

Geschäftsbericht 2008/09

DOUGLAS  HOLDING

Handel mit Herz und Verstand

DOUGLAS-KONZERN IN ZAHLEN

Wesentliche Kennzahlen				
		IFRS 2008/09	IFRS 2007/08 ¹⁾	Veränderung in %
Umsatz	Mio €	3.200,8	3.130,4	2,3
<i>Deutschland</i>	<i>Mio €</i>	<i>2.071,5</i>	<i>2.032,9</i>	<i>1,9</i>
<i>Ausland</i>	<i>Mio €</i>	<i>1.129,3</i>	<i>1.097,5</i>	<i>2,9</i>
EBITDA	Mio €	255,0	276,9	-7,9
<i>EBITDA-Marge</i>	<i>%</i>	<i>8,0</i>	<i>8,8</i>	<i>-</i>
EBT vor Schließungskosten	Mio €	127,6	151,7	-15,9
<i>EBT-Marge vor Schließungskosten</i>	<i>%</i>	<i>4,0</i>	<i>4,8</i>	<i>-</i>
EBT	Mio €	103,9	149,3	-30,4
<i>EBT-Marge</i>	<i>%</i>	<i>3,2</i>	<i>4,8</i>	<i>-</i>
Jahresüberschuss	Mio €	62,8	97,1	-35,3
Aktienkurs zum 30.09.	€	31,25	32,24	-3,1
EBITDA je Stückaktie	€	6,49	7,06	-8,1
Ergebnis je Stückaktie	€	1,60	2,47	-35,2
Dividende je Stückaktie	€	1,10	1,10	-
DVA	Mio €	20,5	34,1	-39,9
Free Cash Flow	Mio €	84,5	40,1	110,7
Investitionen	Mio €	112,3	155,5	-27,8
		30.09.09	30.09.08	
Langfristige Vermögenswerte	Mio €	798,8	808,4	-1,2
Kurzfristige Vermögenswerte	Mio €	889,8	935,4	-4,9
Eigenkapital	Mio €	710,9	697,0	2,0
Langfristiges Fremdkapital	Mio €	129,7	148,1	-12,4
Kurzfristiges Fremdkapital	Mio €	848,0	898,7	-5,6
Bilanzsumme	Mio €	1.688,6	1.743,8	-3,2
Working Capital	Mio €	455,0	459,8	-1,0
Netto-Bankschulden	Mio €	166,3	220,6	-24,6
Mitarbeiter/-innen		24.190	24.521	-
Fachgeschäfte		2.005	1.966	-
Verkaufsfläche	Tsd. qm	591	574	-

¹⁾ Anpassung Vorjahreszahlen aufgrund der veränderten Bilanzierung von Kundenbindungsprogrammen nach IFRIC 13 (Erläuterungen siehe Seiten 108/109).

Eine Mehrjahresübersicht finden Sie auf den Seiten 158/159.

INHALT

- 1 Mission Statement
- 2 Brief an die Aktionäre
- 4 Corporate Governance
- 6 Bericht des Aufsichtsrates
- 8 Die DOUGLAS-Aktie
- 12 Special: Kundenorientierung
- 16 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Lagebericht

- 24 Inhaltsübersicht
- 25 Wesentliche Ergebnisse
- 26 Geschäftstätigkeit und Rahmenbedingungen
- 31 Vermögens-, Finanz- und Ertragslage
- 39 Die DOUGLAS HOLDING AG
- 41 Internes Steuerungssystem und Kennzahlen
- 43 Wesentliche Erfolgsfaktoren
- 50 Chancen- und Risikosituation
- 53 Wichtige Ereignisse nach dem Bilanzstichtag
- 54 Prognosebericht
- 55 Gesamtaussage des Vorstandes zur DOUGLAS-Gruppe

- 59 Vorstand und Bereichsvorstand

Geschäftsbereiche

- 60 Parfümerien
- 72 Bücher
- 80 Schmuck
- 86 Mode
- 92 Süßwaren
- 98 Dienstleistungsgesellschaften und Servicebereiche

Konzernabschluss

- 100 Inhaltsübersicht
- 101 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 102 Konzern-Bilanz
- 103 Eigenkapitalspiegel
- 104 Segmentberichterstattung
- 106 Kapitalflussrechnung
- 107 Anhang
- 121 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
- 126 Erläuterungen zur Bilanz
- 156 Bestätigungsvermerk




Weitere Informationen

- 158 Mehrjahresübersicht
- 160 Glossar
- 162 Termine/Impressum



DIE DOUGLAS-GRUPPE

Die DOUGLAS-Gruppe steht für „Handel mit Herz und Verstand“. Das gilt für alle Tochtergesellschaften und Servicebereiche gleichermaßen. Die fünf Geschäftsbereiche prägen das Profil der DOUGLAS-Gruppe. Sie gehören in ihren Segmenten zu den Marktführern und Trendsettern. Sowohl die eigenständig agierenden Dienstleistungsgesellschaften als auch die Servicebereiche der DOUGLAS HOLDING AG bündeln wesentliche administrative Funktionen und unterstützen den Vorstand und die Geschäftsleitungen der Tochtergesellschaften.

		CHRIST	AppelrathCüpper		Geschäftsbereiche
1.853,5	819,7	292,4	131,0	101,0	Umsatz in Mio €
1.220	294	203	14	274	Fachgeschäfte
14.611	5.151	2.025	757	1.097	Mitarbeiter/-innen
Dienstleistungsgesellschaften					
DOUGLAS Corporate Service GmbH (DCS)			DOUGLAS Informatik & Service GmbH (DIS)		
DOUGLAS Immobilien GmbH & Co. KG			DOUGLAS Leasing GmbH		
DOUGLAS Versicherungsvermittlung GmbH (DVV)			EKV Einkaufsverbund GMBH		
Servicebereiche					
Controlling		Finanzen		Investor Relations	
Kommunikation		Konzernentwicklung		Konzernrevision	
Mergers & Acquisitions		Personal		Recht	
Riskmanagement		Steuern			



Gemeinsam erfolgreich (von links): Melek Binbas, Martin Heppner, Kerstin Dobischok, Jasmin Nana Siaw und Julia Franken.

MISSION STATEMENT

Die Zufriedenheit unserer Kunden ist unser wichtigstes Unternehmensziel. Wir schaffen eine Einkaufsatmosphäre, in der sich unsere Kunden wohlfühlen. Wir beraten und bedienen leidenschaftlich gern, denn wir wollen die Wünsche unserer Kunden erfüllen. So machen wir unseren Kunden das Leben etwas schöner: Tag für Tag, an jedem Standort, in jedem Land.

Herausragender Service, erstklassige Sortimente und ein erlebnisorientiertes Ambiente – daran arbeiten wir täglich in allen Bereichen unseres Unternehmens. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zählen im Fach Einzelhandel zu den Besten. Engagement und Lernbereitschaft, Freundlichkeit und Begeisterung sowie gegenseitiger Respekt sind dafür die Basis.

Die DOUGLAS-Gruppe ist ein traditionsbewusstes, familiengeprägtes und dezentral geführtes Unterneh-

men. Weil wir diese Werte immer beherzigt haben, sind wir heute ein führendes europäisches Handelsunternehmen. Unsere fünf Geschäftsbereiche mit den Douglas-Parfümerien, Thalia-Buchhandlungen, Christ-Juwelieregeschäften, AppelrathCüpper-Modehäusern und Hussel-Confiseries gehören in ihren jeweiligen Branchen zu den Marktführern und Trendsettern.

Als börsennotiertes Unternehmen sind wir unseren Aktionären, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, unseren Kunden und Geschäftspartnern gleichermaßen verpflichtet. Wir pflegen eine Kultur, in der sich unsere Kunden, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und unsere Geschäftspartner wohl fühlen. So wird die DOUGLAS-Gruppe auch künftig ihrer Philosophie „Handel mit Herz und Verstand“ treu bleiben und rentabel weiter wachsen.

.....
Die DOUGLAS-Gruppe steht für „Handel mit Herz und Verstand“ – mit herausragendem Service, erstklassigen Sortimenten, erlebnisorientiertem Ambiente und den freundlichsten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

DOUGLAS HOLDING

Dr. Henning Kreke
Vorsitzender des Vorstandes

*Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
liebe Freunde der DOUGLAS-Gruppe!*

Hagen, im Januar 2010

Das Geschäftsjahr 2008/09 war geprägt von der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise, die auch an der DOUGLAS-Gruppe nicht spurlos vorüberging. Die Konzernumsätze stiegen dennoch um 2,3 Prozent auf rund 3,2 Milliarden Euro und haben somit unsere Umsatzerwartung von plus 2 Prozent knapp übertroffen. Allerdings wurden die Vorjahresumsätze auf vergleichbarer Fläche leider um 1,0 Prozent leicht verfehlt. Erfreulich war hingegen die Entwicklung in unserem wichtigen Heimatmarkt Deutschland, wo wir in diesem Jahr besser als im Ausland abgeschnitten haben. Und auch insgesamt konnten wir uns in den meisten Ländern im Vergleich zum Wettbewerb erneut behaupten und Marktanteile hinzugewinnen.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) vor Kosten der Filialnetzereinigung erreichte knapp 128 Millionen Euro. Damit haben wir auch das im Mai 2009 konkretisierte Ergebnisziel von 120 bis 130 Millionen Euro vor Sondereffekten erreicht. Darüber hinaus erzielte die DOUGLAS-Gruppe trotz der schwierigen Rahmenbedingungen auch im Geschäftsjahr 2008/09 wieder einen positiven DOUGLAS Value Added (DVA) in Höhe von knapp 21 Millionen Euro.

Die Entwicklung im Geschäftsjahr 2008/09 mag im Vergleich zu früheren Jahren – in denen wir teilweise sogar zweistellige Wachstumsraten erzielen konnten – auf den ersten Blick zwar eher bescheiden erscheinen. Dennoch sind wir schon ein wenig stolz darauf, dass wir auch in diesem schwierigen Umfeld unsere Ziele erreicht haben und uns gegenüber vielen Wettbewerbern behaupten konnten.

Entscheidenden Anteil daran hatten wieder einmal unsere rund 24.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie haben mit ihrer Herzlichkeit, ihrer Servicebereitschaft und ihrer Kompetenz auch in Krisenzeiten die Kunden für die Fachgeschäfte der DOUGLAS-Gruppe begeistern können. Für dieses große Engagement möchte ich mich – auch im Namen meiner Vorstandskollegen – ganz herzlich bei allen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bedanken!

Dennoch hat auch uns die Krise in einigen Auslandsmärkten mit voller Wucht getroffen. Vor diesem Hintergrund wurde das gesamte Filialnetz der DOUGLAS-Gruppe analysiert und beschlossen, rund 50 Douglas-Parfümerien im Ausland, die einen negativen Cash Flow generierten und auch mittelfristig keine nachhaltige Ergebnisverbesserung erwarten lassen, zu schließen. In Summe belaufen sich die Kosten für die Filialnetzereinigung über alle Sparten auf rund 24 Millionen Euro.

Und auch bei den Investitionen haben wir kräftig auf die Bremse getreten. Während im Vorjahr noch 155 Millionen Euro investiert wurden, haben wir im Berichtsjahr nur 112 Millionen Euro in die Eröffnung von 104 neuen Fachgeschäften sowie in die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes investiert. Davon flossen rund 61 Millionen Euro in den Geschäftsbereich Parfümerien. Von den europaweit 78 Neueröffnungen zählte die neue Douglas-Parfümerie „Unter den Linden“ in Berlin zu den Höhepunkten. Im Buchbereich wurde das Filialnetz durch die Eröffnung von insgesamt zwölf neuen Thalia-Buchhandlungen weiter verdichtet. Insbesondere die Eröffnung des ersten Multichannel-Buchhauses im Einkaufszentrum „Loop5“ in Weiterstadt setzte neue Maßstäbe im deutschsprachigen Buchhandel. Bei den sechs Neueröffnungen und zahlreichen Modernisierungen im Schmuckbereich glänzte Christ vor allem mit den nach Komplettumbau wieder eröffneten Juweliengeschäften in Köln und Nürnberg. Im Modebereich wurden die drei Flaggschiffhäuser von AppelrathCüpper in Frankfurt, Hamburg und Köln renoviert und neu positioniert. Zu guter Letzt hat Hussel mit acht Neueröffnungen und zahlreichen Umbauten sein Netz an hochwertigen Confisereien weiter ausgebaut.



Obwohl die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auch im Weihnachtsgeschäft 2009 zu spüren waren, konnte die DOUGLAS-Gruppe im ersten Quartal – also im Zeitraum von Oktober bis Dezember 2009 – ein Umsatzplus von knapp einem Prozent erzielen und hat sich damit noch zufriedenstellend entwickelt. Vor diesem Hintergrund bleiben wir auch für den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres verhalten optimistisch, auch wenn genaue Prognosen über das Verbraucherverhalten in 2010 zurzeit ebenso schwer möglich sind wie konkrete Aussagen über das genaue Ende der Weltwirtschaftskrise. Gerade im letzten Jahr hat sich aber gezeigt, dass sich die Menschen auch in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten ab und zu gerne einen Hauch von Luxus gönnen, um sich selbst oder anderen eine kleine Freude zu bereiten. Dennoch wäre es für den Einzelhandel wichtig, wenn die Politik zügig die passenden Rahmenbedingungen für ein sich langsam aufhellendes Wirtschafts- und Konsumklima schafft. Die angekündigten Steuerentlastungen für die Bürger sollten – sofern vernünftig finanzierbar – schnellstmöglich realisiert werden. Und auch an einer Stabilisierung des Arbeitsmarktes sollte dringend weiter gearbeitet werden.

Aber Krise hin oder her: Selbst wenn dem Einzelhandel erneut ein schweres Jahr bevorstehen sollte, werden wir weiter an unserer strategischen Ausrichtung festhalten und unseren Kunden herausragenden Service, ansprechendes Ambiente und erstklassige Sortimente zu fairen Preisen bieten.

Wir wollen weiter wachsen – wenn auch mit etwas gebremstem Tempo – und unsere Position als eine führende europäische Lifestyle-Gruppe festigen und ausbauen. Der Fokus liegt dabei auf organischem Wachstum durch die Eröffnung neuer und die Modernisierung bestehender Filialen. Dafür steht im Geschäftsjahr 2009/10 ein Investitionsvolumen von rund 120 Millionen Euro zur Verfügung. Unsere Douglas-Parfümerien planen europaweit etwa 40 Neueröffnungen und zahlreiche Modernisierungen bestehender Parfümerien. Thalia wird seine marktführende Position im deutschsprachigen Raum durch die Eröffnung von fünf bis zehn neuen Buchhandlungen und die konsequente Umsetzung der Multichannel-Strategie festigen. Und auch Christ und Hussel werden mit weiteren Neueröffnungen und Modernisierungen ihre führenden Marktpositionen weiter ausbauen. AppelrathCüpper hat sich bereits in 2009 neu ausgerichtet – jünger, moderner, modischer. Jetzt wird viel davon abhängen, ob die Textilbranche nach langer Durststrecke endlich wieder Fahrt aufnimmt. Dann – und davon sind wir fest überzeugt – wird auch AppelrathCüpper zu den Gewinnern gehören.

Bei allen Aktivitäten der DOUGLAS-Gruppe steht immer der Kunde im Mittelpunkt. Wir haben schicke Geschäfte, anspruchsvolle, aktuelle Sortimente und kompetente, engagierte und freundliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die unsere Kunden immer wieder von unseren Produkten und Dienstleistungen überzeugen. Und wir wollen noch besser werden. Deshalb lautet unser Unternehmensmotto für 2010: „Aus Besuchern Kunden machen“. Ähnlich einem schönen Abend beim Lieblingsitaliener sollen auch unsere Kunden ihren Besuch in unseren Geschäften genießen, sich bestens beraten, bedient und jederzeit willkommen fühlen.

Sie sehen, sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, dass wir die DOUGLAS-Gruppe mit „Herz und Verstand“ nachhaltig und wertorientiert weiterentwickeln. Unser alles in allem noch recht ordentliches Abschneiden im letzten Geschäftsjahr und unsere vorsichtig optimistischen Zukunftserwartungen ermöglichen es uns, auch in diesen wirtschaftlich angespannten Zeiten eine Dividende auf Vorjahresniveau zahlen zu können. Daher werden Aufsichtsrat und Vorstand der DOUGLAS HOLDING AG der Hauptversammlung am 24. März 2010 für das Geschäftsjahr 2008/09 eine Dividende in Höhe von 1,10 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie vorschlagen.

Die DOUGLAS-Gruppe ist für die Zukunft gut gerüstet. Wir verfügen über eine gesunde Kapitalstruktur und sind langfristig solide finanziert. Und wir haben serviceorientierte und kompetente Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in unseren Reihen, die zu den Besten im Handel gehören. Mit ein wenig konjunkturellem Rückenwind und etwas Optimismus bei den Verbrauchern sollte sich die DOUGLAS-Gruppe auch in 2010 wieder ordentlich entwickeln können.

In diesem Sinne verbleibe ich mit besten Grüßen

Die bereits im Jahr 2000 eingeführten, mehrfach aktualisierten Corporate Governance-Grundsätze der DOUGLAS HOLDING AG sind ebenso wie die im Deutschen Corporate Governance Kodex enthaltenen Vorgaben, Empfehlungen und Anregungen für eine verantwortungsbewusste Unternehmensführung fester Bestandteil der gelebten Unternehmenskultur.

CORPORATE GOVERNANCE

Die Corporate Governance-Grundsätze der DOUGLAS HOLDING AG sind ein wesentlicher Bestandteil der verantwortlichen, auf Wertschöpfung ausgerichteten Leitung und Kontrolle der DOUGLAS-Gruppe. Corporate Governance dient der Transparenz und Offenheit, der Achtung der Aktionärsinteressen und einer effizienten, vertrauensvollen Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat mit dem Ziel, den Unternehmenswert der DOUGLAS-Gruppe nachhaltig zu steigern. Die Einhaltung der DOUGLAS-Corporate Governance-Grundsätze und des Deutschen Corporate Governance Kodex in ihrer jeweils aktuellen Fassung wird von einem vom Aufsichtsrat ernannten Corporate Governance-Beauftragten überwacht.

Umsetzung der Kodex-Empfehlungen

Die am 18. Juni 2009 von der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex beschlossenen Änderungen des Deutschen Corporate Governance Kodex sind – bis auf die Änderung zur D&O-Versicherung – umgesetzt worden. Dies gilt insbesondere für die Beschlussfassung durch das gesamte Aufsichtsratsplenum über die Gesamtvergütung der einzelnen Vorstandsmitglieder und die Ausrichtung der Vergütungsstruktur des Vorstandes auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung.

Vorstand und Aufsichtsrat der DOUGLAS HOLDING AG haben sich auch im Geschäftsjahr 2008/09 mit drei Ausnahmen an den Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) orientiert:

1. Die DOUGLAS HOLDING AG hat vor Inkrafttreten des Gesetzes zur Begrenzung der Vorstandsvergütung eine D&O-Versicherung für Vorstand und Aufsichtsrat abgeschlossen. Auch ist ein

Selbstbehalt mit Vorstand und Aufsichtsrat vereinbart worden, der jedoch noch nicht der neuen gesetzlichen Regelung entspricht. Dieser Selbstbehalt wird innerhalb der gesetzlichen Frist bis zum 30. Juni 2010 an die im Deutschen Corporate Governance Kodex empfohlenen Höhen angepasst werden.

2. Die Veröffentlichung des Konzernabschlusses der DOUGLAS HOLDING AG erfolgt – trotz des am 30.09. eines jeden Jahres endenden Geschäftsjahres – nicht vor dem 31.12. des Jahres, sondern erst im Januar des Folgejahres. Damit wird eine größere Aufmerksamkeit bei Investoren und bessere Öffentlichkeitswirksamkeit als bei einer Veröffentlichung Ende Dezember erreicht (DCGK, Ziff. 7.1.2. Satz 4). Die DOUGLAS HOLDING AG wird auch im nächsten Jahr wenige Tage nach Ende des Geschäftsjahres ein Trading Statement veröffentlichen.
3. Die DOUGLAS HOLDING AG veröffentlicht gemäß den gesetzlichen Vorgaben die Anteile von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern an der DOUGLAS HOLDING AG, wenn die gesetzlichen Meldeschwellen des § 21 WpHG überschritten werden sowie sämtliche DOUGLAS HOLDING-Aktien-Transaktionen dieses Personenkreises. Weitere Angaben über den Anteilsbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat erfolgen zum Schutz der persönlichen Sphäre der betreffenden Personen nicht (DCGK, Ziffer 6.6. Abs. 2).

Vorstand und Aufsichtsrat der DOUGLAS HOLDING AG haben die nach § 161 AktG vorgeschriebene Entsprechenserklärung gemäß der geltenden Fassung des Deutschen Corporate Governance Kodex vom 18. Juni 2009 abgegeben, die unter www.douglas-holding.com/de/cg veröffentlicht ist.

Vergütung des Vorstandes

Das Vergütungssystem für die Mitglieder des Vorstandes ist vom Aufsichtsratsplenum beschlossen

worden. Die Höhe der Vergütung der Mitglieder des Vorstandes der DOUGLAS HOLDING AG wird vom Präsidialausschuss des Aufsichtsrates vorgeschlagen und vom Aufsichtsratsplenum festgelegt. Im Geschäftsjahr 2008/09 belief sich die Gesamtvergütung des Vorstandes für die Wahrnehmung seiner Aufgaben in der DOUGLAS HOLDING AG und ihrer Tochtergesellschaften auf 2.512,6 Tausend Euro. Davon entfielen 1.281,7 Tausend Euro auf erfolgsunabhängige und 1.230,9 Tausend Euro auf erfolgsbezogene Einkünfte. Die variablen Bestandteile der Vergütung des Vorstandsvorsitzenden und zukünftig aller Vorstandsmitglieder orientieren sich an dem Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit des DOUGLAS-Konzerns – gemindert um eine 12-prozentige virtuelle Verzinsung des Konzernkapitals. Die variable Vergütung ist begrenzt,

.....

Corporate Governance im Internet

**Corporate Governance-Grundsätze,
Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG
und Grundsätze des Vergütungssystems
für Mitglieder des Vorstandes unter:**

www.douglas-holding.com

.....

da sie einen klar definierten Prozentsatz der Grundbezüge nicht überschreiten kann. Bei den Spartenvorständen orientieren sich die variablen Bestandteile in vergleichbarer Form an den Ergebnissen der einzelnen Sparten.

Aktien-Optionsprogramme sind für die Mitglieder des Vorstandes nicht aufgelegt. Eine D&O-Versicherung für Vorstand und Aufsichtsrat mit angemessenem Selbstbehalt ist erstmals im Geschäftsjahr 2007/08 abgeschlossen worden. Derzeit werden die Versicherungsverträge neu verhandelt, damit die gesetzlichen Vorgaben bis zum 30. Juni 2010 erfüllt werden.

Weitere Einzelheiten zur Vergütung der Vorstandsmitglieder – einschließlich Pensionen und Pensionsrückstellungen – sind veröffentlicht unter www.douglas-holding.com/de/cg, die Vergütungen der Mitglieder des Vorstandes sind individualisiert im Anhang zum Konzernabschluss auf Seite 148 dargestellt.

Vergütung des Aufsichtsrates

Die Vergütung des Aufsichtsrates wird durch die Hauptversammlung festgelegt und ist in § 14 der Satzung der DOUGLAS HOLDING AG geregelt. Die Vergütung enthält eine feste und eine erfolgsorien-

tierte, variable Komponente in Abhängigkeit des Ergebnisses je Aktie. Der durch Vorsitz und Ausschusstätigkeit verursachte Zeitaufwand findet eine angemessene Berücksichtigung. Die Gesamtvergütung des Aufsichtsrates der DOUGLAS HOLDING AG für das Geschäftsjahr 2008/09 betrug 842,4 Tausend Euro. Davon entfielen 611,4 Tausend Euro auf feste und 231,0 Tausend Euro auf variable Vergütung. Die individualisierten Bezüge der Aufsichtsratsmitglieder sind im Anhang zum Konzernabschluss auf Seite 149 dieses Geschäftsberichtes wiedergegeben.

Keine Interessenkonflikte

Interessenkonflikte von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern, die dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen sind, lagen nicht vor. Nach Einschätzung des Aufsichtsrates verfügt dieser über eine ausreichende Anzahl unabhängiger Mitglieder. Der Aufsichtsrat hat bei der turnusgemäßen Effizienzprüfung festgestellt, dass der Aufsichtsrat effizient organisiert ist und das Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat sehr gut funktioniert.

Directors' Dealings

Die Mitglieder von Vorstand und Aufsichtsrat sowie die leitenden Angestellten der DOUGLAS-Gruppe haben sich im Geschäftsjahr 2008/09 an die jeweils geltenden Meldevorschriften des Wertpapierhandelsgesetzes in Bezug auf Geschäfte mit DOUGLAS-Aktien gehalten. Das gilt auch für Geschäfte mit Derivaten. Die Meldungen über die Wertpapiergeschäfte sind im Anhang auf den Seiten 149/150 dieses Geschäftsberichtes zu finden.

Unabhängigkeit der Abschlussprüfer

Der Aufsichtsrat hat vor Beginn der Abschlussprüfung für den Jahresabschluss 2008/09 eine Erklärung der Wirtschaftsprüfer Susat & Partner eingeholt, die beinhaltet, dass zwischen dem Prüfer und seinen Organen sowie seinen Prüfungsleitern einerseits und dem Unternehmen und seinen Organmitgliedern andererseits keine geschäftlichen, finanziellen, persönlichen oder sonstigen Beziehungen bestehen, die Zweifel an seiner Unabhängigkeit begründen können. Die Erklärung erstreckt sich auch darauf, dass im abgelaufenen Geschäftsjahr von Susat & Partner keine wesentlichen Beratungsleistungen erbracht wurden bzw. für das Geschäftsjahr 2009/10 solche Beratungsleistungen nicht vereinbart sind.



Dr. Dr. h.c. Jörn Kreke,
Vorsitzender
des Aufsichtsrates

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

der Aufsichtsrat der DOUGLAS HOLDING AG hat sich im vergangenen Geschäftsjahr in vier ordentlichen Sitzungen umfassend mit der geschäftlichen und strategischen Entwicklung unserer Unternehmensgruppe befasst. Im gesamten Geschäftsjahr 2008/09 hat der Aufsichtsrat die ihm nach Gesetz, Satzung, Geschäftsordnung und DOUGLAS-Corporate Governance-Grundsätzen der Gesellschaft obliegenden Aufgaben wahrgenommen, die Geschäftsführung des Vorstandes überwacht und beratend begleitet. Der Vorstand hat den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und ausführlich unterrichtet. Außerhalb der Sitzungen standen der Aufsichtsratsvorsitzende und der Vorsitzende des Vorstandes in engem Kontakt, um strategische Optionen und aktuelle Fragen der Geschäftspolitik zu erörtern.

Schwerpunkte der Beratung

Aufsichtsrat und Vorstand diskutierten intensiv die Geschäftsentwicklung im europäischen Einzelhandel und die wirtschaftliche Situation der einzelnen Geschäftsbereiche der DOUGLAS-Gruppe. Beraten und beschlossen wurde unter anderem über:

- a) Maßnahmen zur Ergebnissicherung in schwierigem wirtschaftlichen Umfeld;
- b) das weitere selektive Wachstum der Douglas Parfümereien im Ausland;
- c) die Multichannel-Expansion der Thalia-Buchhandlungen unter Berücksichtigung der veränderten Wettbewerbssituation im deutschsprachigen Buchhandel;
- d) die Neuausrichtung der Damen-Modehäuser ApperathCüpper;
- e) strategische Maßnahmen in bestimmten Ländern;
- f) personelle Veränderungen im Vorstand und in den Geschäftsleitungen der Konzerngesellschaften

Vor dem Hintergrund der weltweiten Wirtschaftskrise galt es in allen Märkten, in denen die DOUGLAS-Gruppe tätig ist, Schwachstellen in der Organisation und im Filialnetz zu analysieren und zu bereinigen, Prozesse zu optimieren und Serviceleistungen zu verbessern. Diesbezüglich wurden erfreulicherweise eindrucksvolle Fortschritte in allen Bereichen gemacht.

Corporate Governance

Die Erklärung gemäß § 161 AktG zur Beachtung des Corporate Governance Kodex wurde aktualisiert und kann zusammen mit den Corporate Governance-Grundsätzen der DOUGLAS HOLDING AG im Internet unter www.douglas-holding.com eingesehen werden.

Ausschüsse

Neben vielen Telefonaten und Einzelgesprächen kam der Präsidialausschuss im Berichtszeitraum zu einer Sitzung zusammen. Dabei wurden unter

anderem die strategische Weiterentwicklung der DOUGLAS-Gruppe, wichtige Mietverträge, diverse Akquisitionsprojekte sowie Vorstands- und Personalangelegenheiten erörtert. Zudem wurden Inhalt und Form der Aufsichtsrats Tätigkeit diskutiert und überprüft. Beides wurde vom Aufsichtsratspräsidium und Plenum als sachgerecht und effizient befunden. Der Prüfungs- und Finanzausschuss (Audit Committee) trat im Geschäftsjahr 2008/09 dreimal zusammen. Schwerpunkte der Beratungen waren Konzernabschluss und Jahresabschluss der DOUGLAS HOLDING AG, die aktuelle Finanzierungsstruktur, die Absicherung von Zins- und Währungsrisiken und die operative Konzernplanung. Darüber hinaus diskutierten Vorstand und Prüfungs- und Finanzausschuss intensiv die Quartalsabschlüsse des abgelaufenen Geschäftsjahres. Das Aufsichtsratsplenum wurde über die Beratungsergebnisse aller Ausschusssitzungen umfassend informiert. Sitzungen des Vermittlungsausschusses (gem. § 27 Absatz 3 Mitbestimmungsgesetz) waren nicht erforderlich.

Abschlussprüfer

Entsprechend dem Votum der Hauptversammlung erteilte der Aufsichtsrat der Susat & Partner oHG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Hamburg, im August 2009 den Prüfungsauftrag für den Konzernabschluss und den Jahresabschluss des Geschäftsjahres 2008/09. Zuvor sind im Prüfungs- und Finanzausschuss Umfang und Schwerpunkte der Abschlussprüfung festgelegt worden.

Die Buchführung und der Jahresabschluss der DOUGLAS HOLDING AG, der Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2008/09 sowie der zusammengefasste Lagebericht der Gesellschaft und des Konzerns sind vom Abschlussprüfer geprüft, in Übereinstimmung mit Gesetz und Satzung der Gesellschaft befunden und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden.

Der Prüfungs- und Finanzausschuss hat gemeinsam mit dem Vorstand am 2. Dezember 2009 ein ausführliches Gespräch mit den Abschlussprüfern über die Prüfungsergebnisse sowie über Risikomanagement und Organisationsfragen der Konzern-

gesellschaften geführt. An der Bilanzsitzung des Aufsichtsrates am 9. Dezember 2009 nahmen die Abschlussprüfer an den ihre Arbeit betreffenden Tagesordnungspunkten teil, berichteten über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfung und beantworteten Fragen. Die Berichte der Abschlussprüfer lagen dem Aufsichtsrat vor. Dem Ergebnis der Abschlussprüfung hat der Aufsichtsrat zugestimmt, Einwände wurden nicht erhoben.

Jahresabschlüsse von AG und Konzern

Der Aufsichtsrat hat den rechtzeitig vorliegenden Jahresabschluss der Gesellschaft, den Konzernabschluss, den zusammengefassten Lagebericht des Konzerns und der DOUGLAS HOLDING AG sowie den Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen geprüft und anschließend im schriftlichen Verfahren gebilligt; der Jahresabschluss ist damit gemäß § 172 AktG festgestellt. Der Konzernabschluss wurde am 11. Januar 2010 zur Veröffentlichung freigegeben. Dem Vorschlag des Vorstandes für die Verwendung des Bilanzgewinns, der für das Geschäftsjahr 2008/09 eine Dividende von 1,10 € je dividendenberechtigter Stückaktie vorsieht, schließt sich der Aufsichtsrat an.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand, den Führungskräften und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der DOUGLAS-Gruppe im In- und Ausland für ihr eindrucksvolles Engagement und ihren erfolgreichen Einsatz im wirtschaftlich schwierigen Umfeld des Geschäftsjahres 2008/09.

Hagen, im Januar 2010

Für den Aufsichtsrat



Dr. Jörn Kreke
Vorsitzender

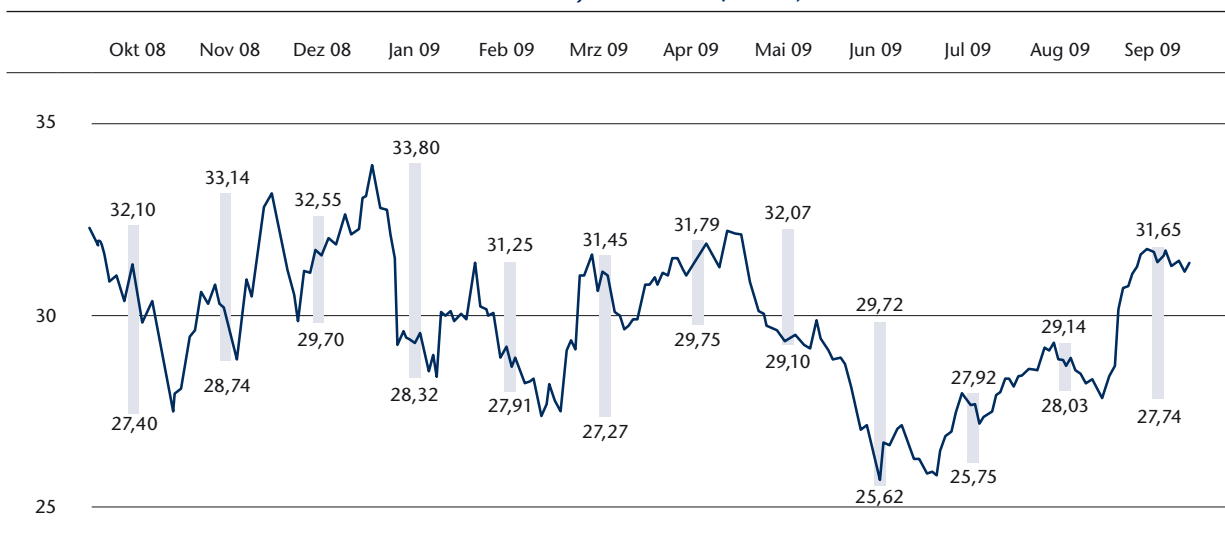
DIE DOUGLAS-AKTIE

Im Geschäftsjahr 2008/09 dominierten die Finanzkrise und ihre Auswirkungen auf die Weltwirtschaft die Entwicklung an den weltweiten Aktienmärkten. Im Zuge der globalen Rezession erreichten die Aktienkurse im März 2009 einen mehrjährigen Tiefpunkt. Nachfolgend erholten sich die Weltbörsen, ohne ihren Ausgangswert bis zum Ende des Geschäftsjahres wieder zu erreichen. Positiv auf die Aktienkurse wirkten sich im Jahresverlauf 2009 die ersten Anzeichen für eine langsame Erholung der Weltkonjunktur aus, die von den führenden Industrienationen durch massive Konjunkturprogramme gestützt wurde.

Der Deutsche Aktienindex DAX lag zu Beginn des Geschäftsjahres 2008/09 der DOUGLAS HOLDING AG am 1. Oktober 2008 bei 5.865 Punkten. Bis Anfang März 2009 fiel der Index zunächst deutlich auf 3.666 Punkte. In den folgenden Monaten konnte der DAX die

Verluste zum größten Teil aufholen und notierte am Bilanzstichtag 30. September 2009 bei 5.675 Punkten. Dies entsprach – bezogen auf das Geschäftsjahr – einem Minus von 3,2 Prozent. Besser entwickelte sich der Nebenwerteindex MDAX, zu dem auch die DOUGLAS-Aktie gehört. Der Index erreichte bei einem ebenfalls sehr volatilen Kursverlauf im gleichen Zeitraum ein Plus von 4,9 Prozent und schloss bei einem Stand von 7.359 Punkten. Die Kursentwicklung der deutschen Einzelhandelswerte wird im Index DAXsector Retail abgebildet. Nachdem der Sektorindex im Vorjahr rund 45 Prozent einbüßte, ist er im Berichtszeitraum nochmals leicht um 3,4 Prozent gesunken. Aktienkursstützend haben sich die im internationalen Vergleich stabile private Konsumnachfrage in Verbindung mit einer positiven Entwicklung verschiedener Konsumklima-indikatoren in Deutschland sowie die niedrige Preissteigerungsrate ausgewirkt.

Höchst- und Tiefsturse der DOUGLAS-Aktie im Geschäftsjahr 2008/09 (in Euro)



Indexierter Kursverlauf der DOUGLAS-Aktie im Geschäftsjahr 2008/09 (in %)



Stabile Kursentwicklung

Die DOUGLAS-Aktie hat in dem turbulenten Kapitalmarktumfeld das Kursniveau des Vorjahres behauptet. Bei einer deutlich geringeren Kursvolatilität im Vergleich zum Aktienmarkt insgesamt konnte die Aktie die positive Performance des Vergleichsindex MDAX im Berichtszeitraum allerdings nicht nachvollziehen. Die DOUGLAS-Aktie notierte am 30. September 2009 im XETRA-Handel bei 31,25 Euro nach 32,47 Euro zu Beginn des Geschäftsjahres und verzeichnete damit für das Geschäftsjahr einen Kursrückgang von 3,8 Prozent. Rechnet man die Dividende für das Geschäftsjahr 2007/08 von 1,10 Euro je Aktie hinzu, so ergibt sich eine negative Wertentwicklung von 0,4 Prozent. Am 6. Januar 2009 erreichte die DOUGLAS-Aktie mit 33,80 Euro ihren Höchststand im Geschäftsjahr 2008/09, am 23. Juni 2009 notierte sie mit ihrem Jahrestiefststand von 25,62 Euro. Kursbelastend wirkten sich bis Mitte 2009 kritische Analysteneinschätzungen aus, die angesichts der unsicheren gesamtwirtschaftlichen Lage zunächst einen Einbruch der privaten Konsumnachfrage in Deutschland befürchteten. Im späteren Jahresverlauf wurden die negativen Erwartungen von mehreren Analysten revidiert.

Gesunkenes Handelsvolumen

Mit der zunehmenden Verunsicherung der Anleger über die weitere Entwicklung der Weltwirtschaft sank auch das Handelsvolumen an den internationalen Aktienbörsen. Auch die DOUGLAS-Aktie konnte sich diesem Trend nicht entziehen. Im Geschäftsjahr 2008/09 verringerte sich der durchschnittliche Tagesumsatz im elektronischen Handelssystem XETRA, in dem mehr als 98 Prozent des gesamten Handels mit der DOUGLAS-Aktie stattfinden, deutlich um 42 Prozent auf 137.000 Stück (Geschäftsjahr 2007/08: 236.000 Stück). Dennoch wechselten an Spitzentagen über 500.000 Aktien den Besitzer.

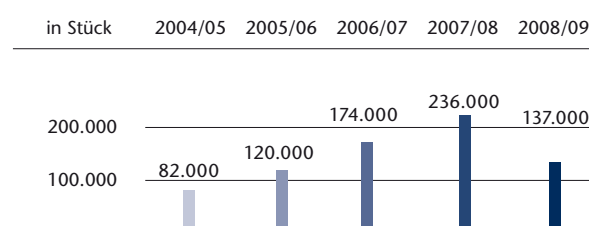
Zum 30. September 2009 wies die DOUGLAS-Aktie eine Marktkapitalisierung von 1,23 Milliarden Euro auf (30. September 2008: 1,27 Milliarden Euro). Gemäß dem Indexsystem der Deutsche Börse AG, das bei der Berechnung der Marktkapitalisierung nur den Streubesitz berücksichtigt, belegte die Aktie im MDAX Rang 26 (Vorjahr: Rang 29) und verfügte zum Ende des Geschäftsjahres in dem Index über ein Gewicht von rund 1,4 Prozent (Vorjahr: 1,7 Prozent).

Intensiver Dialog mit dem Kapitalmarkt

Gute Finanzkennzahlen sind nicht der einzige Baustein für einen überzeugenden Auftritt am Kapitalmarkt. Auch die auf eine nachhaltige Wertsteigerung ausgerichtete Unternehmensstrategie der DOUGLAS-Gruppe wird regelmäßig und umfassend am Kapitalmarkt kommuniziert. Dieser kontinuierliche und offene Dialog mit Analysten sowie institutionellen und privaten Investoren hat in der DOUGLAS-Gruppe gerade in schwierigen Börsenzeiten einen hohen Stellenwert. Ziel ist es, durch die Verdeutlichung der Strategie und Potenziale der DOUGLAS-Gruppe eine objektive und faire Bewertung der DOUGLAS-Aktie zu erreichen.

Auch im Geschäftsjahr 2008/09 haben der Vorstand und das Investor Relations-Team wieder intensiv mit Anlegern und Analysten kommuniziert und regel-

Handelsvolumen 5-Jahres-Übersicht (Tagesdurchschnitt)



Die DOUGLAS-Aktie im Markt

		2008/09	2007/08
Ausgegebene Aktien zum Bilanzstichtag	Mio Stück	39,3	39,2
Ausgegebene Aktien exkl. eigene Aktien zum Bilanzstichtag	Mio Stück	39,3	39,2
Grundkapital	Mio €	117,8	117,7
Höchster Börsenkurs (XETRA)	€	33,80	45,04
Tiefster Börsenkurs (XETRA)	€	25,62	29,35
Börsenkurs zum Geschäftsjahresende (XETRA)	€	31,25	32,24
Marktkapitalisierung zum Geschäftsjahresende	Mio €	1.227,5	1.265,0
Ergebnis je Stückaktie	€	1,60	2,47
Dividende je Stückaktie	€	1,10	1,10

mäßig und ausführlich über die aktuelle Geschäftsentwicklung, die strategische Ausrichtung sowie über die Ziele der DOUGLAS-Gruppe informiert. Die Vertreter der DOUGLAS HOLDING standen Investoren auf 25 Roadshows und Investorenkonferenzen sowie in mehr als 190 Einzel- und Gruppengesprächen an allen wichtigen europäischen Finanzplätzen, in den USA sowie am Firmensitz in Hagen Rede und Antwort. Auch das operative Top-Management der einzelnen Geschäftsbereiche war in die Kommunikation mit dem Kapitalmarkt eingebunden. Darüber hinaus hatten Analysten und institutionelle Anleger bei einem Investorentag in Dortmund die Gelegenheit, einen direkten Einblick in das operative Geschäft der DOUGLAS-Gruppe zu bekommen und sich von der konsequenten Umsetzung der Lifestyle-Philosophie in den Fachgeschäften zu überzeugen.

Fester Bestandteil der Finanzkommunikation ist zudem die jährlich stattfindende Analystenkonferenz. Im Rahmen der Veranstaltung in Frankfurt am Main berichtete der Vorstand im Januar 2009 vor rund 60 Analysten und Investoren umfassend über das zurückliegende Geschäftsjahr 2007/08 sowie die Umsatz- und Ertragserwartungen für das Geschäftsjahr 2008/09. In drei Telefonkonferenzen mit durchschnittlich 35 Teilnehmern wurde zudem die Geschäftsentwicklung in den ersten drei Quartalen 2008/09 detailliert offengelegt.

Intensiv bemüht sich die DOUGLAS-Gruppe auch um den Dialog mit Privatanlegern, von denen viele die Hauptversammlung am 18. März 2009 in der Stadthalle Hagen nutzten, um sich vom Vorstand der DOUGLAS HOLDING AG umfassend über die Geschäftsentwicklung informieren zu lassen. Die rund 1.300 anwesenden Aktionäre vertraten 59 Prozent des Grundkapitals (Vorjahr: 50 Prozent) und stimmten allen Tagesordnungspunkten zu. Darüber hinaus hat sich das Investor Relations-Team beim 13. Kölner Aktienforum der Deutschen Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz (DSW) den Fragen der Privatanleger gestellt.

Neben persönlichen Treffen stellt der Internetauftritt der DOUGLAS HOLDING AG für Aktionäre und interessierte Anleger eine gute Möglichkeit dar, sich über das Unternehmen zu informieren. Abrufen lassen sich unter www.douglas-holding.com Finanzberichte, Analystenbewertungen, Präsentationen und Aufzeichnungen von Reden des Vorstandes sowie verschiedene Kursinformationen. Darüber hinaus werden große Teile der Hauptversammlung jedes Jahr live im Internet über-

Basisinformationen zur DOUGLAS-Aktie

Aktienart/Stückelung	Nennwertlose Inhaber-Stammaktien
Zulassungssegment	Prime Standard
Branche	Retail
Index	MDAX
ISIN	DE0006099005
Börsenplätze	Frankfurt am Main, Düsseldorf, Berlin, Hamburg, Stuttgart, Hannover, München
Symbol	DOU.ETR
Tickerkürzel	DOU GR (Bloomberg) DOHG.DE (Reuters)
Designated Sponsor	Sal. Oppenheim jr. & Cie. KGaA

tragen. Die Unternehmensdaten werden kontinuierlich aktualisiert, und auch im laufenden Geschäftsjahr wird das Informationsangebot der Internetseite inhaltlich verbessert und zielgerichtet ausgebaut.

Es ist erfreulich, dass die DOUGLAS HOLDING bei der externen Bewertung der Investor Relations-Arbeit auch im Geschäftsjahr 2008/09 vordere Platzierungen erreichte. So wurde die DOUGLAS-Gruppe im Jahr 2009 vom Deutschen Investor Relations Verband e.V. (DIRK) erneut mit dem dritten Platz in der Kategorie „MDAX“ ausgezeichnet. Das internationale Wirtschaftsmagazin „Institutional Investor“ zeichnete zudem das Investor Relations-Team in seinem europaweiten Ranking mit dem zweiten Platz in der Kategorie „Best IR Professionals – Retailing/General“ aus.

Die Investor Relations-Aktivitäten werden im Geschäftsjahr 2009/10 weiter intensiviert. Ziel ist es, durch den regelmäßigen Dialog mit dem Kapitalmarkt nicht nur die bestehenden Aktionäre weiter erstklassig zu betreuen, sondern auch neue Anleger im In- und Ausland für die DOUGLAS-Aktie zu gewinnen.

Hohes Interesse der Analysten

Im Geschäftsjahr 2008/09 beobachteten 25 Analysten namhafter Investmenthäuser – insbesondere aus Deutschland, Großbritannien und den USA – die DOUGLAS-Gruppe. Sie veröffentlichen regelmäßig Studien und Kommentare zur aktuellen Geschäftsentwicklung und sprechen Empfehlungen aus. Per 30. September 2009 empfahlen sechs Analysten die DOUGLAS-Aktie zum Kauf, zehn stuften sie auf „Halten“ ein und neun

sprachen eine Verkaufsempfehlung aus. Die überwiegend verhaltenen Erwartungen an die kurzfristige Entwicklung der DOUGLAS-Aktie zum Ende des Berichtszeitraumes werden von den Analysten mit den schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen begründet. Gleichzeitig stellen die Analysten in ihren Studien heraus, dass die DOUGLAS-Gruppe sehr gut aufgestellt und für die derzeitige Phase der wirtschaftlich weiterhin verhaltenen Entwicklung gut positioniert sei.

Stabile Dividende

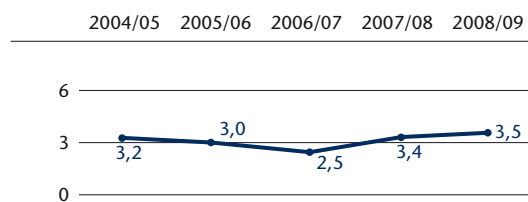
Vorstand und Aufsichtsrat der DOUGLAS HOLDING AG werden der Hauptversammlung am 24. März 2010 vorschlagen, wie im Vorjahr eine Dividende von 1,10 Euro je Stückaktie für das Geschäftsjahr 2008/09 auszuschütten. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 69 Prozent des auf die DOUGLAS-Aktionäre entfallenden Konzernjahresüberschusses. Damit wird das Ziel, etwa die Hälfte des Konzernjahresüberschusses auszuschütten, deutlich überschritten. Gleichzeitig berücksichtigt der Dividendenvorschlag die angestrebte Dividendenkontinuität und die um substanzielle Einmaleffekte bereinigte Ertragskraft der DOUGLAS-Gruppe. Bezieht man die Dividende je Aktie auf den Börsenkurs der DOUGLAS-Aktie zum Ende des Geschäftsjahres 2008/09 von 31,25 Euro, so ergibt dies eine Dividendenrendite von rund 3,5 Prozent.

Mit der im Vorjahresvergleich stabilen Dividende wollen Vorstand und Aufsichtsrat auch in dem schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfeld an ihrer aktionärsfreundlichen Dividendenpolitik festhalten und die Aktionäre angemessen an der Geschäftsentwicklung beteiligen.

Dividendenentwicklung (in Euro)



Dividendenrendite (in %)



Kundenorientierung steht seit jeher in der DOUGLAS-Gruppe ganz oben auf der Prioritätenskala. Doch was bedeutet Kundenorientierung grundsätzlich, und wie wird sie in der DOUGLAS-Gruppe gelebt? Darüber geben hier Experten Auskunft, die es wissen müssen: Wirtschaftsredakteurin und Handelsexpertin Dr. Ruth Vierbuchen, der Erfolgsautor Edgar K. Geffroy und Dr. Timo Renz, Geschäftsführer der Münchener Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner.

KUNDENORIENTIERUNG

Das Maß der Dinge!

Was ist gute Kundenorientierung, und wie setzt die DOUGLAS-Gruppe diese um?



Dr. Ruth Vierbuchen

Die Wirtschaftswissenschaftlerin erlernte die Grundlagen des Journalismus beim „Gießener Anzeiger“. Danach war sie 20 Jahre beim Düsseldorfer „Handelsblatt“ zuständig für den Bereich „Einzelhandel“. Seit Sommer 2007 gibt sie als Chefredakteurin gemeinsam mit dem Herausgeber Werner Rohmert den „Handelsimmobilien Report“ heraus.

Das Thema „Kundenorientierung“ ist so alt wie der Handel selbst. Sie prägt seit jeher den Erfolg insbesondere des Facheinzelhandels. Dabei ist gute Kundenorientierung kein „Hexenwerk“, sondern das Zusammenspiel vieler, oftmals auch vermeintlicher Kleinigkeiten. Die DOUGLAS-Gruppe ist ein Beispiel dafür, wie Kundenorientierung seit Jahrzehnten tatsächlich gelebt wird.

Gute Kundenorientierung ist kein Hexenwerk.

Doch blicken wir zunächst zurück. Der deutsche Einzelhandel hat seit Beginn der 1970er-Jahre einen unglaublichen Strukturwandel durchlaufen, der Ende der 1980er-Jahre seinen Höhepunkt erreichte. Aus regionalen Einzelhändlern wurden überregionale Konzerne und nach der Liberalisierung des EU-Binnenmarktes 1993 avancierten viele dieser Konzerne zu Global Playern. Zahllose Familienunternehmen sind in dieser Phase verschwunden und in Großkonzernen aufgegangen. Vor allem im Lebensmitteleinzelhandel formierten sich Wettbewerbsstrukturen

mit wenigen Großkonzernen und expansiven Discountern, die sich einen harten Preiswettbewerb liefern. Der deutsche Einzelhandelsmarkt gilt sogar als einer der härtesten der Welt.

In diesem Umfeld hat sich die DOUGLAS-Gruppe erfolgreich etabliert. Von der einstmaligen kleinen Süßwarenkettenkette Hüssel hat sich das Unternehmen zu einer der führenden europäischen Handelsgruppen entwickelt. Entscheidender Erfolgsfaktor war und ist dabei die „gelebte Orientierung am Kunden“, das fundamentale und aufrichtige Interesse an seinen Wünschen.

Ob unter Dr. Jörn Kreke, der 1969 mit 29 Jahren die Führung der damaligen Hüssel AG übernahm, oder heute unter Dr. Henning Kreke – das Handeln in der DOUGLAS-Gruppe folgt seit über 40 Jahren immer denselben Unternehmenswerten: Kundenorientierung, Mitarbeiterorientierung und Dezentralität.

Im Mittelpunkt aller Aktivitäten steht immer der Kunde. Dabei geht es nicht nur um ganz große, strategische Themen, sondern vielmehr um das „kleine 1x1 des Handels“, genauer des Facheinzelhandels. Denn im Gegensatz zum Discount stellt der Fachhandel mit seinen vielen Facetten hohe Ansprüche: An die richtige Lage der Geschäfte, die richtigen Sortimente, das richtige Ambiente, den bestmöglichen Service, die geschmackvollsten Schaufenster und die kompetenteste und freundlichste Beratung.

Die DOUGLAS-Gruppe hat sich, diesen Ansprüchen folgend, zu einem erfolgreichen Handelsunternehmen in Europa entwickelt. Dabei sind die Herren Kreke stets mit gutem Beispiel vorangegangen. Sie betreiben Handel nicht vom „grünen Tisch“ aus, sondern gehen so oft wie möglich in ihre Geschäfte. Was in der Theorie „Management by walking around“ heißt, hat in der DOUGLAS-Gruppe traditionell einen hohen Stellenwert. Das gilt für alle Führungskräfte, die sich „draußen vor Ort“ ein Bild davon machen, ob zentral getroffene Entscheidungen auch wirklich greifen.



Wir wollen zufriedene Kunden. Kunden, deren Erwartungen wir erfüllen, kommen gern wieder und bleiben uns treu. Daher ist konsequente Kundenorientierung in der DOUGLAS-Gruppe das Maß aller Dinge. In den Beziehungen zu unseren Kunden haben Freundlichkeit und Servicebereitschaft höchste Priorität. Durch Professionalität, Engagement und Begeisterung geben wir unseren Kunden das gute Gefühl, in unseren Geschäften im Mittelpunkt zu stehen.

Kundenzufriedenheit ist Unternehmenswert Nr. 1 der DOUGLAS-Gruppe.

Hinzu kommt, dass in der DOUGLAS-Gruppe nach dem Motto „So viel Dezentralität wie möglich, so viel Zentralität wie nötig“ die Entscheidungskompetenz dort liegt, wo sie gebraucht wird. Nämlich bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in den Fachgeschäften. DOUGLAS will und fördert daher ausdrücklich die Unternehmerin und den Unternehmer vor Ort. Denn diese kennen die Kunden und ihre Wünsche am besten und können so das Geschäft von der Basis her gestalten und dabei das umfangreiche Wissen der Mitarbeiter über den jeweiligen Markt konstruktiv mit einbinden.

„So viel Dezentralität wie möglich,
so viel Zentralität wie nötig.“

Eine weitere Maxime in der DOUGLAS-Gruppe heißt: „Wir gehen immer da hin, wo unsere Kunden sind“ – sei es in die innerstädtischen Top-Lagen oder gut geführte Einkaufszentren. Auch das gehört zur Kundenorientierung. Dass dabei auch rationale und wirtschaftliche Kriterien wichtige Grundlagen für Investitionsentscheidungen bilden, liegt in der Natur eines Unternehmens. Doch verliert die DOUGLAS-Gruppe nie den Blick dafür, dass die Menschen immer im Mittelpunkt ihres Geschäftes stehen.

Gute Kundenorientierung funktioniert aber nur mit zufriedenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Die Kunden merken schnell, wie die Stimmung bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist und wie wohl sie sich an ihrem Arbeitsplatz fühlen. Deshalb legt die DOUGLAS-Gruppe seit jeher viel Wert auf eine gute Arbeitsatmosphäre. Dazu gehört auch, dass sich das Management regelmäßig mit seinen

Zufriedene Mitarbeiter = Zufriedene Kunden

Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in den Fachgeschäften austauscht, um so auch eventuelle Sorgen und Probleme aus erster Hand erfahren zu können. Diese emotionale, zwischenmenschliche Komponente ist offenbar auch ein entscheidender Faktor für Erfolg im Fachhandel.

Tradition und Innovation zeichnen den familiengeprägten und börsennotierten Lifestyle-Konzern seit Jahren aus, an deren Spitze mit den Herren Jörn und Henning Kreke Einzelhändler mit Leib und Seele stehen. Dass ein mit so viel Leidenschaft und Engagement geführtes Unternehmen im Jahr 2009 gleich mehrfach für Kundenvertrauen und als „beliebtestes Handelsunternehmen“ von seinen Kunden gewählt und ausgezeichnet wurde, ist dann irgendwie keine Überraschung mehr.



INTERVIEW

Edgar K. Geffroy

Edgar K. Geffroy gilt als einer der kreativsten deutschen Business-Speaker. Er revolutionierte die Kundenorientierung Anfang der 90er-Jahre mit seinem Bestseller: „Das Einzige, was stört, ist der Kunde“. Der Experte stellte sich den Fragen der DOUGLAS HOLDING-Unternehmenskommunikation.

Wie beurteilen Sie als Experte in Sachen Kundenorientierung das Engagement der DOUGLAS-Gruppe in dieser Marketing-Disziplin?

Edgar K. Geffroy: „Als Kunde und Marktbeobachter habe ich die DOUGLAS-Aktivitäten gleich mehrfach im Visier: Pralinen für die Schwiegermutter bei Hussele, einen Duft zum Geburtstag meiner Frau in einer Douglas-Parfümerie oder der Verkauf meiner Bestseller in den Thalia-Buchhandlungen – mir sind keine Schwächen bekannt. Die Mischung macht es: Tolle Sortimente – das was ich brauche, finde ich ohne langes Suchen. Kompetentes, freundliches Personal – auf Fragen gibt es fundierte Antworten. Gute Erreichbarkeit, tolles Ambiente. Mir würde es schwer fallen, Mängel zu nennen.“

Gibt es Ergänzungen, die Ihnen in Kenntnis der Marktveränderungen einfallen würden?

Edgar K. Geffroy: „Wahrscheinlich ist wenig dabei, was die Verantwortlichen bei DOUGLAS nicht selbst erkannt haben oder erkennen. Die Verschiebung der Alterspyramide beispielsweise macht in allen Fachgeschäften der Unternehmensgruppe eine Anpassung sinnvoll. Ältere Menschen lesen andere Bücher als junge Kunden, Duftkreationen werden möglicherweise anders ausgewählt als bisher. Der Kunde sollte deshalb noch stärker in die Entwicklung kreativer Geschäftsstrategien eingebunden werden. Sein Wissen und seine Wünsche sind der Dreh- und Angelpunkt des Erfolges.“



Edgar K. Geffroy

bunden werden. Sein Wissen und seine Wünsche sind der Dreh- und Angelpunkt des Erfolges.“

Was wäre diesbezüglich zu tun?

Edgar K. Geffroy: „Gehen Sie noch stärker auf Ihre Kunden zu. Fragen kostet bekanntlich nichts. Binden Sie Ihre Kunden in Projekte ein, beispielsweise als Händlerbeirat im Rahmen eines gemeinschaftlichen Erfahrungsaustausches. Sie werden dabei feststellen: Viele Kunden sind längst Ihre Fans und machen mit Freude mit, wenn sie denn offensiv dazu aufgefordert werden. Das Kerngeschäft ist und bleibt der Mensch.“

Wo erscheinen Ihnen Verfahrensschritte verbesserungswürdig?

Edgar K. Geffroy: „Von außen her schwer zu beurteilen. Ich weiß allerdings, dass Kundenorientierung auf Dauer stets einem gewissen Verschleiß ausgesetzt ist. Man muss diese Fähigkeit kontinuierlich vitalisieren. Halten Sie die Begeisterung Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hoch. Wenn diese denken und handeln wie Mit-Unternehmer, dann spürt das auch der Kunde und dankt es durch langjährige Treue. Auch das Management braucht eine solche permanente Motivation. Wenn sich jeder wie ein Choreograph fühlt, der die Güte des täglichen Theaterstücks namens Handel zu bestimmen hat, dann ist das eine gute Voraussetzung für langfristigen Erfolg.“

Hat Handel Zukunft?

Edgar K. Geffroy: „Immer und ewig. Allerdings wird sich die Zahl der Marktteilnehmer ausdünnen. Bleiben werden auf lange Sicht die, die Kundenorientierung – ich habe dafür den Begriff des ‚Clienting‘ gewählt – konsequent betreiben. Nach dem alten Prinzip des ‚ein bisschen schwanger geht nicht‘ muss man seine Sache richtig und gut machen. Da habe ich bei der DOUGLAS-Gruppe aber wenig Bedenken.“

Also Handel mit Herz und Verstand?

Edgar K. Geffroy: „Eben!“

„Das Wissen und die Wünsche der Kunden sind Dreh- und Angelpunkt des Erfolges.“



Dr. Timo Renz, Mitglied der Geschäftsleitung Dr. Wieselhuber & Partner GmbH

Douglas-Parfümerien: Beliebtestes Handelsunternehmen Deutschlands 2009

In Zeiten der Wirtschaftskrise mit den bislang bekannten negativen und folgenschweren Auswirkungen vor allem auf der Industrie- und Konsumentenseite ergeben sich für den deutschen Einzelhandel diverse Fragestellungen. Welche Faktoren beeinflussen das Konsumentenverhalten in der Rezession? Wo liegen die wahren Umsatztreiber? Reichen Schnäppchenpreise wirklich aus, um Käufer in schwierigen Zeiten zu halten? Nur wer in diesen Zeiten die Bedürfnisse seiner Kunden kennt und erfüllt, wird in der Lage sein, die Marktposition zu halten oder sogar in der Krise neue Marktanteile zu gewinnen.

Die Beantwortung dieser Fragen war der Anlass für Dr. Wieselhuber & Partner – gemeinsam mit der Kommunikationsagentur Serviceplan und dem Marktforschungsinstitut facit – eine Studie zum Konsumverhalten im deutschen Einzelhandel durchzuführen. Dabei wurden im Februar und März des Jahres 2009 im Rahmen einer Online-Erhebung, die sich über insge-

3.000 Verbraucher befragt

samt 15 Teilbranchen und 89 Handelsunternehmen erstreckte, bundesweit 3.000 Verbraucher zu ihrem aktuellen und erwarteten Konsumverhalten in der Krise befragt. In einem Gesamtranking wurden potenzielle Krisengewinner und -verlierer anhand des W&P-Fit-Monitors in den Kategorien Kundennähe, Kundenfokus, Kundendialog, Kundenloyalität und Kundennutzen bewertet und in einen »Krisenseismographen« eingeordnet. Eindeutiges Ergebnis: Douglas belegt vor dm den ersten Platz und ist damit aus Verbrauchersicht das Top-Unternehmen im deutschen Handel. Douglas versteht es offensichtlich, die Erwartungen der Kunden am besten zu erfüllen. Im Besonderen zeigt sich dies in drei Kategorien. Im Bereich Kundennähe, der

für Identifikation, Image, Werbebotschaft und Erreichbarkeit steht, kürten die Kunden Douglas deutlich vor anderen Handelsgrößen wie Toys'R'Us, dm oder IKEA zum Sieger. Gleiches ist im Bereich Kundenfokus festzustellen, in dem Impulswirkung, Kaufenerlebnis und In-Store-Suchaufwand am POS beurteilt wurden. In der Kategorie Kundendialog galt es, die Kontaktmöglichkeiten, Freundlichkeit des Verkaufspersonals, Information sowie Beschwerdebehandlung einzustufen. Auch hier konnte sich Douglas den Spitzenplatz sichern.

Keine allgemeingültigen Rezepte

Versucht man, über alle Branchen hinweg so etwas wie „allgemeingültige Rezepte“ herauszufiltern, so scheidet dieser Ansatz. Es gibt im Handel keine Pauschalrezepte. Allerdings kann man feststellen, dass einige operative und strategische Stellhebel – gerade jetzt in der Krise – tendenziell an Gewicht gewinnen:

1. *Hohe Preiswürdigkeit: Der Kunde will einen fairen Preis.*
2. *Klare Positionierung und Profilierung: Der Kunde möchte wissen, für was der Händler steht und inwiefern er sich vom*

Wettbewerb innerhalb der Branche unterscheidet.

3. *Ran an den Kunden: Der Kunde will im Geschäft ernst genommen werden und erwartet mehr denn je Freundlichkeit und Servicebereitschaft.*

Betrachtet man diese Kernergebnisse, so lässt sich das positive Abschneiden von Douglas leicht nachvollziehen.

Bereitschaft für Veränderung

Abschließend bleibt festzuhalten, dass auch in Zeiten der Rezession zwei Leitsätze des Retail-Geschäftes mehr denn je gelten. Handel ist Wandel: Der Handel muss sich wandeln und zwar noch mehr hin zum Kunden. Raus aus Gewohnheiten und alten Denkmustern. Bereitschaft für Veränderung ist gefragt. Retailing is Detailing: Wer im Handel Erfolg haben will, muss alle Stellhebel für frequenzgenerierende und -abschöpfende Maßnahmen unter die Lupe nehmen, vor allem die umsatztreibenden. Der Handel muss die gesamte Klaviatur des Handelsmanagements beherrschen. Das ist mühsam, weil es verlangt, sehr genau hinzusehen. Douglas tut dies – und die Kunden danken es.

DAS HERZ DER DOUGLAS-GRUPPE

Der Erfolg der DOUGLAS-Gruppe war im Geschäftsjahr 2008/09 noch stärker als in früheren Jahren vom Engagement der über 24.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geprägt. Sie haben den schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen mit kreativen Ideen zur Umsatz- und Ergebnissteigerung und großem Teamzusammenhalt getrotzt. Damit hat sich auch die Unternehmenskultur der DOUGLAS-Gruppe erneut bewährt, die auf ein vertrauensvolles Miteinander und den gemeinsamen wirtschaftlichen Erfolg setzt. Das Geschäftsjahr 2008/09 stand unter dem Motto „Gemeinsam erfolgreich – Fit für die Zukunft“. Hier wurden auch in der Personalarbeit viele Akzente gesetzt.

Ausgezeichnete Ausbildung

Gut ausgebildete Fachkräfte sind vor allem im Facheinzelhandel ganz wichtig. Deshalb bindet die DOUGLAS-Gruppe schon seit Jahren durch fundierte und zeitgemäße Ausbildungsangebote junge Menschen an sich und bietet ihnen attraktive und vielfältige Karrierechancen. Offenbar mit Erfolg, denn auch im Geschäftsjahr 2008/09 haben viele Auszubildende ihre Ausbildung mit hervorragenden Noten abgeschlossen. Zudem ermittelte trendence, das führende europäische Institut für Personalmarketing, auch im Jahr 2009 für das „Deutsche Schülerbarometer 2009“ die „Traumarbeitgeber“ bei insgesamt 11.500 Schülerinnen und Schülern der Klassen 8 bis 13. Die DOUGLAS-Gruppe landete hier auf einem respektablen 9. Platz.

Rund 450 neue „Azubis“ starteten bundesweit im Ausbildungsjahr 2009 in der DOUGLAS-Gruppe ihren Berufsweg. Die Geschäftsbereiche Parfümerien, Bücher, Schmuck und Süßwaren führten ihre Ausbildungszahlen auf hohem Niveau fort. Im Modebereich startete AppellrathCüpper eine Ausbildungs-offensive und stellte im Jahr 2009 in seinen 14 Häusern insgesamt 23 neue Azubis ein. Diese Zahl soll im kommenden Jahr noch einmal steigen. Insgesamt waren zum 30. September 2009 in Deutschland rund 1.450 Auszubildende beschäftigt. Das entspricht einer Ausbildungsquote von 12,5 Prozent, die weiter deutlich über dem Branchen-



Janine Dorschner (21)

... entschied sich 2007 nach dem Abitur für eine Ausbildung bei Juwelier Christ in Mönchengladbach. Eine Wahl, die sie nie bereut hat. Denn nach nur zwei Jahren schloss sie ihre Ausbildung zur Kauffrau im Einzelhandel mit der Traumnote „1“ ab. Über ihre Ausbildungszeit sagt sie: „Von Anfang an hatte ich das volle Vertrauen meiner Filialleiterin Andrea Hiltl sowie des gesamten Teams und durfte sehr eigenständig arbeiten. Und ich fühlte mich immer wohl und bestens betreut. Am Tag der mündlichen Prüfung hat mir Frau Hiltl sogar persönlich beigestanden.“ Dieses Engagement fand auch die IHK Mittlerer Niederrhein gut und zeichnete nicht nur Janine Dorschner für ihren tollen Abschluss, sondern auch Christ in Mönchengladbach als einen der besten Ausbildungsbetriebe aus.

Heute ist Janine Dorschner fest angestellt und „Pandora-Beauftragte“. In dieser Funktion verantwortet sie Einkauf und Präsentation der angesagten Schmuckmarke. Zudem wächst sie in die Position der Deko-Assistentin hinein.



Heißt die Kunden herzlich willkommen: Das Douglas-Team aus der Ernst August Galerie in Hannover.

Teamwork *Freundlichkeit*
Gemeinsam erfolgreich
Gute Laune *Service*



Hat stets die passende Lektüre parat: Das Thalia-Team in Weiterstadt.



Findet für jeden die passende Uhr: Das Christ-Team vom Limbecker Platz in Essen.



Lädt zum Naschen und Genießen ein: Das Hussel-Team in Hildesheim.



Berät stilsicher in Modefragen: Das AC-Team für Strick, Shirts und Blusen in Frankfurt am Main.

Interview mit Simone Leifert Personalentwicklerin Douglas Nord

Wie kam es zum „Douglas-College“?

Dörte Wojtczak – damals Bereichsleiterin, heute Geschäftsführerin Douglas Mitte – und ihr Team hatten 2007 die Idee, ein Schulungskonzept zu starten, das von Mitarbeitern für Mitarbeiter gemacht ist. Als Ursula Gladeck-Tacke, Personalentwicklerin Douglas Nord-West, und ich davon erfuhren, waren wir sofort Feuer und Flamme und haben unsere Mithilfe angeboten.

Wie sieht dieses Angebot konkret aus?

Das „Douglas-College“ ähnelt einem Fernstudium. Die Teilnehmer können ihr Fachwissen auffrischen und erweitern. Sie erhalten dazu nacheinander insgesamt fünf Lern-Bücher. Diese thematisieren ausführlich und abwechslungsreich Themen wie die Geschichte der DOUGLAS-Gruppe, Hautpflege, Make-up-Techniken, aber auch Trend-Themen wie Männer-Kosmetik.

Wer kann am „Douglas-College“ teilnehmen und wie läuft es genau ab?

Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Douglas-Parfümerien. Die Lern-Bücher werden sukzessive durchgearbeitet. Jedes Buch schließt mit einem Fragebogen ab, der innerhalb einer bestimmten Frist beantwortet werden muss. Sind 70 Prozent oder mehr richtig beantwortet, kommt das nächste Buch an die Reihe. Als Belohnung gibt es für den ersten Fragebogen ein Armband mit einem Douglas-Anhänger. Für jeden weiteren Fragebogen kommt ein Anhänger dazu.



Wie ist die Resonanz?

Sie ist überwältigend und eine Entschädigung für den großen Arbeitsaufwand. Mehr als 90 Prozent der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind mit dem College gestartet. Mehr als 65 Prozent haben den erfolgreichen Abschluss mit Zertifikat bereits geschafft. Viele haben sich für diese Form der Wissensvermittlung bedankt und fanden es großartig, dass das Unternehmen diese Möglichkeit fördert und finanziert.

Gibt es Zukunftspläne?

Oh ja. Das sechste Buch des „Douglas-College“ zum Thema Eigen- und Exklusivmarken wird im Laufe des Januar erscheinen. Auch dafür kam die Idee übrigens wieder von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Und im Februar startet die neue Runde des „Douglas-College“.

schnitt des deutschen Handels von rund acht Prozent liegt.

Innerhalb des Ausbildungsangebotes stellen die Berufsbilder Einzelhandelskaufmann/-frau und Verkäufer/-in nach wie vor die stärkste Gruppe. Darüber hinaus hat sich in der DOUGLAS-Gruppe auch das Angebot des internationalen Studiengangs „Handelsmanagement“ der Europäischen Fachhochschule (EUFH), der Ausbildung und Studium kombiniert, erfolgreich etabliert.

Kompetente Fachkräfte und engagierter Führungsnachwuchs

Der richtige Mix macht es in der DOUGLAS-Gruppe. Langjährige Fachkräfte und engagierte Nachwuchskräfte bilden ausgewogene Spitzenteams – in den Fachgeschäften und Service-Zentralen. Knapp 6.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren im Geschäftsjahr 2008/09 in Deutschland zehn Jahre oder länger für das Unternehmen tätig, davon rund 1.450 sogar mehr als 20 Jahre. Sie geben ihre Erfahrung an die jungen Kolleginnen und Kollegen weiter und profitieren auf der anderen Seite auch von deren neuen Ideen.

Ganz gleich jedoch, ob noch frisch im Beruf oder „alter Hase“ – wer sich beruflich weiterbilden möchte, hat dazu in der DOUGLAS-Gruppe viele Möglichkeiten. Alle Tochtergesellschaften bieten umfangreiche Weiterbildungsangebote, die Fach- und Führungsthemen zum Inhalt haben. Einige richten sich an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich zu einer Führungskraft im Vertrieb entwickeln möchten, wie beispielsweise die „Douglas Academy“ der deutschen Douglas-Parfümerien – mittlerweile als „L'Academie Douglas“ auch in Frankreich etabliert – oder das „PROMIs-Programm“ bei Christ. Thalia bündelt unter dem Dach der „Thalia Academy“ Entwicklungsmöglichkeiten sowohl in Richtung Verkauf als auch in Richtung Servicebereiche. Sie spannt den Bogen von Schulungsangeboten wie dem „Aktiven und Emotionalen Verkaufen“ bis hin zum „Leadership“-Programm, das Hochschulabsolventen nach erfolgreichem Durchlaufen eines dreijährigen Programms die Übernahme einer Führungsposition ermöglicht. Auch AppelrathCüpper hat seine Nachwuchsförderung intensiviert. Im Herbst 2009 legte das Unternehmen ein zweijähriges Nachwuchsführungsprogramm auf, das in internen Seminaren und Workshops fachliche Themen wie Warenwirtschaft oder Visual Merchandising vermittelt, die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aber vor allem in ihrer Persönlichkeit und Führungskompetenz fördert. Herzstück des Programms ist die Verzahnung von Theorie und Praxis. Unter anderem betreuen



Vertiefen ihr Wissen an der DOUGLAS HOLDING Academy:
Top-Führungskräfte der DOUGLAS-Gruppe.

Lebenslanges Lernen **Strategie**

Führungskompetenz

und coachen die angehenden Nachwuchskräfte als Ausbildungspaten die Azubis in den Modehäusern.

Besonderen Erfolg haben die Douglas-Parfümrien mit ihrem „Douglas-College“, das von Mitarbeitern für Mitarbeiter entwickelt wurde. Vom Auszubildenden über die langjährige, erfahrene Verkäuferin bis hin zur Führungskraft – jeder kann teilnehmen. Den Teilnehmern wird in derzeit fünf Büchern Lernmaterial zur Verfügung gestellt, das sie in ihrer Freizeit oder in Arbeitspausen durcharbeiten und mit einem Test abschließen. Nach einem Jahr können die Initiatoren dieses Programms auf sage und schreibe über 4.000 Anmeldungen zurückblicken (s. hierzu auch [das Interview auf Seite 18](#)).

Aber auch in der Holding und den Dienstleistungsgesellschaften am Standort Hagen werden auf Basis der jährlichen Mitarbeitergespräche zwischen Führungskräften und Mitarbeitern vom Fachbereich Personalentwicklung bedarfsgerechte Angebote bereitgestellt. Soweit möglich, werden stark nachgefragte Themen in „Inhouse-Seminaren“ behandelt, um die besten Trainer exklusiv gewinnen und unternehmensspezifische Schwerpunkte setzen zu können.

Fest etabliert hat sich auch die DOUGLAS HOLDING Academy. Sie bietet seit dem Frühjahr 2008 den Top-Führungskräften der DOUGLAS-Gruppe Seminare, Workshops und Informationsveranstaltungen unter dem Motto „Lebenslanges Lernen“ an. Im abgelaufenen Geschäftsjahr vertieften über 40 Führungskräfte ihr Wissen rund um die

Themen Strategie, Führung, Innovation und Veränderungsmanagement. So werden unter anderem in Zusammenarbeit mit der Handelshochschule Leipzig (HHL) die aktuellsten Themen von erstklassigen Referenten aus Wissenschaft und Wirtschaft vermittelt.

Zukunftsfähige Altersstruktur

Mehr als 3.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der DOUGLAS-Gruppe in Deutschland – das sind knapp 25 Prozent – waren zum Bilanzstichtag am 30. September 2009 älter als 50 Jahre. Der demografische Wandel ist also auch für die Personalarbeit der DOUGLAS-Gruppe ein wichtiges Thema. Daher beteiligt sich das Unternehmen beispielsweise am Projekt „Erfahrung 50 plus“, das vom Handelsverband Deutschland (HDE) und dem Bundesministerium für Familie initiiert wurde. Im Rahmen dieses Projektes wurden bei AppelrathCüpper und Christ erfolgreich Vertriebstrainings durchgeführt, die speziell auf die Bedürfnisse der älteren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter abgestimmt sind. Bei Hussel werden diese im Jahr 2010 stattfinden. Darüber hinaus beteiligt sich die DOUGLAS-Gruppe am EU-Projekt „Altersrobuste Organisation“, das in Kooperation mit dem Institut für Management&Organisation in Bochum durchgeführt wird. Hier wurden bereits die Altersstruktur einzelner Bereiche analysiert und daraus Optimierungspotenziale abgeleitet.

Zeitgemäßes Personalmarketing

Die DOUGLAS-Gruppe steht für Lifestyle im Handel. Unter dem Stichwort „Employer Brand“ (Arbeitgebermarke) gehört dazu auch ein klares und überzeugendes Profil als Arbeitgeber. Im Geschäftsjahr 2008/09 hat der Personalbereich dieses immer wichtiger werdende Thema intensiviert. Im Vordergrund stand die Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes, das die DOUGLAS-Gruppe als Arbeitgebermarke deutlicher am Markt positioniert. Ziel war, das Besondere der DOUGLAS-Gruppe herauszuarbeiten: anspruchsvolle und vielfältige Tätigkeiten in einem Unternehmensverbund aus Marktführern und Trendsettern, dezentrale Strukturen, die das Arbeiten in kleinen, schlanken Teams mit kurzen Abstimmungswegen ermöglichen, sowie attraktive Karriereperspektiven.

So haben die Douglas-Parfümerien ihren Personalmarketing-Auftritt komplett aktualisiert und modernisiert. Mit dem Slogan „Douglas – Da will ich hin“ will das Unternehmen zukünftig auf sich aufmerksam machen und gleichzeitig verdeutlichen, welche Voraussetzungen die künftigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mitbringen sollten. Umgesetzt wurde darüber hinaus auch ein modernisierter Auftritt der DOUGLAS HOLDING, der sich in der Überarbeitung von Image- und Recruiting-Anzeigen, Karriere-Website und Praktikantenbrochure niederschlug.

Darüber hinaus wurde auch das Hochschulmarketing neu ausgerichtet und damit weiterentwickelt. Dazu sind Kooperationen mit bestehenden

Hochschulen überarbeitet und neue Kooperationen eingegangen worden. Ergänzt wurde dies durch die Entwicklung einer Hochschulkampagne, die im Geschäftsjahr 2009/10 an ausgewählten Universitäten umgesetzt werden soll, um die Studierenden noch stärker auf die DOUGLAS-Gruppe als attraktiven Arbeitgeber aufmerksam zu machen.

Hohe Motivation und persönlicher Kontakt

Nur hoch motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter engagieren sich mit Herz und Verstand für ihr Unternehmen. Hier setzt die DOUGLAS-Gruppe auf ein gutes Arbeitsumfeld mit viel persönlicher Kommunikation, in dem es Spaß macht, Leistung zu erbringen.

Zum einen werden die Vergütungssysteme ständig weiterentwickelt mit dem Ziel, überdurchschnittlich gute Leistungen auch angemessen zu honorieren. Zum anderen veranstalten die Tochtergesellschaften immer wieder kleinere Aktionen oder Incentives, bei denen einzelne Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oder Teams Sach- oder Geldprämien erhalten und so für besondere Leistungen belohnt werden. Gruppenübergreifend fand in Deutschland während des Geschäftsjahres 2008/09 erstmalig ein „Verkaufswettbewerb“ statt. Dieser suchte das „Top Team 2009“ in insgesamt acht Kategorien. Sieger konnte in der jeweiligen Kategorie dasjenige Filialteam werden, das die größte prozentuale Rohertragssteigerung im Vergleich zum Vorjahr erzielte. Hier waren kreative Ideen



Antje Ohle (AppelrathCüpper)



Katja Gunst (Hussel)



Hülya Berik (Douglas)

zur Umsatzsteigerung und Kostensenkung gefragt. Anfang November 2009 wurden die Gewinner gekürt. Über den Hauptpreis – eine viertägige Reise auf dem Kreuzfahrtschiff AIDA für das gesamte Filialteam – durften sich die erstplatzierten Teams jeder Kategorie freuen. Aber auch die Zweit- und Drittplatzierten gewannen mit mehrtägigen Städtereisen in europäische und deutsche Metropolen attraktive Preise.

Die Unternehmenskultur der DOUGLAS-Gruppe lebt vor allem vom persönlichen Kontakt. Alle Führungskräfte – vom Vorstand bis zur Filialleitung – pflegen tagtäglich einen möglichst engen Kontakt zu ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Regelmäßige Teambesprechungen, Mitarbeitergespräche oder Workshops bilden hier nur eine Auswahl für das Gesamtspektrum der Maßnahmen. Eine besondere Gesprächsrunde fand im Juni 2009 in Köln statt. Der Vorstandsvorsitzende Dr. Henning Kreke sprach vor dem Hintergrund der Finanzkrise mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aller Tochtergesellschaften über ihre Sorgen und Wünsche und versuchte, ihnen die zum Teil vorhandene Unsicherheit zu nehmen. In einem mehrseitigen Artikel in der gruppenweit erscheinenden Mitarbeiterzeitschrift wurden alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über das Ergebnis der Gesprächsrunde informiert.

Darüber hinaus trägt die DOUGLAS-Gruppe auch verstärkt dem Netzwerkgedanken Rechnung. So hat der Bereich Personal & Organisation der DOUGLAS HOLDING eine „Einführungsveranstaltung für neue Führungskräfte“ ins Leben ge-

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

	30.09.09	30.09.08	Veränderung
Parfümerien	14.611	14.722	-111
Bücher	5.151	5.153	-2
Schmuck	2.025	2.020	5
Mode	757	979	-222
Süßwaren	1.097	1.109	-12
Dienstleistungen/Holding	549	538	11
DOUGLAS-Gruppe	24.190	24.521	-331
<i>davon Deutschland</i>	<i>14.761</i>	<i>15.110</i>	<i>-349</i>
<i>davon Ausland</i>	<i>9.429</i>	<i>9.411</i>	<i>18</i>

rufen. Diese Veranstaltung findet nach Bedarf in deutscher oder englischer Sprache statt und hat vorrangig zum Ziel, neuen Führungskräften die Unternehmenswerte und Führungsgrundsätze der DOUGLAS-Gruppe zu vermitteln und sie miteinander zu vernetzen. Im Geschäftsjahr 2008/09 haben insgesamt 32 neue Top-Führungskräfte ab der Bereichsleiter-Ebene an dieser Veranstaltung teilgenommen.



Magdalene Machnik (Douglas)



Jens Alberding (Christ)



Rosina Lange-Wildsmith (Thalia)

Beratung *Charme*
Begeisterung
Herzlichkeit



Herzlichkeit ist Trumpf: Das Hussel-Team vom Limbecker Platz in Essen.



Hereinspaziert: Das Thalia-Team in Weiterstadt begrüßt die Kunden.



Kompetenter Ansprechpartner für Schmuck- und Uhrenliebhaber: Das Christ-Team im Hamburger Elbe Einkaufszentrum.



Sympathische Beratung von Frau zu Frau: Das AC-Team für Jacken, Mäntel und Kleider in Frankfurt am Main.



Fröhliche und charmante Schönheitsexpertinnen: Das Douglas-Team in Hagen.

Mehr Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Weil mehr als 90 Prozent der Beschäftigten der DOUGLAS-Gruppe Frauen sind, möchte das Unternehmen sein Möglichstes tun, um diese nicht vor die Entscheidung Familie oder Beruf stellen zu müssen. Daher setzt sich auch der Vorstandsvorsitzende Dr. Henning Kreke, dem dieses Thema eine Herzensangelegenheit ist, für Angebote ein, die den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Vereinbarkeit von Familie und Beruf erleichtern. Zum Start des Kindergartenjahres 2009 eröffnete am Standort Hagen ein Betriebskindergarten, der auf den Namen „Minifiliale“ getauft wurde. Darüber hinaus ermöglichen flexible Arbeitszeitmodelle ein besseres Zusammenspiel von Beruf und Familie. Hier können die Führungskräfte im Vertrieb ihre dezentralen Entscheidungsspielräume nutzen und individuelle Lösungen gemeinsam mit der einzelnen Mitarbeiterin oder dem einzelnen Mitarbeiter entwickeln. Im Herbst 2009 startete der Personalbereich der DOUGLAS HOLDING darüber hinaus mit einer Elternhotline. Hier haben werdende Eltern die Möglichkeit, Informationen und Regelungen rund um das Thema Mutterschutz und Elternzeit zu erhalten. Des Weiteren beantwortet die Hotline auch Fragen zu Kinderbetreuungsmöglichkeiten und nennt regionale Ansprechpartner im Umkreis der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Kundenzufriedenheit im Mittelpunkt

Die DOUGLAS-Gruppe lebt davon, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihr Potenzial, ihre Phantasie und ihre Kreativität mit Begeisterung für die DOUGLAS-Gruppe einsetzen. Und genau diese Eigenschaften sind gefragt, wenn es darum geht, das Jahresmotto der DOUGLAS-Gruppe für das Geschäftsjahr 2009/10 mit Leben zu erfüllen. Dieses lautet:

„Aus Besuchern Kunden machen!“

Unterstützt von den Führungskräften und den Personalverantwortlichen sollen die Teams alles



Der persönliche Kontakt ist ihm wichtig: Der DOUGLAS-Vorstandsvorsitzende Dr. Henning Kreke (4. von links) bei einem Treffen mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Köln.

daran setzen, gute „Gastgeber“ zu sein. Mit dem entscheidenden Quäntchen mehr an herzlicher Freundlichkeit, exzellentem Service und sympathischer Beratung soll es der DOUGLAS-Gruppe gelingen, möglichst immer „erste Wahl“ zu sein und den Besuch in ihren Fachgeschäften zum puren Vergnügen zu machen. So werden aus „Gästen“ zufriedene Kunden und vielleicht sogar neue Stammkunden. Ganz weit vorne sind hier schon die Douglas-Parfümerien. Sie wurden im Frühjahr 2009 im Rahmen einer Studie der Unternehmensberatung Wieselhuber & Partner zum beliebtesten Handelsunternehmen Deutschlands gekürt. Auch Thalia Österreich wurde Ende Januar 2009 von der Tageszeitung „WirtschaftsBlatt“ und dem Online-Marktforscher „Marketagent.com“ zum Imagesieger beim „Best of Handels-Check 2008“ gekürt.

Doch auch wenn jede offizielle Auszeichnung eine tolle Bestätigung ihrer Arbeit ist, bleibt die Zufriedenheit jedes einzelnen Kunden die schönste Anerkennung für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – und das Tag für Tag in allen Fachgeschäften der DOUGLAS-Gruppe.

INHALT

25	Wesentliche Ergebnisse
26	Geschäftstätigkeit und Rahmenbedingungen
31	Vermögens-, Finanz- und Ertragslage
39	Die DOUGLAS HOLDING AG
41	Internes Steuerungssystem und Kennzahlen
43	Wesentliche Erfolgsfaktoren
50	Chancen- und Risikosituation
53	Wichtige Ereignisse nach dem Bilanzstichtag
54	Prognosebericht
55	Gesamtaussage des Vorstandes zur DOUGLAS-Gruppe

WESENTLICHE ERGEBNISSE IM GESCHÄFTSJAHR 2008/09:

Konzernumsatz um 2,3 Prozent über Vorjahr (Ziel: rund 2 Prozent)

- Währungsbereinigte Umsätze um 2,7 Prozent gestiegen
- Schwache Umsatzentwicklung in vielen Auslandsmärkten
- Vergleichbare Umsätze in Deutschland leicht rückläufig

Ergebnis vor Steuern (EBT) und vor Schließungskosten bei 127,6 Millionen Euro (Ziel: 120 bis 130 Millionen Euro)

- Ergebnisrückgang im Parfümeriebereich vorwiegend durch schwache Auslandsmärkte
- Weiter gestiegener Ergebnisbeitrag von Thalia und Christ
- Kosten der Filialnetzbereinigung von 23,7 Millionen Euro (Ziel: 20 bis 30 Millionen Euro)

Dividende von 1,10 Euro je Aktie auf Vorjahresniveau

- Ergebnis je Aktie sinkt auf 1,60 Euro
- Ausschüttungsquote bei 69 Prozent

Solide Finanzierungs- und Kapitalstruktur

- Free Cash Flow steigt von 40,1 auf 84,5 Millionen Euro
- Netto-Bankschulden sinken auf 166,3 Millionen Euro
- Finanzierungssicherheit durch syndizierte Kreditlinie

DOUGLAS Value Added (DVA) sinkt auf 20,5 Millionen Euro

- Niedrigerer Wertbeitrag des Parfümeriebereiches wegen rückläufiger Ergebnisentwicklung
- Wertbeitrag des Buch- und Schmuckbereiches höher

Die **Christ-Juweliere** sind Marktführer in Deutschland im mittleren bis gehobenen Preissegment bei Schmuck und Uhren.

Die **Douglas-Parfümerien** sind in 22 Ländern vertreten und stehen als Marktführer in Europa für Kompetenz auf den Gebieten Duft, Kosmetik und Pflege.



Die **Hussel-Confiseries** sind Marktführer im deutschen Süßwarenfachhandel und seit 2005 auch in Österreich vertreten.

Die **Damen-Modehäuser von AppelrathCüpper** werden an ihren Standorten als führender Anbieter für qualitativ hochwertige Bekleidung geschätzt.

Die **Thalia-Buchhandlungen** nehmen mit ihren umfangreichen und anspruchsvollen Sortimenten eine führende Marktposition in Deutschland, Österreich und der Schweiz ein.

KONZERNLAGEBERICHT

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND RAHMENBEDINGUNGEN

Eine führende Fachhandelsgruppe in Europa

Die DOUGLAS-Gruppe zählt in Europa zu den führenden Facheinzelhandelsgruppen. Sie vereint fünf dezentral geführte Handelsformate unter einem Dach. Die DOUGLAS HOLDING AG mit Sitz in Hagen verantwortet als Beteiligungs- und Management-Holding zentrale Führungs- und Serviceaufgaben für die DOUGLAS-Gruppe. Darüber hinaus übernehmen die als Profit-Center geführten Dienstleistungsgesellschaften und die Service-Zentralen der Vertriebsgesellschaften wichtige administrative Aufgaben und unterstützen die Fachgeschäfte im operativen Tagesgeschäft. Die DOUGLAS-Gruppe ist derzeit mit rund 2.000 Fachgeschäften in 22 Ländern vertreten. Den größten Geschäftsbereich stellen die 1.220 Douglas-Parfümerien dar, die als Marktführer in Europa für Kompetenz in den Bereichen Duft, Kosmetik und Pflege stehen. Die 294 Thalia-Buchhandlungen verbinden derzeit als einziger Vollsortimentsbuchhändler den stationären Buchhandel mit dem Online-Vertrieb und nehmen im deutschsprachigen Raum eine führende Marktposition ein. Die 203 Christ-Juweliere sind Marktführer in Deutschland im mittleren bis gehobenen Preissegment für Schmuck und Uhren. Die 14 Damen-Modehäuser von Appelrath-Cüpper werden von ihren Kundinnen als kompetenter Anbieter für qualitativ hochwertige Mode geschätzt. Abgerundet wird das Profil durch die Hussel-Confiserien, die mit 274 Filialen Marktführer im deutschen Süßwarenfachhandel und auch in Österreich präsent sind. Eine Unternehmensübersicht ist auf der [Seite U4](#) abgebildet. Eine Übersicht der wesentlichen Beteiligungen der DOUGLAS-Gruppe befindet sich auf den [Seiten 152/153](#) dieses Geschäftsberichtes.

Die DOUGLAS-Gruppe ist fast ausschließlich in Europa tätig und nimmt in vielen Ländern Westeuropas eine führende Position ein. Vor allem der deutschsprachige Raum steht im Fokus der Aktivitäten. Darüber hinaus sind die Douglas-Parfümerien in den USA präsent. Als Einzelhandelsgruppe ist es entscheidend, sowohl die Kundenwünsche zu kennen als auch enge Partnerschaften mit den Lieferanten zu pflegen. So gilt die DOUGLAS-Gruppe bei den führenden Markenherstellern als wichtiger und zuverlässiger Partner für Produkteinführungen. Im Parfümeriebereich werden jedes Jahr zahlreiche Produktinnovationen lanciert. Dafür bieten die vielen Fachgeschäfte der DOUGLAS-Gruppe eine optimale Plattform.

Unternehmensziele und Philosophie der DOUGLAS-Gruppe

Alle fünf operativen Geschäftsbereiche verbindet die Lifestyle-Philosophie und die gemeinsamen Unternehmensziele: Qualitäts- und Serviceführerschaft, nachhaltiges renditeorientiertes Wachstum und das Anstreben beziehungsweise Sichern einer führenden Marktposition. Das Leitmotiv „Handel mit Herz und Verstand“ beschreibt die Unternehmenskultur der DOUGLAS-Gruppe, die von ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern geprägt und gelebt wird.

Auf der Lifestyle-Philosophie basiert die konsequente Kunden- und Serviceorientierung der DOUGLAS-Gruppe. Kompetente Beratung, herausragender Service und erstklassige Sortimente zu fairen Preisen in einem ansprechenden Ambiente sind an jedem Tag für die Kunden erlebbar. Dafür sorgen die rund 24.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Ziel der DOUGLAS-Gruppe ist es zudem, auch in den Ländern eine marktführende Position zu erreichen, in denen ihr das noch nicht gelungen ist. Über den Ausbau der Qualitäts- und Serviceführerschaft verfolgen alle Geschäftsbereiche eine klare Differenzierung gegenüber ihren Mitbewerbern.

Dies soll letztlich auch zum Ziel eines wertorientierten Wachstums der DOUGLAS-Gruppe beitragen. Deshalb werden sämtliche Investitionsvorhaben auf ihren Beitrag zur nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswertes geprüft. Ein zusätzlicher Wert wird dann geschaffen, wenn eine Rendite erwirtschaftet wird, die über den Kosten für das gebundene Kapital liegt.

Unternehmensleitung und Kontrolle

Die Verantwortung für die Leitung der DOUGLAS-Gruppe obliegt den drei Vorstandsmitgliedern der DOUGLAS HOLDING sowie den drei Bereichsvorständen, die für die Führung der operativen Tochtergesellschaften verantwortlich sind. Der Vorstand erstattet dem Aufsichtsrat regelmäßig Bericht. Dieser setzt sich paritätisch aus Vertretern der Aktionäre und der Arbeitnehmer zusammen und besteht aus 16 Mitgliedern.

Der Vorstand und der Aufsichtsrat der DOUGLAS HOLDING AG haben auch im Geschäftsjahr 2008/09 mit drei Ausnahmen die Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) umgesetzt. Die Entsprechenserklärung nach §161 AktG wurde auf der Homepage der DOUGLAS HOLDING AG veröffentlicht.

Die Vergütung des Vorstandes wird vom Aufsichtsrat und die Vergütung des Aufsichtsrates durch die Hauptversammlung festgelegt. Sie enthält jeweils eine feste und eine erfolgsabhängige Komponente. Ein Aktien-Optionsprogramm wurde nicht aufgelegt. Weitere Informationen zum Vergütungssystem des Vorstandes sowie des Aufsichtsrates sind im Corporate Governance-Bericht auf den Seiten 4/5 und im Anhang zu finden.

Unternehmenssteuerung und Strategie

Als Einzelhandelsunternehmen ist es sehr wichtig, so nah wie möglich am Kunden zu sein. Nach dem Motto „So viel Dezentralität wie möglich, so viel Zentralität wie nötig“ gewähren die Tochtergesellschaften der DOUGLAS-Gruppe ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern möglichst große unternehmerische Handlungsspielräume. In den administrativen Bereichen gibt es hingegen zentrale Systeme, die eine effiziente Steuerung des Konzerns ermöglichen. Diese betreffen beispielsweise den Immobilien-, Treasury- oder Steuerbereich. Auch unterstützende Dienstleistungen wie beispielsweise Buchhaltung oder Personalabrechnungen werden in einer Gesellschaft gebündelt und für die wesentlichen operativen Gesellschaften zentral erbracht.

Darüber hinaus legt der Vorstand jährlich Zielwerte für Umsatz und Ergebnis vor Steuern (EBT) sowie Kennzahlen auf Basis des DOUGLAS Value Added-Konzeptes (DVA) fest, die auf eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes abzielen. Von besonderer Bedeutung für das Erreichen der Umsatz- und Ertragsziele ist die Positionierung der DOUGLAS-Gruppe in den bestehenden Märkten. Eine im Wettbewerbsvergleich starke Marktposition ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Deshalb wird sich die DOUGLAS-Gruppe auf die bestehenden Märkte in Europa konzentrieren, um dort weitere Marktanteile zu gewinnen. Der Heimatmarkt Deutschland hat sich gerade im schwierigen Umfeld als eine wichtige Stütze für die DOUGLAS-Gruppe erwiesen und wird deshalb auch künftig im Fokus stehen.

Gesamtaussage durch den Vorstand zum Geschäftsverlauf im Berichtsjahr 2008/09

Im Geschäftsjahr 2008/09 hat sich die DOUGLAS-Gruppe in einem äußerst schwierigen Konsumumfeld gut behauptet. Insgesamt wurde der Nettoumsatz um 2,3 Prozent auf 3,2 Milliarden Euro gesteigert. Nach einer soliden Entwicklung im wichtigen Weihnachtswirtschaftsjahr 2008, in dem das stabile Inlandsgeschäft dazu beitrug, die unbefriedigende Umsatz- und Ergebnisentwicklung in einzelnen Auslandsmärkten zu kompensieren, folgte im zweiten Quartal auch im Inland eine schwächere Umsatzentwicklung. Diese war auf die Verschiebung des Ostergeschäftes in das dritte Berichtsquartal und eine zunehmende Kaufzurückhaltung zurückzuführen. Vor diesem Hintergrund hat der Vorstand mit der Veröffentlichung des Halbjahresberichtes im Mai 2009 seine Prognose konkretisiert und den zunächst erwarteten Umsatzanstieg von 3 bis 6 Prozent auf rund 2 Prozent revidiert. Darüber hinaus wurden Kosten in Höhe von 20 bis 30 Millionen Euro für die Bereinigung des Filialnetzes um rund 50 nachhaltig unrentable Filialen angekündigt. Im Zuge dessen wurde auch die Bandbreite für das erwartete Ergebnis vor Steuern von 100 bis 150 Millionen Euro auf 120 bis 130 Millionen Euro vor Schließungskosten eingegrenzt. Das dritte Berichtsquartal war dann durch das Ostergeschäft begünstigt. Im Inland wurde ein Umsatzanstieg auf vergleichbarer Fläche erzielt und im Ausland erreichte der vergleichbare Umsatz nahezu das Vorjahresniveau. Das letzte Berichtsquartal folgte dann wieder dem Gesamttrend einer leicht gedämpften Konsumnachfrage im Inland und der schwachen Nachfrage in vielen Auslandsmärkten.

Im Geschäftsjahr 2008/09 wurden die unterjährig angepassten Umsatz- und Ertragsziele erreicht. Dem prognostizierten Umsatzwachstum von rund 2 Prozent stand am Ende des Geschäftsjahres eine Umsatzsteigerung von 2,3 Prozent gegenüber. Auch das Ergebnis vor

Ziele und Ergebnisse

Ziele 2008/09	Ergebnisse 2008/09	Ziele 2009/10
Umsatzsteigerung von 3 bis 6 Prozent wurde auf rund 2 Prozent revidiert	Anstieg um 2,3 Prozent auf 3,2 Mrd €	Umsatzsteigerung von 0 bis 2 Prozent
Ursprünglich erwartetes EBT von 100 bis 150 Mio € wurde auf 120 bis 130 Mio € vor Schließungskosten (20 bis 30 Mio €) eingegrenzt	EBT bei 127,6 Mio € vor Schließungskosten (23,7 Mio €)	EBT zwischen 120 und 130 Mio €
Investitionsvolumen von rund 140 Mio €	Investitionsausgaben in Höhe von 112,3 Mio €	Investitionsvolumen von rund 120 Mio €
Nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes – gemessen am DVA	DVA auf 20,5 Mio € gesunken	Nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes – gemessen am DVA
Fortsetzung der Dividendenpolitik – rund die Hälfte des Konzernjahresüberschusses soll ausgeschüttet werden	Dividendenvorschlag wie im Vorjahr von 1,10 € pro Aktie entspricht einer Ausschüttungsquote von 69 Prozent	Fortsetzung der Dividendenpolitik – rund die Hälfte des Konzernjahresüberschusses soll ausgeschüttet werden

Steuern und vor Schließungskosten lag mit 127,6 Millionen Euro im Rahmen der Prognose von 120 bis 130 Millionen Euro. Bei einer vorgeschlagenen Dividende von 43 Millionen Euro (1,10 Euro pro Aktie) übersteigt die Ausschüttungsquote von 69 Prozent den angestrebten Zielwert, etwa die Hälfte des Konzernjahresüberschusses auszuschütten. Dieser Dividendenvorschlag berücksichtigt die angestrebte Dividendenkontinuität und die um Einmaleffekte bereinigte Ertragskraft der DOUGLAS-Gruppe. Gemessen am DVA konnte die DOUGLAS-Gruppe ihren Unternehmenswert im Berichtsjahr nicht weiter steigern. Mit 20,5 Millionen Euro lag der DVA um 13,6 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert.

Das Investitionsvolumen (ohne Akquisitionen) belief sich im abgelaufenen Geschäftsjahr 2008/09 auf 112,3 Millionen Euro und lag damit unter dem geplanten Zielwert und deutlich unter Vorjahr. Insgesamt wurden 104 neue Fachgeschäfte (Vorjahr: 141) im In- und Ausland eröffnet. Den Neueröffnungen standen 70 Filialschließungen (Vorjahr: 67) gegenüber. Am 30. September 2009 umfasste das Filialnetz 2.005 Standorte (Vorjahr: 1.966). Die Filialschließungen betrafen vor allem den Parfümerie- und Süßwarenereich und beinhalteten keine Schließungen aus dem geplanten Sonderprogramm zur Bereinigung des Filialnetzes.

Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen**Auf dem Weg aus der Rezession**

Nach Einschätzung des Instituts für Weltwirtschaft (IfW) befindet sich die Weltkonjunktur zum Ende des Jahres 2009 in einer leichten Erholungsphase,

nachdem zu Jahresbeginn der Welthandel eingebrochen war. Die Stabilisierung der Weltkonjunktur zur Jahresmitte ist im Wesentlichen auf die zahlreichen staatlichen Konjunkturprogramme in Verbindung mit einer expansiven Geldpolitik der Notenbanken, die relative Robustheit der Schwellenländer und einen vergleichsweise niedrigen Ölpreis zurückzuführen. Für das Kalenderjahr 2009 geht das IfW insgesamt von einem Rückgang der weltweiten Produktion von 1,0 Prozent aus.

Die Länder des Euro-Raums erholen sich nur langsam von der Rezession. Die Auswirkungen der Finanzkrise sind noch deutlich zu spüren. Insbesondere die Arbeitsmärkte jener Länder, wie beispielsweise Spanien, die zuvor einen Immobilienboom erlebt hatten, sind besonders stark betroffen. Trotz Verringerung der Inflation resultierte der massive Rückgang der Exporte in einer deutlichen Abnahme der Investitionen. Das IfW prognostiziert ein um 4,0 Prozent niedrigeres Bruttoinlandsprodukt (BIP) im Euro-Raum.

Nach einem Einbruch der Wirtschaftsleistungen in Deutschland zum Jahresbeginn 2009 stabilisierte sich die wirtschaftliche Lage zur Mitte des Jahres wieder. Die weltweit schwache Nachfrage führte zu einem historisch einmaligen Rückgang der Exporte. Hiervon war das Exportland Deutschland besonders betroffen. Neben den Konjunkturprogrammen, der expansiven Geldpolitik und einer rückläufigen Inflationsrate stimulierte die „Umweltprämie“ vorübergehend den privaten Konsum im Inland und stützte die deutsche Wirtschaft. Für das Jahr 2009 erwartet das IfW aber dennoch insgesamt einen deutlichen Rückgang der gesamtwirtschaftlichen Produktion um 5,0 Prozent.

Unternehmensspezifische Rahmenbedingungen

Robuster privater Konsum im Inland

Nach Ansicht des Handelsverbandes Deutschland (HDE) hat der Umsatzeinbruch im deutschen Einzelhandel infolge der Weltwirtschaftskrise im Jahr 2009 das befürchtete Ausmaß nicht erreicht. Vielmehr stützte der private Konsum die deutsche Wirtschaft. Diese Entwicklung wurde begünstigt durch stabile Verbraucherpreise, die noch im Vorjahr eine hohe Teuerungsrate aufwiesen. Belastet wurde der Einzelhandel hingegen durch die „Umweltprämie“ zur Nachfragebelebung im Automobilsektor, die dem Einzelhandel Kaufkraft entzog. Insgesamt wurden größere Anschaffungen aufgrund des unsicheren wirtschaftlichen Umfeldes durch die Konsumenten vielfach zurückgestellt. Demzufolge blieb auch die Sparquote in Deutschland weiterhin hoch.

Nach einem nominalen Rückgang der Einzelhandelsumsätze um 2,9 Prozent im ersten Quartal des Kalenderjahres 2009 war im zweiten Quartal bei einem Minus von 0,9 Prozent eine leichte Stabilisierung zu erkennen. Für das gesamte Jahr 2009 erwartet der HDE einen nominalen Umsatzrückgang um zwei Prozent.

Kein Einbruch am Arbeitsmarkt

Im Berichtszeitraum ist der Einbruch am Arbeitsmarkt aufgrund der großen Inanspruchnahme von Kurzarbeit durch die Unternehmen weitgehend ausgeblieben. Die Zahl der Kurzarbeiter stieg im Jahresverlauf 2009 stark an. Waren im Dezember 2008 noch weniger als ein Prozent von Kurzarbeit betroffen, erhöhte sich die Zahl bis zum Sommer 2009 auf 5,2 Prozent. Die Erwerbslosenquote lag im September 2009 laut Angaben der Bundesagentur für Arbeit bei 7,2 Prozent.

Im Juni 2009 wurde im Einzelhandel ein Tarifabschluss erzielt, der eine Erhöhung der Entgelte um 2 Prozent ab 1. September 2009 und eine weitere Erhöhung um 1,5 Prozent ab 1. September 2010 vorsieht. Darüber hinaus ist eine Einmalzahlung im April 2010 in Höhe von 150 Euro vorgesehen. Die im Vorjahr vereinbarte Zahlung der Vorsorgeleistung in Höhe von 150 Euro wird bis zum Jahr 2011 verlängert. Die DOUGLAS-Gruppe berücksichtigt die anstehenden Tarifanpassungen in ihren Jahresplanungen.

*Entwickelten sich besser als die Branche:
Die Christ-Juwelieregeschäfte – hier im
Hamburger Elbe Einkaufszentrum.*



Netto-Umsatzentwicklung und Filialnetzentwicklung der Geschäftsbereiche

	Nettoumsatz (in Mio €)		Veränderung (in %)		Fachgeschäfte		Veränderung
	2008/09	2007/08	Gesamt	Vergl.	30.09.2009	30.09.2008	absolut
Parfümerien	1.853,5	1.823,1	1,7	-1,6	1.220	1.171	49
<i>Deutschland</i>	920,0	908,9	1,2	-0,6	452	445	7
<i>Ausland</i>	933,5	914,2	2,1	-2,7	768	726	42
Bücher	819,7	768,8	6,6	0,8	294	291	3
<i>Deutschland</i>	628,7	589,6	6,6	0,6	238	236	2
<i>Ausland</i>	191,0	179,2	6,6	1,4	56	55	1
Schmuck	292,4	286,0	2,3	1,5	203	204	-1
Mode	131,0	148,0	-11,5	-7,3	14	15	-1
Süßwaren	101,0	101,2	-0,2	-0,8	274	285	-11
<i>Deutschland</i>	96,2	97,1	-1,0	-0,8	258	269	-11
<i>Ausland</i>	4,8	4,1	18,0	0,9	16	16	-
Dienstleistungen	3,2	3,3	-	-	-	-	-
DOUGLAS-Gruppe	3.200,8	3.130,4	2,3	-1,0	2.005	1.966	39
<i>Deutschland</i>	2.071,5	2.032,9	1,9	-0,5	1.165	1.169	-4
<i>Ausland</i>	1.129,3	1.097,5	2,9	-2,0	840	797	43

VERMÖGENS-, FINANZ- UND ERTRAGSLAGE

Umsatzanstieg auf 3,2 Milliarden Euro

Der DOUGLAS-Konzern steigerte im Geschäftsjahr 2008/09 den Nettoumsatz um 2,3 Prozent auf über 3,2 Milliarden Euro. Damit lag der Umsatzanstieg leicht über dem zuletzt prognostizierten Wert von rund 2 Prozent. Währungsbereinigt stiegen die Umsätze sogar um 2,7 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Umsatzerlöse des Vorjahres aufgrund der veränderten Bilanzierung von Kundenbindungsprogrammen um 7,8 Millionen Euro reduziert wurden, damit eine Vergleichbarkeit mit dem Berichtsjahr gewährleistet ist (zu weiteren Erläuterungen zu dieser nach IFRS notwendigen Anpassung siehe [Seiten 108/109](#) dieses Geschäftsberichtes). Zu der insgesamt noch zufriedenstellenden Entwicklung trugen das Inland mit einem Umsatzanstieg von 1,9 Prozent und das Ausland mit einem Umsatzplus von 2,9 Prozent bei.

Der Auslandsanteil am Gesamtumsatz stieg auf 35,3 Prozent (Vorjahr: 35,1 Prozent). Auf vergleichbarer Fläche – hierbei werden nur die im Berichts- und Vergleichszeitraum bereits geöffneten Filialen betrachtet – wurden die Konzernumsätze des Vorjahres um 1,0 Prozent leicht verfehlt. Dabei schnitt das Inland mit einem vergleichbaren Rückgang von 0,5 Prozent besser ab als das Ausland, wo die vergleichbaren Umsätze um 2,0 Prozent rückläufig waren.

Die 1.220 Douglas-Parfümerien steigerten die Umsätze um 1,7 Prozent auf knapp 1,9 Milliarden Euro und bauten damit ihre führende Position in Europa aus. In Deutschland erzielten die 452 Douglas-Parfümerien Umsätze von 920,0 Millionen Euro und damit eine Steigerung von 1,2 Prozent. Auf vergleichbarer Fläche lagen die Umsätze um 0,6 Prozent knapp unter dem Vorjahreswert. Damit konnte Douglas trotz des schwierigen wirtschaftlichen Umfeldes im wichtigen Heimatmarkt seine führende Marktposition weiter festigen.

Die Umsätze der 768 Douglas-Parfümerien im Ausland stiegen zwar um 2,1 Prozent auf 933,5 Millionen Euro. Auf vergleichbarer Fläche gingen die Umsätze

Auslandsumsatz der DOUGLAS-Gruppe

	2008/09 in Mio €	2007/08 in Mio €	Veränderung	
			absolut in %	währungsber. in %
Österreich	188,5	182,0	3,6	3,6
Niederlande	176,9	172,8	2,3	2,3
Italien	158,8	156,6	1,5	1,5
Frankreich/Monaco	135,8	139,8	-2,9	-2,9
Schweiz	112,4	107,2	4,9	-2,1
Spanien/Portugal	104,1	110,7	-6,0	-6,0
Polen	72,5	68,2	6,3	29,0
Russland	55,1	54,7	0,6	17,1
Baltikum	30,2	35,9	-15,9	-15,4
Ungarn	21,2	22,9	-7,7	3,2
Kroatien	21,0	5,5	281,8	-
USA	12,5	12,5	-0,1	-10,0
Sonstige*	40,2	28,7	40,1	47,6
Gesamt	1.129,3	1.097,5	2,9	4,3

*Bulgarien, Dänemark, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Tschechien, Türkei

aber um 2,7 Prozent zurück. Belastend wirkte das in vielen Auslandsmärkten weiterhin schlechte Konsumumfeld. Dies betraf insbesondere Spanien, das Baltikum und Ungarn. Die größten absoluten Umsatzzuwächse konnten die Gesellschaften in Polen, Rumänien, Kroatien und Bulgarien erzielen, wobei die beiden letztgenannten Gesellschaften erst in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres 2007/08 erworben wurden und im Berichtsjahr erstmalig mit einem vollen Jahresumsatz enthalten waren. Währungsbereinigt stiegen die Umsätze um 4,4 Prozent. Insbesondere die Türkei, Russland und Polen konnten die Umsätze in Landeswährung deutlich steigern. Im Geschäftsjahr eröffnete Douglas im Ausland 68 neue Filialen, schwerpunktmäßig in Polen, Russland, Kroatien und Italien. Insgesamt erhöhte sich der Anteil der Auslandsgesellschaften am Gesamtumsatz der Parfümerien leicht auf 50,4 Prozent nach 50,1 Prozent im vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Im Buchbereich stiegen die Umsätze in den 294 Thalia-Buchhandlungen in Deutschland, Österreich und in der Schweiz um 6,6 Prozent auf 819,7 Millionen Euro. Diese Steigerungsrate erreichten sowohl die 238 Buchhandlungen im Inland, die 628,7 Millionen Euro Umsatz erzielten, als auch die 56 Buchhandlungen im Ausland, deren Umsätze auf 191,0 Millionen Euro stiegen. Damit konnte die führende Marktposition im deutschsprachigen Raum weiter ausgebaut werden. Auf vergleichbarer Fläche war ein Umsatzanstieg um 0,8 Prozent zu verzeichnen. Hierzu trugen das Inland mit 0,6 Prozent und das Ausland mit 1,4 Prozent bei. Hervorzuheben ist die erfreuliche Entwicklung in Österreich. Der vergleichbare Umsatz in den 32 Thalia-Filia-

len konnte um 5,2 Prozent gesteigert werden, was noch einmal über der guten Steigerungsrate des Vorjahres lag. Weniger erfreulich entwickelten sich die 24 Thalia-Buchhandlungen in der Schweiz. Währungsbereinigt reduzierte sich der Umsatz um 1,2 Prozent. Insgesamt nimmt die Thalia-Gruppe sowohl in Österreich als auch in der Schweiz eine marktführende Position ein.

Im Geschäftsbereich Schmuck verzeichneten die 203 Christ-Juweliergeschäfte im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Umsatzplus von 2,3 Prozent auf 292,4 Millionen Euro. Der vergleichbare Umsatzanstieg betrug 1,5 Prozent und resultierte insbesondere aus dem guten Start im ersten Quartal und der erfreulichen Entwicklung im dritten Quartal des Berichtsjahres. Damit entwickelte sich Christ besser als die Branche und konnte die sehr gute Marktposition in der mittleren bis gehobenen Preislage in Deutschland ausbauen. Die höchsten Wachstumsraten wurden mit Exklusiv- und Eigenmarken realisiert, die mittlerweile rund 15 Prozent des Gesamtumsatzes repräsentieren. Neben der Modernisierung von zahlreichen Filialen eröffnete Christ im abgelaufenen Geschäftsjahr sechs neue Juweliergeschäfte.

Die Umsätze im Modebereich blieben mit 131,0 Millionen Euro um 11,5 Prozent hinter dem Vorjahr zurück. Bereinigt um die im Januar 2009 geschlossene Filiale in Berlin betrug der Umsatzrückgang in den 14 AppellathCüpper-Modehäusern aufgrund des weiterhin schwierigen Branchenumfeldes 7,3 Prozent. Das Modehaus in Frankfurt wurde modernisiert und umgebaut, die Häuser in Köln und Hamburg neu gestaltet. Im Rahmen des Restrukturierungsprogramms hat sich

AppelrathCüpper weiterhin auf das mittlere bis gehobene Segment für Damenoberbekleidung konzentriert und den Service in den Mittelpunkt gestellt.

Im Geschäftsbereich Süßwaren konnte Hüssel seine führende Marktposition in Deutschland ausbauen. Die 274 Hüssel-Confiseries in Deutschland und Österreich erzielten Umsätze in Höhe von 101,0 Millionen Euro und lagen damit auf Vorjahresniveau. Auf vergleichbarer Fläche ergab sich bei den inländischen Filialen ein Umsatzrückgang von 0,8 Prozent, während die österreichischen Hüssel-Geschäfte die vergleichbaren Umsätze um 0,9 Prozent steigern konnten.

Ergänzende Informationen zu Strategie und Zahlen der Geschäftsbereiche befinden sich auf den [Seiten 60 bis 97](#) des Geschäftsberichtes sowie im Konzernanhang.

Ergebnisziel erreicht

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) vor Kosten der Filialnetzbereinigung betrug 127,6 Millionen Euro nach 151,7 Millionen Euro im Vorjahr. Damit wurde das im Mai 2009 eingegrenzte Ergebnisziel von 120 bis 130 Millionen Euro vor Sondereffekten aus der Filialnetzbereinigung erreicht. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass das EBITDA und das EBT des Vorjahres aufgrund der geänderten Bilanzierung von Kundenbindungsprogrammen um jeweils 2,2 Millionen Euro angehoben wurde. Hierdurch ist die Vergleichbarkeit mit dem Berichtsjahr gewährleistet (zu weiteren Erläuterungen zu diesen nach IFRS notwendigen Anpassungen siehe [Seiten 108/109](#) dieses Geschäftsberichtes).

Die Umsatzrendite betrug 4,0 Prozent nach 4,8 Prozent im Vorjahr – ein für den Facheinzelhandel nach wie vor ordentlicher Wert. Unter Berücksichtigung der Schließungskosten betrug das Ergebnis vor Steuern 103,9 Millionen Euro.

Konsequente Filialnetzbereinigung

Ausgehend von einer Analyse des gesamten Filialbestandes wurden alle Filialen der DOUGLAS-Gruppe identifiziert, die einen negativen Cash Flow generieren und mittelfristig keine nachhaltige Ergebnisverbesserung erwarten lassen. Soweit die zahlungswirksamen Kosten einer Filialschließung geringer eingeschätzt

wurden als die in den nächsten ein bis zwei Jahren erwarteten negativen Cash Flows bei Fortführung, wurde die Schließung beschlossen. Insgesamt sind rund 50 Filialen betroffen, die Restbuchwerte von rund 10,3 Millionen Euro aufwiesen. In Summe wurden im Berichtsjahr Schließungskosten von 23,7 Millionen Euro berücksichtigt. Diese Kosten betrafen die Parfümerien (19,2 Millionen Euro), den Bereich Süßwaren (0,7 Millionen Euro) und den Modebereich (3,8 Millionen Euro ohne Berücksichtigung des auf den Minderheitsgesellschaftler entfallenden Teils, der als Finanzergebnis dargestellt wird).

Ergebnisbeiträge der Geschäftsbereiche

Das EBT im Geschäftsbereich Parfümerien erreichte vor Sondereffekten aus der Filialnetzbereinigung 87,7 Millionen Euro gegenüber 110,1 Millionen Euro im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Dementsprechend sank die Umsatzrendite von 6,0 Prozent auf 4,7 Prozent. Während der Ergebnisbeitrag der Inlandsparfümerien aufgrund einer stabilen Umsatzentwicklung das Vorjahresniveau lediglich leicht verfehlte, hat sich das EBT der Parfümerien im Ausland deutlich reduziert. Ursache hierfür war die dramatische Verschlechterung der volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen in mehreren Ländern, die zu Kaufkraftverlusten und damit zu Umsatzeinbußen führte. So konnte die schwache Entwicklung in Spanien, Italien, Frankreich und im Baltikum durch die vergleichsweise gute Entwicklung in Polen, Russland und den Niederlanden nicht kompensiert werden. Die Sondereffekte aus der Filialnetzbereinigung in Höhe von insgesamt 19,2 Millionen Euro betrafen insbesondere zu schließende Parfümerien in Spanien, den USA und Italien, bei denen die Umsatz- und Ertragserwartungen nachhaltig nicht erfüllt wurden.

Deutlich besser war die Ergebnisentwicklung im Buchbereich. So konnte die EBITDA-Marge von 6,7 Prozent im Vorjahr auf 7,1 Prozent im Berichtsjahr gesteigert werden. Das Ziel, die EBITDA-Marge in den nächsten zwei bis drei Jahren auf 8 Prozent zu steigern, bleibt bestehen. Das Vorsteuerergebnis stieg von 19,1 Millionen Euro im Vorjahr um 19,4 Prozent auf 22,8 Millionen Euro. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass der an den Minderheitsgesellschafter auszusüttende Er-

gebnisanteil als Finanzierungsaufwand im Vorsteuerergebnis enthalten ist. Gründe für die gute Ergebnisentwicklung waren eine verbesserte Rohertragsmarge infolge einer Optimierung der Bezugswege und ein striktes Kostenmanagement. Zusätzlich trug das dynamische Umsatzwachstum in Österreich zum verbesserten Ergebnis bei.

Ebenfalls erfreulich war die Entwicklung im Schmuckbereich, wo sich das EBT von 13,2 Millionen Euro im Vorjahr auf 15,1 Millionen Euro im Berichtsjahr erhöhte. Dies entsprach einer Steigerung von 14,4 Prozent. Die EBT-Marge verbesserte sich auf 5,2 Prozent nach 4,6 Prozent im Vergleichszeitraum. Diese positive Entwicklung resultierte aus der im Branchenvergleich sehr guten Umsatzentwicklung und dem weiteren Ausbau des Eigen- und Exklusivmarkenanteils. Hierdurch konnte die Profitabilität von Christ weiter verbessert werden.

Der Geschäftsbereich Mode erzielte vor Schließungskosten eine Ergebnisverbesserung von 1,1 Millionen Euro, was im Vergleich zum Vorjahr zu einem ausgeglichenen Ergebnis führte. Diese Verbesserung resultierte aus einer höheren Rohertragsmarge und einem konsequenten Kostenmanagement. Beide Effekte zusammen konnten die unbefriedigende Umsatzentwick-

lung mehr als ausgleichen. Allerdings führte die in Folge der Schließung notwendige Untervermietung der Filiale Berlin zu einer Ergebnisbelastung von 3,8 Millionen Euro.

Unbefriedigend war die Ergebnisentwicklung im Süßwarenereich. Das EBT verfehlte mit 3,3 Millionen Euro vor Sondereffekten aus der Filialnetzberreinigung das Vorjahresergebnis um 25 Prozent (EBT Geschäftsjahr 2007/08: 4,4 Millionen Euro). Entsprechend reduzierte sich die EBT-Marge von 4,3 Prozent im Vorjahr auf 3,3 Prozent im Berichtsjahr. Die Sondereffekte aus der Filialnetzberreinigung in Höhe von insgesamt 0,7 Millionen Euro betrafen zu schließende Filialen in Österreich, die die Umsatz- und Ertragserwartungen nicht erfüllen konnten.

Der Ergebnisrückgang im Dienstleistungsbereich resultierte aus einem verminderten Zinsergebnis. Die Ursachen hierfür waren die deutlich niedrigeren Zinserträge aus Ausleihungen an Tochtergesellschaften aufgrund des gesunkenen Zinsniveaus und ein im Vorjahr im Finanzertrag enthaltener Verkaufserlös aus nicht mehr benötigten Zinsswaps in Höhe von 3,5 Millionen Euro.

EBITDA und EBITDA-Margen

	EBITDA (in Mio €)		Veränderung (in %)	EBITDA-Marge (in %)	
	2008/09	2007/08		2008/09	2007/08
Parfümerien	181,0	199,3	-9,2	9,8	10,9
Bücher	57,9	51,3	12,9	7,1	6,7
Schmuck	24,4	23,1	5,6	8,3	8,1
Mode	7,3	6,1	19,7	5,6	4,1
Süßwaren	6,4	7,7	-16,9	6,3	7,6
Dienstleistungen	-8,6	-10,3	16,5	-	-
DOUGLAS-Gruppe vor Kosten der Filialnetzberreinigung	268,4	277,2	-3,2	8,4	8,9
Kosten der Filialnetzberreinigung	-13,4	-0,3			
<i>davon Parfümerien</i>	-9,2	0,0	-	-	-
<i>davon Mode</i>	-3,8	-0,3	-	-	-
<i>davon Süßwaren</i>	-0,4	0,0	-	-	-
DOUGLAS-Gruppe	255,0	276,9	-7,9	8,0	8,8

Im Berichtsjahr veränderte sich die Kostenstruktur der DOUGLAS-Gruppe kaum. Trotz leicht gesunkener vergleichbarer Umsätze blieb die Personalaufwandsquote mit 21,8 Prozent konstant. Die Mieten und Energiekosten stiegen jedoch leicht aufgrund des wachsenden Filialnetzes und der gestiegenen Energiepreise. Der Mietaufwand enthält im Berichtsjahr auch Sonderbelastungen aus der geplanten Filialnetzereinigung in Höhe von 12,7 Millionen Euro. Zusätzlich wurden außerplanmäßige Abschreibungen von 10,3 Millionen Euro auf das Anlagevermögen der betroffenen Filialen und sonstige Kosten in Höhe von 0,7 Millionen Euro berücksichtigt. Insgesamt wurde das Jahresergebnis mit Schließungskosten in Höhe von 23,7 Millionen Euro belastet.

Der Steueraufwand betrug im Berichtsjahr 41,1 Millionen Euro nach 52,2 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum. Insgesamt erhöhte sich die Konzernsteuerquote um 4,6 Prozentpunkte auf 39,6 Prozent des Ergebnisses vor Steuern. Der Anstieg der Steuerquote ist hauptsächlich auf Verluste einiger Auslandsgesellschaften zurückzuführen, für die keine aktiven latenten Steuern gebildet wurden.

Für das Geschäftsjahr 2008/09 ergibt sich ein Jahresüberschuss von 62,8 Millionen Euro. Der fremden Gesellschaftern zustehende Anteil am Jahresüberschuss beträgt 0,0 Millionen Euro (Vorjahr: 0,1 Milli-

onen Euro). Somit beläuft sich der auf die DOUGLAS-Aktionäre entfallende Anteil am Jahresüberschuss auf 62,8 Millionen Euro nach 97,0 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis je Aktie sank auf 1,60 Euro nach 2,47 Euro im Vorjahr.

Die ausführliche Gewinn- und Verlustrechnung des DOUGLAS-Konzerns befindet sich auf Seite 101 dieses Geschäftsberichtes. Weitere Erläuterungen zur Entwicklung einzelner Aufwands- und Ertragspositionen finden sich im Anhang ab Seite 121.

Die bei der Anwendung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden getroffenen Ermessensentscheidungen sowie die wichtigsten zukunftsbezogenen Annahmen, welche die Beiträge im Abschluss wesentlich beeinflussen können, werden im Anhang in der Textziffer 5 (siehe Seite 119) ausführlich erläutert.

Investitionen deutlich unter Vorjahr

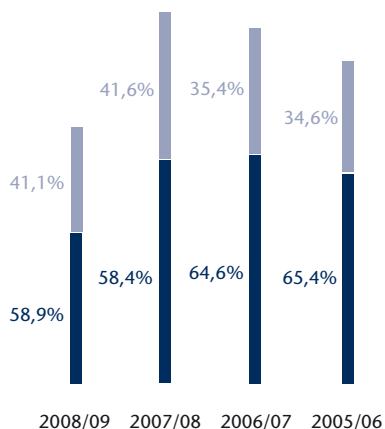
Die DOUGLAS HOLDING AG und ihre in- und ausländischen Tochtergesellschaften investierten im Geschäftsjahr 2008/09 insgesamt 112,3 Millionen Euro in neue Filialen und in die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes. Damit wurde das ursprünglich vorgesehene Investitionsbudget von rund 140 Millionen Euro deutlich unterschritten. Das Management trug damit den veränderten wirtschaftlichen Rahmenbe-

EBT und EBT-Margen

	EBT (in Mio €)		Veränderung (in %)	EBT-Marge (in %)	
	2008/09	2007/08		2008/09	2007/08
Parfümerien	87,7	110,1	-20,3	4,7	6,0
Bücher	22,8	19,1	19,4	2,8	2,5
Schmuck	15,1	13,2	14,4	5,2	4,6
Mode	0,0	-1,1	100,0	0,0	-0,7
Süßwaren	3,3	4,4	-25,0	3,3	4,3
Dienstleistungen	-1,3	6,0	-	-	-
DOUGLAS-Gruppe vor Kosten der Filialnetzereinigung	127,6	151,7	-15,9	4,0	4,8
Kosten der Filialnetzereinigung	-23,7	-2,4			
<i>davon Parfümerien</i>	-19,2	0,0	-	-	-
<i>davon Mode</i>	-3,8	-2,4	-	-	-
<i>davon Süßwaren</i>	-0,7	0,0	-	-	-
DOUGLAS-Gruppe	103,9	149,3	-30,4	3,2	4,8

Entwicklung der Investitionen im In- und Ausland

Ausland
Inland



Gesamt in Mio €	2008/09	2007/08	2006/07	2005/06
Gesamt in Mio €	112,3	155,5	155,8	141,2
Veränderung ggü. Vorjahr	-27,8%	-0,2%	+10,3%	+16,1%

dingungen Rechnung. Die Anzahl der Filialen erhöhte sich im Berichtszeitraum um 39 auf insgesamt 2.005 Filialen. Die im Vergleich zum Vorjahr geringere Investitionssumme resultierte aus einer restriktiveren Investitionspolitik, die höhere Anforderungen an die Standortqualität, geringere Zielwerte für die Investitionen pro Quadratmeter und eine zeitliche Streckung von Modernisierungsinvestitionen umfasst. Außerdem war das Vorjahr durch eine stärkere Akquisitionstätigkeit gekennzeichnet, die unter anderem den Erwerb einer kroatischen und einer bulgarischen Gesellschaft betraf.

Im Parfümeriebereich wurden 61,1 Millionen Euro in die Eröffnung von 78 neuen Douglas-Parfümerien sowie die Modernisierung des Filialnetzes investiert (Vorjahr: 91,3 Millionen Euro). Der Rückgang der Investitionen betraf das Inland und das Ausland in etwa zu gleichen Teilen. Die Neueröffnungen konzentrierten sich wie im Vorjahr mit 68 Filialen auf das europäische Ausland. Der Schwerpunkt der Auslandsinvestitionen in Höhe von 41,9 Millionen Euro lag auf Filialeröffnungen in Polen, Russland, Kroatien und Italien. Das Filialnetz umfasste zum 30. September 2009 insgesamt 1.220 Parfümerien. Die Gesamtverkaufsfläche im Parfümeriebereich erhöhte sich von 261.000 Quadratmetern auf 277.500 Quadratmeter.

Der Buchbereich investierte insgesamt 24,2 Millionen Euro in zwölf neue Thalia-Buchhandlungen und in die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes (Vorjahr: 33,6 Millionen Euro). Davon entfielen 19,9 Millionen Euro auf Deutschland und 4,3 Millionen Euro auf Österreich und die Schweiz. Im Inland wurden zehn und im Ausland zwei neue Buchhandlungen eröffnet, womit das Filialnetz zum 30. September 2009 insgesamt 294

Standorte umfasste. Die Verkaufsfläche erhöhte sich von 236.500 Quadratmeter auf 242.200 Quadratmeter.

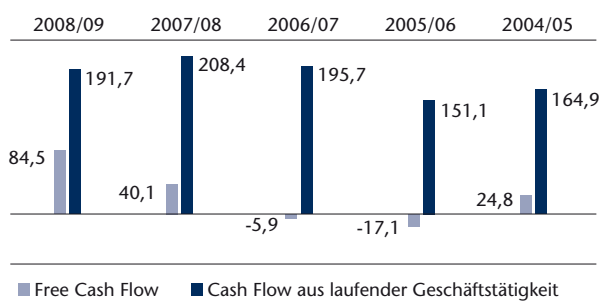
Die Investitionen im Schmuckbereich in Höhe von 8,0 Millionen Euro nach 10,5 Millionen Euro im Vorjahr entfielen insbesondere auf zahlreiche Modernisierungen bestehender Filialen sowie auf die Eröffnung sechs neuer Christ-Juwelieregeschäfte. Die 203 Standorte umfassten zum 30. September 2009 insgesamt eine Verkaufsfläche von 19.800 Quadratmetern.

Im Modebereich wurden 5,0 Millionen Euro in die Modernisierung der bestehenden Häuser investiert (Vorjahr: 6,0 Millionen Euro). Im Mittelpunkt standen hierbei die Filialen in Frankfurt, Köln und Hamburg. AppelrathCüpper betrieb zum Ende des Geschäftsjahres 14 Modehäuser mit einer Verkaufsfläche von 35.300 Quadratmetern.

Der Bereich Süßwaren investierte 3,8 Millionen Euro in den Ausbau und die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes sowie in acht Neueröffnungen im Inland (Vorjahr: 4,2 Millionen Euro). Das Filialnetz umfasste zum 30. September 2009 insgesamt 274 Hüssel-Confisereien mit einer Verkaufsfläche von 15.800 Quadratmetern.

Die Gesamtverkaufsfläche im Konzern betrug zum Stichtag 590.600 Quadratmeter nach 574.100 Quadratmetern im Vorjahr.

Cash Flow (in Mio €)



Free Cash Flow steigt auf 84,5 Millionen Euro

Der Free Cash Flow – als der Saldo aus Mittelzuflüssen und Mittelabflüssen aus laufender Geschäfts- und Investitionstätigkeit – konnte im Geschäftsjahr 2008/09 deutlich von 40,1 Millionen Euro im Vorjahr auf 84,5 Millionen Euro gesteigert werden. Dabei konnte der niedrigere Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit durch die geringeren Investitionsausgaben überkompensiert werden.

Veränderung Free Cash Flow

in Mio €	2008/09	2007/08
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	191,7	208,4
Investitionen in das Anlagevermögen	-111,3	-155,6
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	7,5	6,5
Zahlungen für den Erwerb von konsolidierten Unternehmen	-3,4	-19,2
Free Cash Flow	84,5	40,1

Der Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit sank im Geschäftsjahr 2008/09 auf 191,7 Millionen Euro nach 208,4 Millionen Euro im Vorjahr. Die im Vorjahresvergleich geringeren Zahlungsmittelzuflüsse resultierten im Wesentlichen aus einem Rückgang des EBIT auf 116,1 Millionen Euro (Vorjahr: 159,9 Millionen Euro) sowie um 27 Millionen Euro höhere Steuerzahlungen, die hauptsächlich die Vorjahre betrafen. Der Anstieg der Abschreibungen und die Zunahme der Rückstellungen betrafen im Wesentlichen Aufwendungen der Filialnetzereinigung, die in der Berichtsperiode nicht liquiditätswirksam wurden. Darüber hinaus konnte die Mittelbindung im Vorratsvermögen trotz des leichten Umsatzwachstums im Vorjahresvergleich konstant gehalten werden.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit sank von 168,3 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum auf 107,2 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2008/09.

Der starke Rückgang ist Ausdruck der restriktiveren Investitionspolitik aller Geschäftsbereiche. Neben höheren Anforderungen an die Standortqualität im Anmietungsprozess wurden die Zielwerte für die Investitionen pro Quadratmeter reduziert. Weiterhin wurden Modernisierungsinvestitionen im Berichtsjahr zeitlich gestreckt, ohne die hohe Qualität des Filialnetzes zu gefährden.

Darüber hinaus war im Berichtsjahr ein geringeres Akquisitionsvolumen zu verzeichnen. Während im Vorjahr zwei Parfümeriegesellschaften in Kroatien und Bulgarien über eine Mehrheitsbeteiligung übernommen wurden, erfolgten im Geschäftsjahr 2008/09 nur vergleichsweise kleinere Akquisitionen. Die akquisitionsbedingten Auszahlungen sanken dementsprechend deutlich von 19,2 Millionen Euro im Vorjahr auf 3,4 Millionen Euro.

Der im Berichtsjahr erwirtschaftete Free Cash Flow und die planmäßige Reduktion des Finanzmittelbestandes wurden für die Dividendenausschüttung in Höhe von 43,2 Millionen Euro und die Rückführung der Bankverbindlichkeiten verwendet.

Die Kapitalflussrechnung des DOUGLAS-Konzerns befindet sich auf [Seite 106](#) dieses Geschäftsberichtes.

Verbesserte Vermögens- und Kapitalstruktur

Die Bilanzsumme verringerte sich zum 30. September 2009 um 3,2 Prozent auf rund 1,7 Milliarden Euro.

Dies resultierte sowohl aus der restriktiveren Investitionspolitik und der geplanten Filialnetzereinigung als auch aus dem verbesserten Management von Working Capital und Cash-Positionen.

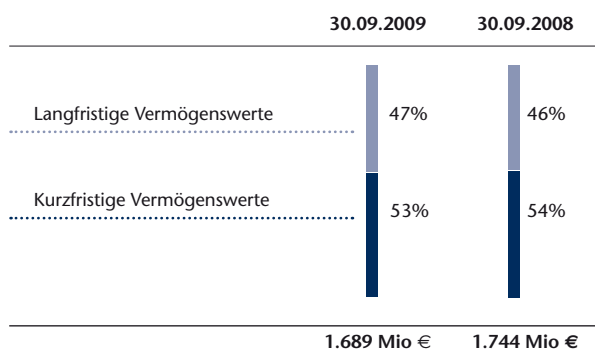
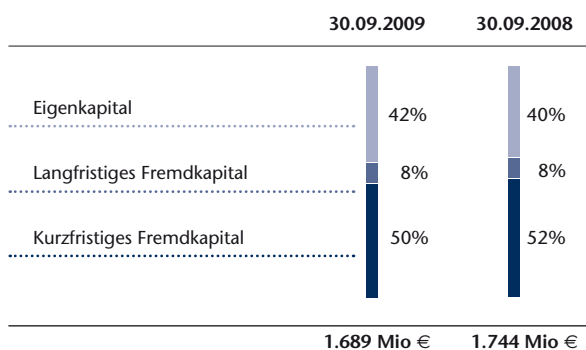
Die Kapitalstruktur ist weiterhin ausgewogen. Dem langfristigen Vermögen in Höhe von 47,3 Prozent der Bilanzsumme steht ein langfristiges Kapital in Höhe von 49,8 Prozent der Bilanzsumme gegenüber.

Die langfristigen Vermögenswerte reduzierten sich im Geschäftsjahr 2008/09 um 9,6 Millionen Euro auf 798,8 Millionen Euro, da die Abschreibungen die Investitionsausgaben deutlich übertrafen. Insbesondere die außerplanmäßigen Abschreibungen auf das Sachanlagevermögen sind aufgrund der geplanten Filialnetzereinigung gestiegen.

Die kurzfristigen Vermögenswerte sanken um 45,6 Millionen Euro von 935,4 Millionen Euro im Vorjahr auf 889,8 Millionen Euro zum Bilanzstichtag. Durch ein verbessertes Working Capital-Management konnten die Vorräte auf dem Vorjahresniveau gehalten und die Forderungen aus Lieferungen sowie aus Lieferantenrückvergütungen deutlich reduziert werden. Auch die liquiden Mittel gingen durch ein verbessertes Cash-Management von 49,9 Millionen Euro beziehungsweise 2,9 Prozent der Bilanzsumme auf 35,8 Millionen Euro oder 2,1 Prozent der Bilanzsumme zurück.

Das Eigenkapital belief sich zum 30. September 2009 auf 710,9 Millionen Euro nach 697,0 Millionen Euro zum Vorjahresstichtag. Die Eigenkapitalquote der DOUGLAS-Gruppe stieg – auch aufgrund der geringeren Bilanzsumme – von 39,9 auf 42,1 Prozent.

Das langfristige Fremdkapital sank im Wesentlichen durch die Tilgung bilateraler Bankdarlehen um 18,4 Millionen Euro auf 129,7 Millionen Euro. Der Anteil des langfristigen Fremdkapitals an der Bilanzsumme verminderte sich von 8,5 Prozent im Vorjahr auf 7,7 Prozent zum Stichtag 30. September 2009. Der Rückgang des kurzfristigen Fremdkapitals um 50,7 Millionen Euro auf 848,0 Millionen Euro resultierte in erster Linie aus niedrigeren kurzfristigen Bankverbindlichkeiten. Des Weiteren sanken die Steuerverbindlichkeiten aufgrund der Auszahlungen für vergangene Veranlagungszeiträume um 15,8 Millionen Euro auf 50,6 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2008/09. Demgegenüber stiegen die kurzfristigen Rückstellungen zum Bilanzstichtag von 116,3 Millionen Euro im Vorjahr

Konzern-Bilanzstruktur: Aktiva**Konzern-Bilanzstruktur: Passiva**

auf 133,3 Millionen Euro im Berichtsjahr. Der Anstieg betraf im Wesentlichen die erwarteten Kosten der Filialnetzbereinigung insbesondere im Zusammenhang mit der vorzeitigen Beendigung von Mietverträgen.

Solide Finanzierung

Die Netto-Bankschulden der DOUGLAS-Gruppe – ermittelt aus dem Saldo der Bankschulden und Wechselverbindlichkeiten abzüglich der liquiden Mittel – lagen am Bilanzstichtag bei 166,3 Millionen Euro nach 220,6 Millionen Euro zum Vorjahresstichtag. Die geringere Nettoverschuldung zum Stichtag resultierte insbesondere aus den geringeren Investitionsausgaben. Im Durchschnitt der vier Quartalsstichtage betrug die Nettoverschuldung 154,1 Millionen Euro gegenüber 139,5 Millionen Euro im Vorjahr.

Der DOUGLAS-Gruppe wird seitens der Banken eine geringe Verschuldung und eine solide Finanzierungsstruktur attestiert. So steht die gezielte Reduktion der liquiden Mittel im Zusammenhang mit der Sicherstellung eines großzügig dimensionierten Kreditrahmens im September 2007. Diese syndizierte Kreditfazilität, die mit elf Banken und einer Laufzeit bis September 2012 vereinbart wurde, ermöglicht der DOUGLAS-Gruppe die Aufnahme von bis zu 500 Millionen Euro. Die Inanspruchnahme zum Bilanzstichtag betrug 84,2 Millionen Euro. Folglich ist die Finanzierung des weiteren Wachstums, einschließlich möglicher Akquisitionen, für die nächsten Jahre sichergestellt.

Gesamtaussage des Vorstandes zur aktuellen wirtschaftlichen Lage

Die Geschäftsentwicklung der DOUGLAS-Gruppe im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres 2009/10 – mit dem für die DOUGLAS-Gruppe wichtigen Weihnachtsgeschäft – verlief in Anbetracht des schwierigen Umfeldes insgesamt noch zufriedenstellend.

Insgesamt beurteilte der Vorstand die Geschäftsentwicklung zum Zeitpunkt der Erstellung des vorliegenden Berichtes unverändert positiv. Aus heutiger Sicht geht der Vorstand davon aus, dass sich Umsatz und Ergebnis den Prognosen entsprechend entwickeln und die Finanzkennzahlen wie geplant erreicht werden können. Zum Zeitpunkt des Drucktermins stimmten die Erwartungen im Wesentlichen mit der aktuellen Geschäftsentwicklung überein.

DIE DOUGLAS HOLDING AG

Die DOUGLAS HOLDING AG mit Sitz in Hagen erbringt als strategische Beteiligungs- und Management-Holding zentrale Führungs- und Serviceleistungen für die Tochterunternehmen der DOUGLAS-Gruppe. Hierzu gehören alle Entscheidungen zur strategischen Grundausrichtung, die Finanzierung und die Liquiditätsausstattung der Konzerngesellschaften sowie die Besetzung von Führungspositionen im Konzern. Zur Unterstützung der Finanzierungsfunktion hat die Douglas Finance B.V., Nijmegen, im Berichtsjahr die Finanzierung der ausländischen Tochtergesellschaften übernommen.

Der nach den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuches (HGB) ermittelte Jahresüberschuss der DOUGLAS HOLDING AG ist für die Bemessung des Dividendenvorschlages maßgeblich. Ihm liegen im Wesentlichen die erwirtschafteten Beteiligungsergebnisse der operativen Tochtergesellschaften zugrunde. Diese werden zum Großteil im gleichen Geschäftsjahr vereinnahmt, da mit den wesentlichen nationalen Gesellschaften Ergebnisabführungsverträge bestehen.

Für das Geschäftsjahr 2008/09 weist die Gewinn- und Verlustrechnung der DOUGLAS HOLDING AG ein Beteiligungsergebnis von 111,2 Millionen Euro nach 95,6 Millionen Euro im Vorjahr aus. Hierzu trug vor allem das Beteiligungsergebnis aus dem Parfümeriebereich in Höhe von 85,4 Millionen Euro bei (Vorjahr: 56,1 Millionen Euro). Der gegenüber dem Vorjahr höhere Wert resultierte hauptsächlich aus höheren Dividenerträgen aus der Parfümeriegesellschaft in den Niederlanden.

Das Beteiligungsergebnis des Schmuckbereiches stieg durch den positiven Geschäftsverlauf auf 14,9 Millionen Euro nach 13,7 Millionen Euro im Vorjahr. Auch der Buchbereich konnte das Beteiligungsergebnis durch die gute Geschäftsentwicklung von 9,2 Millionen auf 12,0 Millionen Euro steigern. Im Modebereich lag das Beteiligungsergebnis bei -3,9 Millionen Euro. Das positive Ergebnis des Vorjahres in Höhe von 11,2 Millionen Euro resultierte aus der Verschmelzung von zwei Zwischenholding-Gesellschaften.

Durch die Übertragung eines Sonderpostens mit Rücklageanteil auf Investitionen am Standort in Hagen

erhöhten sich sowohl die sonstigen betrieblichen Erträge als auch die Abschreibungen um jeweils 7,1 Millionen Euro.

Das Zinsergebnis reduzierte sich deutlich um 11,2 Millionen Euro auf 13,5 Millionen Euro. Ursache hierfür war das gesunkene Zinsniveau, das zu verminderten Zinserträgen aus Ausleihungen an Tochtergesellschaften führte, und der Einmalertrag aus dem Verkauf von Zinsswaps im Vorjahr. Insbesondere durch das erhöhte Beteiligungsergebnis stieg das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit der DOUGLAS HOLDING AG auf 108,0 Millionen Euro (Vorjahr: 103,1 Millionen Euro).

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag erhöhten sich von 25,3 Millionen Euro auf 32,0 Millionen Euro. Grund für diesen Anstieg waren Abschreibungen auf Beteiligungsbuchwerte, die ohne steuerliche Wirkung durchgeführt wurden. Der Jahresüberschuss, also das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit nach Abzug von Steuern, erreichte 75,9 Millionen Euro nach 77,7 Millionen Euro im Vorjahr.

Die Bilanzsumme verringerte sich zum 30. September 2009 im Vergleich zum Vorjahresstichtag deutlich um 71,5 Millionen Euro auf 941,4 Millionen Euro. Hauptursache war die Übertragung der Finanzierung der ausländischen Tochtergesellschaften auf die Douglas Finance B.V., Nijmegen. Dadurch reduzierten sich sowohl die Forderungen gegen verbundene Unternehmen als auch die Bankverbindlichkeiten. Außerdem spiegelt sich hier der gesunkene Kapitalbedarf der Tochtergesellschaften aufgrund des reduzierten Investitionsvolumens wider.

Aus dem Jahresüberschuss 2008/09 wurde ein Betrag in Höhe von 32,7 Millionen Euro in die Gewinnrücklagen eingestellt. Unter Berücksichtigung des Gewinnvortrages aus dem Vorjahr in Höhe von 0,8 Millionen Euro ergab sich wie im Vorjahr ein Bilanzgewinn von 44,0 Millionen Euro. Entsprechend wies die DOUGLAS HOLDING AG zum 30. September 2009 ein Eigenkapital von 732,4 Millionen Euro (Vorjahr: 699,1 Millionen Euro) und eine Eigenkapitalquote von 77,8 Prozent (Vorjahr: 69,0 Prozent) aus.

Der vollständige, mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers versehene Jahresabschluss der DOUGLAS HOLDING AG wird im elektronischen Bundesanzeiger bekannt gemacht. Er kann auch als Sonderdruck bei der DOUGLAS HOLDING AG angefordert werden und ist darüber hinaus im Internet unter www.douglas-holding.com abrufbar.

Dividende stabil bei 1,10 Euro

Aufsichtsrat und Vorstand der DOUGLAS HOLDING AG werden der Hauptversammlung am 24. März 2010 vorschlagen, aus dem Bilanzgewinn eine Dividende wie im Vorjahr von 1,10 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie auszuschütten. Dies entspräche einer Ausschüttungsquote von 69 Prozent. Damit würde das Ziel, rund 50 Prozent des Konzernjahresüberschusses auszuschütten, deutlich überschritten. Allerdings war das Jahresergebnis substanziell durch Einmalaufwendungen im Zusammenhang mit der geplanten Bereinigung des Filialnetzes belastet und im Vorjahr eine unterdurchschnittliche Ausschüttungsquote zu verzeichnen.

Gemessen am Schlusskurs von 31,25 Euro per 30. September 2009 läge die Dividendenrendite damit bei 3,5 Prozent. Insgesamt soll auf ein dividendenberechtigtes Kapital von 118,0 Millionen Euro eine Ausschüttung von 43,3 Millionen Euro erfolgen.

Angaben gemäß Übernahmerichtlinie-Umsetzungsgesetz

Das Grundkapital der Gesellschaft betrug am Bilanzstichtag 117.837.936,00 Euro und ist in 39.279.312 auf den Inhaber lautende Stückaktien eingeteilt. Der rechnerische Nennwert je Aktie beträgt 3,00 Euro.

Beschränkungen, die die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen, sind der Gesellschaft nicht bekannt.

Eine direkte Beteiligung am Kapital der Gesellschaft hielt die Dr. August Oetker Finanzierungs- und Beteiligungs GmbH am Bilanzstichtag mit 25,84 Prozent.

Es existieren keine Inhaber von Stückaktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen. Ferner gibt es weder eine gesonderte Stimmrechtskontrolle noch Kontrollrechte der am Kapital beteiligten Arbeitnehmer, die nicht unmittelbar ausgeübt werden.

Hinsichtlich der Ernennung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern wird auf die gesetzlichen Vorschriften der §§ 84, 85 AktG verwiesen. Die Zahl der Vorstandsmitglieder wird gemäß § 5 Abs. 1 der Satzung vom Aufsichtsrat bestimmt; der Vorstand besteht jedoch aus mindestens zwei Mitgliedern. Der Aufsichtsrat kann ein Mitglied zum Vorsitzenden des Vorstandes ernennen. Die Vergütung der Mitglieder des Vorstandes enthält erfolgsunabhängige und erfolgsbezogene Bestandteile. Die variablen Einkünfte werden ergebnisabhängig ermittelt. Weitere Informationen zum Vergütungssystem des Vorstandes sowie des Aufsichtsrates sind auf den Seiten 148/149 im Anhang zu finden.

Für die Änderung der Satzung gelten die §§ 133 und 179 AktG und § 12 der Satzung der DOUGLAS HOLDING AG.

Der Vorstand ist gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 18. März 2009 bis zum 17. September 2010 ermächtigt, eigene auf den Inhaber lautende Stückaktien in einem Umfang von bis zu 10 Prozent des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben.

Der Vorstand ist gemäß § 4 Abs. 2 der Satzung ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu 25.000.000 Euro in der Zeit bis zum 11. März 2013 durch ein- oder mehrmalige Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautende Stückaktien gegen Bareinlagen oder Sacheinlagen zu erhöhen (genehmigtes Kapital I). Ferner ist der Vorstand gemäß § 4 Abs. 3 der Satzung ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 11. März 2013 durch Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautende Stückaktien gegen Bareinlagen einmalig oder mehrmals um bis zu 1.371.000 Euro zu erhöhen (genehmigtes Kapital II).

Die syndizierte Kreditfazilität der DOUGLAS HOLDING AG enthält eine marktübliche „Change-of-Control“-Klausel, die den Vertragspartnern im Falle einer Veränderung der Kontroll- und Mehrheitsverhältnisse an der Gesellschaft zusätzliche Informations- und Kündigungsrechte einräumt.

Entschädigungsvereinbarungen mit den Mitgliedern des Vorstandes oder den Arbeitnehmern für den Fall eines Übernahmeangebotes wurden nicht getroffen.

INTERNES STEUERUNGSSYSTEM UND KENNZAHLEN

Die DOUGLAS-Gruppe richtet die Unternehmenssteuerung an der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswertes aus. Dafür sind zunächst das Wachstum von Umsatz und Ergebnis sowie die Steigerung der Profitabilität die zentralen Zielgrößen. Um auch den erforderlichen Kapitaleinsatz zu steuern, nutzt die DOUGLAS-Gruppe ein EVA®-basiertes Modell, das an die spezifischen Rahmenbedingungen eines Handelsunternehmens angepasst wurde – den DOUGLAS Value Added (DVA). Dieser misst den Beitrag der Geschäftsbereiche zur Unternehmenswertsteigerung. Die Bindung der variablen Vergütung des Top-Managements an steuerungsrelevante Kennzahlen stellt die konsequente Umsetzung der angestrebten wertorientierten Unternehmensführung sicher.

DVA im Geschäftsjahr 2008/09

Die DOUGLAS-Gruppe erzielte trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Geschäftsjahr 2008/09 einen positiven DVA in Höhe von 20,5 Millionen Euro. Im Zuge der rückläufigen Ergebnisentwicklung lag der DVA allerdings um 13,6 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert.

Interne Steuerungsgrößen und wesentliche Kennzahlen

		2008/09	2007/08
Umsatzerlöse	in Mio €	3.200,8	3.130,4
Rohertrag	in Mio €	1.517,3	1.486,6
Rohertragsmarge	in %	47,4	47,5
EBITDA	in Mio €	255,0	276,9
EBITDA-Marge	in %	8,0	8,8
EBT	in Mio €	103,9	149,3
EBT-Marge	in %	3,2	4,8
DVA	in Mio €	20,5	34,1
Delta-DVA	in Mio €	-13,6	4,9
Eigenkapitalquote	in %	42,1	39,9
Working Capital*	in Mio €	455,0	459,8
Netto-Bankschulden**	in Mio €	166,3	220,6

* Vorräte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

** Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und Wechselverbindlichkeiten abzüglich liquider Mittel

Der Parfümeriebereich blieb mit einem DVA in Höhe von 26,3 Millionen Euro hinter dem Vorjahreswert zurück. Dies war vor allem auf die deutlich negative Ergebnisentwicklung in mehreren Auslandsmärkten zurückzuführen.

Der Buchbereich hingegen steigerte seinen Wertbeitrag im Berichtsjahr. Zu dieser Entwicklung trug vor allem der durch das strikte Kostenmanagement erzielte Ergebnisanstieg im Inland bei. Der absolute DVA-Beitrag betrug 3,1 Millionen Euro und lag um 0,7 Millionen Euro über dem Vorjahreswert.

Die höchste absolute und prozentuale Wertsteigerung erzielte der Schmuckbereich. Der DVA stieg um 1,5 Millionen Euro auf 4,1 Millionen Euro. Neben der ordentlichen Ergebnisentwicklung führte die Optimierung des gebundenen Vermögens zu dieser positiven Entwicklung.

Der Modebereich konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr mit einem DVA von -7,3 Millionen Euro wie im Vorjahr keinen positiven Wertbeitrag leisten. Allerdings wurde eine Verbesserung des DVA durch das leicht gestiegene Geschäftsergebnis und geringere Mietverpflichtungen erzielt. Hieraus resultierte ein positiver Delta-DVA in Höhe von 0,9 Millionen Euro.

Die Sparte Süßwaren erreichte im Berichtsjahr einen positiven DVA in Höhe von 0,9 Millionen Euro. Der Vorjahres-DVA in Höhe von 2,0 Millionen Euro wurde dabei aber um 1,1 Millionen Euro verfehlt.

Durch eine deutliche Reduzierung des Finanzierungsvolumens vor allem in der DOUGLAS HOLDING AG konnte der negative Wertbeitrag des Bereiches Sonstige Gesellschaften/Konsolidierung um 4,0 Millionen Euro vermindert werden.

DVA als Kennziffer der Unternehmenssteuerung

Die Steuerungsgröße DOUGLAS Value Added (DVA) wurde im Jahr 2001 gemeinsam mit der Unternehmensberatung Stern Stewart eingeführt. Basierend auf dem Economic Value Added® (EVA®)-Konzept als einem international anerkannten Steuerungs- und Managementsystem, ermöglicht der DVA, alle Entscheidungs-

prozesse an der Steigerung des Unternehmenswertes beziehungsweise seiner Messgröße auszurichten. Neben den operativen und strategischen Entscheidungen werden sämtliche Investitionsentscheidungen auf ihren nachhaltigen Wertbeitrag überprüft. Um dies für alle operativen Einheiten zu gewährleisten, ist der DVA im internen Berichtswesen aller Gesellschaften bis auf die Ebene der einzelnen Filialen verankert.

Berechnung des DVA

Basierend auf dem Grundsatz, dass die DOUGLAS-Gruppe und ihre einzelnen Tochtergesellschaften nur dann Wert schaffen, wenn sie mindestens die geforderten Kapitalkosten auf das gebundene Geschäftsvermögen verdienen, errechnet sich der DVA aus dem Geschäftsergebnis abzüglich der kalkulatorischen Finanzierungskosten des Geschäftsvermögens. Das Geschäftsergebnis ergibt sich aus dem operativen Gewinn vor Finanzierungskosten abzüglich der Ertragsteuern. Das Geschäftsvermögen umfasst die Summe aller bilanzierten Passiva abzüglich nicht zinstragender Verbindlichkeiten zuzüglich des Barwertes von Miet- und Leasingverpflichtungen. Das Geschäftsvermögen errechnet sich aus dem Durchschnitt der vier Quartale eines Geschäftsjahres.

Mit Hilfe des Capital Asset Pricing Model (CAPM) wird der Kapitalkostensatz berechnet. Dieser betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr für die DOUGLAS-Gruppe wie im Vorjahr 6,5 Prozent nach Steuern. Er berücksichtigt die Verzinsungsansprüche der Eigenkapital- und Fremdkapitalgeber. Neben dem absoluten DVA der Periode ist der Delta-DVA eine wesentliche Kennzahl.

Diese sagt aus, ob und in welcher Höhe der Wertbeitrag gegenüber der Vorperiode gesteigert werden konnte.

Wertschöpfungsrechnung

Die Wertschöpfungsrechnung der DOUGLAS-Gruppe erläutert die Entstehung und die Verwendung der wirtschaftlichen Leistung im Geschäftsjahr 2008/09. Die Wertschöpfung wird ermittelt, indem die Vorleistungen – Materialaufwand, Abschreibungen und sonstige Aufwendungen – von der Unternehmensleistung abgezogen werden. Anschließend wird dieser Entstehungs- eine Verwendungsrechnung gegenübergestellt. Darin werden die Anteile der Wertschöpfung ausgewiesen, die auf die einzelnen Interessengruppen – Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Aktionäre, Kreditgeber oder die öffentliche Hand – entfallen. Damit ist diese Darstellung Ausdruck der volkswirtschaftlichen Leistung der DOUGLAS-Gruppe.

Im Geschäftsjahr 2008/09 erhöhte sich die Unternehmensleistung aufgrund des Umsatzwachstums um 2,0 Prozent auf über 3,4 Milliarden Euro. Nach Abzug der Vorleistungen betrug die Wertschöpfung der DOUGLAS-Gruppe 820,2 Millionen Euro (Vorjahr: 852,8 Millionen Euro) und verminderte sich damit um 3,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Der größte Anteil an der Wertschöpfung wurde mit 85,1 Prozent den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der DOUGLAS-Gruppe vergütet. Die öffentliche Hand erhielt 5,0 Prozent der Wertschöpfung. Auf Basis des vorliegenden Dividendenvorschlags betrug der Anteil der DOUGLAS-Aktionäre an der Wertschöpfung 5,3 Prozent. Im Konzern verblieben somit 2,4 Prozent.

DVA und Delta-DVA vor Sondereffekten nach Geschäftsbereichen (in Mio €) – Geschäftsjahr 2008/09

	Geschäftsergebnis	Geschäftsvermögen	DVA ¹⁾	ROCE ²⁾ (in %)	Delta-DVA ³⁾
Parfümerien	69,9	906,8	26,3	9,4	-19,6
Bücher	21,6	349,7	3,1	7,4	0,7
Schmuck	11,2	116,5	4,1	10,0	1,5
Mode	0,6	118,0	-7,3	0,3	0,9
Süßwaren	2,4	25,5	0,9	9,9	-1,1
Vertriebsgesellschaften	105,7	1.516,5	27,1	8,3	-17,6
Sonstige Gesellschaften/Konsolidierung	-11,1	-71,6	-6,6	-	4,0
DOUGLAS-Konzern	94,6	1.444,9	20,5	7,9	-13,6

¹⁾ Bereinigt um die geplanten Anlaufverluste aus Filialinvestitionen. Diese werden dem DVA der Periode hinzugerechnet, im Geschäftsvermögen der Folgeperiode aktiviert und mit Kapitalkosten belastet.

²⁾ ROCE = (DVA / Geschäftsvermögen) + Kapitalkostensatz

³⁾ Vorjahreswerte wurden aufgrund geänderter Rechnungslegungsvorschriften (IFRIC 13) angepasst.

Wertschöpfungsrechnung

	2008/09		2007/08		Delta
	(in Mio €)	(in %)	(in Mio €)	(in %)	
Entstehung der Wertschöpfung					
Umsatzerlöse	3.200,8	93,7	3.130,4	93,5	2,2
Sonstige Erträge	213,8	6,3	217,1	6,5	-1,5
Unternehmensleistung	3.414,6	100,0	3.347,5	100,0	2,0
Materialaufwand	-1.683,5	-49,2	-1.643,8	-49,0	2,4
Abschreibungen	-138,9	-4,1	-117,0	-3,5	18,7
Sonstige Aufwendungen	-772,0	-22,6	-733,9	-21,9	5,2
Wertschöpfung	820,2	24,0	852,8	25,5	-3,8
Verwendung der Wertschöpfung					
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	698,3	85,1	683,1	79,0	2,2
Öffentliche Hand	41,1	5,0	49,4	5,8	-16,8
Aktionäre	43,2	5,3	43,2	5,1	0,0
Unternehmen (Thesaurierung)	19,6	2,4	56,6	5,5	-65,5
Kreditgeber	18,0	2,2	20,4	2,4	-11,8
Anteile anderer Gesellschafter	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
Wertschöpfung	820,2	100,0	852,8	100,0	-3,8

WESENTLICHE ERFOLGSFAKTOREN

Beschäftigtenzahl konstant

Die positive Entwicklung der DOUGLAS-Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr ist vor allem auf das hohe Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zurückzuführen. Mit außerordentlichem Einsatz und hoher Serviceorientierung sorgen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter täglich dafür, dass die Kunden bestens beraten und bedient werden und gerne in den Fachgeschäften der DOUGLAS-Gruppe einkaufen.

Die Zahl der Beschäftigten betrug zum Stichtag 30. September 2009 insgesamt 24.190 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Vorjahr: 24.521). In Deutschland waren 14.761 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt gegenüber 15.110 im Vorjahr. Insbesondere bei AppellrathCüpper ging die Zahl der Beschäftigten zurück, weil das Modehaus in Berlin geschlossen wurde. In den übrigen Geschäftsbereichen bewegte sich die Mitarbeiteranzahl auf dem Niveau des Vorjahres. Im Ausland lag die Mitarbeiteranzahl zum Stichtag mit 9.429 knapp über dem Vorjahr von 9.411. Durch die Expansionstätigkeit der Parfümerien in Polen, Russland und Rumänien konnten die Mitarbeiterzahlen hier deutlich gesteigert werden. In Süd- und Westeuropa

ging sie im Zuge der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in einzelnen Ländern – insbesondere in Spanien und Portugal – jedoch zurück.

Der Personalaufwand belief sich im Geschäftsjahr 2008/09 auf 698,3 Millionen Euro und lag um 2,2 Prozent über dem Vorjahreswert. Die Personalaufwandsquote liegt mit 21,8 Prozent auf Vorjahresniveau.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor bleibt die konsequente Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In 2009 starteten in Deutschland 450 junge Menschen in einem Fachgeschäft oder der Zentrale als Auszubildende in das Berufsleben. Trotz einer leichten Reduzierung der Ausbildungszahlen gegenüber dem Vorjahr (560 Auszubildende) liegt die DOUGLAS-Gruppe mit einer Ausbildungsquote von 12,5 Prozent deutlich über dem Durchschnitt des deutschen Einzelhandels (rund acht Prozent). Darüber hinaus haben alle Tochtergesellschaften fest etablierte Weiterbildungsangebote, die sowohl Fach- als auch Führungsthemen zum Inhalt haben. Sie werden beispielsweise in der „Douglas Academy“ der deutschen Douglas-Parfümerien, im „PROMIS-Programm“ bei Christ oder in der „Thalia Academy“ angeboten. Zielgruppe sind alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die im Sinne eines lebenslangen Lernens bedarfsorientiert genau die Angebote erhalten, die ihnen in ihrem Berufsleben weiterhelfen. Fest etabliert hat sich auch die DOUGLAS HOLDING ACADEMY, die den Top-Führungskräften der DOUGLAS-Gruppe Seminare,

Produktvielfalt: Ständige Marktanalysen garantieren ein breites und attraktives Sortiment – wie hier bei Douglas in Essen.

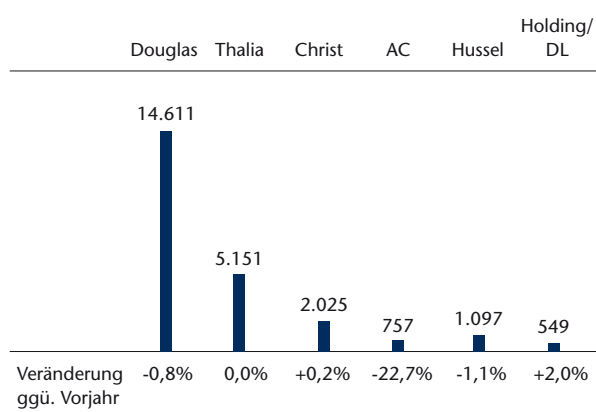


Workshops und Informationsveranstaltungen anbietet, die bei der strategischen Weiterentwicklung der Geschäftsfelder wichtige Anregungen liefern und vor allem neueste Entwicklungen und Trends aufgreifen.

Darüber hinaus gibt es für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aller Hierarchiestufen und Funktionen gruppenübergreifende und maßgeschneiderte Weiterbildungsangebote und Entwicklungsprogramme. Hierzu gehören das „Douglas-College“, bei dem die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Parfümeriebereichs über das Jahr verteilt Fachthemen vertiefen konnten, die speziellen Seminare für erfahrene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (über 50 Jahren) bei Christ und Appelrath-Cüpper sowie das Schulungsthema „Aktives und Emotionales Verkaufen“ bei Thalia.

Weiterführende Informationen befinden sich im Kapitel „Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ auf den Seiten 16 bis 23 dieses Geschäftsberichts.

Mitarbeiter/-innen der Geschäftsbereiche (30.09.2009)



Forschung und Entwicklung

In einem Handelsunternehmen wie der DOUGLAS-Gruppe fallen keine Aufwendungen für Forschung und Entwicklung im eigentlichen Sinne an. Gleichwohl werden die relevanten Märkte ständig intensiv beobachtet und Trends analysiert. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse fließen in die Entwicklung neuer Formate und Vertriebskanäle sowie in die Umsetzung aktueller und attraktiver Sortimente ein. Auch die Gestaltung moderner Ladenbaukonzepte sowie die Weiterentwicklung der

eingesetzten Marketinginstrumente und EDV-Systeme profitieren von der fortlaufenden Marktanalyse.

Beschaffung und Logistik

In einem international tätigen Handelsunternehmen sind Beschaffungs- und Logistikprozesse von zentraler Bedeutung. Ihre kontinuierliche Optimierung trägt wesentlich zum Erfolg der Unternehmensgruppe bei. Wettbewerbsvorteile können insbesondere durch die Sicherstellung der Produktqualität und die Verlässlichkeit der Lieferantenbeziehungen generiert werden. Die Zusammenarbeit der DOUGLAS-Gruppe mit ihren Lieferanten ist daher stets langfristig ausgerichtet.

Die DOUGLAS-Gruppe wurde im Jahr 2009 mit dem ECR Award 2009 ausgezeichnet. Dieser wird Unternehmen für einheitliche Prozessstandards und intelligente Kundenorientierung im Sinne der Efficient Consumer Response (ECR) verliehen. Die Unternehmensgruppe nutzt sämtliche ECR-Instrumente entlang der Wertschöpfungskette – von innovativen Logistiklösungen bis zu einem europaweit einheitlichen Kassensystem. Mit Hilfe von Category Management-Projekten, die sowohl die Angebots- als auch die Nachfrageseite einbeziehen, konnten die Warenverfügbarkeit erhöht und positive Umsatzeffekte erreicht werden. Bei der Distribution ermöglichen Cross Docking-Plattformen einen effizienten Warenfluss. Um interne und unternehmensübergreifende Prozesse zu optimieren, wurde die Lieferantenkommunikation weitgehend auf EDI-Standards (Electronic Data Interchange) umgestellt.

Im Parfümeriebereich wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr ein neues Zentrallager für Eigen- und Exklusivmarken aufgebaut, das geringere Logistikkosten und verbesserte Serviceleistungen ermöglicht. Darüber hinaus wird das computergestützte System zur Filialbestellung (SAF) nach erfolgreicher Pilotphase stufenweise ausgerollt. Dieses trägt neben der Warenbestandsoptimierung auch zur Entlastung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Vertrieb bei.

Ferner wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr die Umstellung einer Vielzahl von IT-Systemen im Zusammenhang mit der gesellschaftsrechtlichen Zusammenführung der fünf deutschen Vertriebsgesellschaften in eine Gesellschaft durchgeführt.

Im Buchbereich stand im abgelaufenen Geschäftsjahr die Einführung eines neuen Warenwirtschafts- und Informationssystems im Vordergrund. Ziel der Investition war die Sicherung des Gesamtbetriebes und der Wachstumsfähigkeit des Unternehmens ebenso wie die Steigerung der Profitabilität durch Realisierung von Kostensenkungspotenzialen und Optimierung von Geschäftsprozessen.

Durch die hohe Anzahl an Akquisitionen der vergangenen Jahre existierte bei Thalia eine Vielzahl verschiedener IT-Systeme, die einen hohen Wartungsaufwand erforderlich machen. Das neue, auf SAP gestützte einheitliche Warenwirtschafts- und Informationssystem THAWIS bildet die geschlossene Warenwirtschaft – von der Stammdatenverwaltung, der Sortimentssteuerung, der Beschaffung, der Rechnungsprüfung, der Lagerhaltung und Logistik bis hin zum Vertrieb – ab. Daneben dient eine Data-Warehouse-Lösung als Filial-Informationssystem und ermöglicht operative und strategische Analysen.

Nachhaltigkeit

Für die DOUGLAS-Gruppe als international tätiges Handelsunternehmen bedeutet unternehmerische Verantwortung, den wirtschaftlichen Erfolg mit gesellschaftlichem und ökologischem Engagement in Einklang zu bringen. Nachhaltigkeit im Handel gewinnt für Unternehmen, Mitarbeiter, Kunden, Investoren und weitere Interessengruppen zunehmend an Bedeutung. Diesem Anspruch trägt die DOUGLAS-Gruppe mit einer Vielzahl an Projekten Rechnung. Im Jahr 2008 wurde das „Corporate Social Responsibility Council“ gegründet, dem Vertreter der operativen Geschäftsbereiche und der Holding in beratender Funktion angehören. Ziel ist, vorhandene, gruppenweite Aktivitäten zu bündeln und Wettbewerbsvorteile durch nachhaltiges Handeln zu erzielen. Besonderes Augenmerk liegt auf den Lieferantenbeziehungen. Die DOUGLAS-Gruppe sieht es als ihre Pflicht an, darauf hinzuwirken, dass die Geschäftspartner soziale und ökologische Mindeststandards einhalten, die im Lieferantenkodex (Code of Conduct) festgeschrieben sind. Dieser basiert auf der Menschenrechtserklärung der Vereinten Nationen (UN) und den Konventionen der International Labour Organi-

zation (ILO) und ist von jedem Geschäftspartner zu unterzeichnen. Für die DOUGLAS-Gruppe bedeutet zukunftsfähiges Wirtschaften, sich für die Mitarbeiter, die Umwelt und die Gesellschaft gleichermaßen zu engagieren.

Verantwortung für die Mitarbeiter

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind der wichtigste Erfolgsfaktor in der DOUGLAS-Gruppe. Daher nehmen die Themen „Ausbildung“ und „Mitarbeiterbindung“ einen außerordentlich hohen Stellenwert ein. Im Geschäftsjahr 2008/09 haben bundesweit rund 450 junge Menschen ihre Ausbildung in der DOUGLAS-Gruppe begonnen. Alle Ausbildungsjahrgänge zusammengefasst absolvieren rund 1.450 junge Damen und Herren ihre Lehre im Unternehmen. Da die DOUGLAS-Gruppe Führungsnachwuchs gerne aus den eigenen Reihen besetzt, zeigt das Unternehmen auch nach erfolgreicher Ausbildung attraktive Karrierewege auf. Viele ehemalige Auszubildende sind heute in leitender Funktion tätig.

In der DOUGLAS-Gruppe sind aber auch viele langjährige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tätig. Mit ihrer Erfahrung und ihrem Einsatz haben sie den Erfolg des Unternehmens mitgeprägt. Deshalb sieht sich die DOUGLAS-Gruppe in der Verpflichtung – im Sinne eines „lebenslangen Lernens“ – auch den reiferen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern attraktive Weiterbildungs- und Schulungsangebote zu unterbreiten. Vor diesem Hintergrund hat sich das Unternehmen am Projekt „Erfahrung 50 plus“ beteiligt, das vom Handelsverband Deutschland (HDE) und dem Bundesfamilienministerium initiiert wurde. Gegenstand sind Vertriebstrainings – speziell konzipiert für die Altersgruppe ab 50 Jahren.

Die Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Um diese weiter zu fördern und Verbesserungspotenziale transparent zu machen, führt die DOUGLAS-Gruppe regelmäßig breit angelegte schriftliche und anonymisierte Mitarbeiterbefragungen durch. Im Nachgang führen eine intensive Aufarbeitung in Workshops und gruppenweites Monitoring zu einer kontinuierlichen Umsetzung von Verbesserungspotenzialen und einer nachhaltigen, aktiven Kommunikation zwischen Führungskraft und Mitarbeiter.



Ermöglicht die Vereinbarkeit von Familie und Beruf: Der Betriebskindergarten „Minifiliale“ am Standort der Service-Zentrale in Hagen.

Unter nachhaltiger Personalentwicklung versteht die DOUGLAS-Gruppe auch die besondere Berücksichtigung familiärer Interessen der einzelnen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Für ein Unternehmen mit einem Anteil an weiblichen Beschäftigten von über 90 Prozent hat die Frage der „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ eine große Bedeutung. Ziel ist, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht in eine Entscheidungssituation „Familie oder Beruf“ zu bringen, sondern konstruktive Lösungen für die Vereinbarkeit von „Familie und Beruf“ zu finden. Vor diesem Hintergrund wurde im August 2009 am Standort der DOUGLAS-Service-Zentrale in Hagen der erste Betriebskindergarten eröffnet und auf den Namen „Minifiliale“ getauft. Betrieben wird der Kindergarten in Kooperation mit der AWO Arbeiterwohlfahrt Bundesverband e.V. und dem Jugendamt in Hagen. Er verfügt über eine Innenfläche von rund 160 Quadratmetern, eine gut 20 Quadratmeter große Spielterrasse und fast 600 Quadratmeter Außenspielfeld. Derzeit werden in der „Minifiliale“ 12 Kinder im Alter bis zu drei Jahren betreut. Aufgrund der großen Nachfrage der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wird die Betreuung im Jahr 2010 aber um eine Gruppe für drei- bis sechsjährige Kinder erweitert. Die „Minifiliale“

zählt auch zu den Gewinnern des Wettbewerbs „365 Orte im Land der Ideen“ 2010. An jedem Tag des Jahres wird ein Preisträger mit einer eigenen Veranstaltung seine Idee der Öffentlichkeit vorstellen. Seit 2006 prämiiert die gemeinsame Standortinitiative von Bundesregierung und deutscher Wirtschaft „Deutschland – Land der Ideen“ Innovationen. Darüber hinaus ermöglichen flexible Arbeitszeitmodelle ein besseres Zusammenspiel von Beruf und Familie. Hier können die Führungskräfte im Vertrieb ihre Entscheidungsspielräume nutzen und individuelle Lösungen gemeinsam mit der einzelnen Mitarbeiterin oder dem Mitarbeiter entwickeln. Auch beim Thema „Gesundheit“ will die DOUGLAS-Gruppe einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten und bietet beispielsweise ein ausgewogenes Ernährungsangebot in der Kantine und zweimal jährlich einen Gesundheitstag zu unterschiedlichen Themen an. Im November 2009 belegte die DOUGLAS-Gruppe Platz 2 beim Wettbewerb „AKTIV-Unternehmen NRW“ von der Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe. Ziel des Wettbewerbs war, mit kreativen und nachhaltigen Aktionen Bewegung und gesunde Ernährung in den Arbeitsalltag zu integrieren und so dem Schlaganfall vorzubeugen.

**Gemeinsam erfolgreich für einen guten Zweck:
Die Douglas-Parfümerien unterstützen als
Hauptsponsor die Arbeit von DKMS LIFE – hier
DKMS LIFE-Geschäftsführerin Claudia Rutt mit
Douglas-Bereichsvorstand Reiner Unkel bei der
Scheckübergabe auf dem dreamball 2009.**



Verantwortung für die Umwelt

Der sorgsame Umgang mit den natürlichen Ressourcen und das Thema Energieeffizienz haben einen hohen Stellenwert in der DOUGLAS-Gruppe. Deshalb werden die Lieferanten auf die Einhaltung aller allgemein anerkannten gesetzlichen Regelungen und nationalen sowie lokalen Besonderheiten bezüglich der Umweltschutzanforderungen verpflichtet. Dazu zählen unter anderem Verfahren und Standards für die Abfallbewirtschaftung und Emissionen. Innerhalb der DOUGLAS-Gruppe arbeiten alle Tochtergesellschaften daran, unnötigen Energie- und Materialverbrauch zu vermeiden. Für den Standort Hagen wurde die DOUGLAS HOLDING bereits vor einigen Jahren als Ökoprofit-

Betrieb zertifiziert. Aber auch die Fachgeschäfte vor Ort übernehmen Verantwortung für die Umwelt. So wird beispielsweise darauf geachtet, dass die Licht- und Wärmezufuhr den jeweiligen Tages- und Nutzungsgegebenheiten angepasst werden. Dies wird durch exakte Leistungsmessungen unterstützt, indem über Zeitschaltuhren Dauer und Intensität optimiert werden. Darüber hinaus wird bei jedem Umbau energiesparende und umweltfreundliche Technik bei Beleuchtung und Klimaanlage eingesetzt. Im Rahmen des Wärme-Managements sorgen darüber hinaus sogenannte Luftschleier-Anlagen dafür, dass in den Wintermonaten die Wärme im Geschäft und die Kälte draußen gehalten werden. Im Sommer greift das gleiche Wirkungsprinzip und sorgt dafür, dass die Wärme von draußen nicht in den Verkaufsraum dringt. Alles in allem wurde in zahlreichen Filialen der Energieverbrauch pro Quadratmeter deutlich reduziert. Möglich wurde dies vor allem durch die Reduzierung der Leistungsaufnahme (Watt/qm) bei der Beleuchtung und durch den Einsatz von Leuchtdioden (LED) bei der Ausgestaltung von Schaufensterbeleuchtungen und Leuchtreklamen.

Gesellschaftliche Verantwortung

Nachhaltiges Handeln setzt auch die Übernahme sozialer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft voraus. Als Hagener Unternehmen engagiert sich die DOUGLAS-Gruppe gerne für lokale Projekte. So spendete die DOUGLAS HOLDING anlässlich der Hauptversammlung 2009 – wie schon in den Vorjahren – insgesamt 25.000 Euro. Je 10.000 Euro gingen an die 1904 gegründete Evangelische Stiftung Volmarstein und das erste deutsche Jugendhospiz in Olpe zur Unterstützung ihrer wichtigen Arbeit. Die Suppenküche Hagen e.V. wurde mit einer Spende von 5.000 Euro unterstützt. Darüber hinaus zählt die DOUGLAS HOLDING am Firmensitz in Hagen zu den Gründungsmitgliedern der vom Bundesfamilienministerium ins Leben gerufenen Initiative „Lokales Bündnis für Familie“. Als Zusammenschluss von Politik, Unternehmen, Privatpersonen und gemeinnützigen Vereinen hat sich das Bündnis zum Ziel gesetzt, die Stadt Hagen noch familienfreundlicher zu gestalten. Hierbei unterstützt die DOUGLAS-Gruppe die Initiative finanziell wie auch inhaltlich. So war das Unternehmen maßgeblich an der Einführung

der kostenlosen „Familienkarte“ in Hagen beteiligt, die den Inhabern eine Vielzahl an vergünstigten Leistungen gewährt.

Auch die Tochtergesellschaften der DOUGLAS-Gruppe engagieren sich vielfältig. Seit 2008 unterstützen die Douglas-Parfümerien als Hauptsponsor die Arbeit von DKMS LIFE, einer Tochtergesellschaft der deutschen Knochenmarkspenderdatei (DKMS). Die Douglas-Parfümerien bieten beispielsweise krebserkrankten Frauen kostenfreie Kosmetikseminare an, um ihnen wieder Selbstbewusstsein zu geben und damit den Lebensmut zu stärken. Zusätzlich bietet Douglas seinen Kunden attraktive Kooperationsprodukte, von deren Erlös ein Teil DKMS LIFE zugeht. Insgesamt ergab der Erlös aus dem Verkauf verschiedener Kooperationsprodukte im Geschäftsjahr 2008/09 eine Spende in Höhe von über 150.000 Euro. Darüber hinaus war Douglas abermals Hauptsponsor des „dreamball 2009“, einer Charity-Veranstaltung, die Geld zugunsten von DKMS LIFE sammelt. Erstmals wurde im Rahmen dieser Veranstaltung der „Douglas Hoffnungsträger“ als Auszeichnung für besonderes Engagement im Kampf gegen Krebs verliehen. Gewinnerin war die TV-Moderatorin Barbara Schöneberger. Dieser Preis soll künftig in jedem Jahr im Rahmen des dreamball an Menschen oder Organisationen vergeben werden, die sich in besonderem Maße für an Krebs leidende Menschen einsetzen. Zu Beginn des Jahres 2010 hat Douglas gemeinsam mit der Kosmetikfirma Origins das Projekt „Pflanzen Sie einen Baum!“ gestartet. Mit jeder verkauften Pflegecreme „A Perfect World Antioxidant Moisturizer with White Tea“ wird im Naturschutzgebiet Stechlin in Brandenburg ein Baum gepflanzt und so die Umwandlung von Kiefermonokulturen in Mischwälder unterstützt.

Auch die Christ-Juwelieregeschäfte unterstützen DKMS LIFE. Seit rund drei Jahren ist exklusiv und in limitierter Auflage bei Christ ein „Engelsflügel-Collier“ der Designerin Jette Joop erhältlich, von dessen Verkaufserlös ein Teil als Spende an DKMS LIFE geht. Zudem spendete Christ für die Tombola des „dreamball 2009“ ein Diamant-Collier im Wert von rund 6.000 Euro.

Thalia engagiert sich in besonderem Maße für die Kultur- und Leseförderung. 2009 hat Thalia gemeinsam

mit dem Magazin „KulturSPIEGEL“ den großen Nachwuchsautoren-Wettbewerb ins Leben gerufen. Darüber hinaus ist Thalia seit 2009 auf dem internationalen Literaturfestival „lit.COLOGNE“ in Köln als Hauptsponsor im Bereich Buch aktiv. In Österreich erhalten Eltern seit Januar 2009 im Klinikum Wels-Grieskirchen als Willkommensgeschenk für ihre Neugeborenen die Bücher-Box „Erzähl mir was“. Damit will Thalia die Sprach- und Lesekompetenz von frühen Kindesbeinen an fördern. In der Schweiz unterstützte die DOUGLAS-Tochter als Hauptsponsor das 14. Internationale Literaturfestival im Walliser Bäderort Leukerbad. Zudem sucht Thalia Schweiz gemeinsam mit der Abendzeitung „Blick am Abend“ talentierte Nachwuchsautoren. Unter dem Motto „Große Sehnsucht Schreiben“ und zum Thema „Sehnsucht“ waren Nachwuchsschreiber Anfang Oktober 2009 im „Blick am Abend“ dazu aufgerufen, Kurzgeschichten einzureichen.

AppelrathCüpper setzte im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Zeichen für Familienfreundlichkeit. Dem Unternehmen wurde das „Familienfreundlichkeitslabel“ von der Initiative „Lokale Bündnisse für Familie“ der Metropolregion Rhein-Neckar verliehen.

Dem Trend zu nachhaltigem Genuss folgend, hat Hussel in den letzten Jahren hochqualitative Bio-Confiserie und seit Herbst 2009 auch die ersten mit nachhaltig angebauten Edelkakaobohnen hergestellten „Grand Cru-Chocoladen“ auf den Markt gebracht. Mit der „Grand Cru La Margerita“ präsentiert Hussel seit November 2009 nun drei Edelvollmilch-Chocoladen der Spitzenklasse, deren verarbeitete Cacaos von der „Rainforest Alliance“ zertifiziert wurden. Darüber hinaus tragen künftig die Hussel-Pralinenschachteln das Zeichen „FSC“ für vorbildliche Waldwirtschaft und stehen somit für die Verwendung kontrolliert nachwachsender Rohstoffe bei den Produktverpackungen. Auch Hussel liegt die Leseförderung sehr am Herzen. Zum zweiten Mal in Folge hat das Unternehmen die Finanzierung des „Vorlesewettbewerbs“ übernommen, der alljährlich im Rahmen der Hohenlimburger Schloss-Spiele stattfindet. Damit hat Hussel einen entscheidenden Teil zum Fortbestand dieser traditionellen Veranstaltung beigetragen.



*Restrukturierungsprogramm:
Neue Weichenstellungen
bei AppelrathCüpper tragen
erste Früchte.*

CHANCEN- UND RISIKO- SITUATION UNVERÄNDERT

Chancen- und Risikomanagement

Besonders in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist es wichtig, sich bietende Chancen und mögliche Risiken frühzeitig zu erkennen und präzise zu bewerten. Die DOUGLAS-Gruppe nutzt dazu ein ganzheitliches Chancen- und Risikomanagement, das als elementarer Bestandteil der Führung durch klar definierte Prozesse Chancen und Risiken identifiziert, bewertet und steuert.

Die Chancen- und Risikoidentifikation erfolgt dabei durch erfahrene Risiko-Manager in den jeweiligen Gesellschaften im In- und Ausland in einem eigens

dafür entwickelten IT-basierten Chancen- und Risikomanagementsystem. Hier erfolgen auch die monetäre Bewertung der Chancen und Risiken sowie die Dokumentation der ergriffenen Maßnahmen.

Die Effektivität und Effizienz dieses Systems wird seitens der Konzernrevision der DOUGLAS HOLDING im Rahmen von Ordnungsmäßigkeitsprüfungen regelmäßig geprüft. Auch der Abschlussprüfer unterzieht das Chancen- und Risikomanagementsystem einer periodischen Beurteilung.

Die Chancen und Risiken werden turnusmäßig aufbereitet und dem Vorstand vorgelegt, wodurch dessen

zeitnahe Information über wesentliche Risiken gewährleistet wird.

Umfeld- und Geschäftsrisiken und Chancen

Vor dem Hintergrund der schwierigen weltwirtschaftlichen Situation sind die Rahmenbedingungen für den Einzelhandel schwierig.

Im Bereich der Douglas-Parfümerien wird die Abhängigkeit von einzelnen nationalen Märkten durch die Internationalisierung mit einem Filialnetz in 22 Ländern reduziert. So konnte ein Umsatzrückgang der Douglas-Parfümerien vor allem in Spanien, Portugal, Frankreich und im Baltikum durch eine positive Umsatzentwicklung in Polen, Rumänien, Kroatien und Bulgarien im Berichtsjahr zum Teil kompensiert werden. Schwerpunkt im letzten Geschäftsjahr war nicht die weitere regionale Expansion, sondern das Festigen der Marktposition in den bestehenden Ländern. Die Internationalisierungsstrategie der DOUGLAS-Gruppe ist auch mit Risiken verbunden. Deshalb werden die nationalen politischen, wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen durch erfahrene Geschäftsführer vor Ort sorgfältig beobachtet und bewertet.

Die volkswirtschaftliche Entwicklung der wichtigen Märkte der DOUGLAS-Gruppe ist schwer abschätzbar; sie hat aber wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gruppe. So stellt eine nachhaltig schwache Entwicklung der Einzelhandelsumsätze in Europa ein Risiko dar. Deshalb werden neben den in regelmäßigen Abständen aktualisierten Planungsrechnungen Szenarioanalysen angefertigt, um auf veränderte Rahmenbedingungen zeitnah reagieren zu können.

Um das Filialnetz gemäß den derzeitigen und erwarteten Rahmenbedingungen zu optimieren, werden neben zahlreichen Neueröffnungen und akquisitionsbedingten Zugängen auch Filialschließungen durchgeführt. So sind im Geschäftsjahr 2008/09 Kosten in Höhe von rund 24 Millionen Euro vorweggenommen, die im Wesentlichen aus der geplanten Bereinigung des Parfümerie-Filialnetzes im Ausland resultieren. In diesem Zusammenhang ist es von besonderer Bedeutung, dass Anmietungsentscheidungen getroffen werden, die eine möglichst hohe Standortqualität und Mietkonditionen sichern, die ausreichend Flexibilität ermöglichen.

Steigende Kosten, nicht zuletzt für Miete und Energie, machen ein intensives Kostenmanagement erforderlich. Das Chancen- und Risikomanagement unterstützt dabei die Suche nach sinnvollen Lösungen.

Ein weiteres Umfeldrisiko, das im abgelaufenen Geschäftsjahr 2008/09 verstärkt in den Mittelpunkt rückte, stellt das mögliche Ausbrechen einer Pandemie dar (zum Beispiel die sogenannte Schweinegrippe). Hier befolgen die Gesellschaften die allgemeinen Vorsichtsmaßnahmen zur Verhinderung einer Ausbreitung bei Mitarbeitern.

Auch die Entwicklung der Kapitalmärkte und Veränderungen der steuerlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen spielen in den Entscheidungen der DOUGLAS-Gruppe eine wichtige Rolle. Die Dynamik in diesem Bereich wurde im Vorfeld der Bundestagswahl im September 2009 am Beispiel der Diskussion um eine Anhebung der Mehrwertsteuer auch für Sortimentsbereiche deutlich, die derzeit dem ermäßigten Steuersatz unterliegen (wie beispielsweise Bücher).

Beschaffungs- und Absatzrisiken und Chancen

Um attraktive und zeitgemäße Sortimente zu gewährleisten, unterhält die DOUGLAS-Gruppe Geschäftsbeziehungen zu einer Vielzahl ausgewählter Lieferanten und Hersteller. Durch langfristig ausgeglichene Lieferverträge und kontinuierliche Marktbeobachtungen werden Beschaffungsrisiken reduziert. Durch die nationale und internationale Verhandlungsposition der DOUGLAS-Gruppe können gegenüber Vermietern, Lieferanten und Herstellern wichtige Beschaffungsvorteile realisiert werden.

Für eine internationale Handelsgruppe stellen Veränderungen des Konsumverhaltens bedeutende Chancen und Risiken dar. Für die DOUGLAS-Gruppe ist es daher von großer Bedeutung, ständig die sich ändernden Ansprüche der Kunden an die Umsetzung der Lifestyle-Philosophie zu berücksichtigen, die auf kompetente Beratung, herausragenden Service und erstklassige Sortimente setzt.

Ein ständig weiterentwickeltes Customer Relationship Management, bei dem die verschiedenen Zielgruppen direkt über unterschiedliche Kanäle angesprochen werden, trägt neben der Weiterentwicklung der Eigenmarkenkonzepte dazu bei, die Kunden enger an die DOUGLAS-Gruppe zu binden. So werden in einer unabhängigen Studie der Unternehmensberatung Gruppe Nymphenburg Consult in Zusammenarbeit mit der Ebeltoft Group die Douglas-Parfümerien in Deutschland als führend in Sachen „Kompetenz“, „Integrität“ und „Herzlichkeit“ bewertet.

Im Buchbereich werden zunehmend Elemente des stationären und des Online-Buchhandels miteinander verknüpft. Damit werden neuartige Erlebnisse rund um das Kernsortiment Buch geschaffen, ohne die persönliche Beratung zu vernachlässigen.

Alle diese Aktivitäten werden einer regelmäßigen Bewertung unterzogen, um frühzeitig Trends zu erkennen und entsprechend darauf reagieren zu können.

Finanzwirtschaftliche Risiken und Chancen

Die DOUGLAS-Gruppe weist ein moderates finanzwirtschaftliches Risikoprofil auf. Währungsrisiken spielen aufgrund der Konzentration auf den Euro-Raum nur eine untergeordnete Rolle. Gleiches gilt für Liquidi-

täts- und Zinsrisiken aufgrund der soliden Kapital- und Finanzierungsstruktur. Ausfallrisiken begegnet die DOUGLAS-Gruppe, indem das Geschäftsvolumen sowohl von Geldanlagen als auch von Finanzinstrumenten auf mehrere Kontrahenten verteilt wird. Wegen der weltwirtschaftlich schwierigen Lage werden größere Geldanlagen möglichst vermieden beziehungsweise nur mit erstklassigen Banken im Inland abgeschlossen.

Ausführliche Erläuterungen zu den finanzwirtschaftlichen Risiken und deren Management finden sich im Konzernanhang auf den Seiten 143 bis 146.

Forderungsausfallrisiko

Das Forderungsausfallrisiko ist für die DOUGLAS-Gruppe begrenzt. Die kontinuierliche Bewertung und Überwachung der Forderungen mittels eines aktiven Forderungsmanagements durch interne wie externe Dienstleister minimiert die Risiken des Forderungsausfalls gruppenweit. Darüber hinaus hilft eine zeitnahe Verrechnung der Forderungen mit Verbindlichkeiten gegenüber Lieferanten, das Ausfallrisiko zu verringern. Risiken des baren und bargeldlosen Zahlungsverkehrs werden durch unternehmensweit gültige Richtlinien sowie systematische Prüfverfahren begrenzt. Die Ausfälle infolge gefälschter Banknoten sind aufgrund der eingereichten Kontrollverfahren unwesentlich.

Informationstechnologische Risiken und Chancen

Optimierungen der Geschäftsprozesse werden in erheblichem Maße durch den Einsatz komplexer IT-Systeme unterstützt. Die daraus resultierenden Abhängigkeiten von der Verfügbarkeit und Verlässlichkeit dieser Systeme stellen ein zunehmendes Risiko dar.

Um dem entgegenzuwirken, wird ein gruppenweites IT-Schutzkonzept eingesetzt. Umfassende Vorkehrungen wie Firewalls, tagesaktueller Virenschutz, Notfallpläne sowie umfangreiche Datenschutzbildungen aller beteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden genauso eingesetzt wie regelmäßige Kontrollen und Überwachungen der Systeme im Rahmen von Notfallübungen.

Die weiter intensivierte Standardisierung der IT-Landschaft sowie der flächendeckende Einsatz modernster Kommunikationstechnologie wie Internet-Telefonie erzeugen Einsparungspotenziale und reduzieren Ausfallzeiten.

Personalrisiken und -chancen

Wesentliche Komponenten der in der DOUGLAS-Gruppe verfolgten Lifestyle-Philosophie sind eine kompetente Beratung und ein herausragender Service. Mangelnde Qualifikation und unzureichende Serviceorientierung der Mitarbeiter sind die bedeutendsten

Personalrisiken. Aufgrund der dezentralen Ausrichtung der DOUGLAS-Gruppe haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor Ort ein Höchstmaß an Entscheidungskompetenz.

Daher stehen die betriebliche Aus- und Weiterbildung und die Förderung des Management-Nachwuchses im Fokus der Personalarbeit der DOUGLAS-Gruppe. So haben die Top-Führungskräfte die Möglichkeit, sich gezielt weiterzubilden und gleichzeitig ihre Erfahrungen gesellschaftsübergreifend auszutauschen.

Chancen ergeben sich insbesondere aus der hohen Attraktivität der DOUGLAS-Gruppe als Arbeitgeber und dem erneut sehr hohen Anteil an Auszubildenden, so dass die Sicherstellung von qualifizierten Nachwuchsführungskräften gewährleistet ist.

Rechtliche Risiken und Chancen

Besonderes Augenmerk liegt hier neben der konsequenten Beachtung der aktuellen Gesetzeslage in allen relevanten Ländern auch auf bevorstehenden Gesetzesänderungen. Das frühzeitige Einbinden interner wie externer lokaler Rechtsberater hilft frühzeitig, die notwendigen Anpassungen vornehmen zu können.

Grundsätzlich unterliegen alle Verträge einer juristischen Vorprüfung. Für verbleibende potenzielle Schadensfälle und Haftungsrisiken besteht ein ausreichender Versicherungsschutz, deren Umfang zentral angepasst und kontinuierlich optimiert wird. Gewährleistungsansprüche bei Produktmängeln oder Forderungen aus dem Produkthaftungsgesetz werden vertraglich durch Vereinbarungen von Rückgriffsansprüchen gegenüber Lieferanten abgesichert.

Rechtsstreitigkeiten, die einen entscheidenden Einfluss auf die wirtschaftliche Lage der DOUGLAS-Gruppe haben, sind zurzeit weder anhängig noch angedroht.

Beurteilung der Risikosituation der DOUGLAS-Gruppe durch die Unternehmensleitung

Die Beurteilung der Risikosituation erfolgt auf Basis des in der DOUGLAS-Gruppe eingesetzten Risiko- und Chancenmanagementsystems, das in den internen Leitungsgremien regelmäßig diskutiert wird.

Zu den potenziellen Hauptrisiken der DOUGLAS-Gruppe gehören zum einen nicht-beeinflussbare oder nur mittelbar beeinflussbare Faktoren wie zum Beispiel die Entwicklung der nationalen und internationalen Wirtschaftslage und die damit verbundene Änderung der Kaufkraft. Zum anderen sind es operative Risiken, denen durch entsprechende Maßnahmen in den Gesellschaften direkt begegnet wird.

Das interne Kontrollsystem (IKS) zur Überwachung des Rechnungslegungsprozesses stellt durch technische und organisatorische Maßnahmen sicher, dass die Geschäftsvorfälle ordnungsgemäß und vollständig verar-



Bereit für die Zukunft: Das Multichannel-Konzept von Thalia in Weiterstadt.

beitet sowie dokumentiert werden. Die aus dem Rechnungslegungsprozess resultierenden Risiken werden im Chancen- und Risikomanagement der DOUGLAS-Gruppe gesteuert.

Die bestehenden Risiken, sowohl als Einzelrisiken als auch in Verbindung mit anderen Risiken, sind begrenzt und nach heutiger Einschätzung für den Fortbestand der DOUGLAS-Gruppe nicht von Bedeutung. Auch sind derzeit keine bestandsgefährdenden Risiken erkennbar. Organisatorisch sind alle Voraussetzungen geschaffen, um rechtzeitig über potenzielle Risikosituationen informiert zu sein.

Rating des Unternehmens

Die Bonität der DOUGLAS-Gruppe wird seitens der Banken positiv beurteilt. Die im September 2007 mit einem Bankenkonsortium vereinbarte revolvingende Kreditfazilität hat eine Laufzeit von fünf Jahren und erlaubt die Aufnahme von bis zu 500 Millionen Euro. Dieser Finanzierungsrahmen wurde zum Bilanzstichtag zu weniger als 20 Prozent genutzt und bietet in den nächsten Jahren folglich ausreichend finanziellen Spielraum. Diese Vereinbarung wurde zu attraktiven Konditionen abgeschlossen und erforderte kein externes Rating. Weiterführende Informationen zur revolvingenden Kreditfazilität werden im Anhang auf Seite 146 gegeben.

WICHTIGE EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Mit Wirkung zum 1. Dezember 2009 hat die Thalia Holding GmbH weitere 24,7 Prozent der Aktien von buch.de internetstores AG, Münster, erworben. Damit erhöhen sich die von der Thalia Holding GmbH gehaltenen Anteile auf 60,2 Prozent.

Aufgrund der Kapitalerhöhung vom 17. November 2009 zur Ausgabe von Belegschaftsaktien stieg das gezeichnete Kapital um 0,2 Millionen Euro auf 118,0 Millionen Euro. Die beschriebenen Sachverhalte haben keinen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des DOUGLAS-Konzerns.

Weitere wichtige Ereignisse nach Schluss des Geschäftsjahres liegen nicht vor.

PROGNOSEBERICHT

Moderate Erholung der Konjunktur im Jahr 2010

Das Institut für Weltwirtschaft (IfW) erwartet für das Jahr 2010 eine langsame Erholung der globalen Konjunktur. Die weiterhin niedrige Investitionsbereitschaft der Unternehmen weltweit und die befürchtete Verschlechterung der Arbeitsmarktsituation in vielen Ländern stellen aber eine große Gefahr für die private Konsumnachfrage dar. Positiv sollten sich hingegen die durchgeführten Konjunkturprogramme der führenden Industrienationen und die stabile Entwicklung der Schwellenländer auswirken. Die gesamtwirtschaftliche Produktion wird nach Einschätzung des IfW mit einer Zuwachsrate von 3,6 Prozent in 2010 weiterhin unter dem Durchschnitt der letzten Jahre liegen. Im Jahr 2011 wird ein Anstieg des globalen Bruttoinlandsproduktes um 3,9 Prozent prognostiziert.

Im Euro-Raum wird im Jahr 2010 ebenfalls nur eine leichte Erholung der Konjunktur erwartet. Aufgrund der schleppenden Erholung der Weltwirtschaft sollte die Exportnachfrage nach Meinung des IfW nur langsam steigen. Auch die Situation am Arbeitsmarkt wird sich voraussichtlich verschlechtern, sodass ein Anstieg der Arbeitslosenzahlen bis in das Jahr 2011 als wahrscheinlich gilt. Vor diesem Hintergrund wird im Euro-Raum für das Jahr 2010 lediglich eine leichte Zuwachsrate des Bruttoinlandsproduktes von 0,8 Prozent und für das Jahr 2011 von 1,6 Prozent prognostiziert.

Auch in Deutschland wird die wirtschaftliche Erholung im kommenden Jahr voraussichtlich moderat ausfallen. Zwar werden positive Impulse von den staatlichen Konjunkturmaßnahmen und dem niedrigen Zinsniveau erwartet, gleichzeitig werden jedoch Belastungen durch eine negative Arbeitsmarktentwicklung und einen schwächeren privaten Konsum befürchtet. Das IfW geht von einem Anstieg des Bruttoinlandsproduktes in Deutschland in 2010 von 1,2 Prozent und von 2,0 Prozent in 2011 aus.

Kaum Nachfrageimpulse für den Einzelhandel

Nach Einschätzung des Handelsverbandes Deutschland (HDE) wird der Einzelhandel im Jahr 2010 kaum von der erwarteten konjunkturellen Erholung profitieren. Zwar werden auch weiterhin stabile Verbraucherpreise erwartet, aber der prognostizierte Anstieg der Arbeitslosenzahlen dürfte die Konsumstimmung belasten. Darüber hinaus werden die geplanten steuerlichen Entlastungen voraussichtlich noch keine positiven Impulse für die Konsumnachfrage geben. Angesichts der Unsicherheiten über die weitere gesamtwirtschaftliche Entwicklung konnte der HDE bei Redaktionsschluss dieses Geschäftsberichtes noch keine Umsatzprognosen für die Jahre 2010 und 2011 abgeben.

Auswirkungen geplanter steuerlicher und rechtlicher Änderungen in Deutschland

Der Koalitionsvertrag zwischen den in der neu gewählten Bundesregierung vertretenen Parteien sieht einige steuerliche und arbeitsrechtliche Änderungen vor, die bei einer Umsetzung positive Auswirkungen für den deutschen Einzelhandel nach sich ziehen sollten. So sieht das Wachstumsbeschleunigungsgesetz unter anderem die Absenkung der gewerbsteuerlichen Hinzurechnung bei Immobilienmieten von 16,25 Prozent auf 12,5 Prozent sowie die dauerhafte Erhöhung der Freigrenze für den steuerlich abzugsfähigen Zinsaufwand von 1 Million Euro auf 3 Millionen Euro vor. Darüber hinaus bedeutet der Einstieg in den einkommensteuerrechtlichen Stufentarif nach Auffassung des HDE ein gerechteres Steuersystem und Entlastungen für alle. Mit den geplanten Steuersenkungen sollen die Unternehmen entlastet, die Kaufkraft der Konsumenten gestärkt und das wirtschaftliche Wachstum gefördert werden.

GESAMTAUSSAGE DES VORSTANDES ZUR DOUGLAS-GRUPPE

Unveränderte strategische Ausrichtung der DOUGLAS-Gruppe

Die DOUGLAS-Gruppe wird auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ihre strategische Ausrichtung nicht ändern. In allen Unternehmensbereichen sollen Marktanteile gewonnen werden mit dem Ziel, eine marktführende Position zu erreichen beziehungsweise zu festigen. Die wichtigsten Absatzmärkte der Unternehmensgruppe liegen weiterhin in Europa. Neue Märkte werden aus heutiger Sicht im laufenden und kommenden Geschäftsjahr nicht erschlossen. Die DOUGLAS-Gruppe möchte ihre Position als wichtiger Vertriebspartner der Industrie weiter ausbauen. Aus diesem Grund soll das Vertriebsnetz fortlaufend modernisiert und erweitert werden. Im laufenden Geschäftsjahr wird die geplante Filialnetzereinigung umgesetzt. Dabei ist die Schließung von rund 50 unprofitablen Douglas-Parfümerien im Ausland vorgesehen. Für Neueröffnungen und Modernisierungen sind im laufenden Geschäftsjahr rund 120 Millionen Euro vorgesehen. Auch für das nachfolgende Geschäftsjahr 2010/11 wird ein Investitionsvolumen in vergleichbarer Höhe erwartet. Daneben möchte die DOUGLAS-Gruppe auch über Akquisitionen weiter wachsen. Akquisitionsmöglichkeiten werden daher fortlaufend beobachtet und bewertet.

Die Finanzierung der Investitionen der DOUGLAS-Gruppe wird über verschiedene Quellen gesichert. Hierzu zählen die liquiden Mittel, der operative Cash Flow sowie Bankkredite. Neben der syndizierten Kreditfazilität, die mit elf Banken bis September 2012 vereinbart wurde, bestehen bilaterale Kreditlinien in Höhe von 45,5 Millionen Euro. Am Bilanzstichtag verfügte der Konzern aus der syndizierten Kreditfazilität über nicht in Anspruch genommene Ziehungsmöglichkeiten in Höhe von 415 Millionen Euro. Größere Finanzierungsmaßnahmen sind aus heutiger Sicht vor dem Ablauf der syndizierten Kreditvereinbarung nicht erforderlich. Sollte sich der Mittelbedarf deutlich verändern, erfolgt zeitnah eine Anpassung der Finanzierungsstrategie.

Eine wesentliche Änderung der Kostenstruktur wird nicht erwartet. Die Personalaufwandsquote dürfte weiterhin bei rund 22 Prozent liegen. Auch hinsichtlich der Mietaufwandsquote erwartet die DOUGLAS-Gruppe aufgrund der langfristigen Verträge keine wesentlichen Erhöhungen. Die Energiekosten betragen rund

1 Prozent vom Umsatz und werden wohl auch künftig auf einem hohen Niveau verbleiben.

Chancen ergeben sich für die DOUGLAS-Gruppe aus der zunehmenden Bedeutung des Online-Vertriebs für den Einzelhandel. Hier sind die einzelnen Unternehmensbereiche bereits gut aufgestellt, um von dieser Entwicklung zu profitieren. Ferner werden die durchgeführten Prozessoptimierungen im Bereich Logistik und IT sowie das optimierte Filialnetz bei den Douglas-Parfümerien zu Kosteneinsparungen und zu einer Verbesserung des Ergebnisses beitragen.

Wirtschaftlicher Ausblick der Geschäftsbereiche in den Geschäftsjahren 2009/10 und 2010/11

Auch im laufenden und kommenden Geschäftsjahr wird der Investitionsschwerpunkt der DOUGLAS-Gruppe unverändert auf den Douglas-Parfümerien liegen. Bis zu 60 Millionen Euro sollen in die Neueröffnung von rund 40 Parfümerien und die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes investiert werden. Demgegenüber stehen Filialschließungen in vergleichbarem Umfang, insbesondere aus der geplanten Bereinigung des internationalen Filialnetzes der Douglas-Parfümerien. Neue Märkte werden in den nächsten beiden Geschäftsjahren voraussichtlich nicht erschlossen. Der Fokus liegt auf dem Ausbau der Marktposition in den bestehenden Märkten. Insbesondere in Krisenzeiten zeigt sich, dass sich der Marktführer im Vergleich zum Wettbewerb besser entwickelt. Vor diesem Hintergrund wird der Heimatmarkt Deutschland auch künftig eine wichtige Stütze für die Entwicklung der Douglas-Parfümerien darstellen. Eine stabile Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Inland sollte auch in den folgenden beiden Geschäftsjahren eine schwächere Ergebnisentwicklung in einzelnen Auslandsmärkten kompensieren können.

Im aktuellen Konsum- und Wettbewerbsumfeld ist die Preissensibilität der Konsumenten gestiegen. Insbesondere die preisorientierten Drogeriemärkte profitieren von dieser Entwicklung. Diesem Wettbewerbsumfeld stellt sich Douglas durch attraktive Einstiegspreislagen. Ferner werden Exklusiv- und Eigenmarken immer wichtiger für die Differenzierung vom Wettbewerb und sollen daher weiter ausgebaut werden. Als Marktführer und Trendsetter sind die Douglas-Parfümerien in Deutschland bereits bevorzugter Partner der Industrie für die

exklusive Einführung der zahlreichen Produktinnovationen im Kosmetikbereich. Die Etablierung von Eigen- und Exklusivmarken ist auch ein wichtiger Baustein zur Stärkung der Kundenbindung. Mit der Douglas Card wurde ein sehr erfolgreiches Kundenbindungsprogramm entwickelt, das derzeit in acht Ländern eingesetzt wird und zukünftig in weiteren Ländern eingeführt werden soll. Ziel der Douglas-Parfümerien ist es, die Marktführerschaft in Europa auf den Gebieten Duft, Kosmetik und Pflege auszubauen.

Die Thalia-Gruppe konzentriert sich weiter auf den deutschsprachigen Raum mit Deutschland, Österreich und der Schweiz, wo sie bereits heute eine marktführende Position hat. Der Eintritt in neue Märkte ist derzeit nicht vorgesehen. Der Fokus in den kommenden beiden Geschäftsjahren wird auf dem Ausbau der Multichannel-Strategie sowie auf der Steigerung der Profitabilität liegen. Im Geschäftsjahr 2009/10 sind 5 bis 10 Neueröffnungen und zahlreiche Modernisierungsmaßnahmen geplant, für die ein Investitionsvolumen von rund 25 Millionen Euro vorgesehen ist. Darüber hinaus möchten die Thalia-Buchhandlungen durch Akquisition lokaler oder regionaler Sortimentsbuchhandlungen weiter wachsen.

Im Buchbereich gewinnt die Verknüpfung des stationären Buchhandels mit dem Online-Vertrieb aufgrund der erhöhten Wettbewerbsintensität immer mehr an Bedeutung. Thalia hat in einer ersten Filiale in Weierstadt wichtige Elemente des Multichannel-Konzeptes erfolgreich umgesetzt. Dabei erfolgt eine Sortimentserweiterung über Print on Demand und einen separaten Games-Shop sowie die Verankerung von Multimedia-Elementen im Ladendesign. Über Touchscreen-Monitore können die Kunden Informationen abrufen und sich mit der Thalia-Community austauschen.

Die Multichannel-Strategie von Thalia trägt wesentlich dazu bei, sich vom Wettbewerb zu differenzieren. Durch den erweiterten Service wird zudem die Kundenbeziehung gestärkt. Darüber hinaus wird sich Thalia durch die Einführung des neuen Warenwirtschafts- und Informationssystems, dessen Einführung 2009 begonnen hat, und der damit verbundenen Prozess- und Kostenoptimierungen weitere Wettbewerbsvorteile sichern. Ziel von Thalia ist es, die marktführende Position im deutschsprachigen Raum weiter auszubauen.

Die Christ-Juweliengeschäfte werden sich auch in den kommenden beiden Geschäftsjahren auf Deutschland konzentrieren und bis zu 10 neue Filialen eröffnen. Für die Neueröffnungen und zahlreichen Umbaumaßnahmen sind rund 9 Millionen Euro vorgesehen.

In einem preissensiblen Umfeld, in dem der Wettbewerb durch die zunehmende Vertikalisierung steigt, ist es für Christ umso wichtiger, sich als Juwelier mit Fachkompetenz zu positionieren und sich dadurch vom Wettbewerb abzugrenzen. Zum Servicekonzept und zur Stärkung der Kundenbindung tragen unter anderem das erweiterte Dienstleistungsangebot durch die Uhrmacher bei Christ und die erfolgreiche Sortimentsstrategie bei. Bei den Exklusiv- und Eigenmarken soll künftig auch der Bereich des höherwertigen Schmucks erschlossen werden.

Im Schmuckbereich nimmt darüber hinaus die Bedeutung der Individualisierung immer mehr zu. Aus diesem Grund hat Christ im abgelaufenen Geschäftsjahr zum einen den Trauringkonfigurator eingeführt, der die individuelle Umsetzung des persönlichen Traurings ermöglicht. Zum anderen setzt Christ weiterhin auf die anhaltend nachgefragten Charms-Anhänger. Ziel von Christ ist es, auch in den kommenden beiden Geschäftsjahren im Vergleich zum Schmuckmarkt überproportional zu wachsen und die marktführende Position in Deutschland zu festigen.

Im Geschäftsjahr 2008/09 hat AppelrathCüpper mit der Schließung der Filiale in Berlin und der Modernisierung der übrigen Häuser alle wesentlichen Maßnahmen abgeschlossen, um sich zukünftig vollständig auf die Erreichung der Umsatz- und Ergebnisziele konzentrieren zu können. Im abgelaufenen Geschäftsjahr hatte die Schließung des Berliner Standorts das Ergebnis des Modebereiches noch erheblich belastet. Dem Management ist es jedoch gelungen, die Kostenstruktur deutlich zu verbessern und damit eine solide Grundlage für die Zukunft zu schaffen. Das eingeführte Dachmarkenkonzept im Marketingauftritt und die zielgruppengerechte Warenpräsentation in den Modehäusern werden weiter verfolgt. Ziel von AppelrathCüpper ist es, sich als Anbieter des mittleren bis gehobenen Genre für Damenoberbekleidung in attraktiven Preislagen zu positionieren und im schwierigen Marktumfeld des Textileinzelhandels zu bestehen.

**Geschenkideen für die Seele:
Das Soul Food-Sortiment der
Hussel-Confisereien.**

Im Süßwarenbereich wird der Fokus der Hussel-Confisereien in den kommenden beiden Geschäftsjahren unverändert auf den bestehenden Märkten Deutschland und Österreich liegen. Neue Märkte werden aus heutiger Sicht nicht erschlossen. Im laufenden Geschäftsjahr steht ein Investitionsvolumen in Höhe von rund 3 Millionen Euro für die Eröffnung von bis zu 4 neuen Filialen und für die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes zur Verfügung. Zur Stärkung der Qualitäts- und Innovationsführerschaft setzt Hussel auch künftig auf Produktinnovationen und auf die Eigenmarken- und Lizenzphilosophie. Neben dem weiterhin starken Bio-Trend nimmt die Bedeutung der Angabe von Inhaltsstoffen in der Wahrnehmung der Kunden zu. Ziel von Hussel ist es, sich als Anbieter für Präsente zu positionieren und die marktführende Position im deutschen Confiseriesmarkt auszubauen.

Positive Gesamtsituation der DOUGLAS-Gruppe

Der Vorstand der DOUGLAS HOLDING AG beurteilt die Lage der DOUGLAS-Gruppe unverändert positiv. Die Unternehmensgruppe hat im abgelaufenen Geschäftsjahr erneut bewiesen, dass sie sich auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten erfolgreich behauptet. Nach hohen Umsatzzuwächsen im Ausland in den vergangenen Jahren war die Entwicklung im letzten Geschäftsjahr in Deutschland besser als im Ausland. Der „Heimatmarkt Deutschland“ hat sich gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten als sehr wichtige Stütze für die Unternehmensgruppe erwiesen.

Die DOUGLAS-Gruppe ist gut aufgestellt und verfügt über eine solide Vermögens-, Finanz- und Ertragslage. Sie wird ihr Produktportfolio zunächst unverändert fortführen, ohne die kontinuierliche Prüfung von Optimierungspotenzialen zu vernachlässigen. Zum Unternehmenserfolg tragen auch zukünftig die engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der DOUGLAS-Gruppe maßgeblich bei. Darüber hinaus stellen das bereinigte internationale Filialnetz der Douglas-Parfümerien, die Realisierung zusätzlicher Ertragspotenziale durch optimierte Prozesse im Buchbereich sowie das weitere operative Wachstum im Schmuckbereich wesentliche Erfolgsfaktoren zur weiterhin guten Entwicklung der Unternehmensgruppe dar.



In Anbetracht des weiterhin schwierigen Konsumumfeldes hat sich der Umsatz zu Beginn des neuen Geschäftsjahres 2009/10 noch zufriedenstellend entwickelt. Im ersten Quartal des Geschäftsjahres mit dem für die DOUGLAS-Gruppe wichtigen Weihnachtsgeschäft wurden die Umsätze um knapp ein Prozent gesteigert. Auf vergleichbarer Fläche wurden die Vorjahresumsätze nicht ganz erreicht, da das stabile Inlandsgeschäft die rückläufige Entwicklung im Ausland nicht kompensieren konnte.

Angesichts der nur schwer abschätzbaren volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind Prognosen für das Geschäftsjahr 2009/10 schwierig. Für das Geschäftsjahr 2010/11 ist aufgrund der großen Unsicherheiten keine verlässliche Prognose für die DOUGLAS-Gruppe möglich. Auch Branchenverbände haben bisher noch keine Prognosen für die Jahre 2010 und 2011 veröffentlicht. Hier bilden lediglich Umfragen der Verbände das jeweilige Stimmungsbild der Branche ab. Demnach rechnet der Bundesverband Parfümerien e.V. für 2009 mit einem Umsatzrückgang von 1,6 Prozent im Parfümerieeinzelhandel. Für das Jahr 2010 erwartet der Verband einen weiteren leichten Umsatzrückgang. Im Buchbereich erwarten die vom Handelsverband Deutschland (HDE) befragten Unternehmen in 2010 einen geringeren Umsatz. Jedoch wird ein Anstieg des Internetumsatzes prognostiziert. Laut Bundesverband

der Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V. (BVJ) entwickelten sich die Umsätze zu Jahresbeginn 2009 leicht rückläufig, konnten aber im Jahresverlauf gesteigert werden. Im Jahr 2010 rechnen die Juweliere mit einem schwierigeren Jahr für die Schmuckbranche. Der Umsatz im Modehandel ist nach Angaben der Zeitschrift Textilwirtschaft per September 2009 um 3 Prozent zurückgegangen. Für das kommende Jahr geht der Modeeinzelhandel von einer weitgehend unveränderten Entwicklung aus. Der Süßwarenhandel soll laut Befragung des Sweet Global Networks das Jahr 2009 mit einem Plus von 3 Prozent abschließen und auch im Jahr 2010 werden stabile Umsätze erwartet.

Der Vorstand erwartet aus heutiger Sicht eine Umsatzsteigerung von 0 bis 2 Prozent und ein Ergebnis vor Steuern von 120 bis 130 Millionen Euro. Für das weitere Wachstum der DOUGLAS-Gruppe steht im laufenden Geschäftsjahr ein Investitionsvolumen von 120 Millionen Euro zur Verfügung. Auch die aktionärsfreundliche Dividendenpolitik soll fortgesetzt werden. So wird auch künftig eine Ausschüttungsquote von etwa der Hälfte des Konzernjahresüberschusses angestrebt.

Die Prognose berücksichtigt alle zum Zeitpunkt der Bilanzaufstellung bekannten Ereignisse, die die Geschäftsentwicklung der DOUGLAS-Gruppe beeinflussen könnten.

Hagen, im Januar 2010
DOUGLAS HOLDING AG

Der Vorstand



Dr. Henning Kreke



Dr. Burkhard Bamberger



Anke Giesen

VORSTAND UND BEREICHSVORSTAND



Dr. Henning Kreke
Vorsitzender des Vorstandes
seit 2001

Anke Giesen
Vorstandsmitglied Personal/Recht,
Arbeitsdirektorin
seit November 2009

Dr. Burkhard Bamberger
Finanzvorstand
seit 2006

Reiner Unkel
Bereichsvorstand
Parfümerien
seit 2007

Manfred Kroneder
Bereichsvorstand
Schmuck, Mode, Süßwaren
seit 2008

Michael Busch
Bereichsvorstand
Bücher
seit 2003

Douglas



.....
*Freundlich und kompetent:
Die fast 15.000 Mitarbeiterinnen
und Mitarbeiter machen
das Leben schöner – wie hier
Manuela Nickel (Douglas Dortmund).*
.....

GUTER SERVICE ZAHLT SICH AUS

Die Douglas-Parfümerien haben sich in einem europaweit schwierigen Umfeld alles in allem recht ordentlich behaupten können. Das Service- und Qualitätskonzept von Douglas überzeugt die Verbraucher also offenbar auch in Krisenzeiten. In den Ausbau des Filialnetzes wurde weiter kräftig investiert. Insgesamt flossen rund 61 Millionen Euro in die Eröffnung von 78 neuen Parfümerien. Darüber hinaus wurden zahlreiche Parfümerien modernisiert. Die Umsätze in den 1.220 Parfümerien in 22 Ländern stiegen um 1,7 Prozent auf knapp 1,9 Milliarden Euro. Mit dieser Steigerung konnte Douglas im Vergleich zu vielen Wettbewerbern weitere Marktanteile hinzugewinnen. Maßgeblichen Anteil an diesem Erfolg hatten einmal mehr die rund 15.000 freundlichen und kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



Die 452 deutschen Douglas-Parfümerien steigerten die Umsätze um 1,2 Prozent auf 920 Millionen Euro. Diese Steigerung nimmt sich gegenüber früheren Jahren zwar eher bescheiden

aus, im Vergleich zum rückläufigen Gesamtmarkt für Kosmetik baute Douglas seine führende Marktposition im wichtigen Heimatmarkt aber dennoch weiter aus. Dazu trugen die zehn Neueröffnungen sowie zahlreiche komplett modernisierte Parfümerien bei. Zu den Höhepunkten zählte die Eröffnung der neuen Douglas-Parfümerie „Unter den Linden“ in Berlin im Oktober 2008 auf 1.000 Quadratmetern. Aber auch mit den weiteren neun Neueröffnungen



Attraktiv in Szene gesetzt: Duft Düfte bei Douglas in Hagen.



Lifestyle pur:
Die True Religion-Serie.

setzte Douglas neue Trends hinsichtlich Ladenbau, Sortiment und Service – wie in Hannover in der Ernst August Galerie, in Dresden im Elbe Park, in Coesfeld, in Brandenburg in der Sankt Annen Galerie sowie mit zwei weiteren Neueröffnungen in Berlin – zum einen im Märkischen Zentrum, zum anderen im Tempelhofer Hafen.

Die anspruchsvollen Materialien, die Formen, die Farben und die Präsentation der Sortimente geben jeder Parfümerie ein durchgängiges, stimmungsvolles Ambiente, in dem die Marke Douglas optimal inszeniert werden kann. Das hat auch im Geschäftsjahr 2008/09 wieder den Geschmack der Kunden

Parfümerien

	2008/09	2007/08
Umsatz in Mio €	1.853,5	1.823,1
davon Deutschland	920,0	908,9
davon Ausland	933,5	914,2
Fachgeschäfte	1.220	1.171
davon Deutschland	452	445
davon Ausland	768	726
Mitarbeiter/-innen	14.611	14.722
davon Deutschland	6.541	6.689
davon Ausland	8.070	8.033
Verkaufsfläche in qm	277.500	261.000
davon Deutschland	113.700	110.800
davon Ausland	163.800	150.200





.....
*Maskulin: Düfte für den Mann
werden bei Douglas markant
präsentiert – wie hier die
„Stone-in-Stone“-Optik in Bocholt.*
.....



Sie sind seit fast 20 Jahren bei Douglas. Was, glauben Sie, macht den Erfolg der Parfümerien aus?

Douglas ist nicht nur ein Name, sondern eine starke Marke. Wir haben es geschafft, eine breite Kundschaft für uns zu begeistern. Dabei sind wir einem Grundsatz immer treu geblieben: Einen Hauch von Luxus anzubieten. Und wir sind immer mit ganzem Herzen dabei, Tag für Tag und Kunde für Kunde.

Seit jeher ist Kundenorientierung für Douglas ganz wichtig. Wie schaffen Sie es, die Kunden Tag für Tag zu begeistern?

Indem ich als erstes meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter begeistere. Ganz wichtig dabei ist eine persönliche, offene und herzliche Kommunikation. Denn nur die gemeinsame Begeisterung verleiht dem Streben nach Erfolg die Flügel.

Die Zeiten sind nicht einfach. Was machen Sie, um Ihr Team trotzdem zu motivieren?

Einfach waren die Zeiten nie. Jedes Jahr gab es Ereignisse, die uns berührten. Wichtig ist, eine Atmosphäre zu schaffen, in der das Team eher an ein halb volles als ein halb leeres Glas glaubt. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind der Schlüssel zum Erfolg. Das Unternehmen gibt ihnen Sicherheit trotz schwieriger Zeiten. Das spornt an.

Was macht Ihnen an Ihrem Beruf am meisten Spaß?

Ich kann sehr eigenständig arbeiten, bekomme die nötigen Entscheidungsfreiräume, und meine Vorgesetzten vertrauen mir. Ich habe ein wirklich tolles Team und eine Stellvertretung, auf die ich mich jederzeit verlassen kann. Zudem bekomme ich Lob und Anerkennung von meinen Vorgesetzten. Ich bin ganz einfach stolz zu sagen, wo ich arbeite, denn jeder kennt Douglas.

Welcher Moment bei Douglas ist für Sie unvergesslich geblieben?

Der 20. Oktober 2009. Das war der Eröffnungstag unserer neuen Parfümerie. Ich durfte das rote Band durchschneiden und sah in die Augen meines – von den vielen Arbeitsstunden erschöpften, aber zugleich hoch motivierten – Teams. Dieser Moment hat mich tief berührt.



Dorte Sorge
Filialleiterin
EKZ Schlosspark-Center, Schwerin



Exklusiver Bestseller:
Die Düfte von Ed Hardy.

getroffen. Ein eindrucksvolles Beispiel dafür ist die Parfümerie auf dem Dortmunder Westenhellweg im historischen Krüger-Haus, die vom Handelsverband Deutschland im April 2009 zum „Store of the Year“ gewählt wurde.

Während sich Douglas im wichtigen Heimatmarkt Deutschland recht gut behaupten konnte, war die Entwicklung in einigen Auslandsmärkten im Geschäftsjahr 2008/09 leider rückläufig. Nach Jahren mit überdurchschnittlich hohen Zuwachsraten bekam Douglas in vielen Ländern die Auswirkungen der Finanzkrise deutlich zu spüren. Insgesamt stiegen die Umsätze in den 768 Parfümerien in 21 Ländern zwar um 2,1 Prozent auf über 933 Millionen Euro. Dieser Anstieg resultierte jedoch insbesondere aus den 68 Neueröffnungen und der Beteiligung am Parfümerieunternehmen „IRIS“ in Kroatien. Im Baltikum, in Spanien und in Ungarn gingen die Umsätze hingegen deutlich zurück. Erfreulicherweise erzielten jedoch die Gesellschaften in Polen, den Niederlanden, Russland und Italien weiterhin Umsatzzuwächse.

Alles in allem hat es sich für Douglas als richtig erwiesen, der bewährten Qualitäts- und Servicestrategie treu zu bleiben. Getreu dem Motto „Douglas macht das Leben schöner“ steht bei Douglas seit jeher die Erfüllung der Kundenwünsche im Vordergrund. Douglas setzt daher auf die „Unternehmerin und den Unternehmer vor Ort“. Denn die Filialteams in den Parfümerien kennen ihre Kunden am besten und wissen, welche Sortimente für den jeweiligen Standort optimal sind.

Eindrucksvoller Beleg der Kundenorientierung sind auch einige Auszeichnungen, mit denen Douglas in 2009 geehrt wurde. So wurden im Frühjahr 2009 im Rahmen einer Studie der Unternehmensberatung Wieselhuber & Partner die Douglas-



.....
Dekorativ: Die Douglas-Schönheitsprofis zaubern den perfekten Look – wie hier Sarah Quante (Douglas Münster).
.....





Einladend und elegant: Die Douglas-Parfümerie auf der Elberfelder Straße in Hagen.

Parfümerien unter 80 Handelsunternehmen von den Verbrauchern zu „Deutschlands beliebtestem Handelsunternehmen“ gekürt. Darüber hinaus belegte Douglas im Rahmen einer Studie der Unternehmensberatung „Gruppe Nymphenburg Consult“ im Herbst 2009 den 1. Platz als „Unternehmen mit dem höchsten Kundenvertrauen“. Auf diese Auszeichnungen sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Douglas sehr stolz. Gleichwohl wissen alle, dass man sich nicht auf den errungenen Lorbeeren ausruhen darf. Um Service und Beratung auch weiterhin auf höchstem Niveau zu halten, werden daher alle Filialmitarbeiter regelmäßig geschult.

Die Douglas-Parfümerien führen anspruchsvolle Sortimente und bieten ihren Kunden stets die aktuellsten Lifestyle- und Trendmarken. Viele dieser Marken sind in Europa nur bei Douglas erhältlich – wie beispielsweise die Düfte von Ed Hardy oder

True Religion, aber auch die Pflegeprodukte Tri-Aktiline oder Eyliplex. Auch das Eigenmarken-Sortiment wurde weiterentwickelt. Hier waren der Relaunch der Marke Venus und die Neueinführung von ‚Douglas nails hands feet‘ ein voller Erfolg.



Kompetent und freundlich: Die Beratung bei Douglas.

Douglas macht das Leben schöner



Begeistert und stolz: Das Douglas-Team in Essen bei der Eröffnung im Oktober 2009.

Die Douglas-Parfümerien überzeugen ihre Kunden aber auch mit vielfältigen Serviceleistungen wie Friseursalons, Hair-Competence-Centern oder Kosmetikkabinen. Zum Serviceangebot gehört auch die Douglas-Parfümerie im Internet. Das umfassende Online-Angebot unter www.douglas.de wird vor allem von den Kunden genutzt, die Beauty-Shopping rund um die Uhr und an jedem Ort bevorzugen. Mit Umsätzen in Höhe von knapp 40 Millionen Euro avancierte der Douglas-Online-Shop zur umsatzstärksten „Douglas-Filiale“. Für die starke Besucherfrequenz sorgen neben den attraktiven und ständig wechselnden Angeboten und Produktneuheiten auch eine Vielzahl an Aktionen und Gewinnspielen, ein Newsletter, aber auch das Douglas Online-TV.

Im Marketing wurde im Geschäftsjahr 2008/09 ein neues Konzept umgesetzt. Das umfassende

Marketing-Instrumentarium mit Print, TV, Plakat, Direct-Mailings, Tragetaschen und In-Store-Promotions wurde auch in den Douglas-Auslandsgesellschaften eingesetzt – ein wichtiger Beitrag auf dem Weg zu einem starken paneuropäischen Auftritt der Marke „Douglas“.

Die Douglas Card ist mit rund 2,5 Millionen Card-Kunden in Deutschland und knapp 8 Millionen Card-Kunden europaweit eine der erfolgreichsten Kundenkarten in Europa. Neben vielen begeisterten deutschen Card-Kunden nutzen mittlerweile auch Kunden in Frankreich, Spanien, den Niederlanden, Russland, Österreich, Italien und Polen die Vorteile der Douglas Card.

Als erfolgreiches Handelsunternehmen ist sich Douglas seiner gesellschaftlichen Verantwortung bewusst. Seit 2008 unterstützt Douglas als Hauptsponsor die Arbeit von DKMS LIFE. In 2009 wurden

Douglas in Europa



Douglas International

	seit	Umsatz in Mio €		Fachgeschäfte		Mitarbeiter/-innen	
		2008/09	2007/08	2008/09	2007/08	2008/09	2007/08
Deutschland	1969	920,0	908,9	452	445	6.541	6.689
Niederlande	1980	176,9	172,8	87	84	1.371	1.395
Italien	1989	158,8	156,6	136	130	1.069	1.118
Frankreich	1986	133,0	136,7	91	91	1.016	1.116
Spanien	1998	77,7	83,5	89	90	669	700
Polen	2001	72,5	68,2	65	47	911	737
Österreich	1972	70,8	72,6	43	44	563	605
Russland	2003	55,1	54,7	32	26	617	508
Schweiz	1991	34,3	33,3	13	12	194	192
Portugal	1998	26,4	27,2	16	15	185	199
Ungarn	2001	21,2	22,9	18	16	251	217
Kroatien	2008	21,0	5,5	48	42	245	239
Lettland	2007	15,1	19,0	32	31	221	199
Litauen	2007	14,6	16,2	37	39	227	244
USA	1982	12,5	12,5	11	13	83	111
Tschechien	2004	11,5	8,9	15	12	123	119
Bulgarien	2008	10,0	4,2	7	4	98	95
Türkei	2006	7,3	5,8	12	12	95	102
Rumänien	2007	5,3	2,2	5	3	61	45
Dänemark	2004	4,0	4,1	4	5	35	39
Monaco	2002	2,8	3,1	4	4	12	16
Slowenien	2003	2,2	2,3	3	3	24	22



Gemeinsam erfolgreich: Das niederländische Douglas-Team im Herzen von Rotterdam.



Engagiert: Das polnische Douglas-Team in Bielsko-Biala.

150 kostenfreie Seminare durchgeführt, in denen Mitarbeiterinnen von Douglas krebserkrankten Frauen Tipps für ein gutes Aussehen geben und damit versuchen, ihnen ein Stück Lebensqualität zurückzugeben. Darüber hinaus haben die deutschen Douglas-Parfümerien durch zahlreiche Aktionen bis Ende September 2009 über 150.000 Euro für DKMS LIFE gespendet. Für dieses Engagement erhielt Douglas im Sommer 2009 den „JOY Trend Award“.

Im Bereich Organisation und Logistik war der Aufbau eines neuen, modernen Zentrallagers für

Eigen- und Exklusivmarken in Zossen-Dabendorf mit über 10.000 Quadratmetern Lagerfläche ein wichtiger Meilenstein. Das gemeinsam mit Rhenus Logistics betriebene Lager sorgt für geringere Logistikkosten bei besserer Servicequalität und ist eine gute Basis für das geplante Wachstum der Eigen- und Exklusivmarken.

Im Geschäftsjahr 2009/10 wird Douglas weiter wertorientiert wachsen, auch wenn das Wachstumstempo nicht ganz so hoch sein wird wie in den Vorjahren. Insgesamt sind europaweit um die 40



Douglas hat in vielen Ländern die Finanzkrise zu spüren bekommen. Nicht so in Polen. Was machen Sie anders?

Der Mythos vom roten Lippenstift als „kleiner Luxus“ in Krisenzeiten hat sich bei uns voll bestätigt. Vor allem aber haben wir konsequent an der Douglas-Lifestyle-Philosophie festgehalten und auf Service, Ambiente und ein innovatives Sortiment gesetzt. Beim Marketing sind wir neue Wege gegangen und haben uns als trendige Marke gut etablieren können. Großen Anteil an diesem Erfolg haben vor allem unsere freundlichen und kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Wenn Sie einmal den deutschen und den polnischen Markt für Kosmetikprodukte vergleichen: Was sind die größten Unterschiede oder Besonderheiten?

Wir sind unglaublich stark bei Make-up und Pflege. Unseren Kunden ist eine gute Beratung in diesen Bereichen sehr wichtig. Und dabei darf das Produkt auch gerne mal etwas mehr kosten. Aber auch für die preissensiblere Kundschaft haben wir attraktive Produkte.

Was macht Ihnen an Ihrem Beruf am meisten Spaß?

Das Gefühl, etwas bewegen zu können. Gemeinsam mit meinem Team haben wir viel dafür getan, Douglas in Polen dahin zu bringen, wo wir heute stehen. Wir sind mit unseren Aufgaben gewachsen und haben viele Erfahrungen sammeln können. Darauf bin ich richtig stolz.

Douglas ist 2001 mit einer ersten Parfümerie in Polen gestartet und seitdem kräftig gewachsen. Wie sieht die weitere Expansionsstrategie aus?

Heute haben wir 65 Parfümerien. Pro Jahr planen wir rund zehn Neueröffnungen. Wenn wir also so weitermachen wie bisher, könnten wir schon bald nach unserem zehnjährigen Jubiläum im Jahr 2011 die 100. Parfümerie eröffnen.

Neueröffnungen geplant. Expansionsschwerpunkte liegen in Italien, Polen, Russland und Kroatien. Aber auch im Heimatmarkt Deutschland wird Douglas weiter wachsen. Neben diesem organischen Wachstum werden kontinuierlich Akquisitions- und Beteiligungsmöglichkeiten – insbesondere in den bestehenden Märkten – analysiert. Parallel dazu gilt es, die in den konjunkturell angeschlagenen Märkten schon in 2009 eingeleiteten Konsolidierungsmaßnahmen konsequent umzusetzen. Das gilt insbesondere für Spanien, das Baltikum, Dänemark und die USA, wo die Schließung von nachhaltig unrentablen Parfümerien bereits eingeleitet wurde.

Auch organisatorisch ist Douglas gut gerüstet, um die Herausforderungen der Zukunft meistern zu können. Der Vertrieb ist europaweit in die Bereiche Deutschland, Süd-/Westeuropa sowie Osteuropa aufgeteilt. Die drei verantwortlichen General Manager berichten direkt an den Bereichsvorstand. Auch auf dem nach wie vor wichtigsten deutschen Heimatmarkt hat Douglas seine Organisation dem stark gewachsenen Filialnetz angepasst. Die ehemals fünf Geschäftsführungsbereiche wurden per Oktober 2009 in sechs Vertriebsbereiche aufgeteilt. Historisch gewachsen hatte es in der alten Douglas-Organisationsstruktur zwischenzeitlich viele Gebietsüberschneidungen gegeben. Diese wurden nun beseitigt. Die konsequente Dezentralität garantiert auch künftig eine hohe Effizienz und schnelle Entscheidungswege.

Im Rahmen der strategischen Sortimentsentwicklung steht der weitere Ausbau der Eigen- und Exklusivmarken im Vordergrund, wobei das größte Wachstumspotenzial im Bereich Pflege und dekorative Kosmetik liegt. In der Körperpflege wird Douglas das Sortiment im Bereich der Einstiegspreislagen ausbauen, um neue Kundengruppen für sich gewinnen zu können. In der Gesichtspflege ist Douglas mit den Marken Annayake und Orlane bereits gut aufgestellt. Gerade in diesem beratungsintensiven Sortimentsbereich kommt Douglas die hohe Kompetenz seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Verkauf zugute. Im Bereich der Düfte setzt Douglas in Zukunft noch stärker auf Exklusivmarken, um die Kunden immer wieder aufs Neue zu begeistern und sich im Wettbewerb weiter profilieren zu können.



Agnieszka Mosurek-Zava
Geschäftsführerin
Douglas Polen



Douglas ist für die Zukunft gut aufgestellt. Mit attraktiven Parfümerien, aktuellsten Sortimenten, herausragendem Service und vor allen Dingen kompetenter und freundlicher Beratung durch hoch motivierte und engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wird Douglas seine Qualitäts- und Marktführerschaft in Europa nachhaltig ausbauen.



Ausgezeichnet: Douglas wurde 2009 zum beliebtesten Handelsunternehmen in Deutschland gewählt.

AUSGEZEICHNET
BELIEBTESTES
HANDELSUNTERNEHMEN
2009
W&P-Fit-Monitor

Innovativ: In Weiterstadt setzt Thalia auf die Verbindung von klassischem und Online-Buchhandel.



Atmosphäre

E-Book

Bücher

Benutzerfreundlichkeit

Kunde

Mitarbeiter

Multichannel

Internet

Service

Starke Marke

Beratung

Marktführer

 **Thalia**



DAS BESTE VIELER WELTEN

Die Thalia-Gruppe ist auch im Geschäftsjahr 2008/09 durch die Eröffnung von zwölf Sortimentsbuchhandlungen weiter gewachsen und hat insgesamt 24 Millionen Euro investiert. Die Umsätze in den 294 Buchhandlungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz stiegen um 6,6 Prozent auf rund 820 Millionen Euro. Die Thalia-Gruppe baute damit ihren Spitzenplatz im deutschsprachigen Buchhandel weiter aus. Die über 5.100 erstklassig ausgebildeten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die ihre Kunden Tag für Tag fachkundig beraten und für die Thalia-Bücherwelten begeistern, haben einen ganz wesentlichen Anteil an diesem Erfolg.

Die 238 Thalia-Buchhandlungen in Deutschland steigerten ihre Umsätze um 6,6 Prozent auf rund 629 Millionen Euro. Zur positiven Entwicklung trug insbesondere die weitere konsequente Umsetzung des Multichannel-Konzeptes bei. Hier spielte vor allem die Sortimentserweiterung um das elektronische Buch eine bedeutende Rolle. Anfang des Jahres 2009 feierte der E-Book-Reader PRS-505 von Sony im deutschsprachigen Buchhandel Premiere. Thalia hatte sich im Vorfeld für die Einführung dieses zukunftsweisenden Segments in der Branche stark



Gudrun Löchl
Filialleiterin
Schloss-Arkaden, Braunschweig

Thalia tut viel, um attraktiv für seine Kunden zu sein. Was macht Thalia so einzigartig?

Es ist das Miteinander. Bei uns wird jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter aktiv in die Arbeitsabläufe einbezogen. Wir treffen Entscheidungen gemeinsam, und als Unternehmer vor Ort haben wir hierbei viel Freiraum. Darüber hinaus gibt es regelmäßige Treffen von Filial- und Bereichsleitung, aus denen ich wertvolle Anregungen für meine tägliche Arbeit mitnehme. Zudem können wir uns dank der Unterstützung aus der Zentrale voll und ganz auf unsere Kunden konzentrieren.

Apropos Kunden: Was bedeutet für Sie persönlich Kundenorientierung?

Für den Standort Braunschweig bedeutete es, anfangs vorhandene Vorurteile gegen Filialisten Stück für Stück abzubauen. Wir sind Buchhändlerinnen und Buchhändler mit Leib und Seele, dabei hoch motiviert und qualifiziert. So haben wir es geschafft, die Kunden für Thalia zu begeistern. Das spiegelt sich auch in unseren Zahlen wider. Natürlich muss es auch so bleiben. Und daran arbeiten wir Tag für Tag.

Die Bedeutung des Internets nimmt zu. Wie macht sich das bemerkbar?

Früher haben sich die Kunden beispielsweise Tipps für den heimischen Garten bei uns geholt. Heute gibt es Anleitungen dazu im Internet. Darüber hinaus sind viele Kunden durch das Internet gut informiert, haben selbst recherchiert und kommen dann mit ganz konkreten Vorstellungen zu uns in die Buchhandlung. Dementsprechend hat sich auch unser Berufsbild gewandelt. Und Thalia wandelt sich mit. Durch den Multichannel-Ansatz können wir den Kunden das Beste aus vielen Welten bieten.

Seit Anfang des Jahres bietet Thalia den Sony Reader an. Wie ist Ihre Bilanz?

Positiv! Wir haben seit dem Start gute Umsätze mit dem Reader erzielt.

Wie lesen Sie?

Noch zähle ich nicht zu den E-Book-Leserinnen. Aber der Platz in meinem Bücherregal ist begrenzt. Doch ganz gleich, wie man literarische Inhalte konsumiert, das klassische Buch – davon bin ich überzeugt – wird es immer geben.



gemacht. Seither können die Kunden in den Online-Shops unter www.thalia.de, www.thalia.at und www.thalia.ch E-Books erwerben und Inhalte herunterladen. Noch ist der Umsatzanteil von E-Books am Gesamtumsatz von Thalia zwar eher gering, wächst im Vergleich zu den weiteren Buchformen aber überproportional. Thalia ist überzeugt, dass durch kommende Modelle des E-Book-Readers der Buchmarkt erweitert wird. Das gedruckte Buch wird dadurch aber nicht ersetzt, sondern erfährt eine attraktive Ergänzung, die zusätzlich die Chance bietet, neue Zielgruppen für das Lesen von Büchern zu gewinnen.

Im Buchsortiment profitierte Thalia von erfolgreich veröffentlichten Titeln wie „Die Leber wächst mit ihren Aufgaben“ des Bestseller-Autors Eckart von Hirschhausen oder der Vampir-Saga „Twilight“ der amerikanischen Jugendbuchautorin Stephenie Meyer. Bei den neu gelisteten E-Books führte „Alle sieben Wellen“ von Daniel Glattauer die Hitliste an. Darüber hinaus bilden die persönlichen Buchempfehlungen der Buchhändler vor Ort einen weiteren wichtigen Baustein in der Sortimentsgestaltung von Thalia und geben jeder Thalia-Buchhandlung eine ganz individuelle Note.

Im Online-Bereich unterstrichen die hohen Zuwachsraten des Online-Shops www.thalia.de aber-



ViTAA: Der Thalia-Wellness-Shop bietet vieles für Körper, Geist und Seele – wie hier in Weiterstadt.

Körper und Geist
Sport
Entspannung
Sortiment
Gesundheit
Partnerschaft
Bewusster Leben

mals die Zugkraft der Multichannel-Strategie und Online-Kompetenz, die zusätzlich von der bestehenden Partnerschaft mit der buch.de internetstores AG getragen wird. Die Thalia Holding GmbH ist an dem drittgrößten Internet-Buch- und Medienhändler im deutschsprachigen Raum mittlerweile mit rund 60 Prozent beteiligt.

Im Rahmen seines Engagements für die Kultur- und Leseförderung hat Thalia in Deutschland im vergangenen Geschäftsjahr gemeinsam mit dem KulturSPIEGEL zu einem Nachwuchsautorenwettbewerb aufgerufen, der auf regen Zuspruch stieß. Auch die Präsenz auf dem internationalen Literaturfestival „lit.COLOGNE“ in Köln, das Thalia seit 2009 als Hauptsponsor im Bereich Buch unterstützt, ist ein Indiz für die Verbundenheit des Unternehmens mit Autoren und Verlagen.

Im Marketing steht die Umsetzung eines generationsübergreifenden Erlebniseinkaufs im Vordergrund. Besonders deutlich wird dies angesichts des im Herbst 2009 aus der Taufe gehobenen Kinder-signets „Thalino“. Der kleine „Buchstaben-Tiger“ ist sowohl in die Kinderbuchabteilungen der Buchhandlungen als auch in die Kinderbuch-Themenwelten im Internet eingezogen und trägt dazu bei, junge Menschen ans Lesen heranzuführen und für Bücher zu begeistern.

Die insgesamt 56 Thalia-Buchhandlungen in Österreich und der Schweiz steigerten ihre Umsätze um 6,6 Prozent auf 191 Millionen Euro. Mit 32 Sortimentsbuchhandlungen in Österreich und 24 in der Schweiz nimmt die Thalia-Gruppe jeweils eine marktführende Position ein.

Bücher

	2008/09	2007/08
Umsatz in Mio €	819,7	768,8
davon Deutschland	628,7	589,6
davon Österreich	112,9	105,3
davon Schweiz	78,1	73,9
Fachgeschäfte	294	291
davon Deutschland	238	236
davon Österreich	32	32
davon Schweiz	24	23
Mitarbeiter/-innen	5.151	5.153
davon Deutschland	3.886	3.878
davon Österreich	710	734
davon Schweiz	555	541
Verkaufsfläche in qm	242.200	236.500
davon Deutschland	197.400	192.300
davon Österreich	28.900	28.900
davon Schweiz	15.900	15.300

Service *Vertrauen*
Erfahrung
Bücher **Tradition** *Geschichte*
Beratung



Mit ihr fing alles an:
Die erste Thalia-
Buchhandlung
Ecke Pferdemarkt/
Alstertor im Herzen
von Hamburg.



Legten den Grundstein für
den Thalia-Erfolg: Erich (links)
und Jürgen Könnecke.

Als am 15. August 1919 in Hamburg ein kleiner Buchladen namens „Thalia“ erstmals seine Pforten öffnete, konnte niemand ahnen, dass aus dieser Geschäftsgründung einmal eine internationale Buchhandelsgruppe mit Präsenz in Deutschland, Österreich und der Schweiz werden sollte. Über 90 Jahre hinweg ist die „Thalia-Familie“ zum „Besten vieler Welten“ zusammengewachsen. Meilensteine der Firmenchronik sind neben der

Gründung durch Alfred Schulze insbesondere die seit 1931 währende Ära der Hamburger Inhaberfamilie Könnecke sowie der Zusammenschluss der Thalia-Gruppe und der Buchhandelsgruppe Phoenix-Montanus im Frühjahr 2001. Nach der Eingliederung weiterer Buchhandlungen und der Eröffnung zahlreicher Standorte ist die Thalia-Gruppe heute Marktführer im deutschsprachigen Raum.



Thalia heute: Eine
moderne Multichannel-
Buchhandlung – wie
hier in Weiterstadt.



Digitales Leseerlebnis:
Der E-Book-Reader kommt
bei den Thalia-Kunden gut an.



Hell, freundlich, einladend: Thalia im KOMM-Center in Offenbach.

Ende Januar 2009 wurde Thalia Österreich von der Tageszeitung „WirtschaftsBlatt“ und dem Online-Marktforscher „Marketagent.com“ zum Imagesieger beim „Best of Handels-Check 2008“ gekürt. Dabei konnte Thalia bei den befragten Kunden vor allem durch hohes Vertrauen sowie kompetente und freundliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter punkten. Im Geschäftsjahr 2008/09 feierte die Thalia-Filiale in der Wiener Mariahilfer Straße – der wichtigsten Einkaufsmeile Österreichs – ihr zehnjähriges Bestehen. Etwa drei Millionen Kunden besuchen jährlich die vielfältige Thalia-Erlebniswelt rund um Buch, Papier und neue Medien.

Bei Thalia in der Schweiz erfreut sich die im Jahr 2008 neu eingeführte Bonuskarte wachsender Beliebtheit und hat sich als Kundenbindungsinstrument fest etabliert. Anfang Juli eröffnete Thalia erstmals eine Buchhandlung im Dreiländereck von Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die knapp 400 Quadratmeter große Thalia-Welt im Einkaufszentrum Rheinpark in St. Margrethen bietet ein buchhändlerisches Vollsortiment mit einem besonderen Schwerpunkt auf englischsprachiger Literatur. Der Schweizer Ständerat hat sich im Dezember 2009

nach langer Diskussion für ein Buchpreisbindungsgesetz ausgesprochen, weil Literatur als Kulturgut besonderen Schutz genießen sollte. Die Thalia-Gruppe, die sich in den letzten Jahren immer wieder für die Wiedereinführung der Preisbindung stark gemacht hatte, begrüßt diese Entscheidung.

Für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist es eine Herzensangelegenheit, ihre Kunden umfassend zu beraten und für die verschiedenen Sortimente zu begeistern. Daher hat Thalia im vergangenen Geschäftsjahr intensiv in Schulungen und Weiterbildungsmaßnahmen investiert. Insbesondere das Thema „Aktives und Emotionales Verkaufen“ spielte hier eine große Rolle. Darüber hinaus haben die ersten Teilnehmer die im Jahr 2008 zur Nachwuchsförderung gegründete „Thalia Academy“ mit Erfolg abgeschlossen.

Auch im Geschäftsjahr 2009/10 will die Thalia-Gruppe durch Neueröffnungen weiter organisch wachsen. Geplant sind rund fünf neue Sortimentsbuchhandlungen. Mit der Eröffnung des ersten Multichannel-Buchhauses im Einkaufszentrum „Loop5“ in Weiterstadt sorgte Thalia gleich zu Beginn des aktuellen Geschäftsjahres für einen Paukenschlag.



Kompetent und fröhlich: Das Offenbacher Thalia-Team.



Karin Germann
Filialleiterin
Schaffhausen

Thalia ist mit 24 Buchhandlungen Marktführer in der Schweiz. Was ist das Besondere an Thalia?

Zunächst einmal unsere hoch qualifizierten und begeisterten Buchhändlerinnen und Buchhändler. Und unsere Läden, die wir im Hinblick auf das Sortiment und den Ladenbau zwar individuell, aber immer mit Wiedererkennungswert und einer persönlichen Note gestalten. Darüber hinaus bieten wir unseren Kunden erstklassigen Service: Der Thalia-Kunde kann sowohl online als auch vor Ort in die Welt der Bücher eintauchen und wird dabei auch noch exzellent beraten. Unser Anspruch ist, Bücher, Medien und mehr aus einer Hand anzubieten.

Was ist das Besondere am Standort Schaffhausen?

Die herzliche Atmosphäre: Das fängt bei einer freundlichen und kompetenten Beratung an und geht über ein breites Sortiment bis hin zu einem Ambiente, in dem sich der Charakter und der Charme unserer Stadt widerspiegeln. Schaffhausen ist eine geschichtsträchtige Stadt mit einem großen kulturellen Angebot und einer grenzüberschreitenden Besucherschar mit verschiedenen Wünschen. Das ist eine spannende Mischung, die uns Tag für Tag vor neue Herausforderungen stellt.

Was macht Ihnen an Ihrem Beruf am meisten Spaß?

Der tägliche Umgang mit Menschen und Büchern. Mich faszinieren die Vielseitigkeit unseres Berufes und die damit verbundenen Aufgaben. Ganz besonders viel Spaß macht mir das Arbeiten mit unseren begeisterungsfähigen Auszubildenden, das Einkaufen und Präsentieren von Neuheiten und natürlich das Verkaufen.

Inwieweit engagiert sich Thalia auch kulturell?

Sehr vielfältig! Thalia ist Sponsor verschiedener Buch- und Literaturfestivals. Wir bieten in unseren Buchhandlungen aber auch Lesungen und Vorträge an. Darüber hinaus führen wir Literatur mit regionalem Bezug und loben Schreibwettbewerbe mit attraktiven Preisen aus. Für unsere jungen Leser gibt es den „Thalino-Club“.



Paradies für kleine Leseratten: Die Kinderbuchabteilung mit „Thalino“, dem Buchstaben-Tiger von Thalia.

Dieses zukunftsweisende Konzept verbindet auf 2.000 Quadratmetern klassischen und Online-Buchhandel auf einzigartige Weise. In der neuen Buchhandlung können die Kunden Informationen abrufen, die sie bisher im stationären Bereich auf diesem Weg nicht erhalten haben. Ein Beispiel hierfür ist die „Weltkarte des Verbrechens“. Auf Touchscreens können sie in der bislang nur im Internet verfügbaren Krimilandkarte nun auch in ihrer Buchhandlung vor Ort landes- und kontinentbezogen die besten Autoren suchen und finden. Einen weiteren Höhepunkt unter den Neueröffnungen wird das ehemalige Lichtspielhaus Metropol in Bonn zum Ende des Geschäftsjahres 2009/10 markieren.

Im klassischen Sortimentsbereich gewinnen die Bereiche „Modernes Antiquariat“ (MA), „Papier/Büro/Schreibwaren“ (PBS), fremdsprachige Literatur und DVDs weiter an Bedeutung. Darüber hinaus setzt Thalia auf den Ausbau von Partnerschaften in buchnahen Segmenten wie dem Erlebnisgeschenke-Anbieter Jochen Schweizer®.

Bei einer Gesamtbetrachtung des Buchmarktes gewinnen Internet und Digitalisierung der Medien zunehmend an Bedeutung. Deshalb will Thalia neben der weiteren Verdichtung seiner stationären Präsenz künftig auch verstärkt sein Online-Angebot ausbauen und anreichern, um für seine Kunden über unterschiedliche Kanäle rund um die Uhr und an jedem Ort mit gewohnt herausragender Qualität und exzellentem Service verfügbar zu sein. Alles in allem ist die Thalia-Gruppe für ihren Weg vom Sortimentsbuchhändler zum Multichannel-Anbieter gut gerüstet.

Freundlichkeit Service

Kompetenz **Mitarbeiter**

Begeisterung Sympathie



.....
*Bücher, Medien und mehr: Die
über 5.100 Buchhändlerinnen und
Buchhändler von Thalia beraten ihre
Kunden gerne – wie hier Julia Franken
(Thalia Remscheid).*
.....



.....
*Zum Abheben schön: Christ
präsentiert sich im „Loop5“
in Weiterstadt in futuristischem
Ambiente.*
.....

SCHMUCKE VERFÜHRUNG SEIT 1863

CHRIST

Die 203 Christ-Juwelieregeschäfte verzeichneten in einem insgesamt leicht rückläufigen Branchenumfeld ein Umsatzwachstum von über zwei Prozent auf mehr als 292 Millionen Euro. Mit einem Investitionsvolumen in Höhe von acht Millionen Euro sind im Geschäftsjahr 2008/09 sechs Juwelieregeschäfte neu eröffnet und weitere 13 modernisiert worden. Alles in allem konnte Christ in Deutschland Marktanteile hinzugewinnen und damit die gute Marktposition ausbauen.



Freundlich und kompetent: Tanja Endler von Christ in Kassel.

Zur Stärkung der Marktposition trug auch die konsequente Weiterentwicklung der Sortimente bei. Gute Umsatzzuwächse erzielte Christ insbesondere mit der Marke Jette. Die Hamburger Schmuck- und Modedesignerin und Juwelier Christ feierten im Herbst 2009 das zehnjährige Bestehen ihrer erfolgreichen Zusammenarbeit. Aber auch Trendmarken wie Pandora mit ihren berühmten „Charms-Armbändern“ und modisch schicke Labels wie Guess oder Skagen trafen den Zeitgeist und verkauften sich gut. Christ hat aber auch in den klassischen Bereichen seine Kernkompetenz weiter gestärkt. Gute Umsatzentwicklungen verzeichnete Christ mit etablierten Uhrenmarken wie Longines und Tissot. Im Trauringbereich wurde mit der Konzeption eines neuen „Trauringkonfigurators“ und der Einrichtung von lokalen Trauring-Lounges die Basis für weiteres Wachstum geschaffen.

Service ist und bleibt für Christ der wichtigste Erfolgsfaktor. Erfreulicherweise wurde die bereits vor zwei Jahren gestartete Serviceoffensive auch im Geschäftsjahr 2008/09 von den Kunden honoriert. Für einen bestmöglichen Service eröffnete Christ im Februar 2009 in Dortmund seine erste Christ-Servicewerkstatt. Sie soll die einzelnen Juwelieregeschäfte entlasten und extern vergebene Reparaturaufträge reduzieren. Die Servicewerkstatt wird seitens der Industrie durch Zertifizierungen, Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die Bereitstellung von Ersatzteilen unterstützt. Mit



Mit viel Herz und Emotionen bei der Sache:
Die Christ-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter
– wie hier Selina Giese (Christ Kassel).



Glänzend gelaut:
Das Christ-Team in Kassel.



bei Christ

Seit zehn Jahren besteht sie nun schon: Die erfolgreiche Zusammenarbeit von Juwelier Christ mit der Hamburger Schmuck- und Modedesignerin Jette Joop. Eigens für Christ kreiert sie zweimal im Jahr eine exklusive Schmuck- und Uhrenkollektion. Der Erfolg kommt nicht von ungefähr: Designerin Jette Joop und Juwelier Christ verstehen es immer wieder, die Wünsche und Sehnsüchte der Kundinnen und Kunden in außergewöhnliche Kreationen umzusetzen.



der Servicewerkstatt sowie zahlreichen Schulungen von Mitarbeitern vor Ort unterstreicht Christ sein Serviceversprechen, auch nach dem Kauf für seine Kunden da zu sein. Mit diesem erstklassigen Service will sich Christ im Wettbewerb weiter profilieren.

Im Marketingbereich entwickelte Christ einen komplett neuen Auftritt und eine neue Ansprache für den Kunden. Mit dem Slogan „Momente des Glücks seit 1863“ unterstreicht Christ seine traditionelle Kompetenz – gepaart mit dem Wunsch, den Kunden unvergessliche Glücksmomente zu schenken. Christ möchte die erste Adresse sein, wenn es für Menschen darum geht, sich selbst oder andere für besondere Momente zu belohnen. Denn warum sollten die Kundinnen und Kunden gemeinsame „Momente des Glücks“ nicht mit einem Besuch bei ihrem „Christ-Lieblingsjuwelier“ verbinden? Den über 2.000 kompetenten und freundlichen Christ-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern liegt es jedenfalls am Herzen, mit dem entscheidenden Quäntchen mehr an Freundlichkeit, Service und Beratung den Besuch bei Christ zu einem puren Vergnügen zu machen.

Christ will Emotionen wecken und die aktuellen Mode- und Designwünsche der Kunden mit einem umfangreichen und zeitgemäßen Sortiment an

Schmuck und Uhren erfüllen. Dieser Anspruch spiegelt sich auch im Ladenbau und den unterschiedlichen Vertriebskonzepten wider. Hier stellte Christ auch im abgelaufenen Geschäftsjahr seine standortspezifische Kundenorientierung unter Beweis. Der anspruchsvollen und modeorientierten Kundschaft präsentiert sich Christ entweder ganz „klassisch wertig“ wie in Nürnberg und Köln oder eher „modern“ wie in Mainz. Für die gehobenen und exklusiven Ansprüche gibt es deutschlandweit sechs „Christ 1863“-Geschäfte beispielsweise in Hamburg, Frankfurt, Mannheim und im Berliner Kaufhaus des Westens (KaDeWe). Abgerundet wird das Filialnetz durch die vier Fachgeschäfte am Frankfurter Flughafen mit Fokus auf das Tourismusgeschäft, wobei zwei „Christ jewellery & watches international“-Geschäfte im zollfreien Bereich mit einem ganz besonders exklusiven Sortiment aufwarten.

Schmuck

	2008/09	2007/08
Umsatz in Mio €	292,4	286,0
Fachgeschäfte	203	204
Mitarbeiter/-innen	2.025	2.020
Verkaufsfläche in qm	19.800	20.000



Einmalig: Christ im Kaufhaus des Westens (KaDeWe) – eines von insgesamt sechs „Christ 1863“-Juwelieregeschäften.



Klassisch wertig: Christ im Hamburger Elbe Einkaufszentrum (EEZ).



Modern und einladend: Juwelier Christ im „Loop5“ in Weiterstadt.



Exklusiv: „Christ jewellery & watches international“ im Terminal 2 am Frankfurter Flughafen.

Der Besuch bei Christ soll den Kunden unvergessliche Glücksmomente beschern. Dabei muss alles stimmen: Der Service, die Beratung und das Ambiente. So wie beim Besuch des Lieblingsitalieners. Christ möchte darüber hinaus die aktuellen Mode- und Designwünsche seiner Kunden erfüllen und Emotionen wecken. Diesem Anspruch will der Juwelier auch mit seinen unterschiedlichen Ladenbau-Typen gerecht werden.

Für Christ ist die Nachwuchsförderung eine echte Herzensangelegenheit. So wurde im vergangenen Geschäftsjahr deutschlandweit die Zahl der Auszubildenden gegenüber dem Vorjahr noch einmal deutlich erhöht. Die Ausbildungsquote liegt jetzt bei über elf Prozent. Da Christ seinen Führungsnachwuchs gerne aus den eigenen Reihen besetzt, zeigt der Juwelier auch nach der Ausbildung attraktive Karrierewege auf. Viele ehemalige Auszubildende sind heute im Unternehmen in leitender Funktion beschäftigt.

Auch im Geschäftsjahr 2009/10 will Christ weiter wachsen. Geplant sind bis zu zehn Neueröffnungen – darunter im Frühjahr in Dresden und am Frankfurter Flughafen, wo Christ dann schon mit fünf Geschäften vertreten sein wird. Einen Höhepunkt unter den Neueröffnungen markierte gleich zu Beginn des aktuellen Geschäftsjahres die Eröffnung des Christ-Juweliergeschäftes im futuristisch anmutenden Einkaufszentrum „Loop5“ im hessischen Weiterstadt. Zudem soll das Filialnetz durch zahlreiche Modernisierungen und Flächenerweiterungen weiter aufgewertet werden.

Im Sortimentsbereich baut Christ auch im kommenden Geschäftsjahr seine Eigen- und Exklusivmarken aus. Darüber hinaus sollen die Kompetenz im Diamantbereich zunehmend gestärkt und weitere Potenziale im Trendmarkenbereich ausgeschöpft werden. In fast jedem Bereich des täglichen Lebens setzt sich der Trend zur Individualisierung von Produkten durch. Auch im Schmucksegment ist das zu beobachten. Christ hat sich darauf eingestellt und wartet künftig – beispielsweise im Trauringbereich – mit einem Angebot an maßgeschneiderten Ringen auf.

Mit seinen besonderen Stärken ist Christ gut aufgestellt, um seinen Kunden als „Stilschmiede“ Spaß und Freude an Uhren und Schmuck zu vermitteln und zusammen mit dem guten Service im intensiven Wettbewerbsumfeld weitere Marktanteile hinzugewinnen zu können.



Miriam Ascanio
Filialleiterin
Frankfurt Flughafen, Terminal 2

Christ möchte seinen Kunden als „Stilschmiede“ Spaß und Freude an Schmuck und Uhren vermitteln. Was bedeutet das für Sie?

Wir greifen aktuelle Design- und Modethemen auf, spüren Trends auf und integrieren diese schnellstmöglich in unser Sortiment. Das ist unser Verständnis von Stilschmiede.

Sie sind bei Christ am Flughafen tätig. Was ist das Besondere an diesem Standort?

Der Flughafen hat sein ganz eigenes Flair und ist ein Standort, der sich ständig weiterentwickelt. Wir haben 365 Tage im Jahr von 7 bis 22.30 Uhr geöffnet. Unser Juweliergeschäft befindet sich im Transit, das heißt, dem nicht öffentlich zugänglichen Bereich des Flughafens. Unsere Kunden sind also überwiegend internationale Passagiere. Dementsprechend sind Fremdsprachenkenntnisse ganz wichtig. Darüber hinaus ist unsere große Markenvielfalt eine Besonderheit. Wir bieten bei uns alles an – von der Fashionuhr bis zur hochwertigen Manufakturuhr.

Was macht Ihnen an Ihrem Beruf am meisten Spaß?

Ich liebe die Abwechslung in meinem Job. Vor allem aber faszinieren mich die persönlichen Geschichten der Kunden, die sie zum Kauf bewegen. Mir bedeutet es sehr viel, für jeden das Richtige zu finden. Das ist es, was jedes Verkaufsgespräch so einzigartig macht. Darüber hinaus ist es mir eine Herzensangelegenheit, dass meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zufrieden und motiviert sind und wir uns gemeinsam über tolle Umsätze freuen können.

Stellen Sie Besonderheiten im Kaufverhalten der internationalen Kundschaft fest?

Jede Nation hat ihre ganz eigene Kultur und Mentalität. Die Herausforderung ist, dies auch im Kundengespräch zu berücksichtigen. Das erfordert viel Fingerspitzengefühl.

Was ist zur Zeit der Renner bei Ihren Kunden?

Bei unserer asiatischen Kundschaft sind derzeit vor allem limitierte Uhren sehr gefragt. Aber auch unsere Christ-Mechanikuhren mit der hochwertigen Optik und dem guten Preis/Leistungs-Verhältnis kommen gut an.

AC



.....
*Spitze in Sachen Mode: Auch Karina Wacker
(AppelrathCüpper Münster) präsentiert
gerne die neuesten Modetrends.*
.....

AppelrathCüpper

DAS MODEHAUS

AppelrathCüpper hat im Geschäftsjahr 2008/09 im Rahmen seiner Neupositionierung seine drei umsatzstärksten Flaggschiffhäuser Hamburg, Köln und Frankfurt umgebaut. Diese drei Modehäuser mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 10.000 Quadratmetern präsentieren sich ihren Kundinnen nun in modernstem Ambiente. Darüber hinaus ist das Stammhaus in Aachen durch die Integration von Armani-, Escada- und Burberry-Shops weiter aufgewertet worden.

Die Umsätze der insgesamt 14 Damen-Modehäuser von AppelrathCüpper blieben trotz der Verbesserungen in Sortiment, Ambiente und Service im Geschäftsjahr 2008/09 mit 131 Millionen Euro um 11,5 Prozent hinter dem Vorjahr zurück. Ohne das im Januar 2009 geschlossene Berliner Haus betrug



Groß in Mode: „AC“ in der Hamburger Mönckebergstraße.

der Umsatzrückgang 7,3 Prozent. Damit konnte sich AppelrathCüpper bisher noch nicht von der weiterhin rückläufigen Branchenentwicklung abkoppeln. Dennoch hat sich das Unternehmen im Rahmen eines Restrukturierungsprogramms mit zahlreichen Maßnahmen gut für die Zukunft aufgestellt.

So wurde beispielsweise das Markenkürzel „AC“ neu eingeführt. Dieses soll künftig immer stärker



Hoch motiviert: Das Team von AppelrathCüpper in Hamburg.

Mode

	2008/09	2007/08
Umsatz in Mio €	131,0	148,0
Fachgeschäfte	14	15
Mitarbeiter/-innen	757	979
Verkaufsfläche in qm	35.300	40.000



zum Synonym für Mode- und Markenkompetenz sowie exzellenten Service werden. Im Bereich Exquisit baute AC seine Sortimentskompetenz mit den erfolgreichen Marken Marccain, Hugo Boss und Burberry weiter aus. Im Trendbereich entpuppten sich die Labels Napapijri und Desigual als echte Renner.

AppelrathCüpper hat die anerkannt gute Beratung und den Service durch maßgeschneiderte Weiterbildungsprogramme für seine über 750 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiter verbessert. Das wird von den Kundinnen sehr geschätzt, weil das



Modisches Duo: Kerstin Dobischok (AC Münster, links) und Susanne Kraft (AC Dortmund).

Beratungsgespräch gerade im Modebereich das „A und O“ ist. Die richtige Kombination aus Freundlichkeit und Fachkompetenz sowie Ehrlichkeit und Servicebereitschaft ist ganz entscheidend für den Verkauf. Zudem hat AC eine Ausbildungsoffensive gestartet und im vergangenen Geschäftsjahr die Anzahl der Auszubildenden mit aktuell fast 50 nahezu verdoppelt.

Im Geschäftsjahr 2009/10 wird AppelrathCüpper den neu eingeschlagenen Weg konsequent weitergehen. Die Sortimente im mittleren bis gehobenen Genre werden mit attraktiven Preislagen weiterentwickelt und gezielt „verjüngt“. Die große Herausforderung ist dabei, jüngere, top-modische Akzente zu setzen, ohne die Bedürfnisse der langjährigen Stammkundschaft zu vernachlässigen. Das ist ein anspruchsvoller, aber notwendiger Spagat, weil AppelrathCüpper sowohl die jüngeren als auch die reiferen Kundinnen an sich binden will.

Die in den Häusern in Dortmund und Mannheim im Herbst 2009 integrierten Mango-Shops kommen bei den Kundinnen gut an. Darüber hinaus setzt AC auch ein neues Accessoires-Konzept um. Dieser aktuelle Trend hält über eigenständig gestaltete Flächen Einzug in die Modehäuser. Mit aktuellen Marken wie Liebeskind positioniert sich AC auch in diesem Segment top-modisch und zeitgemäß. Das neu formierte Einkaufsteam versteht sich als Trendscout und will künftig häufiger „Volltreffer“ landen – wie zuletzt beispielsweise mit der Trendmarke Desigual. Parallel wird AppelrathCüpper auch weiterhin Top-Marken wie Brax, Gerry Weber oder Basler pflegen.

Im Marketing setzt AppelrathCüpper auf saisonale Kampagnen wie zum Beispiel „AC Royal Family“ für die Herbst/Winter-Kollektion 2009/10. Diese zieht sich wie ein roter Faden durch den



*Einladend und großzügig:
Der neue „AC“ in Hamburg
steht für zeitgemäße
Mode-Inszenierung.*



Melanie Stichel
Geschäftsleiterin
Kiel

In diesen Tagen ist es für die Textilbranche nicht einfach. Was macht AppelrathCüpper, um trotzdem erfolgreich zu sein?

Ganz wichtig ist, ein offenes Ohr für unsere Kundinnen und deren Wünsche zu haben. Das schafft Vertrauen. Eines unserer Markenzeichen ist guter Service – insbesondere die intensive und kompetente Beratung. Hier müssen wir auch weiterhin die Nase vorn haben. Und auf die richtigen Sortimente kommt es an. Unser Anspruch ist, dass AppelrathCüpper die erste Adresse für Mode ist.

AppelrathCüpper hat sich neu aufgestellt und präsentiert sich jetzt als „Mehr-Generationen-Modehaus“ auch mit jungen, exklusiven Marken. Wie ist die Kundenresonanz?

Überwiegend positiv – insbesondere auch von älteren Stammkundinnen, die gerne neue, moderne Wege mitgehen. Viele dieser Kundinnen begleiten wir durch unsere neuen Sortimente. So haben sie die optimale Wahl zwischen altbekannten Marken wie Basler und Brax oder den ‚Neulingen‘ im Sortiment wie Gant, Burberry und Armani. Durch die Neupositionierung merken wir zudem einen deutlichen Zuwachs an jüngerer Kundschaft.

Was hat sich am Berufsbild der Modeverkäuferin in den letzten Jahren verändert?

Ich bin jetzt seit rund 17 Jahren in der Modebranche tätig, davon seit fünf Jahren bei AppelrathCüpper. In meinen Augen sind die Kundinnen kritischer geworden. Und auch wesentlich informierter – sei es aus Magazinen oder dem Internet. Sie stellen ihre Outfits heute gern selbst zusammen. Das Wichtigste in der Beratung ist und bleibt für mich aber Offenheit und Ehrlichkeit.

Vor fünf Jahren haben Sie im AC-Haus in Kiel als Abteilungsleiterin angefangen. Heute sind Sie als Geschäftsleiterin für ein Team von etwa 50 Beschäftigten verantwortlich. Wie macht man so schnell Karriere?

Zunächst einmal muss man Vertrauen in seine eigenen Stärken haben. Und Flexibilität ist enorm wichtig. Neue Aufgaben habe ich immer als eine positive Herausforderung betrachtet. Zudem sollte man sich gedanklich und in seinem Handeln auf die jeweils neue Situation einstellen und sie als echte Chance begreifen.

Was macht Ihnen in der Zusammenarbeit mit Ihrem Team am meisten Spaß, und was ist Ihnen am wichtigsten?

Es ist toll zu sehen, wie ein Team zusammenwächst. Ganz wichtig ist die Kommunikation untereinander. Ich versuche immer zu gucken, wo ich helfen und erklären kann. Natürlich gibt es auch klare Richtlinien. Dabei ist aber entscheidend, fair und gerecht zu bleiben. Wovon ich gar nichts halte, ist der Weg des geringsten Widerstandes. Und last but not least: Kein Tag ist wie der andere. Ich liebe den Abwechslungsreichtum in meinem Beruf.

gesamten Marketing-Mix: Anzeigenstrecken in nationalen Modetiteln wie Cosmopolitan, Instyle oder Madame, Beileger in Tageszeitungen oder Bannerwerbung im Internet. Die aktuellen Kampagnen-Motive werden aber auch im Rahmen des „Visual Merchandising“ über geschmackvoll gestaltete Schaufenster und Dekorationen in die Modehäuser selbst übertragen. AppelrathCüpper schafft damit eine hohe Wiedererkennung. Nach den erfolgreichen Kampagnen mit dem Topmodel Toni Garrn wird das neue deutsche Supermodel Katrin Thormann ab Frühjahr 2010 für AC werben.

Bei der Warenpräsentation und im Ladenbau trägt AC durch die Schaffung von „Mix und Match“-Flächen der Tatsache Rechnung, dass sich die modebewusste Kundin von heute ihre Outfits lieber selbst zusammenstellt. Das erhöht die Flexibilität, um saisonal schnell auf sich wandelnde Trends reagieren zu können.

AppelrathCüpper konzentriert alle Aktivitäten auf die nachhaltige Verbesserung der Ertragsstärke. Ziel ist, dass alle Modehäuser am jeweiligen Standort zu den „Platzhirschen“ gehören. Damit sollte AppelrathCüpper von einer Belebung in der Textilbranche profitieren und zu alter Stärke zurückfinden.



Schöner Blickfang: Visual Merchandising bei AppelrathCüpper.

*Immer im Trend: Marta Harengerd
(AppelrathCüpper Münster) zeigt
modebewussten Kundinnen schicke
Kombinationen.*



MIT GENUSS ZUM ERFOLG



Hussel hat auch im Geschäftsjahr 2008/09 konsequent auf Qualität gesetzt und sich im Sortiment, im Ladenbau und vor allem im Service weiter verbessert. Die 274 Hussel-Confisereien in Deutschland und Österreich erzielten mit 101 Millionen Euro Umsätze auf Vorjahresniveau.

Hussel ist es in Deutschland gelungen, seine Marktführerschaft im reinen Confiserie-Segment weiter auszubauen, obwohl die Umsätze in Deutschland leicht um 1,0 Prozent auf 96 Millionen Euro zurückgingen. Hussel konnte seinen Marktanteil dennoch steigern – auch, weil im relevanten Süßwaren-Markt die Umsatzrückgänge aufgrund der



*Naschen erlaubt: Melek Binbas
(Hussel Münster) verwöhnt ihre
Kundinnen und Kunden gerne
mit süßen Leckereien.*





Kristin Endler
Junior-Bereichsleiterin
Hussel Nord



60 Jahre Hussel: Was glauben Sie, ist der Schlüssel zum Erfolg?

Die gute Verbindung zwischen Tradition und Zeitgeist. Darüber hinaus haben unsere Fachgeschäfte und die Ware aber auch einen hohen Wiedererkennungswert.

Das Wichtigste in meinen Augen sind jedoch unsere freundlichen und zuvorkommenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie verkörpern unsere Unternehmenswerte und begeistern die Kunden jeden Tag aufs Neue für unsere tollen Produkte.

Hussel will seinen Kunden „Klasse statt Masse“ bieten. Wodurch zeichnen sich Ihrer Meinung nach die Hussel-Produkte aus?

Durch Hochgenuss pur. Man findet bei uns für jeden Anlass die passende Leckerei. Und dann spielen natürlich die gleichbleibende Spitzenqualität und Exklusivität unserer Produkte eine bedeutende Rolle.

Was ist die größte Herausforderung für Sie als Junior-Bereichsleiterin?

Vertrauen schaffen. Ich nehme mir viel Zeit für jeden Einzelnen in meinem Team, um so eine gute Vertrauensbasis zu schaffen. Das ist ganz wichtig, um gemeinsam erfolgreich zu sein und effektiv zu arbeiten. Und natürlich geht es auch darum, an die Erfolge der letzten Jahre anzuknüpfen.

Was macht Ihnen an Ihrem Beruf am meisten Spaß?

Die Vielseitigkeit, die ich täglich erlebe. Gemeinsam mit meinem Team neue Ideen zu finden, zu entwickeln und dann auch zu verwirklichen. Das ist es, was mir richtig Freude bereitet. Und der Kontakt zu den verschiedensten Menschen – sowohl zu den Kunden als auch zu meinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und meinen Vorgesetzten.

Sie haben den Umsatzpokal 2008/09 auf Bereichsleitererebene für die beste Umsatzsteigerung auf vergleichbarer Fläche gewonnen. Was bedeutet das für Sie?

Das ist eine große Ehre. Ich bin sehr stolz darauf, in so kurzer Zeit so viel mit meinem Team erreicht zu haben. Das zeigt mir, dass wir gemeinsam den richtigen Weg beschreiten. Und nicht zuletzt ist diese Auszeichnung Ansporn, auch im nächsten Jahr einen entscheidenden Beitrag zum Unternehmenserfolg zu leisten.

Und was naschen Sie am liebsten?

Schokolade mit Chili und Salz. Diese außergewöhnliche Komposition findet immer mehr Fans.



Sortimentsvielfalt: Dafür steht Hussel – wie hier im „Loop5“ in Weiterstadt.

hohen Temperaturen während der Oster- und Sommersaison noch stärker ausfielen.

Mit acht Neueröffnungen und elf Umbauten hat Hussel das Filialnetz in Deutschland weiter aufgewertet und die Standorte an die aktuellen Kundenwünsche angepasst. Sehr erfolgreich waren die vielen, attraktiven Aktionen rund um das Jubi-

läum „60 Jahre Hussel“, die bei den Kunden gut ankamen.

In Österreich stiegen die Umsätze der 16 Confi-serien um 18 Prozent auf fast 5 Millionen Euro. Damit konnte Hussel seine Marktposition weiter verbessern und den Abstand zum österreichischen Marktführer Confiserie Heindl verkleinern.



Versüßt Hussel-Fans das Leben:
Das Team in Wuppertal-Elberfeld.

Süßwaren		
	2008/09	2007/08
Umsatz in Mio €	101,0	101,2
davon Deutschland	96,2	97,1
davon Österreich	4,8	4,1
Fachgeschäfte	274	285
davon Deutschland	258	269
davon Österreich	16	16
Mitarbeiter/-innen	1.097	1.109
davon Deutschland	1.040	1.048
davon Österreich	57	61
Verkaufsfläche in qm	15.800	16.600
davon Deutschland	14.900	15.700
davon Österreich	900	900

Im Sortiment untermauerte Hussel seine Innovationskraft und seinen Qualitätsanspruch mit den Neuheiten „Bio-Chocolade“ und „Top-Chocolatiers

der Welt“. Aber auch mit „Soul Food“, den „Dessert Trüffeln“ und den „Gran Cru-Chocoladen“ traf Hussel den süßen Nerv seiner Kunden. Gemeinsam mit dem CdC (Club der Confiseries – eine Vereinigung aus Top-Fachhändlern und Top-Lieferanten) setzt sich Hussel für einwandfreie Qualitäten bei den verarbeiteten Rohstoffen ein. So verwendet Hussel beispielsweise für seine Gran Cru-Plantagen-Chocolade „Iara“ 100 Prozent Edelkakao und hat die hochwertige Qualität dieser Produkte mit dem BIO-Siegel zertifizieren lassen.

Im neuen Geschäftsjahr wird Hussel weiter wachsen und bis zu vier neue Confiseries eröffnen. Darüber hinaus werden zahlreiche bestehende Filialen modernisiert.

Nach dem Motto „Hussel – vom Feinsten“ bieten die Confiseries ein umfangreiches, innovatives und einzigartiges Sortiment und erstklassigen Service durch engagierte Mitarbeiterteams, die ihre Kunden in geschmackvollem Ambiente verwöhnen. Die Artikelanzahl im Sortiment wird weiter optimiert.

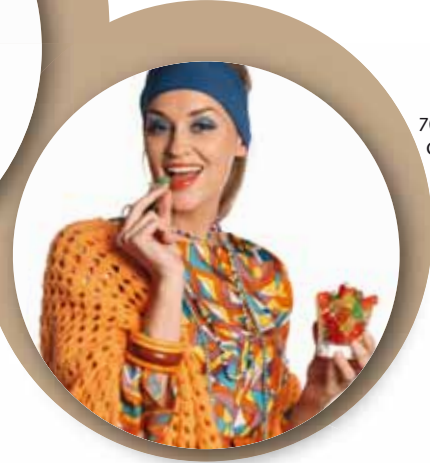


Die Herausforderung heißt hier „weniger ist mehr“. Hussel will seinen Kunden „Klasse statt Masse“ bieten. Dazu gehört beispielsweise die Weiterentwicklung der besten und feinsten Schokoladen der Welt.

Entscheidenden Anteil am Erfolg von Hussel haben die rund 1.100 sympathischen und kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Deshalb bietet Hussel im Rahmen von Schulungen umfangreiche Weiterbildungsmöglichkeiten an – von der kreativen Verpackung über aktives Verkaufen bis zum Spezialseminar „FiT“ für angehende Führungskräfte. Mit qualitativ hochwertigen Produkten, erstklassigem Service und einem ansprechenden Ambiente in seinen Confi-serien will Hussel die Herzen der Kunden auch künftig gewinnen.



50er: Mit Creme-Hütchen, Kaffeeduft und Likörchen fing alles an.



70er: Die Hussel-Huggy-Gummibärchen waren der Renner.



2000er: Aller „Chocoholics“ Liebling heißt „Jara“.

**60 Jahre
Hussel**

*Klasse statt Masse:
Hussel bietet Süßes für
höchste Ansprüche – wie
hier in Weiterstadt.*



Kompetent:
Die Beratung bei
Hussel – wie hier
von Anja Möllmann
(Hussel Weiterstadt).



DIENSTLEISTUNGS- GESELLSCHAFTEN UND SERVICEBEREICHE



Unterstützen und beraten: Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Dienstleistungsstandort Hagen.

Am Dienstleistungsstandort Hagen sind rund 1.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die DOUGLAS-Gruppe tätig. In den Service-Zentralen der Tochtergesellschaften, den Servicebereichen der Holding und den eigenständigen Dienstleistungsgesellschaften steuern sie zentrale Projekte und unterstützen den Vorstand, die Geschäftsführungen und Filialen im administrativen Bereich.

Die Servicebereiche der DOUGLAS HOLDING berichten direkt an den Vorstand. Sie unterstützen und beraten, kontrollieren die Einhaltung von Zielen und Standards und entwickeln neue Ideen und Konzepte für die stetige Weiterentwicklung der DOUGLAS-Gruppe. Das Controlling unterstützt im Rahmen des Planungsprozesses und der monatlichen Forecasts sowie des Investitions- und Beteiligungscontrolling die wertorientierte Entwicklung der DOUGLAS-Gruppe. Der Bereich Finanzen erstellt insbesondere den Konzernabschluss, ist für die Einhaltung und Weiterentwicklung der IFRS-Bilanzierungsrichtlinien verant-

wortlich und stellt die Finanzierung des DOUGLAS-Konzerns und die Liquiditätsversorgung der Tochtergesellschaften sicher. Die Bereiche Investor Relations und Kommunikation bedienen Medien, Finanzmärkte und Aktionäre zeitnah, aktiv und regelmäßig mit allen relevanten Informationen. Die Konzernentwicklung berät Vorstand und Geschäftsführungen bei Geschäftsstrategien, Vertriebstypen- und Sortimentskonzepten und der Optimierung von Geschäftsprozessen. Der Bereich Konzernrevision & Riskmanagement unterstützt den Vorstand durch unabhängige Prüfungen des internen Kontrollsystems in allen in- und ausländischen Geschäftsbereichen und koordiniert das Riskmanagement der DOUGLAS-Gruppe. Die Aufgabe des Bereiches Mergers & Acquisitions besteht darin, Vorstand und Geschäftsführungen bei Akquisitions- und Desinvestitionsprojekten zu unterstützen. Der Bereich Personal & Organisation koordiniert personalpolitische Grundsatzfragen und gruppenübergreifende Projekte wie beispielsweise die Mitarbeiterbefragung

oder die Belegschaftsaktien. Der Bereich Recht & Unternehmensangelegenheiten kümmert sich um alle juristischen Belange von der Akquisition bis zum Markenrecht. Der Bereich Steuern & Consulting berät die Konzerngesellschaften umfassend in allen Fragen von steuerrechtlicher Bedeutung.

Am Dienstleistungsstandort Hagen sind auch die Service-Zentralen nahezu aller Tochtergesellschaften angesiedelt. Sie unterstützen die Filialen im operativen Tagesgeschäft und entlasten sie, indem sie Aufgaben wie Marketing, Einkauf, Controlling und Logistik übernehmen.

Die DOUGLAS Corporate Service GmbH (DCS) fungiert für einen Großteil der Konzerngesellschaften als interner Dienstleister in den Bereichen Finanz- und Rechnungswesen sowie Lohn- und Gehaltsabrechnung. Im Zuge der fortschreitenden Internationalisierung ist die DCS zudem für eine einheitliche Rechnungslegung sowie für die Bilanzierung nach IFRS zuständig. Die Optimierung der genutzten Systeme im Finanz- und Rechnungswesen ist – auch im Hinblick auf die Auslandsgesellschaften – von größter Bedeutung. So werden die Prozesse auf hohem Niveau vereinheitlicht und effektiv gesteuert, was wiederum zu Prozessoptimierungen in der gesamten DOUGLAS-Gruppe führt.

Aufgabe der DOUGLAS Informatik & Service GmbH (DIS) ist, die Möglichkeiten der Informationstechnologie effizient für die Geschäftsprozesse der DOUGLAS-Gruppe einzusetzen. Die strategischen Schwerpunkte liegen in den Anwendungsbereichen der Finanz-, Waren- und Informationswirtschaft sowie der Kundenwirtschaft (CRM), die die Geschäftsprozesse abbilden und die Brücke zwischen „business“ und klassischer IT darstellen. Das Technik-Center (Betrieb des Rechenzentrums und des Telekommunikationsnetzes) sowie das Service-Center (IT-Unterstützung der In- und Auslandsfilialen) runden die Wertschöpfung ab. Die DIS gewährleistet zudem die Wirtschaftlichkeit und Zuverlässigkeit der eingesetzten Soft- und Hardware und entwickelt diese in enger Zusammenarbeit mit den Vertriebsgesellschaften bedarfsorientiert ständig weiter.

Aufgabe der DOUGLAS Immobilien GmbH & Co. KG ist die Akquisition von Mietobjekten im In- und Ausland sowie die Betreuung und Optimierung des

Immobilienportfolios. Dazu gehört auch das Management der mehr als 2.000 laufenden Immobilienverträge. Zudem wickelt die Gesellschaft den gesamten immobilienrelevanten Zahlungsverkehr ab und ist für die Projektsteuerung bei Großinvestitionen verantwortlich.



Projektsteuerung: Nur einer von vielen Tätigkeitsschwerpunkten.

Die EKV Einkaufsverbund GmbH und die EEG Energie-Einkaufsverbund GmbH erzielen durch den gebündelten Einkauf von Nicht-Handelswaren und den Abschluss von Dienstleistungsverträgen Kostenvorteile für die DOUGLAS-Gruppe. Schwerpunkte sind die Bereiche Energiebeschaffung, Telekommunikation, Bürobedarf und Wartungsleistungen. Des Weiteren verwaltet die EKV GmbH die Bürogebäude der Service-Zentrale in Hagen. Durch die Gründung der EEG Energie-Einkaufsverbund GmbH zum 1. Januar 2008 wurde der Strom- und Gaseinkauf weiter optimiert.

Die DOUGLAS Versicherungsvermittlung GmbH (DVV) ist zentraler Ansprechpartner für alle Versicherungsangelegenheiten. Für die inländischen Tochtergesellschaften werden sämtliche Vertragsangelegenheiten verhandelt und alle Schäden zentral abgewickelt. Darüber hinaus steht die DVV auch den Auslandsgesellschaften optional beratend zur Seite. Die DOUGLAS Leasing GmbH verwaltet den Unternehmensfuhrpark mit dem Ziel, die Kosten zu optimieren und Synergieeffekte für die Gruppe zu realisieren.

KONZERNABSCHLUSS

101	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
102	Konzern-Bilanz
103	Eigenkapitalspiegel
104	Segmentberichterstattung
106	Kapitalflussrechnung
107	Anhang
121	Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
126	Erläuterungen zur Bilanz
156	Bestätigungsvermerk

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER DOUGLAS HOLDING AG

für die Zeit vom 1. Oktober 2008 bis 30. September 2009

<i>Gewinn- und Verlustrechnung</i>			
		01.10.2008 bis 30.09.2009	01.10.2007 bis 30.09.2008
		Mio €	Mio €
	Anhang		
1. Umsatzerlöse	6	3.200,8	3.130,4
2. Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren		-1.683,5	-1.643,8
3. Rohertrag aus dem Handelsgeschäft	7	1.517,3	1.486,6
4. Sonstige betriebliche Erträge	8	207,5	206,6
5. Personalaufwand	9	-698,3	-683,1
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	10	-772,0	-733,8
7. Erträge aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	11	0,3	0,4
8. Erträge aus sonstigen Beteiligungen	11	0,2	0,2
9. EBITDA		255,0	276,9
10. Abschreibungen	12	-138,9	-117,0
11. EBIT		116,1	159,9
12. Finanzerträge		5,8	9,8
13. Finanzaufwendungen		-18,0	-20,4
14. Finanzergebnis	13	-12,2	-10,6
15. Ergebnis vor Steuern (EBT)		103,9	149,3
16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	15	-41,1	-52,2
17. Jahresüberschuss		62,8	97,1
18. Ergebnisanteil Minderheitsgesellschafter		0,0	-0,1
19. Konzerngesellschaftern zustehendes Jahresergebnis		62,8	97,0
		in €	in €
Ergebnis je Aktie	23	1,60	2,47

KONZERN-BILANZ DER DOUGLAS HOLDING AG

zum 30. September 2009

Aktiva			
	Anhang	30.09.2009 Mio €	30.09.2008 Mio €
A. Langfristige Vermögenswerte			
I. Immaterielle Vermögenswerte	16	265,5	267,6
II. Sachanlagen	16	478,6	508,4
III. Steuerforderungen	15	7,7	0,0
IV. Finanzielle Vermögenswerte	20	5,8	5,8
V. Anteile an assoziierten Unternehmen		7,9	7,4
VI. Latente Steueransprüche	17	33,3	19,2
		798,8	808,4
B. Kurzfristige Vermögenswerte			
I. Vorräte	18	667,1	666,2
II. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	19	42,7	53,5
III. Steuerforderungen	15	24,3	30,3
IV. Finanzielle Vermögenswerte	20	94,9	104,8
V. Sonstige Vermögenswerte	21	25,0	30,7
VI. Liquide Mittel	22	35,8	49,9
		889,8	935,4
		1.688,6	1.743,8
Passiva			
	Anhang	30.09.2009 Mio €	30.09.2008 Mio €
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital	23	117,8	117,7
II. Kapitalrücklage		218,9	217,8
III. Gewinnrücklagen		374,0	361,3
IV. Ausgleichsposten für Anteile in Fremdbesitz		0,2	0,2
		710,9	697,0
B. Langfristiges Fremdkapital			
I. Rückstellungen für Pensionen	24	29,6	28,3
II. Sonstige langfristige Rückstellungen	25	22,8	20,3
III. Finanzielle Verbindlichkeiten	26	65,1	85,3
IV. Sonstige Verbindlichkeiten	27	5,3	5,8
V. Latente Steuerschulden	17	6,9	8,4
		129,7	148,1
C. Kurzfristiges Fremdkapital			
I. Kurzfristige Rückstellungen	25	133,3	116,3
II. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		254,8	259,9
III. Steuerverbindlichkeiten		50,6	66,4
IV. Finanzielle Verbindlichkeiten	26	296,2	347,1
V. Sonstige Verbindlichkeiten	27	113,1	109,0
		848,0	898,7
		1.688,6	1.743,8

EIGENKAPITALSPIEGEL

Eigenkapitalspiegel

in Mio €	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen	Fremd- anteile	Gesamt
01.10.2007	117,6	216,5	305,0	0,1	639,2
IFRIC 13			2,6		2,6
01.10.2007	117,6	216,5	307,6	0,1	641,8
Währungsumrechnung			2,6		2,6
IAS 32 Minderheitenoptionen			0,1		0,1
IAS 39 Hedge Accounting			-2,8		-2,8
Erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderungen	0,0	0,0	-0,1	0,0	-0,1
Jahresüberschuss			97,0	0,1	97,1
Kapitalerhöhung (Belegschaftsaktien)	0,1	1,3			1,4
Ausschüttung			-43,2		-43,2
Transaktionen mit Anteilseignern	0,1	1,3	-43,2	0,0	-41,8
30.09.2008	117,7	217,8	361,3	0,2	697,0
01.10.2008	117,7	217,8	361,3	0,2	697,0
Währungsumrechnung			-11,0		-11,0
IAS 32 Minderheitenoptionen			5,6		5,6
IAS 39 Hedge Accounting			-1,5		-1,5
Erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderungen	0,0	0,0	-6,9	0,0	-6,9
Jahresüberschuss			62,8		62,8
Kapitalerhöhung (Belegschaftsaktien)	0,1	1,1			1,2
Ausschüttung			-43,2		-43,2
Transaktionen mit Anteilseignern	0,1	1,1	-43,2	0,0	-42,0
30.09.2009	117,8	218,9	374,0	0,2	710,9

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Abgrenzung nach Geschäftsbereichen

in Mio €	Parfümerien		Bücher	
	2008/09	2007/08	2008/09	2007/08
Außenumsätze (netto)	1.853,5	1.823,1	819,7	768,8
Innenumsatz	0,0	0,0	0,0	0,0
Umsatzerlöse	1.853,5	1.823,1	819,7	768,8
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	0,0	0,0	0,3	0,4
Ergebnis aus sonstigen Beteiligungen	0,0	0,0	0,0	0,0
EBITDA	171,8	199,3	57,9	51,3
EBITDA-Marge in %	9,3	10,9	7,1	6,7
Abschreibungen	88,3	67,6	25,2	22,4
EBIT	83,5	131,7	32,7	28,9
Finanzaufwand	20,3	26,3	10,4	10,6
Finanzertrag	5,3	4,7	0,5	0,8
EBT	68,5	110,1	22,8	19,1
Vermögen einschl. Beteiligungen (30.09.)	971,5	1.023,9	389,0	370,8
Investitionen	61,1	91,3	24,2	33,6
Rückstellungen und Verbindlichkeiten (30.09.)	828,0	878,9	332,6	324,5
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt (Vollzeitbasis)	12.266	12.058	4.119	4.089
Verkaufsfläche (1.000 m ²)	274	252	240	224
Verkaufsstellen (30.09.)	1.220	1.171	294	291

	Schmuck		Mode		Süßwaren		Dienstleistungen/ Konsolidierung		DOUGLAS-Konzern	
	2008/09	2007/08	2008/09	2007/08	2008/09	2007/08	2008/09	2007/08	2008/09	2007/08
	292,4	286,0	131,0	148,0	101,0	101,2	3,2	3,3	3.200,8	3.130,4
	0,1	0,0	0,0	0,0	1,3	1,3	-1,4	-1,3	0,0	0,0
	292,5	286,0	131,0	148,0	102,3	102,5	1,8	2,0	3.200,8	3.130,4
	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,4
	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
	24,4	23,1	3,5	5,8	6,0	7,7	-8,6	-10,3	255,0	276,9
	8,3	8,1	2,7	3,9	5,9	7,5	-	-	8,0	8,8
	7,3	8,1	6,6	9,1	3,0	2,9	8,5	6,9	138,9	117,0
	17,1	15,0	-3,1	-3,3	3,0	4,8	-17,1	-17,2	116,1	159,9
	2,2	2,2	1,8	1,2	0,4	0,4	-17,1	-20,3	18,0	20,4
	0,2	0,4	1,1	1,0	0,0	0,0	-1,3	2,9	5,8	9,8
	15,1	13,2	-3,8	-3,5	2,6	4,4	-1,3	6,0	103,9	149,3
	133,8	143,6	68,0	67,2	26,1	27,1	100,2	111,2	1.688,6	1.743,8
	8,0	10,5	5,0	6,0	3,8	4,2	10,2	9,9	112,3	155,5
	77,7	88,0	77,8	80,1	23,4	24,4	-361,8	-349,0	977,7	1.046,9
	1.709	1.671	643	795	791	758	487	471	20.015	19.842
	20	20	37	40	16	17	0	0	587	553
	203	204	14	15	274	285	0	0	2.005	1.966

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Abgrenzung nach geographischen Regionen

in Mio €	Parfümerien		Bücher		Schmuck		Übrige	
	2008/09	2007/08	2008/09	2007/08	2008/09	2007/08	2008/09	2007/08
Umsatzerlöse								
Deutschland	920,0	908,9	628,7	589,6	292,4	286,0	230,4	248,4
Übriges Europa	921,0	901,7	191,0	179,2	0,0	0,0	4,8	4,1
USA	12,5	12,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	1.853,5	1.823,1	819,7	768,8	292,4	286,0	235,2	252,5
Vermögen								
Deutschland	346,9	338,5	321,6	304,4	133,8	143,6	192,0	202,4
Übriges Europa	619,5	679,5	67,4	66,4	0,0	0,0	2,3	3,1
USA	5,1	5,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	971,5	1.023,9	389,0	370,8	133,8	143,6	194,3	205,5
Investitionen								
Deutschland	19,2	34,0	19,9	27,3	8,0	10,5	19,0	19,0
Übriges Europa	41,5	57,0	4,3	6,3	0,0	0,0	0,0	1,1
USA	0,4	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	61,1	91,3	24,2	33,6	8,0	10,5	19,0	20,1

KAPITALFLUSSRECHNUNG

Kapitalflussrechnung

		01.10.2008 bis 30.09.2009	01.10.2007 bis 30.09.2008
		Mio €	Mio €
1.	EBIT	116,1	159,9
2.	+ Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	138,9	117,0
3.	+ Zunahme/Abnahme der Rückstellungen	20,7	8,0
4.	-/+ sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen/Erträge	-4,4	2,6
5.	+/- Gewinne/Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	0,0	0,1
6.	+/- Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	7,2	-44,7
7.	-/+ Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-8,9	13,8
8.	- gezahlte Zinsen	-15,6	-13,2
9.	+ vereinnahmte Zinsen	3,6	3,8
10.	- gezahlte Steuern	-65,9	-38,9
11.	= Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	191,7	208,4
12.	+ Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens und Filialveräußerungen	7,5	6,5
13.	- Investitionen in das Anlagevermögen	-111,3	-155,6
14.	- Zahlungen für den Erwerb und Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	-3,4	-19,2
15.	= Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-107,2	-168,3
16.	= Freier Cash Flow (Summe der Zeilen 11 und 15)	84,5	40,1
17.	+ Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführungen	0,6	1,4
18.	- Dividende an DOUGLAS-Aktionäre	-43,2	-43,2
19.	- Dividende an Minderheitsgesellschafter	0,0	0,0
20.	- Auszahlungen aus der Tilgung von Finanzschulden	-93,9	-200,6
21.	+ Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzkrediten	35,7	100,0
22.	+/- sonstige Veränderungen im Finanzbereich	0,7	-12,2
23.	= Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-100,1	-154,6
24.	= Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes (Summe der Zeilen 11, 15 und 23)	-15,6	-114,5
25.	-/+ Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestandes	-0,9	0,2
26.	+ Finanzmittelbestand zu Beginn des Geschäftsjahres	53,2	167,5
27.	= Finanzmittelbestand am Ende des Geschäftsjahres	36,7	53,2

ANHANG DES KONZERNABSCHLUSSES DER DOUGLAS HOLDING AG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2008/09

1. Allgemeine Grundsätze

Der Konzernabschluss des Handelskonzerns DOUGLAS HOLDING AG mit Sitz in Hagen, Deutschland, und ihrer Tochtergesellschaften zum 30. September 2009 wurde nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) unter Berücksichtigung aller verpflichtend anzuwendenden Bilanzierungsstandards und Interpretationen, die am Bilanzstichtag gültig waren, aufgestellt.

Die Abschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen in- und ausländischen Tochterunternehmen wurden einheitlich nach den entsprechend den IFRS geltenden Gliederungs-, Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen aufgestellt. Von den konzerneinheitlichen Grundsätzen abweichende Ansatz- und Bewertungsregeln wurden durch Aufstellung gesonderter Handelsbilanzen (HB II) beseitigt.

Die Wertangaben in Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung erfolgen einheitlich in Millionen Euro (Mio €).

2. Neue Rechnungslegungsvorschriften des IASB

Der Konzernabschluss der DOUGLAS HOLDING AG ist unter Berücksichtigung sämtlicher veröffentlichter und im Rahmen des Endorsement-Verfahrens der EU verabschiedeter Standards und Interpretationen, die für das Geschäftsjahr 2008/09 verpflichtend anzuwenden waren, aufgestellt worden. Von der Möglichkeit der vorzeitigen Anwendung neuer Standards wird in diesem Konzernabschluss kein Gebrauch gemacht.

Im Vergleich zum Konzernabschluss zum 30. September 2008 haben sich nachfolgende Standards und Interpretationen geändert bzw. waren erstmalig anzuwenden:

IAS 39 „Financial Instruments: Recognition and Measurement“ und IFRS 7 „Financial Instruments: Disclosure“

Im Rahmen der Überarbeitung dieser Standards wurden die Regelungen zur Umgliederung finanzieller Vermögenswerte geändert. Anzuwenden sind die Regelungen für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juli 2008 beginnen. Die EU-Kommission hat diese Änderungen im Rahmen des Endorsement-Verfahrens im September 2009 anerkannt.

IAS 39 „Financial Instruments: Recognition and Measurement“ und IFRIC 9 „Reassessment of Embedded Derivatives“

Im Rahmen dieser Änderungen stellt das IASB klar, dass auch bei einer Umklassifizierung von finanziellen Vermögenswerten aus der Kategorie „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ eine Beurteilung eingebetteter Derivate verpflichtend ist, weil strukturierte Produkte infolge der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert bislang nicht auf das Vorliegen möglicherweise abzuspaltender eingebetteter Derivate zu untersuchen waren. Diese Regelung gilt für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juli 2008 beginnen. Die Änderung ist im Rahmen des Endorsement-Verfahrens durch die EU-Kommission anerkannt worden.

IFRIC 12 „Service Concession Arrangements“

Die Interpretation regelt Fragen der Bilanzierung von Rechten und Pflichten aus Dienstleistungsvereinbarungen, die Unternehmen zur Erstellung von Vermögenswerten verpflichten, die in der öffentlichen Hand verbleiben. Die Regelungen sind für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2008

beginnen, anzuwenden. Diese Interpretation ist im Rahmen des Endorsement-Verfahrens der EU-Kommission anerkannt worden.

IFRIC 13 „Customer Loyalty Programs“

Der DOUGLAS-Konzern hat im Geschäftsjahr 2008/09 erstmalig die Vorschriften des IFRIC 13 angewendet. Die im Juli 2007 veröffentlichte Interpretation behandelt Fragestellungen der bilanziellen Abbildung von Kundenbindungsprogrammen, im Rahmen derer Kunden Prämiegutschriften gewährt werden, die künftig zum Erhalt vergünstigter oder kostenfreier Waren oder Dienstleistungen eingesetzt werden können. IFRIC 13 wirkt sich im DOUGLAS-Konzern auf die Bilanzierung und Bewertung von Kundenbonusprogrammen ausländischer Tochtergesellschaften aus. Der Teil der Gegenleistung, der den Bonusgutschriften zugeordnet wird, wurde bislang zum Einkaufspreis bewertet. Gemäß IFRIC 13.6 wird die Bewertung nunmehr zum beizulegenden Zeitwert durchgeführt. Die Abgrenzung der Bonusgutschrift erfolgt unter Anwendung von IAS 18.13 durch Kürzung der Umsatzerlöse. Erst bei der Einlösung der Bonuspunkte werden die hieraus resultierenden Umsatzerlöse realisiert.

Neben den ausländischen Bonusprogrammen hat der DOUGLAS-Konzern auch die Bilanzierung und Bewertung inländischer Kundenbindungsprogramme, die nicht in den Anwendungsbereich von IFRIC 13 fallen, angepasst, um eine einheitliche Bilanzierung und Präsentation zuverlässiger und relevanter Information zu gewährleisten.

Gemäß IAS 8.22 erfolgte die erstmalige Anwendung retrospektiv, wodurch die Werte des Vorjahres angepasst worden sind. In zwei der ausländischen Tochtergesellschaften wurden im zurückliegenden Geschäftsjahr im Rahmen von Schätzungsänderungen die Einlösequoten, die der Berechnung zugrunde liegen, ergebniswirksam angepasst.

Die Anpassungen der Vorjahreswerte wirken sich wie folgt auf die Posten der Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung zum 30. September 2008 aus:

Auswirkungen auf die einzelnen Posten der Gewinn- und Verlustrechnung und Bilanz

in Mio €	Darstellung 30.09.2008 ohne Anpassung	Darstellung 30.09.2008 inklusive geänderter Bilanzierung Kunden- bindungsprogramme	davon Veränderungen aus inländischen Programmen	davon Veränderungen aus ausländischen Programmen
Umsatzerlöse	3.138,2	3.130,4	-7,3	-0,5
Sonstige betriebliche Erträge	205,4	206,6	1,2	0,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-742,6	-733,8	-8,8	0,0
EBITDA	274,7	276,9	2,7	-0,5
EBIT	157,7	159,9	2,7	-0,5
EBT	147,1	149,3	2,7	-0,5
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-51,9	-52,2	0,5	-0,2
Jahresüberschuss	95,2	97,1	2,2	-0,3
Ergebnis je Aktie (in €)	2,43	2,47		
Latente Steueransprüche	20,0	19,2	-0,2	1,0
Gewinnrücklagen	356,8	361,3	4,6	-2,0
Latente Steuerschulden	7,6	8,4	0,8	0,0
Kurzfristige Rückstellungen	119,4	116,3	0,4	-3,5
Steuerverbindlichkeiten	67,8	66,4	-1,4	0,0
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	110,6	109,0	-8,3	6,7

Folgende Auswirkungen auf die Werte der Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung hätten sich ergeben, wenn die Regelungen des IFRIC 13 nicht zum 30.09.2009 angewendet worden wären:

Auswirkungen auf die einzelnen Posten der Gewinn- und Verlustrechnung und Bilanz					
in Mio €	Darstellung 30.09.2009 ohne geänderte Bilanzierung Kunden- bindungsprogramme	Darstellung 30.09.2009 inklusive geänderter Bilanzierung Kunden- bindungsprogramme	davon Veränderungen aus inländischen Programmen	davon Veränderungen aus ausländischen Programmen	
Umsatzerlöse	3.209,2	3.200,8	7,3		1,1
Sonstige betriebliche Erträge	204,9	207,5	-2,6		0,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-764,8	-772,0	7,2		0,0
EBITDA	253,6	255,0	-2,5		1,1
EBIT	114,7	116,1	-2,5		1,1
EBT	102,5	103,9	-2,5		1,1
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-41,6	-41,1	-0,8		0,3
Jahresüberschuss	60,2	62,8	-1,7		-0,9
Ergebnis je Aktie (in €)	1,53	1,60			
Latente Steueransprüche	30,8	33,3	-1,6		-0,9
Gewinnrücklagen	368,5	374,0	-4,6		-0,9
Latente Steuerschulden	3,8	6,9	-4,6		1,5
Kurzfristige Rückstellungen	132,9	133,3	-0,4		0,0
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	119,6	113,1	9,7		-3,2

IFRIC 16 „Hedges of a Net Investment in a Foreign Operation“

Ziel dieser Interpretation ist die Klarstellung, was als Risiko im Rahmen der Absicherung eines ausländischen Geschäftsbetriebes anzusehen ist, und wo innerhalb der Unternehmensgruppe das Instrument zur Sicherung gehalten werden darf. Diese Interpretation ist für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Oktober 2008 beginnen, anzuwenden. Die EU-Kommission hat diesen IFRIC im Juni 2009 anerkannt.

Neben den für den Konzernabschluss zum 30. September 2009 verpflichtend anzuwendenden Standards und Interpretationen gibt es weitere neue und überarbeitete Standards und Interpretationen, die aber noch nicht für Geschäftsjahre anzuwenden sind, die zum 1. Oktober 2008 begonnen haben.

IFRS 1 „First Time Adoption of International Financial Reporting Standards“

Im Juli 2009 hat das IASB Änderungen des Standards vorgenommen, die sicherstellen sollen, dass Unternehmen im Zeitpunkt der Erstanwendung der IFRS keine unnötigen Kosten und Zusatzbelastungen entstehen. Anzuwenden sind diese Änderungen für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnen, diese Änderungen sind aber bislang noch nicht von der EU-Kommission anerkannt worden. Darüber hinaus sind weitere Erleichterungen zur erstmaligen Anwendung der IFRS beschlossen worden, die für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2010 beginnen, anzuwenden sind, die aber ebenfalls noch nicht von der EU-Kommission anerkannt worden sind.

IFRS 1 „First Time Adoption of International Financial Reporting Standards“ und IAS 27 „Consolidated and Separate Financial Statements“

Diese Änderung, die im Mai 2008 veröffentlicht wurde, enthält Regelungen hinsichtlich der Anschaffungskosten von gemeinschaftlich geführten Unternehmen und assoziierten Unternehmen und ist ab dem 1. Januar 2009 gültig. Die EU-Kommission hat diese Änderung im Januar 2009 im Rahmen des Endorsement-Verfahrens anerkannt.

IFRS 2 „Share-based payment – Vesting Conditions and Cancellations“

Die im Januar 2008 veröffentlichte Änderung des IFRS 2 enthält im Wesentlichen Modifikationen der Definition von Ausübungsbedingungen sowie Regelungen zur Annullierung eines Planes durch Dritte. Der überarbeitete Standard ist für Geschäftsjahre, die nach dem 1. Januar 2009 beginnen, anzuwenden. Diese Änderungen wurden im Rahmen des Endorsement-Verfahrens der EU-Kommission anerkannt. Darüberhinaus sind in 2009 weitere Änderungen des IFRS 2 hinsichtlich der Darstellung von aktienbasierter Vergütung in Abschlüssen von Tochterunternehmen vorgenommen worden, die für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2010 beginnen, gültig sind. Diese Änderungen sind bislang noch nicht im Rahmen des Endorsement-Verfahrens von der EU-Kommission anerkannt worden.

IFRS 3 „Business Combinations“

Im Rahmen der Überarbeitung von IFRS 3 wurde ein Wahlrecht zwischen der Full-Goodwill-Methode und der derzeit angewendeten Methode eingeführt. Des Weiteren wurden die Regelungen zur Step Acquisition modifiziert und die Aktivierungsfähigkeit der Akquisitionskosten gestrichen. Die Änderungen gelten für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnen. Diese Änderungen sind im Rahmen des Endorsement-Verfahrens der EU-Kommission anerkannt.

IFRS 7 „Financial Instruments“

Im Rahmen eines Änderungsstandards sieht der IASB erweiterte Angaben zur Bewertung von Finanzinstrumenten zum beizulegenden Zeitwert und zu Liquiditätsreserven vor. Diese Änderungen gelten für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen. Diese Änderung wurde bislang noch nicht durch die EU-Kommission anerkannt.

IFRS 8 „Operating Segments“

Am 30. November 2006 hat das IASB IFRS 8 veröffentlicht, der den bisher einschlägigen Standard IAS 14 zur Segmentberichterstattung für die Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen, ersetzen wird. Der Standard ist am 21. November 2007 im Rahmen des Endorsement-Verfahrens von der EU-Kommission ins EU-Recht übernommen worden.

IAS 1 „Presentation of Financial Statements“ – Revised Presentation

Die im September 2007 veröffentlichten Änderungen des IAS 1 beziehen sich auf terminologische Änderungen bisher verwendeter Begriffe für Bestandteile des IFRS-Abschlusses sowie die Darstellung der Gewinn- und Verlustrechnung bzw. des Eigenkapitalspiegels. Der überarbeitete Standard ist für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen, anzuwenden. Die Änderung wurde im Dezember 2008 im Rahmen des Endorsement-Verfahrens der EU-Kommission anerkannt.

IAS 23 „Borrowing Costs“

Im März 2007 wurde IAS 23 geändert, wobei in der geänderten Version das Wahlrecht entfällt, Fremdkapitalkosten, die direkt dem Erwerb oder der Herstellung eines qualifizierten Vermögenswertes zuzuordnen sind, sofort als Aufwand anzuerkennen. Der geänderte Standard ist für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen, anzuwenden. Die Änderung wurde im Rahmen des Endorsement-Verfahrens der EU-Kommission anerkannt.

IAS 27 „Consolidated and Separate Financial Statements“

Die Änderungen dieses Standards beziehen sich auf die Frage, wie zur Veräußerung gehaltene Anteile an Tochterunternehmen zu bewerten sind. Diese Vorschrift betrifft die Bilanzierung von Tochterunternehmen, Joint Ventures und assoziierten Unternehmen im Einzelabschluss eines Unternehmens. Diese Regelungen sind für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnen, anzuwenden. Die EU-Kommission hat diese Änderung bereits genehmigt.

IAS 32 „Financial Instruments: Disclosure“ und IAS 1 „Presentation of Financial Statements“

Entsprechend diesen Änderungen der Standards sind bestimmte von Unternehmen emittierte Instrumente, trotz des Charakters von Verbindlichkeiten als Eigenkapital einzustufen. Diese Änderungen sind für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen, anzuwenden. Die EU-Kommission hat diese Änderungen im Rahmen des Endorsement-Verfahrens bereits anerkannt.

IAS 39 „Financial Instruments: Recognition and Measurement“

Im Zuge der Überarbeitung des IAS 39 wurden Regelungen hinsichtlich der Abbildung von Fair Value Hedges geändert. Diese Vorschriften sind für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnen, anzuwenden. Die EU-Kommission hat diese Änderungen im September 2009 im Rahmen des Endorsement-Verfahrens anerkannt.

IFRIC 15 „Agreements for the Construction of Real Estate“

IFRIC 15 betrifft Fragestellungen der Ertragsrealisierung bei Bauvorhaben und ist für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen. Die EU-Kommission hat diese Interpretation am 22. Juli 2009 im Rahmen des Endorsement-Verfahrens anerkannt.

IFRIC 17 „Distributions of Non-cash Assets to Owners“

IFRIC 17 regelt Themen, wie Unternehmen andere Vermögenswerte als Zahlungsmittel zu bewerten haben, die als Dividende an Anteilseigner übertragen werden. Diese Interpretation tritt für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnen, in Kraft. Die EU-Kommission hat diese Interpretation bislang noch nicht im Rahmen des Endorsement-Verfahrens anerkannt.

IFRIC 18 „Transfers of Assets from Customers“

IFRIC 18 gibt zusätzliche Hinweise zur Bilanzierung von Vereinbarungen zur Übertragung von Vermögenswerten des Kunden an ein Unternehmen, das diese dazu nutzt den Kunden mit Gütern oder Dienstleistungen zu versorgen wie beispielsweise in der Energieindustrie. Diese Interpretation ist für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnen, anzuwenden. Die EU-Kommission hat diese Interpretation bislang noch nicht im Rahmen des Endorsement-Verfahrens anerkannt.

Darüber hinaus hat der IASB im Rahmen des jährlichen Improvementprojektes 2008 geringfügige Änderungen in nachfolgenden Standards vorgenommen, die fast alle für Abschlüsse für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen, anzuwenden sind. Die Änderungen aus dem Improvementprojekt 2008 sind bereits von der EU-Kommission anerkannt worden.

IAS 1 „Presentation of Financial Statements“

IAS 7 „Statements of Cash Flow“

IAS 8 „Accounting Policies, Changes in Accounting Estimates and Errors“

IAS 10 „Events after the Reporting Period“

IAS 16 „Property, Plant and Equipment“

IAS 18 „Revenue“

IAS 20 „Accounting for Government Grants and Disclosure of Government Assistance“

IAS 23 „Borrowing Costs“

IAS 26 „Accounting and Reporting by Retirement Benefit Plans“

IAS 28 „Investments in Associates“

IAS 29 „Financial Reporting in Hyperinflationary Economies“

IAS 31 „Interests in Joint Ventures“

IAS 32 „Financial Instruments: Presentation“

IAS 34 „Interim Reporting“

IAS 36 „Impairment of Assets“

IAS 38 „Intangible Assets“

IAS 39 „Financial Instruments: Recognition and Measurement“

IAS 40 „Investment Property“

IAS 41 „Agriculture“

IFRS 1 „First-time Adoption of International Financial Reporting Standards“

IFRS 5 „Non-current Assets held for Sale and Discontinued Operations“

IFRS 7 „Financial Instruments: Disclosure“

Im Rahmen des Improvementprojektes im Jahr 2009 sind geringfügige Änderungen nachfolgender Standards vorgenommen worden, die bislang noch nicht von der EU Kommission anerkannt worden sind. Diese Änderungen sind für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2010 beginnen, anzuwenden.

IAS 1	„Presentation of Financial Statements“
IAS 7	„Statements of Cash Flow“
IAS 17	„Leases“
IAS 36	„Impairment of Assets“
IAS 38	„Intangible Assets“
IAS 39	„Financial Instruments: Recognition and Measurement“
IFRS 2	„Share-based Payment“
IFRS 5	„Non-current Assets held for Sale and Discontinued Operations“
IFRS 8	„Operating Segments“
IFRIC 9	„Reassessment of Embedded Derivatives“
IFRIC 16	„Hedges of a Net Investment in a Foreign Operation“

Die oben dargestellten Neuerungen der Standards und Interpretationen werden vom DOUGLAS-Konzern nicht vorzeitig angewendet. Aufgrund der oben dargestellten Änderungen werden sich voraussichtlich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des DOUGLAS-Konzerns ergeben.

3. Grundsätze der Konsolidierung

Konsolidierungskreis

Im Konzernabschluss werden alle in- und ausländischen Gesellschaften voll konsolidiert, bei denen die DOUGLAS HOLDING AG unmittelbar oder mittelbar Kontrolle ausübt. Tochterunternehmen werden ab dem Zeitpunkt in den Konzernabschluss einbezogen, an dem die Kontrolle auf den Konzern übergegangen ist. Sie werden zu dem Zeitpunkt entkonsolidiert, an dem die Kontrolle endet.

Gemeinschaftsunternehmen sind Gesellschaften, über die mit anderen Unternehmen die gemeinsame Führung ausgeübt wird. Diese werden quotaal in den Konzernabschluss einbezogen. Wesentliche assoziierte Unternehmen, auf die die DOUGLAS HOLDING AG einen maßgeblichen Einfluss ausübt, werden nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. Assoziierte Unternehmen von untergeordneter Bedeutung für den Konzernabschluss werden nach dem Anschaffungskostenprinzip bewertet.

Konsolidierungskreis

	Inland	Ausland	Gesamt
Stand 1. Oktober 2008	56	37	93
erstmalig konsolidierte Gesellschaften	2	0	2
verschmolzene Gesellschaften	11	2	13
Stand 30. September 2009	47	35	82

Im Parfümeriebereich wurden zum 28. November 2008 die restlichen 50 Prozent der Anteile der Gesellschaft S.A. LPG mit Sitz in Clermont-Ferrand/Frankreich übernommen und auf die Parfümerie Douglas France S.A. in Lille/Frankreich verschmolzen. Des Weiteren wurden im Inland die Vermögenswerte der Parfümerie Aurel in Coesfeld sowie in Frankreich die Vermögenswerte der SAS Votre Beauté in Plaisir übernommen.

Im Buchbereich wurden mit Wirkung zum 1. Oktober 2008 die Vermögenswerte der Gesellschaften Center Bücherland Lutz Grobel GmbH in Hürth und Bücher Kehrein mit Sitz in Neuwied erworben.

Die Auswirkungen dieser einzelnen Transaktionen auf die Finanz-, Vermögens- und Ertragslage des Konzerns sind von untergeordneter Bedeutung. Die Kaufpreise für alle genannten Erwerbe belaufen sich auf insgesamt 2,8 Millionen Euro, darin sind nur in unwesentlichem Umfang Erwerbsnebenkosten enthalten. Die Kaufpreise wurden in bar beglichen. Darüber hinaus sind im abge-

laufenen Geschäftsjahr nachträgliche Anschaffungskosten für zwei Unternehmenserwerbe in Vorjahren in Höhe von 0,8 Millionen Euro gezahlt worden.

Im Rahmen der Unternehmenskäufe des zurückliegenden Geschäftsjahres sind Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von zusammen 0,8 Millionen Euro entstanden. Geschäfts- oder Firmenwerte wurden gebildet, soweit keine zuverlässig bewertbaren und separierbaren immateriellen Vermögenswerte in der erworbenen Gesellschaft identifiziert werden konnten. Die als Geschäfts- oder Firmenwert aktivierten Beträge spiegeln im Wesentlichen erworbene Marktanteile wider.

In der Zeit der Konzernzugehörigkeit erwirtschafteten die hinzu erworbenen Gesellschaften Umsätze in Höhe von 5,0 Millionen Euro und Ergebnisse von -0,4 Millionen Euro. Da die im Geschäftsjahr erworbenen Filialen alle bereits zu Beginn des abgelaufenen Geschäftsjahres erworben wurden, entsprechen diese Beträge auch der Auswirkungen auf das Gesamtgeschäftsjahr.

Im zurückliegenden Geschäftsjahr wurden darüber hinaus mit Wirkung zum 1. Oktober 2008 die Gesellschaften Douglas Nord GmbH Co. & KG, Douglas Nord Verwaltungs GmbH, Douglas Süd GmbH & Co. KG, Douglas Süd Verwaltungs GmbH, Douglas West GmbH & Co. KG, Douglas West Verwaltungs GmbH und IPA Brixner GmbH zur Parfümerie Douglas Deutschland GmbH verschmolzen.

Des Weiteren sind im Buchbereich mit Wirkung zum 1. Januar 2009 die Gesellschaften Buch und Kunst GmbH & Co. KG, Dresden, sowie die B+K Beteiligungs GmbH – ebenfalls mit Sitz in Dresden – durch Verschmelzung aus dem Konsolidierungskreis ausgeschieden. Zudem ist die Thalia Service GmbH, Hagen, auf die Thalia Holding GmbH, Hamburg, mit Wirkung zum 1. Oktober 2008 verschmolzen worden. In der Schweiz ist die Gesellschaft Stauffacher Buchhandlung AG, Bern, durch Verschmelzung – ebenfalls mit Wirkung zum 1. Oktober 2008 – auf die Thalia Bücher AG, Bern, aus dem Konsolidierungskreis ausgeschieden.

Im Bereich Mode wurde die Gesellschaft Appelrath-Cüpper GmbH & Co. KG, Kiel, zum 1. Oktober 2008 zur Reiner Appelrath-Cüpper Nachfolge GmbH mit Sitz in Köln überführt.

Im Buchbereich wurden mit Wirkung zum 1. Dezember 2009 weitere 24,7 Prozent der Anteile von buch.de internetstores AG mit Sitz in Münster erworben. Damit erhöhten sich die gehaltenen Aktien auf 60,2 Prozent des gezeichneten Stammkapitals. Entsprechend hat ab dem 1. Dezember 2009 eine Vollkonsolidierung zu erfolgen. Der Kaufpreis für diesen Erwerb beläuft sich auf 8,4 Millionen Euro.

Eine Angabe der unmittelbar vor dem Zusammenschluss bestehenden IFRS-Buchwerte ist nicht möglich, da die erworbenen Unternehmen vor dem Erwerb nicht nach IFRS-Vorschriften bilanziert haben.

Insgesamt ergeben sich aus Veränderungen im Konsolidierungskreis die nachfolgend dargestellten Auswirkungen auf die Konzernbilanz:

Veränderung des Konsolidierungskreises

in Mio €	Zugänge	Abgänge	Saldo
Langfristige Vermögenswerte	1,9	0,0	1,9
Kurzfristige Vermögenswerte	0,5	0,0	0,5
Liquide Mittel	0,2	0,0	0,2
Langfristige Verbindlichkeiten	0,0	0,0	0,0
Kurzfristige Verbindlichkeiten	0,3	0,0	0,3

Die buch.de internetstores AG, Münster, an der zum Bilanzstichtag ein Anteil von 35,5 Prozent gehalten wurde, wird nach der Equity-Methode auf Basis eines Zwischenabschlusses zum 30. September 2009 in den Konzernabschluss einbezogen. Der Abschlussstichtag ist abweichend vom Geschäftsjahresende des DOUGLAS-Konzerns der 31. Dezember. Auf Basis des Börsenkurses zum 30. September 2009 ergibt sich für buch.de ein anteiliger Marktwert von 14,8 Millionen Euro (Vorjahr: 9,4 Millionen Euro). Auf die Anwendung der Equity-Methode wurde bei sechs Unternehmen (davon einem im Ausland) wegen untergeordneter Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des DOUGLAS-Konzerns verzichtet. Sie sind zu Anschaffungskosten bilanziert. Aufgrund des Geschäftsvolumens stellen diese Gesellschaften keine Zwischenabschlüsse auf. Aus diesem Grund liegen zum Bilanzstichtag keine Informationen zu Vermögenswerten, Schulden, Erlösen und Periodenergebnissen vor. Bei diesen Beteiligungen handelt es sich um Gesellschaften, deren Leistungen der DOUGLAS-Konzern in Einzelfällen in Anspruch nimmt, sowie einer Gesellschaft mit Süßwarengeschäften in Portugal. Die

beizulegenden Zeitwerte dieser Gesellschaften sind nicht verlässlich bestimmbar. Die Abschlussstichtage der Gesellschaften weichen von denen des DOUGLAS-Konzerns ab.

In nachfolgender Übersicht sind die wesentlichen Finanzdaten der at equity in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaft dargestellt (Werte jeweils zum 31. Dezember):

At equity einbezogene Gesellschaften		
in Mio €	30.09.2009	30.09.2008
Langfristige Vermögenswerte	10,6	10,7
Kurzfristige Vermögenswerte	22,3	18,1
Langfristige Verbindlichkeiten	0,6	0,6
Kurzfristige Verbindlichkeiten	11,2	8,2
Nettovermögen	21,1	20,0
	2009	2008
Erträge	73,1	67,0
Aufwendungen	72,2	67,5
Jahresergebnis	0,9	-0,5

Konsolidierungsmethoden

Die Abschlüsse der in die Konsolidierung einbezogenen Gesellschaften sind auf den 30. September 2009 aufgestellt. Die Einzelabschlüsse wurden unter Anwendung folgender Grundsätze zum Konzernabschluss zusammengefasst:

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt durch Verrechnung der Anschaffungskosten mit dem Konzernanteil am beizulegenden Zeitwert des Reinvermögens der konsolidierten Tochterunternehmen zum Zeitpunkt des Erwerbs. Dabei entstandene aktive Unterschiedsbeträge werden als Firmenwert aktiviert und jährlich auf Werthaltigkeit hin geprüft. Negative Unterschiedsbeträge werden direkt erfolgswirksam über die Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Auf Minderheitsgesellschafter entfallende stille Reserven und stille Lasten werden als Minderheitenanteile dargestellt.

Geschäfts- oder Firmenwerte, die aus Neuerwerben ab dem 1. Oktober 2004 resultieren, werden nicht planmäßig abgeschrieben, sondern einem jährlichen Impairmenttest unterzogen. Liegen Anhaltspunkte für Wertminderungen vor, werden auch unterjährig entsprechende Wertminderungstests durchgeführt.

Im Rahmen der IFRS-Eröffnungsbilanz zum 1. Oktober 2004 ist auf eine rückwirkende Anwendung des IFRS 3 verzichtet worden und somit von den Vereinfachungsmöglichkeiten des IFRS 1 Gebrauch gemacht worden. Die Geschäfts- oder Firmenwerte in der IFRS-Eröffnungsbilanz sind folglich wie in der HGB-Bilanz mit den Gewinnrücklagen verrechnet geblieben.

Forderungen und entsprechende Verbindlichkeiten gegenüber einbezogenen Gesellschaften wurden gegeneinander aufgerechnet. Wesentliche Zwischenergebnisse aus konzerninternen Lieferungs- und Leistungsvorgängen wurden, soweit sie noch nicht durch Umsätze mit Dritten realisiert sind, im Konzernabschluss eliminiert. Umsätze und übrige Erträge aus konzerninternen Lieferungs- und Leistungsbeziehungen wurden mit den korrespondierenden Aufwendungen verrechnet.

Der Anteil des Gewinnes oder Verlustes von assoziierten Unternehmen wurde entsprechend der Equity-Methode mit dem jeweiligen Beteiligungsbuchwert verrechnet. Nicht realisierte Gewinne und Verluste zwischen Konzerngesellschaften und assoziierten Unternehmen wurden eliminiert.

4. Währungsumrechnung

Die Jahresabschlüsse der Tochterunternehmen werden entsprechend des Konzeptes der funktionalen Währung in die Konzernwährung umgerechnet. Die funktionale Währung für die Gesellschaften ist die jeweilige Landeswährung. Die funktionale Währung der Muttergesellschaft ist der Euro.

Die Vermögenswerte und Schulden der ausländischen Gesellschaften, die nicht an der Europäischen Währungsunion teilnehmen, werden mit dem Stichtagskurs in Euro umgerechnet. Die Aufwendungen und Erträge werden mit dem Periodendurchschnittskurs umgerechnet. Die sich da-

durch ergebenden Umrechnungsdifferenzen werden ergebnisneutral im Währungsausgleichsposten innerhalb des Eigenkapitals erfasst.

Für die Währungsumrechnung der ausländischen Tochtergesellschaften wurden folgende Wechselkurse zugrunde gelegt:

Währungskurse

in €			Durchschnittskurs		Stichtagskurs	
			2008/09	2007/08	30.09.2009	30.09.2008
1	US-Dollar	USD	0,739	0,665	0,682	0,697
100	Schweizer Franken	CHF	66,059	61,712	66,287	63,351
100	Polnische Zloty	PLN	23,602	28,630	23,642	29,263
100	Ungarische Forint	HUF	0,359	0,401	0,371	0,411
100	Russische Rubel	RUB	2,368	2,755	2,272	2,742
100	Dänische Kronen	DKK	13,426	13,410	13,433	13,403
100	Türkische Lira	TRY	47,169	54,533	45,977	54,765
100	Tschechische Kronen	CZK	3,804	3,956	3,980	4,054
100	Slowakische Kronen	SKK	3,319	3,135	3,319	3,312
100	Estrnische Kronen	EEK	6,404	6,404	6,406	6,394
100	Litauische Litas	LTL	28,772	28,823	28,936	28,553
100	Lettische Lats	LVL	140,513	141,537	141,183	138,908
100	Rumänische Lei	RON	24,168	27,717	23,729	26,755
100	Kroatische Kuna	HRK	13,643	13,891	13,712	14,011
100	Bulgarische Lewa	BGN	51,063	51,049	51,078	50,976

In den Einzelabschlüssen werden in Fremdwährung gebundene Vermögenswerte und Schulden mit dem Umrechnungskurs im Zugangszeitpunkt umgerechnet. Zu jedem Stichtag erfolgt dann eine erfolgswirksame erfasste Anpassung an den jeweiligen Stichtagskurs.

Insgesamt wurden Erträge aus Kursdifferenzen in Höhe von 2,0 Millionen Euro (Vorjahr: 2,3 Millionen Euro) und entsprechende Aufwendungen von 4,2 Millionen Euro (Vorjahr: 3,2 Millionen Euro) erfolgswirksam erfasst.

5. Grundsätze der Bilanzierung und Bewertung

Immaterielle Vermögenswerte

Geschäfts- oder Firmenwerte, die im Rahmen der Kapitalkonsolidierung entstehen und den Überschuss der Anschaffungskosten eines Unternehmenserwerbes über den dem Konzern zustehenden Anteil am beizulegenden Zeitwert des Reinvermögens des Tochterunternehmens darstellen, werden gemäß den Vorschriften von IFRS 3 aktiviert und einem jährlichen Wertminderungstest unterzogen sowie immer dann, wenn Anzeichen für eine Wertminderung vorliegen. Die Geschäfts- oder Firmenwerte werden zum Zweck der Werthaltigkeitsprüfung den zugrunde liegenden zahlungsmittelgenerierenden Einheiten zugeordnet, die voraussichtlich von den Synergien aus dem Erwerb profitieren. Wird im Rahmen dieses Wertminderungstests festgestellt, dass der erzielbare Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheit unterhalb ihres Buchwertes liegt, so wird der der zahlungsmittelgenerierenden Einheit zugeordnete Geschäfts- oder Firmenwert erfolgswirksam abgeschrieben. Dieser Wertansatz wird auch dann beibehalten, wenn in Folgeperioden die Gründe für die Wertminderung entfallen sollten.

Geschäfts- oder Firmenwerte, die aus dem Erwerb eines assoziierten Unternehmens resultieren, sind im Beteiligungsansatz des assoziierten Unternehmens enthalten.

Sonstige immaterielle Vermögenswerte werden mit ihren Anschaffungskosten in der Bilanz angesetzt. Fremdkapitalkosten werden dabei nicht in die Ermittlung der Anschaffungskosten einbezogen. Immaterielle Vermögenswerte mit beschränkter Nutzungsdauer werden planmäßig linear über ihre Nutzungsdauer abgeschrieben. Ist die Nutzungsdauer nicht bestimmbar, werden diese immateriellen Vermögenswerte nicht planmäßig abgeschrieben. Mindestens einmal jährlich wird geprüft, ob

ein Wertminderungsbedarf besteht. Liegt der erzielbare Betrag dieser Vermögenswerte unterhalb ihres bilanzierten Wertes, werden außerplanmäßige Abschreibungen auf den beizulegenden Zeitwert vorgenommen. Sind die Gründe für in Vorjahren vorgenommene Abschreibungen entfallen, erfolgt eine Wertaufholung. Immaterielle Vermögenswerte, die der planmäßigen Abschreibung unterliegen, werden nur dann einem Wertminderungstest unterzogen, wenn Anhaltspunkte für eine Wertminderung vorliegen.

Sachanlagen

Vermögenswerte des Sachanlagevermögens werden, soweit sie länger als ein Jahr genutzt werden, zu ihren Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich planmäßiger linearer Abschreibungen in der Bilanz aktiviert. Vereinnahmte Investitionszuschüsse mindern die Anschaffungs- oder Herstellungskosten der Vermögenswerte, für die ein Zuschuss gewährt wurde. Fremdkapitalkosten werden grundsätzlich nicht in die Ermittlung der Anschaffungs- oder Herstellungskosten von Sachanlagevermögen einbezogen, sondern sofort aufwandswirksam erfasst. Im Zugangsjahr werden Vermögenswerte des Sachanlagevermögens pro-rata-temporis abgeschrieben. Liegen Anhaltspunkte für Wertminderungen vor, werden die entsprechenden Vermögenswerte einem Werthaltigkeitstest unterzogen. Vermögenswerte des Sachanlagevermögens werden ausgebucht, wenn sie abgehen oder kein weiterer wirtschaftlicher Nutzen aus ihrer weiteren Nutzung zu erwarten ist. Der Gewinn oder Verlust aus der Ausbuchung von Sachanlagen ergibt sich aus der Differenz zwischen ihrem Nettoveräußerungswert und dem Buchwert.

Die Abschreibungsdauern für immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen werden auf Grundlage der erwarteten wirtschaftlichen Nutzungsdauern bestimmt und stellen sich wie folgt dar:

Nutzungsdauern

	Jahre
Software	3 - 5
Mietrechte	5 - 15
Kundenstämme	5 - 10
Wettbewerbsverbote	5
Gebäude	10 - 50
Filialausbauten, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 - 10

Leasing

Das wirtschaftliche Eigentum an Leasinggegenständen wird dem Vertragspartner zugeordnet, der die wesentlichen Chancen und Risiken im Zusammenhang mit dem Leasingobjekt trägt. Wesentliche Leasingverhältnisse betreffen im DOUGLAS-Konzern die Anmietung von Geschäftsfilialen. Leasingverhältnisse werden in der Bilanz entsprechend der Vorschriften von IAS 17 abgebildet. Zur Sicherung größtmöglicher Flexibilität strebt der DOUGLAS-Konzern grundsätzlich Mietverträge mit einer Festmietzeit von nicht mehr als zehn Jahren und ein- oder mehrfach ausübbaren Mietverlängerungsoptionen an, was regelmäßig zu einer Qualifizierung dieser Verträge als Operating Leasing-Verhältnis führt.

Ist das wirtschaftliche Eigentum von geleasteten Gegenständen ausnahmsweise dem DOUGLAS-Konzern zuzurechnen, erfolgt eine Aktivierung der Leasinggegenstände zum Zeitpunkt der Anschaffung, die dann in den Folgeperioden planmäßig linear abgeschrieben werden. Die Aktivierung erfolgt dabei zum Zeitwert des Vermögenswertes oder dem niedrigeren Barwert der Mindestleasingzahlungen. Spiegelbildlich werden die finanziellen Verpflichtungen, die aus den zukünftig zu zahlenden Leasingraten resultieren, in gleicher Höhe passiviert. Die Abschreibung erfolgt über die geschätzte Nutzungsdauer oder die kürzere Vertragslaufzeit. Die Verbindlichkeit wird ratiertlich über die Dauer des Leasingverhältnisses entsprechend der Effektivzinsmethode getilgt und aufgezinzt.

Finanzielle Vermögenswerte

Finanzielle Vermögenswerte, dazu gehören Anteile an nicht konsolidierten Gesellschaften, die nicht mittels der Equity-Methode bewertet werden, übrige Beteiligungen, Ausleihungen, Wertpapiere und vertragliche Forderungen, werden gemäß IAS 39 bilanziert. Entsprechend ihrer Klassifizierung erfolgt die Folgebewertung entweder zum beizulegenden Zeitwert (Wertpapiere und finanzielle Vermögenswerte aus derivativen Finanzinstrumenten) oder zu fortgeführten Anschaffungskosten (Ausleihungen, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen vertraglichen Forderungen). Finanzielle Vermögenswerte werden bei ihrem erstmaligen Ansatz zum beizulegenden Zeitwert bewertet.

Anteile an Unternehmen, auf die der DOUGLAS-Konzern einen maßgeblichen Einfluss hat, werden entsprechend der Equity-Methode mit ihrem anteiligen Eigenkapital in der Bilanz angesetzt und als Anteile an assoziierten Unternehmen ausgewiesen.

Finanzielle Vermögenswerte werden entweder bei deren Erfüllung oder bei der Übertragung der wesentlichen Chancen und Risiken aus der Bilanz ausgebucht.

Finanzielle Vermögenswerte in fremder Währung werden im Zugangszeitpunkt in die funktionale Währung des erwerbenden Konzernunternehmens umgerechnet. Zu jedem Stichtag erfolgt dann eine erfolgswirksam erfasste Anpassung an den jeweiligen Stichtagskurs. Zinserträge und Zinsaufwendungen im Zusammenhang mit finanziellen Vermögenswerten werden periodengerecht innerhalb des Finanzergebnisses erfasst.

Latente Steuern

Die Ermittlung der latenten Steuern erfolgt unter Verwendung der Verbindlichkeitsmethode auf Basis der Vorschriften des IAS 12. Latente Steuern werden somit auf temporäre Differenzen zwischen im Konzernabschluss angesetzten Buchwerten und den Werten der Steuerbilanz gebildet, sofern diese Differenzen in der Zukunft zu Steuerentlastungen oder -belastungen führen. Die Bewertung der latenten Steuern erfolgt dabei unter Berücksichtigung der Steuersätze und Steuervorschriften, deren Geltung im Zeitpunkt der Umkehr der Differenzen erwartet wird. Aktive latente Steuern werden nur in dem Umfang angesetzt, in dem im Zeitpunkt der Umkehr der Differenz zu versteuerndes Einkommen besteht, gegen das die Differenz verrechnet werden kann.

Ist der zukünftige steuerliche Vorteil aus Verlustvorträgen mit hinreichender Sicherheit in künftigen Perioden nutzbar, werden hierfür latente Steuern aktiviert. Aktive und passive latente Steuern werden saldiert, soweit die Steueransprüche und Steuerschulden gegenüber derselben Steuerbehörde bestehen.

Vorräte

Handelswaren sind zum niedrigeren Wert aus Anschaffungskosten und dem Nettoveräußerungswert in der Bilanz angesetzt. Die Anschaffungskosten wurden in einzelnen Bereichen retrograd – ausgehend vom Verkaufspreis mittels angemessener Abschläge – ermittelt. Der Nettoveräußerungswert ist der geschätzte, im normalen Geschäftsgang erzielbare Verkaufserlös abzüglich der geschätzten notwendigen Vertriebskosten. Absatz- sowie modische und sonstige Risiken wurden, soweit erforderlich, im Rahmen der Bewertung zum Nettoveräußerungswert berücksichtigt. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sind zu Anschaffungskosten bzw. zu niedrigeren Tagespreisen angesetzt.

Forderungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte werden zu fortgeführten Anschaffungskosten zum Zeitpunkt der Umsatzrealisierung aktiviert. Erkennbaren Risiken wird durch Berücksichtigung von Wertberichtigungen Rechnung getragen. Die Wertminderungen werden teilweise unter Verwendung von Wertminderungskonten vorgenommen. Die Ausbuchung von Forderungen und sonstigen Vermögenswerten erfolgt im Regelfall im Erfüllungszeitpunkt.

Wertpapiere

Wertpapiere werden entsprechend den Vorschriften des IAS 39 zum Marktwert bilanziert. Dabei erfolgt die Anpassung an den beizulegenden Wert erfolgsneutral über eine separate Komponente des Eigenkapitals, da kurzfristig gehaltene Wertpapiere generell in die Kategorie „zur Veräußerung verfügbar“ eingestuft worden sind. Wertpapiere werden in der Regel zum Erfüllungstag erstmalig in der Bilanz angesetzt.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, die Geldkonten und kurzfristige Geldanlagen bei Kreditinstituten einschließen, werden zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Rückstellungen

Rückstellungen werden entsprechend den Vorschriften des IAS 37 bilanziert. Diese werden gebildet, wenn eine rechtliche oder faktische Verpflichtung gegenüber Konzernfremden besteht, die auf zurückliegenden Geschäftsvorfällen oder Ergebnissen beruht und der künftige Mittelabfluss zur Erfüllung dieser Verpflichtung zuverlässig geschätzt werden kann. Der Wertansatz der Rückstellung bemisst sich bei Einzelrisiken als wahrscheinlichster Erfüllungsbetrag unter Berücksichtigung aller erkennbaren Risiken, bei einer großen Anzahl an Risiken als Erwartungswert. Langfristige Rückstellungen werden diskontiert und mit ihrem Barwert in der Bilanz angesetzt. Zum 30. September 2009 wurden die langfristigen Rückstellungen mit einem Zinssatz von 5,90 Prozent abgezinst (Vorjahr: 5,80 Prozent). Die Fälligkeit langfristiger Personalrückstellungen ist vom Zeitpunkt des Ausscheidens der Mitarbeiter bzw. der geplanten Zahlungsmittelabflüsse abhängig. Die Fälligkeit langfristiger Rückstellungen im Mietbereich richtet sich nach der Mietvertragsdauer.

Die Bilanzierung von Pensionsverpflichtungen erfolgt entsprechend den Vorschriften des IAS 19. Rückstellungen für leistungsorientierte Pläne werden versicherungsmathematisch mit Hilfe des Anwartschaftsbarwertverfahrens nach der Methode der laufenden Einmalprämie (Projected Unit Credit Method) berechnet. Im Rahmen dieses Bewertungsverfahrens werden neben den am Bilanzstichtag bekannten Renten und Anwartschaften auch die in der Zukunft zu erwartenden Steigerungen von Gehältern und Renten berücksichtigt. Ergeben sich aus Änderungen dieser Rechnungsannahmen Differenzen zwischen den ermittelten Pensionsverpflichtungen und den tatsächlichen Anwartschaftsbarwerten, sieht IAS 19 hinsichtlich der Erfassung dieser versicherungsmathematischen Gewinne oder Verluste ein Wahlrecht vor. Im DOUGLAS-Konzern wird dieses Wahlrecht wie folgt ausgeübt: Versicherungsmathematische Gewinne oder Verluste werden nur dann erfolgswirksam über die durchschnittliche künftige Restdienstzeit der Anwärter verteilt und erfolgswirksam erfasst, wenn diese außerhalb eines Korridors von 10 Prozent des Verpflichtungsbetrages liegen. Vermögenswerte und Schulden aus Versorgungsplänen werden dann saldiert dargestellt. Der in den Pensionsaufwendungen enthaltene Zinsanteil wird als Zinsaufwand innerhalb des Finanzergebnisses gezeigt. Weitere, den Pensionsrückstellungen ähnliche Verpflichtungen wie Altersteilzeitvereinbarungen und Abfertigungen werden ebenfalls gemäß den Vorschriften des IAS 19 erfasst.

Finanzielle Verbindlichkeiten

Gemäß IAS 39 werden finanzielle Verbindlichkeiten grundsätzlich zu fortgeführten Anschaffungskosten in der Bilanz angesetzt. Die Anschaffungskosten werden zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Dem Erwerb zuzurechnende Transaktionskosten werden in die Anschaffungskosten einbezogen. Besteht ein Unterschied zwischen dem ausgezahlten und dem bei Endfälligkeit zurückzuzahlenden Betrag, wird diese Differenz über die Laufzeit nach der Effektivzinsmethode amortisiert. Finanzielle Verbindlichkeiten, die sich aus Leasingverpflichtungen ergeben, werden mit ihrem Barwert passiviert. Erträge und Aufwendungen aus originären finanziellen Schulden resultieren aus Zinserträgen oder Zinsaufwendungen bzw. aus Währungsgewinnen und -verlusten. Finanzielle Verbindlichkeiten werden grundsätzlich zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses bilanziert und ausgebucht, wenn die Verpflichtung erfüllt ist oder mit einer Inanspruchnahme nicht mehr zu rechnen ist (Verjährung). Alle Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen haben eine Laufzeit von weniger als einem Jahr. Sie sind unverzinslich. Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing werden unter den sonstigen Verbindlichkeiten ausgewiesen. Von der Option, finanzielle Verbindlichkeiten bei ihrem erstmaligen Ansatz als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert zu bewerten, wird im DOUGLAS-Konzern kein Gebrauch gemacht.

Bilanzierung von derivativen Finanzinstrumenten und Sicherungsbeziehungen

Derivative Finanzinstrumente werden zur Reduzierung von Zahlungsstromschwankungen aufgrund von Zinsrisiken eingesetzt. Zu Spekulationszwecken werden derivative Finanzinstrumente weder gehalten noch ausgegeben. Gemäß IAS 39 werden derivative Finanzinstrumente sowohl bei der erstmaligen Erfassung als auch im Rahmen der Folgebewertung zum beizulegenden Zeitwert, der dem Marktwert entspricht, bilanziert. Dieser Wert kann positiv oder negativ sein. Gewinne und Verluste aus dieser Marktbewertung werden, sofern es sich um derivative Finanzinstrumente handelt, für die ein qualifizierter Sicherungszusammenhang im Sinne von IAS 39 hergestellt werden konnte, entsprechend den Regeln zum Hedge Accounting erfolgsneutral über eine gesonderte Komponente des Eigenkapitals erfasst. Derivative Finanzinstrumente, für die ein solch qualifizierter Sicherungszusammenhang nicht hergestellt werden konnte, werden erfolgswirksam über die Gewinn- und Verlustrechnung zu Marktwerten bewertet. Latente Steuern, die sich aus Differenzen zwischen Wertansatz in der IFRS-Bilanz und dem steuerbilanziellen Ansatz ergeben, werden im Falle der erfolgsneutralen Erfassung der Marktwertdifferenzen ebenfalls erfolgsneutral in einer gesonderten Komponente des Eigenkapitals erfasst. Die im Eigenkapital erfassten Beträge erhöhen oder mindern das Jahresergebnis, sobald die abgesicherten Zahlungsströme des Grundgeschäftes erfolgswirksam über die Gewinn- und Verlustrechnung erfasst werden.

Für derivative Finanzinstrumente entspricht der beizulegende Zeitwert dem Betrag, den die Konzerngesellschaft bei Beendigung des Finanzinstruments zum Bilanzstichtag entweder erhalten würde oder zahlen müsste. Die Ermittlung des beizulegenden Zeitwertes erfolgt unter Berücksichtigung der zum Bilanzstichtag gültigen Zinssätze und Forward Rates. Die Erfassung der Bewertungsveränderung der beizulegenden Zeitwerte richtet sich nach der Verwendung der derivativen Finanzinstrumente. Wird das derivative Finanzinstrument nicht in einer wirksamen Sicherungsbeziehung eingesetzt, so werden die Veränderungen der beizulegenden Zeitwerte sofort erfolgswirksam erfasst. Besteht hingegen eine wirksame Sicherungsbeziehung, so wird diese als solche erfasst. Der DOUGLAS-Konzern setzt derivative Finanzinstrumente als Sicherungsinstrumente ausschließlich im Rahmen von Cash Flow Hedges ein. Durch diese Cash Flow Hedges sichert der DOUGLAS-Konzern künftige Zahlungsströme aus bilanzierten Vermögenswerten bzw. Verbindlichkeiten ab. Im Falle eines Cash Flow Hedges wird der effektive Teil der Wertänderung des Sicherungsinstrumentes bis zur Erfassung des Ergebnisses aus dem gesicherten Grundgeschäft erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst. Der ineffektive Teil der Wertänderung wird hingegen erfolgswirksam erfasst.

Ertragsrealisierungen

Die Erfassung von Umsatzerlösen erfolgt grundsätzlich mit der Erbringung der Leistungen. Ansprüche aus Kundenbindungsprogrammen werden zum beizulegenden Zeitwert bewertet und direkt mit den Umsatzerlösen verrechnet. Erst bei der Einlösung der Bonuspunkte werden die daraus resultierenden Umsatzerlöse vereinnahmt. Auflösung und Verbrauch der Rückstellung erfolgen entsprechend dem Einlöseverhalten der Kunden und werden ebenfalls innerhalb der Umsatzerlöse ausgewiesen. Zinserträge und Zinsaufwendungen werden periodengerecht innerhalb des Finanzergebnisses erfasst.

Verwendung von Annahmen und Schätzungen

Für die Erstellung des Konzernabschlusses sind Annahmen aufgestellt und Schätzungen herangezogen worden, die sich auf Ausweis und Höhe der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden sowie der Aufwendungen und Erträge ausgewirkt haben. Diese Annahmen und Schätzungen beziehen sich insbesondere auf die Festlegung von Nutzungsdauern, die Beurteilung der Werthaltigkeit von Geschäfts- oder Firmenwerten, die Bewertung von Rückstellungen sowie die Einschätzung der Realisierbarkeit künftiger steuerlicher Entlastungen. Des Weiteren sind Schätzungen und Annahmen insbesondere bei der Ermittlung von Fair Values und Anschaffungskosten im Rahmen von Erstkonsolidierungen von Bedeutung. Die tatsächlichen Werte können in Einzelfällen von den getroffenen Annahmen und Schätzungen abweichen. Änderungen werden im Zeitpunkt der besseren Kenntnis erfolgswirksam erfasst.

Kapitalmanagement

Ziel des Kapitalmanagements des DOUGLAS-Konzerns ist es, sicherzustellen, dass der Konzern weiterhin seinen finanziellen Verpflichtungen nachkommen kann und darüber hinaus die langfristige Steigerung des Unternehmenswertes. Die zentrale Größe zur Steuerung des DOUGLAS-Konzerns ist dabei der DOUGLAS Value Added (DVA). Alle Entscheidungsprozesse innerhalb des DOUGLAS-Konzerns werden an dieser Messgröße ausgerichtet, so dass sämtliche Investitionsentscheidungen auf ihren nachhaltigen Wertbeitrag hin überprüft werden. Weitere Informationen zur aktuellen Entwicklung des DVA sind im Lagebericht auf den Seiten 41/42 dargestellt.

Die Strategie des Kapitalmanagements des DOUGLAS-Konzerns zielt darauf ab, dass alle Konzerngesellschaften entsprechend den lokalen Erfordernissen mit Eigenkapital ausgestattet sind, so dass externe Kapitalanforderungen im zurückliegenden Geschäftsjahr stets erfüllt worden sind.

Kapital

in Mio €	30.09.2009	30.09.2008
Eigenkapital	710,9	697,0
Fremdkapital	977,7	1.046,8
Nettoverschuldung	166,3	220,6
Working Capital	455,0	459,8
Eigenkapitalquote	42,1%	39,9%

ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

6. Umsatzerlöse

Im Geschäftsjahr 2008/09 wurden Umsatzerlöse (netto) von 3.200,8 Millionen Euro erzielt. Auf das Ausland entfällt daraus ein Umsatzanteil von 35,3 Prozent nach 35,1 Prozent im Geschäftsjahr 2007/08. Aufgrund der erstmaligen retrospektiv geänderten Bilanzierung von Kundenbindungsprogrammen wurden die Umsatzzahlen des Vorjahres angepasst.

Umsatzerlöse		
in Mio €	2008/09	2007/08
Parfümerien	1.853,5	1.823,1
<i>davon im Ausland</i>	933,5	914,2
Bücher	819,7	768,8
<i>davon im Ausland</i>	191,0	179,2
Schmuck	292,4	286,0
Mode	131,0	148,0
Süßwaren	101,0	101,2
<i>davon im Ausland</i>	4,8	4,1
Dienstleistungen	3,2	3,3
Summe	3.200,8	3.130,4

7. Rohertrag aus dem Handelsgeschäft

Der Rohertrag aus dem Handelsgeschäft beträgt für das Geschäftsjahr 2008/09 1.517,3 Millionen Euro (Vorjahr: 1.486,6 Millionen Euro). Die Handelsspanne (Anteil des Rohertrages am Nettoumsatz) liegt mit 47,4 Prozent leicht unter der des Vorjahres.

8. Sonstige betriebliche Erträge

Sonstige betriebliche Erträge		
in Mio €	2008/09	2007/08
Erträge aus weiterberechneten Kosten an Dritte	125,5	131,1
Erträge aus Vermietung und Untervermietung	17,8	17,0
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	11,9	9,1
Erträge aus Kundenkarten	9,3	9,2
Erträge aus Provisionen	8,5	8,1
Erträge aus Versicherungsentschädigungen	5,4	2,1
Erträge aus dem Abgang von Anlagevermögen	5,2	3,9
Erträge aus Währungsumrechnungsdifferenzen	2,0	2,3
Erträge aus der Ausbuchung von Verbindlichkeiten	1,8	5,7
Erträge aus der Rücknahme von Impairments	1,1	0,2
Übrige Erträge	19,0	17,9
Summe	207,5	206,6

Die Erträge aus weiterberechneten Kosten an Dritte enthalten Erstattungen von Marketingkosten und übrige Weiterbelastungen. Die übrigen Erträge enthalten u. a. Erträge aus Pensionsplänen.

Aufgrund der erstmaligen retrospektiv geänderten Bilanzierung von Kundenbindungsprogrammen wurden die sonstigen betrieblichen Erträge des Vorjahres angepasst. Die Position Versicherungsschädigungen enthält in Höhe von 1,2 Millionen Euro Entschädigungen, die für beschädigte Sachanlagen geleistet wurden.

9. Personalaufwand

Personalaufwand		
in Mio €	2008/09	2007/08
Löhne und Gehälter	578,6	566,1
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung <i>davon für Altersversorgung: 4,3 Mio € (Vorjahr: 3,3 Mio €)</i>	119,7	117,0
Summe	698,3	683,1

10. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

Sonstige betriebliche Aufwendungen		
in Mio €	2008/09	2007/08
Mieten und Energiekosten	365,6	331,6
Werbeinserate in Zeitungen	23,8	26,3
Werbung in sonstigen Medien	17,8	19,3
Direct Mailing und Kundenkarte	27,4	31,8
Weitere Marketing- und Werbekosten	66,1	65,9
Kosten der Warenabgabe	47,4	45,5
Sonstige Dienstleistungen	56,2	58,0
Reparaturaufwendungen	16,2	16,5
Kreditkartenprovisionen	11,4	11,3
Büro- und Postkosten	14,3	14,9
Reise- und Kraftfahrzeugkosten	12,0	13,7
Ver- und Gebrauchsmaterial	10,8	10,7
Aufwendungen aus Untervermietung	23,3	14,5
IT-Kosten	16,0	15,1
Versicherungsprämien	4,4	4,4
Übrige Aufwendungen	59,3	54,3
Summe	772,0	733,8

Aufgrund der erstmaligen retrospektiv geänderten Bilanzierung von Kundenbindungsprogrammen wurden die sonstigen betrieblichen Aufwendungen des Vorjahres angepasst.

11. Beteiligungsergebnis

Die Erträge aus der Beteiligung an assoziierten Unternehmen für das zurückliegende Geschäftsjahr beinhalten in Höhe von 0,3 Millionen Euro (Vorjahr: 0,4 Millionen Euro) die Equity-Bewertung der Beteiligung an der buch.de internetstores AG, Münster.

12. Abschreibungen

Abschreibungen		
in Mio €	2008/09	2007/08
Planmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	116,2	110,5
Außerplanmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	22,7	6,5
Summe	138,9	117,0

13. Finanzergebnis

Finanzergebnis		
in Mio €	2008/09	2007/08
Zinserträge aus Krediten und Forderungen	3,2	9,3
Finanzerträge aus bis zur Endfälligkeit gehaltenen Finanzinstrumenten	0,0	0,0
Finanzerträge aus zu Handelszwecken gehaltenen Finanzinstrumenten	0,1	0,5
Finanzerträge aus zu Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumenten	0,0	0,0
Finanzertrag aus Minderheitenoptionen	2,5	0,0
Summe Finanzerträge	5,8	9,8
Zinsaufwand aus der Aufzinsung von Rückstellungen	-1,8	-1,2
Finanzaufwand aus Minderheitenoptionen	-6,0	-6,3
Finanzaufwand aus zu Handelszwecken gehaltenen Finanzinstrumenten	0,0	0,0
Finanzaufwand aus finanziellen Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden	-10,2	-12,9
Summe Finanzaufwand	-18,0	-20,4
Finanzergebnis	-12,2	-10,6

Finanzaufwendungen und Erträge aus Finanzinstrumenten sind den Bewertungskategorien gemäß IAS 39 entsprechend zugeordnet. Im Zusammenhang mit der syndizierten Kreditlinie sind im abgelaufenen Geschäftsjahr Aufwendungen in Höhe von 0,5 Millionen Euro (Vorjahr: 0,6 Millionen Euro) angefallen. Insgesamt beliefen sich die Gebühren in Form von Entgelten im Zusammenhang mit Finanzinstrumenten im Geschäftsjahr 2008/09 auf 4,7 Millionen Euro (Vorjahr: 4,5 Millionen Euro). Der Finanzaufwand für die Minderheitenoptionen betrifft Fremdgegeschaftern zustehende Ergebnisse, deren Anteile unter den Verbindlichkeiten ausgewiesen werden, weil sie entweder mit einem Optionsrecht ausgestattet sind oder es sich um Minderheitenanteile an deutschen Personengesellschaften handelt.

14. Nettoergebnisse nach Bewertungskategorien

Nettoergebnisse nach Bewertungskategorien – Geschäftsjahr 2008/09

in Mio €	Erträge/Aufwendungen aus Fair Value-Bewertung	Wertberichtigungen	Zinserträge	Zinsaufwendungen	Nettogewinne/-verluste
Zu Handelszwecken gehaltene Finanzinstrumente	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinstrumente	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zur Veräußerung verfügbare Finanzinstrumente	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Kredite und Forderungen	0,0	-0,8	3,2	-10,2	-7,8
Verbindlichkeiten, die zum Fair Value bewertet werden	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1
Minderheitenoptionen	0,0	0,0	2,5	-6,0	-3,5
Nettoergebnis nach Bewertungskategorien	0,1	-0,8	5,7	-16,2	-11,2
Erträge und Aufwendungen aus Finanzinstrumenten, die nicht im Zinsergebnis enthalten sind	0,0	0,8	0,0	0,0	0,8
Zinserträge/-aufwendungen aus Posten, die keine Finanzinstrumente sind	0,0	0,0	0,0	-1,8	-1,8
Finanzergebnis	0,1	0,0	5,7	-18,0	-12,2

Nettoergebnisse nach Bewertungskategorien – Geschäftsjahr 2007/08

in Mio €	Erträge/Aufwendungen aus Fair Value-Bewertung	Wertberichtigungen	Zinserträge	Zinsaufwendungen	Nettogewinne/-verluste
Zu Handelszwecken gehaltene Finanzinstrumente	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinstrumente	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zur Veräußerung verfügbare Finanzinstrumente	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Kredite und Forderungen	0,0	-0,8	9,3	-12,9	-4,4
Verbindlichkeiten, die zum Fair Value bewertet werden	0,5	0,0	0,0	0,0	0,5
Minderheitenoptionen	0,0	0,0	0,0	-6,3	-6,3
Nettoergebnis nach Bewertungskategorien	0,5	-0,8	9,3	-19,2	-10,2
Erträge und Aufwendungen aus Finanzinstrumenten, die nicht im Zinsergebnis enthalten sind	0,0	0,8	0,0	0,0	0,8
Zinserträge/-aufwendungen aus Posten, die keine Finanzinstrumente sind	0,0	0,0	0,0	-1,2	-1,2
Finanzergebnis	0,5	0,0	9,3	-20,4	-10,6

Zinsen aus Finanzinstrumenten werden im Finanzergebnis und Dividenden im Beteiligungsergebnis ausgewiesen. Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die der Kategorie Kredite und Forderungen zuzuordnen sind, werden unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen. Weder im abgelaufenen Geschäftsjahr noch im Vorjahr wurden im Finanzergebnis Erträge oder Aufwendungen aus zu Handelszwecken gehaltenen Finanzinstrumenten, bis zur Endfälligkeit gehaltenen Finanzinstrumenten oder zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumenten erfasst.

15. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		
in Mio €	2008/09	2007/08
Steuern vom Einkommen und Ertrag	54,0	51,6
<i>davon Inland</i>	41,4	33,2
<i>davon Ausland</i>	12,6	18,4
Latente Steuern	-12,9	0,6
<i>davon aus temporären Differenzen</i>	-10,6	1,6
<i>davon aus Verlustvorträgen</i>	-2,3	-1,0
Summe	41,1	52,2

Der gesetzliche Körperschaftsteuersatz in Deutschland für den Veranlagungszeitraum 2008/09 betrug 15 Prozent. Hieraus resultiert einschließlich Gewerbesteuer und Solidaritätszuschlag eine Steuerbelastung von 32,0 Prozent. Latente Steuern bei den deutschen Konzerngesellschaften werden grundsätzlich auch mit einem Steuersatz von 32,0 Prozent (Vorjahr: 32,0 Prozent) bewertet. Für die ausländischen Gesellschaften kommt ein landesspezifischer durchschnittlicher Steuersatz zur Anwendung.

Entsprechend den gültigen Vorschriften wurde das derzeitige körperschaftsteuerliche Anrechnungsguthaben zum 31. Dezember 2006 erfolgswirksam aktiviert. Zum 30. September 2009 beträgt das Anrechnungsguthaben 8,4 Millionen Euro (Vorjahr: 8,7 Millionen Euro). Das Körperschaftsteuerguthaben ist unter den langfristigen Steuerforderungen in der Bilanz ausgewiesen. Im Vorjahr war dieses Körperschaftsteuerguthaben noch unter den kurzfristigen Steuerforderungen in der Bilanz ausgewiesen, da zu diesem Zeitpunkt die Absicht der Veräußerung des Guthabens zum Barwert bestand.

In den laufenden Steuern sind periodenfremde Steuererträge bzw. -aufwendungen nur in einem unwesentlichen Umfang enthalten.

Ein Betrag in Höhe von 0,7 Millionen Euro (Vorjahr: -1,4 Millionen Euro) wurde erfolgsneutral über eine separate Komponente im Eigenkapital erfasst.

Auf steuerliche Verlustvorträge einzelner Konzerngesellschaften in Höhe von insgesamt 27,9 Millionen Euro wurden keine aktiven latenten Steuern gebildet (Vorjahr: 14,9 Millionen Euro). Von diesen wurde im zurückliegenden Geschäftsjahr ein Betrag von 0,0 Millionen Euro (Vorjahr: 0,0 Millionen Euro) in Anspruch genommen.

Die Überleitung vom erwarteten zum tatsächlichen Steueraufwand stellt sich wie folgt dar:

Steuerliche Überleitungsrechnung		
in Mio €	2008/09	2007/08
Ergebnis vor Steuern	103,9	149,3
Ertragsteuersatz Konzern (national inkl. Gewerbesteuer)	32,0%	32,0%
Erwarteter Steueraufwand	33,2	47,8
Auswirkung abweichender nationaler Steuersätze	-4,3	-2,6
Periodenfremde Steueraufwendungen und -erträge	1,0	0,3
Steuerfreie Erträge	-1,8	-1,1
Steuerlich nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	3,0	1,6
Finanzaufwand Minderheitenoptionen	1,1	2,0
Nichtansatz aktiver latenter Steuern aufgrund operativer Verluste	4,8	3,0
Nichtansatz aktiver latenter Steuern aufgrund Wertminderung Geschäfts- oder Firmenwert	1,6	0,0
Wertaufholung latente Steuern/Nutzung nicht aktivierter Verlustvorträge	0,0	0,0
Gewerbesteuer (Hinzurechnungen/Kürzungen)	2,7	1,5
Sonstiges	-0,2	-0,3
Tatsächlicher Steueraufwand	41,1	52,2

ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

16. Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Immaterielle Vermögenswerte – Geschäftsjahr 2008/09

in Mio €	Mietrechte und ähnliche Rechte und Werte	Geschäfts- oder Firmenwert	Anzahlungen auf immaterielle Vermögenswerte	Gesamt
Anschaffungskosten				
Stand 01.10.2008	108,7	214,7	5,9	329,3
Währungsanpassung	0,0	-0,6	0,0	-0,6
Veränderungen aus Unternehmens- zusammenschlüssen	0,3	1,7	0,0	2,0
Zugänge	8,9	0,8	0,5	10,2
IAS 32	0,0	2,2	0,0	2,2
Abgänge	-6,6	-0,4	-0,5	-7,5
Umbuchungen	8,4	-1,8	-5,3	1,3
Stand 30.09.2009	119,7	216,6	0,6	336,9
Abschreibungen				
Stand 01.10.2008	54,0	7,7	0,0	61,7
Währungsanpassungen	0,0	-0,2	0,0	-0,2
Veränderungen aus Unternehmens- zusammenschlüssen	0,1	0,0	0,0	0,1
Zugänge	10,5	0,0	0,0	10,5
IAS 36	0,3	5,7	0,0	6,0
Zuschreibungen	-1,3	0,0	0,0	-1,3
Abgänge	-5,2	-0,2	0,0	-5,4
Umbuchungen	1,8	-1,8	0,0	0,0
Stand 30.09.2009	60,2	11,2	0,0	71,4
Nettowerte				
Stand 30.09.2009	59,5	205,4	0,6	265,5
Stand 30.09.2008	54,7	207,0	5,9	267,6

Immaterielle Vermögenswerte – Geschäftsjahr 2007/08

in Mio €	Mietrechte und ähnliche Rechte und Werte	Geschäfts- oder Firmenwert	Anzahlungen auf immaterielle Vermögenswerte	Gesamt
Anschaffungskosten				
Stand 01.10.2007	97,4	177,3	3,1	277,8
Währungsanpassung	0,1	-0,2	0,0	-0,1
Veränderungen aus Unternehmens- zusammenschlüssen	4,5	16,6	0,0	21,1
Zugänge	5,6	0,8	4,7	11,1
IAS 32	0,0	20,4	0,0	20,4
Abgänge	-1,0	-0,2	0,0	-1,2
Umbuchungen	2,1	0,0	-1,9	0,2
Stand 30.09.2008	108,7	214,7	5,9	329,3
Abschreibungen				
Stand 01.10.2007	46,7	6,6	0,0	53,3
Währungsanpassungen	0,1	0,0	0,0	0,1
Veränderungen aus Unternehmens- zusammenschlüssen	0,1	0,0	0,0	0,1
Zugänge	8,1	0,0	0,0	8,1
IAS 36	0,1	1,3	0,0	1,4
Zuschreibungen	-0,4	0,0	0,0	-0,4
Abgänge	-0,6	-0,2	0,0	-0,8
Umbuchungen	-0,1	0,0	0,0	-0,1
Stand 30.09.2008	54,0	7,7	0,0	61,7
Nettowerte				
Stand 30.09.2008	54,7	207,0	5,9	267,6
Stand 30.09.2007	50,7	170,7	3,1	224,5

Sachanlagen – Geschäftsjahr 2008/09

in Mio €	Grundstücke und Bauten	Andere Anlagen, Betriebs- und Ge- schäftsausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaffungskosten				
Stand 01.10.2008	613,4	747,5	14,5	1.375,4
Währungsanpassung	-1,7	-4,6	0,0	-6,3
Veränderungen aus Unternehmens- zusammenschlüssen	0,0	0,4	0,0	0,4
Zugänge	35,0	57,0	10,1	102,1
Abgänge	-15,0	-32,8	-0,7	-48,5
Umbuchungen	7,8	6,9	-16,0	-1,3
Stand 30.09.2009	639,5	774,4	7,9	1.421,8
Abschreibungen				
Stand 01.10.2008	338,8	528,2	0,0	867,0
Währungsanpassung	0,0	-1,8	0,0	-1,8
Veränderungen aus Unternehmens- zusammenschlüssen	0,0	0,3	0,0	0,3
Zugänge	41,5	64,2	0,0	105,7
IAS 36	7,5	9,2	0,0	16,7
Zuschreibungen	0,0	-1,2	0,0	-1,2
Abgänge	-13,1	-30,4	0,0	-43,5
Umbuchungen	0,0	0,0	0,0	0,0
Stand 30.09.2009	374,7	568,5	0,0	943,2
Nettowerte				
Stand 30.09.2009	264,8	205,9	7,9	478,6
Stand 30.09.2008	274,6	219,3	14,5	508,4

Sachanlagen – Geschäftsjahr 2007/08

in Mio €	Grundstücke und Bauten	Andere Anlagen, Betriebs- und Ge- schäftsausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaffungskosten				
Stand 01.10.2007	586,2	698,5	8,5	1.293,2
Währungsanpassung	2,1	2,0	0,0	4,1
Veränderungen aus Unternehmens- zusammenschlüssen	1,3	5,5	0,1	6,9
Zugänge	51,3	78,8	14,3	144,4
Abgänge	-30,1	-42,5	-0,4	-73,0
Umbuchungen	2,6	5,2	-8,0	-0,2
Stand 30.09.2008	613,4	747,5	14,5	1.375,4
Abschreibungen				
Stand 01.10.2007	323,3	497,0	0,0	820,3
Währungsanpassung	1,1	1,2	0,0	2,3
Veränderungen aus Unternehmens- zusammenschlüssen	0,8	4,2	0,0	5,0
Zugänge	40,3	62,1	0,0	102,4
IAS 36	0,7	4,4	0,0	5,1
Zuschreibungen	0,0	-0,6	0,0	-0,6
Abgänge	-27,5	-40,1	0,0	-67,6
Umbuchungen	0,1	0,0	0,0	0,1
Stand 30.09.2008	338,8	528,2	0,0	867,0
Nettowerte				
Stand 30.09.2008	274,6	219,3	14,5	508,4
Stand 30.09.2007	262,9	201,5	8,5	472,9

A) Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Die Investitionen des Geschäftsjahres 2008/09 verteilen sich auf die Geschäftsbereiche wie folgt:

Investitionen		
in Mio €	2008/09	2007/08
Parfümerien	61,1	91,3
Bücher	24,2	33,6
Schmuck	8,0	10,5
Mode	5,0	6,0
Süßwaren	3,8	4,2
DOUGLAS HOLDING AG, Dienstleistungen	10,2	9,9
Summe	112,3	155,5

Davon entfallen auf die ausländischen Tochtergesellschaften 46,2 Millionen Euro (Geschäftsjahr 2007/08: 64,7 Millionen Euro).

Die Zugänge im Bereich der immateriellen Vermögenswerte betreffen im Wesentlichen erworbene Mietrechte und Geschäfts- oder Firmenwerte und Softwarelizenzen.

Im Bereich des Sachanlagevermögens wurde vor allem in die Eröffnung und Erwerbe von 34 neuen Filialen im Inland und 70 Filialen im Ausland investiert. Darüber hinaus werden kontinuierlich Investitionen in die Neu- und Umgestaltung bestehender Filialen getätigt.

Die planmäßigen Abschreibungen des Geschäftsjahres belaufen sich auf 116,2 Millionen Euro (Vorjahr: 110,5 Millionen Euro).

Impairmenttests für Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte auf Filialebene als zahlungsmittelgenerierender Einheit führten im abgelaufenen Geschäftsjahr zu außerplanmäßigen Abschreibungen in Höhe von insgesamt 16,7 Millionen Euro (Vorjahr: 6,5 Millionen Euro). Auslösendes Ereignis, zahlungsmittelgenerierende Einheiten einem solchen Werthaltigkeitstest zu unterziehen, sind insbesondere nachhaltige negative Deckungsbeiträge sowie beabsichtigte Schließungen von Filialen.

Des Weiteren wurden im Geschäftsjahr 2008/09 Zuschreibungen in Höhe von 2,5 Millionen Euro (Vorjahr: 0,3 Millionen Euro) vorgenommen. Die Zuschreibungen werden dabei innerhalb der sonstigen betrieblichen Erträge erfasst. Zuschreibungen werden im Wesentlichen aufgrund von Ertragssteigerungen nach vorhergehender Abwertung einzelner zahlungsmittelgenerierender Einheiten vorgenommen.

Im Rahmen der Werthaltigkeitsprüfung wird der Buchwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit ihrem erzielbaren Betrag gegenübergestellt. Der erzielbare Betrag wird dabei als Nutzungswert auf Basis der künftigen Cash Flows ermittelt, die auf internen Planungsrechnungen basieren. Sensitive Planungsprämissen sind dabei das Umsatzwachstum, die Rohertragserwartungen, Einschätzungen über Ersatzinvestitionen in das Filialnetz sowie die Personalaufwandsquote bezogen auf die einzelnen Filialen. Die Planungsrechnungen beziehen sich auf die Festlaufzeit der jeweiligen Mietverträge. Der Berechnung liegt ein Zinssatz von 10,75 Prozent vor Steuern zugrunde.

Finanzierungsleasing

Zum Bilanzstichtag bestehen lediglich in einer Tochtergesellschaft Finanzierungsleasingvereinbarungen. Bei den geleasteten Objekten handelt es sich in erster Linie um PKW, die zum 30. September 2009 noch einen Buchwert in Höhe von 0,1 Millionen Euro (Vorjahr: 0,1 Millionen Euro) aufweisen.

Operatives Leasing

Als Operating-Leasing-Verhältnisse zu qualifizierende Verträge umfassen im DOUGLAS-Konzern im Wesentlichen Filialmietverträge. Diese Verträge werden in der Regel über eine Grundmietzeit von 10 Jahren abgeschlossen und sind mit Mietverlängerungsoptionen ausgestattet. Die ausgewiesenen Werte beinhalten keine Mietverlängerungsoptionen. Die Leasingraten basieren dabei zum Teil auf variablen und zum Teil auf festen Mietzinsen. Die Mindestleasingzahlungen aus operativem Leasing belaufen sich für das Geschäftsjahr 2008/09 auf 281,1 Millionen Euro (Vorjahr: 256,0 Millionen Euro).

Operatives Leasing

in Mio €	bis zu einem Jahr		1 bis 5 Jahre		mehr als 5 Jahre		Summe	
	2008/09	2007/08	2008/09	2007/08	2008/09	2007/08	2008/09	2007/08
Verpflichtungen aus operativem Leasing	245,8	250,3	565,9	630,1	214,0	295,7	1.025,7	1.176,1
Erträge aus Untermietverträgen	15,8	7,9	42,8	35,6	23,8	20,6	82,4	64,1

B) Geschäfts- oder Firmenwerte

Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 167,1 Millionen Euro (Vorjahr: 169,0 Millionen Euro) entfallen auf Unterschiedsbeträge, die sich aus der Kapitalkonsolidierung ergeben. Goodwills in Höhe von 38,3 Millionen Euro (Vorjahr: 38,0 Millionen Euro) beziehen sich auf Goodwills, die im Rahmen von Asset Deals auf Ebene der Einzelabschlüsse entstanden sind.

Gemäß den Regelungen des IAS 36 werden bestehende Geschäfts- oder Firmenwerte mindestens einmal jährlich einem Werthaltigkeitstest unterzogen. Geschäfts- oder Firmenwerte werden dabei auf Ebene der rechtlichen Einheit zugeordnet, da sie dort gesteuert und überwacht werden. Ebenso wie im Rahmen der Werthaltigkeitstests für das Anlagevermögen wird der Buchwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit dem erzielbaren Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheit gegenübergestellt, wobei der erzielbare Betrag im DOUGLAS-Konzern als Nutzungswert definiert ist, der sich auf Basis diskontierter künftiger Zahlungsströme aus der internen Planungsrechnung ermittelt. Sensitive Planungsprämissen sind dabei das Umsatzwachstum, die Rohertragserwartungen, Einschätzungen über Ersatzinvestitionen in das Filialnetz sowie die Personalaufwandsquote. Die Planungsrechnungen beziehen sich auf einen detaillierten Planungszeitraum von 10 Jahren, was dem standardisierten Planungssystem der Gesellschaften entspricht, und einer daran anschließenden konstanten ewigen Rente. Dabei liegen der Berechnung eine risikoadjustierte Wachstumsrate in Höhe von 0 Prozent bis 2 Prozent und Zinssätze zwischen 9 Prozent und 13 Prozent vor Steuern zugrunde.

Die Durchführung der Werthaltigkeitstests von Geschäfts- oder Firmenwerten hat im abgelaufenen Geschäftsjahr zu außerplanmäßigen Abschreibungen in Höhe von 5,7 Millionen Euro geführt (Vorjahr: 1,3 Millionen Euro). Davon entfallen 4,9 Millionen Euro auf die zahlungsmittelgenerierende Einheit Spanien, die dem Segment Parfümerie zugeordnet ist. Der Abschreibungsbedarf ergab sich dabei aufgrund der Planungsrechnungen für die nächsten Jahre im Rahmen des Werthaltigkeitstests. Der gesamte Wertminderungsbedarf für diese zahlungsmittelgenerierende Einheit wurde dabei vom bestehenden Geschäfts- oder Firmenwert abgezogen.

Unter den immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer sind mit dem Mietrecht verbundene Standortvorteile, die vom Vermieter entgeltlich erworben worden sind, aktiviert. Die Nutzungsdauer dieser Vermögenswerte ist unabhängig von der Laufzeit des Mietvertrages.

Wesentliche Geschäfts- oder Firmenwerte sowie immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer bestanden zum Bilanzstichtag für nachfolgende zahlungsmittelgenerierende Einheiten:

Buchwerte der Geschäfts- oder Firmenwerte sowie immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer je zahlungsmittelgenerierender Einheit

in Mio €	30.09.2009			30.09.2008		
	Geschäfts- oder Firmenwert			Geschäfts- oder Firmenwert		
	Einzelabschluss	Kapitalkonsolidierung	immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer	Einzelabschluss	Kapitalkonsolidierung	immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer
Gesellschaft						
Parfümerie Douglas Deutschland GmbH, Hagen	5,2	6,6		4,8	6,6	
HELA Kosmetik Handels GmbH & Co. Parfümerie KG, München		4,1			4,1	
Parfümerie Douglas Ges.m.b.H., Wien			2,4			2,4
Parfümerie Douglas France S.A., Lille	22,4	30,4	13,7	21,6	30,2	13,7
Douglas Spain S.A., Madrid		13,9			18,7	
Profumerie Douglas S.P.A., Bologna		4,8			4,8	
OOO Douglas Rivoli, Moskau	2,0			2,4		
S.I.A. Douglas Baltic, Riga		7,3			8,0	
Parfümerie Douglas Bulgarien ood, Sofia		7,7			8,8	
IRIS d.d., Zagreb		12,5			13,8	
Thalia Holding GmbH, Hagen		38,4			32,9	
Thalia Universitätsbuchhandlung GmbH, Hagen	5,9	0,7		5,6	0,7	
Reinhold Gondrom GmbH & Co. KG, Kaiserslautern	0,5	14,0		0,5	14,0	
Buch und Kunst Gruppe, Dresden		20,0			20,0	
Grüttefien GmbH, Varel		2,7			1,8	
Buch Kaiser GmbH, Karlsruhe		2,5			2,5	
Sonstige	2,3	1,5		3,1	2,1	
Summe	38,3	167,1	16,1	38,0	169,0	16,1

17. Latente Steuern

Latente Steuern wurden auf Unterschiede zwischen IFRS-Buchwert und steuerlichem Buchwert gebildet und entfallen wie folgt auf die einzelnen Bilanzposten:

Latente Steuern

in Mio €	30.09.2009		30.09.2008	
	Aktivwert	Passivwert	Aktivwert	Passivwert
Immaterielle Vermögenswerte	4,6	1,0	4,6	0,5
Sachanlagen	9,4	9,5	4,3	8,8
Vorräte	5,9	0,8	0,3	0,3
Finanzielle Vermögenswerte	0,4	1,6	1,0	2,0
Sonstige Vermögenswerte	0,1	0,0	0,0	0,0
Rückstellungen	13,0	0,0	7,3	0,2
Finanzielle Verbindlichkeiten	3,8	1,5	3,0	1,4
Sonstige Verbindlichkeiten	0,3	4,5	2,6	4,5
Kapitalrücklage	0,0	0,3	0,0	0,3
Verlustvorträge	8,1	0,0	5,7	0,0
Summe	45,6	19,2	28,8	18,0
Saldierung	-12,3	-12,3	-9,6	-9,6
Bilanzwert	33,3	6,9	19,2	8,4

Aktive latente Steuern auf Verlustvorträge wurden für die Gesellschaften gebildet, in denen die Planungsrechnungen substantielle Hinweise auf deren Werthaltigkeit geliefert haben.

18. Vorräte

Vorräte		
in Mio €	30.09.2009	30.09.2008
Fertige Erzeugnisse und Waren	655,3	654,3
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	11,3	11,3
Geleistete Anzahlungen auf Waren	0,5	0,6
Summe	667,1	666,2

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden im Vorratsvermögen Wertminderungen auf den Nettoveräußerungswert in Höhe von 22,7 Millionen Euro (Vorjahr: 20,3 Millionen Euro) auf die Vorräte vorgenommen.

19. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen enthalten im Wesentlichen Abrechnungsforderungen gegenüber Kreditkartenorganisationen sowie gegenüber Douglas Card-Kunden. Hiervon wurden aufgrund von Ausfallrisiken insgesamt 0,9 Millionen Euro (Vorjahr: 0,8 Millionen Euro) wertberichtigt. Die Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen. Die Forderungen sind sofort fällig und werden nicht verzinst und unterliegen daher keinem Zinsrisiko. Der Buchwert der Forderungen entspricht im Wesentlichen dem beizulegenden Zeitwert. Das maximale Ausfallrisiko entsprach zum Bilanzstichtag dem Buchwert.

20. Finanzielle Vermögenswerte

Finanzielle Vermögenswerte				
in Mio €	30.09.2009		30.09.2008	
	davon mit einer Restlaufzeit von		davon mit einer Restlaufzeit von	
	bis 1 Jahr	mehr als 1 Jahr	bis 1 Jahr	mehr als 1 Jahr
Bonusforderungen	65,1		75,2	
Übrige Beteiligungen		2,5		2,6
Sonstige Ausleihungen		3,0		3,1
Wertpapiere	0,9		3,3	
Derivative Finanzinstrumente			0,2	
Sonstige finanzielle Forderungen	28,9	0,3	26,1	0,1
Summe	94,9	5,8	104,8	5,8

Die übrigen Beteiligungen stellen Finanzinvestitionen in nicht notierte Eigenkapitalinstrumente dar, die zu Anschaffungskosten bewertet werden. Die Bestimmung des beizulegenden Zeitwertes ist nicht möglich, da kein Marktwert für diese Instrumente verfügbar ist und aufgrund abweichender Stichtage keine aktuellen Finanzinformationen vorliegen. Auch die Angabe einer Schätzbandbreite ist nicht möglich.

Sonstige Ausleihungen wurden mit einem festen Zinssatz von 6,8 Prozent und einer Laufzeit bis zum 30. November 2010 ausgegeben. Des Weiteren wurden variabel verzinsliche Ausleihungen ausgegeben.

Bei den Wertpapieren handelt es sich um „zur Veräußerung verfügbare“ Wertpapiere, die mit ihrem beizulegenden Zeitwert bilanziert werden. Die Änderungen des beizulegenden Zeitwertes werden dabei erfolgsneutral in einer separaten Komponente des Eigenkapitals erfasst.

Die sonstigen finanziellen Forderungen beinhalten mit einem Betrag von 0,8 Millionen Euro (Vorjahr: 1,1 Millionen Euro) Forderungen gegen assoziierte Unternehmen, Unternehmen, an denen sonstige Beteiligungen gehalten werden, und Unternehmen, die quotale in den Konzernabschluss einbezogen werden. Des Weiteren enthält diese Position Sollsalden auf Lieferantenkonten in Höhe von 4,9 Millionen Euro (Vorjahr: 7,1 Millionen Euro) und Forderungen im Rahmen von Mietverhältnissen von 5,4 Millionen Euro (Vorjahr: 7,5 Millionen Euro). Darüber hinaus ist in den sonstigen finanziellen Forderungen ein kurzfristiges Darlehen in Höhe von 8,9 Millionen Euro enthalten, das variabel zu EURIBOR zuzüglich einer Marge verzinst wird. Alle übrigen sonstigen finanziellen Vermögenswerte werden nicht verzinst. Die Buchwerte der sonstigen finanziellen Vermögenswerte entsprechen im Wesentlichen den beizulegenden Zeitwerten.

Für die ausgewiesenen Forderungen und sonstigen Vermögenswerte bestehen keine Einschränkungen der Verfügungsrechte.

Das maximale Ausfallrisiko entsprach zum Bilanzstichtag dem Buchwert.

Analyse der nicht wertgeminderten finanziellen Vermögenswerte

in Mio €	nicht fällig	fällig bis 30 Tage	fällig > 30 Tage
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen			
30.09.2009	0,0	40,7	2,0
30.09.2008	0,0	51,7	1,8
Sonstige Forderungen			
30.09.2009	95,3	5,4	0,0
30.09.2008	107,9	2,7	0,0

Hinsichtlich der weder wertgeminderten noch in Zahlungsverzug befindlichen Forderungsbestände haben zum Bilanzstichtag keine Anzeichen darauf hingedeutet, dass die Schuldner ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen können. Insgesamt wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr Forderungen in Höhe von 0,1 Millionen Euro (Vorjahr: 0,1 Millionen Euro) direkt abgeschrieben, ohne dass zuvor eine Wertberichtigung gebildet worden war. Weder im abgelaufenen Geschäftsjahr noch im Vorjahr wurden Zahlungseingänge auf in Vorperioden vollständig abgeschriebene Forderungen erfasst.

Wertberichtigungen auf aktivierte Finanzinstrumente

in Mio €	Kredite und Forderungen	
	2008/09	2007/08
Stand der Wertberichtigung 01.10.	3,7	3,3
Zuführung	1,0	0,8
Auflösung	-0,2	-0,2
Inanspruchnahme	-0,3	-0,2
Währungsumrechnungsdifferenzen	0,0	0,0
Konsolidierungskreisveränderungen	0,0	0,0
Stand der Wertberichtigung 30.09.	4,2	3,7

Auf sonstige finanzielle Vermögenswerte wurden weder im abgelaufenen Geschäftsjahr noch im Vorjahr Wertminderungen vorgenommen.

21. Sonstige Vermögenswerte

Die sonstigen Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen Rechnungsabgrenzungsposten.

22. Liquide Mittel

Den größten Posten innerhalb der liquiden Mittel bilden Guthaben bei Kreditinstituten. Außerdem sind Schecks und Kassenbestände enthalten. Eine detaillierte Analyse der Veränderung ist der Kapitalflussrechnung zu entnehmen. Das maximale Ausfallrisiko entsprach zum Bilanzstichtag dem Buchwert.

23. Eigenkapital

Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital betrug zum Bilanzstichtag 117.837.936,00 Euro. Es ist in 39.279.312 nennwertlose Stückaktien eingeteilt. Der rechnerische Nennwert je Aktie beträgt 3,00 Euro. Die auf den Inhaber lautenden Stückaktien sind für das Geschäftsjahr 2008/09 voll stimm- und dividendenberechtigt und sind zum Handel und zur amtlichen Notierung an vier deutschen Wertpapierbörsen zugelassen. Das gezeichnete Kapital ist in voller Höhe eingezahlt.

Das gezeichnete Kapital entwickelte sich im Berichtsjahr wie folgt:

<i>Entwicklung des gezeichneten Kapitals</i>		
		Gezeichnetes Kapital
Stand 1. Oktober 2008	Mio €	117,7
	Stück	39.236.312
Ausgabe von Belegschaftsaktien	Mio €	0,1
	Stück	43.000
Stand 30. September 2009	Mio €	117,8
	Stück	39.279.312

Die Hauptversammlung vom 12. März 2008 hat den Vorstand gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 17. September 2010 eigene Aktien bis zu 10 vom Hundert des Grundkapitals zu erwerben. Von dieser Ermächtigung wurde kein Gebrauch gemacht.

Das Ergebnis je Aktie errechnet sich, indem der Jahresüberschuss durch die Zahl der im Berichtsjahr durchschnittlich ausstehenden Aktien dividiert wird. Letztere sind im Geschäftsjahr 2008/09 durch die Ausgabe von Belegschaftsaktien auf 39.273.539 gestiegen (Vorjahr: 39.229.017).

Genehmigtes Kapital I

Der Vorstand wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 12. März 2008 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu 25,0 Millionen Euro in der Zeit bis zum 11. März 2013 durch ein- oder mehrmalige Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautende Stückaktien gegen Bareinlage oder Sacheinlage zu erhöhen.

Dabei ist den Aktionären bei Kapitalerhöhungen gegen Bareinlagen grundsätzlich ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates Spitzenbeträge von dem Bezugsrecht der Aktionäre auszunehmen. Bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlage ist der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Bezugsrecht der Aktionäre bis zum Nennbetrag von insgesamt 12,5 Millionen Euro zum Zwecke des Erwerbes von Unternehmen oder von Beteiligungen an Unternehmen auszuschließen. Der Vorstand ist ferner ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates die Bedingung der Aktienausgabe und die weiteren

Einzelheiten der Durchführung von Kapitalerhöhungen aus dem genehmigten Kapital festzulegen. Das Genehmigte Kapital I wurde bisher nicht genutzt.

Genehmigtes Kapital II

Der Vorstand wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 12. März 2008 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 11. März 2013 durch Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautende Stückaktien gegen Bareinlage einmalig oder mehrmals um bis zu 1,5 Millionen Euro zu erhöhen.

Dabei kann der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Bezugsrecht der Aktionäre ausschließen, um die neuen Stückaktien an Arbeitnehmer der Gesellschaft oder eines verbundenen Unternehmens auszugeben. Über die Ausgabe der neuen Stückaktien und die Bedingung der Ausgabe entscheidet der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrates. Einschließlich der im Berichtsjahr an die Belegschaft ausgegebenen 43.000 Aktien (entspricht einem Grundkapital von 129.000,00 Euro) wurde das Genehmigte Kapital II bisher in Höhe von insgesamt 0,2 Millionen Euro in Anspruch genommen. Im November 2009 wurden weitere 41.580 Belegschaftsaktien zum Preis von 15,00 Euro ausgegeben. Diese sind für das Berichtsjahr dividendenberechtigt.

Kapitalrücklage

In der Kapitalrücklage werden Unterschiedsbeträge zwischen dem Nominalwert der Aktie und den Zahlungen der Aktionäre bei der Ausgabe von Aktien ausgewiesen. Der Kapitalrücklage wurden Aufgelder aus der Kapitalerhöhung für Belegschaftsaktien in Höhe von 1,1 Millionen Euro zugeführt.

Im Rahmen eines Belegschaftsaktienprogrammes können Mitarbeiter einmal jährlich eine begrenzte Anzahl von Aktien der DOUGLAS HOLDING AG zu einem Vorzugspreis erwerben. Mitarbeiter können bis zu einem festgelegten Termin im ersten Quartal des Geschäftsjahres Aktien bestellen, die dann von der DOUGLAS HOLDING AG ausgegeben werden. Das Belegschaftsaktienprogramm wird zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Der beizulegende Zeitwert ergibt sich dabei aus dem Aktienkurs, der sich zum Bilanzstichtag auf 31,25 Euro (Vorjahr: 32,24 Euro) belief. Der den Mitarbeitern gewährte Vorteil aus der Differenz zwischen Ausgabekurs der Belegschaftsaktien und dem Börsenkurs am Ausgabestichtag wird als Personalaufwand erfasst und in die Kapitalrücklage eingestellt. Im Geschäftsjahr 2008/09 belief sich dieser Betrag auf 0,6 Millionen Euro. Die zusätzlich in diesem Zusammenhang angefallenen Transaktionskosten in Höhe von 0,1 Millionen Euro wurden erfolgsneutral mit der Kapitalrücklage verrechnet.

Gewinnrücklagen

Gewinnrücklagen

in Mio €	30.09.2009	30.09.2008
Andere Gewinnrücklagen	377,5	357,5
Gesetzliche Rücklage	0,3	0,3
Rücklage für die Bewertung von Minderheitenoptionen (IAS 32)	8,6	3,0
Rücklage für die Bewertung von Sicherungsinstrumenten	-2,0	0,6
Rücklage für erfolgsneutral erfasste latente Steuern	0,6	-0,1
Rücklage für Währungsumrechnungsdifferenzen	-11,0	0,0
Summe	374,0	361,3

Die Gewinnrücklagen beinhalten die erfolgsneutralen Bewertungseffekte sowie die daraus resultierenden latenten Steuern aus der Bewertung von derivativen Finanzinstrumenten, die zu Sicherungszwecken eingesetzt worden sind und als qualifiziertes Sicherungsinstrument gemäß IAS 39 fungieren. Im abgelaufenen Geschäftsjahr verminderte ein Betrag aus der Bewertung von Cash Flow Hedges in Höhe von insgesamt 2,2 Millionen Euro (Vorjahr: Minderung um 4,2 Millionen Euro) die Gewinnrücklagen. Korrespondierend dazu sind zum Bilanzstichtag latente Steuern in Höhe von +0,6 Millionen Euro (Vorjahr: +0,1 Millionen Euro) ebenfalls erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst. Im Vorjahr wurde aufgrund der Veräußerung von Sicherungsinstrumenten ein Betrag in Höhe von +3,5 Millionen Euro aus dem Eigenkapital in die Gewinn- und Verlustrechnung übertragen. Wert-

schwankungen derivativer Finanzinstrumente, bei denen kein Sicherungszusammenhang besteht, werden erfolgswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Im abgelaufenen Geschäftsjahr belief sich dies auf einen Betrag in Höhe von +0,1 Millionen Euro (Vorjahr: +0,4 Millionen Euro).

Ausgleichsposten für Anteile in Fremdbesitz

Ausgewiesen werden die auf andere Gesellschafter entfallenden Anteile an konsolidierten Gesellschaften. Aufgrund der Vorschriften des IAS 32 waren in der Eröffnungsbilanz Anteile von Gesellschaftern, die über ein Andienungsrecht oder die Möglichkeit der Kündigung mit Zeitwertabfindung verfügen, in Finanzverbindlichkeiten umzuqualifizieren und zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzieren. Die verbliebenen Beträge entfallen damit auf die Douglas Expansion, Clermont-Ferrand/Frankreich.

Gewinnverwendung

Die Dividendenausschüttung der DOUGLAS HOLDING AG richtet sich nach dem handelsrechtlichen Jahresabschluss der Gesellschaft.

Aus dem dort für das Geschäftsjahr 2007/08 ausgewiesenen Bilanzgewinn in Höhe von 44,0 Millionen Euro wurde gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 18. März 2009 eine Dividende von 1,10 Euro je Aktie, das sind insgesamt 43,2 Millionen Euro, an die Aktionäre ausgeschüttet. Der Restbetrag von 0,8 Millionen Euro wurde auf neue Rechnung vorgetragen.

Der Vorstand wird der Hauptversammlung vorschlagen, aus dem Bilanzgewinn der DOUGLAS HOLDING AG des Geschäftsjahres 2008/09 in Höhe von 44,0 Millionen Euro eine Ausschüttung von 1,10 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie, also insgesamt 43,3 Millionen Euro, zu beschließen. Der Restbetrag von 0,7 Millionen Euro soll auf neue Rechnung vorgetragen werden.

24. Pensionsrückstellungen

Pensionsrückstellungen werden für Verpflichtungen aus Anwartschaften und laufenden Leistungen an Mitarbeiter und frühere Mitarbeiter und deren Hinterbliebene gebildet. Die Bilanzierung dieser Verpflichtungen wird dabei entsprechend den Vorschriften von IAS 19 vorgenommen. Die Bewertung für die inländischen Gesellschaften erfolgt auf Basis von versicherungsmathematischen Gutachten unter Verwendung der nachfolgend dargestellten Parameter. Die Bewertungsparameter für die ausländischen Gesellschaften weichen unwesentlich von diesen ab.

<i>Berechnungsparameter</i>		
	30.09.2009	30.09.2008
Rechnungszinssatz	5,90%	5,90%
Anwartschaftsdynamik	2,5%	2,5%
Anstieg Verbraucherpreisindex	2,0%	2,0%

Die erwartete Rendite auf das Planvermögen liegt zwischen 4 Prozent und 5 Prozent.

Als biometrische Rechnungsparameter wurden die Richttafeln von Dr. Heubeck aus dem Jahre 2005 oder vergleichbare länderspezifische Sterbetafeln zugrunde gelegt.

Die Erfassung versicherungsmathematischer Gewinne und Verluste erfolgt unter Anwendung des 10 Prozent-Korridoransatzes. Danach werden versicherungsmathematische Gewinne und Verluste nur dann erfolgswirksam erfasst, soweit sie 10 Prozent des Verpflichtungsbetrages überschreiten. Der den Korridor übersteigende Betrag wird dann über die durchschnittliche Restdienstzeit der Anwärter verteilt.

Die betriebliche Altersversorgung im DOUGLAS-Konzern basiert im Wesentlichen auf leistungsorientierten Pensionszusagen.

Bei der Parfumerie Douglas Nederland B.V. besteht ein so genannter Multi-Employer-Plan, der grundsätzlich als leistungsorientiert zu qualifizieren ist. Mangels Verfügbarkeit der erforderlichen Informationen wird dieser Plan allerdings als beitragsorientiert klassifiziert. Der in diesem Zusammenhang angefallene Aufwand für Altersversorgung beläuft sich auf 1,3 Millionen Euro im Geschäftsjahr

2008/09 (Vorjahr: 1,3 Millionen Euro). Für das kommende Geschäftsjahr werden Zahlungen in ähnlichem Umfang erwartet. Um die Vergleichbarkeit zu verbessern, wurden für Pensionspläne einiger ausländischer Gesellschaften, für die im Berichtsjahr erstmals Pensionsgutachten eingeholt wurden, auch die entsprechenden Vorjahreswerte angepasst.

Überleitung Defined Benefit Obligation (DBO) zu passivierter Verpflichtung

in Mio €	30.09.2009		30.09.2008	
	nicht kapitalgedeckte Verpflichtung	kapitalgedeckte Verpflichtung	nicht kapitalgedeckte Verpflichtung	kapitalgedeckte Verpflichtung
DBO	24,7	24,0	25,8	24,5
nicht berücksichtigte versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	2,2	1,2	1,1	-2,8
Marktwert des Planvermögens	0,0	22,5	0,0	20,3
passivierte Verpflichtung	26,9	2,7	26,9	1,4

Entwicklung DBO

in Mio €	2008/09		2007/08	
	nicht kapitalgedeckte Verpflichtung	kapitalgedeckte Verpflichtung	nicht kapitalgedeckte Verpflichtung	kapitalgedeckte Verpflichtung
DBO 01.10.	25,8	24,5	26,1	24,5
versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	-1,3	-1,2	-0,5	0,0
Dienstzeitaufwand	0,3	0,2	0,3	0,0
Zinsaufwand	1,4	0,6	1,3	0,1
nachzuerrechnender Dienstzeitaufwand	0,0	-0,3	0,0	0,0
Plankürzungen/Abgeltungen	0,0	0,0	0,0	0,0
Versicherungsprämien	0,0	0,0	0,0	0,0
Beiträge	0,0	0,2	0,0	0,0
Rentenzahlungen	-1,5	0,0	-1,4	-0,1
Währungsumrechnungsdifferenzen	0,0	0,0	0,0	0,0
Konsolidierungskreisänderungen	0,0	0,0	0,0	0,0
DBO 30.09.	24,7	24,0	25,8	24,5

Pensionsaufwand

in Mio €	2008/09		2007/08	
	nicht kapitalgedeckte Verpflichtung	kapitalgedeckte Verpflichtung	nicht kapitalgedeckte Verpflichtung	kapitalgedeckte Verpflichtung
Dienstzeitaufwand	0,3	0,2	0,3	0,0
Zinsaufwand	1,4	0,6	1,3	0,1
Amortisation versicherungsmathematischer Gewinne/Verluste	0,1	0,0	-0,1	0,0
erwartete Erträge aus Planvermögen	0,0	0,1	0,0	0,1
nachzuerrechnender Dienstzeitaufwand	0,0	0,0	0,0	0,0
Aufwand/Ertrag aus Planänderungen	0,0	0,0	0,0	0,0
Pensionsaufwand der Periode	1,8	0,7	1,5	0,0

Entwicklung Planvermögen

in Mio €	2008/09	2007/08
Planvermögen 01.10.	20,3	20,4
erwarteter Ertrag aus Planvermögen	0,1	0,1
versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	0,0	-0,1
Beiträge	2,3	0,0
Fremdwährungsdifferenzen	0,0	0,0
Plankosten	0,0	0,0
Auszahlungen	-0,2	-0,1
Planvermögen 30.09.	22,5	20,3

Nachfolgend ist die Entwicklung des Finanzierungsstatus, der sich aus dem Saldo des Barwertes der leistungsorientierten Verpflichtung und dem beizulegenden Zeitwert des Planvermögens errechnet, über die letzten Geschäftsjahre dargestellt.

Finanzierungsstatus

in Mio €	30.09.2009	30.09.2008	30.09.2007	30.09.2006	30.09.2005
Anwartschaftsbarwert	48,7	50,3	35,1	39,1	38,6
Planvermögen	22,5	20,3	8,1	9,1	8,5
Saldo	-26,2	-30,0	-27,0	-30,0	-30,1

25. Rückstellungen**Rückstellungsspiegel langfristig**

in Mio €	Verpflichtungen aus dem Personalbereich	Rückstellungen für Kaufpreiserlöse	Verpflichtungen aus dem Immobilienbereich	Sonstige Rückstellungen	Gesamt
01.10.2008	15,9	0,7	2,3	1,4	20,3
Inanspruchnahme	-1,0	0,0	0,0	0,0	-1,0
Auflösung	-0,4	0,0	-0,6	0,0	-1,0
Zuführungen	1,8	0,0	3,9	0,0	5,7
Umbuchungen	0,0	0,0	-0,3	-0,9	-1,2
Veränderungen des Konsolidierungskreises	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Währungsumrechnungsdifferenzen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
30.09.2009	16,3	0,7	5,3	0,5	22,8

Rückstellungsspiegel kurzfristig

in Mio €	Verpflichtungen aus dem Personalbereich	Verpflichtungen aus dem Immobilienbereich	Sonstige Rückstellungen	Gesamt
01.10.2008	66,1	5,8	44,4	116,3
Inanspruchnahme	-53,9	-3,0	-34,3	-91,2
Auflösung	-3,4	-1,0	-5,4	-9,8
Zuführungen	57,8	13,7	45,9	117,4
Umbuchungen	0,1	0,3	0,8	1,2
Veränderungen des Konsolidierungskreises	0,1	0,0	0,1	0,2
Währungsumrechnungsdifferenzen	-0,2	-0,4	-0,2	-0,8
30.09.2009	66,6	15,4	51,3	133,3

Sonstige kurzfristige Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

Sonstige kurzfristige Rückstellungen		
in Mio €	30.09.2009	30.09.2008
Noch nicht abgerechnete Lieferungen und Leistungen	34,7	33,0
Prozesskosten	2,4	1,9
Aufsichtsratsvergütung	0,8	0,9
Drohende Verluste aus schwebenden Geschäften	0,8	0,5
Jahresabschlusskosten	0,6	0,6
Kundenbonusprogramme	0,1	0,1
Zinsen	0,0	0,5
Übrige	11,9	6,9
Summe	51,3	44,4

Aufgrund des Zeitablaufs wurden abgezinsten Beträge um 0,0 Millionen Euro (Vorjahr: 0,0 Millionen Euro) erhöht und als Zinsaufwand erfasst. Zinsaufwendungen in Höhe von 0,0 Millionen Euro (Vorjahr: 0,1 Millionen Euro) sind durch die Zinssatzänderung als Zinsaufwand erfasst worden.

26. Finanzielle Verbindlichkeiten

in Mio €	Restlaufzeit				Restlaufzeit			
	30.09.2009	davon bis 1 Jahr	davon 1 bis 5 Jahre	davon mehr als 5 Jahre	30.09.2008	davon bis 1 Jahr	davon 1 bis 5 Jahre	davon mehr als 5 Jahre
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	201,1	144,8	41,6	14,7	259,1	188,3	46,7	24,1
Erhaltene Anzahlungen	1,1	1,1			1,6	1,6		
Wechselverbindlichkeiten	1,0	1,0			11,5	11,5		
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	11,7	11,7			9,2	9,2		
Derivative Finanzinstrumente	2,0	2,0			0,1	0,1		
Finanzielle Verbindlichkeiten aus Minderheitenoptionen	110,8	102,0	6,2	2,6	112,3	102,8	6,8	2,7
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	33,6	33,6			38,6	33,6	5,0	
Summe	361,3	296,2	47,8	17,3	432,4	347,1	58,5	26,8

Verbindlichkeiten aus Minderheitenoptionen betreffen mit Kündigungs- und Andienungsrechten versehene Anteile von Minderheitsgesellschaftern. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden Erträge aus der Ausbuchung von Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 0,0 Millionen Euro (Vorjahr: 0,2 Millionen Euro) vereinnahmt.

27. Sonstige Verbindlichkeiten

Die sonstigen Verbindlichkeiten beinhalten Gutscheinvertbindlichkeiten sowie Rechnungsabgrenzungsposten.

28. Angaben zur Kapitalflussrechnung

Entsprechend den Vorschriften von IAS 7 ist die Kapitalflussrechnung nach Zahlungsströmen aus der laufenden Geschäftstätigkeit, Investitionstätigkeit und Finanzierungstätigkeit gegliedert. Auswirkungen von Veränderungen im Konsolidierungskreis sind dabei eliminiert; ihr Einfluss auf den Finanzmittelbestand wird – ebenso wie der Einfluss von Wechselkursänderungen – gesondert gezeigt.

Der Finanzmittelbestand setzt sich wie folgt zusammen:

Finanzmittelbestand		
in Mio €	30.09.2009	30.09.2008
Kurzfristige Wertpapiere	0,9	3,3
Liquide Mittel	35,8	49,9
Summe	36,7	53,2

Weder im abgelaufenen Geschäftsjahr noch im Vorjahr sind in den Finanzmitteln Beträge aus quotaal konsolidierten Unternehmen enthalten. Auswirkungen aus Käufen und Verkäufen von konsolidierten Unternehmen sind unter den Erläuterungen zur Konsolidierung dargestellt.

29. Angaben zur Segmentberichterstattung

Die Segmentberichterstattung ist entsprechend den Vorschriften des IAS 14 erstellt worden. Die Segmentierung folgt der internen Berichtsstruktur des Konzerns.

Das primäre Segmentierungsformat stellt dabei auf die Geschäftsfelder des DOUGLAS-Konzerns ab. Das sekundäre Berichtsformat segmentiert nach geographischen Regionen.

Die Segmentberichterstattung erfolgt in Übereinstimmung mit den Ansatz- und Bewertungsmethoden des Konzernabschlusses.

Die Verrechnungen zwischen den Segmenten erfolgen zu Preisen, wie sie auch mit fremden Dritten erfolgt wären.

Im Rahmen der Werthaltigkeitstests wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr Wertminderungen auf Vermögenswerte des Sachanlagevermögens in Höhe von 16,7 Millionen Euro (Vorjahr: 6,5 Millionen Euro) erfasst. Darüber hinaus wurden immaterielle Vermögenswerte einschließlich der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von insgesamt 5,7 Millionen Euro wertgemindert (Vorjahr: 1,4 Millionen Euro).

Dabei wurden im Segment Parfümerien außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 16,1 Millionen Euro (Vorjahr: 2,9 Millionen Euro) auf Vermögenswerte des Sachanlagevermögens vorgenommen und immaterielle Vermögenswerte in Höhe von insgesamt 5,7 Millionen Euro (Vorjahr: 1,4 Millionen Euro) außerplanmäßig abgeschrieben. Gleichzeitig wurden im Bereich der Parfümerien außerplanmäßige Wertminderungen aus Vorjahren in Höhe von 2,1 Millionen Euro (Vorjahr: 0,1 Millionen Euro) wieder zurückgenommen.

Im Buchbereich wurden außerplanmäßige Wertminderungen in Höhe von 0,2 Millionen Euro (Vorjahr: 0,7 Millionen Euro) vorgenommen und Wertminderungen in Höhe von 0,3 Millionen Euro (Vorjahr: 0,0 Millionen Euro) wieder zurückgenommen.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden im Segment Schmuck Wertminderungen in Höhe von 0,1 Millionen Euro vorgenommen (Vorjahr: 0,7 Millionen Euro) und auf der anderen Seite Wertminderungen in Höhe von 0,1 Millionen Euro (Vorjahr: 0,2 Millionen Euro) wieder zurückgenommen.

Im Bereich Mode sind im abgelaufenen Geschäftsjahr keinerlei außerplanmäßige Wertminderungen vorgenommen worden (Vorjahr: 2,2 Millionen Euro).

Der Bereich Süßwaren hatte ebenso wie im Vorjahr außerplanmäßige Wertminderungen in Höhe von 0,3 Millionen Euro zu verzeichnen.

Segmentabgrenzung

Der DOUGLAS-Konzern gliedert sich im Rahmen der primären Segmentabgrenzung in fünf operative Geschäftsbereiche, die einzeln als Segmente dargestellt werden. Der Bereich Dienstleistungen wurde mit den Überleitungswerten zusammengefasst. Im Rahmen der sekundären Berichtsstruktur wird die Abgrenzung anhand der geographischen Regionen Deutschland, Europa und USA vorgenommen.

Segmentergebnis

Neben dem Ergebnis vor Steuern (EBT) als Segmentergebnis werden auch die Kennzahlen EBITDA und EBIT für die Segmente angegeben.

Segmentvermögen und -fremdkapital

Die Vermögensposten der Konzernbilanz wurden den einzelnen Segmenten sachgerecht zugeordnet. Segmentvermögen und Segmentfremdkapital beziehen sich jeweils auf das EBT und sind daher nicht um Finanzierungspositionen bereinigt.

Beim Fremdkapital wurden die in der Konzernbilanz enthaltenen Verbindlichkeiten um die von der DOUGLAS HOLDING AG an die einzelnen Tochtergesellschaften ausgereichten Kredite erhöht und danach verursachungsgerecht auf die einzelnen Segmente verteilt. Die sich daraus ergebenden Korrekturen der Konzernbilanz werden in der Überleitungsspalte eliminiert.

Investitionen

Die Investitionen der Segmentberichterstattung beziehen sich auf die Zugänge der immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen.

30. Beizulegende Zeitwerte der Finanzinstrumente

Beizulegende Zeitwerte 30.09.2009

in Mio €	Buchwert	Fortgeführte Anschaffungskosten	Fair Value erfolgswirksam	Fair Value erfolgsneutral	Fair Value
Aktiva					
Kredite und Forderungen					
Ausleihungen	3,0	3,0			3,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	42,7	42,7			42,7
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	95,6	95,6			95,6
Zu Handelszwecken gehaltene Finanzinstrumente					
Derivative Finanzinstrumente	0,0				0,0
Zur Veräußerung verfügbare Finanzinstrumente					
Beteiligungen	1,2	1,2			1,2
Wertpapiere	0,9			0,9	0,9
Passiva					
Zu Handelszwecken gehaltene Finanzinstrumente					
Derivative Finanzinstrumente	2,0			2,0	2,0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	254,8	254,8			254,8
Verbindlichkeiten aus Minderheitenoptionen	110,8				110,8
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	201,1	201,1			201,8
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	47,3	47,3			47,3

Beizulegende Zeitwerte 30.09.2008

in Mio €	Buchwert	Fortge- führte An- schaffungs- kosten	Fair Value erfolgs- wirksam	Fair Value erfolgs- neutral	Fair Value
Aktiva					
Kredite und Forderungen					
Ausleihungen	3,1	3,1			3,1
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	53,5	53,5			53,5
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	101,4	101,4			101,4
Zu Handelszwecken gehaltene Finanzinstrumente					
Derivative Finanzinstrumente	0,2			0,2	0,2
Zur Veräußerung verfügbare Finanzinstrumente					
Beteiligungen	2,6	2,6			2,6
Wertpapiere	3,3			3,3	3,3
Passiva					
Zu Handelszwecken gehaltene Finanzinstrumente					
Derivative Finanzinstrumente	0,1		0,1		0,1
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	259,9	259,9			259,9
Verbindlichkeiten aus Minderheitenoptionen	112,3				112,3
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	259,1	259,1			256,3
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	60,9	60,9			60,9

31. Management der finanzwirtschaftlichen Risiken

Das Finanzmanagement der DOUGLAS HOLDING AG ist für die Finanzierung des DOUGLAS-Konzerns verantwortlich und unterstützt die Entscheidungsträger der in- und ausländischen Konzerngesellschaften bei allen finanzwirtschaftlichen Fragestellungen.

Der einheitliche Auftritt der DOUGLAS-Gruppe ermöglicht zum einen eine Verbesserung der Konditionen an den Finanzmärkten, zum anderen werden durch die Bündelung der Finanzvolumina aller inländischen Konzerngesellschaften im Rahmen eines Cash-Management-Systems die zur Verfügung stehenden Ressourcen optimal genutzt.

Die für den DOUGLAS-Konzern relevanten finanzwirtschaftlichen Risiken wie Liquiditätsrisiken, Zinsänderungsrisiken, Ausfallrisiken sowie Risiken aus Zahlungsstromschwankungen werden adäquat durch das Finanzmanagement der DOUGLAS HOLDING AG gesteuert und überwacht.

Liquiditätsrisiken

Die langfristige Unternehmensfinanzierung des DOUGLAS-Konzerns wird durch die solide Eigenmittelausstattung sowie die zur Verfügung stehenden Bankdarlehen gesichert. Unterstützt wird dies durch die laufenden, stabilen Cash Flows der operativen Konzerngesellschaften.

Durch den im Geschäftsjahr 2006/07 aufgenommenen syndizierten Kredit in Höhe von 500 Millionen Euro ist die Kreditversorgung des DOUGLAS-Konzerns mindestens für die folgenden drei Jahre sichergestellt.

Alle inländischen Tochtergesellschaften des DOUGLAS-Konzerns sind an ein Cash-Management-System (Cash-Pooling) angebunden. Durch die Zusammenfassung der Finanzvolumina werden kurzfristige Liquiditätsüberschüsse einzelner Konzerngesellschaften zur Finanzierung des Geldbedarfs anderer Konzerngesellschaften genutzt. Dies trägt zu einer Reduzierung des Fremdfinanzierungsvolumens und einer Optimierung der Geldanlagen bei und hat somit positive Auswirkungen auf das Zinsergebnis im Konzern.

Liquiditätsrisiko

in Mio €	Buchwert	Zahlungswirksam in einem Zeitraum < 30 Tage		Zahlungswirksam in einem Zeitraum 30-90 Tage		Zahlungswirksam in einem Zeitraum > 90 < 360 Tage		Zahlungswirksam in einem Zeitraum von 1-5 Jahren		Zahlungswirksam nach mehr als 5 Jahren	
		Tilgungs- anteil	Zins- anteil	Tilgungs- anteil	Zins- anteil	Tilgungs- anteil	Zins- anteil	Tilgungs- anteil	Zins- anteil	Tilgungs- anteil	Zins- anteil
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	201,1	131,5	1,0	1,2	0,2	12,1	2,3	41,6	5,9	14,7	1,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	254,8	121,2		120,1		13,5					
Finanzielle Verbindlichkeiten aus Minderheitenoptionen	110,8	23,8				78,2		6,2		2,6	
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	11,7	11,7									
Derivative Finanzinstrumente	2,0				0,2		0,9		1,9		
Erhaltene Anzahlungen	1,1	1,1									
Wechselverbindlichkeiten	1,0	1,0									
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	33,6	33,6									

Einbezogen wurden alle finanziellen Verbindlichkeiten, die zum Stichtag 30. September 2009 im Bestand waren und für die bereits Zahlungen vertraglich vereinbart waren. Planzahlungen für künftige Verbindlichkeiten wurden nicht berücksichtigt. Variable Zinszahlungen wurden unter Zugrundelegung der zum 30. September 2009 bekannten Zinssätze ermittelt. Jederzeit kündbare finanzielle Verbindlichkeiten sind immer dem frühestmöglichen Zeitraster zugeordnet. Fremdwährungsbeträge wurden mit dem durchschnittlichen Stichtagskurs in Euro umgerechnet.

Die aus den Zinssicherungsinstrumenten resultierenden Zahlungen erfolgen zu den jeweiligen Zinsanpassungsterminen, so dass die Liquiditätswirkung der Zinsswaps sich über die Laufzeit der Absicherung bis zum Jahr 2012 verteilt. Im Wesentlichen ist eine Ziehung in Höhe von 25,0 Millionen Euro aus der syndizierten Kreditlinie durch Zinssicherungsinstrumente abgesichert. Da es sich hierbei um monatliche Ziehungen handelt, ist dieser Betrag komplett unter den kurzfristigen Bankverbindlichkeiten mit einer Liquiditätswirkung von bis zu 30 Tagen ausgewiesen. Die Finanzierungsstrategie des DOUGLAS-Konzerns sieht vor, den abgesicherten Betrag in Höhe von 25,0 Millionen Euro über den gesamten Absicherungszeitraum in Anspruch zu nehmen.

Zinsänderungsrisiken

Zinsänderungsrisiken entstehen durch Schwankungen der Zinssätze an den Geld- und Kapitalmärkten sowie durch marktbedingte Änderungen der Wechselkurse.

Um die Zinsänderungsrisiken im DOUGLAS-Konzern bei der Refinanzierung zu minimieren, wurden langfristige Kredite zu Festzinssätzen aufgenommen sowie variabel verzinsliche Darlehen durch den Abschluss von Zinsswaps gesichert. Die Ziehungen aus der syndizierten Kreditlinie erfolgen auf Basis kurzfristiger Geldmarktsätze und unterliegen damit dem Zinsrisiko. Ein Betrag in Höhe von 25,0 Millionen Euro des syndizierten Kredits wurde im Geschäftsjahr 2007/08 durch einen Zinsswap abgesichert.

Die folgenden Zinsswaps sind am Bilanzstichtag zur Risikoreduzierung eingesetzt. Der Fair Value ermittelt sich hierbei als Marktwert der Zinssicherungsinstrumente.

Zinssicherungsinstrumente

in Mio €	30.09.2009			30.09.2008		
	Fair Values			Fair Values		
	Bezugs- betrag	Finanzielle Vermögens- werte	Finanzielle Verbindlich- keiten	Bezugs- betrag	Finanzielle Vermögens- werte	Finanzielle Verbindlich- keiten
Zinsswaps	31,0	0,0	2,0	74,9	0,2	0,1
davon <i>innerhalb Cash Flow Hedges</i>	31,0	0,0	2,0	34,0	0,2	0,0
davon <i>nicht in einer Hedge-Beziehung</i>	0,0	0,0	0,0	40,9	0,0	0,1

Um das Zinsänderungsrisiko zu quantifizieren, wurde entsprechend IFRS 7 eine Sensitivitätsanalyse durchgeführt. Im Rahmen dieser Analyse werden Auswirkungen von Marktzinssatzänderungen auf Zinsaufwendungen und Zinserträge aufgezeigt. Dieser Sensitivitätsanalyse liegen folgende Prämissen zugrunde: Originäre Finanzinstrumente mit fester Verzinsung unterliegen nur dann einem Zinsänderungsrisiko, das sich auf die Gewinn- und Verlustrechnung oder das Eigenkapital auswirkt, wenn sie zum Fair Value bewertet werden. Werden diese Finanzinstrumente mit ihren Anschaffungskosten bewertet, unterliegen sie keinem Risiko aus Marktzinssatzänderungen. Variabel verzinsliche Finanzinstrumente unterliegen grundsätzlich dem Marktzinssatzrisiko, wenn sie nicht als Grundgeschäft im Rahmen eines Cash Flow Hedges designiert sind.

Eine relative Erhöhung des durchschnittlichen Zinssatzes um 5 Prozent hat eine Erhöhung des Zinsaufwandes für variable verzinsliche Verbindlichkeiten in Höhe von 0,1 Millionen Euro (Vorjahr: 0,2 Millionen Euro) zur Folge. Eine Senkung des Zinssatzes in gleicher Höhe bewirkt einen gegenläufigen Effekt in Höhe von 0,1 Millionen Euro (Vorjahr: 0,2 Millionen Euro). Im Vorjahr ergab sich gegenläufig dazu ein Effekt von 0,1 Millionen Euro aus Zinssicherungsinstrumenten, die nicht in einem Hedging Zusammenhang standen. Zum Bilanzstichtag gab es im DOUGLAS-Konzern keine solchen Sicherungsinstrumente mehr.

Aus der Bewertung von Finanzinstrumenten, die in einer Sicherungsbeziehung stehen und daher entsprechend den Vorschriften zum Hedge Accounting nach IAS 39 bilanziert werden, ergibt sich bei einer Zinssatzerhöhung von 50 Basispunkten eine Veränderung des Eigenkapitals in Höhe von 0,5 Millionen Euro (Vorjahr: 0,9 Millionen Euro). Bei einer entsprechenden Reduzierung des Zinssatzes würde sich das Eigenkapital um -0,4 Millionen Euro (Vorjahr: 0,0 Millionen Euro) verändern.

Währungsrisiken

Die operativen Gesellschaften des DOUGLAS-Konzerns wickeln ihre Aktivitäten überwiegend in der jeweiligen funktionalen Währung ab. Deshalb wird das Währungsrisiko innerhalb des DOUGLAS-Konzerns als gering eingestuft, da im Geschäftsjahr 2008/09 rund 89 Prozent der Konzernumsätze in Euro erwirtschaftet wurden und die Wareneinkäufe fast ausschließlich in Euro erfolgten. Differenzen aus der Umrechnung von Abschlüssen in ausländischer Währung in Konzernwährung zur Erstellung des Konzernabschlusses beeinflussen das Währungsrisiko nicht.

Zur Absicherung der verbleibenden Währungsrisiken überprüft das Finanzmanagement der DOUGLAS HOLDING AG regelmäßig die Währungspositionen des DOUGLAS-Konzerns und analysiert die Vor- und Nachteile des Einsatzes von derivativen Finanzinstrumenten.

Im Geschäftsjahr 2008/09 waren keine Sicherungsmaßnahmen im Einsatz. Im Finanzbereich resultieren Fremdwährungsrisiken aus Darlehen in Fremdwährung (Schweizer Franken), die aufgrund der Höhe der zum Bilanzstichtag aufgenommenen Fremdwährungsdarlehen als gering eingestuft werden.

Entsprechend den Vorschriften des IFRS 7 wurde für die Fremdwährungsrisiken eine Sensitivitätsanalyse durchgeführt. Im Rahmen dieser Analyse werden die Effekte aus Fremdwährungsposten, die gemäß IAS 21 erfolgswirksam zum Stichtagskurs bewertet werden, einbezogen. In den Fällen, in denen die Fremdwährungspositionen Eigenkapitalcharakter haben, werden die Fremdwährungsdifferenzen erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst.

Im Rahmen einer Sensitivitätsanalyse der Währungsrisiken wurden die Auswirkungen von Wechselkursschwankungen auf Finanzinstrumente, die auf Fremdwährung lauten und nicht als Grundgeschäfte im Rahmen von Fremdwährungssicherungsgeschäften designiert sind, ermittelt. Insgesamt ergibt sich dabei für den DOUGLAS-Konzern bei einer Aufwertung des Euro um 5 Prozent ein saldiertes Risiko in Höhe von 0,7 Millionen Euro (Vorjahr: 0,8 Millionen Euro) sowie bei einer Abwertung des Euro um

5 Prozent ein saldiertes Risiko in Höhe von -0,8 Millionen Euro (Vorjahr: -1,6 Millionen Euro). Die größten Beträge entfallen dabei auf US-Dollar (+/-0,4 Millionen Euro) und Türkische Lira (+/-0,2 Millionen Euro).

Ausfallrisiken

Durch den Ausfall eines Bankenpartners, insbesondere durch Zahlungsunfähigkeit im Rahmen von Geldanlagen oder bei positiven Marktwerten aus Derivaten, kann ein Ausfallrisiko entstehen. Diesem Risiko begegnet der DOUGLAS-Konzern, indem Geschäftsabschlüsse sowohl von Geldanlagen als auch von Finanzinstrumenten ausschließlich mit erstklassigen Banken erfolgen. Gleichzeitig wird das Volumen auf mehrere Kontrahenten verteilt, um Konzentrationsrisiken zu vermeiden. Größere Geldanlagen werden wegen der weltwirtschaftlich schwierigen Lage möglichst vermieden bzw. nur mit erstklassigen deutschen Banken abgeschlossen.

Finanzielle Schulden

Im Geschäftsjahr 2006/07 hat die DOUGLAS HOLDING AG einen syndizierten Kredit mit einem Volumen von bis zu maximal 500 Millionen Euro bei einem internationalen Bankenkonsortium aufgenommen. Die Restlaufzeit dieser revolving Kreditfazilität beträgt drei Jahre. Inanspruchnahmen werden mit EURIBOR +25 Basispunkten abgerechnet, wobei die Marge fest für die Laufzeit vereinbart ist. Die Bereitstellungsprovision für den nicht genutzten Teil der Linie beträgt 30 Prozent der Marge. Zum Bilanzstichtag wurde diese Linie in Höhe von 84,2 Millionen Euro in Anspruch genommen. Ziel des Abschlusses des syndizierten Kredits war die Verringerung der liquiden Mittel sowie die Schaffung einer flexiblen Finanzierungsmöglichkeit.

Neben der DOUGLAS HOLDING AG wurde als weiterer Kreditnehmer die Douglas Finance B.V. mit Sitz in den Niederlanden aufgenommen. Diese Finanzierungsgesellschaft dient der Finanzierung der ausländischen Tochtergesellschaften des DOUGLAS-Konzerns. Aufgrund der Aufnahme und der Ziehungen des syndizierten Kredits durch die DOUGLAS HOLDING AG und die Douglas Finance B.V. und die Weiterleitung an die Gesellschaften des DOUGLAS-Konzerns wurden die Inanspruchnahmen der bilateralen Kreditlinien bei den Gesellschaften vor Ort teilweise zurückgefahren. Die Inanspruchnahme bilateralen Kreditlinien betrug 45,5 Millionen Euro (Vorjahr: 51,0 Millionen Euro), die des syndizierten Kredits 84,2 Millionen Euro (Vorjahr: 100,0 Millionen Euro).

Verbindlichkeiten aus Darlehen gegenüber Kreditinstituten (ohne Kontokorrent und syndizierte Kreditlinie) per 30.09.2009

Währung	Ursprungsbetrag in Mio Währung	Nominalwerte in Mio €	Buchwerte in Mio €	Fair Values in Mio €
EUR	125,3	125,3	69,9	70,6
CHF	13,6	9,0	1,5	1,5

Verbindlichkeiten aus Darlehen gegenüber Kreditinstituten (ohne Kontokorrent und syndizierte Kreditlinie) per 30.09.2008

Währung	Ursprungsbetrag in Mio Währung	Nominalwerte in Mio €	Buchwerte in Mio €	Fair Values in Mio €
EUR	153,5	153,5	87,3	84,4
CHF	42,2	26,7	20,7	20,8

32. Verbindlichkeiten gegenüber Minderheitsgesellschaften

Gegenüber Minderheitsgesellschaftern verschiedener Tochtergesellschaften bestehen Verpflichtungen, deren Anteile zu erwerben. Weiterhin bestehen bei zwei Personengesellschaften Kündigungsrechte mit der Konsequenz einer Abfindung zum Zeitwert.

Gemäß IAS 32 sind diese Verpflichtungen als finanzielle Verbindlichkeiten zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzieren. Dazu wurden die einzelnen Verpflichtungen entsprechend den jeweiligen vertraglichen Vereinbarungen bewertet.

Daraus ergibt sich zum Bilanzstichtag ein Verpflichtungsumfang von 110,8 Millionen Euro gegenüber 112,3 Millionen Euro im Vorjahr. Anteilige saldierte Ergebnisse in Höhe von 3,5 Millionen Euro (Vorjahr: 3,6 Millionen Euro), die im Finanzaufwand enthalten sind, erhöhten die Verpflichtungen. Ausschüttungen in Höhe von 2,8 Millionen Euro (Vorjahr: 3,4 Millionen Euro) minderten den Umfang der Verpflichtung. Darüber hinaus ergaben sich bewertungsbedingte Anpassungen in Höhe von -3,3 Millionen Euro (Vorjahr: 13,8 Millionen Euro). Des Weiteren erhöhte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr die Verbindlichkeit aufgrund von Kapitaleinzahlungen und Veränderungen des Konsolidierungskreises um insgesamt 1,1 Millionen Euro (Vorjahr: 5,3 Millionen Euro).

33. Sonstige Angaben

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Das Bestellobligo für genehmigte Investitionsmaßnahmen in Sachanlagen beläuft sich auf rund 25,5 Millionen Euro (Vorjahr: 50,4 Millionen Euro). In einer ausländischen Gesellschaft besteht eine Eventualverbindlichkeit in Höhe von 0,6 Millionen Euro.

Durchschnittliche Zahl der Beschäftigten

Im Jahresdurchschnitt wurden beschäftigt:

<i>Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt</i>		
	2008/09	2007/08
Kaufmännische und gewerbliche Mitarbeiter	22.681	22.535
Auszubildende	1.676	1.657
Summe	24.357	24.192

Zum Bilanzstichtag wurden keine Gesellschaften mehr quotal in den Konzernabschluss einbezogen. Im Vorjahr wurden in quotal einbezogenen Gesellschaften im Jahresdurchschnitt 22 Arbeitnehmer beschäftigt.

Anteilsbesitz

Der Anteilsbesitz gibt einen Überblick über die wesentlichen in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften sowie weitere Beteiligungen des DOUGLAS-Konzerns. Die vollständige Aufstellung des Anteilsbesitzes wird beim elektronischen Bundesanzeiger eingereicht.

Angaben zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Der DOUGLAS-Konzern hatte im Geschäftsjahr 2008/09 und im Geschäftsjahr 2007/08 folgende Geschäftsbeziehungen zu nahestehenden Personen aus in der Vergangenheit abgeschlossenen Liefer- und Leistungsbeziehungen:

Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen/Personen

in Mio €	erhaltene Lieferungen und Leistungen		erbrachte Lieferungen und Leistungen	
	2008/09	2007/08	2008/09	2007/08
Nahestehende Unternehmen	3,4	2,2	6,8	4,1
Nahestehende Personen	6,9	3,3	0,0	0,0
Summe	10,3	5,5	6,8	4,1

Die Forderungen gegen nahestehende Unternehmen/Personen betragen zum Stichtag 0,2 Millionen Euro (30. September 2008: 0,1 Millionen Euro), die entsprechenden Verbindlichkeiten 12,6 Millionen Euro (30. September 2008: 20,7 Millionen Euro). Die Geschäftsbeziehungen zu nahestehenden Personen erfolgen zu Bedingungen wie unter fremden Dritten.

Organe

Die Gesamtbezüge des Vorstandes der DOUGLAS HOLDING AG sind der nachstehenden Tabelle zu entnehmen:

Vergütung des Vorstandes

Vergütung des Vorstandes

in T €	2008/09		
	Fix	Variabel	Gesamt
Dr. Henning Kreke, Vorsitzender	533,8	590,0	1.123,8
Dr. Burkhard Bamberger	366,8	365,7	732,5
Gabriele Traude-Stopka	381,1	275,2	656,3
Summe	1.281,7	1.230,9	2.512,6

Die Bezüge des Vorstandes im Geschäftsjahr 2007/08 betragen 2.768 Tausend Euro. Die Pensionsrückstellungen für Vorstandsmitglieder belaufen sich auf 1.245 Tausend Euro nach 1.367 Tausend Euro im Vorjahr. Für variable Gehaltsbestandteile der Vorstandsmitglieder sind 1.210 Tausend Euro per 30. September 2009 zurückgestellt (Vorjahr: 1.400 Tausend Euro). Die variablen Bestandteile der Vorstandsbezüge werden ergebnisabhängig ermittelt. Aktienkursorientierte Modelle, wie z. B. Stock Options, existieren nicht.

Die Pensionszusagen gegenüber Vorstandsmitgliedern sehen Altersrenten nach Erreichen einer festen Altersgrenze sowie auf Hinterbliebenenleistungen vor. Die Höhe der monatlich zu gewährenden Versorgungsleistungen wird auf Basis eines einkommensunabhängigen Festbetrages von 6.135,50 Euro bei Herrn Dr. Henning Kreke, 3.000,00 Euro bei Herrn Dr. Bamberger und 3.067,75 Euro bei Frau Traude-Stopka errechnet. Dieser Betrag erhöht sich für jedes ruhegehaltstfähige Dienstjahr um 5,0 Prozent bzw. in Abhängigkeit der allgemeinen Entwicklung der Lebenshaltungskosten indexbezogen. Weitere Zusagen wie Abfindungen, Überbrückungsgelder, Gehaltsfortzahlungen usw. bestehen nicht.

An frühere Vorstandsmitglieder und ihre Hinterbliebenen wurden im Berichtsjahr Bezüge in Höhe von 902 Tausend Euro (Vorjahr: 879 Tausend Euro) ausgezahlt. Die Pensionsrückstellungen für frühere Vorstandsmitglieder und ihre Hinterbliebenen betragen 12.022 Tausend Euro nach 12.567 Tausend Euro im Vorjahr.

Die Gesamtbezüge der übrigen Personen in Schlüsselpositionen des DOUGLAS-Konzerns betragen im Geschäftsjahr 2008/09 insgesamt 4.945 Tausend Euro (Vorjahr: 4.993 Tausend Euro). Die Pensionsrückstellungen für diese Führungskräfte belaufen sich auf 593 Tausend Euro nach 539 Tausend Euro im Vorjahr, während für variable Gehaltsbestandteile 3.621 Tausend Euro per 30. September 2009 zurückgestellt sind (Vorjahr: 4.263 Tausend Euro).

Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrates der DOUGLAS HOLDING AG stellen sich wie folgt dar:

Vergütung des Aufsichtsrates

<i>Vergütung des Aufsichtsrates</i>						
in T €	2008/09			2007/08		
	Fix	Variabel	Gesamt	Fix	Variabel	Gesamt
Dr. Dr. h.c. Jörn Kreke, Vorsitzender	81,6	26,4	108,0	87,7	28,9	116,6
Margarete Pinkowski, stellv. Vorsitzende	55,8	19,8	75,6	56,1	21,6	77,7
Prof. Dr. Wolfgang Bernhardt (bis 12. März 2008)	0,0	0,0	0,0	15,0	7,2	22,2
Detlef Bierbaum	40,8	13,2	54,0	41,1	14,3	55,4
Ulrike Grabe (seit 12. März 2008)	30,0	13,2	43,2	17,5	8,4	25,9
Isabelle Harth	30,0	13,2	43,2	30,0	14,3	44,3
Solveig Hasse (seit 12. März 2008)	30,0	13,2	43,2	17,5	8,4	25,9
Astrid Kitschler (bis 12. März 2008)	0,0	0,0	0,0	15,0	7,2	22,2
Henning R. Kreke	30,0	13,2	43,2	30,0	14,3	44,3
Petra Lügger	30,0	13,2	43,2	30,0	14,3	44,3
Bernd M. Michael (seit 12. März 2008)	30,0	13,2	43,2	17,5	8,4	25,9
Dr. h.c. August Oetker	40,8	13,2	54,0	41,1	14,3	55,4
Heinz Schmidt (bis 12. März 2008)	0,0	0,0	0,0	20,5	7,2	27,7
Dr. Ernst F. Schröder	51,6	13,2	64,8	52,2	14,3	66,5
Elke Vahldiek (bis 12. März 2008)	0,0	0,0	0,0	20,5	7,2	27,7
Malene Volkers	30,0	13,2	43,2	30,0	14,3	44,3
Dr. Ulrich Wolters (seit 12. März 2008)	40,8	13,2	54,0	24,0	8,4	32,4
Prof. Dr. Mark Wössner	30,0	13,2	43,2	30,0	14,3	44,3
Christine Wrobel	30,0	13,2	43,2	30,0	14,3	44,3
Sabine Zimmer	30,0	13,2	43,2	30,0	14,3	44,3
Summe	611,4	231,0	842,4	635,7	255,9	891,6

Für Aufsichtsratsvergütungen sind 842 Tausend Euro (2007/08: 892 Tausend Euro) zurückgestellt, davon sind 611 Tausend Euro fixe und 231 Tausend Euro variable Bestandteile.

Die variablen Bestandteile der Aufsichtsratsbezüge werden auf Basis des Ergebnisses je Aktie ermittelt. Aktienkursorientierte Modelle, wie z.B. Stock Options, existieren nicht.

Transaktionen gem. § 15 a WpHG

Dr. Jörn Kreke, Vorsitzender des Aufsichtsrates, hat im Berichtsjahr über eine von ihm beherrschte Gesellschaft insgesamt 25.000 Stück DOUGLAS-Aktien zu Kursen zwischen 29,64 und 29,94 Euro/Stück erworben, sowie 150.000 Stück DOUGLAS-Aktien zu Kursen zwischen 28,70 und 31,08 Euro/Stück veräußert.

Dr. Jörn Kreke, Vorsitzender des Aufsichtsrates, und Dr. Henning Kreke, Vorsitzender des Vorstandes, haben im Berichtsjahr über eine von ihnen beherrschte Gesellschaft 50.000 Stück DOUGLAS-Aktien zu einem Kurs von 29,78 Euro/Stück erworben. Daneben wurden 184.000 DOUGLAS-Aktien durch gezogene Verkaufsoptionen zu Kursen zwischen 34,50 und 40,00 Euro/Stück angedient. Darüber hinaus hat die Gesellschaft im Berichtsjahr 116.000 Stück auf die DOUGLAS-Aktie gezogene Verkaufsoptionen mit Basispreisen zwischen 34,00 und 38,00 Euro/Stück und Fälligkeiten zwischen 6. März 2009 und 17. April 2009 in der Preisspanne von 4,50 bis 9,95 Euro/Stück gekauft. Außerdem wurden im Juni 2009 Verkaufsoptionen über 100.000 Stück DOUGLAS-Aktien mit einem Basispreis von 25,00 Euro/Stück und Fälligkeit am 16. Juni 2010 zu Preisen von 1,05 bis 1,12 Euro/Stück verkauft.

Die Dr. August Oetker Finanzierungs- und Beteiligungs-Gesellschaft mbH, Bielefeld, als nahestehende juristische Person der Aufsichtsratsmitglieder Dr. August Oetker und Dr. Ernst F. Schröder, hat insgesamt 200.000 auf die DOUGLAS-Aktie gezogene Kaufoptionen mit Basispreisen zwischen 32,70 und 32,80 Euro/Stück und Fälligkeiten zwischen 26. und 27. Januar 2009 in der Preisspanne von 1,82 bis 1,94 Euro/Stück gekauft.

Darüber hinaus wurden, durch Andienung der von der Dr. August Oetker Finanzierungs- und Beteiligungs-Gesellschaft mbH verkauften Verkaufsoptionen, insgesamt 1.500.000 Stück DOUGLAS-Aktien zu Kursen zwischen 29,50 und 40,50 Euro/Stück erworben.

Herr Dr. Ulrich Wolters, Mitglied des Aufsichtsrates, hat im Jahr 2008 insgesamt 1.650 Stück DOUGLAS-Aktien zu Kursen von 29,80 Euro/Stück und 31,03 Euro/Stück erworben.

Aufwendungen für Honorare des Abschlussprüfers

Der Honoraraufwand für den Konzernabschlussprüfer, Susat & Partner oHG, für das abgelaufene Geschäftsjahr stellt sich gemäß § 285 Nr. 17 HGB wie folgt dar:

Honorare des Abschlussprüfers

in Mio €	2008/09	2007/08
Abschlussprüfung	0,8	0,8
Sonstige Bestätigungs- und Bewertungsleistungen	0,0	0,0
Steuerberatung	0,0	0,0
Sonstige Leistungen	0,1	0,1
Summe	0,9	0,9

Erklärung nach § 161 AktG

Die DOUGLAS HOLDING AG hat im Dezember 2009 eine aktualisierte Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG abgegeben. Diese ist im Internet unter www.douglas-holding.com nachzulesen.

Befreiungswahlrechte nach §§ 264 Abs. 3 bzw. 264 b HGB

In Anwendung der §§ 264 Abs. 3 bzw. 264 b HGB verzichten die nachfolgenden inländischen Tochtergesellschaften auf die Offenlegung ihrer Jahresabschlussunterlagen.

Befreiungswahlrechte nach §§ 264 Abs. 3 bzw. 264 b HGB**Parfümerien**

Douglas Cosmetics GmbH	Düsseldorf
Douglas Einkaufs- und Service Gesellschaft mbH & Co. KG	Zossen
HELA Kosmetik Handels GmbH & Co. Parfümerie KG	München
Parfümerie Douglas International GmbH	Hagen
Parfümerie Douglas GmbH	Hagen
Parfümerie Douglas Deutschland GmbH	Hagen

Bücher

Buch & Medien GmbH	Hagen
Kober & Thalia Buchhandelsgruppe GmbH & Co. KG	Mannheim
Reinhold Gondrom GmbH & Co. KG	Kaiserslautern
Thalia Buchhandlung Erich Könnecke GmbH & Co. KG	Hamburg
Thalia Medienservice GmbH	Hagen
Thalia Service GmbH	Hagen
Thalia Universitätsbuchhandlung GmbH	Hagen

Schmuck

Christ Juweliers und Uhrmacher seit 1863 GmbH	Hagen
---	-------

Mode

Reiner Appelrath-Cüpper Nachf. GmbH	Köln
inter-modas GmbH	Hagen

Süßwaren

Cerrini GmbH	Hagen
Hussel Geschenkstudio GmbH	Hagen
Hussel Süßwarenfachgeschäfte GmbH	Hagen

Dienstleistungen

Douglas Corporate Service GmbH	Hagen
Douglas GmbH & Co. Objekt Zeil KG	Pöcking
Douglas Immobilien GmbH & Co. KG	Hagen
Douglas Informatik & Service GmbH	Hagen
Douglas Leasing GmbH	Hagen
Douglas Versicherungsvermittlung GmbH	Hagen
Douglas Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Zossen

Wesentliche Beteiligungen

Lfd. Nr.	Name und Sitz	Konzernanteil in Prozent	Eigenkapital in T € bzw. in Tsd. Fremdwährung	Nettoumsatz in T € bzw. in Tsd. Fremdwährung	Anzahl Mitarbeiter
	DOUGLAS HOLDING AG		732.467	0	101
	Parfümerien				
1.	Parfümerie Douglas GmbH, Hagen	100	250.378	37.273	219
2.	Parfümerie Douglas Deutschland GmbH, Hagen	100	39.874	862.772	6.149
3.	HELA Kosmetik Handels GmbH & Co. Parfümerie KG, München	100	566	18.749	110
4.	Parfümerie Douglas International GmbH, Hagen	100	247.068	0	37
5.	Parfümerie Douglas Ges.m.b.H., Wien/Österreich	100	30.660	70.815	563
6.	Parfumerie Douglas Nederland B.V., Nijmegen/Niederlande	100	50.663	175.621	1.371
7.	Parfumerie Douglas France S.A., Lille/Frankreich	100	30.199	131.188	1.010
8.	Profumerie Douglas S.P.A., Bologna/Italien	100	33.144	158.474	1.069
9.	Parfümerie Douglas S.A., Baar/Schweiz	CHF 100	8.279	51.921	194
10.	Parfumerie Douglas Inc., Westport/USA	USD 100	-11.026	16.895	83
11.	Douglas Spain S.A., Madrid/Spanien	100	325	77.702	669
12.	Douglas Portugal Ltd., Lissabon/Portugal	100	11.005	26.402	185
13.	Douglas Ungarn Kft., Budapest/Ungarn	HUF 100	2.703.361	5.911.958	251
14.	Douglas Polska SP.z.o.o., Warschau/Polen	PLN 100	55.708	305.289	911
15.	Parfumerie Douglas Monaco S.A.M., Monaco/Monaco	100	1.618	2.839	12
16.	OOO Douglas Rivoli, Moskau/Russland	RUB 100	573.812	2.325.344	617
17.	Parfumerija Douglas d.o.o., Maribor/Slowenien	100	288	2.158	24
18.	Parfumeri Douglas ApS., Kopenhagen/Dänemark	DKK 100	2.961	29.809	35
19.	Parfumerie Douglas s.r.o., Prag/Tschechien	CZK 100	5.974	301.393	123
20.	Parfümerie Douglas Limited Sirketi, Istanbul/Türkei	TRY 100	14.178	15.402	95
21.	SIA „Douglas Latvia“, Riga/Lettland	LVL 51	1.766	10.723	219
22.	UAB „Douglas Lithuania“, Vilnius/Litauen	LTL 51	3.818	50.669	227
23.	Parf. Douglas S.R.L., Bukarest/Rumänien	RON 100	1.679	22.139	61
24.	Parfumerie Douglas Bulgaria ood, Sofia/Bulgarien	BGN 51	7.095	19.689	98
25.	IRIS d.d., Zagreb/Kroatien	HRK 51	28.321	153.811	245

Wesentliche Beteiligungen

Lfd. Nr.	Name und Sitz	Konzernanteil in Prozent	Eigenkapital in T € bzw. in Tsd. Fremdwährung	Nettoumsatz in T € bzw. in Tsd. Fremdwährung	Anzahl Mitarbeiter
Bücher					
26.	Thalia Universitätsbuchhandlung GmbH, Hagen	100	20.723	271.951	1.502
27.	Thalia Buchh. Erich Könnecke GmbH & Co. KG, Hamburg	100	7.937	143.924	965
28.	Thalia Holding GmbH, Hamburg	75	70.924	151.834	133
29.	Kober & Thalia Buchhandelsgruppe GmbH & Co. KG, Mannheim	75	267	19.982	105
30.	Reinhold Gondrom GmbH & Co. KG, Kaiserslautern	100	5.551	68.320	449
31.	Grüttefien GmbH, Varel	50	4.470	27.285	168
32.	Buch und Kunst GmbH & Co. KG, Dresden	100	2.167	36.052	389
33.	G.D. Baedeker GmbH, Dresden	100	5.840	7.773	52
34.	Buch Kaiser GmbH, Karlsruhe	100	566	7.104	45
35.	Thalia Buch & Medien GmbH, Linz/Österreich	100	16.186	112.750	710
36.	Thalia Bücher AG, Basel/Schweiz	CHF 100	16.607	96.102	468
37.	ZAP*Zur Alten Post AG, Brig/Schweiz	CHF 67	1.789	11.225	49
38.	buch.de internetstores AG, Münster (Werte 31. Dezember 2008)	36	21.131	70.161	111
Schmuck					
39.	Christ Juweliere und Uhrmacher seit 1863 GmbH, Hagen	100	51.969	292.549	2.025
Mode					
40.	Reiner Appellrath-Cüpper Nachf. GmbH, Köln	75	10.024	131.007	757
Süßwaren					
41.	Hussel Süßwarenfachgeschäfte GmbH, Hagen	100	3.856	88.369	889
42.	Cerrini Confiserie GmbH, Hagen	100	678	14.590	143

- Mitgliedschaft in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten
- Mitgliedschaft in vergleichbaren Kontrollgremien
- * Arbeitnehmervertreter

EHRENVORSITZENDER

Dr. Dr. h.c. Guido Sandler

AUFSICHTSRAT

Dr. Dr. h.c. Jörn Kreke

Vorsitzender

Kaufmann, Hagen

- Deutsche EuroShop AG, Hamburg
- Capital Stage AG, Hamburg
- Kalorimeta AG & Co. KG, Hamburg
- Urbana Energietechnik AG & Co. KG, Hamburg

Margarete Pinkowski*

stellv. Vorsitzende

kaufmännische Angestellte, Hagen

Parfümerie Douglas GmbH, Hagen

Detlef Bierbaum

Bankier, Köln

- Sal. Oppenheim jr. & Cie. AG, Wien/Österreich
- IVG Immobilien AG, Bonn (Vorsitz)
- IVG Institutional Funds GmbH, Wiesbaden (Vorsitz)
- Kölnische Rückversicherungs-Gesellschaft AG, Köln
- LVM Landwirtschaftlicher Versicherungsverein, Münster a.G.
- LVM Lebensversicherungs-AG, Münster
- LVM Pensionsfonds-AG, Münster
- Monega KAG mbH, Köln (stellv. Vorsitz)
- Oppenheim Kapitalanlagegesellschaft mbH, Köln (stellv. Vorsitz)
- SMS GmbH, Düsseldorf
- CA Immobilien Anlagen AG, Wien/Österreich
- Dundee Real Estate Investment Trust, Toronto/Kanada
- Integrated Asset Management plc, London/Großbritannien
- Lloyd George Management Ltd., Britische Jungferninseln
- Oppenheim Asset Management Services S.á.r.l., Luxemburg (stellv. Vorsitz)
- Tertia Handelsbeteiligung mbH, Düsseldorf
- The Central European and Russia Fund, Inc., New York/USA
- The European Equity Fund, Inc., New York/USA

Ulrike Grabe*

Bereichsleiterin, Münster

Parfümerie Douglas Deutschland GmbH, Hagen

Isabelle Harth*

Sekretärin, München

Parfümerie Douglas Deutschland GmbH, Hagen

Solveig Hasse*

Buchhändlerin, Hamburg

Thalia Buchhandlung Erich Könnecke

GmbH & Co. KG Boysen & Maasch, Hamburg

Henning R. Kreke

Kaufmann, Schwaig/Nürnberg

Petra Lügger*

Sachbearbeiterin, Münster

Thalia Universitätsbuchhandlung GmbH, Hagen

Bernd M. Michael

Kaufmann, Düsseldorf

- Loyalty Partner Holding GmbH, München
- 12snap AG, München (Vorsitz)
- Uniplan GmbH & Co. KG, Köln
- Duisport AG, Duisburg (Beirat)
- Board of Directors WE Marketing Company Limited, Hongkong

Dr. h.c. August Oetker

Persönlich haftender Gesellschafter der

Dr. August Oetker KG, Bielefeld

Vorsitzender der Geschäftsführung

Dr. Oetker GmbH

- Damm S. A., Barcelona/Spanien
- B. Braun AG, Melsungen
- Martin Braun KG, Hannover (Vorsitz)
- Hamburg Südamerikanische Dampfschiffahrts-Gesellschaft KG, Hamburg (Vorsitz)
- Henkell & Co. Sektkellerei KG, Wiesbaden
- Chemische Fabrik Budenheim KG, Budenheim

Dr. Ernst F. Schröder

Persönlich haftender Gesellschafter der

Dr. August Oetker KG, Bielefeld

• Gerry Weber International AG, Halle (Vorsitz)

• S. A. Chateau du Domaine St. Martin, Vence/Frankreich (Vorsitz)

• S. A. Hôtel du Cap Eden Roc, Antibes/Frankreich (Vorsitz)

• S. A. Hôtel Le Bristol, Paris/Frankreich (Vorsitz)

• Bankhaus Lampe KG, Düsseldorf

• Radeberger Gruppe KG, Frankfurt a. M.

• PB Brauholding GmbH, Frankfurt a. M.

Malene Volkerts*

Gewerkschaftssekretärin, Berlin

Ver.di Bundesverwaltung, Berlin

• Danzas Deutschland Holding, Frankfurt a. M.

Dr. Ulrich Wolters

Unternehmensberater, Mülheim a. d. Ruhr

- Bunzl PLC, London/Großbritannien
- Lenze AG, Hameln (Vorsitz)
- Preventicum GmbH, Essen (Vorsitz)
- Novotergum AG, Mülheim a. d. Ruhr
- Heinrich Deichmann-Schuhe GmbH & Co. KG, Essen

Prof. Dr. Mark Wössner

Unternehmer/Aufsichtsrat, München

- eCircle AG, München (Vorsitz)
- Heidelberger Druckmaschinen AG, Heidelberg (Vorsitz)
- Loewe AG, Kronach (stellv. Vorsitz)
- Berger Lahnstein Middelhoff & Partners LLP, London/
Großbritannien
- Germany 1 Acquisition Limited, Guernsey/
Großbritannien

Christine Wrobel*

stellv. Leiterin Logistik, Hemer
Christ Juweliers und Uhrmacher seit 1863
GmbH, Hagen

Sabine Zimmer*

Gewerkschaftssekretärin, Berlin
Ver.di, Bezirk Berlin, Berlin
• real,- SB Warenhaus-GmbH, Mönchengladbach

VORSTAND

Dr. Henning Kreke (Vorsitzender des Vorstandes)**Dr. Burkhard Bamberger****Anke Giesen** (seit 1. November 2009)**Gabriele Traude-Stopka** (bis 30. September 2009)

BEREICHSVORSTAND

Michael Busch**Manfred Kroneder****Reiner Unkel**

AUSSCHÜSSE DES AUF SICHTSRATES

Präsidialausschuss**Dr. Jörn Kreke** (Vorsitz)**Margarete Pinkowski** (stellv. Vorsitz)**Dr. h.c. August Oetker** (Beisitzer)**Vermittlungsausschuss****Dr. Jörn Kreke****Dr. h.c. August Oetker****Margarete Pinkowski****Petra Lügger****Prüfungs- und Finanzausschuss****Dr. Ernst F. Schröder** (Vorsitz)**Detlef Bierbaum****Dr. Ulrich Wolters****Nominierungsausschuss****Dr. Jörn Kreke****Dr. h.c. August Oetker****Dr. Ernst F. Schröder**

Die Freigabe des Konzernabschlusses erfolgte am 4. Januar 2010 im Rahmen eines Umlaufbeschlusses durch den Aufsichtsrat der DOUGLAS HOLDING AG.

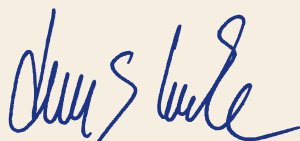
Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben werden.

Hagen, den 4. Januar 2010

DOUGLAS HOLDING AG

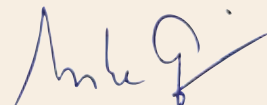
Der Vorstand



Dr. Henning Kreke



Dr. Burkhard Bamberger



Anke Giesen

BESTÄTIGUNGSVERMERK

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers:

Wir haben den von der DOUGLAS HOLDING AG, Hagen, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2008 bis 30. September 2009 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt.

Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Berichtes über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Hamburg, den 5. Januar 2010

Susat & Partner oHG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Rudolph
Wirtschaftsprüfer

Schulz-Danso
Wirtschaftsprüfer

WEITERE INFORMATIONEN

- 158 Mehrjahresübersicht
- 160 Glossar
- 162 Termine/Impressum

Mehrfjahresübersicht

		IFRS	IFRS	IFRS	IFRS	IFRS	HGB	HGB	HGB	HGB	HGB	HGB
		2008/09	2007/08 ¹⁾	2006/07	2005/06	2004/05	2004/05	2003/04	RGJ 2003	2002	2001	2000
Umsatz	Mio €	3.200,8	3.130,4	3.000,6	2.680,0	2.417,6	2.418,7	2.288,4	1.442,6	2.234,3	2.190,2	2.139,4
<i>Deutschland</i>	Mio €	2.071,5	2.032,9	2.032,6	1.815,3	1.724,3	1.724,3	1.596,8	1.016,9	1.655,0	1.667,1	1.688,9
<i>Ausland</i>	Mio €	1.129,3	1.097,5	968,0	864,7	693,3	694,4	691,6	425,7	579,3	523,1	450,5
EBITDA	Mio €	255,0	276,9	266,0	242,9	228,6	219,5	213,1	81,3	206,4	222,5	220,3
EBITDA-Marge	%	8,0	8,8	8,9	9,1	9,5	9,1	9,3	5,6	9,2	10,2	10,2
EBIT	Mio €	116,1	159,9	157,2	142,1	136,1	122,4	112,2	7,0	105,9	125,2	130,8
EBIT-Marge	%	3,6	5,1	5,2	5,3	5,6	5,1	4,9	0,5	4,7	5,7	6,2
EBT	Mio €	103,9	149,3	143,1	129,4	119,4	119,5	110,3	3,6	95,1	118,3	125,9
EBT-Marge	%	3,2	4,8	4,8	4,8	4,9	4,9	4,8	0,2	4,3	5,4	5,9
Jahresüberschuss	Mio €	62,8	97,1	88,4	76,0	57,3	74,5	64,5	-11,4	58,9	81,5	113,9
Langfristige Vermögenswerte ²⁾	Mio €	798,9	808,4	734,9	636,4	540,7	501,9	437,4	420,1	435,2	447,7	412,8
Kurzfristige Vermögenswerte ³⁾	Mio €	889,8	935,4	993,2	957,9	873,2	868,0	779,9	759,9	895,8	839,4	868,9
Working Capital ⁴⁾	Mio €	455,0	459,8	400,0	381,4	343,6	574,4	504,3	487,5	507,6	479,6	509,4
Eigenkapital	Mio €	710,9	697,0	639,2	591,0	537,8	602,1	564,5	531,2	582,3	571,3	549,8
Eigenkapitalquote	%	42,1	39,9	36,9	37,1	38,0	43,3	45,9	44,5	43,4	44,0	42,6
Langfristiges Fremdkapital ⁵⁾	Mio €	129,7	148,1	294,0	278,2	212,7	214,1	152,6	169,1	173,4	164,4	168,6
Kurzfristiges Fremdkapital ⁶⁾	Mio €	848,0	898,7	794,9	725,1	663,4	573,4	509,4	487,3	576,6	557,4	563,8
Netto-Verschuldung ⁷⁾	Mio €	166,3	220,6	206,8	145,2	74,0	74,0	40,6	80,7	4,5	74,3	48,3
Bilanzsumme	Mio €	1.688,6	1.743,8	1.728,1	1.594,3	1.413,9	1.391,7	1.229,9	1.194,5	1.341,1	1.298,6	1.290,3
Cash Flow aus operativer Geschäftstätigkeit	Mio €	191,7	208,4	195,7	151,1	164,9	178,7	170,2	37,6	202,3	162,3	194,5
Cash Flow aus Investitionstätigkeit	Mio €	-107,2	-168,3	-201,6	-168,2	-133,5	-140,8	-100,4	-70,0	-98,2	-134,0	-78,8
Freier Cash Flow	Mio €	84,5	40,1	-5,9	-17,1	24,8	37,9	69,7	-32,4	104,1	28,3	115,7
Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit	Mio €	-100,1	-154,6	-52,9	12,4	35,2	21,2	-42,9	-43,3	-40,7	-60,5	-68,5
Investitionen	Mio €	112,3	155,5	155,8	141,2	121,6	120,9	118,3	65,5	98,1	144,7	137,8
Abschreibungen	Mio €	138,9	117,0	108,8	100,8	92,5	97,1	101,1	74,6	105,5	97,7	89,6
Anzahl der Aktien	Mio Stck.	39,3	39,2	39,2	39,2	39,1	39,1	39,1	39,0	39,0	39,0	35,4
Marktkapitalisierung	Mio €	1.228,1	1.263,8	1.717,4	1.445,0	1.236,2	1.236,2	929,9	951,8	656,5	1.207,5	1.451,5

Mehrjahresübersicht

		IFRS	IFRS	IFRS	IFRS	IFRS	HGB	HGB	HGB	HGB	HGB	HGB
		2008/09	2007/08 ¹⁾	2006/07	2005/06	2004/05	2004/05	2003/04	RGJ 2003	2002	2001	2000
je Stückaktie												
Aktienkurs zum Ende des Geschäftsjahres	€	31,25	32,24	43,81	36,90	31,60	31,60	23,80	24,40	16,83	31,00	41,00
EBITDA	€	6,49	7,06	6,79	6,23	5,90	5,62	5,50	2,08	5,29	5,71	6,22
Ergebnis ⁸⁾	€	1,60	2,47	2,25	1,94	1,47	1,56	1,53	-0,69	1,48	1,80	1,85
Dividende	€	1,10	1,10	1,10	1,10	1,00	1,00	1,00	0,75	0,90	0,90	0,82
Sonderbonus	€	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,56
Dividendenrendite	%	3,5	3,4	2,5	3,0	3,2	3,2	4,2	3,1	5,3	2,9	2,0
Mitarbeiter/-innen												
		24.190	24.521	23.265	21.002	19.588	19.588	18.698	18.039	18.967	18.698	18.668
<i>Deutschland</i>		14.761	15.110	14.746	13.521	12.952	12.952	12.333	12.071	13.391	13.808	14.261
<i>Ausland</i>		9.429	9.411	8.519	7.481	6.636	6.636	6.365	5.968	5.576	4.890	4.407
Fachgeschäfte												
		2.005	1.966	1.840	1.549	1.599	1.599	1.573	1.558	1.574	1.544	1.665
<i>Deutschland</i>		1.165	1.169	1.155	995	1.102	1.102	1.084	1.105	1.153	1.173	1.325
<i>Ausland</i>		840	797	685	554	497	497	489	453	421	371	340
Verkaufsfläche												
	Tsd. qm	590,6	574,1	528,5	458,8	407,3	407,3	358,5	331,2	328,4	316,8	311,7
<i>Deutschland</i>	Tsd. qm	381,1	378,6	354,1	308,9	271,2	271,2	237,8	221,3	225,6	247,4	252,2
<i>Ausland</i>	Tsd. qm	209,5	195,5	174,4	149,9	136,1	136,1	120,7	109,9	102,8	69,4	59,5

¹⁾ Anpassung Vorjahreszahlen aufgrund der veränderten Bilanzierung von Kundenbindungsprogrammen nach IFRIC 13 (Erläuterungen siehe Seiten 108/109)

²⁾ nach HGB: Anlagevermögen

³⁾ nach HGB: Umlaufvermögen

⁴⁾ nach IFRS: Vorräte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen; nach HGB: Umlaufvermögen abzüglich kurzfristige Verbindlichkeiten (ohne Bankverbindlichkeiten)

⁵⁾ nach HGB: langfristige Rückstellungen (für Pensionen, Kaufpreisrenten, Abfertigungen, Jubiläumzahlungen, drohende Verluste aus Mietverhältnissen und Zinsswaps) zuzüglich langfristige Verbindlichkeiten

⁶⁾ nach HGB: Summe aus Rückstellungen und Verbindlichkeiten abzüglich langfristige Teile

⁷⁾ Liquide Mittel abzüglich Bank- und Wechselverbindlichkeiten

⁸⁾ nach HGB: Ergebnis nach DVFA/SG

GLOSSAR

Assoziierte Unternehmen

Unternehmen, auf die ein maßgeblicher Einfluss ausgeübt wird (Beteiligungshöhe zwischen 20 und 50 Prozent).

at equity

Bewertung von Beteiligungen an assoziierten Unternehmen mit deren anteiligem Eigenkapital und deren anteiligem Jahresergebnis.

Beitragsorientierter Versorgungsplan

Plan für die Erbringung von Leistungen nach der Beendigung des Arbeitsverhältnisses, bei dem das Unternehmen festgelegte Beiträge an einen eigenständigen Träger entrichtet und selbst weder rechtlich noch faktisch zur Zahlung darüber hinausgehender Beträge verpflichtet ist.

CAPM (Capital Asset Pricing Model)

Kapitalmarktorientiertes Modell zur Berechnung der Kapitalkosten eines Unternehmens.

Cash Flow

In der Bilanzanalyse verwendete Kennzahl zur Beurteilung der Finanzkraft eines Unternehmens. Der Cash Flow bezeichnet die Veränderung der liquiden Mittel aus der operativen Tätigkeit und anderen Quellen innerhalb eines bestimmten Zeitraums.

Cash Flow Hedge

Absicherung gegen das Risiko aus Zahlungsstromschwankungen aufgrund von Zinssatzänderungen.

Cash-Management-System

Computergestütztes System zur optimalen Steuerung der Finanzmittel im Konzern unter den Aspekten Liquidität und Rentabilität.

Corporate Governance

Bezeichnung für verantwortliche und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichtete Unternehmensleitung und Unternehmenskontrolle.

DBO (Defined Benefit Obligation)

Verpflichtungsbetrag des Unternehmens aus einem leistungsorientierten Pensionsplan.

Derivative Finanzinstrumente

Finanzprodukte, deren Bewertung sich von der Preisentwicklung des zugrunde liegenden Basisinstrumentes ableitet.

Dienstzeitaufwand

Anstieg des Barwertes einer leistungsorientierten Pensionsverpflichtung, der auf die von den Arbeitnehmern erbrachte Arbeitsleistung der Berichtsperiode entfällt.

Dividendenrendite

Verzinsung des in Aktien investierten Kapitals; ergibt sich aus der Dividende im Verhältnis zum Börsenkurs zu einem bestimmten Stichtag.

DVA (DOUGLAS Value Added)

DVA ist ein auf dem EVA®-Konzept (-> EVA®) basierendes System der Unternehmenssteuerung, das speziell für die DOUGLAS-Gruppe angepasst wurde.

EBIT (Earnings before Interest and Taxes)

Ordentliches Ergebnis vor Zinsen und Steuern.

EBIT-Marge

EBIT im Verhältnis zum Umsatz.

EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation)

Ordentliches Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Firmenwertabschreibungen.

EBITDA-Marge

EBITDA im Verhältnis zum Umsatz.

EBT (Earnings before Taxes)

Ordentliches Ergebnis vor Steuern.

EBT-Marge

EBT im Verhältnis zum Umsatz.

Endorsement-Verfahren

Wenn das IASB einen Rechnungslegungsstandard verabschiedet hat, wird er von der EU einem formellen Anerkennungsverfahren unterzogen. Standards, die in diesem Verfahren von der EU-Kommission anerkannt werden, können auf Grundlage der EU-Verordnung von den nach IFRS bilanzierenden Unternehmen angewendet werden.

Euro-Raum

Der Teil der Mitgliedsstaaten der Europäischen Union, die den Euro als Währung eingeführt haben. Der Euro-Raum umfasste im Berichtszeitraum 16 Länder: Belgien, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Irland, Italien, Luxemburg, Malta, Niederlande, Österreich, Portugal, Slowenien, Slowakei, Spanien und Zypern.

EVA® (Economic Value Added)

EVA® ist ein von der Unternehmensberatung Stern Stewart & Co. entwickeltes Konzept der wertorientierten Unternehmenssteuerung.

Fair Value

Betrag, zu dem sachverständige, vertragswillige und voneinander unabhängige Parteien einen Vermögenswert tauschen würden.

Finanzierungsleasing

Leasingverhältnis, bei dem die wesentlichen Chancen und Risiken, die mit dem Eigentum an einem Vermögenswert verbunden sind, auf den Nutzer des Vermögenswertes übertragen werden – unabhängig von der tatsächlichen Übertragung des rechtlichen Eigentums.

Free Float

Prozentualer Teil des Aktienkapitals, der sich nicht in festen Händen befindet und somit frei gehandelt werden kann (Streubesitz).

Freier Cash Flow/Free Cash Flow

Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit minus Cash Flow aus der Investitionstätigkeit. Der freie Cash Flow steht den Eigenkapitalgebern zur Ausschüttung (Dividenden) und den Fremdkapitalgebern zur Zinszahlung und Tilgung der Kredite zur Verfügung.

Funktionale Währung

Währung des wirtschaftlichen Umfeldes, in dem ein Unternehmen überwiegend tätig ist.

Geschäfts- oder Firmenwert/Goodwill

Positiver Unterschiedsbetrag zwischen dem Kaufpreis und dem Reinvermögen (Vermögensgegenstände abzüglich Schulden) eines Unternehmens.

HDE

Handelsverband Deutschland.

Hedge Accounting

Bilanzielle Behandlung der Abbildung von Sicherungsgeschäften.

IFRIC (International Financial Reporting Interpretations Committee – vormals SIC)

Interpretationen zu konkreten Auslegungsfragen einzelner IFRS.

IFRS/IAS (International Financial Reporting Standards – vormals IAS)

Von einem internationalen Gremium (International Accounting Standards Committee) herausgegebene Rechnungslegungsstandards mit dem Ziel, eine transparente und weltweit vergleichbare Rechnungslegung zu schaffen.

Impairment

Wertminderung, die vorgenommen wird, sobald der Buchwert eines Vermögenswertes seinen erzielbaren Betrag, also den höheren Wert, der sich entweder aus der Veräußerung des Vermögenswertes oder aus dessen fortgeführter Nutzung ergibt, überschreitet.

Kapitalflussrechnung

Betrachtung der Liquiditätsentwicklung eines Geschäftsjahres unter Berücksichtigung der Mittelherkunfts- und Mittelverwendungseffekte innerhalb des Geschäftsjahres.

Konsolidierung

Aggregation der Einzelabschlüsse der Konzernunternehmen zum Konzernabschluss.

Marktkapitalisierung

Marktpreis eines börsennotierten Unternehmens; ergibt sich durch Multiplikation des aktuellen Aktienkurses mit der Anzahl der ausgegebenen Aktien.

MDAX

Aktienindex; umfasst die 50 hinsichtlich Börsenumsatz und Marktkapitalisierung größten deutschen und ausländischen börsennotierten Unternehmen unterhalb des DAX.

Nettoveräußerungswert

Im normalen Geschäftsvorgang erzielbarer Verkaufserlös abzüglich der geschätzten noch anfallenden Fertigungs- und Marketingkosten.

OECD

Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung.

Operatives Leasing

Anmietung von Objekten, wobei die wesentlichen Chancen und Risiken, die mit dem Mietobjekt verbunden sind, auf Seiten des Vermieters verbleiben.

Planvermögen

Vermögen, das durch langfristig angelegte Fonds oder qualifizierte Versicherungspolizen zur Erfüllung von Leistungen an Arbeitnehmer gehalten wird.

Rumpfgeschäftsjahr (RGJ)

Berichtsperiode, die weniger als zwölf Monate umfasst.

Sale-and-Lease-Back-Transaktion

Verkauf eines Objektes mit gleichzeitiger vertraglicher Weiternutzung des Objektes durch den Verkäufer.

Temporäre Differenzen

Unterschiedsbeträge zwischen dem Buchwert eines Vermögenswertes und dessen Steuerwert.

Vergleichbare Umsatzentwicklung

Umsatzentwicklung auf vergleichbarer Fläche; vergleicht nur die Umsätze der im Berichts- und im Vergleichszeitraum bestehenden Filialen. Filialen, die im Berichtszeitraum eine Flächenveränderung von 20 Prozent oder mehr erfahren haben, werden nicht berücksichtigt.

Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste

Auswirkungen von Änderungen versicherungsmathematischer Parameter im Rahmen der Berechnung von Pensionsverpflichtungen.

Wertschöpfung

Wertzuwachs, der durch den Prozess der betrieblichen Leistungserstellung – über die von außen bezogenen Vorleistungen hinaus – im Unternehmen erzielt wird.

Zahlungsmittelgenerierende Einheit

Kleinste Einheit von Vermögenswerten, die in einem Unternehmen Mittelzuflüsse erzeugt, die weitestgehend unabhängig von den Mittelzuflüssen anderer Vermögenswerte oder anderer Gruppen von Vermögenswerten sind.

Zur-Veräußerung-verfügbare Wertpapiere

Wertpapiere, die weder zu Handelszwecken, also zur kurzfristigen Gewinnerzielung, noch bis zu einer bestimmten Endfälligkeit gehalten werden.

TERMINE

13. Januar 2010

Bilanz-Pressekonferenz, Düsseldorf
Veröffentlichung des Geschäftsberichtes
für das Geschäftsjahr 2008/09
(01.10.2008 – 30.09.2009)

14. Januar 2010

Analystenkonferenz, Frankfurt am Main

9. Februar 2010

Zwischenbericht Q1 2009/10

24. März 2010

Hauptversammlung, Hagen

25. März 2010

Dividendenzahlung

11. Mai 2010

Zwischenbericht H1 2009/10

11. August 2010

Zwischenbericht 9M 2009/10

7. Oktober 2010

Trading Statement für das
Geschäftsjahr 2009/10
(01.10.2009 – 30.09.2010)

ANSPRECHPARTNER

Kommunikation

Tel (+49) 23 31/690-466
Fax (+49) 23 31/690-690
pr@douglas-holding.com

Investor Relations

Tel (+49) 23 31/690-5301
Fax (+49) 23 31/690-8760
ir-info@douglas-holding.com

IMPRESSUM

Herausgeber

DOUGLAS HOLDING AG
Kabeler Straße 4 · 58099 Hagen
Tel (+49) 23 31/690-0
Fax (+49) 23 31/690-271
info@douglas-holding.com

Konzeption/Redaktion

DOUGLAS HOLDING AG, Hagen

Gestaltung

ensemble»design, Soest

Titelfoto

Matthias Groppe, Paderborn

Lithographie

dateam, Dortmund

Druck

bellmann druck gmbh, Hagen

Der Geschäftsbericht erscheint in deutscher und
englischer Sprache.

Gerne senden wir Ihnen zusätzlich den Jahres-
abschluss der DOUGLAS HOLDING AG zu.

Weitere Informationen und aktuelle Unterneh-
mensnachrichten können Sie auf unserer Web-
site unter www.douglas-holding.com abrufen.

Zukunftsbezogene Aussagen: Dieser Geschäfts-
bericht enthält Angaben, die sich auf die zukünftige
Entwicklung beziehen. Diese Aussagen stellen
Einschätzungen dar, die wir auf Basis der uns der-
zeit zur Verfügung stehenden Informationen ge-
troffen haben. Sollten die den Aussagen zugrunde
gelegten Annahmen nicht eintreffen oder Risiken
– wie im Risikobericht angesprochen – eintreten,
so können die tatsächlichen Ergebnisse von den
zurzeit erwarteten Ergebnissen abweichen.

Copyright © 2010

DOUGLAS HOLDING AG, Hagen

Das für diesen Geschäftsbericht verwendete Papier wurde aus Zellstoffen hergestellt, die aus verantwortungsvoll bewirtschafteten und gemäß den Bestimmungen des Forest Stewardship Council zertifizierten Forstbetrieben stammen. Zertifizierungsnummer FSC mix. Cred. GFA-COC-001203.

Douglas

 **Thalia**

CHRIST

AppelrathCüpper



www.douglas-holding.com

