjahr ergibt sich nicht, da durch die gesellschaftsrechtliche Neuordnung die bisherige Segmentdarstellung lediglich nachvollzogen wurde.

Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss sind neben der KARSTADT QUELLE AG grundsätzlich alle in- und ausländischen Tochterunternehmen einbezogen, bei denen der KARSTADT QUELLE AG direkt oder indirekt die Mehrheit der Stimmrechte zustehen.

Der Konsolidierungskreis umfasst 402 inländische und 89 ausländische Unternehmen. Nach der Equity-Methode werden fünf Unternehmen bewertet. Tochtergesellschaften, deren Einfluss auf den Konzernabschluss von untergeordneter Bedeutung ist, sind nicht in den Konsolidierungskreis einbezogen.

Außerdem wurden durch Gesellschaften der Teilkonzerne Stationärer Einzelhandel und Versandhandel Immobilien in Objektgesellschaften ausgliedert. Dies unterstreicht die Strategie, den Immobilienbesitz im Teilkonzern Immobilien zu bündeln.

Das Segmentvermögen ändert sich wie folgt:

Grundstücksübertragung durch Neuordnung

	Buchwerte zum 31.12.2002 Tsd. €
Stationärer Einzelhandel	-194.793
Versandhandel	-548.243
Immobilien	743.036

Im Geschäftsjahr 2002 sind – neben den im Rahmen der gesellschaftsrechtlichen Neustrukturierung erstmals einbezogenen Zwischenholdings – 46 Gesellschaften (davon 27 Immobiliengesellschaften) neu in den Konzernabschluss einbezogen worden, darunter im Wesentlichen:

- CAP Customer Advantage Program GmbH, Köln,
- Confidential Beteiligungs GmbH, Frankfurt/Main,
- Data Select Gesellschaft für Marketing Service mbH, Frankfurt/Main,
- HSM Direkt AG, Karlsruhe (inkl. zwei Tochtergesellschaften),
- Karstadt Coffee GmbH, Essen,
- KARSTADT QUELLE Information Services GmbH, Essen,
- KARSTADT QUELLE Konzern-Einkauf GmbH, Essen,
- MultiBus Aktiengesellschaft, Gesellschaft für Verbundmarketing, Filderstadt,
- Simon Jersey Group Ltd., Altham Accrington, Großbritannien,
- NeBus Loyalty B.V., Hulst, Niederlande.

Im Berichtsjahr sind als vollkonsolidierte Gesellschaften aus dem Konsolidierungskreis ausgeschieden:

- KARSTADT QUELLE Financial Services GmbH, Düsseldorf (nun at equity konsolidiert),
- KARSTADT QUELLE Bank GmbH, Neu-Isenburg (nun at equity konsolidiert),
- Kepa Kaufhaus Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Essen
- Warenhaus WERTHEIM GmbH, Berlin,
- maul + co - Chr. Belser GmbH, Nürnberg.

Die wesentlichen verbundenen und assoziierten Unternehmen sind auf den Seiten 158 bis 160 aufgeführt. Der vollständige Anteilsbesitz wird beim Handelsregister des Amtsgerichts Essen HRB 1783 hinterlegt.

Die Änderungen des Konsolidierungskreises sowie die Akquisitionen und Desinvestitionen hatten folgende Auswirkungen auf die Gewinn- und Verlustrechnung und die Bilanz des KarstadtQuelle-Konzerns:

	Akquisitionen Tsd. €	Desinvestitionen Tsd. €
Rohertrag	36.400	377
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	8.398	-1.750
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Firmenwertabschreibungen (EBITA)	6.305	-1.750
Ergebnis vor Steuern und Firmenwertabschreibungen (EBTA)	4.148	-1.756
Anlagevermögen	57.595	144.661
Umlaufvermögen	42.226	315.017
Latente Steuern	1.505	1.160
Rechnungsabgrenzungsposten	384	416
Vermögenswerte	101.710	461.254
Langfristige Verbindlichkeiten	24.602	121.499
Kurzfristige Verbindlichkeiten	38.018	210.246
Latente Steuern	5	26.363
Rechnungsabgrenzungsposten	143	-
Schulden	62.768	358.108

Die Beeinflussung des Ergebnisses vor Ertragsteuern und Firmenwertabschreibungen (EBTA) aus den Desinvestitionen in Höhe von minus 1.756 Tsd. € beinhaltet die Auswirkungen bis zum Endkonsolidierungszeitpunkt. Das Ergebnis aus der Endkonsolidierung beläuft sich auf 167.365 Tsd. € und

führt unter Berücksichtigung der Auswirkungen bis zum Ausscheiden der Gesellschaften zu einer positiven Wirkung von insgesamt 165.609 Tsd. €. Die Effekte aus Akquisitionen und Desinvestitionen auf das Ergebnis vor Ertragsteuern betragen zusammengefasst 169.757 Tsd. €.

ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

1 Umsatzerlöse

Die Entwicklung der Umsätze nach Geschäftsfeldern und Regionen ist im Rahmen der Segmentberichterstattung dargestellt. Die Umsatzerlöse umfassen auch andere Betriebserlöse in Form von Zinsen aus Ratenkreditgeschäften der in den Konzernabschluss einbezogenen Versandunternehmen in Höhe von 218.742 Tsd. € (Vorjahr 198.430 Tsd. €).

Nicht mehr in die Umsatzerlöse einbezogen wurden aus so genannten „Concession-Shops“ generierte Erträge.

Im Vorjahr hätten die Umsatzerlöse durch diese Änderung im Ausweis 15.977.621 Tsd. € betragen. Eine Ergebnisauswirkung ist mit dieser Änderung nicht verbunden. Es erfolgte lediglich der Übergang von einem Bruttoausweis von Umsatz und Wareneinsatz zu einem Nettoausweis in den betrieblichen Erträgen.

2 Wareneinsatz

Der Wareneinsatz gliedert sich wie folgt:

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Aufwendungen für bezogene Waren, Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	7.854.559	8.132.439
Aufwendungen für bezogene Leistungen	648.009	549.311
	8.502.568	8.681.750

3 Andere aktivierte Eigenleistungen

Unter den Anderen aktivierten Eigenleistungen werden im Wesentlichen die im Anlagevermögen zu aktivierenden Eigenleistungen aus selbst erstellter Software erfasst. Die Aktivierung erfolgt unter enger Auslegung der Kriterien des IAS 38 (Intangible Assets).

4 Betriebliche Erträge

Zu den betrieblichen Erträgen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit zählen insbesondere:

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Erträge aus Werbekostenzuschüssen	175.859	156.800
Mieteinnahmen und Provisionen	118.185	94.177
Erträge aus Auflösung von Sonstigen Rückstellungen	34.225	44.173
Erträge aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	27.316	38.644
Erträge aus Endkonsolidierung	238.927	15.871
Erträge aus weiterbelasteten Lieferungen und Leistungen	27.890	32.096
Erträge aus sonstigen Dienstleistungen	23.193	26.259
Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen	8.575	8.718
Übrige Erträge	208.063	196.706
	862.233	613.444

Die Erträge aus Endkonsolidierung betreffen vollkonsolidierte Gesellschaften in Höhe von 167.845 Tsd. € und nach der Equity-Methode konsolidierte Gesellschaften in Höhe von 71.082 Tsd. €. Die Endkonsolidierungen betreffen zum einen die Erträge aus dem Verkauf von 50% der Anteile an der

KARSTADT QUELLE Financial Services GmbH, zum anderen die Erträge aus der Endkonsolidierung von Beteiligungen, die als Planvermögen im Sinne von IAS 19 in einen betriebsinternen Pensionsfonds übertragen wurden.

5 Personalaufwand

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Gehälter und Löhne	2.544.806	2.595.860
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	424.274	533.616
davon für Altersversorgung	-71.774	17.513
Sonstiger Personalaufwand	45.002	27.700
	3.014.082	3.157.176

Die Aufwendungen für Altersversorgung enthalten Erträge aus Planänderungen in Höhe von 174.559 Tsd. € sowie Aufwendungen für Abfindungszahlungen

in Höhe von 59.163 Tsd. € aus der Neuordnung der Altersversorgung im KarstadtQuelle-Konzern.

Der sonstige Personalaufwand beinhaltet Aufwendungen für Jubiläen, Personalbeschaffung sowie Ausbildungs- und Schulungskosten.

Im Rahmen des Incentive-Stock-Options-Plans sind die Bedingungen zur Ausübung der Bezugs-

rechte weder zum Bilanzstichtag noch in der Zeit der Bilanzaufstellung erfüllt. Der KarstadtQuelle-Konzern weist im Berichtsjahr aus diesem Plan keinen Personalaufwand aus. Zu den Bedingungen vgl. Seite 137.

6 Betriebliche Aufwendungen

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Vertriebskosten	2.554.616	2.395.550
Betriebs- und Raumkosten	784.656	769.988
Verwaltungskosten	359.022	301.080
Wertberichtigungen auf und Ausbuchung von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	180.882	151.757
Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	9.782	19.303
Übrige	238.172	164.440
	4.127.130	3.802.118

Die Vertriebskosten beinhalten im Wesentlichen die Aufwendungen für Warenversand, Fuhrpark und Werbung sowie für Kataloge. Der Anstieg ist hauptsächlich auf die Ausweitung des Geschäftsvolumens im Versandhandel zurückzuführen. Die Betriebskosten enthalten Aufwendungen für Mieten und Wartung. Demgegenüber setzen sich die Raumkosten aus Aufwendungen für Instandhaltungen/ Instandsetzungen sowie für Energie- und Reinigungskosten zusammen.

Die übrigen Aufwendungen betreffen mit 34.525 Tsd. € (Vorjahr 39.068 Tsd. €) Programmgebühren aus dem Verkauf von Forderungen der in den Konzernabschluss einbezogenen Versandunternehmen; darüber hinaus werden in dieser Position Aufwendungen aus Leistungsverrechnungen ausgewiesen. Der Anstieg ist auch auf die Aufwendungen im Zusammenhang mit der Flutkatastrophe im August 2002 zurückzuführen.

7 Beteiligungsergebnis

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Verluste/Erträge aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	-25.802	68.425
Erträge aus übrigen Beteiligungen	20.117	31.704
davon aus verbundenen Unternehmen	12.234	28.098
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	540	2.423
Aufwendungen aus Verlustübernahme	-3.345	-2.014
Abschreibungen auf Finanzanlagen	-1.349	-649
	-9.839	99.889

Unter den Verlusten aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen sind die Verluste aus der 50%igen Beteiligung an der Thomas Cook AG in Höhe von minus 23.871 Tsd. € (Vorjahr: 61.922 Tsd. €) enthalten. Die Bewertung erfolgt nach der Equity-Methode.

Die anteilige Fortschreibung des Eigenkapitals um das Jahresergebnis erfolgt unter Abspaltung der

wesentlichen Ergebniskomponenten Firmenwertabschreibungen und Steuern. Für die Thomas Cook AG sind daher unter der entsprechenden Position Firmenwertabschreibungen erfasst. Thomas Cook trägt insgesamt mit minus 72.131 Tsd. € (Vorjahr plus 30.258 Tsd. €) zum Ergebnis vor Ertragsteuern bei.

8 Abschreibungen

Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte (ohne Firmenwerte)

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Planmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	439.248	461.822
Außerplanmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	35.597	494
	474.845	462.316

Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Abschreibungen aus der Kapitalkonsolidierung	90.478	45.307
Abschreibungen aus Einzelabschlüssen	3.016	4.195
	93.494	49.502

Die Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte aus der Kapitalkonsolidierung entfallen mit

48.260 Tsd. € (Vorjahr: 31.664 Tsd. €) auf die Thomas Cook AG.

9 Zinsergebnis

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Zinsaufwand aus der Zuführung zu Pensionsrückstellungen	-152.902	-148.460
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	75.709	86.972
davon aus verbundenen Unternehmen	6.808	3.438
Sonstige Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-209.203	-238.586
davon an verbundene Unternehmen	-3.254	-816
	-286.396	-300.074

Entsprechend den Regelungen in IAS 17 werden Grundstücke und Bauten aus Finance-Lease-Ver-

trägen unter den Sachanlagen und der in den Leasingraten enthaltene Zinsanteil unter dem Zinsergebnis ausgewiesen.

10 Übriges Finanzergebnis

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Sonstige finanzielle Aufwendungen	-24.284	-1.156
Sonstige finanzielle Erträge	26.688	3.253
	2.404	2.097

Die Sonstigen finanziellen Aufwendungen beinhalten Bewertungsergebnisse aus Marktwertveränderungen abgesicherter Grundgeschäfte in Höhe von 16.849 Tsd. € (Vorjahr: 0).

Die Sonstigen finanziellen Erträge enthalten Bewertungsergebnisse aus Zinsderivaten in Höhe von 22.371 Tsd. € (Vorjahr: 1.845 Tsd. €).

11 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Tatsächlich geschuldete Steuern	85.306	79.678
Latente Steuern	-54.383	14.353
	30.923	94.031

Seit Beginn des Jahres 2001 beträgt in Deutschland der Körperschaftsteuersatz 25%, der durch das Flutopfersolidaritätsgesetz vom September 2002 befristet für das Jahr 2003 auf 26,5% angehoben wurde. Die diesbezügliche Wirkung auf die latenten Steuern im Konzern ist nicht wesentlich.

Neben der Körperschaftsteuer, auf die ein Solidaritätszuschlag von 5,5% erhoben wird, ist eine Gewerbeertragsteuer von ca. 16%, vor Berücksichtigung der Abzugsfähigkeit bei der Körperschaftsteuer, zu entrichten.

Bei den deutschen Konzerngesellschaften wurde grundsätzlich ein latenter Steuersatz von 39% angewendet. Für die ausländischen Gesellschaften kommt ein durchschnittlicher landesspezifischer Steuersatz zur Anwendung.

Die tatsächlich geschuldeten Steuern enthalten periodenfremde Steueraufwendungen und -erträge in Höhe von 38.169 Tsd. € (Vorjahr: 6.850 Tsd. €).

**Überleitungsrechnung vom erwarteten zum tatsächlichen
Steueraufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung**

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Jahresgewinn vor Ertragsteuern	200.360	332.752
Erwarteter Steueraufwand (39%)	78.140	129.773
Gewerbesteuerliche Hinzurechnungen/ Kürzungen	-19.893	-29.654
Nachzahlungen/Erstattungen Vorjahre	38.169	6.850
Auswirkungen von Auslandssteuersätzen	-10.142	-6.416
Auswirkungen steuerfreier Erträge	-84.626	-11.529
Abschreibung auf Goodwill	27.661	17.141
Steuerlich nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	4.653	1.558
Bildung von Wertberichtigungen auf/ Nutzung von wertberichtigten Verlustvorträgen	4.028	1.835
Sonstige Abweichungen	-7.067	-15.527
Steueraufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung	30.923	94.031

Die sonstigen Abweichungen enthalten im Wesentlichen die Wirkung abweichender Steuerquoten bei

Beteiligungen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden, sowie die Auswirkungen abweichender Steuersätze.

12 Anderen Gesellschaftern zustehender Gewinn/Verlust

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Gewinnanteile	18.765	8.496
Verlustanteile	-11.573	-4.696
	7.192	3.800

13 Ergebnis je Aktie

		2002	2001
Jahresüberschuss nach Minderheiten	Tsd. €	162.245	234.921
Anzahl der Aktien im Jahresdurchschnitt	Stück	115.611.968	117.602.244
Ergebnis je Aktie	€	1,40	2,00

Das Ergebnis je Aktie wird entsprechend IAS 33 durch Division des Jahresüberschusses nach Minderheiten und der durchschnittlichen Zahl der Aktien errechnet. Hierbei wurde zeitanteilig die Verminderung der Anzahl der Aktien durch das Aktienrückkaufprogramm berücksichtigt.

Das verwässerte Ergebnis je Aktie liegt sowohl für das Berichts- als auch für das Vorjahr auf gleicher Höhe.

ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

14 Anlagevermögen

Geschäfts- oder Firmenwerte aus der Kapitalkonsolidierung werden entsprechend IAS 22 aktiviert und linear über eine Nutzungsdauer von 20 Jahren abgeschrieben.

Die Zugänge an Geschäfts- oder Firmenwerten des Geschäftsjahres betreffen zum einen die Erwerbe der Anteile an der MultiBus Aktiengesellschaft Gesellschaft für Verbundmarketing, der HSM Direkt AG sowie der Simon Jersey Group Ltd.

Zum anderen sind Firmenwerte aus den Erwerben der M + T Mode- und Textilhaus-Beteiligungs Gesellschaft m.b.H., der Fritz Berger GmbH & Co. KG und der Hess Natur-Textilien GmbH & Co. KG

durch Anpassung der bei der Erstkonsolidierung verteilten stillen Reserven und Lasten um 38.199 Tsd. € heraufgesetzt. Gemäß IAS 36 sind Firmenwerte in Höhe von 25.788 Tsd. € außerplanmäßig abgeschrieben worden.

Das wirtschaftliche Eigentum an Leasinggegenständen wird in Übereinstimmung mit IAS 17 beurteilt. Ist dieses einem Unternehmen des Konzerns zuzurechnen, so erfolgt die Aktivierung des Leasinggutes zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses in Höhe des beizulegenden Zeitwertes bzw. des niedrigen Barwertes der Leasingraten. Gleichzeitig erfolgt eine Passivierung des Barwertes der Leasingraten.

Verpflichtungen aus Finance- und Operate-Leasingverträgen

	Summe		bis zu 1 Jahr		1 bis 5 Jahre		über 5 Jahre	
	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Finance-Leasingverträge								
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen	123.446	63.993	41.812	5.748	28.249	52.844	53.385	5.401
Abzinsung	-25.846	-6.620	-2.713	-640	-11.421	-4.833	-11.712	-1.147
Barwert	97.600	57.373	39.099	5.108	16.828	48.011	41.673	4.254
Operate-Leasingverträge								
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen	2.207.846	2.399.839	263.710	284.708	876.427	891.555	1.067.709	1.223.576
Abzinsung	-657.648	-709.817	-11.536	-13.367	-151.742	-141.622	-494.370	-554.828
Barwert	1.550.198	1.690.022	252.174	271.341	724.685	749.933	573.339	668.748
Leasingzahlungen aus Untervermietung (Sublease)	38.203	57.044	11.496	10.285	25.615	18.954	1.092	27.067

Die Finance-Leasingverträge haben grundsätzlich eine fest vereinbarte Grundmietzeit zwischen 20 und 25 Jahren sowie eine Kaufoption für den Leasingnehmer nach Ablauf der Grundmietzeit. Vermögenswerte aus Finance-Leasingverträgen haben zum Stichtag einen Buchwert von 108.026 Tsd. €. Es handelt sich hierbei in Höhe von 102.472 Tsd. € um Gebäude, bei denen der Barwert der zukünftigen Mindestleasingzahlungen die wesentlichen Anschaffungskosten deckt oder aber am Ende der Vertragslaufzeit das rechtliche Eigentum auf den Leasingnehmer übergeht. Daneben sind im Buchwert der Betriebs- und Geschäftsausstattung Anlagen aus Finance-Leasing in Höhe von 5.554 Tsd. € enthalten.

Die Operate-Leasingverträge umfassen zum großen Teil Gebäudeanmietungen ohne Kaufoptionen.

Bilanzierung und Bewertung von Finanzinvestitionen in Grundstücke und Bauten (investment properties) erfolgten zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten.

Die Marktwerte, die im Wesentlichen auf intern fortgeschriebenen Gutachten externer Dritter (unabhängige Bewertungsgutachter) beruhen, belaufen sich auf 170.815 Tsd. €.

In der Gewinn- und Verlustrechnung sind im Rahmen der Finanzinvestitionen in Grundstücke und Bauten Mieteinnahmen in Höhe von 7.623 Tsd. € mit dazugehörigen betrieblichen Aufwendungen von 14.629 Tsd. € (davon aus planmäßiger Abschreibung: 4.019 Tsd. €) erfasst. Außerdem sind zu dieser Gruppe gehörende Vermögenswerte in Höhe von 12.100 Tsd. € außerplanmäßig abgeschrieben worden.

15 Vorräte

Im Einzelnen gliedern sich die Vorräte wie folgt:

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	49.466	72.715
Waren	2.452.734	2.451.521
Geleistete Anzahlungen	191	-
	2.502.391	2.524.236

Die Vorräte verteilen sich auf die Geschäftsfelder:

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Stationärer Einzelhandel	1.327.492	1.374.020
Versandhandel	1.165.297	1.137.696
Übrige	9.602	12.520
	2.502.391	2.524.236

16 Forderungen und Sonstige Vermögenswerte

Die Forderungen und die Sonstigen Vermögenswerte setzen sich wie folgt zusammen:

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.393.089	1.291.068
davon Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr	322.667	405.966
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	131.489	120.071
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	18.804	11.221
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	45.707	33.595
Sonstige Vermögenswerte	647.169	641.127
davon Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr	23.941	6.826
	2.236.258	2.097.082

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen verteilen sich auf die Geschäftsfelder:

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Stationärer Einzelhandel	70.493	65.110
Versandhandel	1.277.602	1.009.862
Übrige	44.994	216.096
	1.393.089	1.291.068

Unter den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind langfristige Immobilien-Entwicklungsprojekte ausgewiesen, die entsprechend IAS 11 nach der Percentage-of-Completion-Methode bilanziert werden.

Der Ausweis in Höhe von 1.028 Tsd. € ergibt sich als Saldo aus Auftragskosten (5.128 Tsd. €), realisierten Gewinnen (1.400 Tsd. €) und bereits vereinnahmten Abschlagszahlungen (minus 5.500 Tsd. €).

Die Quelle- und die Neckermann-Gruppe verkaufen revolving kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Neue Forderungsverkäufe brachten zum Stichtag zusätzliche Liquidität in Höhe von 875.335 Tsd. € (Vorjahr: 909.351 Tsd. €).

Die Sonstigen Vermögensgegenstände beinhalten abgegrenzte Katalogkosten in Höhe von 175.671 Tsd. € (Vorjahr: 174.023 Tsd. €). Darüber hinaus werden unter dieser Position Steuererstattungsansprüche, Derivative Finanzinstrumente sowie Sollsalden von Lieferanten ausgewiesen.

17 Flüssige Mittel, Wertpapiere

Die Flüssigen Mittel teilen sich wie folgt auf:

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Schecks	547	4.079
Kassenbestand und Bundesbankguthaben	48.397	206.900
Guthaben bei Kreditinstituten	95.408	132.227
	144.352	343.206

Die Wertpapiere des Umlaufvermögens werden zu beizulegenden Zeitwerten angesetzt.

Währungsguthaben sind zum Stichtagskurs angesetzt.

18 Latente Steuern

Die latenten Steuern werden in Übereinstimmung mit IAS 12 bilanziert. Die bilanzierten latenten Steuern betreffen folgende Bilanzposten:

	2002		2001	
	Aktive Tsd. €	Passive Tsd. €	Aktive Tsd. €	Passive Tsd. €
Anlagevermögen	117.552	503.705	100.664	569.216
Umlaufvermögen	27.264	89.268	15.094	81.003
Langfristige Verbindlichkeiten	219.667	10.289	233.081	260
Kurzfristige Verbindlichkeiten	27.666	36.204	13.542	12.769
Verlustvorträge	55.097	-	54.834	-
Übrige	110	4.129	43	52.600
Saldierung	-437.326	-437.326	-392.038	-392.038
Konzernbilanz	10.030	206.269	25.220	323.810

Aktive Latente Steuern auf Verlustvorträge werden in Höhe von 45.730 Tsd. € nicht angesetzt.

19 Eigenkapital

Gezeichnetes Kapital und Kapitalrücklage

Das Grundkapital der KARSTADT QUELLE AG verminderte sich durch Aktienrückkäufe, zu denen der Vorstand durch Beschluss der Hauptversammlung am 11. Juli 2002 ermächtigt wurde, in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres um 23.605 Tsd. € auf 277.855 Tsd. €. Es ist eingeteilt in 108.537.135 (Vorjahr: 117.757.775) auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von 2,56 € je Stückaktie.

Genehmigtes Kapital I

Die Hauptversammlung hat am 20. Juli 2000 ein Genehmigtes Kapital I beschlossen.

Der Vorstand wird ermächtigt, das Grundkapital bis zum 30. Juni 2005 mit Zustimmung des Aufsichtsrates um bis zu 40 Mio. € durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stückaktien gegen Bareinlagen zu erhöhen. Dabei ist den Aktionären ein Bezugsrecht einzuräumen.

Genehmigtes Kapital II

Die Hauptversammlung hat am 20. Juli 2000 ein Genehmigtes Kapital II beschlossen.

Der Vorstand wird ermächtigt, das Grundkapital bis zum 30. Juni 2005 mit Zustimmung des Aufsichtsrates um bis zu 40 Mio. € durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Aktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen zu erhöhen. Bei Kapitalerhöhungen gegen Bareinlagen sind die neuen Aktien den Aktionären zum Bezug anzubieten.

Genehmigtes Kapital III

Die Hauptversammlung hat am 11. Juli 2002 bezüglich des Genehmigten Kapitals III die bisherigen Regelungen in der Satzung der KARSTADT QUELLE AG aufgehoben und neue Regelungen beschlossen.

Der Vorstand wird ermächtigt, das Grundkapital bis zum 30. Juni 2007 mit Zustimmung des Aufsichtsrates unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre durch Ausgabe von bis zu 1.562.500 neuer auf den Inhaber lautender Stückaktien gegen Bareinlagen an Arbeitnehmer der Gesellschaft oder nachgeordneter verbundener Unternehmen einmalig oder mehrmals, höchstens jedoch um bis zu 4 Mio. € zu erhöhen.

Bedingtes Kapital I (Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen)

Der Vorstand wurde ermächtigt, bis zum 30. Juni 2005 einmalig oder mehrmals auf den Inhaber und/oder auf den Namen lautende Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 600 Mio. € mit einer Laufzeit von

längstens 20 Jahren zu begeben und den Inhabern oder Gläubigern von Wandelschuldverschreibungen Wandlungsrechte bzw. den Inhabern oder Gläubigern von Optionsschuldverschreibungen Optionsrechte auf neue Aktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von bis zu 50 Mio. € nach näherer Maßgabe der Wandel- und/oder Optionsanleihbedingungen zu gewähren.

Das Grundkapital wurde in diesem Zusammenhang um bis zu 50 Mio. € bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Rechten an die Inhaber oder Gläubiger von Wandel- und Optionsschuldverschreibungen, die gemäß vorstehender Ermächtigung bis zum 30. Juni 2005 begeben werden.

**Bedingtes Kapital II
(Incentive-Stock-Options-Plan)**

Die Hauptversammlung hat am 12. Juli 2001 ein Bedingtes Kapital II beschlossen.

Der Vorstand wird ermächtigt, das Grundkapital bis zum 30. September 2009 mit Zustimmung des Aufsichtsrates unter Ausschluss des Bezugsrechtes der Aktionäre durch Ausgabe von bis zu 6.380.000 auf den Inhaber lautender Stückaktien an Führungskräfte des Unternehmens zu erhöhen.

Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, als von den Bezugsrechten Gebrauch gemacht wird.

Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien

Die Hauptversammlung hat am 11. Juli 2002 den Vorstand ermächtigt, Aktien der Gesellschaft zu erwerben, um Aktien der Gesellschaft an ausländischen Börsen einzuführen, an denen sie bisher nicht zum Handel zugelassen sind, oder Aktien der Gesellschaft Dritten im Rahmen des Zusammenschlusses oder des Erwerbs von Unternehmen oder Beteiligungen daran anbieten zu können.

Der Vorstand ist ebenfalls ermächtigt, Aktien der Gesellschaft zu erwerben, um diese den Führungskräften der Gesellschaft im Rahmen des o.g. Incentive-Stock-Options-Plans zur Erfüllung der hieraus entstandenen Bezugsrechte anzubieten. Die Ermächtigung ist auf den Erwerb von Aktien im Umfang von bis zu 10% des am 11. Juli 2002 vorhandenen Grundkapitals von 301.459.904 € beschränkt. Das Bezugsrecht der Aktionäre auf die eigenen Aktien der Gesellschaft wird insoweit ausgeschlossen, wie diese Aktien gemäß der vorstehenden Ermächtigungen verwandt werden. Bis zum Bilanzstichtag wurden 9.220.640 Aktien zurückgekauft, was einem Anteil von 7,83% des Aktienkapitals entspricht.

Aktienorientierte Vergütung

Die KARSTADT QUELLE AG verfügt im Geschäftsjahr über verschiedene Instrumente, um die zum Teil leistungsbezogene Vergütung mit dem unternehmerischen Erfolg der KARSTADT QUELLE AG zu verknüpfen.

Der Konzern hat im Jahr 2001 einen Incentive-Stock-Options-Plan mit einer Gesamtlaufzeit von acht Jahren und über 1.000 Teilnahmberechtigten gestartet. Nach dem Bezug der Aktienoptionsrechte und Beachtung der zweijährigen gesetzlichen Sperrfrist ist ein weiterer zweijähriger Zeitraum vorgesehen, in welchem die Teilnahmberechtigten unter Berücksichtigung der üblichen Insiderregeln ihre Aktienoptionsrechte ausüben können, sofern

- a) der durchschnittliche Börsenschlusskurs der KARSTADT QUELLE AG-Aktien an mindestens zehn aufeinander folgenden Tagen um mindestens 30% über dem jeweiligen Bezugskurs liegt und
- b) sich ab Optionsgewährung der o.g. Börsenschlusskurs an mindestens zehn aufeinander folgenden Tagen im Verhältnis zum Bezugspreis um min-

destens 10 Prozentpunkte besser entwickelt hat als der Wert des DAX-30-Index im gleichen Zeitraum.

Im September 2002 wurde die zweite Tranche aufgelegt. Hierbei haben 726 Mitarbeiter jeweils 1.000 Aktienoptionen erhalten. Die KARSTADT QUELLE AG hat bis zum Bilanzstichtag aus den ersten beiden Tranchen insgesamt 1.914.000 Aktienoptionen ausgegeben. Die Bezugskurse betragen für die erste Tranche 35,58 € und für die zweite 22,41 €.

Die Bedingungen zur Ausübung der Aktienoptionen lagen am Bilanzstichtag nicht vor.

Meldungen gemäß §§ 21 ff. WpHG

Die Schickedanz Pensionsverwaltung GmbH & Co. KG, Fürth, hat uns mitgeteilt, dass ihr am 30. November 2002 unter Berücksichtigung von Zurechnungen gem. § 22 Abs. 1 Nr. 1 WpHG Stimmrechte in Höhe von 4,952% zustehen.

Frau Madeleine Schickedanz, Fürth, die Madeleine Schickedanz Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG, Fürth, Herr Martin Dedi, Freudenstadt, die Martin Dedi Vermögensverwaltungs GmbH & Co. KG, Fürth, Herr Leo Herl, Fürth, sowie die Grisfonta AG, Landquart/Schweiz, haben uns mitgeteilt, dass am 1. April 2002 unter Berücksichtigung der Zurechnung von Stimmrechten ihre Stimmrechtsanteile insgesamt 36,398% betragen.

Frau Margarete Riedel, Fürth, hat uns mitgeteilt, dass ihr am 1. April 2002 unter Berücksichtigung der Zurechnung gem. § 22 Abs.1 Nr. 1 WpHG der Stimmrechte der Riedel Holding GmbH & Co. KG, Fürth, Stimmrechte in Höhe von 12,24% zuzurechnen sind.

Die Allianz AG, München, hat uns mitgeteilt, dass der Stimmrechtsanteil der Orpheus Vermögensverwaltungsgesellschaft, München am 23. Dezember 2002 die Schwelle von 5% der Stimmrechte an unserer Gesellschaft unterschritten hat und sie nunmehr keine Stimmrechte hält. Der Stimmrechtsanteil der FGL Frankfurter Gesellschaft für Luftfahrtwerte mbH, Frankfurt am Main, hat am 23. Dezember 2002 die Schwelle von 10% überschritten und beträgt 13,15%. Der Stimmrechtsanteil der Dresdner Bank AG, Frankfurt am Main, hat am 23. Dezember 2002 die Schwelle von 10% überschritten und beträgt 13,61%. Davon sind der Dresdner Bank AG, Frankfurt am Main 13,15% der Stimmrechte gem. § 22 Abs. 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen. Der Stimmrechtsanteil der Allianz Finanzbeteiligungs GmbH, München, hat am 23. Dezember 2002 die Schwelle von 10% überschritten und beträgt 13,61%. Diese Stimmrechte sind der Dresdner Bank AG, Frankfurt am Main, gem. § 22 Abs. 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage hat sich im Rahmen der Aktienrückkäufe während des Geschäftsjahres um 145.232 Tsd. € auf 343.289 Tsd. € vermindert.

Erfolgsneutrale Behandlung von Gewinnen/Verlusten aus derivativen Finanzinstrumenten

Seit dem 1. Januar 2001 sind Finanzinstrumente gemäß IAS 39 zu bilanzieren und zu bewerten. Derivative Finanzinstrumente fallen dabei im Rahmen einer Kategorisierung grundsätzlich in die Klasse „zu Handelszwecken gehaltene finanzielle Vermögenswerte bzw. Verbindlichkeiten“ und sind bei Wertveränderungen erfolgswirksam zu erfassen. Eine Ausnahme stellen Derivate dar, die Bestandteil eines Sicherungsgeschäftes (Hedging) sind.

Hinsichtlich Ansatz und Bewertung ist zu unterscheiden zwischen Fair Value Hedges und Cash Flow Hedges. Die Wertänderungen von Sicherungsgeschäften im Rahmen von Cash Flow Hedges werden erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst, so weit Risiken effizient gehedgt werden. Bei Erfüllung des Grundgeschäfts erfolgt eine erfolgswirksame Behandlung.

Dividendenvorschlag

Der Vorstand schlägt der Hauptversammlung vor, aus dem nach den Grundsätzen des deutschen Handelsgesetzes (HGB) ermittelten Bilanzgewinn der KARSTADT QUELLE AG für das Geschäftsjahr 2002 eine Dividende von 77,1 Mio. € auszuschütten. Dies entspricht einer Dividende je Stückaktie in Höhe von 0,71 € wie im Vorjahr.

Entwicklung der derivativen Finanzinstrumente im Eigenkapital

	Vor Steuern Tsd. €	Steuereffekt Tsd. €	Netto Tsd. €
Unrealisierte Gewinne/Verluste aus derivativen Finanzinstrumenten am 01.01.2002	-19.522	7.138	-12.384
Unrealisierte Gewinne/Verluste aus derivativen Finanzinstrumenten der Berichtsperiode			
Auflösungen	883	-344	539
Zuführungen	-60.483	23.075	-37.408
Unrealisierte Gewinne/Verluste aus derivativen Finanzinstrumenten am 31.12.2002	-79.122	29.869	-49.253

20 Pensionsrückstellungen

Rückstellungen werden für Verpflichtungen aus Anwartschaften und laufenden Leistungen an aktive und ehemalige Mitarbeiter bzw. Hinterbliebene gebildet.

Die betriebliche Altersversorgung erfolgt im Konzern im Wesentlichen leistungsorientiert und basiert in der Regel auf Beschäftigungsdauer und Entgelt der Mitarbeiter.

Im Geschäftsjahr wurden im Rahmen einer Umstellung der Versorgungsordnungen der Karstadt Warenhaus AG, der Neckermann Versand AG und der Quelle AG zum einen Ansprüche auf Rentenzahlungen in Kapitalbeträge umgewandelt, zum anderen wurden für Kleinstrenten Abfindungen vereinbart. Aus diesen Änderungen resultierte eine Verminderung des Personalaufwands in Höhe von 115.396 Tsd. €.

Die Bilanzierung und Bewertung der Pensionsrückstellungen erfolgt gemäß IAS 19. Die zukünftigen Verpflichtungen sind dabei unter Anwendung versicherungsmathematischer Verfahren bei vorsichtiger Schätzung der relevanten Einflussgrößen bewertet.

Im Geschäftsjahr wurde durch Übertragung der Beteiligungen an der KARSTADT QUELLE Vermögensverwaltung GmbH und der maul + co - Chr. Belser GmbH an den neu gegründeten Karstadt-Quelle Pension Trust e.V. erstmals Planvermögen gebildet. Hieraus resultierte ein Ertrag in Höhe von 169.926 Tsd. € aus der Endkonsolidierung der Beteiligungen und Saldierung der Pensionsrückstellung mit dem Marktwert des Planvermögens.

Neben den Annahmen zur Lebenserwartung sind die folgenden Rechnungsparameter angesetzt:

Rechnungsparameter	Verwendete Parameter	
	31.12.2002 in %	31.12.2001 in %
Rechnungszinsfuß	5,75	5,75
Erwartete Einkommensentwicklung	3,0	3,0
Erwartete Rentenentwicklung	2,0	2,0
Erwarteter Ertrag aus Planvermögen	5,6	-
Durchschnittliche Fluktuation	5,0	5,0

Die Bilanzierung der Pensionsrückstellungen erfolgt unter Anwendung der 10%-Korridor-Regel. Versicherungsmathematische Gewinne oder Verluste werden nicht berücksichtigt, soweit sie 10% des höheren Betrages aus dem Verpflichtungsumfang bzw. Marktwert des Planvermögens nicht übersteigen. Der den Korridor übersteigende Betrag wird über die durchschnittliche Restdienstzeit der aktiven Mitarbeiter ergebniswirksam verteilt. Wegen noch nicht erfasster versicherungsmathematischer Verluste sind die bilanzierten Verpflichtungen niedriger als der Barwert der Verpflichtungen.

Bilanzielle Verpflichtungen

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Anwartschaftsbarwert der Versorgungszusagen (DBO)	2.525.502	2.728.826
Nicht berücksichtigte versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	-89.295	-136.566
Nicht berücksichtigte Kosten für Veränderungen von Ansprüchen aus früheren Jahren	-836	-
Marktwert des Planvermögens	-311.745	-
Übrige	4.738	-8.513
	2.128.364	2.583.747

Anwartschaftsbarwert (DBO)

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Stand 01.01.	2.713.810	2.518.020
Kosten für im Geschäftsjahr erworbene Versorgungsansprüche	34.173	12.477
Zinsen	152.902	148.460
Rentenzahlungen	-150.358	-137.707
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	-46.962	136.566
Planänderungen	-174.559	-
Zugang aus Konsolidierungskreis und übrigen Veränderungen	-3.504	51.010
Stand 31.12.	2.525.502	2.728.826

Pensionsaufwand

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Kosten für im Geschäftsjahr erworbene Versorgungsansprüche	34.173	12.477
Zinsen	152.902	148.460
Erfolgswirksam erfasste versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	309	-
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	450	-
Abfindungen	59.163	-
Erträge aus Planänderungen	-174.559	-
	72.438	160.937

Während die Kosten für im Geschäftsjahr erworbene Versorgungsansprüche sowie die Erträge aus Planänderungen im Personalaufwand ausgewiesen werden, sind die Zinsen im Finanzergebnis erfasst. Die

Erträge aus der Ausgliederung von Vermögenswerten in die KarstadtQuelle Pension Trust e.V. sind als Erträge aus Endkonsolidierung in den sonstigen Erträgen enthalten.

21 Andere Rückstellungen

	Gesamt 2002 Tsd. €	davon unter 1 Jahr Tsd. €	Gesamt 2001 Tsd. €	davon unter 1 Jahr Tsd. €
Steuerrückstellungen	159.589	54.238	119.591	33.466
Sonstige Rückstellungen	401.653	260.445	417.455	279.518
	561.242	314.683	537.046	312.984

Die Sonstigen Rückstellungen entwickelten sich im Geschäftsjahr wie folgt:

	Stand 01.01.2002 Tsd. €	Veränderung Konsolidie- rungskreis Tsd. €	Währungs- differenzen Tsd. €	Inanspruch- nahme Tsd. €	Auflösung Tsd. €	Zuführung Tsd. €	Stand 31.12.2002 Tsd. €
Personal	176.108	-108	8	57.262	3.340	64.491	179.897
Gewährleistung/ Garantien	50.361	113	26	44.517	1.528	35.543	39.998
Drohende Verluste aus schwebenden Geschäften	47.577	-	-	19.720	9.590	25.648	43.915
Übrige	143.409	-21.225	83	34.992	19.767	70.335	137.843
	417.455	-21.220	117	156.491	34.225	196.017	401.653

Die Rückstellungen für Personal enthalten solche für Jubiläumsgelder, Sterbegeld, Abfindungen sowie für Altersteilzeit.

Die übrigen Rückstellungen beinhalten Verpflichtungen aus Prozessen, für die Schließungen von Filialen sowie sonstige Verpflichtungen gegenüber Dritten aus Restrukturierungen.

22 Finanzverbindlichkeiten

	Gesamt Tsd. €	davon mit einer Restlaufzeit von		
		bis zu 1 Jahr Tsd. €	1 bis 5 Jahre Tsd. €	mehr als 5 Jahre Tsd. €
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	2.765.415	1.696.434	352.679	716.302
Vorjahr	2.747.522	1.457.396	453.917	836.209
Verbindlichkeiten aus Leasing	97.600	39.099	16.828	41.673
Vorjahr	57.373	5.108	48.011	4.254
Sonstige Finanzschulden	684.579	217.191	6.500	460.888
Vorjahr	339.866	257.741	15.161	66.964
Stand 31.12.2002	3.547.594	1.952.724	376.007	1.218.863
Vorjahr	3.144.761	1.720.245	517.089	907.427

Die Verbindlichkeiten aus Leasing sind zu Barwerten angesetzt. Die Sonstigen Finanzschulden enthalten

Verbindlichkeiten aus Commercial Paper in Höhe von 159.800 Tsd. € (Vorjahr: 253.900 Tsd. €).

Die Finanzverbindlichkeiten sind in Höhe von 725.285 Tsd. € durch Grundpfandrechte gesichert.

Daneben bestehen grundpfandrechtl. Sicherungen aus dem Pfandbriefprogramm der KARSTADT Hypothekenbank AG in Höhe von 997 Mio. €.

Buch- und Marktwerte der Finanzverbindlichkeiten

	Marktwerte		Buchwerte	
	31.12.2002 Tsd. €	31.12.2001 Tsd. €	31.12.2002 Tsd. €	31.12.2001 Tsd. €
Kurz- und langfristige Finanzschulden	3.645.094	3.198.761	3.547.594	3.144.761

23 Übrige Verbindlichkeiten

Die Restlaufzeiten der übrigen Verbindlichkeiten ergeben sich aus der nachfolgenden Tabelle:

	Gesamt Tsd. €	davon mit einer Restlaufzeit von		
		bis zu 1 Jahr Tsd. €	1 bis 5 Jahre Tsd. €	mehr als 5 Jahre Tsd. €
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	16.743	16.741	2	0
Vorjahr	17.170	17.170	0	0
Verbindlichkeiten aus der Annahme gezogener Wechsel	27.624	27.624	0	0
Vorjahr	34.797	34.797	0	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	900.841	899.145	496	1.200
Vorjahr	929.976	929.745	231	0
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	28.432	26.499	726	1.207
Vorjahr	38.142	34.253	1.169	2.720
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen	30.852	30.852	0	0
Vorjahr	2.457	2.457	0	0
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	92.855	92.855	0	0
Vorjahr	18.008	18.008	0	0
Sonstige Verbindlichkeiten	925.459	872.248	45.684	7.527
<i>davon aus Steuern</i>	207.909	197.101	10.808	0
<i>davon im Rahmen der sozialen Sicherheit</i>	77.532	77.485	47	0
Vorjahr	1.001.558	899.861	73.589	28.108
<i>davon aus Steuern</i>	246.973	237.550	9.423	0
<i>davon im Rahmen der sozialen Sicherheit</i>	82.842	82.842	0	0
Stand 31.12.2002	2.022.806	1.965.964	46.908	9.934
Vorjahr	2.042.108	1.936.291	74.989	30.828

Die Buchwerte der erfassten monetären Verbindlichkeiten entsprechen deren Marktwerten.

24 Haftungsverhältnisse, Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Aus Haftungsverhältnissen ergeben sich folgende Verpflichtungen:

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	309	1.502
Verbindlichkeiten aus Gewährleistungsverträgen	2.701	2.773
Haftung aus der Bestellung von Sicherheiten für fremde Verbindlichkeiten	12.736	24
	15.746	4.299

Die Haftungsverhältnisse bestehen mit 204 Tsd. € gegenüber verbundenen Unternehmen.

Neben den Haftungsverhältnissen bestehen Sonstige finanzielle Verpflichtungen im Wesentlichen aus der Anmietung von Gebäuden in Höhe von 1.550.198 Tsd. € (Vorjahr: 1.690.022 Tsd. €) bzw. vor Abzinsung in Höhe von 2.207.846 Tsd. € (Vorjahr: 2.399.839 Tsd. €).

Die sonstigen Abnahmeverpflichtungen belaufen sich auf 1.118.272 Tsd. € (Vorjahr: 656.901 Tsd. €).

Im Jahr 2001 hat der KarstadtQuelle-Konzern einen Incentive-Stock-Options-Plan aufgelegt, der im Berichtsjahr weiterentwickelt wurde. Da derzeit noch ungewiss ist, ob die entsprechenden Kriterien zur Ausübung der Bezugsrechte erreicht werden und ein Verpflichtungsumfang damit nicht hinreichend genau bestimmt werden kann, sind im Berichtsjahr hieraus keine bilanziellen Konsequenzen gezogen worden.

25 Derivative Finanzinstrumente

Im Rahmen des Risikomanagements des Unternehmens werden verschiedene derivative Finanzinstrumente eingesetzt, um Risiken, die aus Wechselkurs- und Zinsschwankungen resultieren, zu begrenzen.

Währungsrisikomanagement

Infolge seiner internationalen Einkaufstätigkeit ist der KarstadtQuelle-Konzern im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit Währungsrisiken ausgesetzt. Um diese Risiken zu begrenzen, ist der Einsatz von Derivaten erfolgt.

Zinsrisikomanagement

Das Zinsrisikomanagement resultiert aus der Sensitivität von Finanzschulden in Bezug auf Veränderungen des Marktzinsniveaus. Das Unternehmen ist bestrebt, solche Risiken durch den Einsatz von Zinsderivaten wie Zinsswaps und Zinsfutures zu begrenzen.

Vertragspartner

Die Vertragspartner des Unternehmens bei derivativen Finanzinstrumenten sind hauptsächlich Banken erstklassiger Bonität.

Währungsderivate

Der Marktwert von Devisentermingeschäften bestimmt sich in Abhängigkeit von den Devisenterminkursen.

In der Konzernbilanz sind diese mit einem Marktwert von 3 Tsd. € (Vorjahr: 3.322 Tsd. €) in den Sonstigen Vermögenswerten und einem Marktwert von 31.261 Tsd. € (Vorjahr: 383 Tsd. €) in den Sonstigen Verbindlichkeiten enthalten.

Zinsderivate

Der Marktwert von Zinsderivaten (z.B. Zinsswaps) bestimmt sich durch die Abzinsung der erwarteten zukünftigen Zahlungsströme über die Restlaufzeit des Kontrakts auf Basis aktueller Marktzinsen und der Zinsstrukturkurve.

In der Konzernbilanz sind diese mit einem Marktwert von 23.780 Tsd. € (Vorjahr: 5.170 Tsd. €)

in den Sonstigen Vermögenswerten und einem Marktwert von 49.977 Tsd. € (Vorjahr: 28.444 Tsd. €) in den Sonstigen Verbindlichkeiten enthalten.

Am Bilanzstichtag bestehen zusammenfassend folgende Derivative Finanzinstrumente mit den entsprechenden Nominalvolumina und den dazugehörigen Marktwerten:

Derivative Finanzinstrumente

	Marktwerte		Nominalvolumen	
	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Währungsbezogene Geschäfte				
Devisentermingeschäfte	-31.258	3.322	445.854	246.658
Devisenoptionen	-	-383	-	27.186
	-31.258	2.939	445.854	273.844
Zinsbezogene Geschäfte				
Forward Rate Agreements	-	-	-	153.388
Zinsswaps	-26.202	-23.405	1.887.848	1.207.409
CAPs	5	-	418.570	418.569
	-26.197	-23.405	2.306.418	1.779.366
	-57.455	-20.466	2.752.272	2.053.210

Die Devisentermingeschäfte bzw. -optionen haben eine Laufzeit von bis zu einem Jahr, die CAPs eine Laufzeit von bis zu fünf Jahren.

ERLÄUTERUNGEN ZUR KAPITALFLUSSRECHNUNG

Die Kapitalflussrechnung ist auf Seite 125 dargestellt.

Die Kapitalflussrechnung zeigt die Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-Äquivalente des KarstadtQuelle-Konzerns im Berichtsjahr. Die Zahlungsströme werden entsprechend IAS 7 nach dem Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit (Brutto-Cash Flow), dem Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit, nach der Investitionstätigkeit und der Finanzierungstätigkeit gegliedert.

Die Zahlungsmittel umfassen im KarstadtQuelle-Konzern die im Posten Flüssige Mittel enthaltenen Beträge aus Schecks, Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten mit Fälligkeiten bis zu drei Monaten sowie kurzfristige Wertpapiere in Höhe von 24.461 Tsd. € (Vorjahr: 35.139 Tsd. €).

Die Veränderung der Zahlungsmittel aus Konsolidierungskreisveränderungen beträgt minus 14.938 Tsd. € (Vorjahr: 38.211 Tsd. €).

ERLÄUTERUNGEN ZUR SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Segmentberichterstattung ist auf den Seiten 126 bis 127 dargestellt.

Die Segmentberichterstattung folgt den Regelungen des IAS 14 und segmentiert das primäre Berichtsformat nach Geschäftsbereichen und das sekundäre Berichtsformat nach Regionen.

Die Innenumsätze weisen die Umsatzbeziehungen zwischen den Konzerngesellschaften aus. Die Verrechnungspreise entsprechen grundsätzlich den Preisen wie unter fremden Dritten.

Das Segmentvermögen umfasst das Anlagevermögen, das Umlaufvermögen und die aktiven Rechnungsabgrenzungsposten.

Die Segmentschulden beinhalten sowohl das langfristige als auch das kurzfristige Fremdkapital sowie die Rechnungsabgrenzungsposten.

Die Segmentinvestitionen setzen sich aus immateriellen Vermögenswerten einschließlich erworbener Geschäfts- oder Firmenwerte, Sach- und Finanzanlagen zusammen.

Der Brutto-Cash Flow umfasst das Jahresergebnis vor Steuern vom Einkommen und vom Ertrag, korrigiert um Abschreibungen, Gewinne bzw. Verluste aus Anlageverkäufen, Veränderungen lang-

fristiger Rückstellungen, Zinsaufwendungen und -erträge sowie sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge.

Die Bündelung der Informationsdienstleistungen in der KARSTADT QUELLE Information Services GmbH führt zu leichten Veränderungen in der Segmentberichterstattung gegenüber dem Vorjahr. Im Wesentlichen betrifft dies den Ausweis der Universum Inkasso GmbH sowie der Data Select GmbH im Segment Dienstleistungen statt wie im Vorjahr im Versandhandel. Zu weiteren Veränderungen in der Segmentberichterstattung vgl. die Seiten 133 und 134 „Wesentliche Erwerbe und gesellschaftsrechtliche Neuordnung“.

Das Capital Employed setzt sich aus dem Eigenkapital, den Pensionsrückstellungen, den Finanzverbindlichkeiten abzüglich Flüssiger Mittel zusammen. Die sich im Rahmen der Neuordnung des Segmentes Immobilien ergebende Veränderung des Capital Employed ist als Durchschnittsbetrachtung in die Berechnungen eingeflossen. Der Return on Capital Employed (ROCE) errechnet sich als Quotient aus EBIT und Capital Employed.

SONSTIGE ANGABEN

Gesamtbezüge des Aufsichtsrates und des Vorstandes

Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrates der KARSTADT QUELLE AG betragen für das Geschäftsjahr 1.451 Tsd. € (Vorjahr: 1.438 Tsd. €). Die fixen Bezüge des Vorstandes belaufen sich auf 3.059 Tsd. € (Vorjahr: 2.843 Tsd. €), die variablen Bestandteile auf 4.298 Tsd. € (Vorjahr: 4.791 Tsd. €), die der ehemaligen Vorstandsmitglieder und ihrer Hinterbliebenen auf

5.021 Tsd. € (Vorjahr: 4.238 Tsd. €). Für Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstandes und ihrer Hinterbliebenen sind 45.132 Tsd. € (Vorjahr: 34.213 Tsd. €) zurückgestellt.

Die Mitglieder des Aufsichtsrates sind auf den Seiten 12, 161 und 162 angegeben, die des Vorstandes sind auf den Seiten 4, 5 und 163 verzeichnet.

Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen/Personen

Der KarstadtQuelle-Konzern hatte in den Jahren 2002 und 2001 zu nahe stehenden Unternehmen folgende Geschäftsbeziehungen:

	2002 Tsd. €	2001 Tsd. €
Erbrachte Lieferungen und Leistungen	1.202	2.049
Empfangene Lieferungen und Leistungen	-381	-1.776
	821	273

Die Forderungen gegen nahe stehende Unternehmen/Personen betragen zum Stichtag 149 Tsd. € (Vorjahr: 2.006 Tsd. €).

Die im Geschäftsjahr gegründeten KarstadtQuelle Pension Trust e.V. bzw. KarstadtQuelle Mitarbeiter Trust e.V. stellen aufgrund der Besetzung ihres Vorstandes nahe stehende Unternehmen dar. Im Geschäftsjahr sind im Gegenzug zur Übernahme der Verpflichtungen, Zahlungen an Pensionäre der

KARSTADT QUELLE AG zu erstatten, Beteiligungen an zwei Gesellschaften auf diese Vereine übertragen worden. Aufgrund der Bindung des Vorstandes der Vereine an ihren Satzungszweck, kann von einer wesentlichen Einflussnahme nicht ausgegangen werden.

Über die erbrachten Lieferungen und Leistungen hinaus bestehen zwischen dem Konzern und nicht konsolidierten verbundenen Unternehmen Beziehungen aus der gegenseitigen Inanspruchnahme von Dienstleistungen. In diesen Fällen erfolgen Abrechnungen zu Kosten.

Ein Vorstandsmitglied unterhält vom Aufsichtsrat genehmigte gesellschaftsrechtliche Beziehungen zu einem Beratungsunternehmen, das im Geschäftsjahr für weniger als 2 Mio. € Leistungen gegenüber dem Konzern erbracht hat.

Die Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen erfolgen zu Bedingungen wie unter fremden Dritten.

Entsprechenserklärungen zum Deutschen

Corporate Governance Kodex nach § 161 AktG

Vorstand und Aufsichtsrat haben am 20. Dezember 2002 die erste Entsprechenserklärung nach § 161 AktG abgegeben und auf der Internetseite der Gesellschaft

dauerhaft zugänglich gemacht. Die Entsprechenserklärung ist auch im Kapitel „Corporate Governance“ auf den Seiten 16 bis 18 des Geschäftsbe-

richtes wiedergegeben. Die Entsprechenserklärung der börsennotierten Tochtergesellschaft Sinn Leffers Aktiengesellschaft, Hagen, ist ebenfalls am 20. De-

zember 2002 veröffentlicht und den Aktionären dauerhaft zugänglich gemacht worden.

Verzicht auf Offenlegung nach §§ 264 Abs. 3 und 264b HGB

Nachfolgende inländische Tochtergesellschaften in der Rechtsform einer Kapitalgesellschaft bzw. Personenhandelsgesellschaft im Sinne des § 264a HGB haben die gemäß § 264 Abs. 3 und § 264b HGB erforderlichen Bedingungen für die Inanspruchnahme der Befreiungsvorschrift erfüllt und verzichten deshalb auf die Offenlegung ihrer Jahresabschlussunterlagen.

Befreiung gemäß § 264 Abs. 3 HGB

- KARSTADT QUELLE New Media AG, Essen
- KARSTADT Vermietungsgesellschaft mbH, Essen
- Optimus Logistics GmbH, Nürnberg
- Karstadt Sport Handelsgesellschaft mbH, Essen
- KARSTADT QUELLE Konzern-Einkauf GmbH, Essen
- KARSTADT QUELLE Service GmbH, Essen
- KARSTADT QUELLE Business Services GmbH, Essen
- KARSTADT QUELLE Kunden-Service GmbH, Essen
- KARSTADT QUELLE Freizeit GmbH, Essen

Befreiung gemäß § 264b HGB

- Atelier Goldner Schnitt GmbH & Co. KG, Münchberg
- CJD clinic+job-dress GmbH & Co. KG, Bramsche
- DK-Berufsmoden Dieter Staperfeld GmbH & Co. KG, Osnabrück
- DK-Profashion GmbH & Co. KG, Osnabrück
- Fonetix Call Center GmbH & Co. KG, Chemnitz

- Fritz Berger GmbH & Co. KG, Neumarkt
- Hess Natur-Textilien GmbH & Co. KG, Bad Homburg
- Holstenflor Beteiligungs GmbH & Co. Holding KG, Fürth
- KARSTADT Immobilien GmbH & Co. Objekt Berlin, Hermannplatz KG, Grünwald
- KARSTADT Immobilien GmbH & Co. Objekt Berlin, Tauentzienstraße KG, Grünwald
- KARSTADT Immobilien GmbH & Co. Objekt München, Bahnhofplatz KG, Grünwald
- KARSTADT Mobilien GmbH & Co. Objekte Hertie KG, Essen
- KARSTADT Mobilien GmbH & Co. Objekte Warenhaus KG, Essen
- KATEC Leasing GmbH & Co. Vermietungs KG, Pöcking, Landkreis Starnberg
- Krähe Versand GmbH & Co. KG, Schlierbach
- Mercatura Holding GmbH & Co. KG, Nürnberg
- OPTIMUS GmbH Logistik & Co. Warendienstleistungs KG, Brieselang
- Peter Hahn Grundstücksgesellschaft mbH & Co., Winterbach
- TRADO Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Dresden KG, Pöcking, Landkreis Starnberg
- TriStyle Holding GmbH & Co. KG, Neu-Isenburg
- WEHMEYER GmbH & Co. Kommanditgesellschaft, Aachen

Wesentliche in den Konzernabschluss einbezogene verbundene Unternehmen

(Stand 31.12.2002)

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in %	Eigenkapital Tsd. €	Umsatz Tsd. €	Mitarbeiter ¹⁾ Anzahl
Stationärer Einzelhandel				
Karstadt GmbH, Essen ³⁾	(K) 100	440.983	-	-
Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft, Essen	(K) 100	535.428	6.422.387	51.752
Sinn Leffers Aktiengesellschaft, Hagen	(K) 91,9	57.401	573.622	4.434
WEHMEYER GmbH & Co. Kommanditgesellschaft, Aachen	(K) 100	36.274	191.158	1.649
Schaulandt Electronic GmbH, Essen	(K) 100	6.394	161.816	567
Runners Point Warenhandels- gesellschaft mbH, Essen	(K) 100	6.632	86.401	946
WOM World of Music Produktions- und Verlags-GmbH, Essen	(K) 100	-4.199	42.868	243
Le Buffet System- Gastronomie und Dienstleistungs-GmbH, Dreieich	(K) 100	392	37.720	784
GOLF HOUSE Direktversand GmbH, Hamburg	(K) 74,9	-1.641	19.981	173
Karstadt Sport Handelsgesellschaft mbH, Essen	(K) 100	3.050	3.867	5
M + T Mode- und Textilhaus- Beteiligungs Gesellschaft m.b.H., Essen	(K) 100	111.996	-	-
Versandhandel				
KARSTADT QUELLE Versand GmbH, Essen ³⁾	(K) 100	1.194.000	-	-
Quelle Aktiengesellschaft, Fürth	(K) 100	275.992	4.081.709	12.596
Neckermann Versand Aktiengesellschaft, Frankfurt/Main	(K) 100	205.431	1.524.215	6.057
TriStyle Holding GmbH & Co. KG, Neu-Isenburg ²⁾	(K) 51	12.043	499.807	1.555
QUELLE S.A., Saran, Frankreich ²⁾	(K) 100 [*]	35.357	440.034	1.650
Quelle Aktiengesellschaft, Linz, Österreich ²⁾	(K) 100 [*]	48.280	269.719	1.623
VERSANDHAUS WALZ Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Baby-Walz, Die moderne Hausfrau, Bad Waldsee	(K) 100	5.113	234.142	990
Neckermann B.V., Hulst, Niederlande	(K) 100	54.402	187.639	554
Mercatura Holding GmbH & Co. KG, Nürnberg ²⁾	(K) 100	27.827	137.507	1.179

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in %	Eigenkapital Tsd. €	Umsatz	Mitarbeiter ¹⁾
			Tsd. €	Anzahl
AFIBEL S.A., Villeneuve d'Ascq, Frankreich	(K) 79,5*	19.125	135.023	415
Neckermann Versand Österreich AG, Graz, Österreich	(K) 100	29.296	119.305	392
Happy Size-Company Versandhandels GmbH, Frankfurt/Main	(K) 100	26	94.848	-
Elegance Rolf Offergelt GmbH, Aachen ²⁾	(K) 100	5.257	79.787	443
Hess Natur-Textilien GmbH & Co. KG, Bad Homburg	(K) 100	1.315	42.333	199
Bon' A Parte Postshop A/S, Ikast, Dänemark	(K) 100	30.424	38.963	304
Krähe Versand GmbH & Co. KG, Schlierbach	(K) 100	6.663	20.664	128
Fonetix Call Center GmbH & Co. KG, Chemnitz	(K) 100	875	19.341	345
Dienstleistungen				
KARSTADT QUELLE Service GmbH, Essen ³⁾	(K) 100	1.378.300	-	-
KARSTADT QUELLE Kunden-Service GmbH, Essen ³⁾	(K) 100	1.358.300	-	-
KARSTADT QUELLE Business Services GmbH, Essen ³⁾	(K) 100*	147.215	-	-
Optimus Logistics GmbH, Nürnberg	(K) 100	500	577.731	289
ITELLIUM Systems & Services GmbH, Essen	(K) 100	5.000	296.693	1.655
Euro-Papier N.V., Temse, Belgien	(K) 100*	2.744	156.835	5
Profectis GmbH Technischer Kundendienst, Nürnberg	(K) 100	2.556	122.951	1.880
servicelogiQ GmbH logistische Dienstleistungen, Nürnberg	(K) 100	521	67.388	1.368
Karstadt Quelle International Services AG, St. Gallen, Schweiz	(K) 100	44.799	60.380	112
KARSTADT QUELLE New Media AG, Essen	(K) 100	21.772	-	43

(K) vollkonsolidiert

1) im Jahresdurchschnitt, ohne Auszubildende

2) einschließlich Tochtergesellschaften

3) Zwischenholding

*) Konzernbeteiligungsverhältnis durchgerechnet

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in %	Eigenkapital Tsd. €	Umsatz	Mitarbeiter ¹⁾
			Tsd. €	Anzahl
Immobilien				
KARSTADT Immobilien AG & Co. KG, Essen ³⁾	(K) 100	938.043	2.358	47
MOSTIA Grundstücksgesellschaft mbH & Co. KG, Grünwald bei München	(K) 100	-21.338	15.484	-
TRADO Grundstücks-Verwaltungs- gesellschaft mbH & Co. Objekt Dresden KG, Pöcking, Landkreis Starnberg	(K) 98	-71.382	11.425	-
„HOLM“ Grundstücks-Verwaltungsgesell- schaft mbH & Co. Objekt Brieselang KG, Pöcking, Landkreis Starnberg	(K) 100 *	-16.764	5.414	-
KINTO Grundstücks-Verwaltungsgesell- schaft mbH, Grünwald bei München	(K) 94,5	25	-	-

(K) vollkonsolidiert

1) im Jahresdurchschnitt, ohne Auszubildende

2) einschließlich Tochtergesellschaften

3) Zwischenholding

*) Konzernbeteiligungsverhältnis durchgerechnet

Wesentliche Beteiligungen des KARSTADT QUELLE-Konzerns

(Stand 31.12.2002)

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in %	Eigenkapital Tsd. €	Umsatz
			Tsd. €
Thomas Cook Aktiengesellschaft, Oberursel/Taunus ¹⁾	(E) 50	567.317	1.511.347
TC Touristik GmbH, Oberursel/Taunus ¹⁾	(E) 55 *	115.961	2.039.293
KARSTADT QUELLE Financial Services GmbH, Düsseldorf	(E) 50	143.019	22.304

(E) at equity konsolidiert

1) Geschäftsjahr vom 01.11.2001 bis 31.10.2002

*) Konzernbeteiligungsverhältnis durchgerechnet

AUFSICHTSRAT

Dr. Hans Meinhardt, Wiesbaden

Vorsitzender

Vorsitzender des Aufsichtsrates der Linde AG

Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:

- Beiersdorf AG (Vorsitz)
 - Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft (Vorsitz)
 - Linde AG (Vorsitz)
-

Wolfgang Pokriefke*, Bremen

stellv. Vorsitzender

Gesamtbetriebsratsvorsitzender der
Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft

Wilfried Behrens*, Gießen

Geschäftsführer der Karstadt Warenhaus
Aktiengesellschaft, Filiale Gießen

Dr. Diethart Breipohl, Icking

Mitglied des Aufsichtsrates der Allianz AG

Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:

- Allianz AG
- Beiersdorf AG
- Continental AG
- KM Europa Metal AG (Vorsitz)
- mg technologies ag

Vergleichbare Mandate:

- Banco Popular Español
 - BPI Banco Portugues de Investimento
 - Crédit Lyonnais
 - Les Assurances Générales de France (AGF)
 - EULER & Hermes, Paris
-

Jürgen Damm*, Grevenbroich

Betriebsratsvorsitzender der Karstadt Warenhaus
Aktiengesellschaft, Filiale Düsseldorf,
Schadowstraße; Elektriker

Bodo Dehn*, Mönchengladbach-Rheydt

Betriebsratsvorsitzender der Karstadt Warenhaus
Aktiengesellschaft, Filiale Mönchengladbach-Rheydt

Gesetzliches Aufsichtsratsmandat:

- Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft
-

Gisela Drescher*, Wilhelmshaven

– ab 11.07.2002 –

Betriebsratsmitglied der Karstadt Warenhaus
Aktiengesellschaft, Filiale Wilhelmshaven;
Kauffrau im Einzelhandel

Hubert Gartz*, Hamburg

Gewerkschaftssekretär ver.di

Leo Herl, Fürth

Vorsitzender der Geschäftsführung
der Madeleine Schickedanz Vermögensverwaltungs
GmbH & Co. KG

Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:

- Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft
 - Neckermann Versand Aktiengesellschaft
 - Quelle Aktiengesellschaft
 - Quelle Bauspar Aktiengesellschaft (Vorsitz)
-

Ulrich Hocker, Düsseldorf

Hauptgeschäftsführer der Deutsche
Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz e.V.

Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:

- CBB Holding AG (Vorsitz)
- E.ON AG
- Feri Finance AG
- ThyssenKrupp Steel AG

Vergleichbare Mandate:

- Gartmore Capital Strategy Fonds Limited
(Jersey)
 - Phoenix Mecano AG (Schweiz)
-

Peter Kalow*, Schwabach

Gesamtbetriebsratsvorsitzender
der Quelle Aktiengesellschaft

Gesetzliches Aufsichtsratsmandat:

- Quelle Aktiengesellschaft**
-

Reinhard Koep, Mülheim/Ruhr

chem. Mitglied des Vorstandes
der KARSTADT QUELLE Aktiengesellschaft

* als Vertreter der Arbeitnehmer

** Konzerngesellschaften

Dr. h. c. Martin Kohlhausen, Frankfurt/Main
ehem. Sprecher des Vorstandes
der Commerzbank AG

Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:

- Bayer AG
- Commerzbank AG (Vorsitz)
- Heraeus Holding GmbH
- HOCHTIEF AG
- Infineon Technologies AG (stellv. Vorsitz)
- Linde AG
- Schering AG
- ThyssenKrupp AG

Vergleichbares Mandat:

- Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH

Dr. Ingo Riedel, Fürth
Vorsitzender der Geschäftsführung der
Riedel Holding GmbH & Co. KG

Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:

- Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft
- Quelle Aktiengesellschaft
- Quelle Bauspar Aktiengesellschaft
- Thomas Cook Aktiengesellschaft

Christa Schubert*, Recklinghausen
stellv. Betriebsratsvorsitzende der Karstadt
Warenhaus Aktiengesellschaft,
Filiale Recklinghausen; kfm. Angestellte

Günter Strohmeier*, München

– bis 11.07.2002 –
Betriebsratsvorsitzender der Karstadt Warenhaus
Aktiengesellschaft, Filiale München,
Schleißheimer Straße

Dr. Gunter Thielen, Gütersloh
Vorsitzender des Vorstandes
der Bertelsmann Aktiengesellschaft

Gesetzliches Aufsichtsratsmandat:

- Leipziger Messe GmbH

Vergleichbare Mandate:

- Hannoversche Leben VVaG
- Saar LB

Dr. Bernd W. Voss, Kronberg/Taunus
Mitglied des Aufsichtsrates der Dresdner Bank AG

Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:

- Allianz AG
- Continental AG
- Dresdner Bank AG
- E.ON AG
- Quelle Aktiengesellschaft
- TUI AG
- Wacker Chemie GmbH

Vergleichbare Mandate:

- ABB Ltd., Zürich (Schweiz)
- Bankhaus Reuschel & Co.
(Vorsitz Verwaltungsrat)

Dipl.-Ing. Dr.-Ing. E. h. Jürgen Weber, Hamburg
Vorsitzender des Vorstandes
der Deutsche Lufthansa AG

Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:

- Allianz Lebensversicherungs AG
- LSG Lufthansa Service Holding AG (Vorsitz)**
- Lufthansa Cargo AG**
- Lufthansa Technik AG (Vorsitz)**
- Thomas Cook Aktiengesellschaft (Vorsitz)

Vergleichbares Mandat:

- Loyalty Partner GmbH (Vorsitz)**

Dr. Franziska Wiethold*, Berlin
Mitglied des ver.di-Bundesvorstandes

Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:

- Quelle Aktiengesellschaft
- REWE Deutsche Supermarkt KGaA

Rüdiger Wolff*, Berlin
Sekretär beim ver.di-Bundesvorstand,
Fachbereich Handel

Gesetzliches Aufsichtsratsmandat:

- Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft

* als Vertreter der Arbeitnehmer

** Konzerngesellschaften

VORSTAND

Wolfgang Urban, Brühl
Vorsitzender

Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:

- ERGO Versicherungsgruppe AG
- KARSTADT Hypothekenbank AG (Vorsitz) *
- KARSTADT QUELLE New Media AG (Vorsitz) *
- Neckermann Versand Aktiengesellschaft (Vorsitz) *
- Quelle Aktiengesellschaft (Vorsitz) *
- Sinn Leffers Aktiengesellschaft *
- Thomas Cook Aktiengesellschaft

Vergleichbares Mandat:

- WEHMEYER GmbH & Co. KG *

Dr. Christoph Achenbach, Stein

Gesetzliches Aufsichtsratsmandat:

- Kaiser's Tengelmann AG

Vergleichbare Mandate:

- AFIBEL S.A. (Vorsitz) *
- Quelle Aktiengesellschaft, Linz *
- Quelle S.A., Saran *
- Quelle La Source S.A., Saran *

Peter Gerard, Düsseldorf

Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:

- IDS Scheer AG
- ITELLIUM Systems & Services GmbH (Vorsitz) *
- KarstadtQuelle Lebensversicherung AG
- KarstadtQuelle Versicherung AG (Vorsitz)
- KarstadtQuelle Krankenversicherung AG (Vorsitz)
- Neckermann Versand Aktiengesellschaft *
- Quelle Aktiengesellschaft *
- Thomas Cook Aktiengesellschaft

Vergleichbare Mandate:

- CAP Customer Advantage Program GmbH (stellv. Vorsitz)
- KARSTADT QUELLE Bank GmbH (Vorsitz)
- KARSTADT QUELLE Financial Services GmbH (Vorsitz)
- KARSTADT QUELLE Information Services GmbH (Vorsitz) *
- manpower GmbH personaldienstleistungen

Prof. Dr. Helmut Merkel, Flomborn

Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:

- ITELLIUM Systems & Services GmbH *
- KARSTADT Immobilien Beteiligungs AG (Vorsitz) *
- KARSTADT QUELLE New Media AG *
- Novasoft AG (Vorsitz)
- Quelle Aktiengesellschaft *
- Sinn Leffers Aktiengesellschaft (Vorsitz) *

Vergleichbares Mandat:

- WEHMEYER GmbH & Co. KG (Vorsitz) *

Norbert Nelles, Rösrath

Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:

- KARSTADT Hypothekenbank AG (stellv. Vorsitz) *
- Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft *

Vergleichbares Mandat:

- KARSTADT QUELLE Bank GmbH

Werner Piotrowski, Witzenhausen

- bis 30.06.2002 –

Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:

- Neckermann Lebensversicherung AG
- Neckermann Versand Aktiengesellschaft *
- Neckermann Versicherung AG

* Konzerngesellschaften

ERKLÄRUNG DES VORSTANDES

Der Vorstand der KARSTADT QUELLE AG ist für die Aufstellung des Konzernabschlusses und des Management Reports (Konzernlagebericht) verantwortlich.

Der Konzernabschluss zum 31. Dezember 2002 wurde nach den International Accounting Standards (IAS) aufgestellt. Er steht im Einklang mit der Richtlinie 83/349 EWG. Die Vorjahreszahlen sind nach den gleichen Grundsätzen ermittelt worden. Aufgrund des im Rahmen des Kapitalaufnahmeerleichterungsgesetzes in das Handelsgesetzbuch (HGB) eingefügten § 292a hat dieser nach IAS aufgestellte Konzernabschluss befreiende Wirkung. Dabei wurden die Regelungen des DRS 1 beachtet.

Die internen Kontroll- und Steuerungssysteme bei den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen stellen die Übereinstimmung der Berichterstattung mit den gesetzlichen Vorschriften sicher. Die Einhaltung der Richtlinien und die Funktionsfähigkeit der Kontrollsysteme werden von der Internen Revision kontinuierlich geprüft.

Unser Risikomanagementsystem entspricht den Anforderungen des KonTraG. Es ist darauf ausgerichtet, potenzielle Risiken rechtzeitig zu erkennen, um gegebenenfalls Maßnahmen einleiten zu können.

Die BDO Deutsche Warentreuhand Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Düsseldorf, hat den Konzernabschluss und den Management Report geprüft und einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt.

In Anwesenheit des Abschlussprüfers wurden der Konzernabschluss, der Management Report, der Abhängigkeitsbericht und der Prüfungsbericht in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrates eingehend erörtert. Im Bericht des Aufsichtsrates (auf den Seiten 13 bis 15) ist das Ergebnis seiner Prüfung vermerkt.

Essen, 21. März 2003

KARSTADT QUELLE Aktiengesellschaft

Der Vorstand



Urban



Dr. Achenbach



Gerard



Prof. Dr. Merkel



Nelles

BESTÄTIGUNGSVERMERK

Wir haben den von der KARSTADT QUELLE AG aufgestellten Konzernabschluss, bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Entwicklung des Eigenkapitals, Kapitalflussrechnung und Anhang, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2002 bis 31. Dezember 2002 geprüft. Aufstellung und Inhalt des Konzernabschlusses liegen in der Verantwortung des Vorstandes der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung zu beurteilen, ob der Konzernabschluss den International Accounting Standards (IAS) entspricht.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach den deutschen Prüfungsvorschriften und unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung sowie unter ergänzender Beachtung der International Standards on Auditing (ISA) vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass mit hinreichender Sicherheit beurteilt werden kann, ob der Konzernabschluss frei von wesentlichen Fehlaussagen ist. Im Rahmen der Prüfung werden die Nachweise für die Wertansätze und Angaben im Konzernabschluss auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung beinhaltet die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Ein-

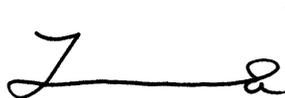
schätzungen des Vorstandes sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Konzernabschluss in Übereinstimmung mit den IAS ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns sowie der Zahlungsströme des Geschäftsjahres.

Unsere Prüfung, die sich auch auf den vom Vorstand für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2002 bis 31. Dezember 2002 aufgestellten Management Report (Konzernlagebericht) erstreckt hat, hat zu keinen Einwendungen geführt. Nach unserer Überzeugung gibt der Management Report zusammen mit den übrigen Angaben des Konzernabschlusses insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar. Außerdem bestätigen wir, dass der Konzernabschluss und der Management Report für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2002 die Voraussetzungen für eine Befreiung der Gesellschaft von der Aufstellung eines Konzernabschlusses und Konzernlageberichtes nach deutschem Recht erfüllen.

Düsseldorf, 25. März 2003

BDO Deutsche Warentreuhand Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Harnacke
Wirtschaftsprüfer



Horn
Wirtschaftsprüfer

5-JAHRES-ÜBERSICHT

			1998	1999	2000 ⁴⁾	2001 ⁴⁾	2002 ⁴⁾
Konzernumsatz	Umsatz	Mio. €	9.327,4	14.843,0	15.444,5	16.067,1	15.814,6
Ertragslage	EBIT ¹⁾	Mio. €	173,4	280,8	533,7	630,7	484,4
	EBT	Mio. €	139,9	225,4	238,2	332,8	200,4
	EBT-Marge	in %	1,5	1,5	1,5	2,1	1,3
	Jahresüberschuss	Mio. €	101,9	218,6	165,2	234,9	162,2
Finanzlage und Dividende	Brutto-Cash Flow	Mio. €	465,8	699,8	784,7	1.092,3	701,0
	Flüssige Mittel	Mio. €	277,2	217,3	253,1	343,2	144,4
	Abschreibungen	Mio. €	301,1	367,9	453,6	462,3	474,8
	Dividende	Mio. €	47,2	72,9	78,8	83,6	77,1
Bilanzstruktur	Bilanzsumme	Mio. €	5.474,0	7.925,0	9.814,9	10.510,0	10.215,7
	Eigenkapital	Mio. €	1.343,3	1.698,7	1.653,2	1.803,4	1.676,4
	Eigenkapitalquote	in %	24,5	21,4	16,8	17,2	16,4
	Anlagevermögen	Mio. €	2.639,3	3.280,8	4.846,0	5.450,7	5.261,4
	Umlaufvermögen	Mio. €	2.826,7	4.614,6	4.915,0	5.000,6	4.908,4
Sonstige Angaben	Mitarbeiter am 31.12.	Anzahl	89.399	113.490	113.120	112.141	104.536
	Personalaufwand	Mio. €	2.300,0	3.169,5	3.109,8	3.157,2	3.014,1
	Investitionen	Mio. €	416,5	481,7	676,9	1.230,9	738,3
	Warenhäuser und Fachgeschäfte im Stationären Einzelhandel	Anzahl	389	383	390	465	484
	Verkaufsfläche am 31.12. im Stationären Einzelhandel	Tsd. qm	2.395,9	2.388,3	2.390,2	2.613,8	2.646,0
	Aktie der KARSTADT QUELLE AG	Dividende je Stückaktie ²⁾	€	5,62	0,62	0,67	0,71
	Ergebnis je Aktie ³⁾	€	8,40	1,59	1,41	2,00	1,40
	Stichtagskurs zum Jahresende	€	444,82	39,80	32,90	44,40	16,50
	Höchstkurs	€	508,74	48,70	40,73	44,85	45,45
	Tiefstkurs	€	287,35	30,55	27,30	30,15	13,80
	Börsenwert am Jahresende	Mio. €	3.736,5	4.678,5	3.867,4	5.228,4	1.943,0

1) EBIT ab 1999 inkl. Zinsen aus Ratenkreditgeschäft

2) 1997 bis 1998 bei 8,4 Millionen DM-50-Aktien der Karstadt AG
1999, 2000 bei 117.550.400 Stückaktien
2001 bei 117.757.775 Stückaktien
2002 bei 108.537.135 Stückaktien

3) bis 2000 Anzahl der Stückaktien wie unter 2)
2001 bei 117.602.244 Stückaktien
2002 bei 115.611.968 Stückaktien

4) ab 2000 Darstellung nach IAS

After-Sales-Service

Alle Zusatzleistungen, die ein Unternehmen als Folge von Warenkäufen anbietet, z. B. Kundendienst, aktualisierte Versionen technischer Produkte.

Aktienrückkauf

Kauf von eigenen Aktien der Gesellschaft auf Basis einer Genehmigung der Hauptversammlung.

Annex-Produkte

Versicherungsleistungen, die an den Verkauf von Handelsprodukten gekoppelt sind, z. B. Garantieverlängerungen oder Diebstahlversicherungen.

Asset-Backed Securitisation (ABS)

Veräußerung von Forderungsbeständen zur Liquiditätsbeschaffung an eine Gesellschaft, die sich durch die Ausgabe von Wertpapieren refinanziert.

Assets

Wertvolle, unternehmenseigene materielle und immaterielle Güter, die zum Aufbau überlegener Wettbewerbspositionen geeignet sind.

Back-Up-Facilities

Bestätigte Kreditlinien, die im Falle der unzureichenden Marktliquidität eines Kapitalmarktproduktes gezogen werden können und damit die jederzeitige Zahlungsfähigkeit sicherstellen.

Brutto-Cash Flow

Bereinigung des Periodenergebnisses vor Ertragsteuern um Abschreibungen/Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens sowie der Zu- und Abnahme von Rückstellungen.

Capital Employed

Eingesetztes bzw. gebundenes Kapital.

Cash Flow

Kennzahl zur Beurteilung der Finanz- und Ertragskraft eines Unternehmens. Der Cash Flow gibt Auskunft über den Zufluss an liquiden Mitteln, die in einem Zeitraum erwirtschaftet wurden.

Commercial Paper

Abgezinste Geldmarktpapiere mit einer festen Laufzeit zwischen sieben Tagen und zwei Jahren minus einem Tag.

Community-(Kunden-)Karte

Zentrale Kundenkarte, die von mehreren Partnern sich ergänzender Konsumbereiche herausgegeben wird und verschiedene Funktionen wie z. B. Bonus- und Kreditfunktion bündelt.

Contractual Trust Arrangement (CTA)

Vertraglich geregelter, betriebsinterner Treuhandfonds zur Ausgliederung von Vermögenswerten, die zur Finanzierung von Pensionszahlungen genutzt werden.

Corporate Governance

Umfasst die gesamte Führung und Kontrolle eines Unternehmens einschließlich seiner Organisation, geschäftspolitischen Grundsätze und Leitlinien sowie der internen und externen Steuerungs- und Überwachungsmechanismen.

Cross-Docking

Verfahren, bei dem die Ware auf dem Weg zu den Filialen gebündelt in den Logistikbetrieben angeliefert und dort sofort weiterverteilt wird. Form der bestandslosen Warenversorgung.

Cross-Selling-Potenzial

Möglichkeit, mehrere Produkte aus unterschiedlichen Vertriebskanälen oder Dienstleistungsbereichen eines Unternehmens auf der Grundlage einer bereits bestehenden Kundenbeziehung zu vermarkten.

Derivative Finanzinstrumente

Handelbare Terminprodukte, deren Bewertung sich von Preis, Preisschwankungen und Erwartungen zugrunde liegender, klassischer Basisinstrumente, z. B. Devisen oder Wertpapiere, ableitet.

EBIT

Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern.

EBITDA

Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Abschreibungen.

EBT

Ergebnis vor Ertragsteuern.

EBTA

Ergebnis vor Ertragsteuern und Firmenwertabschreibungen.

EBTA-Marge

Ergebnis vor Ertragsteuern und Firmenwertabschreibungen bezogen auf den Umsatz.

EBT-Marge

Ergebnis vor Ertragsteuern bezogen auf den Umsatz.

E-Commerce

Elektronischer Handel zwischen Unternehmen und Konsumenten.

Economic Value Added® (EVA)

Management- und Anreizsystem zur Wertsteigerung von Unternehmen. Ein Unternehmen schafft Wert, wenn es von Jahr zu Jahr steigende EVAs erwirtschaftet. Berechnung:

$EVA = \text{Geschäftsergebnis} - \text{Kapitalkosten}$.

Eigenkapitalquote

Prozentualer Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme.

Facility-Management

Alle Dienstleistungen, die zur Bewirtschaftung von Gebäuden und Immobilien im Rahmen ihrer Werterhaltung und -steigerung erforderlich sind.

Fashion & More

Marketing-Konzept von SinnLeffers: Das Produktangebot wird mit modenahen Warenhaussortimenten wie Parfümerie und Accessoires ergänzt.

Fulfillment, Back-Office-Prozesse

Alle Bearbeitungsvorgänge, die mit einer Kundenbestellung einhergehen, z. B. Logistik- und Verwaltungsprozesse sowie Zusatzleistungen.

HappyDigits

Gemeinsames Kundenkarten-Bonusprogramm von KarstadtQuelle und Deutsche Telekom.

Impairment-Abschreibungen

Außerplanmäßige Abschreibungen zur Berücksichtigung von Wertminderungen, z. B. falls ein interner Nutzungswert oder der Nettoveräußerungswert eines Gutes über dem Buchwert liegt.

Incentive-Stock-Options-Plan

Erfolgsabhängige Vergütungsform, bei der dem Management die Möglichkeit gegeben wird, unter bestimmten Bedingungen zu festgelegten Konditionen Aktien des eigenen Unternehmens zu beziehen.

KonTraG

Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich.

Marktkapitalisierung

Bewertung eines Unternehmens an der Börse (Marktwert), die sich aus der Multiplikation des Börsenkurses mit der Zahl der (frei handelbaren) Aktien eines Unternehmens ergibt.

M-DAX

Aktienindex der Deutsche Börse AG, in dem 50 mittelgroße Unternehmen enthalten sind. Kriterien für die Aufnahme in den Index sind die Marktkapitalisierung und der Börsenumsatz.

Multibranding

Nutzung erfolgreicher Versandkatalogsortimente für spezielle Zielgruppenangebote unter neuem Markennamen.

Multi-Channel-Netzwerk

Netzwerk, bestehend aus den zahlreichen Vertriebs- und Informationskanälen des KarstadtQuelle-Konzerns (z. B. Warenhäuser, Fachgeschäfte, Kataloge, Internet).

Multimatching

Kombination im Konzern vorhandener Warensortimente zu neuen Katalogkonzepten. Beispielhaft ist der gemeinsame Sportkatalog von Karstadt und Quelle.

Primäre Segmente

Die Geschäftsbereiche Stationärer Einzelhandel, Versandhandel, Dienstleistungen, Immobilien und Holding sind nach IAS als primäre Segmente innerhalb des KarstadtQuelle-Konzerns definiert.

Retourenlager

Lager, in dem Artikel bearbeitet werden, die von den Kunden oder den Filialen zurückgeschickt wurden.

Return on Capital Employed (ROCE)

EBIT im Verhältnis zum eingesetzten Kapital.

Shopping-Portal, E-Shop

Website, die Kunden als Einstieg in das Produkt- und Informationsangebot im Internethandel dient.

Supply-Chain-Management

Umfasst die überbetriebliche Planung, Steuerung und Kontrolle zentraler Funktionen wie Beschaffung, Produktion und Vertrieb zur Erhöhung ihrer Effizienz.

Synergien

Positive ökonomische Effekte (z. B. Kosteneinsparungen), die aus einer Zusammenlegung von Unternehmen oder Zentralisation einzelner Funktionsbereiche entstehen.

TV-Commerce

Elektronischer Handel, der über das TV-Gerät erfolgt.

Umsatz auf vergleichbarer Fläche

Vergleich zweier Perioden unter der Prämisse, dass sich die Fläche, auf der der Umsatz erzielt wurde, nicht verändert hat.

Währungsswap

Tausch von Währungen auf einen bestimmten, im Voraus festgelegten Zeitpunkt und Kurs.

Working Capital

Saldo aus Vorräten sowie kurzfristigen Kundenforderungen und kurzfristigen Lieferantenverbindlichkeiten.

A

Abhängigkeitsbericht	62
Aktie	7, 19-24
Aktienrückkauf-Programm	22, 54, 146
Anhang	128-164
– Aufstellung der Organe und Mandate nach KonTraG	161-163
– Erklärung des Vorstandes	164
– Erläuterungen zur Bilanz	142-154
– Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung	136-141
– Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung	155
– Erläuterungen zur Segmentberichterstattung	155
– Grundlagen des Konzernabschlusses	128-135
– Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden	129-132
– Konsolidierungskreis	134, 135
– Konsolidierungsmethoden	128, 129
– Wesentliche Erwerbe	133, 134
– Währungsumrechnung	132
– Sonstige Angaben	156-163
– Wesentliche verbundene und assoziierte Unternehmen	158-160
Anlagevermögen	122, 123
Ansprechpartner	Umschlag hinten
Aufsichtsrat	17
– Bericht	13-15
– Mitglieder	12, 161, 162
Ausblick	
– Dienstleistungen	97
– Immobilien	118
– Konzern	58
– Stationärer Einzelhandel	79
– Touristik	109
– Versandhandel	92, 93

B

Berichte aus den Bereichen	63-118
– Dienstleistungen	94-109
– Immobilien	110-118
– Stationärer Einzelhandel	64-79
– Versandhandel	80-93
Beschaffung und Vertrieb	48, 49
Bestätigungsvermerk	165
Beteiligungen	158-160
Betriebliche Altersversorgung	48, 137, 149
Bilanz	
– KARSTADT QUELLE AG	59
– KarstadtQuelle-Konzern	121
Bilanzkennzahlen	42, 43
Bilanzstruktur	41
B2B (Firmenkundengeschäft)	98-102
B2C (Endkundengeschäft)	102, 103

C

Cash Flow/Brutto-	39, 40, 125, 126, 155
Corporate Governance	16-18

D

Das Geschäftsjahr 2002 im Überblick	
– Dienstleistungen	44-46
– Immobilien	46, 47, 117, 118
– Konzern	43-48
– Touristik	107, 108
– Versandhandel	44, 45, 87-89
– Warenhäuser	43, 44, 73-76
Dienstleistungen	9, 10, 30, 44-46, 94-109
Dividende	7, 148

E

E-Commerce	10, 93, 99
Economic Value Added® (EVA)	25, 26
Eigenkapital	
– Entwicklung des Eigenkapitals	124
– Erläuterungen zur Bilanz	145-148
Einkauf	48, 49, 101
Ergebnis je Aktie	39, 141

L

Lagebericht	siehe Management Report
Logistik	27, 100, 101

M

Management Report	31-58
Mitarbeiter	7, 8, 50-52

N

Nachtragsbericht	54-56
-------------------------	-------

O

Öffentlichkeitsarbeit	53, 54
------------------------------	--------

R

Restrukturierung und Optimierung	27,28
Risikomanagement	56-58

S

Segmentangaben	126, 127
– Erläuterungen	155
Segmententwicklung	
– Dienstleistungen	98
– Immobilien	116
– Stationärer Einzelhandel	68
– Versandhandel	85, 86
Spezialversand	91
Stationärer Einzelhandel	7-9, 43, 44, 46, 54, 64-79
Strategie und Positionierung	
– Dienstleistungen	96, 97
– Fachgeschäfte	77, 78
– Immobilien	113-115
– Konzern	35
– Spezialversand	91
– Stationärer Einzelhandel	67, 68
– Touristik	104, 105
– Universalversand	90
– Versandhandel	83, 84
– Warenhäuser	69, 70
Strategie 2003+	11, 47

T

Termine	Umschlag hinten
Touristik	104-109
TV-Commerce	93, 99, 100

U

Umsatzentwicklung	
– Dienstleistungen	98
– Fachgeschäfte	79
– Immobilien	116
– Konzern	35, 36
– Spezialversand	91
– Stationärer Einzelhandel	68
– Touristik	105
– Universalversand	90
– Versandhandel	85
– Warenhäuser	70
Umweltschutz	52, 53
Universalversand	90

V

Verbundene Unternehmen	158-160
Vermögenslage	41-42
Versandhandel	7, 9, 44, 45, 54, 55, 80-93
Vorstand	17
– Erklärung	164
– Mitglieder	4, 5, 163
Vorwort des Vorstandsvorsitzenden	6-11

W

Wachstum	9, 28-30
Warenhäuser	7, 9, 69-76
Wertmanagement	30
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	
– Immobilien	112, 113
– Konzern	32-34
– Stationärer Einzelhandel	66, 67
– Touristik	104
– Versandhandel	82

Z

10-Punkte- Wertsteigerungsprogramm	8, 11, 27-30
---	--------------

IHRE ANSPRECHPARTNER

Investor Relations

Telefon: (02 01) 7 27 – 9816

Telefax: (02 01) 7 27 – 9854

E-Mail: investors@karstadtquelle.com

Detlef Neveling

Direktor Investor Relations

Telefon: (02 01) 7 27 – 9817

E-Mail: detlef.neveling@karstadtquelle.com

Sylvia Ehlert

Sekretariat, Organisation

Telefon: (02 01) 7 27 – 9816

E-Mail: sylvia.ehlert@karstadtquelle.com

Jürgen Koch

Referent Investor Relations

Telefon: (02 01) 7 27 – 9836

E-Mail: juergen.koch@karstadtquelle.com

Volker Moege

Referent Investor Relations

Telefon: (02 01) 7 27 – 7124

E-Mail: volker.moege@karstadtquelle.com

Konzernkommunikation

Telefon: (02 01) 7 27 – 2031

Telefax: (02 01) 7 27 – 9853

E-Mail: konzernkommunikation@karstadtquelle.com

Thomas Diehl

Direktor Konzernkommunikation

Telefon: (02 01) 7 27 – 2538

Telefax: (02 01) 7 27 – 3709

E-Mail: thomas.diehl@karstadtquelle.com

WICHTIGE TERMINE 2003

Hauptversammlung

(Düsseldorf) 28. Mai 2003

Dividendenzahlung 30. Mai 2003

Zwischenberichte

1. Quartal 15. Mai 2003

2. Quartal 07. August 2003

3. Quartal 06. November 2003

IMPRESSUM

Herausgeber[®]

KARSTADT QUELLE AG

Theodor-Althoff-Str. 2, 45133 Essen

Telefon: (02 01) 7 27 – 0

Telefax: (02 01) 7 27 – 5216

Internet: www.karstadtquelle.com

Gesamtkonzeption und Realisierung

HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH
& Co. KG und KARSTADT QUELLE AG

Fotos

Gaby Sommer, Lierschied (Vorstandsfotos);
KARSTADT QUELLE AG

Reproduktion

Repro Studio Kroke, Hamburg

Druck

Dorsten Druck GmbH, Dorsten

Verarbeitung

H. + W. Hennes GmbH Drucksachenverarbeitung,
Gladbeck

