



DOUGLAS  HOLDING

Handel mit Herz und Verstand

DOUGLAS-Konzern in Zahlen

Wesentliche Kennzahlen				
		2010/11	2009/10	Veränderung (in %)
Umsatz	Mio. €	3.378,8	3.320,8	1,7
Deutschland	Mio. €	2.255,4	2.168,2	4,0
Ausland	Mio. €	1.123,4	1.152,6	-2,5
EBITDA	Mio. €	292,9	286,9	2,1
Marge	in %	8,7	8,6	-
EBT	Mio. €	137,8	131,2	5,0
Marge	in %	4,1	4,0	-
Jahresüberschuss	Mio. €	87,0	76,1	14,3
Aktienkurs zum 30.09.	€	29,52	36,83	-19,8
EBITDA je Stückaktie	€	7,43	7,30	1,8
Ergebnis je Stückaktie	€	2,20	1,93	14,0
Dividende je Stückaktie	€	1,10	1,10	-
DVA	Mio. €	11,8	23,7	-50,2
Free Cash Flow	Mio. €	126,6	127,9	-1,0
Investitionen	Mio. €	116,9	117,5	-0,5
		30.09.2011	30.09.2010	Veränderung (in %)
Langfristige Vermögenswerte	Mio. €	751,9	792,1	-5,1
Kurzfristige Vermögenswerte	Mio. €	907,3	886,8	2,3
Eigenkapital	Mio. €	803,0	764,8	5,0
Langfristiges Fremdkapital	Mio. €	98,6	113,8	-13,4
Kurzfristiges Fremdkapital	Mio. €	760,1	827,6	-8,2
Bilanzsumme	Mio. €	1.661,7	1.713,4	-3,0
Working Capital	Mio. €	438,0	418,1	4,8
Netto-Bankschulden	Mio. €	49,6	124,0	-60,0
Mitarbeiter/-innen		24.323	24.655	-
Fachgeschäfte		1.928	1.973	-
Verkaufsfläche	Tsd. m ²	594,9	596,6	-

Inhalt

1

DOUGLAS HOLDING AG



- 1 Mission Statement
- 2 Brief an die Aktionäre
- 3 Vorstand
- 4 Corporate Governance
- 6 Compliance
- 8 Bericht des Aufsichtsrates
- 9 Aufsichtsrat und Ausschüsse
- 10 DOUGLAS-Aktie
- 14 Impressionen
- 18 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

26

Konzernlagebericht



- 26 Die Marken der DOUGLAS-Gruppe
- 29 Wesentliche Ergebnisse
- 30 Geschäftstätigkeit und Rahmenbedingungen
- 35 Vermögens-, Finanz- und Ertragslage
- 45 DOUGLAS HOLDING AG
- 46 Nachtragsbericht
- 47 Steuerungssystem und Erfolgsfaktoren
- 52 Nachhaltigkeit
- 59 Chancen- und Risikobericht
- 65 Gesetzliche Angaben
- 66 Prognosebericht und Gesamtaussage

73

Geschäftsbereiche



- 74 Parfümerien
- 86 Bücher
- 94 Schmuck
- 100 Mode
- 106 Süßwaren
- 112 Dienstleistungen

113

Konzernabschluss



- 114 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 115 Konzern-Bilanz
- 116 Eigenkapitalspiegel
- 117 Kapitalflussrechnung
- 118 Segmentberichterstattung
- 120 Konzernanhang
- 133 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
- 138 Erläuterungen zur Bilanz
- 157 Angaben zur Kapitalflussrechnung
- 158 Angaben zur Segmentberichterstattung
- 160 Management der finanzwirtschaftlichen Risiken
- 166 Sonstige Angaben
- 174 Bestätigungsvermerk

175

Weitere Informationen



- 176 Mehrjahresübersicht
- 178 Glossar
- 180 Abbildungsverzeichnis Konzernabschluss
- U5 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 Douglas, Thalia, Christ, AppelrathCüpper und Hussel prägen das Profil der DOUGLAS-Gruppe. Sie gehören in ihren Segmenten zu den Marktführern und Trendsettern – sowohl in den jeweiligen Fachgeschäften als auch mit ihren Online-Shops.

Die Dienstleistungsgesellschaften und Servicebereiche der DOUGLAS-Gruppe tragen ebenfalls zum Unternehmenserfolg bei: Sie bündeln wesentliche administrative Funktionen und unterstützen den Vorstand und die Geschäftsleitungen der Tochtergesellschaften. Gemeinsam arbeiten alle daran, die Vertriebskanäle intelligent und effizient zu verknüpfen. Ziel ist, den Kunden online, mobil und stationär die Flexibilität zu ermöglichen, die sie sich von einem führenden Multichannel-Händler wünschen.



Termine

11. Januar 2012	Bilanz-Pressekonferenz, Düsseldorf Veröffentlichung des Geschäftsberichtes für das Geschäftsjahr 2010/11 (01.10.2010–30.09.2011)
12. Januar 2012	Analystenkonferenz, Frankfurt am Main
08. Februar 2012	Zwischenbericht Q1 2011/12
21. März 2012	Hauptversammlung, Hagen
22. März 2012	Dividendenzahlung
09. Mai 2012	Zwischenbericht H1 2011/12
08. August 2012	Zwischenbericht 9M 2011/12
09. Oktober 2012	Trading Statement für das Geschäftsjahr 2011/12 (01.10.2011–30.09.2012)

Ansprechpartner

Kommunikation

Telefon (+49) 23 31/690–466
 Fax (+49) 23 31/690–690
 pr@douglas-holding.com

Investor Relations

Telefon (+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
 Telefon (+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

Thomas Grimm, Werl

Lithografie

dateam, Dortmund

Druck

bellmann druck gmbh, Hagen

Buchbinderische Verarbeitung

Schomaker GmbH & Co. KG, Menden

Der Geschäftsbericht erscheint in deutscher und englischer Sprache.

Gerne senden wir Ihnen zusätzlich den Jahresabschluss der DOUGLAS HOLDING AG zu.

Weitere Informationen und aktuelle Unternehmensnachrichten können Sie auf unserer Website unter www.douglas-holding.com abrufen.

Zukunftsbezogene Aussagen: Dieser Geschäftsbericht enthält Angaben, die sich auf die zukünftige Entwicklung beziehen. Diese Aussagen stellen Einschätzungen dar, die wir auf Basis der uns derzeit zur Verfügung stehenden Informationen getroffen 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 © 2012

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.

Mission Statement



Die Zufriedenheit unserer Kunden ist unser wichtigstes Unternehmensziel. Ob in unseren Fachgeschäften oder in unseren Online-Shops: Wir schaffen eine Einkaufsatmosphäre, die alle Sinne unserer Kunden anspricht. Wir beraten und bedienen leidenschaftlich gern, denn wir wollen die Wünsche unserer Kunden erfüllen, ihr Vertrauen gewinnen und ihnen das Leben etwas schöner machen: Tag für Tag, an jedem Standort, in jedem Land, mobil und im Internet. Herausragender Service, erstklassige Sortimente und ein erlebnisorientiertes Ambiente – daran arbeiten wir täglich in allen Bereichen unseres Unternehmens. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zählen im Facheinzelhandel zu den Besten. Herzlichkeit, Begeisterung, Engagement und Lernbereitschaft sowie gegenseitiger Respekt sind dafür die Basis.

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

Die DOUGLAS-Gruppe ist ein dezentral geführtes Unternehmen, das ganz bewusst auf die Stärke lokaler Entscheidungsträger setzt. Und weil wir „den Unternehmer vor Ort“ immer gefordert und gefördert haben, sind wir heute ein führendes europäisches Handelsunternehmen. Unsere fünf Geschäftsbereiche mit den Douglas-Parfümerien, Thalia-Buchhandlungen, Christ-Juweliergeschäften, AppelrathCüpper-Modenhäusern und Hussel-Confiserien gehören in ihren jeweiligen Branchen mit ihren Fachgeschäften und ihren Online-Shops zu den Marktführern und Trendsettern.

Als börsennotiertes, familiengeprägtes und zukunftsorientiertes Unternehmen sind wir unseren Aktionärinnen und Aktionären, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, unseren Kunden und Geschäftspartnern sowie unserer Umwelt gleichermaßen verpflichtet. Daher pflegen wir eine Unternehmenskultur, in der sich möglichst alle unsere Partner rundum wohlfühlen. Diese Kultur spiegelt sich in unserer Philosophie „Handel mit Herz und Verstand“ wider, der die DOUGLAS-Gruppe auch in Zukunft treu bleiben und damit weiterrentabel wachsen wird.



*Dr. Henning Kreke
Vorsitzender des Vorstandes*

Vorstand und Bereichsvorstand



Dr. Burkhard Bamberger
Finanzvorstand
seit 2006

Anke Giesen
Personalvorstand
Arbeitsdirektorin
seit 2009

Michael Busch
Bereichsvorstand
Bücher
seit 2003

Dr. Henning Kreke
Vorsitzender des Vorstandes
seit 2001

Manfred Kroneder
Bereichsvorstand
Schmuck, Mode, Süßwaren
seit 2008

Reiner Unkel
Bereichsvorstand
Parfümerien
seit 2007

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

Das Jahr 2011 war ein bewegtes Jahr, das viele Unternehmen erneut vor große Herausforderungen gestellt hat. Dabei standen in vielen europäischen Ländern vor allem die anhaltenden Auswirkungen der Euro-Schuldenkrise im Mittelpunkt. Von dieser Entwicklung blieb auch die DOUGLAS-Gruppe nicht ganz unberührt.

Dennoch hat sich unsere Unternehmensgruppe auch im Geschäftsjahr 2010/11 wieder ordentlich entwickelt. Der Konzernumsatz stieg um 1,7 Prozent auf rund 3,4 Milliarden Euro, während das Ergebnis vor Steuern (EBT) 137,8 Millionen Euro erreichte. Wir hatten uns eine Umsatzsteigerung zwischen 2 und 4 Prozent und ein Ergebnis vor Steuern (EBT) von knapp 140 Millionen Euro zum Ziel gesetzt.

Die Gründe für die leichte Zielunterschreitung beim Umsatz lagen neben der schwachen Entwicklung in einigen Auslandsmärkten vor allem in unserem Buchbereich. Dort vollzieht sich gerade weltweit ein gravierender Strukturwandel, der sich auch bei der Umsatzentwicklung von Thalia bemerkbar macht. Daher wurden die Planzahlen unserer Buchsparte recht deutlich unterschritten.

Alles in allem konnten wir uns jedoch gut behaupten und sind daher mit unserer Gesamtentwicklung recht zufrieden. An dieser ordentlichen Entwicklung haben unsere über 24.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter den größten Anteil. Sie haben mit ihrer Herzlichkeit, Kompetenz und Servicebereitschaft unsere Kundinnen und Kunden einmal mehr von unseren attraktiven Fachgeschäften überzeugt und sie gleichzeitig für das einfache und bequeme Einkaufen in unseren Online-Shops begeistert. Für dieses großartige Engagement möchte ich mich – auch im Namen meiner Vorstandskollegen – ganz herzlich bei allen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bedanken!

Die Geschäftsbereiche der DOUGLAS-Gruppe haben sich im vergangenen Geschäftsjahr im In- und Ausland sehr unterschiedlich entwickelt: auf der einen Seite das sehr erfreuliche Umsatzplus von 4,0 Prozent in unserem wichtigen Heimatmarkt Deutschland. Hier legten vor allem unsere deutschen Douglas-Parfümerien und Christ-Juwelieregeschäfte kräftig zu und konnten weitere Marktanteile hinzugewinnen. Auf der anderen Seite stand unser Buchbereich vor großen Herausforderungen. Die Thalia-Gruppe konnte zwar die Umsatzrückgänge im stationären Buchhandel durch gute Zuwächse in ihren Online-Shops nahezu kompensieren. Das Ergebnis ging aber dennoch deutlich zurück; auch

weil die Margen im Online-Buchhandel um einiges niedriger sind als im klassischen Sortimentsbuchhandel. Auch unsere Hüssel-Confiseries mussten leichte Umsatzrückgänge verbuchen. Die Modehäuser von AppelrathCüpper konnten hingegen ihre Umsätze erfreulicherweise leicht steigern.

Während sich die Umsätze im Inland insgesamt positiv entwickelten, lagen die Auslandsumsätze in der DOUGLAS-Gruppe um 2,5 Prozent unter dem Vorjahr. Dieser Rückgang ist insbesondere auf die Marktaustritte von Douglas aus Russland, den USA und Dänemark zurückzuführen. Bereinigt um diese Länder konnte der Auslandsumsatz um 1,9 Prozent gesteigert werden – ein erstes Indiz dafür, dass wir auch im Ausland offenbar wieder auf dem richtigen Weg sind.

Beim DVA (DOUGLAS Value Added) erreichte die DOUGLAS-Gruppe mit 11,8 Millionen Euro nur die Hälfte des guten Vorjahreswertes. Hauptursache hierfür war das rückläufige Ergebnis im Buchbereich.

Der Free Cash Flow – also der Saldo aus Mittelzuflüssen und Mittelabflüssen aus laufender Geschäfts- und Investitionstätigkeit – lag im abgelaufenen Geschäftsjahr bei 126,6 Millionen Euro nach 127,9 Millionen Euro im Vorjahr. Der geringere Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit konnte im Berichtsjahr durch Nettoeinzahlungen aus der Veräußerung der russischen Tochtergesellschaften in Höhe von 50,6 Millionen Euro fast vollständig kompensiert werden.

Die Investitionen lagen im Geschäftsjahr 2010/11 mit rund 117 Millionen Euro in etwa auf Vorjahresniveau. Investiert wurde in die Eröffnung von insgesamt 64 neuen Filialen, die Erweiterung und Modernisierung des bestehenden Filialnetzes und den Ausbau unserer eCommerce-Aktivitäten. Die Anzahl unserer Filialen im In- und Ausland ging aufgrund des Verkaufs der 32 russischen Parfümerien und 72 Filialschließungen von 1.973 auf 1.928 Filialen leicht zurück.

Der Start in das neue Geschäftsjahr 2011/12 mit dem für die DOUGLAS-Gruppe so wichtigen Weihnachtsgeschäft ist gut gelungen. Denn im ersten Quartal – also von Oktober bis Dezember 2011 – konnte ein Umsatzplus von 1,4 Prozent erzielt werden. Damit haben wir uns eine gute Basis für den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres 2011/12 geschaffen.

Dennoch lassen sich die weiteren Auswirkungen der anhaltenden Euro-Schuldenkrise auf das Konsumklima in vielen europäischen Ländern derzeit nur schwer abschätzen. Die Prognosen hinsichtlich anhaltend niedriger Arbeitslosenzahlen bei leicht steigenden Löhnen und Gehältern sollten sich jedoch vor allem in unserem wichtigen Heimat-

markt Deutschland positiv auf den Konsum auswirken. Und davon sollte dann auch die DOUGLAS-Gruppe wieder profitieren.

Mit einer Eigenkapitalquote von fast 50 Prozent sind wir kerngesund finanziert und gut gerüstet, um auch zukünftig wertorientiert wachsen zu können. Für das Geschäftsjahr 2011/12 steht dafür ein Investitionsvolumen von rund 120 Millionen Euro zur Verfügung. Im stationären Bereich fließt dieses Budget sowohl in die Eröffnung von rund 50 neuen Fachgeschäften als auch in die Modernisierung unseres bestehenden Filialnetzes im In- und Ausland. Darüber hinaus investiert die DOUGLAS-Gruppe im Rahmen ihrer Multi-channel-Strategie kräftig in den weiteren Auf- und Ausbau ihrer Online-Shops sowie in das Mobile-Shopping.

Im Geschäftsbereich Parfümerien sind europaweit rund 40 Neueröffnungen geplant – vor allem in den Ländern, in denen Douglas bereits Marktführer ist oder auf absehbare Zeit werden kann. Im Buch-, Schmuck- und Süßwarenereich sind jeweils rund fünf, im Modebereich keine Neueröffnungen vorgesehen.

Die größte Chance, aber gleichzeitig auch die größte Herausforderung liegt für uns – wie für alle im Handel – in der optimalen Vernetzung unserer stationären Fachgeschäfte mit unseren virtuellen Online-Shops und den schier unbegrenzten Möglichkeiten des Mobile-Shoppings. Zwar verfügt die DOUGLAS-Gruppe hier über eine bessere Ausgangsposition als „reine“ Online-Händler, weil wir sowohl top-aktuelle Online-Shops als auch rund 2.000 erstklassige Fachgeschäfte haben. Nichtsdestotrotz sind wir bei dem wichtigen Thema „Multichannel“ in allen Sparten gefordert, uns rasch weiterzuentwickeln, wenn wir in diesem starken Wachstumsmarkt auch zukünftig vorne mit dabei sein wollen. Auch deshalb haben wir als Jahresmotto 2012 ausgerufen: „Gemeinsam erfolgreich – auf allen Kanälen!“

Dies gilt vor allem für unseren Buchbereich. Denn die Thalia-Gruppe steht weiter vor der großen Herausforderung, die Umsatzrückgänge in den Sortimentsbuchhandlungen so schnell wie möglich durch attraktive Zusatzsortimente zu kompensieren. Darüber hinaus gilt es, das stationäre Geschäft bestmöglich mit den Online-Shops zu verzahnen und die Potenziale auszuschöpfen, die sich durch den neuen Megatrend „das digitale Buch“ – also das eBook – bieten. Nur mit operationaler Exzellenz in allen diesen Bereichen kann es gelingen, mit der rasanten Entwicklung des Marktführers Amazon mitzuhalten und die Kunden fest und dauerhaft an die Marke „Thalia“ zu binden.

Trotz dieser großen Herausforderungen im Buchbereich werden Aufsichtsrat und Vorstand der DOUGLAS HOLDING AG der Hauptversammlung am 21. März 2012 vorschlagen,

Brief an die Aktionäre

auf Basis der recht zufriedenstellenden Entwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr und der verhalten optimistischen Aussichten für das Geschäftsjahr 2011/12 erneut eine Dividende von 1,10 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie auszuschütten. Das entspricht einer Ausschüttungsquote von exakt 50 Prozent des Konzernjahresüberschusses und damit punktgenau unserer langfristigen Zielmarke. Mit diesem Dividendenvorschlag möchten wir auch Sie – sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre – wieder angemessen an der Entwicklung der DOUGLAS-Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr teilhaben lassen.

Abschließend möchte ich Ihnen versichern, dass wir auch im Geschäftsjahr 2011/12 wieder kräftig daran arbeiten werden, dass Ihre Unternehmensgruppe auch zukünftig zu den Besten im Handel gehört.

Hagen, im Januar 2012

Mit den besten Wünschen

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Hans-Joachim Lauth". The signature is written in a cursive style with a small "Hans" written above the main name.

Corporate Governance

Die 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.

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, Fairness gegenüber Kunden und Mitarbeitern sowie 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.

Bei der Zusammensetzung des Vorstandes hat der Aufsichtsrat schon in der Vergangenheit mit der erstmaligen Berufung einer Frau im Jahr 2000 frühzeitig für eine angemessene Berücksichtigung von weiblichen Führungskräften im Vorstand gesorgt. Entsprechendes gilt für den Aufsichtsrat, in dem seit Jahrzehnten Frauen vertreten sind.

Daneben wird darauf geachtet, dass die Mitglieder insgesamt über die zur ordnungsgemäßen Wahrnehmung der Aufgaben erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachlichen Erfahrungen verfügen, die für die DOUGLAS HOLDING AG als Facheinzelhandelsunternehmen von großer Bedeutung sind. Dabei reicht das Spektrum von internationaler Marketing-Expertise bis hin zu Themen wie Immobilienmanagement und Kapitalmarkterfahrung. Ziel ist es, den Vorstand bei seinen herausfordernden Aufgaben mit Know-how, Erfahrung und Beratung bestmöglich zu unterstützen. Dies gilt insbesondere bei Fragestellungen, die sich aus neuen Entwicklungen ergeben und bei denen nicht auf eigene Erfahrung zurückgegriffen werden kann.

Vorstand und Aufsichtsrat der DOUGLAS HOLDING AG haben sich auch im Geschäftsjahr 2010/11 an den Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) orientiert. Lediglich bei zwei der Empfehlungen folgt die DOUGLAS HOLDING AG dem Deutschen Corporate Governance Kodex nicht:

1. 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 veröffentlicht jedes Jahr wenige Tage nach Ende des Geschäftsjahres ein Trading Statement.
2. 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, Ziff. 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 26. Mai 2010 abgegeben, die im Internet veröffentlicht ist unter www.douglas-holding.com/de/cg. 

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 2010/11 belief sich die Gesamtvergütung des Vorstandes für die Wahrnehmung seiner Aufgaben in der DOUGLAS HOLDING AG und ihrer Tochtergesellschaften auf 3.173,9 Tausend Euro. Davon entfielen 1.350,8 Tausend Euro auf erfolgsunabhängige und 1.823,1 Tausend Euro auf erfolgsbezogene Einkünfte. Die variable Vergütung aller Vorstandsmitglieder besteht aus quan-

titativen und qualitativen Bestandteilen und ist auf einen individuellen klar definierten Prozentsatz der Grundbezüge begrenzt. Die quantitative Vergütung orientiert sich an dem gewichteten Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit der letzten drei Geschäftsjahre des DOUGLAS-Konzerns – gemindert um eine 10-prozentige virtuelle Verzinsung des Konzerneigenkapitals. Bei den Spartenvorständen orientiert sich die quantitative Vergütung in vergleichbarer Form an den Ergebnissen der einzelnen Sparten. Die qualitative Vergütung basiert auf einer individuellen Leistungsbeurteilung der einzelnen Vorstandsmitglieder. Die Vergütungsstruktur ist auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet.

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. Seit dem 01.07.2010 entspricht der Selbstbehalt den gesetzlichen Vorgaben.

Weitere Einzelheiten zur Vergütung der Vorstandsmitglieder, einschließlich Pensionen und Pensionsrückstellungen, sind im Internet veröffentlicht unter www.douglas-holding.com/de/cg, die Vergütungen der Mitglieder des Vorstandes sind individualisiert im Anhang zum Konzernabschluss auf Seite 167 dargestellt.

167 □

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 erfolgsorientierte, 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 2010/11 betrug 794,7 Tausend Euro. Davon entfielen 618,9 Tausend Euro auf feste und 175,8 Tausend Euro auf variable Vergütung. Die individualisierten Bezüge der Aufsichtsratsmitglieder sind im Anhang zum Konzernabschluss auf Seite 168 dieses Geschäftsberichtes wiedergegeben.

168 □

Keine Interessenkonflikte

Interessenkonflikte von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern, die dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen sind, lagen nicht vor. Nach Ein-

schätzung des Aufsichtsrates verfügt dieser über eine ausreichende Anzahl unabhängiger Mitglieder. Der Aufsichtsrat hat bei der turnusgemäßen Effizienzprüfung festgestellt, dass die Aufsichtsratsarbeit 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 2010/11 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 Seite 168 dieses Geschäftsberichtes zu finden.

□ 168

Corporate Governance im Internet:
www.douglas-holding.com

*Corporate Governance-Grundsätze
Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG
Grundsätze des Vergütungssystems für Mitglieder des Vorstandes*

Unabhängigkeit der Abschlussprüfer

Der Aufsichtsrat hat vor der Unterbreitung des Vorschlages für die Wahl des Abschlussprüfers für den Jahresabschluss 2010/11 an die Hauptversammlung 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 beziehungsweise für das Geschäftsjahr 2011/12 solche Beratungsleistungen nicht vereinbart sind.

Compliance in der DOUGLAS-Gruppe

Compliance beschreibt die Selbstverpflichtung eines Unternehmens und seiner Führungskräfte, sich an die vom Gesetzgeber sowie die vom Unternehmen selbst aufgestellten Regeln zu halten. Mit der Implementierung eines Compliance-Systems schaffen die Unternehmen zusätzliches Vertrauen bei ihren Aktionären, Kunden und Mitarbeitern.

Auch die DOUGLAS-Gruppe misst Compliance eine hohe Bedeutung bei und hat bereits im Jahr 2007 eine Compliance-Stelle eingerichtet und auf Basis einer allgemeinen Risikobewertung die Compliance-Schwerpunkte für das Unternehmen festgelegt. Dabei wurden neben den typischen Compliance-Risiken auch die internen Unternehmenswerte und Führungsleitlinien als wesentliche Compliance-Themen definiert.

Unternehmensweite Kommunikation „top down“

Eine nachhaltige Compliance-Kultur kann in einem Unternehmen nur dann entstehen, wenn sich alle Führungskräfte zu unbedingtem, rechtmäßigem Handeln und moralisch einwandfreiem Verhalten bekennen. Eine weitere wichtige Voraussetzung für ein funktionierendes Compliance-System ist eine überlegte und zielgerichtete, unternehmensweite Sensibilisierung für das Thema und die Umsetzung in geeignete Kommunikationsmaßnahmen.

Die konzernweite Kommunikation erfolgt in der DOUGLAS-Gruppe entsprechend der hierarchischen Unternehmensstruktur. Sie beginnt beim Vorstand der DOUGLAS HOLDING AG und den Geschäftsführungen der Tochtergesellschaften.

Bereits im Geschäftsjahr 2009/10 erfolgten Präsentationen für den Vorstand und die Bereichsvorstände sowie die General Manager der Douglas-Parfümerien. Im aktuellen Berichtszeitraum wurden diese Compliance-Schulungen für die Geschäftsführer und nationalen und internationalen Vertriebsleiter der Parfümerie Douglas sowie die Geschäftsführer der Thalia-Gruppe fortgesetzt. Mit den Geschäftsleitern der Tochtergesellschaften Christ und AppelrathCüpper sowie der Dienstleistungsgesellschaften sind für das laufende Geschäftsjahr 2011/12 bereits Termine für entsprechende Informationsveranstaltungen vereinbart.

Zusätzlich zu den allgemeinen Compliance-Workshops, in denen Sinn und Zweck von Compliance sowie deren Bedeutung für die DOUGLAS-Gruppe vorgestellt und diskutiert wurden, gab es auch das Angebot spezieller Themen-Workshops wie beispielsweise zum Kartellrecht.

Artikel in der Mitarbeiterzeitschrift und im Intranet verankerten den Compliance-Gedanken auch im Bewusstsein vieler Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Verschiedene gesellschafts- und hierarchieübergreifende Schulungen unterstützten die Sensibilisierung zusätzlich.

Struktureller Ausbau – Internationalisierung

Erfreulich war auch die erfolgreiche Erweiterung der Compliance-Struktur auf internationaler Ebene. So konnten im Berichtszeitraum fünf neue Compliance-Delegierte ernannt werden. Damit besteht das internationale Compliance-System nun aus neun Delegierten. Im September 2011 fand ein erstes internationales Compliance-Meeting statt, bei dem die Vertreter der einzelnen Länder die Umsetzung von Compliance in ihren jeweiligen Ländern erörterten. Darüber hinaus diente das Meeting dazu, Erfahrungen auszutauschen und einen gemeinsamen Status zu definieren, der innerhalb des laufenden Geschäftsjahres erreicht werden soll.

Dazu gehört die Einrichtung einer Compliance-Hotline und einer Compliance-E-Mail-Adresse, die den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vor Ort die Möglichkeit geben sollen, sich in ihrer jeweiligen Muttersprache vertrauensvoll an ihren Compliance-Delegierten wenden zu können. Zudem soll – soweit noch nicht erfolgt – eine offizielle Vorstellung des jeweiligen Compliance-Beauftragten in seinem Land erfolgen. Eine Aufgabe der internationalen Delegierten wird auch sein, die Verbreitung der neuen Führungsleitlinien und Unternehmenswerte zu begleiten. Denn die authentische und nachhaltige Vermittlung der DOUGLAS-Unternehmenskultur ist – auch im Ausland – ein wesentlicher Erfolgsfaktor der DOUGLAS-Gruppe und ein Baustein von Compliance.

Meldungen von Non-Compliance

Seit Einführung des Compliance-Systems haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der DOUGLAS-Gruppe die Möglichkeit, sich vertrauensvoll mit der Compliance-Beauftragten in Verbindung zu setzen.



Immer ein offenes Ohr: Daniela Jäger, Chief Compliance Officer der DOUGLAS-Gruppe.

Sie ist über die eigens eingerichtete Compliance-Hotline und eine E-Mail-Adresse zu erreichen und bietet den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an, sich über Rechtsthemen zu informieren und Schulungen für bestimmte Themengebiete nachzufragen, aber auch Regelverstöße zu melden.

Die Compliance-Beauftragte nimmt diese Hinweise entgegen und veranlasst bei Bedarf die weitere Aufklärung. Die Hinweise werden vertrauensvoll behandelt und können auch anonym abgegeben werden. Durch die unternehmensweite Sensibilisierung zum Thema, insbesondere über die Mitarbeiterzeitschrift „WIR“, konnte eine erfreulich aktive Nutzung der Compliance-Hotline beobachtet werden.

Auch das Angebot, bei Rechtsunsicherheiten die Compliance-Beauftragte zu fragen, nahmen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verstärkt in Anspruch. Häufig ging es dabei um Fragen zu gesetzlichen Vorschriften, aber auch zu internen Regeln wie die Handlungsgrundsätze zur Geschenke-Aannahme, Datenschutzregeln, die nach dem Handelsregister geltende Vertretungsbefugnis oder das Vier-Augen-Prinzip bei der Vertragsunterzeichnung.

Weitere Compliance-Maßnahmen

Im Geschäftsjahr 2011/12 bildet die Weiterentwicklung von Compliance im Ausland einen Schwerpunkt der Tätigkeit.

Eine weitere große Herausforderung wird die Abstimmung von Prozessen und Zuständigkeiten der einzelnen Compliance-Beauftragten darstellen, deren Nachfragen auch einen großen Bedarf an einheitlich geltenden Regeln und Ablaufplänen erkennen lassen. Ferner soll das laufende Geschäftsjahr genutzt werden, um die Umsetzung einer allgemein gültigen „Compliance-Richtlinie“ vorzubereiten. Es hat sich gezeigt, dass eine solche Ethik-Richtlinie für die Schaffung einer Compliance-Kultur wesentlich und sinnvoll ist.

In dieser Vorbereitungsphase werden Erfahrungswerte anderer erfolgreicher und börsennotierter Unternehmen und deren Compliance-Abteilungen eingeholt, um ein erstes Konzept für einen „Ethik-Leitfaden“ erarbeiten zu können.



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

Aufsichtsrat und Ausschüsse

Ehrenvorsitzender

Dr. Dr. h.c. Guido Sandler

Aufsichtsrat

Dr. Dr. h.c. Jörn Kreke

Vorsitzender

Kaufmann, Hagen

Margarete Pinkowski*

stellv. Vorsitzende

kaufmännische Angestellte, Hagen

Parfümerie Douglas GmbH, Hagen

Claus-Matthias Böge

Sprecher des Vorstandes der Deutsche EuroShop AG, Hamburg

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

Karen Heumann

Werbeberaterin, Hamburg

Dr. Michael Hinderer

Kaufmann, München

Petra Lügger*

Sachbearbeiterin, Münster

Thalia Universitätsbuchhandlung GmbH, Hagen

Dr. h.c. August Oetker

Vorsitzender des Beirates der Dr. August Oetker KG, Bielefeld

Johann Rösch*

Gewerkschaftssekretär, Nürnberg

ver.di Bundesverwaltung, Berlin

Dr. Ernst F. Schröder

Persönlich haftender Gesellschafter der Dr. August Oetker KG,
Bielefeld

Dr. Ulrich Wolters

Unternehmensberater, Mülheim a. d. Ruhr

Prof. Dr. Mark Wössner

Unternehmer, München

Christine Wrobel*

stellv. Leiterin Logistik, Hemer

Christ Juweliere und Uhrmacher seit 1863 GmbH, Hagen

Sabine Zimmer*

Gewerkschaftssekretärin, Berlin

ver.di, Bezirk Berlin, Berlin

Ausschüsse des Aufsichtsrates

Präsidialausschuss

Dr. Jörn Kreke (Vorsitz)

Margarete Pinkowski (stellv. Vorsitz)

Dr. h.c. August Oetker (Beisitzer)

Prüfungs- und Finanzausschuss

Dr. Ernst F. Schröder (Vorsitz)

Claus-Matthias Böge

Dr. Michael Hinderer

Dr. Ulrich Wolters

Vermittlungsausschuss

Dr. Jörn Kreke

Petra Lügger

Dr. h.c. August Oetker

Margarete Pinkowski

Nominierungsausschuss

Dr. Jörn Kreke

Dr. h.c. August Oetker

Dr. Ernst F. Schröder

Detailangaben zu den Mandaten finden sich im Anhang auf den Seiten 172 und 173.

* Arbeitnehmervertreter

Bericht des Aufsichtsrates

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

der Aufsichtsrat der DOUGLAS HOLDING AG hat sich im vergangenen Geschäftsjahr umfassend mit der geschäftlichen und strategischen Entwicklung unserer Unternehmensgruppe befasst. Im Geschäftsjahr 2010/11 hat der Aufsichtsrat die ihm nach Gesetz, Satzung, Geschäftsordnung und DOUGLAS-Corporate Governance-Grundsätzen der Gesellschaft obliegenden Aufgaben wahrgenommen.

Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat hat den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens beratend begleitet und die Geschäftsführung überwacht. Der Vorstand hat den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und ausführlich sowohl schriftlich als auch mündlich über den Geschäftsverlauf, die wirtschaftliche und finanzielle Lage sowie die Strategie und Planung des Unternehmens 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 in vier ordentlichen Sitzungen die Geschäftsentwicklung im europäischen Einzelhandel und die wirtschaftliche Situation der einzelnen Geschäftsbereiche der DOUGLAS-Gruppe. Vor allen Aufsichtsratsitzungen hat der Vorstand ausführliche Berichte an die Mitglieder des Aufsichtsrates versandt. Beraten und beschlossen wurde unter anderem über:

- a) die operative Planung für das Geschäftsjahr 2011/12;
- b) zustimmungspflichtige Geschäfte wie die Veräußerung des russischen Parfümerie-Geschäftes und den Erwerb weiterer Aktien der buch.de internetstores AG durch Thalia;
- c) Veränderungen des Buchhandelsgeschäftes infolge der Digitalisierung;
- d) strategische Überlegungen und Maßnahmen zu den Douglas-Parfümerien in bestimmten Ländern;
- e) die mittelfristige Finanzierungsstrategie;
- f) diverse Maßnahmen zur Ergebnissicherung in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld.

Vor dem Hintergrund der spürbaren Auswirkungen der Digitalisierung im gesamten Buchbereich galt es insbesondere bei Thalia, die Auswirkungen auf das Buchhandelsgeschäft zu analysieren und Maßnahmen zu verabschieden, um auch zukünftig die Wirtschaftlichkeit in diesem Bereich bestmöglich abzusichern. Dazu gehörten Investitionen in ein neues Warenwirtschaftssystem ebenso wie eine Stärkung des internetbasierten eBook-Vertriebs mit der Akquisition der textunes GmbH. Der Aufsichtsrat hat sich auch mit den Unternehmenswerten und Führungsgrundsätzen beschäftigt und sich über den Stand der Compliance-Aktivitäten unterrichten lassen.

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.

Die nächste turnusgemäße Effizienzprüfung der Arbeit des Aufsichtsrates wird im Geschäftsjahr 2011/12 durchgeführt.

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 im In- und Ausland, bedeutende Mietverträge, diverse Akquisitions- und Desinvestitionsprojekte sowie die Vorstandsvergütung und Personalangelegenheiten erörtert. Zudem wurden Inhalt und Form der Aufsichtsratsstätigkeit diskutiert und überprüft. Beides wurde vom Aufsichtsratspräsidium und Plenum als sachgerecht befunden.

Der **Prüfungs- und Finanzausschuss (Audit Committee)** trat im Geschäftsjahr 2010/11 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 in drei Telefonkonferenzen 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.

Personalien

1. Im Geschäftsjahr 2010/11 wurde der Vertrag mit Herrn Dr. Henning Kreke als Vorstandsvorsitzendem um 5 Jahre verlängert. Auch die Verträge mit Herrn Michael Busch, Bereichsvorstand Bücher, und Herrn Manfred Kroneder, Bereichsvorstand Schmuck, Mode und Süßwaren, wurden um jeweils 3 Jahre verlängert.
2. Im Aufsichtsrat hat Herr Bernd Michael, der nicht an den Aufsichtsratssitzungen teilnehmen konnte, aus gesundheitlichen Gründen sein Mandat mit Wirkung zum Ende der Hauptversammlung am 23.03.2011 niedergelegt.
3. Mit dem Ende der ordentlichen Hauptversammlung am 23.03.2011 endeten die Mandate auf Anteilseigner-Seite von Herrn Detlef Bierbaum, Herrn Henning Kreke (Schwaig), Herrn Dr. h.c. August Oetker und Herrn Dr. Ernst F. Schröder.
4. In der ordentlichen Hauptversammlung am 23.03.2011 wurden Frau Karen Heumann, Herr Claus-Matthias Böge und Herr Dr. Michael Hinderer als neue Vertreter der Anteilseigner in den Aufsichtsrat gewählt. Wiedergewählt wurden Herr Dr. h.c. August Oetker und Herr Dr. Ernst F. Schröder.

Abschlussprüfer

Entsprechend dem Votum der Hauptversammlung erteilte der Aufsichtsrat der Susat & Partner oHG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (nunmehr RBS RoeeverBroennerSusat GmbH & Co. KG), Hamburg, im August 2011 den Prüfungsauftrag für den Konzernabschluss und den Jahresabschluss des Geschäftsjahres 2010/11. 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 2010/11 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 6. Dezember 2011 ein ausführliches Gespräch mit den Abschlussprüfern über die Prüfungsergebnisse sowie über Risikomanagement und Organisationsfragen der Konzerngesellschaften geführt. An der Bilanzsitzung des Aufsichtsrates am 7. Dezember 2011 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 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 9. Januar 2012 zur Veröffentlichung freigegeben. Dem Vorschlag des Vorstandes für die Verwendung des Bilanzgewinnes, der für das Geschäftsjahr 2010/11 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 2010/11. Sie haben sich den Herausforderungen in den schwierigen Auslandsmärkten Südeuropas und den tiefgreifenden Veränderungen im deutschsprachigen Buchmarkt mit besonderer Einsatzkraft und eindrucksvollem Engagement gestellt.

Hagen, im Januar 2012
Für den Aufsichtsrat



Dr. Jörn Kreke
Vorsitzender

Die DOUGLAS-Aktie

Im Geschäftsjahr 2010/11 konnten die internationalen Aktienmärkte ihre erfreuliche Entwicklung des Vorjahres nicht fortsetzen. Positive Unternehmenszahlen und Hoffnungen auf ein stabiles Wachstum der Weltwirtschaft führten in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2010/11 zwar zunächst zu vorsichtigem Optimismus an den weltweiten Kapitalmärkten und steigenden Aktienkursen. Die sich drastisch verschärfende EU-Staatsschuldenkrise in Südeuropa und die zunehmende Unsicherheit hinsichtlich der Stabilität des internationalen Bankensystems begründeten aber ab Mitte 2011 einen Kursrutsch an den internationalen Wertpapierbörsen. Die globalen Konjunkturperspektiven trübten sich deutlich ein. Keine positiven Impulse erhielt die Weltkonjunktur in diesem Umfeld aus den USA, wo die Wirtschaftsentwicklung trotz expansiver Geld- und Fiskalpolitik weit hinter den Erwartungen zurückblieb.

Die Binnenkonjunktur in Deutschland konnte sich – begünstigt von einer nachhaltig hohen Nachfrage nach deutschen Produkten im Ausland und hier insbesondere aus den Schwellenländern – von der Konjunkturabkühlung in Europa im Berichtszeitraum weitgehend abkoppeln. Auch der private Konsum entwickelte sich angesichts niedriger Arbeitslosenzahlen und erwarteter Lohnzuwächse besser als im europäischen Ausland. Die prognostizierte Wachstumsabschwächung in den Emerging Markets, anhaltende Rezessionsängste in den Euro-Krisenländern sowie die

Vertrauenskrise im Finanzsystem dämpfen allerdings die weiteren Konjunkturaussichten auch für Deutschland.

Der Deutsche Aktienindex DAX lag zu Beginn des Geschäftsjahres 2010/11 der DOUGLAS HOLDING AG am 1. Oktober 2010 bei 6.244 Punkten. Bis Anfang Mai 2011 stieg der Index zunächst deutlich auf 7.528 Punkte. In den folgenden Monaten verzeichnete der deutsche Leitindex bei hohen Kursschwankungen erhebliche Verluste und notierte am Bilanzstichtag 30. September 2011 bei 5.502 Punkten. Dies entsprach bezogen auf das Geschäftsjahr einem Minus von 11,9 Prozent. Eine negative Performance wies auch der Nebenwertindex MDAX auf, zu dem auch die DOUGLAS-Aktie gehört. Der Index blieb bei einem ebenfalls sehr volatilen Kursverlauf im gleichen Zeitraum 5,1 Prozent hinter dem Vorjahreswert zurück und schloss bei einem Stand von 8.341 Punkten, nachdem er unterjährig am 7. Juli 2011 seinen Höchststand bei 11.187 Punkten erreicht hatte. Die Kursentwicklung der deutschen Einzelhandelswerte wird im Index DAXsector Retail abgebildet. Der Sektorindex ist im Berichtszeitraum ebenfalls deutlich um 21,1 Prozent auf 254 Punkte gesunken. Die schwache Entwicklung der deutschen Aktienindizes spiegelt die Stabilitätskrise im Euroraum und die erwartete Abkühlung der Konjunktur wider. Diese Risiken wurden durch die Finanzmarktteilnehmer stärker gewichtet als die positiven wirtschaftlichen Fundamentaldaten in Deutschland.

Abb. 1

Abb. 1 · Indexierter Kursverlauf der DOUGLAS-Aktie im Geschäftsjahr 2010/11

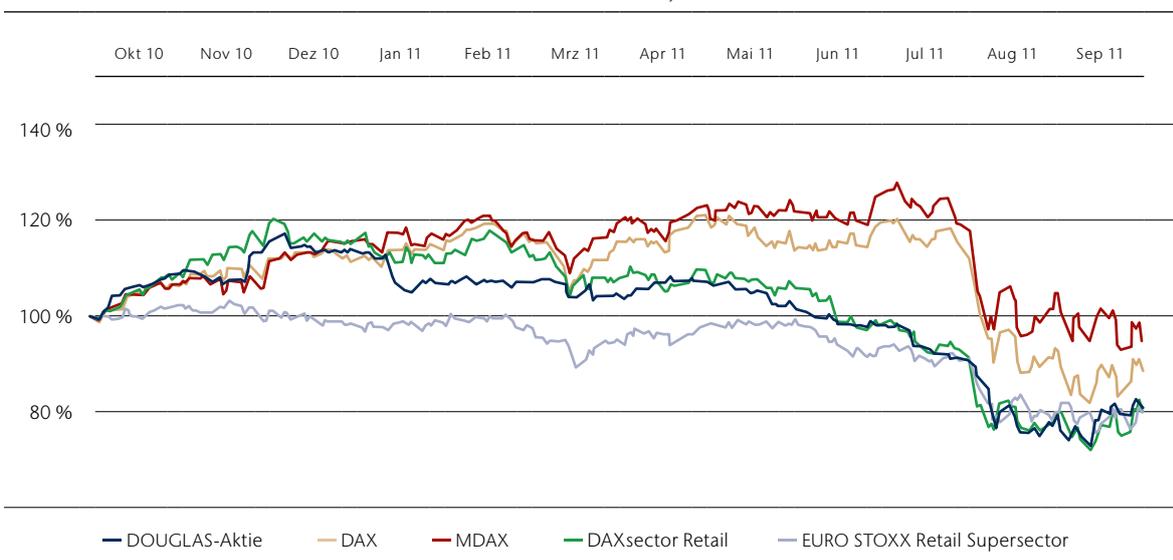
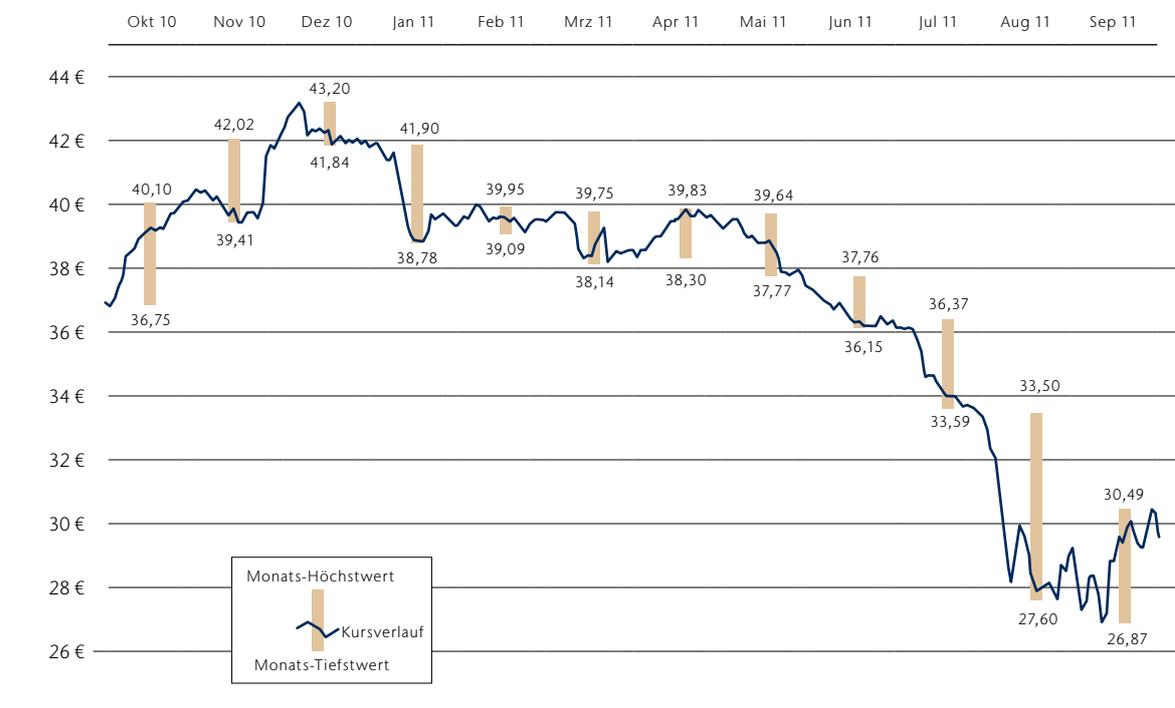


Abb. 2 · Höchst- und Tiefsturse der DOUGLAS-Aktie im Geschäftsjahr 2010/11



Rückläufige Kursentwicklung

Abb. 2 Die DOUGLAS-Aktie konnte in dem turbulenten Kapitalmarktumfeld das Kursniveau des Vorjahres nicht behaupten. Die Aktie notierte am 30. September 2011 im XETRA-Handel bei 29,52 Euro nach 36,70 Euro zu Beginn des Geschäftsjahres und verzeichnete damit einen deutlichen Kursrückgang von 19,6 Prozent. Rechnet man die Dividende für das Geschäftsjahr 2009/10 von 1,10 Euro je Aktie hinzu, so ergibt sich eine negative Wertentwicklung von 16,6 Prozent. Am 7. Dezember 2010 erreichte die DOUGLAS-Aktie – beflügelt durch positive Erwartungen an eine dynamische Entwicklung der Konjunktur in Deutschland – mit 43,20 Euro ihren Höchststand im Geschäftsjahr 2010/11, am 12. September 2011 notierte sie mit ihrem Jahrestiefststand von 26,87 Euro. Kursbelastend wirkten sich ab Anfang 2011 kritische Analysteneinschätzungen aus, die angesichts der konjunkturellen Risiken im Euroraum eine anhaltende Wachstumsschwäche im Ausland und einen Rückgang der privaten Konsumnachfrage in Deutschland befürchteten. Auch der beschleunigte weltweite Strukturbruch in der Buchbranche und die damit verbundene Verunsicherung über die weitere Entwicklung der Buchhandelstochter Thalia haben zu den zurückhaltenden Bewertungen der DOUGLAS-Aktie durch den Kapitalmarkt beigetragen.

Gestiegenes Handelsvolumen

Die europäische Staatsschuldenkrise und die Vertrauenskrise am Finanzmarkt führten im Geschäftsjahr zu einer hohen Volatilität der Aktienkurse in Europa, die sich in wesentlich höheren Handelsvolumina niederschlug. Auch der Handel mit der DOUGLAS-Aktie hat im Geschäftsjahr 2010/11 deutlich zugenommen. Der durchschnittliche Tagesumsatz im elektronischen Handelssystem XETRA, in dem rund 82 Prozent des gesamten Handels mit der DOUGLAS-Aktie stattfanden, erhöhte sich um 32 Prozent auf 112.000 Stück (Geschäftsjahr 2009/10: 85.000 Stück). An Spitzentagen wechselten über 740.000 Aktien den Besitzer.

Abb. 3

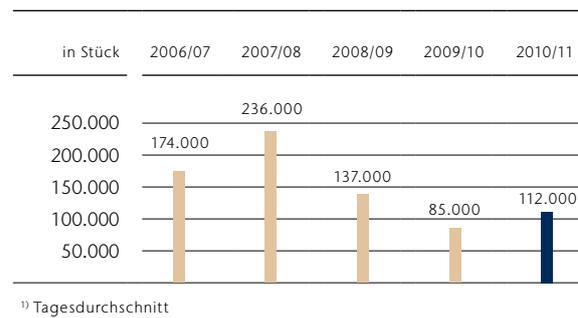
Abb. 3 · Handelsvolumen DOUGLAS-Aktie¹⁾

Abb. 4 · Die DOUGLAS-Aktie im Markt

		2010/11	2009/10
Ausgegebene Aktien zum Bilanzstichtag	in Mio. Stück	39,4	39,3
Ausgegebene Aktien exkl. eigene Aktien zum Bilanzstichtag	in Mio. Stück	39,4	39,3
Grundkapital	in Mio. €	118,1	118,0
Höchster Börsenkurs (XETRA)	in €	43,20	36,83
Tiefster Börsenkurs (XETRA)	in €	26,87	29,95
Börsenkurs zum Geschäftsjahresende (XETRA)	in €	29,52	36,83
Marktkapitalisierung zum Geschäftsjahresende	in Mio. €	1.162,4	1.448,2
Ergebnis je Stückaktie	in €	2,20	1,93
Dividende je Stückaktie	in €	1,10	1,10

Abb. 4 III Zum 30. September 2011 wies die DOUGLAS-Aktie eine Marktkapitalisierung von 1,16 Milliarden Euro auf (30. September 2010: 1,45 Milliarden Euro). Mit diesem Börsenwert belegte die DOUGLAS HOLDING AG im Indexsystem der Deutsche Börse AG, in dem bei der Berechnung der Marktkapitalisierung nur der Streubesitz berücksichtigt wird, im MDAX den Rang 35 (Vorjahr: Rang 34) und verfügte zum Ende des Geschäftsjahres in dem Index über ein Gewicht von rund 0,9 Prozent (Vorjahr: 1,2 Prozent).

Intensiver Austausch mit dem Kapitalmarkt

Gute Finanzkennzahlen sind nicht der einzige Baustein für einen überzeugenden Auftritt am Kapitalmarkt. Auch die Kommunikation der auf eine nachhaltige Wertsteigerung ausgerichteten Unternehmensstrategie der DOUGLAS-Gruppe bildet einen wesentlichen Schwerpunkt der Investor Relations-Aktivitäten. Der kontinuierliche und offene Dialog mit den Akteuren am Kapitalmarkt hat in der DOUGLAS-

Gruppe gerade in schwierigen Börsenzeiten einen hohen Stellenwert. Ziel ist es, durch die Verdeutlichung der Geschäftsstrategie und der entsprechenden Maßnahmen zu ihrer Umsetzung sowie der Potenziale der DOUGLAS-Gruppe eine objektive und faire Bewertung der DOUGLAS-Aktie zu erreichen.

Auch im Geschäftsjahr 2010/11 standen der Vorstand und das Investor Relations-Team in einem intensiven Dialog mit Anlegern und Analysten und haben zeitnah und ausführlich über die aktuelle Geschäftsentwicklung, die strategische Ausrichtung sowie über die Ziele der DOUGLAS-Gruppe informiert. Die Vertreter der DOUGLAS HOLDING AG gaben Investoren auf 25 Roadshows und Investorenkonferenzen sowie in mehr als 180 Einzel- und Gruppengesprächen an allen wichtigen europäischen Finanzplätzen, in den USA sowie am Firmensitz in Hagen einen detaillierten Einblick in die DOUGLAS-Gruppe und standen den Gesprächspartnern dabei Rede und Antwort. Auch das operative Top-Management der einzelnen Geschäftsbereiche war in die Kommunikation mit dem Kapitalmarkt eingebunden. So hatten Analysten und institutionelle Anleger bei einem Investorentag in Wien die Gelegenheit, sich vor Ort über das operative Geschäft der DOUGLAS-Gruppe zu informieren und sich von der konsequenten Umsetzung der Lifestyle-Philosophie sowie der Multichannel-Strategie in den Fachgeschäften zu überzeugen.

Fester Bestandteil der Finanzkommunikation ist die jährlich stattfindende Analystenkonferenz. Auf der Veranstaltung im Januar 2011 in Frankfurt am Main berichtete der Vorstand vor rund 70 Analysten und Investoren umfassend über das zurückliegende Geschäftsjahr 2009/10 sowie die Umsatz- und Ertragsprognosen für das Geschäftsjahr 2010/11. In drei Telefonkonferenzen mit durchschnittlich 40 Teilnehmern wurde zudem die Geschäftsentwicklung in den

Abb. 5 · 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 und München
Symbol	DOU.ETR
Tickerkürzel Bloomberg	DOU GR
Tickerkürzel Reuters	DOHG.DE
Designated Sponsor	WestLB AG

ersten drei Berichtsquartalen detailliert offengelegt. Die Umsatz- und Ergebnisprognosen wurden über den gesamten Zeitraum bestätigt und im Zeitablauf weiter konkretisiert.

Intensiv bemüht sich die DOUGLAS-Gruppe auch um den Dialog mit Privatanlegern, von denen viele die Hauptversammlung am 23. März 2011 in der Stadthalle Hagen nutzten, um sich vom Vorstand der DOUGLAS HOLDING AG umfassend über die Geschäftsentwicklung informieren zu lassen. Die rund 1.200 anwesenden Aktionäre vertraten 71 Prozent des Grundkapitals (Vorjahr: 58 Prozent) und stimmten allen Tagesordnungspunkten zu. Darüber hinaus stellte sich das Investor Relations-Team beim 20. Kölner Aktienforum der Deutschen Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz (DSW) den Fragen der Privatanleger.

Neben den persönlichen Treffen bietet der Anfang 2011 neu gestaltete Internetauftritt der DOUGLAS HOLDING AG für alle interessierten Anleger eine gute Möglichkeit, sich über das Unternehmen und die DOUGLAS-Aktie ausführlich zu informieren. Abrufen lassen sich unter www.douglas-holding.com Finanzberichte, Analystenempfehlungen, Präsentationen und Aufzeichnungen von Reden des Vorstandes sowie verschiedene Kursinformationen. Darüber hinaus werden große Teile der Hauptversammlung jedes Jahr live im Internet übertragen. Auch im laufenden Geschäftsjahr wird das Informationsangebot der Internetseite inhaltlich weiter verbessert und nutzerorientiert ausgebaut.

Die Investor Relations-Aktivitäten werden im Geschäftsjahr 2011/12 weiter intensiviert. Ziel ist es, im kontinuierlichen Austausch mit dem Kapitalmarkt nicht nur bestehende Aktionäre weiter erstklassig zu betreuen, sondern auch neue Anleger im In- und Ausland für die DOUGLAS-Aktie zu gewinnen.

Hohe Coverage der Analysten

Im Geschäftsjahr 2010/11 beobachteten 23 Analysten namhafter Investmenthäuser – insbesondere aus Deutschland, Großbritannien und den USA – die DOUGLAS-Gruppe. Sie veröffentlichten regelmäßig Studien und Kommentare zur aktuellen Entwicklung der DOUGLAS-Gruppe und sprachen Empfehlungen aus. Per 30. September 2011 empfahlen sieben Analysten die DOUGLAS-Aktie zum Kauf, zwölf stufte sie auf „Halten“ ein und vier sprachen eine Verkaufsempfehlung aus. Die insgesamt heterogenen Erwartungen an die zukünftige Performance der DOUGLAS-Aktie sind Ausdruck unterschiedlicher Bewertungen der mittelfristigen Entwicklung des privaten Konsums in den Euroländern als auch der Chancen und Risiken aus den strukturellen Veränderungen in der Buchbranche.

Dividende auf Vorjahresniveau

Vorstand und Aufsichtsrat der DOUGLAS HOLDING AG werden der Hauptversammlung am 21. März 2012 vorschlagen, wie im Vorjahr eine Dividende von 1,10 Euro je Stückaktie für das Geschäftsjahr 2010/11 auszuschütten. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 50 Prozent des auf die DOUGLAS-Aktionäre entfallenden Konzern-Jahresüberschusses. Damit wird das Ziel, etwa die Hälfte des Konzern-Jahresüberschusses auszuschütten, erreicht. Bezieht man die Dividende je Aktie auf den Börsenkurs der DOUGLAS-Aktie zum Ende des Geschäftsjahres 2010/11 von 29,52 Euro, so ergibt dies eine Dividendenrendite von 3,7 Prozent.

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

Abb. 6 · Dividendenentwicklung der DOUGLAS-Aktie

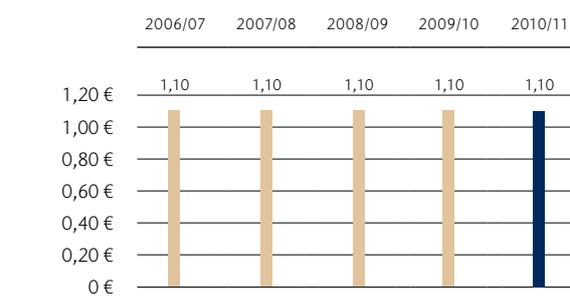
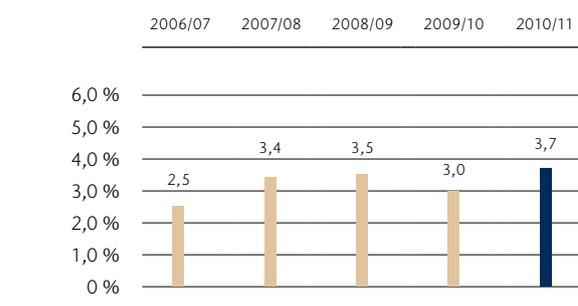


Abb. 7 · Dividendenrendite der DOUGLAS-Aktie





*Nicht nur neue Kreationen machen
neugierig. Auch spannende Unternehmens-
nachrichten sorgen für Aufmerksamkeit.*

Impressionen

Oktober 2010

- 📷 In Mainz eröffnet Douglas sein erstes „Beauty-Terminal“ – eine Parfümerie, die dem Multichannel-Gedanken durch interaktive Terminals, wie beispielsweise den „virtuellen Visagisten“, Rechnung trägt.
- 📷 Thalia launcht den Oyo, seinen eigenen eReader, zeitgleich in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

November 2010

Thalia eröffnet in Bonn eine 2.500 Quadratmeter große Buchhandlung im ehemaligen Kino Metropol.

Dezember 2010

Eine Auszubildende von Douglas in Frankfurt gehört zu den drei besten Auszubildenden in ganz Deutschland und wird von Bundesarbeitsministerin Ursula von der Leyen für ihren hervorragenden Abschluss geehrt.

- 📷 In Hamburg startet mit der Vorstellung des Buches „Unser Schmidt – Der Staatsmann und der Publizist“ die Veranstaltungsreihe „Die Thalia-Buchhandlung präsentiert im Thalia-Theater ...“

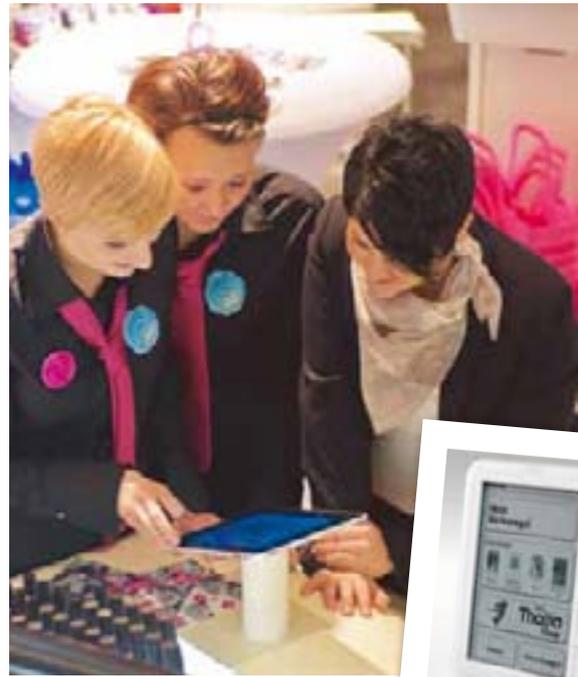
Januar 2011

Douglas beteiligt sich als einer der ersten Partner an den neuen „Facebook“-Angeboten“ und verschenkt an Facebook-Nutzer 2.000 Stück eines Tommy Hilfiger-Duftes oder einen einmaligen Rabatt von 15 Prozent.

Februar 2011

Die Douglas-Parfümerien werden vom Europäischen Handelsinstitut für ihr interaktives Ladenkonzept mit einem der „retail technology awards europe“ in der Kategorie „Best Customer Experience“ ausgezeichnet.

- 📷 Mehr als 600.000 von der Service Value GmbH befragte Kunden wählen Douglas zum Service-Champion in der Kategorie „Parfümerien“.



März 2011

- US-Star Katy Perry stellt in Köln ihren ersten – exklusiv bei Douglas erhältlichen – Duft „Purr“ vor.

Die DOUGLAS HOLDING AG spendet anlässlich der Hauptversammlung insgesamt 25.000 Euro an drei gemeinnützige Institutionen aus Hagen und Umgebung.

Christ eröffnet in Freiburg nach Umbau das erste Geschäft, das das Christ-Energiesparkonzept mit rund 30 Prozent Energiekosteneinsparung umsetzt.

Die Thalia Holding GmbH erhöht ihren Anteil an der buch.de internetstores AG von 60,2 auf 75,6 Prozent.

Thalia unterstützt auch 2011 wieder als Partner die lit.COLOGNE, das größte Literaturfestival Europas.

April 2011

Die Douglas-Parfümerie im Kölner Hauptbahnhof eröffnet nach Umbau als Multichannel-Parfümerie neu – mit einem virtuellen Visagisten, interaktiven Bildschirmen und einer Duftlounge, die die Duftprobe ohne Kontakt mit Haut oder Kleidung ermöglicht.

Christ belegt den zweiten Platz bei den „Co-Brands Awards“ für sein Kronkorken-Gewinnspiel in Marketing-Kooperation mit Coca-Cola light.

Mai 2011

- Nach sechswöchigem Umbau eröffnet am Berliner Ku'Damm das Flaggschiff der Douglas-Parfümerien auf fast 400 Quadratmetern in neuem Glanz.
- Die „Douglas-Box-of-Bauty“ startet. Monatlich überrascht sie ihre Abonnenten mit Beauty-Highlights zum attraktiven Preis von 10 Euro.

Die DOUGLAS HOLDING belegt den dritten Platz beim „Best Employer Brand Award 2011“.

buch.de gewinnt den „Best Marketing Company Award 2011“ in der Kategorie „Mittlere Unternehmen“ (50 bis 250 Mitarbeiter).

- Die 22 Siegerteams des firmeninternen Verkaufswettbewerbs „Top Team 2010“ lösen ihre Gewinne ein: Rund 360 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gehen auf Reisen nach Dubai, Lissabon und Berlin.



Juni 2011

Die DOUGLAS-Gruppe unterstützt den 33. Evangelischen Kirchentag in Dresden mit Sachspenden und einer Summe von 10.000 Euro.

Douglas Polen feiert sein 10-jähriges Bestehen. 2001 eröffnete die erste Parfümerie in Breslau. Mittlerweile betreibt Douglas in Polen 90 Filialen in 48 Städten und ist seit 2010 auch mit einem Online-Shop präsent.

Christ eröffnet eine Outlet-Boutique im „Wertheim Village“ mit hochwertigen Marken.

Juli 2011

AppelrathCüpper launcht die neue AC Premium Clubkarte, die den Inhabern exklusive Vorteile bietet.

- 📷 „Miss America 2011“, Teresa Scanlan, präsentiert Mode von Joseph Ribkoff bei AppelrathCüpper in Frankfurt.

August 2011

- 📷 In Deutschland starten in der DOUGLAS-Gruppe 720 neue Auszubildende – so viele wie nie zuvor.

Thalia übernimmt mit Wirkung zum 1. August die Berliner textunes GmbH – seit ihrer Gründung 2009 einer der führenden Anbieter für Plattform übergreifende eBook-Apps.

Hussel startet seine Fanpage bei Facebook, und die DOUGLAS HOLDING beginnt zu „twittern“.

September 2011

Die Parfümerie Douglas überreicht als Hauptsponsor von DKMS LIFE beim Dreamball 2011 der Charity-Organisation einen Scheck in Höhe von 150.000 Euro.

- 📷 Christ kombiniert bei der Neueröffnung in Neu-Isenburg in einer Filiale zwei neue Konzepte: „JETTE by Christ“ und „24 Passion“ setzen auf junge, trendige Marken für die „Young Fashion Generation“.
- 📷 Hussel eröffnet in der Dortmunder Thier-Galerie eine neue Confiserie, die mit ihrem top-modernen Ladenbau Maßstäbe setzt. Auch Douglas, Thalia und Christ feiern dort tolle Eröffnungen.





International geprägte Mitarbeiterteams – hier ein Christ-Quartett mit (von links) Christiane Werner, Desmond Owusu (stv. FL), Özlem Aldirmaz und Martin Heppner (FL).

Erfolgreich durch starke Werte und hohe Führungskompetenz

Die DOUGLAS-Gruppe steht für Kundenbegeisterung und Serviceorientierung und legt besonderen Wert auf die Kompetenz und die Zufriedenheit ihrer über 24.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Personalarbeit ist geprägt von fundierten Ausbildungs- und Personalentwicklungsprogrammen, die auch im Geschäftsjahr 2010/11 einen der Schwerpunkte bildeten. Ein besonderes Augenmerk legt die DOUGLAS-Gruppe dabei darauf, sich auf die Herausforderungen der Zukunft vorzubereiten, um weiter erfolgreich handeln zu können.

Die DOUGLAS-Gruppe zählt schon lange zu den Einzelhändlern in Deutschland mit der höchsten Ausbildungsquote. Dafür gibt es zwei gute Gründe. Zum einen nimmt das Unternehmen seine gesellschaftliche Verantwortung sehr ernst, und zum anderen liegt ein Schwerpunkt der Personalstrategie darin, Führungsnachwuchs aus den eigenen Reihen zu generieren. Deshalb hat die DOUGLAS-Gruppe die Zahl ihrer Auszubildenden mit Beginn des neuen Ausbildungsjahres im Herbst 2011 weiter aufgestockt: 720 junge Damen und Herren starteten ihre berufliche Laufbahn in insgesamt elf Ausbildungsberufen. Damit wurde die Bestmarke des letzten Jahres noch einmal um 50 überschritten.

Ausbildungsquote auf Höchststand

Alle Tochtergesellschaften verstärkten ihre Ausbildungsaktivitäten. Die Douglas-Parfümerien stellten mit über 350 erneut den Großteil. Einen deutlichen Sprung machten Juwelier Christ mit 170 (Vorjahr: 125) und die Hussel-Confiserien mit 46 (Vorjahr: 25) neuen Auszubildenden. Aber auch die Modehäuser von AppelrathCüpper und die Buchhandelsgruppe Thalia steigerten die Zahl ihrer Auszubildenden. Insgesamt waren zum 30. September 2011 in Deutschland 1.783 Auszubildende für die DOUGLAS-Gruppe tätig, von denen die meisten einen Abschluss zur Kauffrau oder zum Kaufmann im Einzelhandel anstreben. Die Ausbildungsquote von rund 14 Prozent liegt weiter deutlich über dem Branchenschnitt des deutschen Handels von rund acht Prozent.

Neben den vorgeschriebenen Ausbildungsinhalten werden in den Tochtergesellschaften und der Holding immer wieder zusätzliche Aktionen initiiert. So leiten beispielsweise Auszubildende für eine oder zwei Wochen eigenverantwortlich eine Filiale, organisieren Veranstaltungen, widmen sich gemeinsam für eine Woche einem sozialen Zweck oder nehmen die Herausforderung an, ihr Vertriebstalent auch einmal in einer Filiale im Ausland unter Beweis zu stellen.

Regelmäßig schneiden die Auszubildenden auch bei den Prüfungen hervorragend ab und werden vielfach von den jeweiligen Industrie- und Handelskammern geehrt. Für ihre außergewöhnlich guten Leistungen wurden 2010 eine Auszubildende von Douglas in Frankfurt und 2011 eine Auszubildende von Hussel in Karlsruhe ausgezeichnet. Sie schlossen ihre Ausbildung zur Kauffrau im Einzelhandel mit der Höchstzahl von 100 Punkten ab und zählten damit zu den besten Auszubildenden in ganz Deutschland. In der Regel übernimmt die DOUGLAS-Gruppe rund 70 Prozent der ehemaligen Auszubildenden, die dann durch Förderprogramme auf ihrem weiteren Karriereweg begleitet werden.

Attraktive Weiterbildungsprogramme

Im Geschäftsjahr 2010/11 nahmen wieder viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den zahlreichen attraktiven Personalentwicklungsangeboten zu Fach-, Führungs- und Sozialkompetenzthemen teil. So schlossen über 70 Teilnehmer im Parfümeriebereich die Douglas Academy ab – ein 12- bis 18-monatiges Förderprogramm, das an die Aufgaben einer Führungskraft im Verkauf heranführt. Rund 3.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machten darüber hinaus von der Möglichkeit Gebrauch, das „Douglas-College“ zu absolvieren. Wie bei einem Fernstudium können die Teilnehmer hier ihr Fachwissen auffrischen und erweitern. Neue Themenbereiche dabei sind eCommerce und die Bedeutung von Social Media für den Handel.

Bei Christ absolvierten im abgelaufenen Geschäftsjahr 26 Nachwuchskräfte das bewährte „PROMIS“-Programm, von denen bereits 22 in führenden Positionen tätig sind. Christ legte bei der Projektarbeit der Führungsnachwuchskräfte einen Schwerpunkt auf das Thema „Multichannel“. So fanden im Anschluss für wichtige Multiplikatoren wie Filialleitungen, Stellvertretungen und Nachwuchskräfte spezielle Schulungen zum Thema Online-Bestellungen statt, damit

sie die Chancen des Multichannel-Ansatzes in die Filialen tragen können.

Unter dem Dach der „Thalia Academy“ bündelt Thalia die Personalentwicklungsprogramme. Sie spannt den Bogen von Angeboten wie „Aktives und Emotionales Verkaufen“ bis hin zum dreijährigen „Leadership“-Programm, das Hochschulabsolventen nach erfolgreichem Absolvieren des Programms die Übernahme einer Führungsposition ermöglichen soll. Teil der „Thalia Academy“ ist ferner das „Programm für Nachwuchsführungskräfte“. Der mittlerweile vierte Jahrgang wurde im Juli 2011 gestartet und beschäftigt sich ebenfalls intensiv mit dem Thema „Multichannel“ – vorrangig aus dem Blickwinkel der Kunden.

AppelrathCüpper intensiviert seine Nachwuchsförderung mit einem zweijährigen Programm. Dieses verzahnt Theorie und Praxis, indem die angehenden Nachwuchskräfte unter anderem als Ausbildungspaten die Azubis in den Modehäusern betreuen. Zum Ende des Geschäftsjahres 2010/11 hat die erste Gruppe dieses erfolgreich abgeschlossen und eine zweite Nachwuchsgruppe das Programm gestartet.

Bei Hussel begann im Jahr 2010 unter dem Titel „Sales Excellence – Verkaufen mit Herz und Verstand“ ein Vertriebstraining mit spezifischen Trainingseinheiten für Führungskräfte, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Filialen sowie der Service-Zentrale. Bis Ende des Geschäftsjahres 2010/11 haben mehr als 400 Teilnehmer dieses Training durchlaufen. Parallel bildet Hussel auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu internen Trainern aus, die anschließend „Sales Excellence“-Verkaufsschulungen vor Ort durchführen. Hussel hat darüber hinaus das Projekt „Führungstraining für Filialleiter/-innen“ intensiviert und auch für weitere Führungskräfte ein Coaching zu Konfliktmanagement, Kommunikation und Führung veranstaltet.

Neu aufgesetzt wurde ein Nachwuchsförderprogramm für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Service-Zentralen der Tochtergesellschaften und der Holding. Insgesamt 17 junge Damen und Herren starteten im Geschäftsjahr 2010/11 dieses Programm, in dem sie auf die zukünftigen Herausforderungen als Führungskraft oder eine verantwortungsvolle Fachkarriere vorbereitet werden. Bausteine sind Projektmanagement, Führung, Präsentation und Moderation, Unternehmensplanspiel und Fachvorträge.

Erfolgreich fortgesetzt hat die DOUGLAS-Gruppe die Weiterbildung ihrer Top-Führungskräfte. Im Rahmen des Angebots der DOUGLAS HOLDING ACADEMY erweiterten 140 Führungskräfte aus allen Gesellschaften

Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

	30.09.11	30.09.10	Veränderung
Parfümerien ¹⁾	14.284	14.166	118
Bücher	5.274	5.186	88
Schmuck	2.312	2.173	139
Mode	772	751	21
Süßwaren	1.062	1.141	-79
Dienstleistungen/Holding	619	570	49
DOUGLAS-Gruppe¹⁾	24.323	23.987	336
davon Deutschland	15.325	15.164	161
davon Ausland ¹⁾	8.998	8.823	175

¹⁾ Angaben ohne Russland und USA.

der DOUGLAS-Gruppe im Geschäftsjahr 2010/11 ihr Wissen in Seminaren und Workshops rund um die Themen Strategie, Führung, Innovation und Verhandlungsführung. Ein besonderer Schwerpunkt dabei war die Kommunikation und Vertiefung der überarbeiteten Unternehmenswerte und Führungsleitlinien. Alle Geschäftsleitungsmitglieder der DOUGLAS-Gruppe im In- und Ausland kamen dazu in zweitägigen Workshops zusammen, um gemeinsam die überarbeiteten Werte und Leitlinien zu diskutieren und ganz konkrete Ansatzpunkte für ihren eigenen Führungsalltag zu erarbeiten. Dabei wirkte auch der Vorstand aktiv mit und stellte in den Diskussionen noch einmal persönlich heraus, welch hohen Stellenwert die Werte und Leitlinien für die weitere positive Entwicklung der Unternehmensgruppe haben. Bis zum Ende des Geschäftsjahres 2011/12 werden die Führungskräfte dieses Wissen und die Erfahrung aus den Workshops an ihre Mitarbeiter – national wie international – weitergeben und gemeinsam bearbeiten.

Hohe Mitarbeiterorientierung

Die DOUGLAS-Gruppe nimmt ihre Verantwortung für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehr ernst. Neben exzellenter Führungskompetenz stehen hier auch Themen wie „Compliance“ und „Gesundheit“ im Fokus.

Welche Schwerpunkte das Unternehmen beim Thema Compliance setzt, kann im Kapitel „Compliance in der DOUGLAS-Gruppe“ auf den Seiten 6 und 7 dieses Geschäftsberichtes nachgelesen werden.

□ 6-7

Die Aktivitäten zur Erhaltung beziehungsweise Förderung der Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurden im Geschäftsjahr 2010/11 weiter ausgebaut. So fanden neben den turnusmäßigen Ge-



Gemeinsam erfolgreich: junge und junggebliebene Kolleginnen, wie hier bei Hussel Beate Gantenbrinker (FL), Helga Zierdt und Christiane Ewers (von links).

sundheitschecks für Führungskräfte sechs Gesundheitstage und Aktionen am Standort Hagen zu Themen wie Rückengesundheit oder Warnsignalen des Herz-/Kreislauf-Systems statt. Auch dem Thema Stressprävention wird in der DOUGLAS-Gruppe künftig ein noch größerer Stellenwert eingeräumt.

Die Personalverantwortlichen haben den Anspruch, kompetenter Ansprechpartner für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei Fragen rund um das Arbeitsleben zu sein. Die im Jahr 2009 eingerichtete Elternhotline hat sich bereits als wichtige Informations- und Anlaufstelle rund um die Themen Elternschaft und Elternzeit etabliert und bewährt.

Vereinbarkeit von Familie und Beruf

In der DOUGLAS-Gruppe arbeiten 90 Prozent Frauen und auch der Anteil der weiblichen Führungskräfte

ist mit über 50 Prozent (ab Bereichsleiterenebene) überdurchschnittlich hoch. Sehr viele von ihnen wollen ihre Karriere auch dann weiterführen, wenn sie sich zur Gründung einer Familie entschieden haben. Diesen Wunsch unterstützt die Unternehmensleitung ganz bewusst. Um diese qualifizierten Fach- und Führungskräfte zu halten und ihnen eine Perspektive zu geben, bietet die DOUGLAS-Gruppe Frauen – aber natürlich auch Männern – vielfältige Möglichkeiten, Beruf und Familienleben zu vereinbaren, beispielsweise durch eine flexiblere Gestaltung der Arbeitszeit. Das ist besonders im Vertrieb sehr wichtig. Hier können die Führungskräfte ihre dezentralen Entscheidungsspielräume nutzen und gemeinsam mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern individuelle Modelle entwickeln. Im DOUGLAS-Betriebskindergarten namens „Minifiliale“ in Hagen werden mittlerweile 34 Kinder in zwei Gruppen von je sieben Kindern im Alter bis zu drei Jahren sowie einer Gruppe von 20 Kindern bis zu sechs Jahren betreut.

Wollen ihre Kunden begeistern – hier Domenika
Schüfer, Swetlana Lammert, Anita Greune (stv. FL)
und Gabriele Zawieja (von links) von Douglas.



Gesunder Generationenmix

Die DOUGLAS-Gruppe legt zudem großen Wert auf einen gesunden Generationenmix. Gerade langjährige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sorgen für Kontinuität und verfügen über einen enormen Erfahrungsschatz. Gemeinsam mit ihren neuen Kolleginnen und Kollegen und den Nachwuchskräften, die viele neue Impulse für Veränderungen und Innovationen geben, bilden sie Spitzenteams. Im Geschäftsjahr 2010/11 waren rund 7.000 Damen und Herren mehr als zehn Jahre für die DOUGLAS-Gruppe tätig, davon rund 2.000 sogar mehr als 20 Jahre.

Die DOUGLAS-Gruppe bietet langjährigen und erfahrenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern spezielle Angebote und beteiligt sich schon seit einigen Jahren am Projekt „Erfahrung 50 plus“, initiiert vom Handelsverband Deutschland (HDE) und dem Bundesfamilienministerium. Ziel ist es, die Teilnehmer mit altersentsprechenden Trainings bei den sich stetig ändernden Anforderungen im Vertrieb zu begleiten.

Auszeichnung als attraktiver Arbeitgeber

Die DOUGLAS-Gruppe hat als international tätiges Einzelhandelsunternehmen viele attraktive Berufs- und Karrierechancen und unternimmt zahlreiche Aktivitäten, um ihr positives Image als Arbeitgeber ständig zu verbessern und potenzielle Nachwuchskräfte für sich zu gewinnen.

Personalmarketing im Web 2.0-Zeitalter bedeutet für die DOUGLAS-Gruppe neben einer trendigen Karriere-Website (<http://karriere.douglas-holding.de>) vor allem auch, gerade die jungen Leute in sozialen Netzwerken wie XING oder Facebook, über die Videoplattform youtube oder auch via Blogs („Online-Tagebücher“) zu erreichen.

Die DOUGLAS-Gruppe ist in diversen sozialen Netzwerken vertreten:



Im Mai 2011 startete auf Facebook eine eigene Karriere-Fanpage (www.facebook.com/douglaskarriere), die den aktuell rund 3.000 Fans eine hervorragende Möglichkeit bietet, mit der jungen Zielgruppe in direkten Dialog zu treten und sie für eine Karriere

in der DOUGLAS-Gruppe zu begeistern. Die potenziellen neuen Mitarbeiter können sich dort spartenübergreifend über Ausbildungsmöglichkeiten und Berufsperspektiven sowie Messe- und Hochschultermine austauschen und gezielt nach offenen Stellen im Unternehmen fragen. Im Vordergrund steht hierbei ganz klar der Dialog. Die DOUGLAS-Gruppe kann als Arbeitgeber offen kommunizieren und positives wie kritisches Feedback als Gradmesser für die eigene Arbeit und zur Verbesserung nutzen. Ebenfalls seit Mai 2011 erhalten Interessierte über den Kurzmitteilungsdienst Twitter Neuigkeiten aus dem Bereich Karriere der DOUGLAS-Gruppe. Auf einem eigenen Youtube-Channel berichten Mitarbeiter aus verschiedenen Unternehmensbereichen in kurzen Filmsequenzen über ihre Arbeitsschwerpunkte und Erfahrungen.

„Rockt den Blog!“ – unter diesem Motto startete im Februar 2011 eine „Online-Plattform“, auf der neun Auszubildende aus den Tochtergesellschaften und der Holding eigenständig und authentisch über ihre Ausbildung berichten (azubi-blog.douglas-holding.de). Ziel ist es, Schülern, die sich gerade in der Berufsorientierung befinden, zu zeigen, wie vielfältig und herausfordernd die Ausbildung innerhalb der DOUGLAS-Gruppe ist.

Mit dem erstmals durchgeführten „5-Sterne-Tag“ ging die DOUGLAS-Gruppe im Hochschulmarketing im Juni 2011 neue Wege. Bei diesem Event ging es darum, Studierende, die ein mehrmonatiges Praktikum suchen, für die Angebote der DOUGLAS-Gruppe zu interessieren. Durch Vorträge auf das Unternehmen eingestimmt, konnten sich die Teilnehmer in themenbezogenen Workshops für ein Praktikum im gewünschten Bereich empfehlen. Im Ergebnis konnte die DOUGLAS-Gruppe rund 30 Praktikumsplätze erfolgreich vergeben. Pro Jahr werden allein in der Service-Zentrale rund 200 Praktikantenplätze angeboten. Zudem konnte die DOUGLAS-Gruppe bislang rund 80 Prozent der später fest angestellten Hochschulabsolventen aus dem Kreis der Studierenden rekrutieren, die entweder ein Praktikum oder eine Werkstudententätigkeit im Unternehmen absolviert hatten. Thalia hat darüber hinaus in Kooperation mit der Zeppelin Universität Friedrichshafen ein Stipendienprogramm für den Studiengang Kommunikation und Kulturmanagement ins Leben gerufen.

Die vielfältigen und zeitgemäßen Aktivitäten und Kommunikationsmaßnahmen, mit denen sich die DOUGLAS-Gruppe als attraktive Arbeitgeber-Marke (Employer Brand) präsentiert, hat im Frühjahr 2011 auch die Managementberatung Batten & Company überzeugt. Beim dem erstmals von ihr verliehenen

„Best Employer Brand Award 2011“, der die exzellente und ganzheitliche Führung einer Arbeitgebermarke bewertete, belegte die DOUGLAS HOLDING einen guten dritten Platz und wurde auch als bestes Unternehmen im Einzelhandel mit dem „Careers Best Recruiters Award 2011“ ausgezeichnet.

Gemeinsam erfolgreich – auf allen Kanälen

Die neuen Kommunikations- und Informationskanäle weiter sinnvoll für die Personalarbeit der DOUGLAS-Gruppe zu nutzen, wird einer der Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2011/12 sein. Mit Blick auf den demografischen Wandel gilt es ferner, sich heute bereits für die Arbeitsmarktsituation in fünf oder zehn Jahren gut aufzustellen. Hier bleibt die DOUGLAS-Gruppe ihrer Linie treu, weiter intensiv auszubilden. Alle Tochtergesellschaften werden ihre Ausbildungsaktivitäten noch weiter ausbauen.

Eine wesentliche Aufgabe wird im Geschäftsjahr 2011/12 auch sein, die überarbeiteten Unternehmenswerte und Führungsleitlinien gemeinsam mit den

Führungskräften bis zu den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in die Filialen zu tragen.

Die Begeisterung und den Blick für alle Möglichkeiten zu schärfen, die Multichannel bietet, wird 2012 ein Schulungsschwerpunkt bei allen Tochtergesellschaften bleiben. Nicht von ungefähr lautet das Motto des neuen Geschäftsjahres 2011/12: „Gemeinsam erfolgreich – auf allen Kanälen“.

Bei aller Online-Euphorie wird die DOUGLAS-Gruppe aber ihren bewährten Grundsätzen treu bleiben und weiter auf den „Unternehmer vor Ort“, den persönlichen Kontakt und eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit setzen. Sie bilden auch weiterhin das Fundament für die Personalarbeit der DOUGLAS-Gruppe. Deshalb werden die bewährten Programme und Initiativen zur Aus- und Weiterbildung fortgeführt und – wo nötig – aktualisiert und spezifische Schulungsinhalte für die Belange der Tochtergesellschaften umgesetzt. So wird sich die DOUGLAS-Gruppe ständig weiterentwickeln und ihr Motto „Handel mit Herz und Verstand“ immer wieder mit zukunftsfähigen Inhalten gefüllt.



Hohe Ausbildungszahlen sichern Nachwuchs – hier Michael Lebar (FL) von Thalia mit den Auszubildenden Janine Kahn (links) und Christine Kienolt.

Mit Herz und Verstand: Wie Firdevs Inan (links) und Elma Abaza von AppelrathCüpper sind alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Kompetenz und Charme im Einsatz.



Die Marken der DOUGLAS-Gruppe

Die Marken der DOUGLAS-Gruppe



Douglas ist mit 1.168 Parfümerien in 17 Ländern in Europa vertreten. Die Marke Douglas steht sowohl in den Parfümerien als auch online für hohe Fachkompetenz in den Bereichen Duft, Kosmetik und Pflege.
www.douglas.de



Die Buchhandelsgruppe Thalia nimmt mit ihrem Multichannel-Angebot – bestehend aus 295 Buchhandlungen, Online-Shops und einem umfangreichen eBook-Sortiment – eine führende Position im deutschsprachigen Raum ein.
www.thalia.de



Die 207 Christ-Juwelieregeschäfte sind führend in Deutschland im mittleren bis gehobenen Preissegment für Schmuck und Uhren. Mit dem neuen Online-Shop hat auch Christ einen wichtigen Schritt in Richtung Multichannel-Anbieter gemacht.
www.christ.de



Die 13 Damen-Modehäuser von AppelrathCüpper und der AC-Online-Shop werden von ihren Kundinnen als kompetenter Anbieter für qualitativ hochwertige Mode geschätzt.
www.appelrath.de



Die 245 Hussel-Confiseries nehmen mit innovativen Süßwarencreations und attraktiven Eigenmarken eine herausragende Marktposition in Deutschland ein und bauen ihre Fachkompetenz auch im Online-Handel aus.
www.hussel.de

Lagebericht Inhalt

29	Wesentliche Ergebnisse
30	Geschäftstätigkeit und Rahmenbedingungen
35	Vermögens-, Finanz- und Ertragslage
45	DOUGLAS HOLDING AG
46	Nachtragsbericht
47	Steuerungssystem und Erfolgsfaktoren
52	Nachhaltigkeit
59	Chancen- und Risikobericht
65	Gesetzliche Angaben
66	Prognosebericht und Gesamtaussage



In bester Hauptstadtlage: Die Douglas-Parfümerie am Berliner Ku'Damm 33.



Schmuckes Geschäft: Juwelier Christ in der beliebten Bahnhofstraße in Augsburg.

Wesentliche Ergebnisse im Geschäftsjahr 2010/11:

Konzernumsatz um 1,7 Prozent über Vorjahr (Ziel: rund 2 bis 4 Prozent)

- Erfreuliche Umsatzentwicklung in Deutschland bei Douglas und Christ
- Vergleichbare Umsätze bei Thalia unter Vorjahresniveau
- Auslandsumsätze rückläufig aufgrund des Verkaufs Douglas Russland und der schwachen Konjunktur in einigen Parfümeriemärkten
- Dynamischer Anstieg der Internet-Umsätze um rund 27 Prozent

Ergebnis vor Steuern (EBT) bei 137,8 Millionen Euro (Ziel: rund 140 Millionen Euro)

- Gestiegener Ergebnisbeitrag bei Douglas und Christ
- Deutlicher Ergebnisrückgang bei Thalia durch Umsatzverschiebung ins Internet
- Positiver Einmaleffekt aus der Veräußerung der Parfümeriegesellschaften in Russland
- Ergebnisbelastung durch außerplanmäßige Abschreibungen

Dividende von 1,10 Euro je Aktie auf Vorjahresniveau

- Ergebnis je Aktie steigt auf 2,20 Euro
- Ausschüttungsquote bei 50 Prozent

Solide Finanzierungs- und Kapitalstruktur

- Free Cash Flow erreicht 126,6 Millionen Euro
- Netto-Bankschulden von 124,0 Millionen Euro auf 49,6 Millionen Euro reduziert
- Eigenkapitalquote steigt auf 48 Prozent

DOUGLAS Value Added (DVA) sinkt auf 11,8 Millionen Euro

- Wertbeitrag des Parfümeriebereiches leicht unter Vorjahr
- Deutlicher DVA-Rückgang im Buchbereich aufgrund rückläufiger Ergebnisentwicklung
- Höherer Wertbeitrag des Schmuckbereiches
- Negativer DVA des Modebereiches

Konzernlagebericht

Geschäftstätigkeit und Rahmenbedingungen

Eine führende Fachhandelsgruppe in Europa

Die DOUGLAS-Gruppe zählt zu den führenden Handelsunternehmen in Europa. Mit 24.323 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie 1.928 Fachgeschäften nimmt die DOUGLAS-Gruppe in Deutschland und vielen europäischen Ländern eine bedeutende Marktposition ein. Die operativen Aktivitäten bestehen aus fünf dezentral geführten Geschäftsbereichen, die unter dem Dach der DOUGLAS HOLDING AG vereint sind.

Größter Geschäftsbereich sind die Douglas-Parfümerien, die in Europa mit 1.168 Fachgeschäften in 17 Ländern eine marktführende Position einnehmen. Douglas steht sowohl mit den Parfümerien als auch mit seinen Online-Shops für hohe Kompetenz in den Bereichen Duft, Kosmetik und Pflege. Die Buchhandelsgruppe Thalia verknüpft als Multichannel-Anbieter die Vertriebswege stationär, online und digital. Mit 295 Buchhandlungen, Online-Shops sowie einem umfangreichen eBook-Sortiment nimmt Thalia eine führende Position im deutschsprachigen Raum ein. Die 207 Christ-Juweliergeschäfte in Deutschland sind dank ihrer erfolgreichen Eigen-, Exklusiv- und Trendmarkenstrategie führend im mittleren bis gehobenen Einzelhandelssegment bei Schmuck und Uhren. Die 13 Damen-Modehäuser von AppelrathCüpper werden von ihren Kundinnen als kompetenter Anbieter für hochwertige Mode geschätzt. Die 245 Hüssel-Confiserien haben mit innovativen Süßwaren-kreationen und attraktiven Eigenmarken eine exzellente Marktposition im deutschen Süßwarenfachhandel erreicht.

Die DOUGLAS HOLDING AG ist eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht mit Sitz in Hagen. Als Beteiligungs- und Management-Holding übernimmt sie zentrale Führungs- und Serviceaufgaben für die DOUGLAS-Gruppe. Darüber hinaus bündeln die als Profit-Center geführten Dienstleistungsgesellschaften und die Service-Zentralen der Vertriebsgesellschaften wesentliche administrative Aufgaben und unterstützen die Fachgeschäfte im operativen Tagesgeschäft. Die Tätigkeitsschwerpunkte der Servicebereiche und Dienstleistungsgesellschaften werden auf Seite 112 dieses Geschäftsberichtes näher beschrieben. Die Struktur der DOUGLAS-Gruppe ist auf Seite U4 abgebildet; eine Übersicht des Anteilsbesitzes befindet sich auf den Seiten 170 bis 171.

112 
U4 
170–171 

Unternehmensziele der DOUGLAS-Gruppe

Das Leitmotiv „Handel mit Herz und Verstand“ beschreibt die Unternehmenskultur der DOUGLAS-Gruppe und umschließt die vier Eckpfeiler des Zielsystems, das alle fünf operativen Geschäftsbereiche verbindet: Lifestyle-Philosophie, führende Marktposition, Wertsteigerung und Multichannel. Die Lifestyle-Philosophie ist geprägt von einer konsequenten Kundenorientierung, die sich in herausragendem Service, erstklassigen Sortimenten und einem erlebnisorientierten Ambiente ausdrückt. Das Erreichen beziehungsweise die Absicherung und der Ausbau einer führenden Marktposition stellt den zweiten Eckpfeiler des Zielsystems dar. Mit den starken Handelsmarken Douglas, Thalia und Christ will die DOUGLAS-Gruppe führend in ihren jeweiligen Zielmärkten sein. Diese Märkte bieten hervorragende Chancen für ein weiteres wertorientiertes Wachstum der Unternehmensgruppe. Um dieses sicherzustellen, werden sämtliche Investitionsvorhaben auf ihren Beitrag zur nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswertes geprüft. Die Wertsteigerung ist gesichert, wenn eine Rendite erwirtschaftet wird, die über den Kosten für das gebundene Kapital

liegt. Der vierte Eckpfeiler – Multichannel – steht für das Bestreben der DOUGLAS-Gruppe, den stationären Handel mit alternativen Vertriebskanälen, vor allem dem Online-Geschäft, optimal zu verbinden. Durch eine Verzahnung der verschiedenen Vertriebswege kann DOUGLAS vom großen Wachstumspotenzial im Multichannel-Geschäft profitieren.

Unternehmensleitung und Kontrolle

Für die Leitung der DOUGLAS-Gruppe sind die drei Vorstandsmitglieder der DOUGLAS HOLDING AG sowie drei Bereichsvorstände verantwortlich, denen die Führung der operativen Tochtergesellschaften obliegt. Der Vorstand berichtet regelmäßig an den Aufsichtsrat. Dieser setzt sich paritätisch aus Vertretern von Aktionären und Arbeitnehmern zusammen und besteht aus 16 Mitgliedern.

Die Vergütung des Vorstandes wird vom Aufsichtsrat, die Vergütung des Aufsichtsrates durch die Hauptversammlung festgelegt. Sie enthält jeweils eine feste und eine erfolgsabhängige Komponente. Die erfolgsabhängige Vergütung aller Vorstandsmitglieder besteht aus quantitativen und qualitativen Bestandteilen und ist auf einen individuellen klar definierten Prozentsatz der Grundbezüge begrenzt. Die quantitative Vergütung orientiert sich an dem gewichteten Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit der letzten drei Geschäftsjahre des DOUGLAS-Konzerns – gemindert um eine 10-prozentige virtuelle Verzinsung des Konzerneigenkapitals. Bei den Spartenvorständen orientiert sich die quantitative Vergütung in vergleichbarer Form an den Ergebnissen der einzelnen Sparten. Die qualitative Vergütung basiert auf einer individuellen Leistungsbeurteilung der einzelnen Vorstandsmitglieder. Die Vergütungsstruktur ist auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet. Ein Aktien-Optionsprogramm wurde nicht aufgelegt. Weitere Informationen zum Vergütungssystem des Vorstandes sowie des Aufsichtsrates sind im Corporate Governance-Bericht auf den Seiten 4 bis 5 und im Anhang zu finden. Der Vorstand und der Aufsichtsrat der DOUGLAS HOLDING AG haben im Geschäftsjahr 2010/11 mit zwei Ausnahmen die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) umgesetzt. Die Entsprechenserklärung nach § 161 AktG wurde auf der Homepage der DOUGLAS HOLDING AG veröffentlicht.

□ 4-5

Unternehmenssteuerung

Entsprechend der Leitphilosophie der DOUGLAS-Gruppe „So viel Dezentralität wie möglich, so viel Zentralität wie nötig“ sollen Entscheidungen stets nah am Kunden getroffen werden. Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vor Ort werden größtmögliche unternehmerische Handlungsspielräume eingeräumt, um die Wünsche der Kunden schnell und unkompliziert zu erfüllen. In den administrativen Bereichen hingegen stellen zentrale Systeme eine effiziente Steuerung der Unternehmensgruppe sicher. Diese betreffen beispielsweise den Immobilien-, Treasury- oder Steuerbereich. Auch unterstützende Dienstleistungen wie Buchhaltung oder Personalabrechnungen werden in einer Servicegesellschaft gebündelt und für die wesentlichen operativen Gesellschaften zentral erbracht.

Der Vorstand legt jährlich Zielwerte für Umsatz und Ergebnis sowie Kennzahlen auf Basis des DVA-Konzeptes fest. Von entscheidender Bedeutung für das Erreichen der Umsatz- und Ertragsziele ist eine im Wettbewerbsvergleich starke Position der DOUGLAS-Gruppe in den jeweiligen Ländern. Im Fokus steht daher, in den bestehenden europäischen Märkten die Position weiter zu stärken. Besonderes Augenmerk wird auch künftig auf dem deutschen Heimatmarkt liegen, der sich in den letzten Geschäftsjahren angesichts des schwierigen Konsumumfeldes einiger Auslandsmärkte als tragende Säule für die DOUGLAS-Gruppe erwiesen hat. Der Markteintritt in neue Länder ist derzeit nicht vorgesehen.

Gesamtaussage des Vorstandes zum Geschäftsverlauf im Berichtsjahr 2010/11

Die DOUGLAS-Gruppe hat sich im Berichtsjahr 2010/11 mit einem Umsatzanstieg von 1,7 Prozent und einem Ergebnis vor Steuern (EBT) von 137,8 Millionen Euro insgesamt ordentlich entwickelt. Wesentliche Treiber der positiven Entwicklung waren während des gesamten Berichtszeitraumes die Douglas-Parfümerien in Deutschland sowie die Christ-Juweliengeschäfte. Hierdurch konnten die rückläufigen Umsatz- und Ergebnisbeiträge der Thalia-Gruppe teilweise kompensiert werden.

Das erste Quartal des Geschäftsjahres 2010/11 mit dem für die DOUGLAS-Gruppe wichtigen Weihnachtsgeschäft wies insgesamt eine erfreuliche Umsatzentwicklung in Deutschland auf, durch die ein leichter Rückgang der vergleichbaren Umsätze im Buchbereich sowie in einigen Auslandsmärkten ausgeglichen werden konnte. Darüber hinaus standen dem Einmalertrag aus dem Verkauf des russischen Geschäftes Abschreibungen auf den französischen Firmenwert entgegen. Im zweiten Quartal konnten die Umsätze – auch bedingt durch die kalendarische Verschiebung des Ostergeschäftes – den Vorjahreswert nicht ganz erreichen. Darüber hinaus setzte sich der branchenbedingte Umsatzrückgang im stationären Buchgeschäft von Thalia fort; auch die anhaltend schwierigen volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen in einigen Auslandsmärkten belasteten die Umsatzentwicklung nachhaltig. Das dritte Quartal profitierte von der anhaltend positiven Konsumstimmung in Deutschland sowie dem Ostergeschäft. Allerdings wurden der Umsatz und insbesondere das Ergebnis von Thalia durch weitere Umsatzverschiebungen vom stationären Buchgeschäft in das Internet deutlich belastet. Aufgrund der schwachen Entwicklung des Buchbereiches konkretisierte der Vorstand im Rahmen der Veröffentlichung des Zwischenberichtes zum 30. Juni 2011 die Jahresprognose mit der Erwartung, sowohl hinsichtlich des Umsatzanstiegs als auch beim Ergebnis vor Steuern (EBT) jeweils das untere Ende der Bandbreite zu erreichen. Die Bandbreite für das prognostizierte Umsatzwachstum lag bei 2 bis 4 Prozent, beim Vorsteuerergebnis wurden rund 140 Millionen Euro erwartet. Im vierten Quartal des Geschäftsjahres erreichten die vergleichbaren Umsätze das Vorjahresniveau. Auch in diesem Quartal stand einer positiven Entwicklung von Douglas und Christ im Inland eine unbefriedigende Entwicklung im Ausland sowie eine negative Gesamtentwicklung der Thalia-Gruppe gegenüber. Auch die Umsatzentwicklung im Modebereich lag im vierten Quartal unter den Erwartungen.

Die DOUGLAS-Gruppe hat im Berichtszeitraum die Multichannel-Strategie in allen Geschäftsbereichen konsequent fortgeführt. Entsprechend verzeichneten die Internet-Umsätze insgesamt ein dynamisches Wachstum.

Gegenüberstellung der Ziele und Ergebnisse im Geschäftsjahr 2010/11

Abb. 1 III

Die DOUGLAS-Gruppe erreichte im Geschäftsjahr 2010/11 die Umsatz- und Ergebnisziele knapp. Das Umsatzwachstum von 1,7 Prozent und das Ergebnis vor Steuern (EBT) von 137,8 Millionen Euro lagen jeweils am unteren Ende der prognostizierten Bandbreite. Bei einer vorgeschlagenen Dividende von 43,4 Millionen Euro (1,10 Euro pro Aktie) läge die Ausschüttungsquote von 50 Prozent im Rahmen der angestrebten Zielsetzung, etwa die Hälfte des Konzernjahresüberschusses auszuschütten. Dieser Dividendenvorschlag berücksichtigt die angestrebte Dividendenkontinuität und die Ertragskraft der DOUGLAS-Gruppe. Gemessen am DVA konnte die DOUGLAS-Gruppe ihren Unternehmenswert im Berichtsjahr nicht weiter steigern. Mit 11,8 Millionen Euro lag der DVA um 11,9 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert.

Das Investitionsvolumen (ohne Akquisitionen) erreichte im Berichtszeitraum 116,9 Millionen Euro und lag damit unter dem geplanten Zielwert sowie unter dem Vorjahr.

Abb. 1 · Ziele und Ergebnisse

Ziele 2010/11	Ergebnisse 2010/11	Ziele 2011/12
Umsatzsteigerung zwischen 2 bis 4 Prozent	Anstieg um 1,7 Prozent auf 3,4 Mrd. €	Leichte Umsatzsteigerung auf über 3,4 Mrd. €
EBT bei rund 140 Mio. €	EBT bei 137,8 Mio. €	EBITDA von 200 bis 250 Mio. €
Investitionsvolumen von rund 125 Mio. €	Investitionsvolumen in Höhe von 116,9 Mio. €	Investitionsvolumen von rund 120 Mio. €
Nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes gemessen am DVA	DVA auf 11,8 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 50 Prozent	Fortsetzung der Dividendenpolitik – rund die Hälfte des Konzernjahresüberschusses soll ausgeschüttet werden

Insgesamt wurden 64 neue Fachgeschäfte (Vorjahr: 72) im In- und Ausland eröffnet. Den Neueröffnungen standen 72 Filialschließungen und 37 Veräußerungen (Vorjahr: 104 Schließungen) gegenüber. Diese betrafen vor allem die Bereiche Parfümerien und Süßwaren. Insgesamt sank die Anzahl der Filialen zum 30. September 2011 auf 1.928 nach 1.973 zum Vorjahresstichtag.

Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Wachstum der Weltwirtschaft verliert an Dynamik

Nach der konjunkturellen Erholung im Jahr 2010 hat sich die weltwirtschaftliche Expansion zu Beginn des Jahres 2011 zunächst fortgesetzt. Im ersten Halbjahr erhöhte sich das preisbereinigte globale Bruttoinlandsprodukt nach Berechnungen des Instituts für Weltwirtschaft (IfW) Kiel gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 3,1 Prozent. Getragen wurde das Wachstum dabei vor allem durch die positive Entwicklung in den asiatischen Schwellenländern. Ab Jahresmitte 2011 trübten sich die konjunkturellen Aussichten jedoch deutlich ein, als zeitgleich in den USA um die Ausweitung der Obergrenze für öffentliche Schulden und in der Europäischen Union im Rahmen der Staatsschuldenkrise um ein neues Hilfspaket für Griechenland sowie eine Reform des Rettungsfonds zur Stützung von EU-Mitgliedsländern gerungen wurde. Belastend wirkte sich zudem der starke Anstieg der Energie- und Rohstoffpreise aus. Vor diesem Hintergrund prognostizieren die deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute¹⁾ den sogenannten fortgeschrittenen Volkswirtschaften²⁾ für das Gesamtjahr 2011 lediglich noch ein Wachstum von 1,4 Prozent. Für die Weltwirtschaft insgesamt erwarten die Institute nunmehr im gleichen Zeitraum einen Anstieg des Bruttoinlandsproduktes um 2,6 Prozent, gestützt durch das anhaltende Wachstum in den Schwellenländern Asiens, Lateinamerikas und Mittel- und Osteuropas.

Euroraum durch Schuldenkrise belastet

Im Euroraum hat sich die Konjunktur nach einem starken Wachstum im ersten Quartal 2011 im weiteren Jahresverlauf deutlich abgekühlt. Ursachen hierfür waren vor allem die Staatsschuldenkrise, ein sinkendes Unternehmens- und Konsumentenvertrauen sowie eine schwächere Außennachfrage. Nach Einschätzung der EU-Kommission wird das

¹⁾ Ifo Institut, Institut für Weltwirtschaft (IfW), Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH), Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung (RWI)

²⁾ Europäische Union, Schweiz, Norwegen, Südkorea, USA, Japan, Kanada

reale Bruttoinlandsprodukt daher im Jahr 2011 nur einen leichten Anstieg von 1,5 Prozent verzeichnen. Die EU-Kommission erwartet für die wichtigsten europäischen Vertriebsregionen der DOUGLAS-Gruppe im Gesamtjahr 2011 lediglich ein moderates Wachstum: Für die Niederlande und Frankreich werden mit 1,8 Prozent beziehungsweise 1,6 Prozent leichte Zuwachsraten prognostiziert. In beiden Ländern wirkte sich im Jahresverlauf das sinkende Verbrauchervertrauen dämpfend auf den privaten Konsum aus. Italien soll in 2011 nach Berechnungen der EU-Kommission ein Wachstum von 0,5 Prozent erreichen, nach 1,5 Prozent im Vorjahr. In Spanien wird für das Jahr 2011 eine moderate Zunahme des realen Bruttoinlandsproduktes um 0,7 Prozent erwartet. Hier dämpften in 2011 eine hohe Arbeitslosigkeit, die anhaltende Verschuldung der Privathaushalte und die Sparmaßnahmen der Regierung die Inlandsnachfrage. Für Polen wird hingegen eine hohe Zuwachsrate von 4,0 Prozent prognostiziert.

Aufschwung in Deutschland schwächt sich ab

Deutschland befand sich bis zur Jahresmitte 2011 in einem konjunkturellen Aufschwung, der insbesondere von der kräftigen Ausweitung des Außenhandels und einer hohen Investitionsbereitschaft der Unternehmen getrieben wurde. Die private Konsumnachfrage, die seit Anfang 2010 kontinuierlich gestiegen war, entwickelte sich im zweiten Quartal 2011 hingegen nur noch verhalten. Verantwortlich hierfür waren Unsicherheiten im Zusammenhang mit der europäischen Schuldenkrise sowie ein zunehmender Inflationsdruck. Für die zweite Jahreshälfte 2011 prognostiziert das Herbstgutachten der deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute (Ifo Institut, IfW, IWH, RWI) eine gegenläufige Entwicklung: Während die Exporte aufgrund der schwachen Konjunktur in wesentlichen Abnehmerländern voraussichtlich deutlich an Dynamik verlieren, soll die private Konsumnachfrage von gestiegenen Nettolöhnen profitieren. Insgesamt erwarten die Institute aufgrund der starken wirtschaftlichen Entwicklung zu Jahresbeginn für das Gesamtjahr 2011 eine Zunahme des realen Bruttoinlandsproduktes um 2,9 Prozent.

Unternehmensspezifische Rahmenbedingungen

Erfreuliche Einzelhandelsentwicklung

Der deutsche Einzelhandel erzielte nach Angaben des Statistischen Bundesamtes von Januar bis September 2011 nominal 2,7 Prozent und real 1,2 Prozent höhere Umsätze als im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Laut Handelsverband Deutschland (HDE) hat die Branche damit die Erwartungen übertroffen. Vor allem die Entwicklung des Arbeitsmarktes sowie der privaten Einkommen haben das Konsumverhalten in Deutschland günstig beeinflusst. Angesichts dieser positiven Entwicklung hob der Verband im November 2011 seine Jahresumsatzprognose für den Einzelhandel von nominal 1,5 Prozent auf 2 Prozent leicht an. Preisbereinigt würde dies einem Zuwachs von 0,5 Prozent entsprechen. Allerdings bestehen aus Sicht des Handelsverbandes nach wie vor erhebliche Risiken – vor allem aus einer Eskalation der Schuldenkrise in Europa –, die die Verbraucherstimmung bis zum Jahresende eintrüben könnten.

Weitere Erholung auf dem deutschen Arbeitsmarkt

Im Euroraum stabilisierte sich die Arbeitslosenquote nach Prognosen der Institute Ifo, IfW, IWH und RWI in 2011 mit 10,0 Prozent insgesamt auf dem Niveau des Vorjahres. Dabei entwickelten sich die einzelnen Länder allerdings sehr unterschiedlich: Während die Arbeitslosenquote in den meisten westeuropäischen Ländern stabil bis leicht rückläufig war, stieg sie insbesondere in den hoch verschuldeten südeuropäischen Staaten weiter an. Die mittel- und osteuropäischen Länder verzeichneten eine Arbeitslosenquote von durchschnittlich 9,5 Prozent.

In Deutschland profitierte der Arbeitsmarkt im Berichtszeitraum von der insgesamt positiven Wirtschaftslage. Die Erwerbstätigkeit und die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung nahmen deutlich zu. Im Oktober 2011 sank die Zahl der Arbeitslosen auf 2,7 Millionen. Dies entspricht einer Quote von 6,5 Prozent. Gleichzeitig blieb der Stellenindex der Bundesagentur für Arbeit als Indikator für die Arbeitskräftenachfrage auf hohem Niveau.

Rechtliche Rahmenbedingungen

Im Berichtsjahr gab es keine wesentlichen Veränderungen der rechtlichen Einflussgrößen im In- und Ausland.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Leichtes Umsatzwachstum

Die DOUGLAS-Gruppe steigerte im Geschäftsjahr 2010/11 den Nettoumsatz um 1,7 Prozent auf rund 3,4 Milliarden Euro. Während die Inlandsumsätze erfreulicherweise insgesamt um 4,0 Prozent zulegen konnten, verfehlte das Ausland den Vorjahreswert um 2,5 Prozent. Entsprechend reduzierte sich der Auslandsanteil am Gesamtumsatz auf 33,2 Prozent (Vorjahr: 34,7 Prozent). Dieser Umsatzrückgang ist insbesondere auf die Veräußerung des russischen Filialnetzes zum 30. Dezember 2010 sowie die Marktaustritte aus den USA und Dänemark zurückzuführen. Bereinigt um diese Länder konnte der Auslandsumsatz um 1,9 Prozent gesteigert werden.

Abb. 2

Abb. 3

Die Online-Umsätze entwickelten sich mit einem Anstieg von 27 Prozent gegenüber dem Vorjahr weiterhin dynamisch. Ihr Anteil am Gesamtumsatz lag im Berichtszeitraum bei rund 6 Prozent.

Auf vergleichbarer Fläche – hierbei werden nur die im Berichts- und Vorjahreszeitraum bereits geöffneten Filialen sowie das Internet-Geschäft betrachtet – stiegen die Konzernumsätze im Vergleich zum Vorjahr um 1,5 Prozent. Dabei schnitt das Inland mit einem ver-

Abb. 2 · Netto-Umsatzentwicklung und Filialnetzentwicklung der Geschäftsbereiche

	Nettoumsatz (in Mio. €)		Veränderung (in %)		Fachgeschäfte		Veränderung
	2010/11	2009/10	Gesamt	Vergl.	30.09.2011	30.09.2010	Absolut
Parfümerien	1.878,6	1.878,7	0,0	1,8	1.168	1.205	-37
Deutschland	990,4	946,7	4,6	4,5	446	445	1
Ausland	888,2	932,0	-4,7	-1,1	722	760	-38
Bücher	934,5	905,8	3,2	-1,0	295	289	6
Deutschland	703,7	689,7	2,0	-0,1	236	232	4
Ausland	230,8	216,1	6,8	-3,5	59	57	2
Schmuck	340,4	310,2	9,7	8,5	207	204	3
Mode	124,5	124,1	0,3	1,4	13	14	-1
Süßwaren	98,1	99,4	-1,3	0,1	245	261	-16
Deutschland	93,7	94,9	-1,2	0,0	232	247	-15
Ausland	4,4	4,5	-3,5	1,3	13	14	-1
Dienstleistungen	2,7	2,6	-	-	-	-	-
DOUGLAS-Konzern	3.378,8	3.320,8	1,7	1,5	1.928	1.973	-45
Deutschland	2.255,4	2.168,2	4,0	3,0	1.134	1.142	-8
Ausland	1.123,4	1.152,6	-2,5	-1,7	794	831	-37

Abb. 3 · Auslandsumsätze der DOUGLAS-Gruppe

	Umsatz (in Mio. €)		Veränderung (in %)	
	2010/11	2009/10	Gesamt	Währungsber.
Österreich	200,1	193,6	3,4	3,4
Niederlande	181,6	177,2	2,4	2,4
Italien	156,4	160,6	-2,6	-2,6
Schweiz	147,3	132,9	10,8	-2,4
Frankreich/Monaco	130,4	134,8	-3,3	-3,3
Polen	96,1	86,1	11,6	10,5
Spanien/Portugal	89,1	97,3	-8,4	-8,4
Baltikum	23,9	24,2	-1,2	-1,6
Ungarn	20,4	19,4	5,1	4,6
Kroatien	18,7	19,8	-5,6	-4,1
Russland ¹⁾	17,7	57,0	-68,9	-68,2
Türkei	10,2	9,0	13,6	22,9
Sonstige ²⁾	31,5	40,7	-22,6	-23,1
Gesamt	1.123,4	1.152,6	-2,5	1,2

¹⁾ Marktaustritt im Dezember 2010

²⁾ Bulgarien, Rumänien, Tschechien, Dänemark (bis 2010), USA (bis 2010), Slowenien (bis Juni 2011)

gleichbaren Zuwachs von 3,0 Prozent besser ab als das Ausland, wo die vergleichbaren Umsätze um 1,7 Prozent rückläufig waren. Währungsbereinigt stiegen die Umsätze um 1,2 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Die **Douglas-Parfümerien** erreichten mit ihren 1.168 Filialen Umsätze von knapp 1,9 Milliarden Euro, was exakt dem Vorjahreswert entspricht (währungsbereinigt -0,2 Prozent). In Deutschland erzielten die 446 Parfümerien Umsätze von 990,4 Millionen Euro und damit eine Steigerung von sehr erfreulichen 4,6 Prozent. Auf vergleichbarer Fläche lagen die Umsätze um gute 4,5 Prozent über dem Vorjahreswert. Damit konnte Douglas im wichtigen Heimatmarkt seine führende Marktposition weiter ausbauen.

Die 722 Douglas-Parfümerien im Ausland erreichten insbesondere wegen der Marktaustritte aus Russland, den USA und Dänemark den Vorjahresumsatz nicht. Belastend wirkte sich auch das in vielen Auslandsmärkten weiterhin schwierige Konsumumfeld aus. Mit Nettoumsatzerlösen von 888,2 Millionen Euro wurde der Vorjahreswert um etwa 44 Millionen Euro verfehlt. Bereinigt um die Marktaustritte konnte der Auslandsumsatz um 0,7 Prozent gesteigert werden. Auf vergleichbarer Fläche gingen die Umsätze um 1,1 Prozent zurück. Der ordentlichen Umsatzentwicklung der Douglas-Parfümerien in den Niederlanden, Österreich und der Türkei standen Umsatzrückgänge in Spanien, Portugal, Kroatien, Frankreich und Italien gegenüber. Im Baltikum konnte nach einigen Jahren mit rückläufiger Umsatzentwicklung erstmalig wieder eine stabile Umsatzentwicklung erreicht werden.

Im Geschäftsjahr 2010/11 eröffnete Douglas insgesamt 41 neue Parfümerien, insbesondere in Deutschland, Polen, Kroatien und Italien. Aufgrund des Marktaustritts aus Russland sowie einiger Schließungen verringerte sich die Zahl der Parfümerien zum Bilanzstichtag um 37 auf 1.168 Filialen. Der Umsatzanteil der ausländischen Gesellschaften reduzierte sich deshalb auf 47,3 Prozent (Vorjahr 49,6 Prozent).

Im **Buchbereich** stiegen die Umsätze in den 295 Thalia-Buchhandlungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz um 3,2 Prozent auf 934,5 Millionen Euro. Damit konnte Thalia die führende Marktposition im deutschsprachigen Raum weiter festigen. Die 236 inländi-

schen Filialen trugen mit einem Umsatzanstieg von 2,0 Prozent und die 59 Buchhandlungen in der Schweiz und in Österreich mit einem Anstieg von 6,8 Prozent bei. Währungsbereinigt lag der Umsatzanstieg im ausländischen Buchgeschäft bei 0,7 Prozent.

Vergleichbar musste ein Umsatzrückgang von 1,0 Prozent verzeichnet werden. Während die vergleichbaren Umsätze im Inland in etwa auf Vorjahresniveau lagen, ergab sich für das Ausland aufgrund der rückläufigen Entwicklung in der Schweiz ein Rückgang um 3,5 Prozent.

Insgesamt ist zu berücksichtigen, dass die Umsätze des Online-Buchhändlers buch.de erst ab Dezember 2009 konsolidiert wurden. Würden dem Vorjahreszeitraum pro forma auch die Oktober- und November-Umsätze zugerechnet, ergäbe sich ein Anstieg von 1,3 Prozent (Inland: 0,2 Prozent, Ausland: 5,0 Prozent).

Das Internet-Geschäft entwickelte sich mit einem Umsatzzuwachs von rund 20 Prozent weiterhin dynamisch. Im Geschäftsjahr 2010/11 generierte die Thalia-Gruppe rund 14 Prozent des Gesamtumsatzes über das Internet. Durch die weiter zunehmende Verlagerung von Buchkäufen in das Internet sind die Umsätze im stationären Buchhandel branchenweit rückläufig. Auf vergleichbarer Fläche musste Thalia in seinen Filialen einen Umsatzrückgang von 3,9 Prozent verkraften. Zur Stabilisierung der Flächenproduktivität wurde begonnen, Zusatzsortimente einzuführen und die Verkaufsflächen zu optimieren.

Im Geschäftsbereich Schmuck verzeichneten die 207 **Christ-Juweliergeschäfte** im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Umsatzplus von sehr erfreulichen 9,7 Prozent auf 340,4 Millionen Euro. Auf vergleichbarer Fläche konnten die hohen Vorjahreswerte noch einmal um 8,5 Prozent übertroffen werden. Dies resultierte insbesondere aus der erfolgreichen Exklusiv- und Trendmarkenstrategie. Damit setzte sich Christ weiter deutlich von der Marktentwicklung ab und baute so die starke Marktposition in der mittleren bis gehobenen Preislage in Deutschland aus. Die Anzahl der Christ-Juweliergeschäfte erhöhte sich im Berichtsjahr um drei Filialen. Außerdem wurde eine Vielzahl älterer Geschäfte grundlegend modernisiert und vergrößert.

Die Umsätze im **Modebereich** blieben mit 124,5 Millionen Euro in etwa auf Vorjahresniveau (+0,3 Prozent), obwohl im Januar 2011 das Modehaus in Solingen geschlossen wurde. Auf vergleichbarer Verkaufsfläche konnte erstmalig wieder ein Umsatzzuwachs erwirtschaftet werden (+1,4 Prozent). Die Modehäuser in Mannheim und Essen wurden im Berichtsjahr nach umfangreichen Umbaumaßnahmen wiedereröffnet. Die 13 Appelrath-Cüpper-Modehäuser konzentrieren sich weiterhin auf herausragende Beratungsqualität im mittleren bis gehobenen Segment für Damenoberbekleidung.

Im Geschäftsbereich **Süßwaren** konnten die 245 Hüssel-Confisereien in Deutschland und Österreich Umsätze in Höhe von 98,1 Millionen Euro erzielen. Das Vorjahresniveau wurde damit knapp um 1,3 Prozent verfehlt. Auf vergleichbarer Fläche ergab sich bei den inländischen Filialen ein Umsatz auf Vorjahresniveau, bei den österreichischen Hüssel-Geschäften ein Umsatzzuwachs von 1,3 Prozent. Durch die Schließung unrentabler Filialen reduzierte sich das Filialnetz planmäßig um 16 Confisereien.

Ergänzende Informationen zu Strategie und Zahlen der Geschäftsbereiche befinden sich auf den Seiten 73 bis 112 des Geschäftsberichtes sowie im Konzernanhang.

□ 73–112

Ergebnisziel knapp erreicht

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug 137,8 Millionen Euro nach 131,2 Millionen Euro im Vorjahr. Damit wurde das prognostizierte Ergebnisziel von rund 140 Millionen Euro knapp erreicht. Die EBT-Marge lag bei 4,1 Prozent (Vorjahr: 4,0 Prozent). Im Berichtsjahr

▮ Abb. 5

standen dem Einmalertrag aus der Veräußerung der Parfümerieaktivitäten in Russland in Höhe von 22,3 Millionen Euro außerplanmäßige Abschreibungen von 29,4 Millionen Euro gegenüber. Auch im Vorjahr hatten hohe außerplanmäßige Abschreibungen das Ergebnis ähnlich stark belastet. Bei Eliminierung der außerplanmäßigen Abschreibungen in beiden Jahren und des Verkaufserlöses aus dem Russlandgeschäft ist das Jahresergebnis 2010/11 deutlich rückläufig. Dies resultiert hauptsächlich aus dem geringeren Ergebnisbeitrag der Buch-Sparte, der durch das höhere Schmuckergebnis nicht ausgeglichen werden konnte.

Ergebnisbeiträge der Geschäftsbereiche

Das EBT im Geschäftsbereich **Parfümerien** stieg auf 107,7 Millionen Euro gegenüber 87,9 Millionen Euro im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Dementsprechend erhöhte sich die EBT-Marge von 4,7 Prozent auf 5,7 Prozent. Ursache hierfür war der Einmalertrag aus der Veräußerung der Parfümerieaktivitäten in Russland. Wie im Vorjahr waren im Berichtsjahr hohe außerplanmäßige Abschreibungen vorzunehmen. Diese betrafen mit 22,9 Millionen Euro Geschäfts- und Firmenwerte in Frankreich.

Der **Buchbereich** verfehlte mit einem EBT von 5,2 Millionen Euro das Vorjahresergebnis deutlich um 19,9 Millionen Euro. Entsprechend reduzierte sich die EBT-Marge von 2,8 Prozent auf 0,6 Prozent. Auch nach Eliminierung des Einmalertrages aus der Neubewertung der buch.de-Aktien im Vorjahr verringerte sich das EBT des Buchbereichs um 13,8 Millionen Euro. Dieser Ergebnisrückgang resultierte aus der branchenweit zu beobachtenden Umsatzverschiebung vom stationären Buchhandel ins Internet. Dabei ist es bislang nicht gelungen, den umsatzbedingten Ergebnisrückgang in den Filialen durch das wachsende, aber margenschwächere Internetgeschäft zu kompensieren.

Der **Schmuckbereich** steigerte das EBT deutlich von 17,4 Millionen Euro im Vorjahr auf 25,6 Millionen Euro im Berichtsjahr. Die EBT-Marge verbesserte sich auf 7,5 Prozent nach 5,6 Prozent im Vergleichszeitraum. Der Schmuckbereich ist damit die profitabelste Sparte im DOUGLAS-Konzern. Diese sehr positive Entwicklung resultierte aus der im Branchenvergleich sehr guten Umsatzentwicklung und dem Fokus auf Exklusiv- und Eigenmarken.

Der Geschäftsbereich **Mode** erzielte ein Ergebnis von 0,7 Millionen Euro und übertraf damit das Vorjahresergebnis um 0,6 Millionen Euro. Im Zuge der Neuausrichtung der AppelrathCüpper-Modehäuser ist es gelungen, zusätzliche Zielgruppen anzusprechen und hierdurch die Umsätze auf vergleichbarer Fläche zu steigern. Der Fokus liegt weiterhin auf der Kommunikation der Neuausrichtung mit dem Ziel, eine nachhaltige Umsatzsteigerung zu erreichen.

Abb. 4 · EBITDA und EBITDA-Margen

	EBITDA (in Mio. €)		Veränderung (in %)	EBITDA-Marge (in %)	
	2010/11	2009/10		2010/11	2009/10
Parfümerien	207,1	186,3	11,2	11,0	9,9
Bücher	40,0	60,0	-33,3	4,3	6,6
Schmuck	36,8	30,9	19,1	10,8	10,0
Mode	7,9	7,4	6,8	6,3	6,0
Süßwaren	5,0	5,8	-13,8	5,0	5,8
Dienstleistungen	-3,9	-3,5	11,4	-	-
DOUGLAS-Konzern	292,9	286,9	2,1	8,7	8,6

Das EBT im **Süßwaren**bereich verfehlte mit 1,6 Millionen Euro das Vorjahresergebnis um 1,2 Millionen Euro. Entsprechend reduzierte sich die EBT-Marge von 2,8 Prozent im Vorjahr auf 1,6 Prozent im Berichtsjahr. Ursache hierfür waren Kostensteigerungen, insbesondere im Personalbereich, die vor dem Hintergrund einer schwachen Umsatzentwicklung nicht kompensiert werden konnten.

Der leichte Ergebnisrückgang im **Dienstleistungsbereich** resultierte aus höheren Rückvergütungen an die Tochtergesellschaften und höheren Abschreibungen.

Kostenstruktur weitgehend unverändert

Im Berichtsjahr veränderte sich die Kostenstruktur der DOUGLAS-Gruppe kaum. Der **Rohertrag aus dem Handelsgeschäft** konnte leicht von 47,3 Prozent auf 47,6 Prozent gesteigert werden. Ursache hierfür war insbesondere die verbesserte Marge der ausländischen Parfümeriegesellschaften aufgrund der höheren Eigen- und Exklusivmarken-Anteile.

Durch den Verkauf der Gesellschaften in Russland konnte ein Ertrag von 22,3 Millionen Euro erwirtschaftet werden, der die **sonstigen betrieblichen Erträge** erhöhte.

Die **Personalkosten** stiegen in etwa proportional zum Umsatz. Die Personalaufwandsquote lag bei 21,9 Prozent. Ähnliche Werte waren auch in den Vorjahren zu beobachten.

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** betragen im Berichtsjahr 801,5 Millionen Euro. Sie lagen mit 23,7 Prozent der Umsatzerlöse aufgrund höherer Werbe- und Logistikkosten geringfügig über dem Vorjahreswert (23,4 Prozent). Die Aufwendungen für Mieten und Energie entwickelten sich proportional zum Umsatzwachstum.

Zusätzlich zu den planmäßigen **Abschreibungen**, die 3,8 Millionen Euro über dem Vorjahreswert lagen, wurden wie im Vorjahr außerplanmäßige Abschreibungen von rund 29 Millionen Euro vorgenommen. Im Berichtsjahr betraf dies insbesondere die Firmenwerte in Frankreich.

Das **Finanzergebnis** konnte von -10,5 Millionen Euro auf -5,6 Millionen Euro verbessert werden. Der Rückgang des gemäß IAS 32 als Finanzaufwand auszuweisenden Ergebnisanteils des Minderheitsgesellschafters im Buchbereich und die verbesserte Nettoliquidität trugen zu dieser Entwicklung bei.

Der **Steueraufwand** betrug im Berichtsjahr 50,8 Millionen Euro nach 55,1 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum. Insgesamt verbesserte sich die Konzernsteuerquote damit um

Abb. 5 · EBT und EBT-Margen

	EBT (in Mio. €)		Veränderung (in %)	EBT-Marge (in %)	
	2010/11	2009/10		2010/11	2009/10
Parfümerien	107,7	87,9	22,5	5,7	4,7
Bücher	5,2	25,1	-79,3	0,6	2,8
Schmuck	25,6	17,4	47,5	7,5	5,6
Mode	0,7	0,1	-	0,6	0,1
Süßwaren	1,6	2,8	-43,4	1,6	2,8
Dienstleistungen	-3,0	-2,1	-44,3	-	-
DOUGLAS-Konzern	137,8	131,2	5,0	4,1	4,0

5,1 Prozentpunkte auf 36,9 Prozent des Ergebnisses vor Steuern. Die Verminderung der Steuerquote ist hauptsächlich auf den steuerfreien Veräußerungserlös aus dem Verkauf des Russland-Geschäftes zurückzuführen.

Für das Geschäftsjahr 2010/11 ergibt sich ein **Jahresüberschuss** von 87,0 Millionen Euro. Der fremden Gesellschaftern zustehende Anteil am Jahresüberschuss beträgt 0,3 Millionen Euro (Vorjahr: 0,2 Millionen Euro). Somit beläuft sich der auf die DOUGLAS-Aktionäre entfallende Anteil am Jahresüberschuss auf 86,7 Millionen Euro nach 75,9 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum. Das **Ergebnis je Aktie** stieg auf 2,20 Euro nach 1,93 Euro im Vorjahr.

Die ausführliche Gewinn- und Verlustrechnung des DOUGLAS-Konzerns befindet sich auf Seite 114 dieses Geschäftsberichtes. Weitere Erläuterungen zur Entwicklung einzelner Aufwands- und Ertragspositionen finden sich im Anhang ab Seite 133.

Die bei der Anwendung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden getroffenen Ermessensentscheidungen sowie die wichtigsten zukunftsbezogenen Annahmen, die die Beträge im Abschluss wesentlich beeinflussen können, werden im Anhang in der Textziffer 5 (siehe Seite 127) ausführlich erläutert.

Investitionen auf Vorjahresniveau

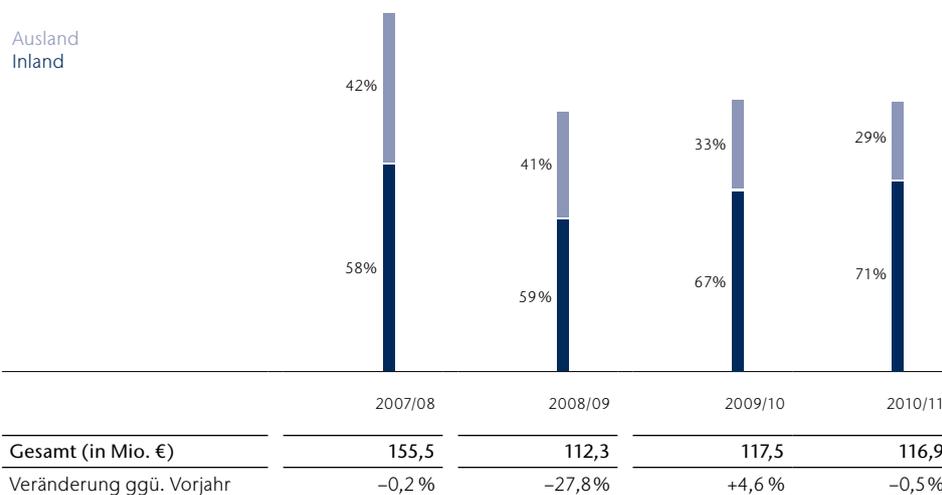
Im Geschäftsjahr 2010/11 investierte die DOUGLAS-Gruppe insgesamt 116,9 Millionen Euro in die Eröffnung von insgesamt 64 neuen Filialen sowie in die Erweiterung und Modernisierung des bestehenden Filialnetzes. Dies entsprach in etwa dem Vorjahreswert von 117,5 Millionen Euro. Das ursprünglich geplante Investitionsbudget von 125 Millionen Euro wurde nicht ganz ausgeschöpft. Die Anzahl der Filialen ging im Berichtszeitraum insbesondere wegen des Verkaufs des russischen Filialnetzes um 45 auf insgesamt 1.928 Filialen zurück. Die Gesamtverkaufsfläche im Konzern betrug zum Stichtag 594.863 Quadratmeter nach 596.575 Quadratmetern im Vorjahr. Insgesamt standen 72 Filialschließungen 64 Neueröffnungen gegenüber. Das weiterhin moderate Investitionsniveau war Folge der nach wie vor restriktiven Investitionspolitik und der hohen Anforderungen an die Standortqualität.

Im **Parfümeriebereich** investierte Douglas 61,6 Millionen Euro in die Eröffnung von 41 neuen Parfümerien sowie die Modernisierung des Filialnetzes (Vorjahr: 56,3 Millionen Euro). Im Fokus standen 31 Neueröffnungen im Ausland mit einer Investitionssumme von



Bücher und mehr auf 1.300 Quadratmetern: Thalia im Neusser Rheinparkcenter.

Abb. 6 · Entwicklung der Investitionen im In- und Ausland



27,3 Millionen Euro. Die Filialneueröffnungen konzentrierten sich besonders auf Polen, Kroatien und Italien. Im Inland flossen 34,3 Millionen Euro hauptsächlich in zahlreiche Modernisierungsprojekte sowie zehn neue Fachgeschäfte. Das Filialnetz umfasste zum 30. September 2011 insgesamt 1.168 Parfümerien mit einer Gesamtverkaufsfläche von 275.048 Quadratmetern nach 1.205 Filialen mit 279.050 Quadratmetern zum Vorjahresstichtag.

Der **Buchbereich** investierte insgesamt 26,2 Millionen Euro in 13 neue Thalia-Buchhandlungen und in die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes (Vorjahr: 30,3 Millionen Euro). Davon entfielen 19,4 Millionen Euro auf Deutschland und 6,8 Millionen Euro auf die Schweiz und Österreich. Im Inland wurden zehn und im Ausland drei neue Buchhandlungen eröffnet. Somit umfasste das Filialnetz zum Bilanzstichtag insgesamt 295 Standorte mit einer Gesamtverkaufsfläche von 248.064 Quadratmetern nach 289 Filialen mit 244.766 Quadratmetern zum Vorjahresstichtag.

Der Anstieg der Investitionen im **Schmuckbereich** von 1,4 Millionen Euro auf 15,8 Millionen Euro resultierte wie im Vorjahr aus 9 Neueröffnungen und zahlreichen Modernisierungen. Die 207 Standorte (Vorjahr: 204 Standorte) umfassten zum 30. September 2011 insgesamt eine Verkaufsfläche von 22.719 Quadratmetern. Damit erhöhte sich die Verkaufsfläche im Vergleich zum Vorjahr um 815 Quadratmeter.

Der **Modebereich** investierte im Berichtsjahr 2,1 Millionen Euro (Vorjahr: 1,8 Millionen Euro) insbesondere in die bestehenden Häuser in Mannheim und Essen. AppellathCüpper betrieb zum Ende des Geschäftsjahres 13 Modehäuser mit einer Verkaufsfläche von 34.566 Quadratmetern (Vorjahr: 35.556 Quadratmeter).

Im **Süßwarenereich** wurden 3,3 Millionen Euro (Vorjahr: 3,4 Millionen Euro) in den Ausbau und die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes investiert. Das Filialnetz umfasste zum 30. September 2011 insgesamt 245 Hüssel-Confiseries mit einer Verkaufsfläche von 14.466 Quadratmetern nach 261 Filialen mit 15.299 Quadratmetern Verkaufsfläche im Vorjahr.

Hoher Free Cash Flow von 126,6 Millionen Euro

Der Free Cash Flow – der Saldo aus Mittelzuflüssen und Mittelabflüssen aus laufender Geschäfts- und Investitionstätigkeit – lag im Geschäftsjahr 2010/11 bei 126,6 Millionen Euro

Abb. 7

Abb. 7 · Free Cash Flow

	2010/11 (in Mio. €)	2009/10 (in Mio. €)
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	190,8	246,2
Investitionen in das Anlagevermögen	-116,9	-117,3
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	5,0	4,5
Zahlungen für den Erwerb von konsolidierten Unternehmen	-2,9	-5,5
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen	50,6	0,0
Free Cash Flow	126,6	127,9

nach 127,9 Millionen Euro im Vorjahr. Der deutlich geringere Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit konnte im Berichtsjahr durch Nettoeinzahlungen aus der Veräußerung der russischen Tochtergesellschaften in Höhe von 50,6 Millionen Euro fast vollständig kompensiert werden.

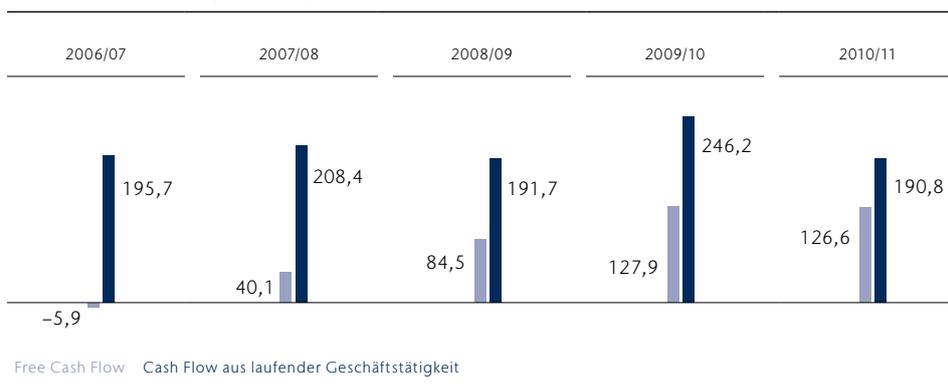
Abb. 8 ■ Der Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit verringerte sich im Geschäftsjahr 2010/11 um 55,4 Millionen Euro auf 190,8 Millionen Euro. Der Rückgang resultiert aus der um 28,2 Millionen Euro höheren Mittelbindung im Vorratsvermögen, höheren Steuerzahlungen und geringeren Rückstellungen.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit sank um 54,1 Millionen Euro auf 64,2 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2010/11. Bei fast unveränderten Investitionen in das Anlagevermögen resultiert der Rückgang aus der Kaufpreiszahlung für die russischen Gesellschaften. Die Nettoeinzahlung hierfür betrug 50,6 Millionen Euro. Des Weiteren wurde im Geschäftsjahr 2010/11 die textunes GmbH, Berlin, für 2,9 Millionen Euro erworben. Demgegenüber waren im Vorjahr akquisitionsbedingte Auszahlungen für den Erwerb von buch.de-Aktien zu verzeichnen.

Der im Berichtsjahr erwirtschaftete Free Cash Flow wurde größtenteils für die Dividendenausschüttung in Höhe von 43,3 Millionen Euro und die Rückführung von Bankverbindlichkeiten verwendet. Darüber hinaus wurde der Anteil an buch.de-Aktien auf 77,6 Prozent am Stammkapital aufgestockt. Insgesamt wurden hierfür 8,4 Millionen Euro bezahlt. Im Vorjahr wurden für zwei Minderheitenanteile an zwei Konzerngesellschaften 39,7 Millionen Euro bezahlt³⁾.

117 □ Die ausführliche Kapitalflussrechnung des DOUGLAS-Konzerns ist auf Seite 117 dieses Geschäftsberichtes zu finden.

Abb. 8 · Cash Flow (in Mio. €)



³⁾ Zur besseren Vergleichbarkeit wurden diese Auszahlungen entsprechend IAS 7 aus dem Cash Flow für Investitionstätigkeit in den Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit umgegliedert

Vermögens- und Kapitalstruktur verbessert

Die Bilanzsumme verringerte sich zum 30. September 2011 um 3,0 Prozent auf rund 1,7 Milliarden Euro. Der Rückgang ist im Wesentlichen auf die Endkonsolidierung der Vermögenswerte und Schulden der russischen Tochtergesellschaften OOO Douglas Rivoli und OOO Parfümerie International Company, jeweils mit Sitz in Moskau/Russland sowie der Douglas Rivoli Holding BV mit Sitz in Nijmegen/Niederlande sowie die außerplanmäßige Abschreibung des Goodwills der französischen Gesellschaften in Höhe von 22,9 Millionen Euro zurückzuführen. Gegenläufig wirkte sich das um 19,9 Millionen Euro auf 438,0 Millionen Euro gestiegene Working Capital aus.

Die Kapitalstruktur hat sich weiter verbessert. Dem langfristigen Vermögen in Höhe von 45,3 Prozent der Bilanzsumme stand ein langfristiges Kapital in Höhe von 54,2 Prozent der Bilanzsumme gegenüber.

Die langfristigen Vermögenswerte reduzierten sich insbesondere in Folge der außerplanmäßigen Abschreibung um 40,2 Millionen Euro auf 751,9 Millionen Euro.

Abb. 9

Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen zum Vorjahr um 20,5 Millionen Euro auf 907,3 Millionen Euro an. Der Vorratsbestand erhöhte sich von 647,2 Millionen Euro auf 675,4 Millionen Euro im Berichtsjahr. Die Erhöhung war insbesondere auf die Ausweitung der Warenbestände für Exklusiv- und Eigenmarken, das größere Zentrallager bei Thalia sowie auf höhere Schmuckpreise zurückzuführen. Die Forderungen aus Lieferungen sowie aus Lieferantenrückvergütungen stiegen nur leicht an. Die liquiden Mittel verringerten sich in Folge eines verbesserten Cash-Managements von 51,6 Millionen Euro auf 43,3 Millionen Euro.

Das Eigenkapital belief sich zum 30. September 2011 auf 803,0 Millionen Euro nach 764,8 Millionen Euro zum Vorjahresstichtag. Die Eigenkapitalquote der DOUGLAS-Gruppe stieg von 44,6 auf 48,3 Prozent.

Abb. 10

Das langfristige Fremdkapital sank im Wesentlichen durch die planmäßige Tilgung bilateraler Bankdarlehen sowie durch geringere langfristige Verbindlichkeiten aus Put-Optionen für Minderheitenanteile um 15,2 Millionen Euro auf 98,6 Millionen Euro. Entsprechend verminderte sich der Anteil des langfristigen Fremdkapitals an der Bilanzsumme von 6,6 Prozent im Vorjahr auf 5,9 Prozent zum Stichtag 30. September 2011.

Abb. 9 · Konzernbilanzstruktur: Aktiva

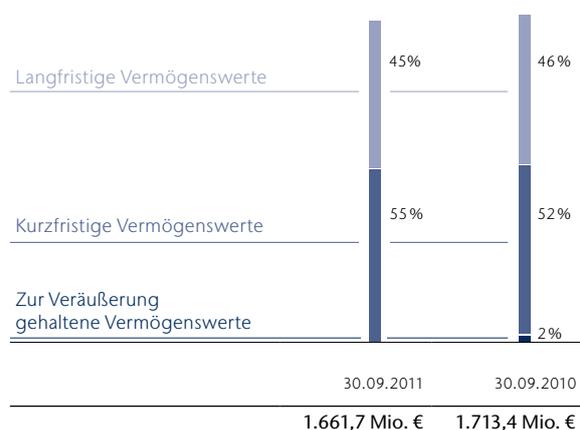
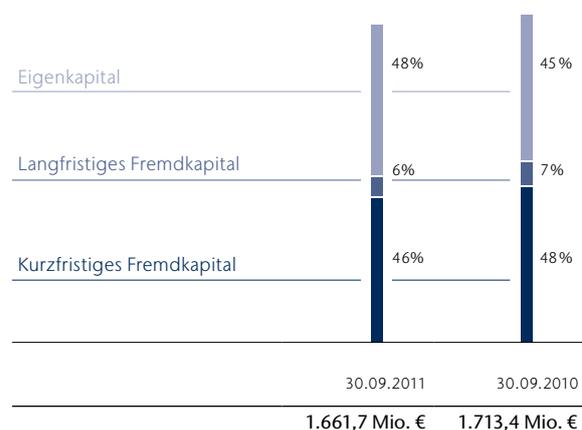


Abb. 10 · Konzernbilanzstruktur: Passiva



Der Rückgang des kurzfristigen Fremdkapitals um 67,5 Millionen Euro auf 760,1 Millionen Euro resultierte aus den geringeren Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, die mit dem Verkaufserlös aus dem Russlandgeschäft zurückgeführt werden konnten. Demgegenüber stiegen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zum Bilanzstichtag von 277,1 Millionen Euro auf 288,2 Millionen Euro im Berichtsjahr.

Solide Finanzierung

Die Nettoverschuldung der DOUGLAS-Gruppe – ermittelt aus dem Saldo der liquiden Mittel abzüglich der Bankschulden – lag zum Bilanzstichtag bei 49,6 Millionen Euro nach 124,0 Millionen Euro zum Vorjahresstichtag. Die geringere Nettoverschuldung resultierte aus dem hohen Free Cash Flow. Im Durchschnitt der vier Quartalsstichtage betrug die Nettoverschuldung 9,1 Millionen Euro gegenüber 76,0 Millionen Euro im Vorjahr.

Der DOUGLAS-Gruppe wird seitens der Banken eine solide Finanzierungsstruktur attestiert. Seit September 2007 steht der DOUGLAS HOLDING AG und der Douglas Finance B.V. ein für fünf Jahre vereinbarter Kreditrahmen zur Verfügung. 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 lediglich 48,8 Millionen Euro. Durch die Anbindung der inländischen und der wesentlichen ausländischen Tochtergesellschaften können sowohl diese Kreditfazilität als auch kurzfristige Liquiditätsüberschüsse einzelner Gesellschaften zur Finanzierung anderer Gesellschaften genutzt werden.

Nach Auslaufen des syndizierten Kredits, aber spätestens ab September 2012 stehen der Unternehmensgruppe vertraglich zugesagte Kreditlinien über insgesamt 350 Millionen Euro bis Oktober 2014, davon 225 Millionen Euro bis September 2016 zur Verfügung.

Gesamtaussage des Vorstandes zur aktuellen wirtschaftlichen Lage

Die Geschäftsentwicklung der DOUGLAS-Gruppe im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres 2011/12 – mit dem für die DOUGLAS-Gruppe wichtigen Weihnachtsgeschäft – verlief insgesamt zufriedenstellend.

Der Vorstand beurteilt 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 geplanten Finanzkennzahlen erreicht werden können. Zum Zeitpunkt des Drucktermins stimmen die Erwartungen im Wesentlichen mit der aktuellen Geschäftsentwicklung überein.

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 übernimmt die Douglas Finance B.V., Nijmegen, die mittel- und langfristige Finanzierung der ausländischen Tochtergesellschaften.

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 2010/11 weist die Gewinn- und Verlustrechnung der DOUGLAS HOLDING AG ein Beteiligungsergebnis von 98,1 Millionen Euro nach 123,2 Millionen Euro im Vorjahr aus. Hierzu trug vor allem das Beteiligungsergebnis aus dem Parfümeriebereich in Höhe von 59,0 Millionen Euro bei (Vorjahr: 92,3 Millionen Euro). Der gegenüber dem Vorjahr niedrigere Wert resultierte hauptsächlich aus Abschreibungen auf Finanzanlagen. Das Beteiligungsergebnis des Schmuckbereiches stieg durch den positiven Geschäftsverlauf auf 25,5 Millionen Euro nach 18,1 Millionen Euro im Vorjahr. Aufgrund der schlechteren Geschäftsentwicklung ergab sich im Buchbereich ein Beteiligungsverlust von 7,3 Millionen Euro. Im Vorjahr war ein Beteiligungsgewinn von 5,8 Millionen Euro erreicht worden. Im Modebereich ergab sich kein nennenswertes Beteiligungsergebnis. Der Süßwarenereich steuerte aufgrund eines konzerninternen Verkaufs 5,0 Millionen Euro zum Beteiligungsergebnis bei (Vorjahr: 3,8 Millionen Euro), der Dienstleistungsbereich insbesondere aufgrund einer Gewinnausschüttung der Douglas Finance B.V., Nijmegen, 15,5 Millionen Euro (Vorjahr: 3,1 Millionen Euro).

Die Auflösung eines Sonderpostens mit Rücklageanteil hatte im Vorjahr die sonstigen betrieblichen Erträge um 5,6 Millionen Euro erhöht.

Das Zinsergebnis reduzierte sich um 2,4 Millionen Euro auf 6,5 Millionen Euro. Ursache hierfür war der gesunkene Finanzbedarf der Tochtergesellschaften. Insbesondere durch das geringere Beteiligungsergebnis reduzierte sich das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit der DOUGLAS HOLDING AG auf 87,9 Millionen Euro (Vorjahr: 116,2 Millionen Euro).

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag verminderten sich aufgrund des niedrigeren Vorsteuerergebnisses von 36,8 Millionen Euro auf 29,7 Millionen Euro. Der Jahresüberschuss, also das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit nach Abzug von Steuern und von außerordentlichen Aufwendungen erreichte 57,7 Millionen Euro nach 86,7 Millionen Euro im Vorjahr.

Die Bilanzsumme verminderte sich zum 30. September 2011 im Vergleich zum Vorjahresstichtag um 14,5 Millionen Euro auf 955,4 Millionen Euro. Durch die im Berichtsjahr durchgeführten Kapitalerhöhungen bei Tochtergesellschaften erhöhten sich die Beteiligungsbuchwerte um 81,7 Millionen Euro. Entsprechend reduzierten sich die Forderungen gegen verbundene Unternehmen. Durch das geringere gebundene Kapital konnten auch die Bankverbindlichkeiten abgebaut werden.

Aus dem Jahresüberschuss 2010/11 wurde ein Betrag in Höhe von 14,4 Millionen Euro in die Gewinnrücklagen eingestellt. Unter Berücksichtigung des Gewinnvortrages aus dem Vorjahr in Höhe von 0,7 Millionen Euro ergab sich wie im Vorjahr ein Bilanzgewinn von 44,0 Millionen Euro. Das Eigenkapital der DOUGLAS HOLDING AG betrug zum 30. September 2011 792,0 Millionen Euro (Vorjahr: 776,5 Millionen Euro). Die Eigenkapitalquote lag bei 82,9 Prozent (Vorjahr: 80,1 Prozent).

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 21. März 2012 vorschlagen, aus dem Bilanzgewinn eine Dividende wie im Vorjahr von 1,10 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie auszuschütten. Die daraus resultierende Ausschüttungsquote von 50 Prozent liegt mit diesem Vorschlag im Rahmen der Zielsetzung, rund die Hälfte des Konzernjahresüberschusses auszuschütten.

Gemessen am Schlusskurs von 29,52 Euro per 30. September 2011 ergäbe sich eine Dividendenrendite von 3,7 Prozent. Insgesamt soll auf ein dividendenberechtigtes Kapital von 118,3 Millionen Euro eine Ausschüttung von 43,4 Millionen Euro erfolgen.

Nachtragsbericht

Aufgrund der Kapitalerhöhung vom 24. November 2011 zur Ausgabe von Belegschaftsaktien stieg das gezeichnete Kapital um 0,2 Millionen Euro auf 118,3 Millionen Euro. Dieser Sachverhalt hat keinen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des DOUGLAS-Konzerns.

Weitere wichtige Ereignisse nach dem Schluss des Geschäftsjahres lagen nicht vor.

Internes Steuerungssystem und wesentliche Erfolgsfaktoren

Die Steuerung der DOUGLAS-Gruppe zielt auf die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes, der vor allem am Umsatz- und Ergebniswachstum sowie der Steigerung der Profitabilität gemessen wird. Zur wertorientierten Steuerung des erforderlichen Kapitaleinsatzes 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 Steigerung des Unternehmenswertes.

iii Abb. 11

DVA im Geschäftsjahr 2010/11

Die DOUGLAS-Gruppe erzielte im Geschäftsjahr 2010/11 einen DVA von 11,8 Millionen Euro und verfehlte damit den Vorjahreswert um 11,9 Millionen Euro. Hauptursache ist das rückläufige DVA-Geschäftsergebnis. Hierbei wird die Ergebnisentwicklung um Sondereffekte wie beispielsweise die Veräußerung des Parfümeriegeschäfts in Russland sowie Goodwill-Abschreibungen bereinigt. Bei weitgehend unveränderten Kapitalkosten führt das rückläufige Geschäftsergebnis zu dem deutlich reduzierten DVA von 11,8 Millionen Euro im Berichtsjahr.

iii Abb. 12

Der Parfümeriebereich verbesserte das Geschäftsergebnis und konnte das durchschnittlich gebundene Kapital reduzieren, sodass ein Wertbeitrag in Höhe von 30,6 Millionen Euro realisiert wurde. Aufgrund geringerer Anlaufverluste, die im DVA-Konzept neutralisiert werden, sank der DVA dennoch um 3,0 Millionen Euro.

Der Buchbereich konnte im Berichtsjahr keinen positiven Wertbeitrag leisten. Die Thalia-Gruppe wies ein deutlich rückläufiges operatives Ergebnis aus, das sich in einem DVA von –17,9 Millionen Euro widerspiegelt. Im Vorjahr hatte der DVA einen Wert von –5,1 Millionen Euro erreicht.

Abb. 11 · Interne Steuerungsgrößen und wesentliche Kennzahlen

		2010/11	2009/10
Umsatzerlöse	in Mio. €	3.378,8	3.320,8
Rohertag	in Mio. €	1.608,9	1.571,3
Marge	in %	47,6	47,3
EBITDA	in Mio. €	292,9	286,9
Marge	in %	8,7	8,6
EBT	in Mio. €	137,8	131,2
Marge	in %	4,1	4,0
DVA	in Mio. €	11,8	23,7
Delta-DVA	in Mio. €	–11,9	3,2
Eigenkapitalquote	in %	48,3	44,6
Working Capital ¹⁾	in Mio. €	438,0	418,1
Netto-Bankschulden ²⁾	in Mio. €	49,6	124,0

¹⁾ Vorräte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

²⁾ Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten abzüglich liquider Mittel

Abb. 12 · DVA und Delta-DVA nach Geschäftsbereichen – Geschäftsjahr 2010/11

	Geschäftsergebnis (in Mio. €)	Geschäftsvermögen (in Mio. €)	DVA ¹⁾ (in Mio. €)	ROCE ²⁾ (in %)	Delta-DVA (in Mio. €)
Parfümerien	78,5	835,3	30,6	10,2	-3,0
Bücher	5,9	409,3	-17,9	2,1	-12,8
Schmuck	18,0	123,9	10,4	14,9	4,8
Mode	1,2	109,6	-5,9	1,1	0,7
Süßwaren	1,4	27,2	0,0	6,3	-1,3
Vertriebsgesellschaften	105,0	1.505,2	17,2	7,6	-11,5
Sonstige Gesellschaften/Konsolidierung	-9,4	-61,2	-5,4	-	-0,4
DOUGLAS-Konzern	95,6	1.444,0	11,8	7,3	-11,9

¹⁾ Bereinigt um die geplanten Anlaufverluste aus Fillalinvestitionen

Diese werden dem DVA der Periode hinzugerechnet, im Geschäftsjahr der Folgeperiode aktiviert und mit Kapitalkosten belastet

²⁾ ROCE = (Geschäftsergebnis + Anlaufverluste) / Geschäftsvermögen

Durch die deutliche Umsatz- und Ergebnissteigerung erhöhte der Schmuckbereich seinen DVA im Vorjahresvergleich um 4,8 Millionen Euro auf 10,4 Millionen Euro. Mit einer Rendite von 14,9 Prozent erzielte der Schmuckbereich im Geschäftsjahr 2010/11 die höchste Kapitalverzinsung innerhalb der DOUGLAS-Gruppe.

Der Modebereich konnte mit der Schließung des Modehauses in Solingen das durchschnittlich eingesetzte Geschäftsvermögen reduzieren. In Verbindung mit einem Ergebnisanstieg konnte somit ein leicht verbesserter DVA erreicht werden, der mit -5,9 Millionen Euro jedoch weiterhin einen negativen Wertbeitrag dokumentiert.

Die Sparte Süßwaren verdiente trotz einer im Vorjahresvergleich schwachen Ergebnisentwicklung knapp die Kapitalkosten. Gegenüber dem Vorjahr reduzierte sich der Wertbeitrag gemessen am DVA jedoch um 1,3 Millionen Euro.

Der DVA im Bereich Sonstige Gesellschaften/Konsolidierung betrug im Berichtsjahr -5,4 Millionen Euro. Dies entsprach einem Rückgang von 0,4 Millionen Euro.

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 international anerkannten Steuerungs- und Managementsystem Economic Value Added® (EVA®)-Konzept ermöglicht der DVA, alle Entscheidungsprozesse an der Steigerung des Unternehmenswertes 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 implementiert.

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 Aktiva abzüglich nicht zins-tragender Verbindlichkeiten, zuzüglich eines anteiligen Barwertes von Miet- und Leasing-verpflichtungen. Das Geschäftsvermögen errechnet sich aus dem Durchschnitt der vier Quartale eines Geschäftsjahres.

Der Kapitalkostensatz der DOUGLAS-Gruppe wird nach dem Konzept der Weighted Ave-rage Cost of Capital (WACC) ermittelt. Dieser betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr für die DOUGLAS-Gruppe wie im Vorjahr 6,5 Prozent nach Steuern. Er berücksichtigt die Ver-zinsungsansprüche der Eigenkapital- und Fremdkapitalgeber.

Der Eigenkapitalkostensatz wird mit Hilfe des Capital Asset Pricing Model (CAPM) be-rechnet und bestimmt sich aus einem risikolosen Basiszinssatz, dem unternehmensspe-zifischen Beta-Faktor und der Marktrisikoprämie. Allgemein betrug der risikolose Basis-zinssatz 3,5 Prozent und wurde durch die Verzinsung einer langlaufenden Bundesanleihe approximiert. Die Adjustierung um die Risikokomponente berücksichtigt einen Beta-Wert von 0,6 sowie eine Marktrisikoprämie von 6 Prozent. Der Fremdkapitalkostensatz setzt sich aus dem risikolosen Basiszinssatz zuzüglich eines Risikozuschlages von 0,6 Prozent zusammen und wird nach Steuern ermittelt. Für die Abbildung der steuerlichen Abzugs-fähigkeit von Fremdkapitalzinsen wurde dabei ein Grenzsteuersatz von 35 Prozent ange-nommen. Die finale Gewichtung des Kapitalkostensatzes für die DOUGLAS-Gruppe ent-spricht einer zu Marktpreisen bewerteten Zielkapitalstruktur von 80 Prozent Eigen- zu 20 Prozent Fremdkapital.

Neben dem absoluten DVA der Periode ist der Delta-DVA eine wesentliche Kennzahl. Die-se sagt aus, ob und in welcher Höhe der Wertbeitrag gegenüber der Vorperiode gesteigert werden konnte.

Abb. 13 · Wertschöpfungsrechnung

	2010/11		2009/10		Delta (in %)
	(in Mio. €)	(in %)	(in Mio. €)	(in %)	
Entstehung der Wertschöpfung					
Umsatzerlöse	3.378,8	93,7	3.320,8	93,9	1,7
Sonstige Erträge	229,1	6,3	215,0	6,1	6,3
Unternehmensleistung	3.607,9	100,0	3.535,8	100,0	2,0
Materialaufwand	-1.769,9	-49,1	-1.749,5	-49,5	1,2
Abschreibungen	-149,5	-4,1	-145,2	-4,1	3,0
Sonstige Aufwendungen	-801,5	-22,2	-776,1	-21,9	3,2
Wertschöpfung	887,0	24,6	865,0	24,5	2,5
Verwendung der Wertschöpfung					
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	740,7	83,5	720,3	83,2	2,8
Öffentliche Hand	50,8	5,7	55,1	6,4	-7,8
Aktionäre	43,4	4,9	43,3	5,0	0,2
Unternehmen (Thesaurierung)	43,3	4,9	32,6	3,8	32,8
Kreditgeber	8,5	1,0	13,5	1,6	-37,0
Anteile anderer Gesellschafter	0,3	0,0	0,2	0,0	50,0
Wertschöpfung	887,0	100,0	865,0	100,0	2,5

Wertschöpfungsrechnung

Abb. 13  Die Wertschöpfungsrechnung der DOUGLAS-Gruppe verdeutlicht die Entstehung und die Verwendung der wirtschaftlichen Leistung im Berichts- und Vorjahr. 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 hilft die Darstellung, die volkswirtschaftliche Leistung der DOUGLAS-Gruppe zu beschreiben.

Im Geschäftsjahr 2010/11 erhöhte sich die Unternehmensleistung aufgrund des Umsatzwachstums und des Ertrages aus dem Verkauf des russischen Geschäftes um 2,0 Prozent auf über 3,6 Milliarden Euro. Nach Abzug der Vorleistungen betrug die Wertschöpfung der DOUGLAS-Gruppe 887,0 Millionen Euro (Vorjahr: 865,0 Millionen Euro). Dies entsprach einer Erhöhung von 2,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Der größte Anteil an der Wertschöpfung entfällt mit 83,5 Prozent auf die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der DOUGLAS-Gruppe. Die öffentliche Hand erhielt 5,7 Prozent der Wertschöpfung. Auf Basis des vorliegenden Dividendenvorschlages betrug der Anteil der DOUGLAS-Aktionäre an der Wertschöpfung 4,9 Prozent, auf die Kreditgeber entfielen 1,0 Prozent, und im Konzern verblieben 4,9 Prozent.

Anzahl der Mitarbeiter leicht unter Vorjahr

Abb. 14  Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der DOUGLAS-Gruppe trugen mit ihrer Kompetenz, Freundlichkeit und Serviceorientierung auch im abgelaufenen Geschäftsjahr 2010/11 wieder maßgeblich zum Unternehmenserfolg bei.

Die Zahl der Beschäftigten sank zwar zum Ende des Geschäftsjahres um 332 auf 24.323 (Vorjahr: 24.655). In Deutschland waren jedoch zum Bilanzstichtag 15.325 und damit 161 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mehr beschäftigt als ein Jahr zuvor. Im Ausland lag die Zahl der beschäftigten Personen mit 8.998 um 493 unter dem Wert des Vorjahres. Dies ist im Wesentlichen auf die Veräußerung des russischen Filialnetzes zurückzuführen.

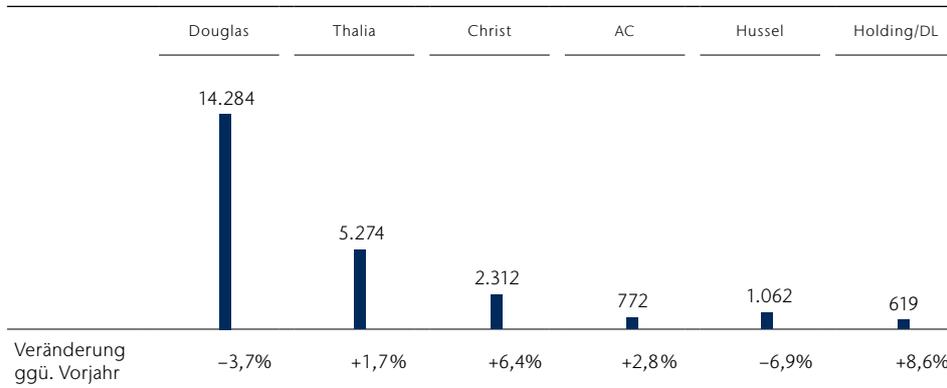
Der Personalaufwand belief sich im Geschäftsjahr 2010/11 auf 740,7 Millionen Euro und lag um 2,8 Prozent über dem Vorjahreswert. Die Personalaufwandsquote lag mit 21,9 Prozent nahezu auf Vorjahresniveau.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die DOUGLAS-Gruppe ist die konsequente Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2011 begannen allein in Deutschland 720 junge Nachwuchskräfte ihre Ausbildung in einer Filiale oder Service-Zentrale. Mit knapp 14 Prozent lag die Ausbildungsquote deutlich über dem Branchendurchschnitt von rund 8 Prozent. Damit unterstrich die DOUGLAS-Gruppe auch im Geschäftsjahr 2010/11 ihr hohes Engagement bei der Ausbildung junger Menschen.

Im Geschäftsjahr 2010/11 wurde zudem erstmals ein Nachwuchsförderprogramm für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aufgesetzt, die außerhalb der Vertriebsbereiche tätig sind. In diesem Programm werden junge Nachwuchskräfte auf zukünftige Herausforderungen, sei es als Führungskraft oder mit Blick auf eine verantwortungsvolle Fachkarriere, vorbereitet.

Neben der Ausbildung hat die Personalentwicklung in der DOUGLAS-Gruppe einen hohen Stellenwert. So werden im Rahmen des unternehmensübergreifenden Programms der

Abb. 14 · Mitarbeiter/-innen der Geschäftsbereiche – Geschäftsjahr 2010/11



DOUGLAS HOLDING ACADEMY Seminare, Workshops und Informationsveranstaltungen für Top-Führungskräfte angeboten sowie neueste Entwicklungen und Trends zur strategischen Weiterentwicklung der Geschäftsbereiche thematisiert. Gleichzeitig wird die Gelegenheit zu einem bereichsübergreifenden Austausch geschaffen. Die Programminhalte berücksichtigen zudem die Vertiefung der Unternehmenswerte und Führungsleitlinien und tragen so auch zur Förderung der Unternehmenskultur in der DOUGLAS-Gruppe bei.

Darüber hinaus werden spezifische Weiterbildungsangebote für die deutschen Douglas-Parfümerien in der „Douglas Academy“, für die Thalia-Buchhändler in der „Thalia-Academy“ und für die Christ-Juweliere im Rahmen des „PROMIs-Programms“ konzipiert. Bei den Weiterbildungsangeboten für Vertriebsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter steht weiterhin das Thema „Verkauf“ im Vordergrund.

Die Etablierung der Filialpatenschaften und der Vertriebsseinsätze ermöglichte zahlreichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Service-Zentralen und der DOUGLAS HOLDING einen vertieften Einblick in den Vertrieb und ein besseres Verständnis für die Filialprozesse. Durch den direkten Austausch wird die Zusammenarbeit zwischen Vertrieb und zentralem Servicebereich weiter optimiert.

Weitere Informationen befinden sich im Abschnitt „Nachhaltigkeit“ auf den Seiten 52 bis 59 sowie im Kapitel „Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ auf den Seiten 18 bis 25 dieses Geschäftsberichtes.

□ 52–59
□ 18–25

Forschung und Entwicklung

Aufwendungen für Forschung und Entwicklung im eigentlichen Sinne fallen in einem Handelsunternehmen wie der DOUGLAS-Gruppe nicht an. Gleichwohl werden Konsumtrends laufend beobachtet und alle relevanten Märkte intensiv analysiert. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse unterstützen bei der Sortimentsgestaltung sowie bei der Entwicklung neuer Formate und Vertriebskanäle. Auch die Gestaltung moderner Ladenbaukonzepte sowie die Weiterentwicklung der eingesetzten Marketinginstrumente und IT-Systeme profitieren von der laufenden Marktanalyse. Sie sichert auch die Beobachtung und Identifikation von wichtigen neuen Entwicklungen wie beispielsweise die Kommunikation über sogenannte Soziale Netzwerke (Social Media), damit diese gewinnbringend für die DOUGLAS-Gruppe eingesetzt werden können.

Beschaffung und Logistik

Die kontinuierliche Optimierung der Beschaffungs- und Logistikprozesse stellt für die DOUGLAS-Gruppe einen zentralen Erfolgsfaktor dar. Die Anforderungen an die Logistik sind dabei vor dem Hintergrund des wachsenden Internet-Geschäfts und der zunehmenden Verknüpfung von Filialen und Online-Shops weiter gestiegen.

Die Douglas-Parfümerien haben im Berichtsjahr alle Logistik- und Organisationsaufgaben im neu geschaffenen Bereich Supply Chain Management gebündelt. Die in den Vorjahren umgesetzte Neuordnung der Filialen zu Cross Docking Standorten, der Electronic Data Interchange (EDI) sowie die IT-gestützte Warendisposition mit dem Bedarfsprognosesystem SAF bildeten die Kernelemente bei der Definition einer optimierten Supply Chain-Strategie. Des Weiteren wurde im Geschäftsjahr 2010/11 die Neustrukturierung des Logistiknetzwerkes in Deutschland mit dem Bezug der Standorte Hamburg und Unna/Dortmund abgeschlossen.

In der Logistik der Eigen- und Exklusivmarken kommen bei den Douglas-Parfümerien seit Jahresbeginn 2011 erstmalig Mehrwegbehälter zum Einsatz. Der Einsatz dieser Mehrwegbehälter soll in der Zukunft auf weitere Lieferanten ausgeweitet werden. Darüber hinaus hat Douglas im Berichtszeitraum seine IT-Systeme weiterentwickelt. So wurde ein Pilotversuch zum Austausch von Stammdaten über einen Stammdatenpool erfolgreich absolviert. Für das kommende Geschäftsjahr ist eine Ausweitung des Pilotversuchs geplant.

Bei der Thalia-Gruppe stand im Berichtsjahr der Ausbau des Zentrallagers in Höselsgau (Thüringen) im Fokus. Für das stationäre Geschäft stellt das Zentrallager die Belieferung aller Thalia-Filialen in Deutschland sowie die Belieferung des DVD-Sortiments an die österreichischen Filialen sicher.

Das in den Vorjahren eingeführte Warenwirtschafts- und Informationssystem Thawis bleibt ein wesentliches Instrument zur Unterstützung der Unternehmensprozesse bei Thalia. Im Geschäftsjahr 2010/11 konnten die meisten Filialen des Buchbereiches in Deutschland und der Schweiz erfolgreich angebunden werden. Des Weiteren hat sich der Buchbereich an einem branchenweiten Projekt zur Optimierung von Bestellprozessen beteiligt.

Auch in den anderen Geschäftsbereichen der DOUGLAS-Gruppe wird das jeweilige Logistikkonzept den steigenden Anforderungen angepasst, insbesondere im Hinblick auf die zunehmende Vernetzung mit dem Online-Geschäft.

Nachhaltigkeit

Unternehmerische Verantwortung

Unternehmerische Verantwortung ist in der DOUGLAS-Gruppe mit einem klaren Bekenntnis verbunden: Handel(n) mit Herz und Verstand. Das bedeutet, den von allen Seiten gewünschten wirtschaftlichen Erfolg mit gesellschaftlichem und ökologischem Engagement in Einklang zu bringen. Deutlich wird dies auch in der Verankerung des Nachhaltigkeitsgedankens in den Unternehmenswerten. Diese wurden im Geschäftsjahr 2010/11 überarbeitet und die Nachhaltigkeit als wichtiger Grundsatz in den Wertekanon der DOUGLAS-Gruppe aufgenommen: „Wir sind ein verlässlicher und verantwortungsvoller Partner, der ressourcenschonend handelt“ – so beschreibt die DOUGLAS-Gruppe ihre Verantwortung für nachhaltiges Handeln. Mit vielen einzelnen Maßnahmen und Initiativen re-

agiert das Unternehmen auf diese Herausforderung. So hat die DOUGLAS-Gruppe bereits im Jahr 2008 den internen „Corporate Social Responsibility Council“ (Nachhaltigkeitskreis) gegründet, dem sowohl Vertreter aus den operativen Geschäftsbereichen als auch der DOUGLAS HOLDING angehören. Mitarbeiter, Kunden, Investoren und weitere Interessengruppen haben konkrete Erwartungen an die DOUGLAS-Gruppe. Die Anforderungen dieser Anspruchsgruppen bündelt und bewertet der Nachhaltigkeitskreis und leitet daraus im Rahmen seiner regelmäßigen Treffen wesentliche Nachhaltigkeitsthemen ab.

Anspruch an die Lieferanten

Bei der Wahl der Lieferanten achtet die DOUGLAS-Gruppe stets darauf, dass allgemein anerkannte sowie lokale gesetzliche Regelungen und Besonderheiten bezüglich sozialer und ökologischer Anforderungen von dem Vertragspartner eingehalten werden. Dieser Anspruch ist im gruppenweit erarbeiteten Lieferantenkodex, dem sogenannten „Code of Conduct“, festgehalten. Der Lieferantenkodex basiert auf der Menschenrechtserklärung der Vereinten Nationen (UN) und den Konventionen der International Labour Organization (ILO). Er regelt insbesondere

- das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit
- das Recht auf Versammlungsfreiheit und Kollektivhandlungen
- die Sicherstellung von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- die Gewährleistung eines existenzsichernden Lohnes
- die Einhaltung vorgegebener Arbeitszeiten
- das Verbot jeglicher Diskriminierung
- das Vorhandensein von Arbeitsverträgen
- die Berücksichtigung von Umweltaspekten in der Produktion

Der Lieferantenkodex der DOUGLAS-Gruppe gilt für alle Tochterunternehmen. Er ist Teil jedes Lieferantenvertrages. Somit sind alle Lieferanten dazu verpflichtet, den Lieferantenkodex oder einen entsprechenden eigenen Kodex einzuhalten.

Die Einhaltung wird bei der erstmaligen Geschäftsanbahnung, aber auch bei bestehenden Geschäftsbeziehungen turnusmäßig und ohne vorherige Ankündigung überprüft. Generell werden nur solche Unternehmen als Partner akzeptiert, die die Standards einhalten oder deren Einhaltung in vorgegebener Zeit sicherstellen. Der Vertragspartner der DOUGLAS-Gruppe hat seinerseits sicherzustellen, dass der Kodex auch von seinen Lieferanten eingehalten wird. Werden die im Lieferantenkodex festgelegten Standards trotz Aufforderung nicht erfüllt oder erscheint deren Einhaltung in der vorgegebenen Zeit als nicht wahrscheinlich, führt dies zu Sanktionen bis hin zur Vertragskündigung.

Mitarbeiterorientierung im Fokus

Ein Unternehmen ist nur dann erfolgreich, wenn seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrem Arbeitsumfeld zufrieden sind und Möglichkeiten zur Weiterentwicklung erhalten. Gerade für die DOUGLAS-Gruppe, die auf herausragenden Service, kompetente Beratung und Eigenverantwortung setzt, ist die kontinuierliche Weiterbildung der Schlüssel für nachhaltigen Erfolg. Im Sinne des „lebenslangen Lernens“ bieten die DOUGLAS HOLDING und alle Tochtergesellschaften Angebote zu Fach- und Führungsthemen und individueller Weiterbildung. Dabei liegt ein großer Schwerpunkt auf der Entwicklung von Nachwuchsführungskräften für den Vertrieb. Junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können sich in speziell dafür konzipierten Programmen wie der „Douglas Academy“ breites Know-how aneignen, um dann frühzeitig in die Verantwortung einer Filialleitung zu gehen. Grundsätzlich wird die Personalentwicklung nicht „mit der Gießkanne“, sondern

individuell an den Zielen des jeweiligen Geschäftsjahres ausgerichtet. Dabei können beispielsweise Führungskräfte die internen Angebote der „DOUGLAS HOLDING ACADEMY“ wahrnehmen, die spezielle Seminare und Veranstaltungen zusammenstellt, die die aktuellen Herausforderungen der DOUGLAS-Gruppe, wie zum Beispiel Multichannel oder Strategieentwicklung, abdecken.

Voraussetzung für eine mitarbeiterorientierte Umsetzung der strategischen Unternehmensziele ist eine hohe Führungskompetenz auf allen Führungsebenen des Unternehmens. Im Zuge der Überarbeitung der Unternehmenswerte lag daher ein Schwerpunkt im Geschäftsjahr 2010/11 auch auf der zeitgerechten und zukunftsfähigen Weiterentwicklung der Führungsleitlinien. Hierzu lieferten die regelmäßig im jährlichen Wechsel entweder im Vertrieb oder der Service-Zentrale durchgeführten schriftlichen und anonymisierten Mitarbeiterbefragungen wertvolle Informationen. Weitere wichtige Anregungen ergaben sich aus einer Befragung der Top 500-Führungskräfte der DOUGLAS-Gruppe.

Mit Blick auf den demografischen Wandel und den zunehmenden Wettbewerb um Fach- und Führungskräfte ist die Bindung und Entwicklung hochqualifizierter Mitarbeiter von entscheidender Bedeutung für eine nachhaltige Unternehmensführung. Ziel ist, bereits junge Menschen für eine Laufbahn im Handel zu begeistern und sie ans Unternehmen zu binden. Deshalb bietet die DOUGLAS-Gruppe schon seit Jahren attraktive Ausbildungsangebote und vielfältige Karrierechancen im Unternehmen. Im August 2011 starteten bundesweit 720 junge Menschen ihren Berufsweg in der DOUGLAS-Gruppe – so viele wie nie zuvor. Insgesamt waren zum 30. September 2011 in Deutschland 1.783 Auszubildende beschäftigt, was einer Ausbildungsquote von rund 14 Prozent entspricht und damit weiter deutlich über dem Branchenschnitt des deutschen Handels von rund acht Prozent liegt. Jährlich werden rund 70 Prozent der Auszubildenden übernommen. Den Weg als ausbildungsintensives Unternehmen setzt die DOUGLAS-Gruppe konsequent fort.

Eine innovative Maßnahme, um junge Menschen für eine Karriere in der DOUGLAS-Gruppe zu begeistern, war der im Juni 2011 erstmals durchgeführte „5-Sterne-Tag“. Dieser richtete sich an Studierende, die ein Praktikum suchen. Bislang konnte die DOUGLAS-Gruppe bereits rund 80 Prozent der später fest angestellten Hochschulabsolventen aus dem Kreis der Studierenden rekrutieren, die entweder ein Praktikum oder eine Werkstudententätigkeit im Unternehmen absolviert hatten.

Gleichzeitig setzt die DOUGLAS-Gruppe auf einen gesunden Generationenmix. Gerade langjährige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sorgen für Kontinuität und verfügen über einen enormen Erfahrungsschatz. Gemeinsam mit ihren neuen Kolleginnen und Kollegen und den Nachwuchskräften, die oft Impulse für Veränderungen und Innovationen geben, bilden sie Spitzenteams. Im Geschäftsjahr 2010/11 waren rund 7.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mehr als zehn Jahre für die DOUGLAS-Gruppe tätig, davon rund 2.000 sogar mehr als 20 Jahre. Zeitgemäße Personalarbeit in der DOUGLAS-Gruppe beinhaltet deshalb auch spezielle Angebote für langjährige und erfahrene Mitarbeiter. Vor diesem Hintergrund startete die DOUGLAS-Gruppe bereits vor einigen Jahren das Projekt „Erfahrung 50 plus“, initiiert vom Handelsverband Deutschland (HDE) und dem Bundesfamilienministerium. Ziel ist, die Teilnehmer mit altersentsprechenden Trainings bei den sich stetig ändernden Anforderungen im Vertrieb zu begleiten.

Die DOUGLAS-Gruppe übernimmt ebenso beim Thema Compliance Verantwortung. Sofern Unsicherheit darüber besteht, ob ein bestimmtes Verhalten richtig oder falsch ist, haben alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Möglichkeit, sich vertrauensvoll an den zuständigen Vorgesetzten oder die Compliance-Beauftragte der DOUGLAS-Gruppe zu wenden. Im Geschäftsjahr 2010/11 wurde die Compliance-Organisation auch auf internationaler Ebene erweitert. So konnten fünf neue Compliance-Verantwortliche ernannt werden. Damit umfasst das internationale Compliance-System nun neun Delegierte. So

wird zunehmend die Möglichkeit geschaffen, dass sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an ihnen vertraute Personen in ihrer Landessprache wenden können.

Zunehmende Bedeutung gewinnt auch das Thema Gesundheit. Die DOUGLAS-Gruppe hat ihre Maßnahmen zur Erhaltung und Förderung der Gesundheit im Geschäftsjahr 2010/11 weiter ausgebaut, beispielsweise durch sechs Gesundheitstage und Aktionen am Standort Hagen sowie die turnusmäßigen Gesundheitschecks für Führungskräfte. Ebenso werden den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Informationen und Hilfestellungen rund um das Thema „Stressprävention“ angeboten. Hier soll neben der Prävention auch ein Konzept zur ausgeglichenen „Work-Life-Balance“ zum Tragen kommen, die im ganzen Unternehmen einen hohen Stellenwert genießt.

In der DOUGLAS-Gruppe liegt der Anteil der weiblichen Mitarbeiter an der gesamten Beschäftigtenzahl bei insgesamt 90 Prozent, ebenso ist der Frauenanteil an den Führungskräften (ab Bereichsleiterenebene) mit über 50 Prozent überdurchschnittlich hoch. Sehr viele von ihnen wollen ihre Karriere auch dann weiterführen, wenn sie sich zur Gründung einer Familie entschieden haben. Deshalb bietet die DOUGLAS-Gruppe ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vielfältige Möglichkeiten, Beruf und Familienleben zu vereinbaren. Durch flexible Arbeitszeitmodelle, Gleitzeit und Teilzeit ermöglicht das Unternehmen eine eigenverantwortliche Gestaltung der täglichen Arbeitszeit. Auch individuelle Modelle können vereinbart werden. Der im August 2009 in Hagen eröffnete DOUGLAS-Betriebskindergarten betreut derzeit mehr als 30 Kinder.

Weitere Beratungsangebote, beispielsweise zu den zunehmend wichtiger werdenden Themen Altersvorsorge und Gesundheit, sollen in den nächsten Jahren weiter ausgebaut werden.

Der Umwelt verpflichtet

Ressourcen zu schonen und Energie effizient zu nutzen, sind zentrale Anliegen der DOUGLAS-Gruppe. Als Handelsunternehmen mit mehr als 1.900 Fachgeschäften in 17 Ländern und einer dezentralen Führungsstruktur erhebt die DOUGLAS-Gruppe lediglich in wichtigen Gesellschaften Detaildaten zum Energieverbrauch, zu Treibhausgas-Emissionen und anderen relevanten Umweltkennzahlen. Jedoch arbeiten innerhalb des Unternehmens alle Tochtergesellschaften daran, mit ihren Fachgeschäften einen Beitrag zum Schutz von Klima und Umwelt zu leisten und so die Energie-Effizienz ständig zu verbessern und unnötige Energie- und Materialverbräuche zu vermeiden. Bei Neu- und Umbauten kommt energiesparende Klima- und Lüftungstechnik zum Einsatz. Bei der Beleuchtung testen die Fachgeschäfte alternative Lichttechniken, um den Energieverbrauch pro Quadratmeter weiter zu senken. So wurde im April 2010 die Douglas-Parfümerie in Frankenthal als Pilotfiliale erstmals komplett mit Leuchtdioden (LED) ausgestattet. Durch ein zusätzlich installiertes System zur Messung des Energieaufkommens wird der Verbrauch exakt erfasst und so die Wechselwirkung zwischen Klima, Lüftung, Heizung, Beleuchtung, Türsystem und IT ermittelt. Die Erkenntnisse aus dieser Pilotfiliale und der große technische Fortschritt bei der LED-Beleuchtung werden bei zukünftigen Neueröffnungen und Umbauten berücksichtigt. Die Christ-Juweliergeschäfte haben ein Energiesparkonzept erarbeitet, das erstmals beim Umbau einer Filiale in Freiburg umgesetzt wurde. Durch ein neues Beleuchtungskonzept können dort 30 Prozent der Energiekosten eingespart werden.

Darüber hinaus prüft die DOUGLAS-Gruppe kontinuierlich Ansätze, um die Logistikaktivitäten zu optimieren und so auch für die Umwelt einen positiven Beitrag zu leisten. So haben die Douglas-Parfümerien im Jahr 2010 auch mit Blick auf dieses Ziel ihre Logistik in Deutschland grundlegend überarbeitet. Durch die Reduzierung von acht auf fünf Cross Docking-Lagerstandorte und die Einführung eines IT-gestützten Bestellsystems konnte Douglas trotz höherer Warenmengen das Transportaufkommen deutlich senken. Die



Anlässlich der Hauptversammlung förderte die DOUGLAS HOLDING wieder drei gemeinnützige Einrichtungen in Hagen und Umgebung.



Für den guten Zweck beim „dreamball 2011“ von DKMS LIFE: Die Parfümerie Douglas als Hauptsponsor und jede Menge Prominenz, wie Barbara Schöneberger und Sänger Milow (links) oder Sylvie van der Vaart.



Aufklärungsarbeit gegen Sekten: Mit einer Spende in Höhe von 500 Euro unterstützte die DOUGLAS HOLDING die „Sekten-Info NRW“.



Vereinbarkeit von Familie und Beruf: Während die Eltern arbeiteten, betreuten DOUGLAS und die AWO die Kinder beim Ferienprogramm.

Douglas-Parfümerien sind im Geschäftsjahr 2010/11 in Deutschland auch dazu übergegangen, die bisher eingesetzten Kartonage-Verpackungen in der Eigen- und Exklusivmarkenlogistik durch Mehrwegboxen zu ersetzen.

Die Buchhandelsgruppe Thalia hat einen neuen Logistikvertrag mit ihrem Dienstleister geschlossen, der es ermöglicht, alle nationalen Vertriebsgesellschaften über ein Logistikcenter abzuwickeln. Dort werden alle eingehenden und ausgehenden Warenströme zentral gesteuert. Auch AppelrathCüpper hat seine Logistikstruktur optimiert. So werden die Modehäuser nicht mehr täglich, sondern nur noch zweimal pro Woche und nur durch einen Anbieter beliefert. Hussel beliefert schon seit Jahren seine über 200 Filialen zum größten Teil über ein Zentrallager. Der Anteil beträgt bereits über 90 Prozent mit zukünftig weiter steigendem Anteil.

Zur Schonung der Wälder setzt die DOUGLAS HOLDING seit mehreren Jahren FSC-zertifiziertes Papier ein – so auch beim Druck des Geschäftsberichtes. Die Service-Zentrale der DOUGLAS-Gruppe in Hagen setzt seit 2011 ausschließlich Recyclingpapier ein.

Mit der Installation einer Photovoltaik-Anlage am Verwaltungsstandort in Hagen leistet die DOUGLAS-Gruppe seit dem Frühjahr 2011 einen Beitrag zur Gewinnung von Strom aus regenerativen Energien.

Ergänzend wurde für alle Mitarbeiter am Verwaltungsstandort Hagen ein Katalog mit Tipps zum Stromsparen erarbeitet. Schwerpunkt ist dabei vor allem der stromsparende Umgang mit PCs und Druckern.

Die Gesellschaft im Blick

Das gesellschaftliche und soziale Engagement der DOUGLAS-Gruppe umfasst zahlreiche Maßnahmen. Insbesondere die Bildung hat dabei einen hohen Stellenwert. Mit seinen hohen Ausbildungszahlen leistet die Unternehmensgruppe beispielsweise einen wichtigen Beitrag, jungen Menschen einen qualifizierten Start ins Berufsleben zu ermöglichen.

Darüber hinaus unterstützt die DOUGLAS-Gruppe verschiedene Organisationen und Aktionen, die sich für benachteiligte oder hilfsbedürftige Menschen einsetzen. Wie bereits in den Vorjahren, spendete die DOUGLAS HOLDING im Rahmen der Hauptversammlung 2011 insgesamt 25.000 Euro. Die Evangelische Stiftung Volmarstein, die in der diakonischen Behinderten-, Kranken- und auch Altenhilfe tätig ist, erhielt eine Spende von 12.500 Euro. Die Suppenküche Hagen e.V. und der Deutsche Kinderschutzbund, Ortsverband Hagen e.V., wurden mit einer Spende von jeweils 6.250 Euro unterstützt. Eine weitere Spende kam der Hagener Kindertafel zugute.

Zur Förderung des gesellschaftlichen und politischen Dialogs und der Religionen untereinander unterstützte die DOUGLAS-Gruppe als Sponsor auch den 33. Deutschen Evangelischen Kirchentag in Dresden im Juni 2011 mit Sachspenden und einer Summe von 10.000 Euro.

Als Unternehmen mit Sitz in Hagen setzt sich die DOUGLAS-Gruppe in starkem Maße auch für lokale Projekte ein. Dazu zählt seit 2006 die aktive Mitarbeit im „Lokalen Bündnis für Familie“, einer Initiative des Bundesfamilienministeriums. Die Unterstützung ist hierbei finanzieller, personeller und inhaltlicher Natur. Darüber hinaus unterstützt der Bereich Personal der DOUGLAS HOLDING seit 2006 das Arbeitsamt Hagen zum Beispiel durch Bewerbertrainings für Langzeitarbeitslose und Mütter, die nach der Elternzeit wieder in ihren Beruf zurückkehren möchten.

Im Jahr 2011 zählte die DOUGLAS HOLDING zu den Förderern des Hagener Projektes „Sponsoren & Kunst für Soziales“ („Spunk“), das Kunst und soziales Engagement miteinander verbindet. Die DOUGLAS HOLDING engagierte sich mit einem Betrag in Höhe von 1.500 Euro, der dem Verein „Wildwasser e.V.“, einem Verein gegen sexuelle Gewalt bei Kindern, und dem Projekt „Integration durch Sport“ zugute kam.

Seit 2008 unterstützen die Douglas-Parfümerien als Hauptsponsor die Arbeit von DKMS LIFE, einer Tochtergesellschaft der deutschen Knochenmarkspenderdatei (DKMS). Sie bietet an Krebs erkrankten Frauen kostenfreie Kosmetikseminare an, um mit den äußerlichen Folgen ihrer Erkrankung und deren Therapie besser umgehen zu können. Seit Beginn der Kooperation hat Douglas mehr als 600 Kosmetikseminare durchgeführt und insgesamt eine Summe von rund 620.000 Euro für die Arbeit von DKMS LIFE bereitgestellt. Darüber hinaus war Douglas abermals Hauptsponsor der DKMS LIFE-Charity-Veranstaltung „dreamball 2011“. Auch 2012 wird Douglas die DKMS LIFE weiter unterstützen.

Douglas Deutschland engagierte sich darüber hinaus auch für die weltweite Kampagne „Acqua for Life“, die von Giorgio Armani und der Nichtregierungsorganisation „Green Cross International“ initiiert wurde. Ziel dieser Kampagne war es, 40 Millionen Liter Trinkwasser für Familien in Ghana verfügbar zu machen, die bisher keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser hatten. Beim Kauf eines Giorgio Armani-Duftes spendeten die Kunden symbolisch 100 Liter Trinkwasser. Von den vier Millionen Litern Trinkwasser, die in Deutschland für diese Kampagne generiert wurden, steuerten Douglas-Kunden rund ein Viertel der gesamten Summe bei. Insgesamt wurden weltweit rund 44 Millionen Liter Wasser gesammelt. Auch im Jahr 2012 plant Douglas, diese Initiative wieder zu unterstützen.

Douglas Deutschland ist zudem einer der offiziellen Partner des Projektes „Deutschland rundet auf“. Ziel dieser Aktion ist es, Kunden an der Kasse dazu zu bewegen, ihren Bon auf den nächsten 10 Cent-Betrag aufzurunden. Der so eingesammelte Betrag geht an gemeinnützige Projekte.

In Frankreich unterstützte Douglas die Aktion „La Flamme Marie-Claire“. Diese hat zum Ziel, die Schulbildung von Mädchen rund um den Globus zu fördern. Die österreichischen Douglas-Parfümerien engagierten sich im Berichtsjahr bereits zum vierten Mal als Partner der Österreichischen Krebshilfe.

Die Buchhandelsgruppe Thalia möchte über ihr gesellschaftliches Engagement insbesondere die Literaturbegeisterung fördern. Im Jahr 2011 war Thalia im dritten Jahr in Folge Förderer des internationalen Literaturfestivals „lit.COLOGNE“ und „lit.COLOGNE Spezial“ in Köln. 14 Buchhändler berichteten im Internet über Europas größtes Literaturfestival – im eigens dafür konzipierten Kulturblog „Thalia Skizzenbuch“.

Besonderes Engagement zeigt Thalia auch im Bereich Leseförderung. In Deutschland, Österreich und der Schweiz werden an vielen Standorten Lesepatenschaften mit Schulen eingegangen, lokale Bibliotheken unterstützt oder durch kleinere lokale Aktionen in den Thalia-Buchhandlungen bei den Kunden die Lust am Lesen geweckt. Ebenso macht sich die Thalia-Gruppe auch zum jährlich stattfindenden „Welttag des Buches“ am 23. April mit zahlreichen Aktionen für das Kulturgut Buch stark.

Auch für Christ hat gesellschaftliche und soziale Verantwortung einen hohen Stellenwert. So kauft der Geschäftsbereich Schmuck die in Christ Diamonds-Schmuckstücke eingearbeiteten Diamanten ausschließlich über Firmen, die ihre Steine von „Sightholdern“ (Direktbeziehern) der „Diamond Trading Company (DTC)“ (De Beers Gruppe) erhalten. Alle Steine entsprechen dem sogenannten Kimberley-Prozess, einem Prüfsystem, das über staatliche Herkunftszertifikate den Handel mit sogenannten Konfliktdiamanten unterbindet. Lokal arbeitet Juwelier Christ seit einigen Jahren eng mit der „Werkstatt

über den Teichen GmbH“ aus Dortmund zusammen, einer anerkannten Einrichtung für behinderte Menschen. Die Kooperation umfasst die Produktion von Ladenbauelementen und Konfektionierungsarbeiten aller Art und soll in den kommenden Jahren weiter ausgebaut werden.

Die Hussel-Confiseries engagieren sich seit mehr als zehn Jahren auf lokaler Ebene für den Kinder- und Jugendsport durch die Organisation eines Jugend-Golfturniers und eines Leichtathletik-Jugendsportfestivals in Hagen.

Seit 2009 führt Hussel darüber hinaus seine Top-Eigenmarke „La Margerita“ unter dem Siegel der „Rainforest Alliance“ in Bioqualität. Auch die Grand Cru Chocoladen „Iara“ und „Bejofo“ sind biozertifiziert und werden aus naturnah angebautem Kakao hergestellt. Hussel verkauft zudem in diesem Jahr fair gehandelte Weihnachts-Süßwaren.

Weitere Informationen zum Thema Nachhaltigkeit veröffentlicht die DOUGLAS-Gruppe auf der Homepage www.douglas-holding.com unter „Unser Unternehmen/Nachhaltigkeit“.

Chancen- und Risikobericht

Chancen- und Risikomanagement

Die DOUGLAS-Gruppe geht Risiken grundsätzlich nur dann ein, wenn sie als beherrschbar angesehen werden und die damit verbundenen Chancen eine angemessene Wertsteigerung erwarten lassen.

Unter einem Risiko versteht die DOUGLAS-Gruppe die Möglichkeit einer negativen Auswirkung auf eine Einzelgesellschaft bzw. die Unternehmensgruppe und deren wirtschaftliche Lage durch das Eintreten eines ungewollten Ereignisses zu einem zukünftigen Zeitpunkt. Die positiven Auswirkungen zukünftiger Entwicklungen werden als Chancen verstanden.

Die Chancen- und Risikoidentifikation erfolgt dabei durch erfahrene Risiko-Manager in den jeweiligen Tochtergesellschaften im In- und Ausland. Basis sind klar definierte Prozesse und ein einheitliches, zentral verwaltetes Chancen- und Risikomanagementsystem (DOUGLAS Risiko Radar). Dieses System ermöglicht das Aufzeigen von Chancen und Risiken, deren monetäre Bewertung sowie die Dokumentation der ergriffenen Maßnahmen. Der DOUGLAS Risiko Radar entspricht den Vorgaben des Gesetzes über Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich (KonTraG).

Die Konzernrevision überprüft im Zuge ihrer Ordnungsmäßigkeitsprüfungen fortlaufend die Effizienz des Chancen- und Risikomanagementprozesses. Über ein standardisiertes Berichtswesen werden die erkannten Chancen und Risiken turnusmäßig aufbereitet und dem Vorstand der DOUGLAS HOLDING vorgelegt, wodurch dessen zeitnahe Information sichergestellt wird. In Fällen kurzfristig auftretender, wesentlicher Chancen und Risiken erhält der Vorstand unabhängig von den Berichtszyklen umgehend alle erforderlichen Informationen.

Umfeldchancen und -risiken

Die volkswirtschaftliche Entwicklung in den wichtigsten Märkten und die damit einhergehende Veränderung des Konsumverhaltens haben wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der DOUGLAS-Gruppe. Die DOUGLAS-Gruppe wertet regelmäßig volkswirtschaftliche Studien und Prognosen aus, um Erkenntnisse über die voraussichtliche Entwicklung der Konjunktur in den für sie relevanten Ländern zu gewinnen.

Die Konjunktur- und Einkommenserwartungen der Verbraucher beeinflussen in hohem Maße die Konsumnachfrage und damit die Umsatzentwicklung der DOUGLAS-Gruppe auf vergleichbarer Fläche sowie nachfolgend das Konzernergebnis. Die Abhängigkeit von einzelnen Märkten wird durch die Präsenz in 17 Ländern reduziert.

Zur Optimierung der Chancen und Reduzierung der Risiken aus der Internationalisierung werden die nationalen politischen, wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen durch erfahrene Geschäftsführer vor Ort beobachtet und bewertet. Dabei gilt immer der Grundsatz des renditeorientierten Wachstums mit konsequenter Fokussierung auf profitable Geschäftsmodelle. Nach Abschluss des Programms zur Filialnetzbereinigung und dem Ausstieg aus Dänemark, den USA und Russland konzentriert sich die DOUGLAS-Gruppe nun darauf, die Marktposition in den europäischen Kernländern auszubauen.

Um auf veränderte Rahmenbedingungen zeitnah reagieren zu können, werden neben der regelmäßigen Aktualisierung der Planungsrechnungen auch Szenario-Analysen erstellt.

Geschäftschancen und -risiken

Technologische Weiterentwicklungen und der Wandel von traditionellen Vertriebsformen hin zu internetbasierten Vertriebskanälen eröffnen sowohl Chancen als auch Risiken. Hier gilt es, sich durch sinnvolle Investitionen als Multichannel-Anbieter zu positionieren.

Eine wesentliche Chance stellt für die DOUGLAS-Gruppe die enge Verzahnung der Online-Shops und stationären Filialen dar. So wird dem Kunden die Möglichkeit eröffnet, ein Produkt im Internet oder mobil zu bestellen und es als Geschenk verpackt in der Filiale abzuholen.

Für eine internationale Handelsgruppe stellen Veränderungen des Konsumverhaltens, insbesondere sich ändernde Ansprüche des Kunden, bedeutende Chancen und Risiken dar. Ein ständig weiterentwickeltes Customer-Relationship-Management dient als Kommunikationsplattform und trägt zu einem besseren Verständnis der Kundenwünsche bei.

In der Parfümeriesparte werden das umfangreiche Beauty-Sortiment, das attraktive Lifestyle-Ambiente und der mehrfach ausgezeichnete erstklassige Service kontinuierlich durch neue Konzepte erweitert. Beispiele dafür sind die überaus erfolgreiche Douglas-Box-of-Beauty oder die Entwicklung spezieller Filialkonzepte für Standorte, die sich durch besonders anspruchsvolle Kunden oder besonders junge, trendorientierte Kunden auszeichnen.

Die Buchsparte steht, wie die gesamte Buchbranche, durch die wachsende Bedeutung des Online-Einkaufs und die Digitalisierung der Buchinhalte vor großen Herausforderungen. Eine Erweiterung des Buchsortiments um sinnvolle Ergänzungen wie zum Beispiel Spielwaren oder Bastelbedarf soll dazu beitragen, den Rückgang im stationären Buchgeschäft zu kompensieren. Um die Attraktivität seiner Online-Shops und digitalen Angebote in einem Marktumfeld zu erhöhen, das durch die wachsende Präsenz global agierender Wettbewerber geprägt ist, hat Thalia im Herbst 2011 Layout und Nutzerfreundlichkeit weiter verbessert. Im stark wachsenden Markt für digitale Buchinhalte will Thalia die Vermarktung seines umfangreichen eBook-Angebotes auch durch die Weiterentwicklung des eigenen eReaders OYO fördern.

Bei Christ wird der weitere Ausbau des Exklusiv- und Eigenmarkenanteils vorangetrieben. Wie auch bei Hüssel und AppelrathCüpper wurde der Web-Auftritt inklusive Online-Shop zu Beginn des Geschäftsjahres neu aufgesetzt und weiterentwickelt, um auch online das Markenbild zu schärfen.

Beschaffungs- und Absatzchancen und -risiken

Um attraktive und zeitgemäße Sortimente zu gewährleisten, unterhält die DOUGLAS-Gruppe Geschäftsbeziehungen zu einer Vielzahl ausgewählter Lieferanten und Hersteller. Durch langfristig ausgerichtete Lieferbeziehungen und kontinuierliche Marktbeobachtungen werden Beschaffungsrisiken reduziert. Dies ist von besonderer Bedeutung bei Lieferanten, deren Produkte schwer substituierbar sind. Im Falle einer Vertragsbeendigung können Sortimentslücken entstehen, die sich negativ auf die Umsatz- und Ertragsituation auswirken. Auch dieses Risiko wird durch langfristige Vertragsbeziehungen reduziert.

Steigende Miet- und Strompreise sowie der zunehmende Wettbewerb machen ein intensives Kostenmanagement erforderlich. Alle Aktivitäten werden einer regelmäßigen Bewertung unterzogen, um frühzeitig Trends zu erkennen und entsprechend auf diese reagieren zu können.

Finanzwirtschaftliche Chancen und Risiken

Die DOUGLAS-Gruppe weist ein moderates finanzwirtschaftliches Risikoprofil auf. Währungsrisiken bestehen aufgrund der Konzentration auf den Euro-Raum nur begrenzt. Gleiches gilt für Liquiditäts- und Zinsrisiken aufgrund der soliden Kapital- und Finanzierungsstruktur. Ausfallrisiken begegnet die DOUGLAS-Gruppe, indem das Geschäftsvolumen sowohl hinsichtlich der Anlage liquider Mittel als auch bezogen auf Finanzinstrumente auf mehrere Kontrahenten verteilt wird. Vor dem Hintergrund der Ausfallrisiken ist das Ziel, die Anlage größerer Finanzmittel auf Banken im Inland mit erstklassiger Bonität zu konzentrieren. Ausführliche Erläuterungen zu den finanzwirtschaftlichen Risiken und deren Management finden sich im Konzernanhang auf den Seiten 160 bis 165.

□ 160-165

Forderungsausfallrisiko

Das Forderungsausfallrisiko ist für die DOUGLAS-Gruppe nur von geringer Relevanz. Die kontinuierliche Bewertung und Überwachung der Forderungen mittels eines aktiven Forderungsmanagements durch interne wie externe Dienstleister minimiert die Risiken des Forderungsausfalls gruppenweit. Dabei steht insbesondere die Vermeidung von Ausfallrisiken bei größeren Kontrahenten im Fokus. 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 eingerichteten Kontrollverfahren unwesentlich.

Informationstechnologische Chancen und Risiken

Die zunehmende Integration der IT-Systeme in die Geschäftsprozesse, von der elektronischen Bestellung bis hin zur Verkaufsabwicklung in auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittene Online-Shops erhöht den Stellenwert der IT. Die Abhängigkeit von Verfügbarkeit und Qualität der Daten stellt ein wachsendes Risikopotenzial dar. Um diesen Risiken zu begegnen, wird eine konzernweit verbindliche IT-Sicherheitsinfrastruktur bereitgestellt. Umfassende Vorkehrungen wie Firewalls und ein tagesaktueller Virenschutz schützen die Verfügbarkeit, Zuverlässigkeit und Effizienz der Systeme und Daten. Die Systeme werden regelmäßig durch externe Experten auf mögliche Sicherheitslücken hin überprüft. Schulungen aller beteiligten Mitarbeiter und die besondere Berücksichtigung des Datenschutzes gewährleisten eine hohe Sicherheit der Geschäfts- und Kundendaten und gehen teilweise weit über die gesetzlichen Anforderungen hinaus.



Nach Umbau im neuen Gewand: Das AC- Modehaus auf Essens Top-Einkaufsmeile, der Kettwiger Straße.

Darüber hinaus gewährleisten ein hochmodernes Rechenzentrum sowie ständige Kontrollen und Überwachungen der Systeme im Rahmen von Notfallplänen und Notfallübungen die Qualität und Sicherheit der Prozesse im Bereich der Datenverarbeitung.

Die weitgehende Standardisierung der EDV-Infrastrukturen im Konzern über die Einführung eines einheitlichen Kassensystems und die Weiterentwicklung der Warenwirtschaftssysteme ermöglichen es, effektiver und effizienter zu arbeiten.

Personalchancen und -risiken

Wesentliche Erfolgsfaktoren der Lifestyle-Philosophie sind die kompetente Beratung und ein herausragender Service. Dementsprechend stellen mangelnde Qualifikation und unzureichende Serviceorientierung der Mitarbeiter wesentliche Risiken dar. Zur Identifikation von Verbesserungspotenzialen wird die Servicequalität durch externe Testkäufer gemessen. Eine besondere Herausforderung im täglichen Kundenkontakt liegt in der Verknüpfung der Vertriebswege Online-Shops und Filialen. Hier gilt es, entsprechendes Know-how und Verständnis bei den Mitarbeitern aufzubauen. Viele langjährig gelernte Prozesse haben sich in kurzer Zeit geändert bzw. sind komplexer geworden. Ein Beispiel ist die Wandlung des Buchhändlers zum Medien- und Multichannel-Händler. Neben der Schaffung eines positiven Arbeitsumfeldes steht deshalb auch die betriebliche Aus- und Weiterbildung im Fokus.

Die Förderung des Management-Nachwuchses wird mittels internationaler Management-Entwicklungsprogramme realisiert. Die Top-Führungskräfte haben 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. Dadurch wird die Versorgung mit qualifizierten Nachwuchsführungskräften sichergestellt.

Rechtliche Chancen und Risiken

Wesentliche rechtliche Risiken sind mögliche Verstöße gegen gesetzliche Bestimmungen oder unternehmensinterne Richtlinien. 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, die notwendigen Anpassungen vorzunehmen. Entsprechend erfolgt durch den Zentralbereich Recht und ausgewiesene Fachanwälte eine intensive Sensibilisierung für diese Themen.

Grundsätzlich unterliegen alle wesentlichen Verträge einer juristischen Vorprüfung. Für verbleibende potenzielle Schadensfälle und Haftungsrisiken besteht teilweise Versicherungsschutz, dessen 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.

Internes Kontrollsystem und Risikomanagementsystem bezogen auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess

Das rechnungslegungsbezogene interne Kontroll- und Risikomanagementsystem der DOUGLAS-Gruppe dient dazu, das Risiko einer materiellen Falschaussage in der Rechnungslegung sowie in der externen Berichterstattung zu minimieren, beziehungsweise Fehlentwicklungen rechtzeitig zu erkennen und gegensteuernde Maßnahmen zu ergreifen. Hierdurch wird gewährleistet, dass konzernrelevante Sachverhalte gesetzeskonform und normengerecht in den Einzelabschlüssen und im Konzernabschluss dargestellt werden.

Zur Erstellung der Einzelabschlüsse verfügt die DOUGLAS-Gruppe über eine einheitliche Bilanzierungsrichtlinie, die regelmäßig den rechtlichen Rahmenbedingungen angepasst wird. Diese Konzernbilanzierungsrichtlinie regelt die Rechnungslegung nach IFRS für alle Konzerngesellschaften im In- und Ausland, um die für den IFRS-Konzernabschluss einheitlichen Ansatz-, Bewertungs- und Ausweismethoden zu gewährleisten. Die Richtlinienkompetenz hierfür liegt zentral bei der DOUGLAS HOLDING AG.

Die Einzelabschlusserstellung der Konzerngesellschaften nach lokalen Rechnungslegungsgrundsätzen (HB I) erfolgt überwiegend mithilfe der zentralen ERP-Software SAP (SAP-FI). Die hierbei im Rahmen der Rechnungslegung notwendigen Arbeitsschritte werden vielfältigen automatischen und manuellen Kontrollen und Plausibilitätsprüfungen unterzogen. Schlüsselkontrollen sind zum Beispiel die Abstimmung von Haupt- und Nebenbüchern. Weitere regelmäßige Kontrollen, wie die automatische Rechnungskontrolle und -verarbeitung, der tägliche Abgleich der Umsätze der Filialen mit den Einzahlungen der Geldmittel auf den Bankkonten oder die Überprüfung von Buchungsabbrüchen, helfen, eine hohe Qualität der Einzelabschlüsse sicherzustellen. Nach endgültiger Freigabe der Einzelabschlüsse ist eine nachträgliche Veränderung durch die Buchhaltung nicht mehr möglich.

Die Konsolidierung der Einzelabschlüsse der Konzerngesellschaften erfolgt für alle Gesellschaften über die Software Hyperion Financial Management (HFM). Hier ist ein einheitlicher Kontenplan hinterlegt, der von allen Gesellschaften anzuwenden ist und durch die DOUGLAS HOLDING AG vorgegeben und gepflegt wird. Die in SAP erstellten Einzelabschlüsse werden automatisch an HFM übergeben; notwendige Anpassungen an die konzern-einheitlichen Ansatz-, Bewertungs- und Ausweismethoden erfolgen dezentral innerhalb von HFM (HB II). Außer den eigentlichen Abschlüssen werden durch HFM und einzelne

Zusatzsysteme weitere abschlussrelevante Informationen zur Steuerabgrenzung, Konsolidierung und zur Erstellung des Anhangs übergeben.

Die übergebenen Daten werden anschließend automatisch auf Plausibilität überprüft. Sollten Warn- oder Fehlermeldungen auftreten, werden diese von der jeweiligen Gesellschaft der DOUGLAS-Gruppe bearbeitet. Manuelle Kontrollen hinsichtlich Qualität und Vollständigkeit werden durch die Konzernbilanzierung vorgenommen.

Ein weiteres Kontrollinstrument stellen die Abschlusspräsentationen der Einzelgesellschaften dar. Hier berichten die Geschäftsführer und Abschlussprüfer aller wesentlichen Gesellschaften nach zentralen, einheitlichen Vorgaben über die jeweiligen Einzelabschlüsse einem Gremium, bestehend aus dem Vorstand, dem Fachbereich Konzernbilanzierung und dem Konzernabschlussprüfer und stellen sich einer kritischen Diskussion. Anschließend bestätigt die jeweilige Geschäftsführung die Einhaltung aller Vorgaben sowie die Vollständigkeit aller für den Konzernabschluss relevanten Daten mit einer internen Vollständigkeitserklärung.

Die im Rahmen der anschließenden Konsolidierung im Fachbereich Konzernbilanzierung notwendigen Arbeitsschritte werden verschiedenen automatischen und manuellen Kontrollen und Plausibilitätsprüfungen unterzogen. Als wesentliche Kontrollen sind hier die automatisierten Plausibilitätsprüfungen sowie manuelle Soll-Ist- und Ist-Vorjahr-Vergleiche zu sehen. Die Erstellung der Kapitalflussrechnung und der Eigenkapitalveränderungsrechnung erfolgt ebenso wie die Segmentberichterstattung systemgestützt.

Bewertungen im Zusammenhang mit Erwerben von Anteilen (zum Beispiel Kaufpreisallokation) erfolgen bei wesentlichen Erwerben grundsätzlich auf der Basis externer Bewertungsgutachten. Für die Bewertungen von Rückstellungen, im Wesentlichen Personalarückstellungen, werden im Rahmen des Abschlusserstellungsprozesses regelmäßig externe Gutachter eingesetzt.

Für die wesentlichen Abläufe der Einzel- und Konzernabschlusserstellung sind Organisationshandbücher, Handlungsanweisungen und Richtlinien in deutscher und englischer Sprache verfasst. Diese werden regelmäßig den aktuellen Gegebenheiten angepasst und sind allen beteiligten Mitarbeitern in allen Gesellschaften zugänglich.

Grundsätzlich wird das Vier-Augen-Prinzip beachtet. Das bedeutet, alle wesentlichen Vorgänge werden durch mindestens eine zweite Person kontrolliert. Dabei wird bei allen Vorgängen das Prinzip der Funktionstrennung beachtet. Das heißt, die Rechte und Befugnisse der Mitarbeiter sind soweit beschränkt, dass eine Vier-Augen-Prüfung nicht unterlaufen werden kann. In einigen Konzerngesellschaften ist aufgrund der geringen Personalstärke eine solche Funktionstrennung nicht möglich. Hier sind kompensierende Kontrollmechanismen im Einsatz, die einen möglichen Missbrauch verhindern beziehungsweise aufdecken sollen.

Die Einhaltung und Durchführung dieser Kontrollen wird durch den Bereich Konzernrevision & Riskmanagement regelmäßig sowohl betriebswirtschaftlich als auch technisch überprüft. Dazu erstellt der Bereich Konzernrevision & Riskmanagement in Abstimmung mit dem Vorstand und den Geschäftsführern der Konzerngesellschaften jährlich einen risikoorientierten Prüfungsplan, der im laufenden Jahr bei Bedarf um Sonderprüfungen ergänzt wird. Die Ergebnisse dieser Prüfungen werden dem Finanzvorstand sowie dem Boardvorsitzenden und den Geschäftsführern der geprüften Einheiten vorgelegt, und es werden Maßnahmen getroffen, um die aufgedeckten Risiken zu minimieren.

Neben den inhaltlichen und technischen Risiken können Risiken auch aus dem Versäumen formaler Fristen und Termine entstehen. Zur Vermeidung dieser Risiken werden die Arbeitsabläufe zur Einzel- und Konzernabschlusserstellung inhaltlich und zeitlich durch

den Fachbereich Konzernbilanzierung überwacht. Der Abschlusserstellungsprozess ist außerdem detailliert in einem Ablaufplan dargestellt, der die einzelnen Schritte mit Termin und Verantwortlichkeit enthält.

Um die Verlässlichkeit, Vertraulichkeit und Verfügbarkeit der Daten zu gewährleisten, sind klare Zugriffsregelungen in den rechnungslegungsbezogenen IT-Systemen definiert. Jede Konzerngesellschaft im In- und Ausland unterliegt diesen Regelungen, die in einer IT-Sicherheitsleitlinie zusammengefasst sind und deren Einhaltung konzernweit durch die Konzernrevision überwacht wird. Dadurch wird sichergestellt, dass die Nutzer der Systeme nur auf jene Informationen und Systeme Zugriff haben, die sie zur Erfüllung ihrer Aufgaben benötigen.

Im Rahmen der Abschlussprüfung untersucht zudem der externe Abschlussprüfer ausgewählte interne Kontrollen und beurteilt deren Effektivität. Außerdem werden die Einzelabschlüsse der Gesellschaften geprüft. Hierbei werden auch die Einhaltung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften überprüft und die Richtigkeit und Vollständigkeit aller anderen dezentral erstellten konzernabschlussrelevanten Dokumente sichergestellt.

Beurteilung der Risikosituation der DOUGLAS-Gruppe durch die Unternehmensleitung

Grundlage der Beurteilung der Risikosituation ist das in der DOUGLAS-Gruppe eingesetzte Risiko- und Chancen-Managementsystem, das in den Boardmeetings mit dem Management der Tochtergesellschaften regelmäßig diskutiert wird.

Zu den Hauptrisiken der DOUGLAS-Gruppe gehört die konjunkturelle Entwicklung in wesentlichen Märkten und das daraus resultierende Konsumverhalten. Darüber hinaus sind es strukturelle Veränderungen, wie sie derzeit in der Buchbranche zu beobachten sind, die grundlegende Anpassungen des bisherigen Geschäftsmodells erfordern.

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

Gesetzliche Angaben

Übernahmerechtliche Angaben gemäß § 289 Abs. 4 i. V. mit § 315 Abs. 4 HGB

Das Grundkapital der Gesellschaft betrug am Bilanzstichtag am 30. September 2011 118.131.666 Euro und war bei einem rechnerischen Nennwert je Aktie von 3,00 Euro in 39.377.222 auf den Inhaber lautende Stückaktien eingeteilt.

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

Eine direkte Beteiligung am Kapital der Gesellschaft, die zehn Prozent der Stimmrechte überschreitet, hielt die Dr. August Oetker Finanzierungs- und Beteiligungs GmbH am Bilanzstichtag mit 25,81 Prozent. Die Müller Ltd. & Co. KG hat laut Stimmrechtsmitteilung nach § 21 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 24. Januar 2011 die Schwelle von 10 Prozent überschritten hat und zu diesem Tag 10,062 Prozent betrug; es liegen keine Mitteilungen vor, dass die Schwelle von 10 Prozent bis zum Bilanzstichtag unterschritten wurde.

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 167 bis 168 im Anhang zu finden.

167–168 □

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

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 1.077.270 Euro zu erhöhen (genehmigtes Kapital II).

Die syndizierte Kreditfazilität der DOUGLAS HOLDING AG und weitere bilaterale Kreditvereinbarungen enthalten marktübliche „Change-of-Control“-Klauseln, die den Vertragspartnern im Falle einer Veränderung der Kontroll- und Mehrheitsverhältnisse an der Gesellschaft zusätzliche Informations- und Kündigungsrechte einräumen.

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

Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 a HGB

Die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 a HGB umfasst die Entsprechenserklärung nach § 161 AktG, Angaben zu den Unternehmensführungspraktiken sowie die Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat. Die Erklärung wird auf der Homepage der DOUGLAS HOLDING AG www.douglas-holding.com unter „Investor Relations/Corporate Governance“ veröffentlicht.

Prognosebericht und Gesamtaussage des Vorstandes

Schwellenländer stützen Weltkonjunktur

Die Aussichten für die Weltkonjunktur haben sich nach Einschätzung des Instituts für Weltwirtschaft (IfW) im Herbst 2011 deutlich verschlechtert. Für die fortgeschrittenen Volkswirtschaften⁴⁾ wird eine sinkende Kapazitätsauslastung erwartet, wodurch das reale Bruttoinlandsprodukt in dieser Ländergruppe nach Einschätzung des IfW im Jahr 2012 lediglich

⁴⁾ Europäische Union, Schweiz, Norwegen, Südkorea, USA, Japan, Kanada

um 1,3 Prozent steigen dürfte. In den ostasiatischen Schwellenländern sowie in China soll hingegen die Wirtschaft mit 5 Prozent beziehungsweise 8 Prozent deutlich stärker wachsen. Für die gesamte Weltwirtschaft wird ein Wachstum von 3,5 Prozent prognostiziert.

Schwache Konjunktur im Euroraum

Mit der Verschärfung der Staatsschuldenkrise, der Unsicherheit über die Stabilität des Bankensystems sowie einer nachlassenden Wachstumsdynamik in den Schwellenländern haben sich die Erwartungen an die wirtschaftliche Entwicklung im Euroraum deutlich verschlechtert. Die EU-Kommission geht daher für das erste Halbjahr 2012 von einer stagnierenden Wirtschaftsleistung aus. Unter der Voraussetzung, dass die politischen Maßnahmen zur Eindämmung der Staatsschuldenkrise greifen, wird wieder mit einem leichten Wirtschaftswachstum im zweiten Halbjahr 2012 gerechnet. Insgesamt prognostiziert die EU-Kommission für den Euroraum für das Jahr 2012 einen Anstieg des realen Bruttoinlandsproduktes um lediglich 0,5 Prozent. Angesichts der schwachen Konjunkturprognose wird davon ausgegangen, dass sich die Arbeitslosigkeit in den Ländern des Euroraums leicht auf 10,1 Prozent erhöht. In den Euro-Krisenländern Spanien und Portugal erreicht die Arbeitslosenquote nach dieser Prognose 20,9 Prozent beziehungsweise 13,6 Prozent. Entsprechend dürfte der private Konsum im Euroraum real nur um 0,4 Prozent steigen.

Leichtes Wachstum in Deutschland

Erhöhte Unsicherheiten infolge der EU-Staatsschuldenkrise und eine Verschlechterung der internationalen Rahmenbedingungen werden nach Auffassung der deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute im Winterhalbjahr 2011/12 zu einer stagnierenden Produktionsleistung in Deutschland führen. Bei einer Entspannung der Schulden- und Vertrauenskrise in Europa rechnen die Wirtschaftsforscher jedoch ab dem zweiten Quartal 2012 mit einem erneuten Konjunkturwachstum. Für das Gesamtjahr 2012 prognostizieren die Institute einen Anstieg des realen Bruttoinlandsproduktes von 0,8 Prozent. In diesem Fall sollte die erwartete Konjunkturabschwächung zu Beginn des Jahres 2012 keinen negativen Einfluss auf den inländischen Arbeitsmarkt haben.

Zufriedenstellendes Weihnachtsgeschäft

Die deutschen Einzelhändler zeigten sich nach Angabe des Handelsverbandes Deutschland (HDE) mit dem Weihnachtsgeschäft 2011 zufrieden. Für die Monate November und Dezember 2011 hatte der Verband auf der Basis von Händlerbefragungen einen Umsatzanstieg von nominal 1,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erwartet. Nach einer ersten Einschätzung des HDE hat hierzu der Online-Handel mit einer deutlichen Umsatzsteigerung um 10 Prozent auf 6,5 Milliarden Euro überproportional beigetragen.

Steuerliche und rechtliche Änderungen in Deutschland

Wesentliche zukünftige Änderungen der steuerlichen und rechtlichen Einflussgrößen sind derzeit nicht bekannt.

Strategische Ausrichtung der DOUGLAS-Gruppe

Die DOUGLAS-Gruppe wird ihre bestehende strategische Ausrichtung weiter verfolgen. Diese hat zum Ziel, in allen Unternehmensbereichen Marktanteile zu gewinnen, um eine führende Position zu erreichen oder zu festigen. Die Absatzmärkte der Gruppe liegen dabei unverändert in Europa. Neue geographische Märkte werden aus heutiger Sicht im laufenden und kommenden Geschäftsjahr nicht erschlossen.



Confiserie in frischer Optik: Hussel im „Breuningerland“ im schwäbischen Ludwigsburg.

Der Fokus der DOUGLAS-Gruppe liegt auf dem Ausbau und der Modernisierung des Vertriebsnetzes. Für Neueröffnungen, Modernisierungen und sonstige Investitionen ist im laufenden Geschäftsjahr 2011/12 ein Budget von rund 120 Millionen Euro geplant, nach 125 Millionen Euro im Vorjahr. Sollten sich die volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen deutlich verbessern, ist mittelfristig ein Investitionsvolumen von rund 150 Millionen Euro zu erwarten. Neben Neueröffnungen beabsichtigt die DOUGLAS-Gruppe auch, über Akquisitionen zu wachsen. Entsprechende Möglichkeiten werden fortlaufend beobachtet und bewertet.

Mit der konsequenten Verfolgung der Multichannel-Strategie kann die DOUGLAS-Gruppe von einem Wachstumspotenzial profitieren, das die Entwicklungsmöglichkeiten von stationären Einzelhändlern beziehungsweise reinen Online-Händlern übersteigt. Durch die Verknüpfung mehrerer Vertriebswege generiert die DOUGLAS-Gruppe weitere Vorteile für den Kunden wie beispielsweise die Onlinebestellung mit der Option zur Abholung der Produkte in der Filiale. Prozessoptimierungen in den Bereichen Logistik und IT werden die Grundlage für eine erfolgreiche Umsetzung der Multichannel-Strategie schaffen. Auch die Entwicklungen im Bereich Web 2.0 werden in der DOUGLAS-Gruppe als Chance genutzt, um aktiv mit den Kunden zu kommunizieren.

Darüber hinaus setzt der Konzern verstärkt auf technische Innovationen, um dem Kunden mehr Komfort beim Einkauf zu bieten. So ist die DOUGLAS-Gruppe das erste Unternehmen, das seine Filialen bundesweit mit der NFC-Technologie für kontaktloses Bezahlen ausrustet. Die Douglas-Parfümerien testen darüber hinaus den Einsatz mobiler Kassen, die insbesondere zu Spitzenzeiten die Wartezeiten verkürzen sollen.

In allen operativen Bereichen – mit Ausnahme des Buchbereiches – kommt den Eigen- und Exklusivmarken eine große Bedeutung in der Sortimentsgestaltung zu. Sie stellen ein wichtiges Instrument zur Kundenbindung und zur Differenzierung vom Wettbewerb dar. Im Bereich Parfümerien soll der Umsatzanteil der Eigen- und Exklusivmarken in zwei Jahren 20 Prozent erreichen.

Der DOUGLAS-Gruppe stehen verschiedene Quellen zur Finanzierung der Investitionen und möglicher Akquisitionen zur Verfügung. Hierzu zählen die bestehenden liquiden Mittel, der operative Cash Flow sowie Bankkredite. Neben der syndizierten Kreditfazilität, die mit elf Banken bis September 2012 vereinbart wurde, bestanden zum 30. November 2011 bilaterale Kreditlinien in Höhe von 350 Millionen Euro, die langfristig abgeschlossen wurden und nach Ablauf des syndizierten Kredits die Finanzierung der Gruppe sicherstellen. Zum Stichtag verfügte der Konzern aus der syndizierten Kreditfazilität über nicht in Anspruch genommene Ziehungsmöglichkeiten in Höhe von 451 Millionen Euro. Größere Finanzierungsmaßnahmen sind aus heutiger Sicht nicht erforderlich.

Im laufenden und kommenden Geschäftsjahr wird keine wesentliche Änderung der Kostenstruktur erwartet. Die Personalaufwandsquote dürfte weiterhin rund 22 Prozent vom Nettoumsatz betragen. Auch die Mietaufwandsquote sollte aufgrund der langfristigen Verträge relativ stabil bleiben. Energiekosten von rund einem Prozent des Nettoumsatzes werden auch künftig erwartet.

Wirtschaftlicher Ausblick der Geschäftsbereiche in den Geschäftsjahren 2011/12 und 2012/13

Der Schwerpunkt der Investitionen wird im laufenden und kommenden Geschäftsjahr weiterhin auf den **Douglas-Parfümerien** liegen. Die Attraktivität des Filialnetzes steht dabei im Mittelpunkt. Rund 75 Millionen Euro werden im Geschäftsjahr 2011/12 in die Neueröffnung von 40 Filialen sowie in Flächenerweiterungen und die Modernisierung des bestehenden Filialnetzes investiert. In geeigneten Toplagen ausgewählter deutscher Großstädte soll das Filialnetz verdichtet werden. Beim Ausbau des Vertriebsnetzes im Ausland wird der Fokus auf Polen und Italien liegen.

Im europäischen Ausland hat Douglas sein Filialnetz in den letzten beiden Jahren erfolgreich optimiert und konzentriert sich jetzt auf die Sicherung und Stärkung der Marktposition in den bestehenden Märkten. Neue Märkte werden in den nächsten beiden Geschäftsjahren voraussichtlich nicht erschlossen. Nach wie vor stellt Deutschland den bedeutendsten Absatzmarkt dar. Die stabilen Umsatz- und Ergebnisbeiträge aus dem Inland sollten auch in Zukunft die noch anhaltende schwächere Entwicklung in einzelnen Auslandsmärkten kompensieren können.

Neben der Festigung der Marktposition bleibt die Lifestyle-Philosophie ein wesentlicher Erfolgsfaktor der Douglas-Parfümerien. Für Standorte mit entsprechendem Potenzial wird Douglas spezielle Formate testen, um den Kunden ein besonderes Einkaufserlebnis zu bieten und neue Zielgruppen zu gewinnen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Optimierung der Sortimente. Als Trendsetter und Marktführer ist Douglas insbesondere in Deutschland ein bevorzugter Partner der Industrie für den exklusiven Vertrieb von innovativen Produkten. Darüber hinaus besetzt Douglas mit eigenen Marken Nischensegmente. Der Anteil der Eigen- und Exklusivmarken am Gesamtumsatz der Douglas-Parfümerien soll in den nächsten zwei Jahren 20 Prozent erreichen. Zur Stärkung der Kundenbindung setzt Douglas neben den bewährten Instrumenten wie der Douglas Card zukünftig auf den Ausbau des Customer-Relationship-Management (CRM), um eine noch gezieltere Kundenansprache zu ermöglichen.

Ein zentrales Thema ist die Weiterentwicklung der Multichannel-Aktivitäten. Der Online-Shop www.douglas.de ist der erfolgreichste seiner Branche in Deutschland. Auch im Ausland bietet Douglas zunehmend die Möglichkeit zum Online-Shopping. Douglas wird insbesondere die Verknüpfung von Internet und Filiale vorantreiben, um seinen Kunden die Vorteile eines echten Multichannel-Händlers zu bieten.



Die **Thalia-Gruppe** wird ihre Aktivitäten unverändert auf die Märkte Deutschland, Österreich und die Schweiz konzentrieren. Für das Geschäftsjahr 2011/12 ist ein Investitionsbudget von rund 20 Millionen Euro geplant, das in die Neueröffnung von acht Multichannel-Buchhandlungen, die Modernisierung des Filialnetzes und in die weitere Entwicklung der Online-Shops fließen soll.

Thalia will seine starke Marktposition in den drei Vertriebswegen stationär, online und digital weiter festigen. Gleichzeitig trifft Thalia Maßnahmen, um den Herausforderungen im stationären Bereich zu begegnen: der Verschiebung von Käuferströmen in das Internet und der Verschiebung vom physischen Buch zum digitalen Buch. Um die dadurch beeinträchtigte Flächenproduktivität in seinen Buchhandlungen wieder zu erhöhen, testet Thalia Zusatzsortimente, die unter Berücksichtigung der lokalen Gegebenheiten in das jeweilige Filialsortiment integriert werden können. Hierzu zählen insbesondere Spielwaren, Trendartikel und Geschenke sowie Bürobedarf, Papier- und Schreibwaren. Als Marktführer im Sortimentsbuchhandel im deutschsprachigen Raum setzt Thalia weiterhin auf ein inspirierendes Ambiente sowie die Beratungskompetenz der Mitarbeiter, die sich auch auf Online-Aktivitäten und das digitale Angebot erstreckt.

Im Online-Bereich wird Thalia ab dem laufenden Geschäftsjahr umfangreiche Investitionen vornehmen. Mit einem Relaunch im Herbst 2011 wurde die Nutzerfreundlichkeit der Thalia-Shops bereits deutlich verbessert. Ein weiteres Ziel bestand darin, die beiden Verkaufskanäle online und stationär noch stärker zu verzahnen. So wird beispielsweise Kunden, die ihre Online-Bestellung in der Filiale abholen möchten, zukünftig eine bequeme Direkt-Reservierung dieser Artikel angeboten.

Mit der Einführung des eReaders OYO zu Beginn des abgelaufenen Geschäftsjahres hat sich Thalia erfolgreich im stark fragmentierten Markt für digitales Lesen etabliert. Die Marktposition soll mit dem Launch des OYO II und durch die Umsetzung der „Smart-Reading-Strategie“ weiter ausgebaut werden. Smart-Reading steht nicht nur für die freie Wahl des Contents, sondern zukünftig auch für die freie Wahl des Lesegerätes. Ein wichtiger Schritt hierbei war die Akquisition der textunes GmbH, einem führenden Anbieter von eBooks und plattformübergreifenden eBook-Apps. Die eReading-App von Thalia wird zunächst für das Android-Betriebssystem zur Verfügung stehen. Eine Erweiterung für andere Betriebssysteme ist in Planung.

Die **Christ-Juweliergeschäfte** werden ihre Marktposition in Deutschland weiter festigen und ihre Fachkompetenz auch als Online-Händler im Schmuck- und Uhrenbereich ausbauen. Rund 15 Millionen Euro werden im Geschäftsjahr 2011/12 in die Neueröffnung von mindestens fünf Juweliergeschäften, Spezialgeschäften sowie in das bestehende Filialnetz und die E-Commerce-Aktivitäten investiert. Ein Eintritt in neue Märkte ist nicht geplant.

Im stationären Bereich kommt der Entwicklung neuer Vertriebskonzepte unverändert eine große Bedeutung zu. Hier hat Christ bereits erfolgreich neue Formate wie Mono-Label- und Multi-Label-Stores getestet. Die bewährte Sortimentsstrategie, die auf Exklusiv- und Eigenmarken sowie gefragte Trendmarken setzt, bleibt ein wichtiges Differenzierungsmerkmal zum Wettbewerb. Um von den Vorteilen einer höheren Vertikalisierung zu profitieren, bietet Christ seinen Kunden stationär und online einen Diamant- sowie Trauringkonfigurator an. Damit entspricht Christ gleichzeitig dem anhaltenden Trend zum Individualschmuck.

- Ein wichtiger strategischer Schwerpunkt ist der Online-Shop www.christ.de, dessen Angebot und Services deutlich ausgebaut wurden. Nach einer erfreulichen Entwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr erwartet Christ auch für das kommende Jahr ein starkes Wachstum.

AppelrathCüpper wird die erfolgreiche Neupositionierung seiner 13 Modehäuser konsequent fortführen. Zu diesem Zweck sind im kommenden Geschäftsjahr Investitionen in Höhe von rund 3 Millionen Euro für Ladenbau, Warenpräsentation und den Relaunch des Online-Shops vorgesehen.

Zur Differenzierung vom Wettbewerb setzt AppelrathCüpper auch weiterhin auf die Attraktivität seiner Modehäuser, herausragende Modemarken, die Beratungskompetenz der Mitarbeiter und eine Vielzahl von Services. Der zielgruppengerechten Zusammenstellung und ansprechenden Präsentation der Sortimente auf der Verkaufsfläche kommt eine besondere strategische Bedeutung zu. Bei der Sortimentsgestaltung bieten insbesondere die Stile Trend und Premium Wachstumschancen. Darüber hinaus zielt AppelrathCüpper auf den Ausbau der Warengruppe Accessoires. Das Serviceangebot soll vor allem um weitere Vorteile für die Inhaberinnen der AC-Kundenkarte ergänzt werden.

Weitere Schwerpunkte in den kommenden beiden Geschäftsjahren sind zudem der Ausbau des in 2011 eingeführten Customer-Relationship-Managements sowie die weitere Umsetzung der Multichannel-Strategie.

Die **Hussel-Confiserien** werden die erfolgreich begonnene Neukonzeption des Sortiments und Ladenbaus fortsetzen. Für das Geschäftsjahr 2011/12 steht ein Investitionsbudget von rund 5 Millionen Euro für die Eröffnung von bis zu fünf Filialen sowie für die Umsetzung des neuen Shop-Konzeptes im Rahmen der geplanten Modernisierung zahlreicher Filialen zur Verfügung.

Hussel setzt neben einem Lifestyle-Ambiente auch weiterhin auf die Beratungsqualität seiner Mitarbeiter sowie umfassende Services. Bei der Sortimentsgestaltung wird der Fokus auf den Warengruppen Schokoladenkunst, Präsente und Trendmarken liegen. Die Sortimente sollen noch kreativer und aktueller gestaltet werden, um nicht nur die bestehenden Kunden anzusprechen, sondern neue Kundengruppen zu gewinnen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei – sowohl im Fachgeschäft als auch im Hussel-Online-Shop – auf der Erhöhung der Attraktivität für junge Zielgruppen. Darüber hinaus kann Hussel mit zertifizierten Bio-Schokoladen vom allgemeinen Trend zum bewussteren Konsum profitieren.

Mit diesen Maßnahmen und dem Ausbau seiner Fachkompetenz für Süßwaren auch im Internet wird Hussel seine herausragende Position auf dem deutschen Confiseriesmarkt stärken.

Gesamteinschätzung der DOUGLAS-Gruppe

Der Vorstand der DOUGLAS HOLDING AG beurteilt die Lage der DOUGLAS-Gruppe insgesamt positiv. Die Unternehmensgruppe konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr sowohl den Umsatz als auch das Ergebnis leicht steigern. Dabei konnte die positive Entwicklung von Douglas und Christ in Deutschland die vergleichbaren Umsatzrückgänge bei Thalia und in einigen Auslandsmärkten kompensieren.

Die DOUGLAS-Gruppe ist trotz der Herausforderungen im Buchbereich insgesamt gut aufgestellt und verfügt über eine solide Vermögens-, Finanz- und Ertragslage. Sie wird ihr Beteiligungsportfolio aus heutiger Sicht unverändert fortführen und dabei kontinuierlich Optimierungspotenziale prüfen und nutzen. Maßgeblich für den Unternehmenserfolg werden auch künftig die engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die erstklassigen Produkte sowie das moderne Filialnetz sein. Darüber hinaus wurde mit der Weiterentwicklung des Multichannel-Konzeptes eine zukunftsweisende Strategie für alle fünf Geschäftsbereiche weiter vorangetrieben.

Zu Beginn des neuen Geschäftsjahres 2011/12 hat sich der Umsatz zufriedenstellend entwickelt. Im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2011/12 – mit dem für die DOUGLAS-Gruppe wichtigen Weihnachtsgeschäft – konnten die Umsätze um rund 1 Prozent gesteigert werden. Auf vergleichbarer Fläche lag der Konzernumsatz um rund 2 Prozent über dem Vorjahresquartal.

Der Handelsverband Deutschland (HDE) erwartet für das Kalenderjahr 2011 ein Umsatzplus von nominal 2 Prozent bzw. preisbereinigt 0,5 Prozent. Für 2012 rechnet der Verband mit einer stabilen Entwicklung. Entscheidende Faktoren hierfür sind aus Sicht des Verbandes allerdings solide wirtschaftliche Rahmenbedingungen und die Erwartung an einen weiterhin niedrigen Arbeitslosenstand. Aufgrund der bestehenden Risiken aus der Staatsschuldenkrise im Euroraum für den deutschen Einzelhandel haben weder der Dachverband HDE noch die verschiedenen Branchenverbände bisher konkrete Umsatzprognosen veröffentlicht. Die Erwartungen der deutschen Parfümerieeinzelhändler für das Jahr 2011 waren nach Umfragen des Bundesverbandes Parfümerien positiv. Für 2012 wird, bei entsprechenden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, ebenfalls mit einer guten Entwicklung gerechnet. Der stationäre Buchhandel verzeichnete nach Erhebungen des Branchenorgans Buchreport kumuliert per Ende November 2011 ein Umsatzminus von rund vier Prozent. Für 2012 lagen bei Drucklegung vor dem Hintergrund einer negativen Gesamterwartung noch keine Einschätzungen vor. Der Bundesverband der Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V. erwartet für den Schmuckhandel im Gesamtjahr 2011 ein Umsatzplus von vier bis acht Prozent. Wesentlicher Treiber war der Trend zu hochwertigen Schmuckstücken und Uhren, zu einem geringeren Teil wirkten sich auch die gestiegenen Edelmetallpreise aus. Für das Jahr 2012 wurde durch den Branchenverband noch keine Prognose veröffentlicht. Nach Angaben der Fachzeitschrift Textilwirtschaft wird der deutsche Modehandel das Jahr 2011 voraussichtlich mit einem Minus von 1 Prozent abschließen und damit unter den Erwartungen der Händler bleiben. Letztere sehen der Entwicklung im Jahr 2012 mit weniger Zuversicht entgegen. Bei Schokoladenwaren meldet das Marktforschungsinstitut SymphonyIRI für den Zeitraum Januar bis Oktober 2011 einen leichten Umsatzrückgang von 0,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr; für das Gesamtjahr 2012 lagen bei Drucklegung keine Einschätzungen vor.

Trotz der weiterhin großen strukturellen Herausforderungen für die gesamte Buchbranche erwartet der Vorstand für das laufende Geschäftsjahr eine leichte Umsatzsteigerung der DOUGLAS-Gruppe auf über 3,4 Milliarden Euro und ein EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) von 200 bis 250 Millionen Euro. Für Investitionen sind rund 120 Millionen Euro vorgesehen. Hinsichtlich der Dividendenpolitik wird auch zukünftig eine Ausschüttungsquote von etwa der Hälfte des Konzernjahresüberschusses angestrebt. Die Prognose berücksichtigt alle zum jetzigen Zeitpunkt bekannten Ereignisse, die die Geschäftsentwicklung der DOUGLAS-Gruppe beeinflussen könnten.

Hagen, im Januar 2012
DOUGLAS HOLDING AG

Der Vorstand



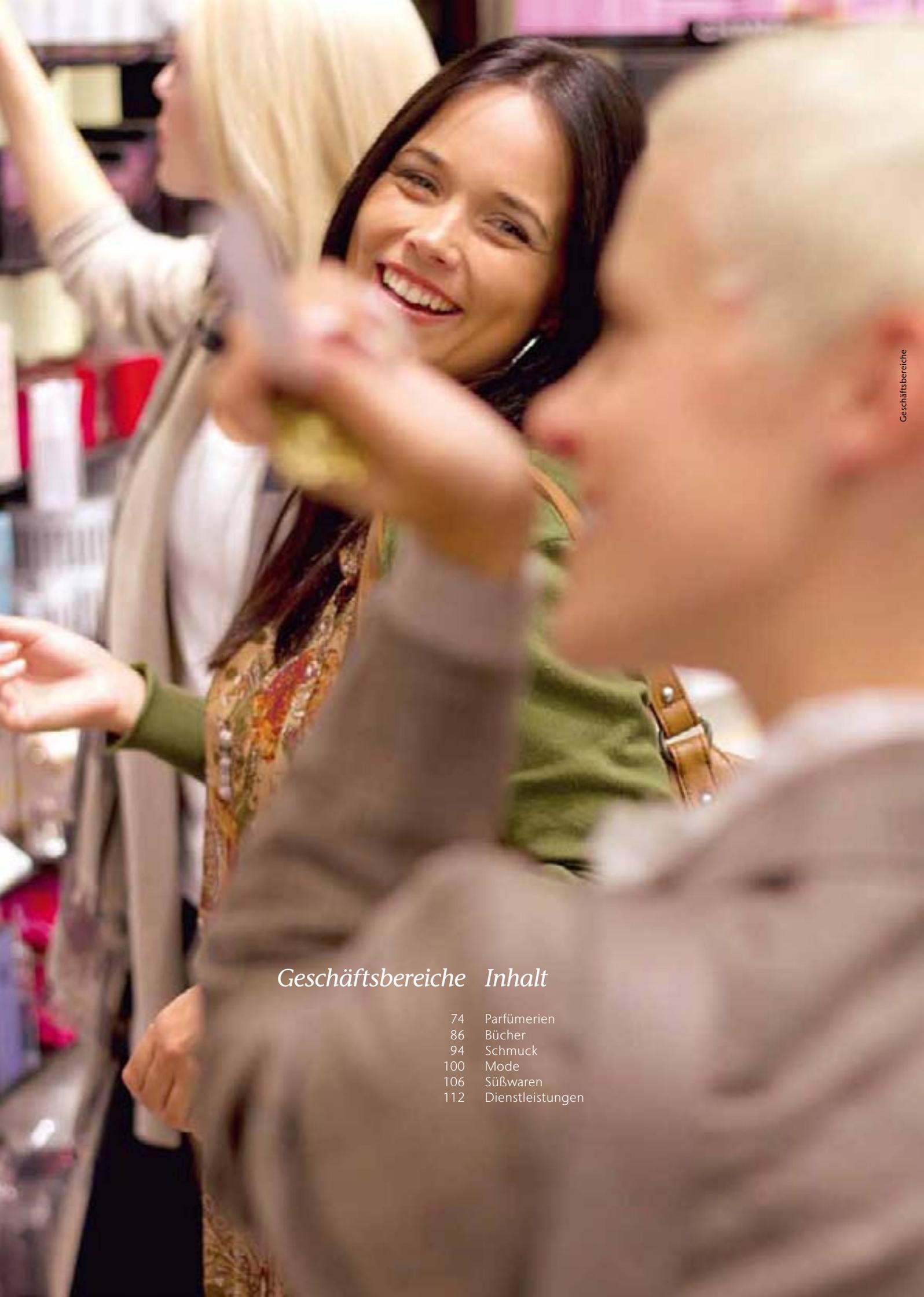
Dr. Henning Kreke



Dr. Burkhard Bamberger



Anke Giesen



Geschäftsbereiche *Inhalt*

74	Parfümerien
86	Bücher
94	Schmuck
100	Mode
106	Süßwaren
112	Dienstleistungen



Douglas

Die Welt der Schönheit

Die Douglas-Parfümerien behaupteten im Geschäftsjahr 2010/11 ihre führende Marktposition in Europa. Die Zahl der Parfümerien ging zwar – insbesondere wegen der Veräußerung der 32 russischen Parfümerien – von 1.205 auf 1.168 zurück. Dennoch erzielte Douglas mit rund 1,9 Milliarden Euro Umsätze auf Vorjahresniveau. Während die Entwicklung im Heimatmarkt Deutschland sehr positiv war, blieben die Auslandsumsätze wegen der in einigen europäischen Auslandsmärkten weiter spürbaren Folgen der Wirtschaftskrise hinter dem Vorjahr zurück. Das Investitionsvolumen in Höhe von rund 62 Millionen Euro floss insbesondere in die Eröffnung von 41 neuen Parfümerien, aber auch in die Modernisierung zahlreicher bestehender Filialen und den Ausbau der Online-Aktivitäten. Einen ganz entscheidenden Anteil am Erfolg hatten die engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die mit ihrer Begeisterung und ihrer Freundlichkeit einen Einkauf bei Douglas jeden Tag aufs Neue zu einem ganz besonderen Erlebnis für ihre Kunden machen.

Im wichtigen Heimatmarkt Deutschland bauten die 446 Douglas-Parfümerien ihre Marktführerschaft mit einem Umsatzplus von 4,6 Prozent auf über 990 Millionen Euro weiter aus.

Die Umsatzentwicklung in den verschiedenen Auslandsmärkten verlief dagegen unterschiedlich. Während sich Douglas in den Niederlanden, in Österreich und der Türkei positiv entwickelte, konnten sich die Parfümerien in Spanien, Portugal und Kroatien den Auswirkungen der internationalen Wirtschafts- und Finanzkrise nicht entziehen. Insgesamt lagen die Umsätze der 722 Douglas-Parfümerien im Ausland mit knapp 890 Millionen Euro



„Ich erfülle meinen Beruf mit Leidenschaft und Spaß, weil er sehr abwechslungsreich ist und ich den Freiraum habe, eigene Ideen zu verwirklichen. Mir bereitet es sehr viel Freude, meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in ihrer Entwicklung zu begleiten. Und ich freue mich sehr auf die Zukunft bei Douglas in dieser immer wieder faszinierenden Branche und auf alle Herausforderungen in den nächsten Jahren.“

Michaela Löseke
Bereichsleiterin Douglas Süd
seit 1999 bei Douglas



Moderne Zeiten: Immer mehr Douglas-Parfümerien verfügen über Multichannel-Tools wie stylische iPads oder virtuelle Visagisten.

um 4,7 Prozent unter dem Vorjahreswert. Auf Basis des aktuellen Länderportfolios – also bereinigt um die Marktaustritte aus Russland, USA und Dänemark – konnten die Auslandsumsätze allerdings um 0,7 Prozent gesteigert werden.

In Deutschland wurden zehn neue Parfümerien eröffnet. Ein Höhepunkt war hier die Eröffnung auf dem Kurfürstendamm in Berlin. Die aufwendig umgebaute Parfümerie präsentiert sich nun in luxuriösem Ambiente und mit außergewöhnlichen Serviceangeboten. So bringt beispielsweise ein Lieferservice alle Einkäufe und Geschenke auf Wunsch auch nach Hause. Eine exquisite Boutique von Guerlain bietet erlesene Neuauflagen französischer Duftklassiker in streng limitierter Zahl – von manchen Düften werden weniger als 50 Exemplare gefertigt.

Auch im Kölner Hauptbahnhof präsentiert sich Douglas seit der Wiedereröffnung im April 2011 in ganz neuen Dimensionen. Auf zwei Etagen und rund 1.000 Quadratmetern Verkaufsfläche bietet Douglas die ganze Welt der Schönheit für Beauty-Fans aus Köln und aus aller Welt. Interaktive Multichannel-Elemente machen diese Parfümerie zu einem ganz neuen Einkaufserlebnis. Eine technische Attraktion ist die dreigeteilte Panorama-Videowand im Erdgeschoss, deren vierfache Full-HD-Qualität bislang nur in einigen Kinos in Deutschland zu sehen war. Touch-Screens in den einzelnen Abteilungen und in der Café-Bar bieten den interaktiven Zugriff auf die gesamte Produktwelt mit ausführlichen Informationen zu jeder Marke und jedem Produkt.

Im Rahmen der Multichannel-Strategie investierte Douglas aber nicht nur ins stationäre Geschäft, sondern auch kräftig



„Da Österreich ein Land von überschaubarem Ausmaß ist, können wir viele Dinge sehr schnell umsetzen. Von einer Entscheidung in unserer Zentrale in Wien dauert es oft keine zwei Stunden bis zur Realisierung in der Parfümerie. Dabei kommt uns natürlich unsere offene, unkomplizierte und herzliche Kommunikation zugute, die wir in Österreich über alle Hierarchieebenen hinweg pflegen.“

Carmen Eichelberger
Schulungsleiterin, Douglas Österreich
seit 2010 bei Douglas

in den Online-Bereich. Der 2011 neu gestaltete Online-Shop www.douglas.de hat sich mit einem Plus von rund 32 Prozent zur umsatzstärksten „Douglas-Filiale“ entwickelt. Mit weit über einer Million Kunden ist der Online-Shop auch der mit Abstand größte Online-Beauty-Shop in Deutschland. Dabei wurde das Leistungsspektrum kontinuierlich ausgebaut. Mit über 28.000 verschiedenen Produkten und 400 Marken bietet douglas.de ein un-



Klassische Schönheit: Douglas am Berliner Ku'Damm überzeugt mit luxuriösem Ambiente und exklusiven Sortimenten aus aller Welt.



„Das Schönste ist, dass ich die Freiheit habe, unternehmerisch arbeiten zu können und dass es immer Feedback auf Erfolg gibt. Das Wichtigste für mich ist dabei, dafür zu sorgen, dass meine Mitarbeiter in ihrer Arbeit wachsen können und dabei immer selbstständiger werden. Wir wollen unsere Kunden an Douglas binden – mit persönlicher, kompetenter und fröhlicher Beratung und auch mit Multichannel.“

Wilma ten Hoor
Regiomanager, Douglas Nederland
seit 1985 bei Douglas

fangreiches Angebot, das die Kunden auch über mobile Endgeräte, wie das iPhone, kaufen können. Im Rahmen der Multichannel-Strategie können Online-Besucher darüber hinaus gezielt aktuelle Angebote und Aktionen von Filialen sichten und diese markieren, um jederzeit schnell über Events und Highlights in ihrer Lieblingsfiliale informiert zu sein.

Ein weiterer Baustein im Multichannel-Konzept ist die „Douglas-App“, die mit den verschiedenen Vertriebs- und Kommunikationskanälen des Unternehmens intelligent und effizient vernetzt ist, um den Kunden eine größtmögliche Flexibilität zu bieten. Die Kunden können Neuigkeiten aus der Douglas-Welt rund um die Uhr abrufen, sich mit dem Filial- und Eventfinder über Veranstaltungen in Douglas-Parfümerien informieren, einen Hauttypetest samt Produktempfehlungen durchführen und natürlich im umfangreichen Sortiment von Douglas einkaufen.

Im Bereich Social Media ist Douglas auf mehreren Kanälen präsent. Zum einen im sozialen Netzwerk Facebook. Hier ist Douglas seit 2010 mit einer Fanseite aktiv, auf der sich mittlerweile eine sechsstellige Zahl an Douglas-Fans in regem Dialog miteinander und dem Unternehmen befindet. Zum anderen erhalten die Kunden Tipps, Tricks und Workshops auf der Videoplattform Youtube, auf der Douglas einen eigenen, stark frequentierten Kanal betreibt.

Im Sortimentsbereich wurden die Eigen- und Exklusivmarken stark erweitert. Beispielsweise durch die neue Pflege-Serie „XL.xs“, einem innovativen Konzept aus 19 Gesichts- und Körperpflegeprodukten, aber auch durch die hochwertige Haarpflege „Alterna Professional Hair-care“, einer international renommierten Luxusmarke. Derzeit sind es rund 40 Marken, die exklusiv bei Douglas erhältlich sind – Tendenz steigend. Im laufenden Geschäftsjahr werden weitere neue exklusive Marken wie „butterLONDON“, „Superdry“, „Anatomicals“ oder „Miss Oops“ ins Douglas-Sortiment aufgenommen. Mit diesem



Neue Looks im neuesten Look: Die Dekorativ-Abteilungen präsentieren sich farbenfroh und top-modern, wie hier bei Douglas im Kölner Hauptbahnhof.





*Bringt Farbe in die österreichische Online-Welt:
der neue Shop www.douglas.at.*

Angebot setzt sich Douglas nicht nur deutlich von seinen Mitbewerbern ab, sondern bietet den Kunden bei jedem Besuch ganz neue und exklusive Produktwelten.

Darüber hinaus nutzen viele internationale Marken die Douglas-Parfümerien als Bühne, um ihre exklusiven Produkteditionen zu lancieren. So zum Beispiel die Fashion-Designerin Anna Sui, die ihre Düfte „Flight of Fancy“ und „Secret Wish“ exklusiv über Douglas vertreibt, aber auch Vera Wang mit „Lovestruck“, Jean Paul Gaultier mit der „Collectors Edition“, O.P.I. oder Benefit.

Sehr erfolgreich ist auch die im Mai 2011 lancierte „Douglas-Box-of-Beauty“. Das „Abonnement der Schönheit“ ist

eine hochwertige Box mit immer neu zusammengestellten Beauty-Überraschungen, die Douglas jeden Monat an registrierte Kunden versendet. Die Box enthält jeweils ein Produkt in Originalgröße und vier Luxusproben aus den Bereichen Duft, Pflege und Make-up sowie einen 10 Prozent-Gutschein für den Nachkauf eines der Produkte in Originalgröße. Die versandkostenfrei gelieferte Box kostet nur 10 Euro pro Monat und ist regelmäßig innerhalb kürzester Zeit ausverkauft.

Im Bereich Logistik sorgt das erfolgreich implementierte, automatische SAF-Dispositionssystem für höhere Warenverfügbarkeit bei gleichzeitig verringerten Filialbeständen, reduziertem Bestellaufwand und somit effizienterer Versorgung der Filialen. Nach erfolgreicher Implementierung in Deutschland folgt nun der internationale Roll-out. Auch die Bezahlvorgänge werden künftig durch neue Technologien vereinfacht. Ab 2012 ermöglicht Douglas den Kunden das kontaktlose Bezahlen mittels der Nahfunktechnik NFC (Near Field Communication).

Bei allem technologischen Fortschritt gilt bei Douglas aber nach wie vor: „Der Mensch macht den Unterschied!“ Als eines der ausbildungsstärksten Unternehmen im gesamten Einzelhandel bietet Douglas Berufsanfängern und Quereinsteigern vielfältige Chancen für attraktive Karrieren. Aber auch die langjährigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können sich ständig weiterbilden.

Die Douglas-Parfümerien kümmern sich aber nicht nur um ihre Kunden und Mitarbeiter, sondern nehmen auch ihre



Beliebt und gefragt wie eh und je: die persönliche und fachkompetente Beratung durch freundliche Mitarbeiterinnen – hier Vera Biegel in Dortmund.



Purer Shopping-Spaß: die Douglas-Multichannel-Parfümerie im Kölner Hauptbahnhof.



*Erfolgreich im Team: die über 14.000
sympathischen Douglas-Mitarbeiterinnen
und -Mitarbeiter, wie hier Barbara Schieffer
und Anisiya Khan aus Köln.*

soziale Verantwortung sehr ernst. Dazu gehört auch das seit 2008 bestehende Engagement als Hauptsponsor von DKMS LIFE, einer gemeinnützigen Gesellschaft, die krebserkrankten Frauen im Rahmen kostenfreier Kosmetikseminare hilft, mit den äußerlichen Folgen ihrer Erkrankung und deren Therapie besser umzugehen. In den Kosmetikseminaren bekommen betroffene Frauen in einem Mitmachprogramm Tipps zu Gesichtspflege und Make-up sowie die dazu nötigen Produkte gestellt. Das Engagement von Douglas für DKMS LIFE wurde von den Lesern der Zeitschrift OK! mit dem „OK! Style Award 2011“ in der Kategorie „Charity“ ausgezeichnet.

Ab 2012 unterstützt Douglas eine weitere wertvolle Initiative: Die Aktion „Deutschland rundet auf“, bei der Kunden im Rahmen ihres Bezahlvorgangs entscheiden können, ob sie den jeweiligen Zahlbetrag um maximal zehn Cent aufrunden möchten, die zu einhundert Prozent an konkrete und nachhaltige Hilfsprojekte in Deutschland gehen.

Im Bereich Marketing wurde im Jahr 2011 konsequent daran gearbeitet, die Marke Douglas als international einzigartige, unverwechselbare Top Retail Brand zu etablieren. Die Markenwerte von Douglas – Empathie, Expertise und Entdeckung – wurden neu formuliert: Douglas bietet maßgeschneiderte Schönheit für jeden einzelnen Kunden. Dies spiegelt sich auch im neuen Logo wider: „myDouglas.de“, wobei das „my“ auf den Punkt bringt, dass Douglas für seine Kunden wie auch für seine Mitarbeiter ein ganz individuelles Erlebnis bietet. Das „.de“ wiederum trägt dem



„Ich arbeite schon lange und gerne bei Douglas, weil ich frühzeitig die Chance erhalten habe, mich anspruchsvollen Herausforderungen stellen zu dürfen. Die Arbeit mit unseren Kunden und meinem Team macht mir Freude, auch weil hier am Kurfürstendamm das Leben in einer atemberaubenden und unvergleichlichen Art und Geschwindigkeit pulsiert.“

Anna-Maria Paschali-Schulze
Filialeiterin, Berlin
seit 1988 bei Douglas

Multichannel-Konzept Rechnung, das dieses Erlebnis in seiner gesamten Vielfalt durch Nutzung innovativer Informations- und Vertriebskanäle immer und überall bietet. Auch der neue Claim „Schönheit hat viele Gesichter, und wir lieben jedes einzelne“ baut hierauf auf.



Beauty-Hotspot: Douglas in Kassel setzt mit modernster Technologie Impulse in Lichtdesign und Markeninszenierungen.

Douglas in Zahlen

	Umsatz in Mio. €		Fachgeschäfte		Mitarbeiter/-innen	
	2010/11	2009/10	2010/11	2009/10	2010/11	2009/10
Deutschland	990,4	946,7	446	445	6.680	6.686
Ausland	888,2	932,0	722	760	7.604	8.148
Gesamt	1.878,6	1.878,7	1.168	1.205	14.284	14.834

Mit der Douglas Card verfügt Douglas über eine der erfolgreichsten Kundenkarten im Einzelhandel. Derzeit besitzen 2,4 Millionen Menschen in Deutschland diese „Eintrittskarte in die Welt der Schönheit“, rund acht Millionen sind es europaweit insgesamt. Zu den Leistungen der Douglas Card zählen ein 6x jährlich erscheinendes, hochwertiges Magazin, regelmäßige Informationen per Mailings über Produktneuheiten mit Gutscheinen für hochwertige Testmuster und vielfältige weitere Services. Für die schnelle Beantwortung aller Fragen und Reklamationen sorgt ein eigenes Service Center mit über 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Im Geschäftsjahr 2011/12 stehen bei Douglas zwei strategische Herausforderungen im Fokus: zum einen das weitere wertorientierte Wachstum im stationären Bereich und zum anderen der Ausbau der Multichannel-Aktivitäten.



„Kann es ein schöneres Umfeld als die Douglas-Welt geben, um den Online-Handel mit seinen vielen spannenden Facetten wie Social Media oder Mobile Apps erlebbar zu machen? Ich jedenfalls kann mir keines vorstellen – und Tausende von douglas.de- und Facebook-Fans sehen das genauso.“

Katharina Hoppe
Teamleiterin Online-Kommunikation
seit 2004 bei Douglas

Ziel ist es, durch eine professionelle und intelligente Vernetzung der Vertriebskanäle „stationäre Parfümerie“, „Online-Shop“ und „Mobile Shopping“ eine hohe Kundenbindung in allen Zielgruppen zu erreichen.

Mit den Neueröffnungen in Stuttgart und München im November 2011 hat Douglas einmal mehr neue Maßstäbe in der Branche gesetzt. Der neue Douglas-Flagshipstore in der Stuttgarter Königstraße ist mit einer Verkaufsfläche von 1.500 Quadratmetern über drei Etagen nicht nur die größte Parfümerie Baden-Württembergs, sondern gleichzeitig auch eine der trendigsten und schönsten im ganzen „Ländle“. Sie punktet mit vielen internationalen, in Deutschland teils exklusiv bei Douglas erhältlichen Marken, einem top-modernen Ladenbau und zahlreichen Service- und Multichannel-Angeboten. Gleiches gilt für die neue Douglas-Parfümerie in den Räumen des ehemaligen Tivoli-Kinos in der Neuhauser Straße im Herzen von München. Auch hier erwartet die Kunden Beauty und Lifestyle der Extraklasse auf großzügigen, über drei Etagen verteilten 1.200 Quadratmetern Fläche. Mit Marken wie bareMinerals, Burberry Beauty, Smashbox oder SAX Cosmetics, einem 350 Quadratmeter großen „Douglas Hairdesign by Oliver Schmidt“-Salon und einer O.P.I.-Nailbar weiß Douglas selbst die anspruchsvolle Kundenschaft der „Weltstadt mit Herz“ zu überraschen und zu begeistern.

Douglas geht gut gerüstet in die Zukunft: mit der Konzentration auf Kundenorientierung, mit außergewöhnlichen und neuen Sortimenten, modernstem Ladenbau, innovativen Technologien und erstklassigen Serviceleistungen. Mit attraktiven Parfümerien, die für alle Zielgruppen an jedem Standort das richtige Angebot bereithalten. Mit einem professionellen Visual Merchandising, das für die individuelle Umsetzung der Marketingstrategien in den Geschäften sorgt. Und vor allem mit der Leidenschaft für besondere Einkaufserlebnisse, die die über 14.000 engagierten und kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihren Kunden Tag für Tag, an jedem Standort und in jedem Land bieten. So sollte es Douglas gelingen, seine gute Marktposition in Europa weiter nachhaltig auszubauen.



Der direkte Weg zur
Douglas-App:
Hier scannen!



www.facebook.com/DouglasDeutschland



www.youtube.com/ParfuemerieDouglas





Inspiration für alle Sinne

Im Geschäftsjahr 2010/11 sah sich die Thalia-Gruppe – wie der gesamte klassische Buchhandel – mit starken Veränderungen im Kaufverhalten der Kunden konfrontiert. Zum einen kaufen immer mehr Kunden Bücher „online“. Zum anderen gewinnt das digitale Buch (eBook) zunehmend an Bedeutung. Diese beiden Entwicklungen stellen den gesamten stationären Buchhandel vor große Herausforderungen. Die Thalia-Gruppe hat auf die veränderten Kundenwünsche mit zahlreichen Maßnahmen gezielt reagiert. Die Online-Shops wurden ausgebaut und mit neuen Funktionen versehen. Mit dem OYO wurde ein eigener eReader auf den Markt gebracht und die Zahl der verfügbaren Titel im Thalia-eBook-Shop signifikant erhöht. Außerdem nahmen die Buchhandlungen attraktive Zusatzsortimente auf. Mit diesen Maßnahmen konnte die Thalia-Gruppe die fehlenden Umsätze in den Buchhandlungen durch deutliche Zuwächse im Online-Handel größtenteils kompensieren.

Insgesamt steigerte die Thalia-Gruppe im Geschäftsjahr 2010/11 die Umsätze um 3,2 Prozent auf rund 935 Millionen Euro. Während die Umsätze der 295 Thalia-Buchhandlungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz um 1,5 Prozent zurückgingen, stiegen die Online-Umsätze der Thalia-Gruppe um über 20 Prozent deutlich an. Damit entfallen schon rund 14 Prozent des Thalia-Gesamtumsatzes auf das Internet. In Deutschland erhöhten sich die Umsätze um 2,0 Prozent auf 704 Millionen Euro. Auch hier wirkten sich die gestiegenen Online-Erlöse positiv aus. Im Ausland stiegen die Umsätze – vor allem durch Währungseffekte und Neueröffnungen – um 6,8 Prozent auf rund 231 Millionen Euro.



„Die Beschäftigung mit den neuen Sortimenten ist herausfordernd, stellt Gewohnheiten in Frage und wirkt gleichzeitig unglaublich belebend. Denn unser Kernprodukt, das Buch, erfährt in diesem neuen Umfeld eine neue Wertschätzung. Mir persönlich verlangt diese Veränderung viel Flexibilität und Kreativität ab. Aber ‚Wer rastet, der rostet‘, und deshalb ist Veränderung für mich das beste Rostschutzmittel.“

Christoph Wyder
Filialeiter, Thun (Schweiz)
seit 1998 bei Thalia



Ziehen gemeinsam an einem Strang: die kompetenten Thalia-Teams, hier in der Dortmunder Thier-Galerie.

Die Investitionen in Höhe von über 26 Millionen Euro flossen im Geschäftsjahr 2010/11 in die Eröffnung von 13 neuen Buchhandlungen, die Modernisierung zahlreicher weiterer Filialen sowie den Ausbau der Online-Shops. Zu den Höhepunkten bei den Eröffnungen zählte die Thalia-Buchhandlung in Bonn. Dort präsentiert sich Thalia im ehemaligen Kino „Metropol“ seit Ende 2010 in einer der schönsten Buchhandlungen Deutschlands. Der Online-

Shop www.thalia.de wurde einem umfangreichen Relaunch unterzogen und noch nutzerfreundlicher gestaltet. Als neuen Service bietet „thalia.de“ nun eine Verfügbarkeitsabfrage an, mit der Kunden sehen können, ob ein Buch in einer Thalia-Filiale vorrätig ist. Damit setzt der Buchhändler den Multichannel-Gedanken konsequent fort und verknüpft das Online- mit dem stationären Geschäft. Dabei spielt auch Social Media eine immer größere Rolle. Insbesondere auf Facebook erreicht Thalia eine große Anzahl von Fans. Mit immer neuen Aktionen werden auch online Anreize geschaffen, in die Buchhandlungen vor Ort zu gehen. Etwa die Hälfte der Social Media-Aktionen ist mit dem stationären Geschäft verknüpft. Mit dem Erwerb der textunes GmbH im August 2011 hat sich die Thalia-Gruppe auch den Zugang zur stark wachsenden Zielgruppe der Smartphone- und Tablet-Nutzer eröffnet, denn das Berliner Unternehmen gilt als einer der führenden Spezialisten für Plattform übergreifende eBook-Apps.



„Wir wollen unsere Kunden begeistern und inspirieren. Das bedeutet für uns, ihren Wünschen immer einen Schritt voraus zu sein, um auf die richtigen Artikel zu setzen. Bei Thalia kann ich dies jeden Tag aktiv mitgestalten.“

Barbara Kayser

Abteilungsleiterin Sortimentsmanagement Buch
seit 2010 bei Thalia

Die Digitalisierung des Lesens steht in Deutschland erst am Anfang. Branchenexperten gehen jedoch davon aus, dass elektronische Bücher im Jahr 2013 bereits mehr als zehn Prozent des Umsatzes im deutschen Buchhandel ausmachen werden. Die Thalia-Gruppe ist auf die digitale Revolution des Buchmarktes vorbereitet. Bereits im Herbst 2010 hatte sich Thalia mit der Einführung des eReaders OYO und dem Aufbau eines eBook-Shops als einer der führenden Anbieter für Digitales Lesen etabliert. Der Thalia-eBook-Shop hat sich mittlerweile zu einem der größten im deutschsprachigen Raum entwickelt. Er umfasst circa 300.000 Titel, mehr als 100.000 davon in deutscher Sprache. Insgesamt sind bei Thalia bereits knapp 90 Prozent



*Das ist die Thalia-Erlebniswelt:
Sortimentsvielfalt und Wohlfühl-
atmosphäre, hier in Dortmund.*



*Lesen fasziniert auch die über 5.000
Thalia-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter
- wie Regina Richter aus Dortmund.*

Thalia in Zahlen

	Umsatz in Mio. €		Fachgeschäfte		Mitarbeiter/-innen	
	2010/11	2009/10	2010/11	2009/10	2010/11	2009/10
Deutschland	703,7	689,7	236	232	3.920	3.890
Ausland	230,8	216,1	59	57	1.354	1.296
Gesamt	934,5	905,8	295	289	5.274	5.186

aller Top-Titel sowie mehr als drei Viertel aller aktuellen Bestseller als eBook verfügbar. Gemessen am Umsatz im deutschen eBook-Markt ist Thalia die Nummer eins: Rund 20 Prozent des Gesamtumsatzes mit eBooks entfallen auf Thalia, inklusive buch.de und textunes.

Der Erfolg im digitalen Lesemarkt hängt auch und insbesondere mit der engen Verzahnung mit den stationären Stärken zusammen. So wurden rund 80 Prozent aller eReader in den Buchhandlungen verkauft. Auch hier zeigt sich, dass die persönliche Beratung und Kompetenz der Thalia-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter vor Ort weiterhin zu den wichtigsten Wettbewerbsvorteilen – vor allem gegenüber reinen Online-Händlern – zählen.

Im Rahmen der strategischen Weiterentwicklung zum erlebnisorientierten Buchhändler setzt Thalia im stationären Geschäft auf ein differenziertes Sortimentskonzept. Das klassische Buchsortiment wurde um neue, attraktive Angebote erweitert, die thematisch und qualitativ zur Kernkompetenz Buch passen. Dazu gehören Papeterie, Spiele, Spielwaren und DVDs. Trend- und Geschenkartikel runden das Buchsortiment ab. Das neue Sortimentskonzept spiegelt sich auch in der Wareninszenierung in den Buchhandlungen wider. Warengruppen übergreifend werden Produkte nun als Themenwelten inszeniert. Nach den ersten Testläufen in Pilot-Buchhandlungen zeigt sich, dass das erweiterte Angebot sowie die Präsentation in Themenwelten von den Kunden positiv aufgenommen werden. Flankiert wird der Wandel zum erlebnisorientierten Händler von einem verstärkten Engagement als Veranstalter und Sponsor von großen und kleinen kulturellen Events. So hat Thalia unter anderem die Förderung der lit.COLOGNE – Europas größtem Literaturfestival – ausgeweitet.

Thalia-Kunden honorieren aber nicht nur die kontinuierlichen Investitionen in Service-Standards, Ambiente und Angebote. Dies belegt unter anderem das Buchhandelsranking, das einmal jährlich von der Branchenzeitschrift „Buchmarkt“ und der Innofact AG durchgeführt wird. Thalia wurde hier 2011 unter anderem eine hohe Bekanntheit attestiert und darüber hinaus auch hinsichtlich Service, Kompetenz der Mitarbeiter, Auswahl oder Wohlfühl-

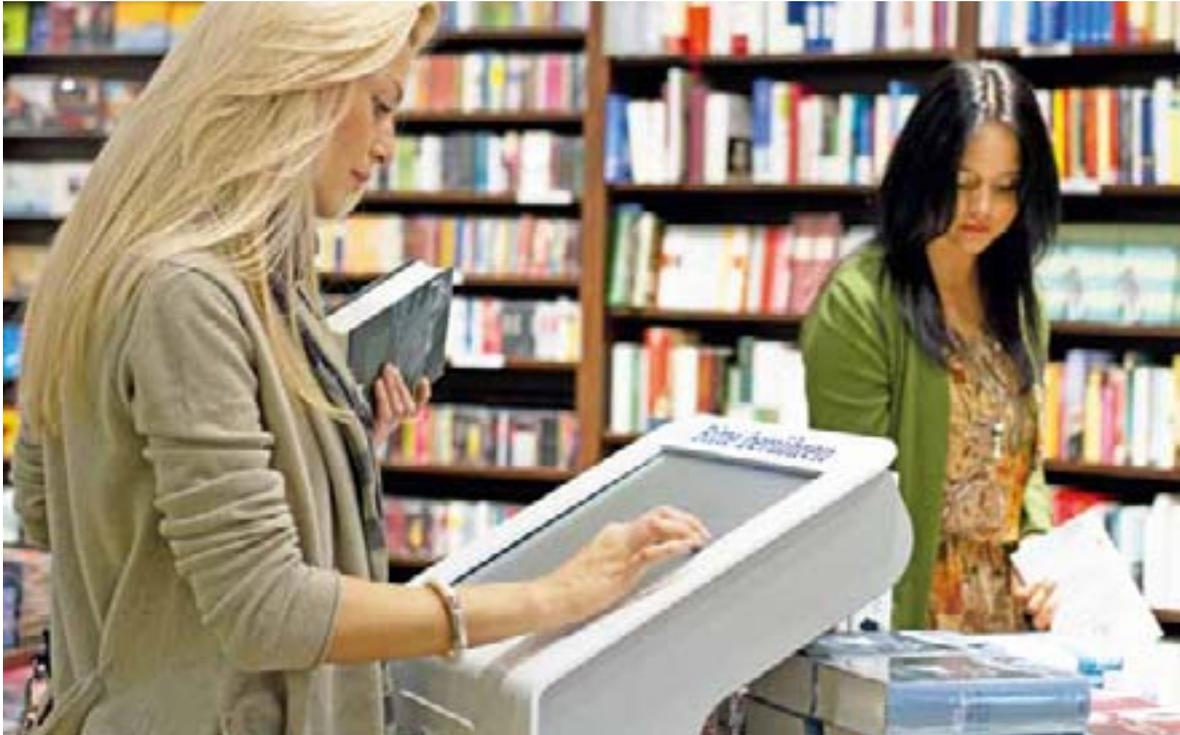
Atmosphäre in den Läden als sehr gut bewertet. Damit erfuhren die Thalia-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter eine besondere Anerkennung für ihr hohes persönliches Engagement. Grund genug für Thalia, auch weiterhin stark in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu investieren. Um den Nachwuchs an qualifiziertem Personal zu sichern, hat Thalia eine Ausbildungsinitiative gestartet. Ziel ist es, die Ausbildungsquote von derzeit 12 Prozent weiter zu erhöhen.

Das Geschäftsjahr 2011/12 läutete Thalia mit der Einführung des neuen OYO sowie der OYO-App für Smartphones und Tablets ein. Neben einer verbesserten Hardware – wie größerem Speicher, höherem Bildschirmkontrast und erweiterter Akkulaufzeit – ist der neue OYO mit interaktiven Empfehlungsfunktionen sowie Wörterbuch- und Lexikon-



„Jeder Tag bei Thalia ist eine positive Herausforderung, die mein Team und mich motiviert, die Veränderungen anzugehen und mit Freude für die Kunden da zu sein. Die Vielfalt der Aufgaben und die Umsetzung der aktuellen Themen und Trends machen den Job spannend und abwechslungsreich.“

Karin Schliermann
Filialleiterin, Kaiserslautern
seit 2006 bei Thalia



Multichannel vor Ort: Ob klassisches Einkaufen oder Online-Shopping – in den Thalia-Filialen führen viele Wege zum Buch.

funktionen ausgestattet und damit noch benutzerfreundlicher. Darüber hinaus macht Thalia mit der kostenlosen OYO-App digitales Lesen nun auch Geräte übergreifend möglich. So haben die Kunden nun noch mehr Flexibilität beim Lesen und Kaufen von digitalen Büchern. Die Applikation für Smartphones und Tablets wird zunächst für das Android-Betriebssystem angeboten, eine Erweiterung für iOS ist in Planung. Der eReader sowie die eReading-App sollen dazu beitragen, Thalias gute Position im digitalen Lesemarkt weiter auszubauen.

Die Strategie der Thalia-Gruppe wird von den drei Säulen stationärer Buchhandel, eCommerce und Digitales Lesen getragen. Im Geschäftsjahr 2011/12 fließt von der Investitionssumme in Höhe von rund 20 Millionen Euro ein großer Teil in den Ausbau der Online-Shops und der digitalen Angebote. Im stationären Bereich ist die Eröffnung von acht neuen Buchhandlungen geplant. Darüber hinaus werden zahlreiche bestehende Buchhandlungen modernisiert und im Sinne des neuen Sortimentskonzepts umgebaut. Als einer der führenden Multichannel-Anbieter wird Thalia weiter alles daran setzen, das emotionale und persönliche Einkaufserlebnis des stationären Handels mit dem Komfort und der Schnelligkeit des Online-Shoppings zu verknüpfen und seinen Kunden vielfältige Angebote bieten, die über das Buch hinausgehen. Alle Innovationen und Weiterentwicklungen bauen dabei auf dem soliden Fundament von Thalia auf: der Kernkompetenz Buch in

Verbindung mit der persönlichen und kompetenten Beratung von mehr als 5.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in den Buchhandlungen vor Ort.



„Unternehmer vor Ort sein – das ist mein ganz persönlicher Leitsatz für jeden Tag. Mir gefällt, dass Thalia ein hohes Maß an Vertrauen in eigenständiges Denken und Handeln setzt. Das fordert und fördert unsere Kreativität und ist einer der wichtigsten Bausteine für den Erfolg unserer Filiale.“

Kathrin Neumann
stv. Filialleiterin, Dresden
seit 1999 bei Thalia



Der direkte Weg
zur OYO-App
für Android:
Hier scannen!



www.facebook.com/thalia.de



www.youtube.com/ThaliaBuchhandlungen



CHRIST

Momente des Glücks

Christ ist nun schon im fünften Jahr in Folge kontinuierlich und kräftig gewachsen. Mit einem respektablem Wachstum von fast 10 Prozent stiegen die Umsätze von rund 310 auf über 340 Millionen Euro und damit auf den höchsten Wert der fast 150-jährigen Unternehmensgeschichte. Zur guten Umsatzentwicklung trug auch der im Jahr 2011 ganz neu konzipierte Online-Shop www.christ.de bei. Dieser ist vom Umsatzvolumen mittlerweile unter den Top 15-Filialen zu finden. Alles in allem baute Christ seine führende Marktposition in Deutschland weiter aus. Hieran haben die über 2.000 sympathischen und kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter den größten Anteil.

Mit Investitionen in Höhe von über 15 Millionen Euro wurde das Filialnetz im Geschäftsjahr 2010/11 weiter optimiert. Neun Juweliergeschäfte wurden neu eröffnet und 28 weitere Filialen umgebaut und modernisiert. Christ ist damit in Deutschland nicht nur der einzige Einzelhändler für Schmuck und Uhren, der flächendeckend präsent ist, sondern verfügt nun auch über ein Filialnetz, das modernsten Ansprüchen genügt.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist die Entwicklung differenzierter Vertriebsformate. Ob klassisch oder modern, ob „Flagship“ oder „Fashion“, ob am Flughafen oder im Factory Outlet – die jeweiligen Christ-Formate und -Sortimente richten sich immer an den individuellen Kundenbedürfnissen aus. Die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Lieferanten versetzt Christ in die Lage, immer wieder neue und exklusive Sondermodelle anbieten zu können. Auch die Exklusivmarke „Jette“ trägt nach wie vor zum Geschäftserfolg bei. Mit den Trauring- und Diamantkonfiguratoren ist Christ darüber hinaus zum In-



„Ich arbeite seit rund acht Jahren bei Christ und bin stolz darauf, in einem so innovativen und trendbewussten Unternehmen Tag für Tag den Erfolg mitgestalten zu können. Ich freue mich, dass sich die Kunden auch in schwierigen Zeiten wieder auf traditionelle Ware besinnen und Diamanten, Gold und Perlen wieder stärker ins Bewusstsein treten. Das lässt mein Juweliersherz höher schlagen und mich zuversichtlich in die Zukunft blicken.“

Cindy Dureck
Bereichsleiterin
seit 2003 bei Christ

Christ in Zahlen

Umsatz in Mio. €		Fachgeschäfte		Mitarbeiter/-innen	
2010/11	2009/10	2010/11	2009/10	2010/11	2009/10
340,4	310,2	207	204	2.312	2.173

novationstreiber in der Branche avanciert. Im Sortiment verzeichneten klassische Markenuhren wie Longines, Tag Heuer, Breitling oder Tissot und im Bereich hochwertiger Schmuck insbesondere Diamanten ein starkes Wachstum. Das Serviceangebot hat Christ mit der Eröffnung von zwei weiteren Servicewerkstätten in Karlsruhe und Hamburg – die erste befindet sich in Dortmund – weiter ausgebaut.

Das Marketing hat zum Ziel, die Marke Christ weiter zu emotionalisieren. Der Slogan „Momente des Glücks“ soll Lust auf Schmuck und Uhren machen. Ob online oder offline – Christ tritt durch die vernetzte Nutzung aller verfügbaren Kanäle mit maßgeschneiderten Marketingmaßnahmen auf. Dazu gehören Events, Promotions und Dekorationen in den Geschäften, Social Media-Marketing, Online-Magazine, Kataloge, Print-Anzeigen und City Light-Poster. Allein im Weihnachtsgeschäft macht Christ durch die Belegung von über 10.000 City Lights an exponierten Stellen besonders auf sich aufmerksam. Auf diesen befinden sich auch QR-Codes, deren Inhalte interessierte Kunden anregen sollen, in die Christ-Filialen zu kommen.

Christ wird weiter wachsen. Im Geschäftsjahr 2011/12 stehen rund 15 Millionen Euro für die Eröffnung von mindestens fünf neuen Christ-Fachgeschäften, zusätzlichen



„Wir bei Christ sind eine große Familie mit Herz. Das merken unsere Kunden und kommen gerne wieder. Die Vielseitigkeit der Aufgaben und der Kontakt zu den Kunden und Mitarbeitern bereiten mir viel Freude. Ich finde es immer wieder interessant zu sehen, wie sich Mitarbeiter entwickeln und sich im Tagesgeschäft in der Filiale einbringen. So sind wir am Ende als Team erfolgreich.“

Nina Doll
Filialeiterin, Hamburg
seit 2006 bei Christ



Botschafter der „Momente des Glücks“: Die Christ-Teams, wie hier im Donau-EKZ Regensburg, sind mit Charme, Elan und Kompetenz für ihre Kunden da.

*In den elegant und großzügig gestalteten
Christ-Fachgeschäften – hier im
Donau-EKZ Regensburg – kommen die
edlen Sortimente perfekt zur Geltung.*



Spezialformaten, den Umbau zahlreicher bestehender Filialen und den Ausbau der Online-Aktivitäten zur Verfügung. Im Sortimentsbereich stehen der Ausbau der Eigen- und Exklusivmarken sowie des klassischen Schmucks im Vordergrund. Ein Highlight bildet hier die Exklusivmarke „Sansibar“.

Ganz oben auf der Prioritätenliste für das Geschäftsjahr 2011/12 steht der Ausbau der so genannten „Cross Channel“-Aktivitäten. Darunter versteht Christ die optimale Vernetzung von stationärem Geschäft und Online-Handel. Unter www.christ.de können sich die Kunden rund um die Uhr über Produkte, Trends und Neuheiten informieren. Sie können direkt online kaufen oder aber prüfen, in welcher Christ-Filiale das gewünschte Produkt verfügbar ist. Der Online-Shop soll weiter zügig wachsen mit dem Ziel, innerhalb von zwei Jahren zur umsatzstärksten „Filiale“ zu werden.

Bei aller Online-Euphorie wollen aber viele Kunden nach wie vor insbesondere beim Schmuck die Ware vor dem Kauf gerne sehen und anfassen. Und sie wollen sich von kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern beraten lassen. Deshalb legt Christ allergrößten Wert auf gute Aus- und Weiterbildung. In speziellen Verkaufsschulungen werden die Beschäftigten optimal geschult. Und mit einer Ausbildungsquote von rund 15 Prozent bietet das Unternehmen nicht nur vielen jungen Menschen die Chance auf eine fundierte Ausbildung, sondern sichert sich auch qualifiziertes Personal für die Zukunft. In dieser



„Wir in München sind ein Superteam. Aus unserem facettenreichen Sortiment mag ich am meisten die Diamanten. Und am liebsten führe ich Gespräche mit Herren, die einen Diamant-Verlobungsring suchen. Das sind mitunter hochemotionale Momente. Und genau diese wollen wir ja bei Christ mit unseren Kunden zusammen erleben.“

Susanne Schulz
Verkäuferin, München
seit 2003 bei Christ

wird Christ mit dem Slogan „Momente des Glücks“ seinen Kunden auf allen Kanälen weiter Lust machen auf Uhren und Schmuck und so die gute Marktposition weiter wertorientiert ausbauen.



In einem geschmackvollen Ambiente werden die Sortimente effektiv präsentiert, wie hier in Regensburg.

*Herzlich und kompetent: Özlem Aldirmaz,
Christ Dortmund, und ihre über
2.300 Kolleginnen und Kollegen.*



www.facebook.com/JuwelierChrist



AppelrathCüpper

Mode-, Marken- und Beratungskompetenz

AppelrathCüpper (AC) hat sich im Geschäftsjahr 2010/11 gut behaupten können. Die Umsätze der Damenmodehäuser stiegen um 0,3 Prozent auf rund 125 Millionen Euro. Bereinigt um das im Januar 2011 geschlossene Haus in Solingen betrug der Umsatzanstieg 1,4 Prozent. Die Kundinnen honorieren zunehmend die im Jahr 2008 eingeleitete und konsequent fortgeführte Neupositionierung des Modeunternehmens zur Händlermarke „AC“ mit einem umfassenden Sortiment attraktiver, starker Marken in einem modern inszenierten Ladendesign.

Zu den Höhepunkten des Geschäftsjahres 2010/11 zählten die Wiedereröffnungen der neu gestalteten Modehäuser in Mannheim und Essen im September 2011. Beide Häuser präsentieren sich nach umfangreichen Umbaumaßnahmen nun im neuen AC-Ladenbaukonzept. Dieses setzt auf eine ansprechende und großzügige Warenpräsentation, die den Kundinnen durch die sogenannten „Mix und Match-Flächen“ viel Freiheit lässt, individuelle Kombinationen selbst zusammenzustellen. Um dem wachsenden Trend „Accessoires“ gerecht zu werden, wurden auch in allen anderen Häusern entsprechende Accessoires-Flächen etabliert.

Der selbstbewusste Marktauftritt hat auch dazu geführt, dass AC neue, attraktive Lieferanten und Herstellermarken – wie Peuterey und Drykorn – ins Sortiment aufnehmen konnte. Die bestehenden Lieferanten bauen darüber hinaus ihre Zusammenarbeit mit AppelrathCüpper qualitativ ständig aus. Im „jüngeren“ Segment verkaufen sich Marken wie Marc O’Polo, Comma und Gant besonders gut. Bewährte Marken wie Gerry Weber, Brax oder Mac und exklusive Label wie MarcCain, Boss, Burberry oder Liebes-



„Im nächsten Sommer wird es richtig bunt! Die Vielfalt erstreckt sich von Orange, Pink, Rot über Grün und strahlende Blautöne und zwar bei Accessoires, Shirts, Blusen, Strickjacken, aber auch Hosen! Die Wünsche der Kundinnen wandeln sich mit dem Zeitgeist. Darauf müssen wir die Lebenszyklen unserer Marken ausrichten. Es soll ja niemals langweilig werden! Die größte Herausforderung für uns ist immer, den Trend an die Endverbraucherin zu vermitteln. Dies geht nur im engen Austausch zwischen dem Einkauf und den Kollegen in unseren Modehäusern.“

Daniela Förster
Bereichsleiterin Einkauf
seit 2009 bei AppelrathCüpper

Moderne Markenvielfalt: AC ist die attraktive
Bühne für viele internationale Marken
- wie hier im Dortmunder Modehaus.



AppelrathCüpper in Zahlen

Umsatz in Mio. €		Fachgeschäfte		Mitarbeiter/-innen	
2010/11	2009/10	2010/11	2009/10	2010/11	2009/10
124,5	124,1	13	14	772	751

kind runden das Profil von AppelrathCüpper als kompetenter Modeanbieter ab.

Im Marketing steht die Emotionalisierung von AC als führende Händlermarke im Fokus. Die saisonalen Kampagnen erzählen jeweils neue Geschichten. Wie bei der „Rio de Janeiro“-Kampagne mit dem französischen Supermodel Constance Jablonski im Frühjahr/Sommer 2011 oder der „Orient Express to Venice“-Kampagne mit dem litauischen Top-Model Edita Vilkeviciute im Herbst/Winter 2011 ziehen sich diese Stories jedes Mal wie ein roter Faden durch den ganzen Marketing-Mix: von den hochwertig gestalteten AC-Katalogen und Anzeigenstrecken in nationalen Modetiteln und der Website www.appelrath.com über die Imagebilder der Modekampagnen und die geschmackvoll gestalteten Schaufenster bis hin zur Dekoration in den Modehäusern. Alle diese Aktivitäten führen dazu, dass die Kundinnen AppelrathCüpper heute deutlich emotionaler und jünger wahrnehmen als früher.

Zu dieser Entwicklung trägt auch der im September 2010 gestartete, neue Online-Shop www.appelrath.com bei. Hier können Einzelartikel oder Outfits aus allen Werbekampagnen, Katalogen und Promotion-Aktionen jetzt auch online bestellt werden. Die Homepage gibt zudem umfangreiche Informationen zu den Marken und Serviceleistungen



„Direkt nach meiner Ausbildung zur Managementassistentin bei Christ in Mannheim wechselte ich 2009 zu AppelrathCüpper und übernahm die Leitung des im Oktober des gleichen Jahres neu eröffneten Mango-Shops. Das Merchandising gehört zu meinen Lieblingsaufgaben. Zu sehen, dass die Kombinationsideen gerne angenommen werden, ist ein schönes Gefühl. Ich bin aber natürlich auch sehr gern im direkten Kontakt mit unseren Kundinnen, um ihnen ein Stück Freude zu verkaufen. Das tolle Arbeitsklima hier im Haus motiviert mich und sorgt dafür, dass der Spaß bei der Arbeit nicht verloren geht.“

Lisa Baumann
Leiterin Mango-Shop, Mannheim
seit 2009 bei AppelrathCüpper



Experten in Sachen Mode und Trends: Die kompetenten AC-Teams, hier in Essen.

von AC. Um die Stammkundinnen zukünftig noch individueller ansprechen zu können, führte AppelrathCüpper im Juli 2011 die AC Premium Club-Kundenkarte ein. Die Inhaber bekommen beispielsweise Einladungen zu exklusiven Events, Informationen zu aktuellen Modetrends und -themen sowie einen einmaligen Willkommensbonus auf den ersten Einkauf in ihrer Lieblingsfiliale oder im AC-Onlineshop.

Einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren für AppelrathCüpper ist und bleibt der exzellente Service der fast 800 fachkompetenten und freundlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Deren anerkannt gute Beratung wird von den Kundinnen sehr geschätzt. Mit maßgeschneiderten Weiterbildungsprogrammen, einer „Nachwuchsführungsgruppe“, in der gezielt junge Nachwuchsführungskräfte geschult werden, und einer Ausbildungsinitiative schafft AC die Grundlage für hohe Kontinuität in Beratung und Servicequalität. Im August und September 2011 wurden mehr als 40 neue Auszubildende eingestellt.

Im Geschäftsjahr 2011/12 arbeitet AC weiter konsequent am Ausbau seines Markenprofils. Die Modehäuser in Innenstadtlagen mit Verkaufsflächen zwischen 2.500 und 4.000 Quadratmetern sollen am jeweiligen Standort mit ihren Vollsortimenten (Business, Casual und Festlich) zu Platzhirschen für anspruchsvolle Damenmode weiterentwickelt werden. Gleiches gilt auch für die Center-Geschäfte mit ihren Teilsortimenten (Business und Casual) auf rund 2.000 Quadratmetern. Hier sieht AC auf mittlere Sicht durchaus Potenzial für Expansionen. Im Sortiment wird AC vor allem die Bereiche Trend, Modern Woman, Exquisit und Accessoires ausbauen.

Der zügige Ausbau der Multichannel-Strategie bildet einen weiteren Schwerpunkt. Deshalb arbeitet AC daran, den Online-Shop zu optimieren und zu erweitern. Die



„Für uns im Modehandel ist es sehr wichtig, bei unseren Kunden Vertrauen aufzubauen und Emotionen zu wecken. Und zwar sowohl in unseren Modehäusern als auch im Internet. Die aktuellen Veränderungen aktiv mitzugestalten und Kunden wie Mitarbeiter für die künftigen Herausforderungen zu begeistern, macht mir richtig Spaß.“

André Howahl
Geschäftsführer, Münster
seit 1998 bei AppelrathCüpper

modebewussten Kundinnen werden zwar nach wie vor gern auf die kompetente Beratung der AC-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter in den Häusern zurückgreifen, vor Ort die Ware direkt fühlen, anprobieren und sich weitere Tipps holen wollen. Das Internet wird aber auch im Modehandel als Shopping-Kanal weiter an Bedeutung gewinnen. In der optimalen Ausgestaltung der Multichannel-Strategie liegt für AC daher die große Chance, die Position als feste Größe im Modehandel weiter auszubauen.



Klassische Eleganz: Marken wie Boss oder St. Emile treffen, wie hier in Dortmund, den Geschmack der anspruchsvollen AC-Kundin.

*Immer in Mode: die fast 800 kompetenten
AC-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter,
hier Firdevs Inan aus Essen.*



www.facebook.com/AppelrathCuepper



www.youtube.com/AppelrathCuepper



HUSSEL

Confiserie

Naschen erlaubt!

Die Hussel-Confiserien blicken auf ein Jahr der Neuausrichtung zurück. Im Geschäftsjahr 2010/11 wurden viele Aktivitäten unternommen, um einerseits jüngere Kunden zu gewinnen und andererseits die treue Hussel-Stammkundschaft weiterhin zu halten. Die Zahl der Filialen wurde von 261 auf 245 reduziert, wodurch auch die Umsätze um 1,3 Prozent auf 98 Millionen Euro sanken. Auf vergleichbarer Fläche lagen die Umsätze hingegen leicht über dem Vorjahresniveau.

Belastet wurde die Umsatzentwicklung im vergangenen Geschäftsjahr insbesondere durch den starken Wintereintrich im wichtigsten Umsatz-Monat Dezember und von hochsommerlichen Temperaturen in den ebenfalls wichtigen Saison-Monaten April und Mai. Diese Umsatzeinbußen konnten im Jahresverlauf trotz guter anderer Monate nicht mehr aufgeholt werden.

Im Zuge der Neuausrichtung baute Hussel im Geschäftsjahr 2010/11 insgesamt zwölf Filialen um. Eine Confiserie wurde neu eröffnet. Damit wurden insgesamt schon 14 Filialen auf den neuen, frischen und jüngeren Ladenbautyp umgestellt, der in Aschaffenburg im Sommer 2010 erstmalig als Pilotprojekt eröffnete. Die Erfahrungen aus dieser Filiale flossen nach und nach auch in die weiteren Eröffnungen ein. Einen wichtigen Meilenstein dieser Entwicklung markierte im September 2011 die Eröffnung einer erstklassigen Confiserie in der neuen Thier-Galerie in Dortmund. Hier findet sich der Kunde durch eine klare, übersichtliche und frische Präsentation schnell zurecht. Dabei steht die Ware klar im Vordergrund und weckt bei den Kunden Lust auf sinnlichen Confiserie-Genuss.



„Ich schätze besonders, dass sich bei Hussel immer etwas bewegt. Gerade im letzten Jahr war so viel in Bewegung, wie zum Beispiel beim Ladenbau, den Sortimenten oder dem Internetauftritt, sodass es immer spannend und interessant bleibt. Ich jedenfalls freue mich auf alles Neue, das noch kommt und uns weiterhin nach vorne bringt.“

Robert Rodler
Bereichsleiter
seit 1996 bei Hussel



Gandy

Jelly Belly

Schokokunst

Gebäck

Gebäck

*Schlemmerparadiese: Bei Hussel, hier die
Confiserie in Dortmund, kommen große
und kleine Genießer auf ihre Kosten.*

Hussel in Zahlen

Umsatz in Mio. €		Fachgeschäfte		Mitarbeiter/-innen	
2010/11	2009/10	2010/11	2009/10	2010/11	2009/10
98,1	99,4	245	261	1.062	1.141

Im neuen Geschäftsjahr 2011/12 wird Hussel mit bis zu fünf Neueröffnungen, beispielsweise in Köln, Sulzbach und Schwäbisch Gmünd, gezielt wachsen. Darüber hinaus werden zahlreiche bestehende Filialen auf das neue Ladenbaukonzept umgestellt. Gleichzeitig setzt Hussel klare Sortiments- und Marketingschwerpunkte in den Themenbereichen Aktion, Impuls und Präsente. In diesem Zusammenhang wird der Geschenkteil im Sortiment deutlich ausgebaut, indem neben den Saisonpräsenten durchgängig „Jahrespräsente“ für alle Gelegenheiten angeboten werden. Zusätzlich können sich die Kunden Präsente und Präsentkörbe nach individuellen Wünschen zusammenstellen lassen.

Dadurch wird Hussel unabhängiger vom Saisongeschäft und von Klimaeinflüssen. Darüber hinaus wird das Angebot im Kassenbereich überarbeitet und stärker auf den Impulskauf ausgerichtet. Der Ausbau der Warengruppe Schokoladenfiguren soll Hussel noch „schokoladiger“ machen, um den Vorsprung zum Wettbewerb auszubauen.



„Mir bereitet es viel Freude, bei Hussel zu arbeiten und die Menschen mit Schokolade glücklich zu machen. Und ich freue mich, meine Begeisterung jetzt auch als Ausbilderin weitergeben zu dürfen. Ich helfe gerne mit, aus dem Hussel-Nachwuchs ‚Schokoladenfeen‘ zu machen. So wie mich meine Nichte liebevoll nennt.“

Bianca Torney
stv. Filialeiterin, Hannover
seit 2008 bei Hussel



Die kompetenten Beratungsteams in den Confisereien – hier im „Breuningerland“ in Ludwigsburg – verwöhnen ihre Kunden mit süßen Köstlichkeiten.

- Auch der Hussel Online-Shop unter www.hussel.de wird sein Angebot und seine Serviceleistungen weiter ausbauen. Mit moderner Optik, exklusiven Sortimenten und einer schnellen und flexiblen Logistik wird Hussel auch im Netz den hohen Ansprüchen seiner Kunden hinsichtlich Service und Qualität gerecht, um so im neuen Geschäftsjahr weitere Umsatzzuwächse zu erzielen.

Ganz entscheidenden Anteil am Unternehmenserfolg haben unverändert die über 1.000 hoch motivierten Hussel-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter. Daher werden die Schulungsangebote weiter forciert. Ein Schwerpunkt liegt hierbei auf Verkaufsschulungen für die Mitarbeiter-Teams in den Hussel-Confisereien. Ein weiteres wichtiges Ziel ist die Förderung von kompetentem Nachwuchs. Um die versierten „Verkäufer von morgen“ möglichst aus den eigenen Reihen stellen zu können, wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr wieder deutlich mehr Auszubildende als in den Vorjahren eingestellt. Diese Entwicklung soll sich auch im neuen Geschäftsjahr fortsetzen. Mit seinen kompetenten, freundlichen und sowohl ganz jungen als auch langjährig erfahrenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in den Confisereien ist Hussel zuversichtlich, sich im Geschäftsjahr 2011/12 ordentlich weiterentwickeln zu können.



„Ich liebe es, bei Hussel zu arbeiten. Jeden Tag aufs Neue! Denn kein Tag ist wie der andere, bei Hussel gibt es immer etwas zu tun – ob abpacken, Präsente binden oder umräumen. Hussel ist immer flexibel, offen für Neues und ich kann eigene Ideen verwirklichen. Genau das ist es, was Hussel ausmacht und warum ich mit Leib und Seele Verkäuferin bin.“

Eileen Schubert
Filleiterin, Dresden
seit 2001 bei Hussel



Geschmackvoll: Die neuen Hussel-Confisereien, wie hier in der Dortmunder Thier-Galerie, überzeugen mit moderner Optik und köstlichem Inhalt.

Die über 1.000 sympathischen Husse-
Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter
- wie hier Angelika Hübner - machen
richtig Appetit auf Husse!



Dienstleistungsgesellschaften und Servicebereiche

Am Dienstleistungsstandort in Hagen sind rund 1.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in unterschiedlichen Bereichen und Gesellschaften für die DOUGLAS-Gruppe tätig. Die folgende Übersicht zeigt die Tätigkeitsschwerpunkte:

Servicebereiche DOUGLAS HOLDING

Das **Controlling** unterstützt die wertorientierte Entwicklung der DOUGLAS-Gruppe im Rahmen des Planungsprozesses, der monatlichen Forecasts sowie des Investitions- und Beteiligungscontrolling.

Der Bereich **Finanzen** erstellt den Konzernabschluss, sorgt für Einhaltung und Weiterentwicklung der IFRS-Bilanzierungsrichtlinien und stellt die Finanzierung des DOUGLAS-Konzerns und die Liquiditätsversorgung der Tochtergesellschaften sicher.

Die Bereiche **Investor Relations** und **Unternehmenskommunikation** versorgen Medien, Kapitalmarkt und Aktionäre aktuell und regelmäßig mit allen relevanten Informationen.

Die **Konzernentwicklung** berät den Vorstand und die Geschäftsführungen bei Geschäftsstrategien, Vertriebstypen- und Sortimentskonzepten sowie bei 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.

Der Bereich **Mergers & Acquisitions** unterstützt Vorstand und Geschäftsführungen bei Akquisitions- und Desinvestitionsprojekten.

Personal & Organisation beantwortet personalpolitische Grundsatzzfragen und initiiert gruppenübergreifende Projekte wie zum Beispiel Mitarbeiterbefragungen oder die Überarbeitung der Unternehmenswerte und Führungsleitlinien.

Der Bereich **Recht & Unternehmensangelegenheiten** regelt alle juristischen Belange – von der Akquisition bis zum Markenrecht. Zudem übernimmt er zahlreiche Aufgaben und Schulungen zum Thema „Compliance“.

Steuern & Consulting berät die Konzerngesellschaften umfassend in allen Fragen von steuerrechtlicher Bedeutung.

Service-Zentralen

Die **Service-Zentralen der Tochtergesellschaften** unterstützen die Filialen im operativen Tagesgeschäft und bündeln Aufgaben wie Marketing, Einkauf, Controlling und Logistik.

Dienstleistungsgesellschaften

Die **DOUGLAS Corporate Service GmbH (DCS)** ist als interner Dienstleister in den Bereichen Finanz- und Rechnungswesen sowie Lohn- und Gehaltsabrechnung für einen Großteil der Konzerngesellschaften der DOUGLAS-Gruppe tätig. Sie ist zuständig für die konzernweit einheitliche Rechnungslegung sowie die Bilanzierung nach IFRS. Zu den weiteren Aufgaben gehört die Unterstützung der Anwender im SAP-Umfeld, die Einführung von SAP-Systemen bei neuen Gesellschaften der Gruppe und die Beratung der Kunden bei der Abwicklung der operativen Prozesse.

Die **DOUGLAS Informatik & Service GmbH (DIS)** verantwortet die effiziente Nutzung der Informationstechnologie für die Geschäftsprozesse der DOUGLAS-Gruppe sowie die Ausschöpfung von Synergiepotenzialen mit strategischen Schwerpunkten in der Finanz-, Waren-, Informations- und Kundenwirtschaft (CRM). Sie betreibt das Rechenzentrum und das Telekommunikationsnetz (Technik-Center) und gibt In- und Auslandsfilialen IT-Unterstützung (Service-Center).

Die **DOUGLAS Immobilien GmbH & Co. KG** akquiriert Mietobjekte im In- und Ausland, betreut und optimiert das Immobilienportfolio und verwaltet unter anderem mehr als 2.000 laufende Immobilienverträge. Sie wickelt den gesamten immobilienrelevanten Zahlungsverkehr ab und übernimmt zudem die Projektsteuerung bei Großinvestitionen.

Die **EKV Einkaufsverbund GMBH** und die **EEG Energie-Einkaufsverbund GMBH** erzielen Kostenvorteile für die DOUGLAS-Gruppe durch den gebündelten Einkauf von Nicht-Handelswaren und Abschluss von geschäftsbereichsübergreifenden Dienstleistungsverträgen. Schwerpunkte liegen in der Beschaffung von Strom und Erdgas (für Deutschland und das europäische Ausland) sowie den Verhandlungen in den Bereichen Wertelogistik, Telekommunikation, Bürobedarf und Wartungsleistungen. Zudem nimmt die EKV das Facility-Management der Bürogebäude der Service-Zentrale in Hagen wahr.

Die **DOUGLAS Versicherungsvermittlung GmbH** ist Ansprechpartner für alle Versicherungsangelegenheiten. Sie verhandelt für die inländischen Tochtergesellschaften sämtliche Verträge und wickelt alle Schäden zentral ab. Zudem wird sie für die Auslandsgesellschaften optional beratend tätig.

Die **DOUGLAS Leasing GmbH** verwaltet den Unternehmensfuhrpark zur Kostenoptimierung und Realisierung von Synergieeffekten für die Gruppe.



Konzernabschluss **Inhalt**

114	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
115	Konzern-Bilanz
116	Eigenkapitalspiegel
117	Kapitalflussrechnung
118	Segmentberichterstattung
120	Konzernanhang
133	Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
138	Erläuterungen zur Bilanz
157	Angaben zur Kapitalflussrechnung
158	Angaben zur Segmentberichterstattung
160	Management der finanzwirtschaftlichen Risiken
166	Sonstige Angaben
174	Bestätigungsvermerk

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

für die Zeit vom 1. Oktober 2010 bis 30. September 2011

Abb. 1 · Gewinn- und Verlustrechnung

	Anhang	01.10.2010 bis 30.09.2011 (in Mio. €)	01.10.2009 bis 30.09.2010 (in Mio. €)
1. Umsatzerlöse	6	3.378,8	3.320,8
2. Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren		-1.769,9	-1.749,5
3. Rohertrag aus dem Handelsgeschäft	7	1.608,9	1.571,3
4. Sonstige betriebliche Erträge	8	226,0	211,7
5. Personalaufwand	9	-740,7	-720,3
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	10	-801,5	-776,1
7. Erträge aus sonstigen Beteiligungen	11	0,2	0,3
8. EBITDA		292,9	286,9
9. Abschreibungen	12	-149,5	-145,2
10. EBIT		143,4	141,7
11. Finanzerträge		2,9	3,0
12. Finanzaufwendungen		-8,5	-13,5
13. Finanzergebnis	13	-5,6	-10,5
14. Ergebnis vor Steuern (EBT)		137,8	131,2
15. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	15	-50,8	-55,1
16. Jahresüberschuss		87,0	76,1
17. Ergebnisanteil nicht beherrschender Gesellschafter		-0,3	-0,2
18. Konzerngesellschaftern zustehendes Jahresergebnis		86,7	75,9
		(in €)	(in €)
Ergebnis je Aktie	24	2,20	1,93

Gesamtergebnisrechnung

Abb. 2 · Überleitung Periodenergebnis zum Gesamtergebnis

	01.10.2010 bis 30.09.2011 (in Mio. €)	01.10.2009 bis 30.09.2010 (in Mio. €)
Jahresüberschuss	87,0	76,1
Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der ausländischen Abschlüsse	-4,8	1,8
Effektiver Anteil aus Net Investment Hedges	2,6	3,1
Effektiver Anteil aus der Bewertung von Cash Flow Hedges	1,1	0,3
Gesamtergebnis	85,9	81,3
Konzerngesellschaftern zustehendes Gesamtergebnis	85,6	81,0
Nicht beherrschenden Gesellschaftern zustehendes Gesamtergebnis	0,3	0,3

Konzern-Bilanz

Abb. 3 · Konzern-Bilanz

	Anhang	30.09.2011 (in Mio. €)	30.09.2010 (in Mio. €)
Aktiva			
A. Langfristige Vermögenswerte			
I. Immaterielle Vermögenswerte	16	240,2	269,1
II. Sachanlagen	16	459,7	470,6
III. Steuerforderungen	15	7,0	8,0
IV. Finanzielle Vermögenswerte	20	5,3	5,1
V. Latente Steueransprüche	17	39,7	39,3
		751,9	792,1
B. Kurzfristige Vermögenswerte			
I. Vorräte	18	675,4	647,2
II. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	19	50,8	48,0
III. Steuerforderungen	15	12,8	17,9
IV. Finanzielle Vermögenswerte	20	97,6	96,7
V. Sonstige Vermögenswerte	21	27,4	25,4
VI. Liquide Mittel	22	43,3	51,6
		907,3	886,8
C. Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte			
	23	2,5	34,5
		1.661,7	1.713,4
Passiva			
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital		118,1	118,0
II. Kapitalrücklage		222,3	220,2
III. Gewinnrücklagen		453,9	411,7
IV. Ausgleichsposten für Anteile in Fremdbesitz		8,7	14,9
		803,0	764,8
B. Langfristiges Fremdkapital			
I. Rückstellungen für Pensionen	25	32,3	31,5
II. Sonstige langfristige Rückstellungen	26	20,8	23,1
III. Finanzielle Verbindlichkeiten	27	27,3	41,6
IV. Sonstige Verbindlichkeiten	28	4,7	5,0
V. Latente Steuerschulden	17	13,5	12,6
		98,6	113,8
C. Kurzfristiges Fremdkapital			
I. Kurzfristige Rückstellungen	26	124,8	133,2
II. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		288,2	277,1
III. Steuerverbindlichkeiten		47,7	55,4
IV. Finanzielle Verbindlichkeiten	27	166,4	239,8
V. Sonstige Verbindlichkeiten	28	133,0	122,1
		760,1	827,6
D. Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten			
	23	0,0	7,2
		1.661,7	1.713,4

Eigenkapitalpiegel

Abb. 4 · Eigenkapitalpiegel

	Gezeichnetes Kapital (in Mio. €)	Kapital- rücklage (in Mio. €)	Gewinnrücklagen			Anteile nicht beherrschender Gesellschafter (in Mio. €)	Gesamt (in Mio. €)
			Sonstige Gewinn- rücklagen (in Mio. €)	Cash Flow Hedge Rücklage (in Mio. €)	Währungs- umrechnungs- rücklage (in Mio. €)		
01.10.2009	117,8	218,9	386,3	-1,4	-10,9	0,2	710,9
Währungsumrechnung					1,7	0,1	1,8
Effekte aus Hedge Accounting				0,3	3,1		3,4
Jahresüberschuss			75,9			0,2	76,1
Gesamtergebnis	0,0	0,0	75,9	0,3	4,8	0,3	81,3
Kapitalerhöhung	0,2	1,3					1,5
Ausschüttung			-43,3			-0,2	-43,5
Transaktionen mit Anteilseignern	0,2	1,3	-43,3	0,0	0,0	-0,2	-42,0
Veränderungen Konsolidierungskreis						14,6	14,6
30.09.2010	118,0	220,2	418,9	-1,1	-6,1	14,9	764,8
01.10.2010	118,0	220,2	418,9	-1,1	-6,1	14,9	764,8
Währungsumrechnung					-4,8		-4,8
Effekte aus Hedge Accounting				1,1	2,6		3,7
Jahresüberschuss			86,7			0,3	87,0
Gesamtergebnis	0,0	0,0	86,7	1,1	-2,2	0,3	85,9
Kapitalerhöhung	0,1	2,1					2,2
IAS 32			0,6				0,6
Erwerb von Anteilen			-2,0			-6,4	-8,4
Ausschüttung			-43,3			-0,1	-43,4
Transaktionen mit Anteilseignern	0,0	0,0	-44,7	0,0	0,0	-6,5	-49,0
Veränderungen Konsolidierungskreis					1,3		1,3
30.09.2011	118,1	222,3	460,9	0,0	-7,0	8,7	803,0

Kapitalflussrechnung

Abb. 5 · Kapitalflussrechnung*

	01.10.2010 bis 30.09.2011 (in Mio. €)	01.10.2009 bis 30.09.2010 (in Mio. €)
1. EBIT	143,4	141,7
2. + Abschreibungen auf Vermögenswerte des Anlagevermögens	149,5	145,2
3. +/- Zunahme/Abnahme der Rückstellungen	-9,0	-0,7
4. +/- Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen/Erträge	-1,9	-12,9
5. +/- Gewinne/Verluste aus dem Abgang von Vermögenswerten des Anlagevermögens	-20,0	2,4
6. +/- Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-28,3	2,1
7. +/- Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	17,0	21,9
8. - gezahlte Zinsen	-6,5	-5,6
9. + vereinnahmte Zinsen	1,1	1,2
10. - gezahlte Steuern	-54,5	-49,1
11. = Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	190,8	246,2
12. + Einzahlungen aus Abgängen von Vermögenswerten des Anlagevermögens und Filialveräußerungen	5,0	4,5
13. - Investitionen in das Anlagevermögen	-116,9	-117,3
14. + Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen	50,6	0,0
15. - Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen	-2,9	-5,5
16. = Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-64,2	-118,3
17. Freier Cash Flow (Summe der Zeilen 11 und 16)	126,6	127,9
18. + Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführungen	1,1	0,6
19. - Dividende an DOUGLAS-Aktionäre	-43,3	-43,3
20. - Dividende an Minderheitsgesellschafter	-0,1	-0,2
21. - Auszahlungen aus der Tilgung von Finanzschulden	-112,1	-87,1
22. + Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzkrediten	29,5	61,1
23. +/- sonstige Veränderungen im Finanzbereich	-10,3	-42,9
24. = Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-135,2	-111,8
25. = Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes (Summe der Zeilen 11, 16 und 24)	-8,6	16,1
26. +/- Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestandes	0,3	0,5
27. + Finanzmittelbestand zu Beginn des Geschäftsjahres	51,7	36,7
28. = Finanzmittelbestand am 30.09.	43,4	53,3
29. - davon in der Bilanzposition zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte enthalten	0,0	1,6
30. = Finanzmittelbestand am 30.09. laut Bilanz	43,4	51,7

* Anpassung der Vorjahreswerte unter Berücksichtigung von IAS 7.42A

Segmentberichterstattung

Abb. 6 · Abgrenzung nach Geschäftsbereichen

		Parfümerien		Bücher		Schmuck	
		2010/11	2009/10	2010/11	2009/10	2010/11	2009/10
Außenumsätze (netto)	in Mio. €	1.878,6	1.878,7	934,5	905,8	340,4	310,2
Innenumsatz	in Mio. €	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Umsatzerlöse	in Mio. €	1.878,6	1.878,7	934,5	905,8	340,4	310,2
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	in Mio. €	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ergebnis aus sonstigen Beteiligungen	in Mio. €	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rücknahme von Impairments	in Mio. €	-0,1	-2,0	0,0	-0,3	-0,1	0,0
EBITDA	in Mio. €	207,1	186,3	40,0	60,0	36,8	30,9
EBITDA-Marge	in %	11,0	9,9	4,3	6,6	10,8	9,9
Planmäßige Abschreibungen	in Mio. €	61,3	62,3	30,2	27,8	9,1	7,6
Außerplanmäßige Abschreibungen	in Mio. €	28,0	24,1	1,0	0,7	0,3	3,9
EBIT	in Mio. €	117,8	99,9	8,8	31,5	27,4	19,4
Zinsaufwand	in Mio. €	11,7	13,4	4,4	7,3	2,1	2,2
Zinsertrag	in Mio. €	1,6	1,4	0,8	0,9	0,3	0,2
EBT	in Mio. €	107,7	87,9	5,2	25,1	25,6	17,4
Investitionen	in Mio. €	61,6	56,3	26,2	30,3	15,8	14,4
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt (Vollzeitbasis)		12.005	12.185	4.317	4.254	1.886	1.761
Verkaufsfläche	1.000 m ²	276	279	249	243	22	21
Verkaufsstellen (30.09.)		1.168	1.205	295	289	207	204

Abb. 7 · Abgrenzung nach geografischen Regionen

	Parfümerien		Bücher		Schmuck		Übrige	
	2010/11 (in Mio. €)	2009/10 (in Mio. €)						
Umsatzerlöse								
Deutschland	987,0	945,6	703,7	689,7	340,4	310,2	220,9	221,6
Ausland	891,6	933,1	230,8	216,1	0,0	0,0	4,4	4,5
	1.878,6	1.878,7	934,5	905,8	340,4	310,2	225,3	226,1
Langfristige Vermögenswerte								
Deutschland	116,8	111,3	206,5	211,0	36,0	29,9	114,9	121,3
Ausland	192,5	234,6	32,2	30,3	0,0	0,0	1,0	1,3
	309,3	345,9	238,7	241,3	36,0	29,9	115,9	122,6
Investitionen								
Deutschland	34,3	25,4	19,4	22,5	15,8	14,4	13,3	16,5
Ausland	27,3	30,9	6,8	7,8	0,0	0,0	0,0	0,0
	61,6	56,3	26,2	30,3	15,8	14,4	13,3	16,5

Mode		Süßwaren		Dienstleistungen		Überleitung		DOUGLAS-Konzern	
2010/11	2009/10	2010/11	2009/10	2010/11	2009/10	2010/11	2009/10	2010/11	2009/10
124,5	124,1	98,1	99,4	2,7	2,6	0,0	0,0	3.378,8	3.320,8
0,0	0,0	1,8	1,6	34,1	32,8	-35,9	-34,4	0,0	0,0
124,5	124,1	99,9	101,0	36,8	35,4	-35,9	-34,4	3.378,8	3.320,8
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
0,0	0,0	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,2	0,3
0,0	0,0	0,0	-0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,2	-2,5
7,9	7,4	5,0	5,8	-3,9	-3,5	0,0	0,0	292,9	286,9
6,3	6,0	5,0	5,7	-	-	0,0	0,0	8,7	8,6
6,1	6,1	3,0	2,8	10,4	9,7	0,0	0,0	120,1	116,3
0,0	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	29,4	28,9
1,8	1,1	1,9	3,0	-14,3	-13,2	0,0	0,0	143,4	141,7
1,3	1,2	0,4	0,2	5,9	9,0	-17,3	-19,8	8,5	13,5
0,2	0,2	0,1	0,0	17,2	20,1	-17,3	-19,8	2,9	3,0
0,7	0,1	1,6	2,8	-3,0	-2,1	0,0	0,0	137,8	131,2
2,1	1,8	3,3	3,4	7,9	11,3	0,0	0,0	116,9	117,5
616	604	766	765	526	495	0	0	20.116	20.064
35	37	15	15	0	0	0	0	597	595
13	14	245	261	0	0	0	0	1.928	1.973

Anhang des Konzernabschlusses der DOUGLAS HOLDING AG für das Geschäftsjahr 2010/11

1. Allgemeine Grundsätze

Der Konzernabschluss des Handelskonzerns DOUGLAS HOLDING AG mit Sitz in Hagen, Deutschland, und seiner Tochtergesellschaften zum 30. September 2011 wurde nach den in der Europäischen Union anzuwendenden 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. €).

Die berichteten Vorjahresbeträge sind vollständig mit denen des Berichtsjahres vergleichbar.

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 2010/11 verpflichtend anzuwenden waren, aufgestellt worden. Von der Möglichkeit der vorzeitigen Anwendung neuer Standards wird in diesem Konzernabschluss kein Gebrauch gemacht.

Die folgenden Standards und Interpretationen waren im Geschäftsjahr erstmals anzuwenden, ohne dass diese wesentliche Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des DOUGLAS-Konzerns hatten.

Abb. 8 · Neue, erstmalig im Geschäftsjahr 2010/11 anzuwendende Vorschriften des IASB

	Neue Regelung		Auswirkung auf den DOUGLAS-Konzern
IFRS 1	Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards	Einführung zusätzlicher Erleichterungen	Keine wesentliche Auswirkung
IFRS 1 und IFRS 7	Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards und Finanzinstrumente: Angaben	Erleichterungen für Erstanwender hinsichtlich der Darstellung von Vergleichsinformationen	Keine wesentliche Auswirkung
IFRS 2	Anteilsbasierte Vergütung	Modifikation der Regelung hinsichtlich der Darstellung aktienbasierter Vergütung in Abschlüssen von Tochterunternehmen	Keine wesentliche Auswirkung
IAS 32	Finanzinstrumente: Darstellung	Einführung spezieller Vorschriften zu puttable instruments	Keine wesentliche Auswirkung
IFRIC 15	Verträge über die Errichtung von Immobilien	Regelungen zur Ertragsrealisierung von Bauvorhaben	Keine wesentliche Auswirkung
IFRIC 17	Sachdividenden an Eigentümer	Vorschriften zur Bewertung anderer Vermögenswerte, die an Anteilseigner übertragen werden	Keine wesentliche Auswirkung
IFRIC 18	Übertragung von Vermögenswerten durch einen Kunden	Zusätzliche Hinweise zur Bilanzierung von Übertragungen von Vermögenswerten des Kunden an ein Unternehmen, das diese nutzt, um den Kunden mit Gütern oder Dienstleistungen zu versorgen	Keine wesentliche Auswirkung
IFRIC 19	Tilgung finanzieller Verbindlichkeiten durch Eigenkapitalinstrumente	Detaillierte Vorschriften zur bilanziellen Behandlung von Tilgungen finanzieller Verbindlichkeiten durch Eigenkapitalinstrumente	Keine wesentliche Auswirkung
Improvement-Projekt 2009	IAS 1, IAS 7, IAS 17, IAS 36, IAS 38, IAS 39, IFRS 2, IFRS 5, IFRS 8, IFRIC 9, IFRIC 16		Keine wesentliche Auswirkung

Neben den für den Konzernabschluss zum 30.09.2011 verpflichtend anzuwendenden Standards und Interpretationen gibt es weitere neue und überarbeitete Standards und Interpretationen, die aber noch nicht für Geschäftsjahre, die zum 1. Oktober 2010 begonnen haben, anzuwenden sind. Diese neuen Regelungen wurden vom DOUGLAS-Konzern nicht vorzeitig angewendet. Diese neuen bzw. geänderten und noch nicht anzuwendenden IFRS sind in nachfolgender Übersicht dargestellt.

Abb. 9 · Neue, noch nicht im Geschäftsjahr 2010/11 anzuwendende Vorschriften des IASB

Nicht angewendete neue Regelungen		
IFRS 1	Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards	Regelungen zur Hyperinflation und Beseitigung fixer Daten
IFRS 7	Finanzinstrumente: Angaben	Angaben zum Transfer von Finanzinstrumenten
IFRS 9	Finanzinstrumente: Angaben	Regelung zur Bilanzierung von Finanzinstrumenten mit einer Bewertung zu fortgeführten Anschaffungskosten oder dem beizulegenden Zeitwert
IFRS 10	Konzernabschlüsse	Leitlinien zur Abgrenzung des Konsolidierungskreises
IFRS 11	Gemeinsame Vereinbarungen	Regelungen zur bilanziellen Abbildung von Gemeinschaftsunternehmen
IFRS 12	Angaben zu Beteiligungen an anderen Unternehmen	Angabeerfordernisse hinsichtlich gehaltener Anteile an anderen Unternehmen
IFRS 13	Bemessung des beizulegenden Zeitwertes	Vereinheitlichung der Vorschriften zur Ermittlung des beizulegenden Zeitwertes
IAS 1	Darstellung des Abschlusses	Darstellung des Other Comprehensive Income
IAS 12	Ertragsteuern	Bilanzierung latenter Steuern auf als Finanzinvestition gehaltene Immobilien und neu bewertetes Sachanlagevermögen
IAS 19	Leistungen an Arbeitnehmer	Abschaffung der Korridormethode im Rahmen der Bewertung der Pensionsverpflichtung sowie Erweiterung der Angabeerfordernisse
IAS 24	Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen	Erweiterung der Angabepflichten für Unternehmen der öffentlichen Hand
IAS 27	Separate Abschlüsse	Überarbeitung der Konsolidierungsregelungen und Übernahme in den IFRS 10
IAS 28	Anteile an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	Überarbeitung der Bilanzierungsregelungen von assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen
IFRIC 14	IAS 19 – Die Begrenzung eines leistungsorientierten Vermögenswertes, Mindestdotierungsverpflichtungen und ihre Wechselwirkung	Regelungen hinsichtlich Vorauszahlungen im Zusammenhang mit Mindestdotierungsverpflichtungen
Improvement-Projekt 2010	IFRS 1, IFRS 3, IFRS 7, IAS 1, IAS 27, IAS 24, IFRIC 13	

Veröffentlicht durch das IASB	Erstanwendungszeitpunkt	Anerkennung durch die EU-Kommission	Voraussichtliche Auswirkung auf den DOUGLAS-Konzern
20.12.2010	01.07.2011	bislang noch nicht	Keine wesentliche Auswirkung
07.10.2010	01.07.2011	bislang noch nicht	Erweiterung der Angabepflichten im Anhang
12.11.2009 und 28.10.2010	01.01.2015	bislang noch nicht	Veränderung der Erfassung von als zur Veräußerung verfügbar eingestufte Finanzinstrumente, Auswirkungen unwesentlich
12.05.2011	01.01.2013	bislang noch nicht	Keine wesentliche Auswirkung
12.05.2011	01.01.2013	bislang noch nicht	Keine wesentliche Auswirkung
12.05.2011	01.01.2013	bislang noch nicht	Erweiterung der Angabepflichten im Anhang
12.05.2011	01.01.2013	bislang noch nicht	Keine wesentliche Auswirkung
28.07.2011	01.07.2012	bislang noch nicht	Keine wesentliche Auswirkung
20.12.2010	01.01.2012	bislang noch nicht	Keine wesentliche Auswirkung
16.06.2011	01.01.2013	bislang noch nicht	Erhöhung der Eigenkapitalvolatilität aufgrund des Wegfalls des Glättungseffektes durch die Korridormethode
04.11.2009	01.01.2011	19.07.2010	Keine wesentliche Auswirkung
12.05.2011	01.01.2013	bislang noch nicht	Keine wesentliche Auswirkung
12.05.2011	01.01.2013	bislang noch nicht	Keine wesentliche Auswirkung
26.11.2009	01.01.2011	19.07.2010	Keine wesentliche Auswirkung
06.05.2010	Im Wesentlichen 01.01.2011	25.08.2010	Keine wesentliche Auswirkung

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.

Wesentliche assoziierte Unternehmen, auf die die DOUGLAS HOLDING AG einen maßgeblichen Einfluss ausübt, werden nach der Equitymethode in den Konzernabschluss einbezogen. Assoziierte Unternehmen von untergeordneter Bedeutung für den Konzernabschluss werden nach dem Anschaffungskostenprinzip bewertet.

Abb. 10 · Konsolidierungskreis

	Inland	Ausland	Gesamt
Stand 1. Oktober 2010	47	35	82
Erstmalig konsolidierte Gesellschaften	4	0	4
Ausgeschiedene Gesellschaften	1	4	5
Stand 30. September 2011	50	31	81

Die beiden russischen Tochtergesellschaften OOO Douglas Rivoli und OOO International Company, beide mit Sitz in Moskau/Russland, sowie die Rivoli Holding mit Sitz in Nijmegen/Niederlande wurden zum 30. Dezember 2010 veräußert. Aus dieser Veräußerung flossen dem Konzern insgesamt Zahlungsmittel in Höhe von 52,8 Millionen Euro zu und es entstand ein Veräußerungsgewinn in Höhe von 22,3 Millionen Euro. Gegenüber dem Käufer wurden die in Russland vertragsüblichen Zusicherungen gegeben, insbesondere zum Bestand der Marke und zum Bestand von Mietverträgen. Im Parfümeriebereich wurde darüber hinaus im März 2011 die dänische Tochtergesellschaft Parfumeri Douglas ApS mit Sitz in Kopenhagen/Dänemark liquidiert und schied somit aus dem Konsolidierungskreis aus.

Im Buchbereich wurden zum 1. August 2011 sämtliche Anteile der textunes GmbH mit Sitz in Berlin erworben. Der Kaufpreis für diese Anteile belief sich auf 3,0 Millionen Euro. Der Erwerb der textunes GmbH führte zu einer Aktivierung der Software-Plattform in Höhe von 2,7 Millionen Euro sowie der Aktivierung von Kundenstämmen in Höhe von 0,5 Millionen Euro. Hierauf wurden insgesamt latente Steuern in Höhe von 1,0 Millionen Euro passiviert sowie latente Steuern auf Verlustvorträge in Höhe von 0,4 Millionen Euro aktiviert. Darüber hinaus wurde ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 0,5 Millionen Euro im Konzernabschluss angesetzt. Geschäfts- oder Firmenwerte werden gebildet, soweit keine zuverlässig bewertbaren und separierbaren immateriellen Vermögenswerte in der erworbenen Gesellschaft identifiziert werden konnten. In der Zeit der Konzernzugehörigkeit erwirtschaftete die textunes GmbH Umsätze in Höhe von 0,2 Millionen Euro sowie ein Ergebnis in Höhe von –0,2 Millionen Euro. Seit dem 1. Oktober 2010 erwirtschaftete die textunes GmbH Umsätze von 0,7 Millionen Euro und ein Ergebnis in Höhe von –0,9 Millionen Euro. Des Weiteren wurden per Ende März 2011 weitere 17,4 Prozent der Anteile an der buch.de internetstores AG, Münster, zu einem Kaufpreis in Höhe von 8,4 Millionen Euro erworben. Insgesamt beläuft sich der Anteil der gehaltenen Anteile am gezeichneten Kapital der buch.de internetstores AG damit auf 77,6 Prozent. Die Kaufpreise wurden in bar beglichen.

Im Geschäftsjahr 2009/10 wurde die buch.de internetstores AG erstmalig vollkonsolidiert in den Konzernabschluss einbezogen. Im Rahmen dieser erstmaligen Vollkonsolidierung

entstand im Geschäftsjahr 2009/10 aufgrund der Neubewertung der Altanteile ein Ertrag in Höhe von 6,1 Millionen Euro, der unter den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen war.

Des Weiteren wurden im zurückliegenden Geschäftsjahr die Douglas Marken- und Lizenzen GmbH sowie die Thalia Franchise GmbH & Co. KG mit der dazu gehörenden Verwaltungsgesellschaft gegründet und damit erstmalig konsolidiert in den Konzernabschluss einbezogen. Im zurückliegenden Geschäftsjahr wurde darüber hinaus mit Wirkung zum 1. Oktober 2010 die Thalia Buchhandlung Köln GmbH mit Sitz in Hagen auf die Thalia Universitätsbuchhandlung GmbH, ebenfalls mit Sitz in Hagen, verschmolzen.

Abb. 11 · Veränderungen Konsolidierungskreis

	Zugänge (in Mio. €)	Abgänge (in Mio. €)	Saldo (in Mio. €)
Immaterielle Vermögenswerte	3,2	4,3	-1,1
Sachanlagen	0,0	5,8	-5,8
Latente Steuern	0,4	0,0	0,4
Vorräte und sonstige Vermögenswerte	0,1	20,5	-20,4
Liquide Mittel	0,1	2,1	-2,0
Rückstellungen	0,1	0,1	0,0
Latente Steuern	1,0	0,3	0,7
Verbindlichkeiten	0,9	8,0	-7,1

Auf die Anwendung der Equitymethode wurde bei sechs Unternehmen (davon eines 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 eine 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.

Im Geschäftsjahr 2009/10 fielen jeweils 16,4 Millionen Euro Aufwendungen und 16,4 Millionen Euro Erträge bei At-equity konsolidierten Gesellschaften an.

Konsolidierungsmethoden

Die Abschlüsse der in die Konsolidierung einbezogenen Gesellschaften sind auf den 30. September 2011 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 entfallendes anteiliges Reinvermögen einschließlich stiller Reserven und Lasten wird als Minderheitenanteil 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.

4. Währungsumrechnung

Die Jahresabschlüsse der Tochterunternehmen werden entsprechend dem Konzept 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 dadurch ergebenden Umrechnungsdifferenzen werden ergebnisneutral im Währungsausgleichsposten innerhalb des Eigenkapitals erfasst.

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

Abb. 12 · Währungskurse

			Durchschnittskurs (in €)		Stichtagskurs (in €)	
			2010/11	2009/10	30.09.2011	30.09.2010
1	US-Dollar	USD	0,717	0,737	0,741	0,732
100	Schweizer Franken	CHF	79,494	69,993	82,055	75,267
100	Polnische Zloty	PLN	24,927	24,673	22,594	25,042
100	Ungarische Forint	HUF	0,367	0,365	0,341	0,362
100	Russische Rubel	RUB	2,394	2,455	2,441	2,395
100	Dänische Kronen	DKK	13,415	13,434	13,440	13,419
100	Türkische Lira	TRY	45,116	48,699	39,722	50,378
100	Tschechische Kronen	CZK	4,087	3,915	4,046	4,064
100	Litauische Litas	LTL	28,988	28,885	28,988	28,950
100	Lettische Lats	LVL	141,473	140,558	141,483	140,637
100	Rumänische Lei	RON	23,657	23,703	23,196	23,342
100	Kroatische Kuna	HRK	13,518	13,730	13,404	13,678
100	Bulgarische Lewa	BGN	51,141	51,072	51,174	51,117

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

Insgesamt wurden Erträge aus Kursdifferenzen in Höhe von 1,7 Millionen Euro (Vorjahr: 2,1 Millionen Euro) und entsprechende Aufwendungen von 1,9 Millionen Euro (Vorjahr: 2,4 Millionen Euro) erfolgswirksam erfasst.

5. Grundsätze der Bilanzierung und Bewertung

Immaterielle Vermögenswerte

Geschäfts- oder Firmenwerte, die im Rahmen der Kapitalkonsolidierung entstehen und den berschuss 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. Obergrenze für die Allokation ist grundsätzlich das jeweilige operativ tätige Tochterunternehmen als operatives Segment gemäß IFRS 8.5. 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.

Sonstige immaterielle Vermögenswerte werden mit ihren Anschaffungskosten in der Bilanz angesetzt. Fremdkapitalkosten werden dabei nicht in die Ermittlung der Anschaffungskosten einbezogen, da im DOUGLAS-Konzern keine qualifizierten Vermögenswerte vorliegen. 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 nicht in die Ermittlung der Anschaffungs- oder Herstellungskosten von Sachanlagevermögen einbezogen, sondern sofort aufwandswirksam erfasst, da im DOUGLAS-Konzern keine qualifizierten Vermögenswerte vorliegen. Da die Gesellschaften des DOUGLAS-Konzerns erfahrungsgemäß nicht aus Rückbauverpflichtungen in Anspruch genommen werden, werden diese Verpflichtungen grundsätzlich nicht in

der Bewertung der Mietereinbauten berücksichtigt. 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:

Abb. 13 · 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 Leasing-Verhältnisse betreffen im DOUGLAS-Konzern die Anmietung von Geschäftsfilialen. Leasing-Verhältnisse werden in der Bilanz entsprechend den 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 ausübbarer Mietverlängerungsoptionen an. Bei der Klassifizierung der Leasingverträge werden auf Basis der Erkenntnisse aus der Vergangenheit die Grundmietzeit sowie die Ausübung einer Verlängerungsoption berücksichtigt, was regelmäßig zu einer Qualifizierung dieser Verträge als Operating Leasing-Verhältnis führt.

Ist das wirtschaftliche Eigentum von geleasten Gegenständen 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 ratierlich über die Dauer des Leasing-Verhältnisses entsprechend der Effektivzinsmethode getilgt und aufgezinnt.

Finanzielle Vermögenswerte

Finanzielle Vermögenswerte – dazu gehören Anteile an nicht konsolidierten Gesellschaften, die nicht mittels der Equitymethode bewertet werden, übrige Beteiligungen, Ausleihungen, Wertpapiere und vertragliche Forderungen – werden gemäß IAS 39 bilanziert. Entsprechend ihrer Klassifizierung erfolgt die Folgebewertung entweder zum beizulegen-

den 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.

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 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 auf Basis der Altersstruktur der Forderungen durch Berücksichtigung von Wertberichtigungen Rechnung getragen. Ein Großteil der Forderungen, die älter als 60 Tage sind, wird an Inkassounternehmen übergeben und in diesem Zusammenhang wertberichtigt. 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 2011 wurden die langfristigen Rückstellungen mit einem Zinssatz von 5,14 Prozent abgezinst (Vorjahr: 4,7 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 zehn Prozent des Verpflichtungsbetrages liegen. Vermögenswerte (Planvermögen) und Schulden aus Versorgungsplänen werden saldiert dargestellt. Als Planvermögen werden qualifizierte Policen gehalten, die an Mitarbeiter verpfändet sind. 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. Darüber hinaus werden originäre finanzielle Verbindlichkeiten im Rahmen von Net Investment Hedges zur Absicherung der Fremdwährungsrisiken aus Net Investments in konzernfremder Währung eingesetzt. 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.

Ertragsrealisierung

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

Gegenstand des Kapitalmanagements ist das Eigenkapital nach IFRS. 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. Dabei strebt der DOUGLAS-Konzern eine Konzerneigenkapitalquote von mehr als 35 Prozent an. 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, sodass sämtliche Investitionsentscheidungen auf ihren nachhaltigen Wertbeitrag hin überprüft werden. Weitere Informationen zur aktuellen Entwicklung des DVA sind im Lagebericht auf den Seiten 47–49 dargestellt.

47–49 □

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

Abb. 14 · Kapital

		30.09.2011	30.09.2010
Eigenkapital	in Mio. €	803,0	764,8
Fremdkapital	in Mio. €	858,7	948,6
Nettoverschuldung	in Mio. €	49,6	124,0
Working Capital	in Mio. €	438,0	418,1
Eigenkapitalquote	in %	48,3	44,6

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

6. Umsatzerlöse

Im Geschäftsjahr 2010/11 wurden Umsatzerlöse (netto) von 3.378,8 Millionen Euro erzielt. Auf das Ausland entfällt daraus ein Umsatzanteil von 33,2 Prozent nach 34,7 Prozent im Geschäftsjahr 2009/10.

Abb. 15 · Umsatzerlöse

	2010/11 (in Mio. €)	2009/10 (in Mio. €)
Parfümerien	1.878,6	1.878,7
davon im Ausland	888,2	932,0
Bücher	934,5	905,8
davon im Ausland	230,8	216,1
Schmuck	340,4	310,2
Mode	124,5	124,1
Süßwaren	98,1	99,4
davon im Ausland	4,4	4,5
Dienstleistungen	2,7	2,6
Summe	3.378,8	3.320,8

7. Rohertrag aus dem Handelsgeschäft

Der Rohertrag aus dem Handelsgeschäft beträgt 1.608,9 Millionen Euro für das Geschäftsjahr 2010/11 (Vorjahr: 1.571,3 Millionen Euro). Die Handelsspanne (Anteil des Rohertrages am Nettoumsatz) liegt mit 47,6 Prozent leicht über der des Vorjahres.

8. Sonstige betriebliche Erträge

Abb. 16 · Sonstige betriebliche Erträge

	2010/11 (in Mio. €)	2009/10 (in Mio. €)
Erträge aus weiterberechneten Kosten an Dritte	119,7	121,6
Erträge aus Vermietung und Untervermietung	17,2	17,4
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	14,2	16,9
Erträge aus Kundenkarten	9,5	9,3
Erträge aus Provisionen	3,5	4,7
Erträge aus Versicherungsentschädigungen	1,4	1,4
Erträge aus dem Abgang von Anlagevermögen	0,4	0,6
Erträge aus der Veräußerung der russischen Tochtergesellschaften	22,3	0,0
Erträge aus Währungsumrechnungsdifferenzen	1,7	2,1
Erträge aus der Ausbuchung von Verbindlichkeiten	4,4	4,0
Erträge aus der Rücknahme von Impairments	0,2	2,5
Übrige neutrale Erträge	5,0	8,9
Erstattung Umsatzsteuer Vorjahre	0,0	3,5
Übrige Erträge	26,5	18,8
Summe	226,0	211,7

Die Erträge aus weiterberechneten Kosten an Dritte enthalten Erstattungen von Marketingkosten und übrige Weiterbelastungen. Erträge aus Vermietung und Untervermietung resultieren im Wesentlichen aus angemieteten Filialen, die nicht selbst genutzt werden, sondern untervermietet werden. Die Position übrige neutrale Erträge enthielt im Vorjahr einen Ertrag in Höhe von 6,1 Millionen Euro aus der Neubewertung der Altanteile an der buch.de internetstores AG. Die übrigen Erträge enthalten u. a. Erträge aus Pensionsplänen.

9. Personalaufwand

Abb. 17 · Personalaufwand

	2010/11 (in Mio. €)	2009/10 (in Mio. €)
Löhne und Gehälter	613,0	595,6
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	127,7	124,7
davon für Altersversorgung	5,3	5,4
Summe	740,7	720,3

10. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

Abb. 18 · Sonstige betriebliche Aufwendungen

	2010/11 (in Mio. €)	2009/10 (in Mio. €)
Mieten und Energiekosten	371,0	368,7
Werbeinserate und Beilagen	27,1	28,7
Werbung in sonstigen Medien	20,4	15,6
Direct Mailing und Kundenkarte	29,7	26,4
Dekorationskosten	12,0	10,2
Weitere Marketing- und Werbekosten	52,3	51,7
Kosten der Warenabgabe	63,6	57,1
Sonstige Dienstleistungen	65,3	60,6
Reparaturaufwendungen	16,8	15,7
Kreditkartenprovisionen	11,9	11,8
Büro- und Postkosten	14,8	13,9
Reise- und Kraftfahrzeugkosten	13,8	12,6
Ver- und Gebrauchsmaterial	11,3	11,3
Aufwendungen aus Untervermietung	14,8	14,8
IT-Kosten	20,5	17,7
Gebühren und Beiträge	12,5	13,0
Übrige Aufwendungen	43,7	46,3
Summe	801,5	776,1

11. Beteiligungsergebnis

Die Erträge aus sonstigen Beteiligungen betragen 0,2 Millionen Euro (Vorjahr: 0,3 Millionen Euro). Im Geschäftsjahr 2009/10 wurde die Mehrheit der Anteile an der buch.de internetstores AG übernommen und die Gesellschaft seither vollkonsolidiert in den Konzernabschluss einbezogen, weshalb keine Erträge aus assoziierten Unternehmen auszuweisen waren.

12. Abschreibungen

Abb. 19 · Abschreibungen

	2010/11 (in Mio. €)	2009/10 (in Mio. €)
Planmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	120,1	116,3
Außerplanmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	29,4	28,9
Summe	149,5	145,2

13. Finanzergebnis

Abb. 20 · Finanzergebnis

	2010/11 (in Mio. €)	2009/10 (in Mio. €)
Zinserträge aus Krediten und Forderungen	2,6	3,0
Finanzerträge aus zu Handelszwecken gehaltenen Finanzinstrumenten	0,1	0,0
Finanzertag aus der Abzinsung von sonstigen Rückstellungen	0,2	0,0
Summe Finanzerträge	2,9	3,0
Zinsaufwand aus der Aufzinsung von Rückstellungen	-2,7	-1,9
Finanzaufwand aus Minderheitenoptionen	-0,4	-1,9
Finanzaufwand aus zu Handelszwecken gehaltenen Finanzinstrumenten	-0,7	-0,1
Finanzaufwand aus finanziellen Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden	-4,7	-9,6
Summe Finanzaufwand	-8,5	-13,5
Finanzergebnis	-5,6	-10,5

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: 0,5 Millionen Euro) angefallen. Insgesamt beliefen sich die Gebühren in Form von Entgelten im Zusammenhang mit Finanzinstrumenten im Geschäftsjahr 2010/11 auf 5,6 Millionen Euro (Vorjahr: 5,1 Millionen Euro). Der Finanzaufwand für die Minderheitenoptionen betrifft Fremdgegesellchaftern zustehende Ausschüttungen, deren Anteile unter den Verbindlichkeiten ausgewiesen werden, weil sie entweder mit einem Optionsrecht ausgestattet sind oder es sich um Minderheitenanteile an deutschen Personengesellschaften handelt. Durch die Auflösung des Sicherungszusammenhangs zwischen dem gesicherten Grundgeschäft und dem dazugehörigen derivativen Finanzinstrument wurde das Finanzergebnis belastet (0,7 Millionen Euro).

14. Nettoergebnisse nach Bewertungskategorien

Abb. 21 · Nettoergebnisse nach Bewertungskategorien – Geschäftsjahr 2010/11

	Erträge/Aufwendungen aus Fair Value-Bewertung (in Mio. €)	Wert- berichtigungen (in Mio. €)	Zinserträge (in Mio. €)	Zins- aufwendungen (in Mio. €)	Nettogewinne/ -verluste (in Mio. €)
Zu Handelszwecken gehaltene Finanzinstrumente	-0,6	0,0	0,0	0,0	-0,6
Kredite und Forderungen	0,0	-1,1	2,6	-4,7	-3,2
Minderheitenoptionen	0,0	0,0	0,0	-0,4	-0,4
Nettoergebnis nach Bewertungskategorien	-0,6	-1,1	2,6	-5,1	-4,2
Erträge und Aufwendungen aus Finanzinstrumenten, die nicht im Zinsergebnis enthalten sind	0,0	1,1	0,0	0,0	1,1
Zinserträge/-aufwendungen aus Posten, die keine Finanzinstrumente sind	0,0	0,0	0,2	-2,7	-2,5
Finanzergebnis	-0,6	0,0	2,8	-7,8	-5,6

Abb. 22 · Nettoergebnisse nach Bewertungskategorien – Geschäftsjahr 2009/10

	Erträge/Aufwendungen aus Fair Value-Bewertung (in Mio. €)	Wert- berichtigungen (in Mio. €)	Zinserträge (in Mio. €)	Zins- aufwendungen (in Mio. €)	Nettogewinne/ -verluste (in Mio. €)
Kredite und Forderungen	0,0	-1,3	3,0	-9,6	-7,9
Verbindlichkeiten, die zum Fair Value bewertet werden	-0,1	0,0	0,0	0,0	-0,1
Minderheitenoptionen	0,0	0,0	0,0	-1,9	-1,9
Nettoergebnis nach Bewertungskategorien	-0,1	-1,3	3,0	-11,5	-9,9
Erträge und Aufwendungen aus Finanzinstrumenten, die nicht im Zinsergebnis enthalten sind	0,0	1,3	0,0	0,0	1,3
Zinserträge/-aufwendungen aus Posten, die keine Finanzinstrumente sind	0,0	0,0	0,0	-1,9	-1,9
Finanzergebnis	-0,1	0,0	3,0	-13,4	-10,5

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 bis zur Endfälligkeit gehaltenen Finanzinstrumenten oder zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumenten erfasst.

15. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Abb. 23 · Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

	2010/11 (in Mio. €)	2009/10 (in Mio. €)
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	51,0	58,5
davon Inland	39,2	41,1
davon Ausland	11,8	17,4
Latente Steuern	-0,2	-3,4
davon aus temporären Differenzen	-3,1	4,7
davon aus Verlustvorträgen	3,7	-8,1
Summe	50,8	55,1

Der gesetzliche Körperschaftsteuersatz in Deutschland für den Veranlagungszeitraum 2010/11 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 2011 betrug das Anrechnungsguthaben 8,3 Millionen Euro (Vorjahr: 9,3 Millionen Euro). Das Körperschaftsteuerguthaben ist unter den langfristigen Steuerforderungen in der Bilanz ausgewiesen.

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

Auf steuerliche Verlustvorträge einzelner Konzerngesellschaften in Höhe von insgesamt 20,4 Millionen Euro wurden keine aktiven latenten Steuern gebildet (Vorjahr: 24,5 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:

Abb. 24 · Steuerliche Überleitungsrechnung

		2010/11	2009/10
Ergebnis vor Steuern	in Mio. €	137,8	131,2
Ertragsteuersatz Konzern (national inkl. Gewerbesteuer)	in %	32,0	32,0
Erwarteter Steueraufwand	in Mio. €	44,1	42,0
Auswirkung abweichender nationaler Steuersätze	in Mio. €	-3,2	-4,7
Periodenfremde Steueraufwendungen und -erträge	in Mio. €	0,6	8,5
Steuerfreie Erträge	in Mio. €	-7,1	0,0
Steuerlich nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	in Mio. €	1,6	1,7
Finanzaufwand Minderheitenoptionen	in Mio. €	0,1	0,6
Wertminderung aktiver latenter Steuern aufgrund operativer Verluste	in Mio. €	8,0	2,1
Steuerlich nicht wirksame Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	in Mio. €	7,6	5,4
Gewerbesteuer (Hinzurechnungen/Kürzungen)	in Mio. €	-0,5	0,5
Sonstiges	in Mio. €	-0,4	-1,0
Tatsächlicher Steueraufwand	in Mio. €	50,8	55,1

Erläuterungen zur Bilanz

16. Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Abb. 25 · Immaterielle Vermögenswerte – Geschäftsjahr 2010/11

	Mietrechte und ähnliche Rechte und Werte (in Mio. €)	Geschäfts- oder Firmenwert (in Mio. €)	Anzahlungen auf immaterielle Vermögenswerte (in Mio. €)	Gesamt (in Mio. €)
Anschaffungskosten				
Stand 01.10.10	148,9	215,3	0,8	365,0
Währungsanpassung	0,1	0,3	0,0	0,4
Veränderungen aus Unterneh- menszusammenschlüssen	2,9	0,5	0,0	3,4
Zugänge	9,0	0,0	1,2	10,2
IAS 32	0,0	-1,5	0,0	-1,5
Abgänge	-3,8	-0,2	0,0	-4,0
Umgliederung IFRS 5	-5,4	0,0	0,0	-5,4
Umbuchungen	1,0	0,0	-0,8	0,2
Stand 30.09.11	152,7	214,4	1,2	368,3
Abschreibungen				
Stand 01.10.10	70,6	25,3	0,0	95,9
Währungsanpassung	0,2	0,0	0,0	0,2
Veränderungen aus Unterneh- menszusammenschlüssen	-0,3	0,0	0,0	-0,3
Zugänge	12,4	0,0	0,0	12,4
IAS 36	1,9	23,7	0,0	25,6
Zuschreibungen	0,0	0,0	0,0	0,0
Abgänge	-2,6	-0,2	0,0	-2,8
Umgliederung IFRS 5	-2,9	0,0	0,0	-2,9
Umbuchungen	-0,4	0,4	0,0	0,0
Stand 30.09.11	78,9	49,2	0,0	128,1
Nettowerte				
Stand 30.09.11	73,8	165,2	1,2	240,2
Stand 30.09.10	78,3	190,0	0,8	269,1

Abb. 26 · Immaterielle Vermögenswerte – Geschäftsjahr 2009/10

	Mietrechte und ähnliche Rechte und Werte (in Mio. €)	Geschäfts- oder Firmenwert (in Mio. €)	Anzahlungen auf immaterielle Vermögenswerte (in Mio. €)	Gesamt (in Mio. €)
Anschaffungskosten				
Stand 01.10.09	119,7	216,6	0,6	336,9
Währungsanpassung	0,4	0,3	0,0	0,7
Veränderungen aus Unterneh- menszusammenschlüssen	29,3	0,4	1,0	30,7
Zugänge	10,2	-0,3	0,8	10,7
IAS 32	0,0	3,9	0,0	3,9
Abgänge	-4,5	-1,9	-0,1	-6,5
Umgliederung IFRS 5	-7,7	-3,7	0,0	-11,4
Umbuchungen	1,5	0,0	-1,5	0,0
Stand 30.09.10	148,9	215,3	0,8	365,0
Abschreibungen				
Stand 01.10.09	60,2	11,2	0,0	71,4
Währungsanpassung	0,3	0,1	0,0	0,4
Veränderungen aus Unterneh- menszusammenschlüssen	1,6	0,0	0,0	1,6
Zugänge	12,9	0,0	0,0	12,9
IAS 36	3,8	16,5	0,0	20,3
Zuschreibungen	-0,6	0,0	0,0	-0,6
Abgänge	-3,4	-0,9	0,0	-4,3
Umgliederung IFRS 5	-4,2	-1,6	0,0	-5,8
Umbuchungen	0,0	0,0	0,0	0,0
Stand 30.09.10	70,6	25,3	0,0	95,9
Nettowerte				
Stand 30.09.10	78,3	190,0	0,8	269,1
Stand 30.09.09	59,5	205,4	0,6	265,5

Abb. 27 · Sachanlagen – Geschäftsjahr 2010/11

	Grundstücke und Bauten (in Mio. €)	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung (in Mio. €)	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau (in Mio. €)	Gesamt (in Mio. €)
Anschaffungskosten				
Stand 01.10.10	644,9	797,6	9,4	1.451,9
Währungsanpassung	1,3	-1,2	-0,1	0,0
Veränderungen aus Unterneh- menszusammenschlüssen	-0,6	-0,9	0,0	-1,5
Zugänge	32,3	65,6	8,8	106,7
Abgänge	-25,4	-53,4	-0,3	-79,1
Umbuchungen	3,7	3,7	-7,6	-0,2
Stand 30.09.11	656,2	811,4	10,2	1.477,8
Abschreibungen				
Stand 01.10.10	390,9	590,4	0,0	981,3
Währungsanpassung	1,5	-0,7	0,0	0,8
Veränderungen aus Unterneh- menszusammenschlüssen	-0,7	-1,0	0,0	-1,7
Zugänge	38,1	69,6	0,0	107,7
IAS 36	0,5	3,3	0,0	3,8
Zuschreibungen	-0,1	-0,3	0,0	-0,4
Abgänge	-23,0	-50,4	0,0	-73,4
Umbuchungen	0,0	0,0	0,0	0,0
Stand 30.09.11	407,2	610,9	0,0	1.018,1
Nettowerte				
Stand 30.09.11	249,0	200,5	10,2	459,7
Stand 30.09.10	254,0	207,2	9,4	470,6

Abb. 28 · Sachanlagen – Geschäftsjahr 2009/10

	Grundstücke und Bauten (in Mio. €)	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung (in Mio. €)	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau (in Mio. €)	Gesamt (in Mio. €)
Anschaffungskosten				
Stand 01.10.09	639,5	774,4	7,9	1.421,8
Währungsanpassung	5,0	5,6	0,2	10,8
Veränderungen aus Unterneh- menszusammenschlüssen	0,0	2,4	0,0	2,4
Zugänge	33,9	65,9	7,0	106,8
Abgänge	-27,7	-52,7	0,1	-80,3
Umgliederung IFRS 5	-3,1	-6,5	0,0	-9,6
Umbuchungen	-2,7	8,5	-5,8	0,0
Stand 30.09.10	644,9	797,6	9,4	1.451,9
Abschreibungen				
Stand 01.10.09	374,7	568,5	0,0	943,2
Währungsanpassung	3,2	3,9	0,0	7,1
Veränderungen aus Unterneh- menszusammenschlüssen	0,0	1,7	0,0	1,7
Zugänge	37,9	65,5	0,0	103,4
IAS 36	5,3	3,3	0,0	8,6
Zuschreibungen	-1,0	-1,9	0,0	-2,9
Abgänge	-25,7	-50,3	0,0	-76,0
Umgliederung IFRS 5	-0,8	-3,0	0,0	-3,8
Umbuchungen	-2,7	2,7	0,0	0,0
Stand 30.09.10	390,9	590,4	0,0	981,3
Nettowerte				
Stand 30.09.10	254,0	207,2	9,4	470,6
Stand 30.09.09	264,8	205,9	7,9	478,6

A) Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Die Investitionen des Geschäftsjahres 2010/11 verteilen sich auf die Geschäftsbereiche wie folgt:

Abb. 29 · Investitionen

	2010/11 (in Mio. €)	2009/10 (in Mio. €)
Parfümerien	61,6	56,3
Bücher	26,2	30,3
Schmuck	15,8	14,4
Mode	2,1	1,8
Süßwaren	3,3	3,4
DOUGLAS HOLDING AG, Dienstleistungen	7,9	11,3
Summe	116,9	117,5

Davon entfallen auf die ausländischen Tochtergesellschaften 34,1 Millionen Euro (Geschäftsjahr 2009/10: 38,7 Millionen Euro).

Die Zugänge im Bereich der immateriellen Vermögenswerte betreffen im Wesentlichen die erworbene Software-Plattform im Zusammenhang mit dem Unternehmenserwerb der textunes GmbH.

Im Bereich des Sachanlagevermögens wurde vor allem in die Eröffnung und Erwerbe von 30 neuen Filialen im Inland und 34 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 120,1 Millionen Euro (Vorjahr: 116,3 Millionen Euro).

Impairmenttests für Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte auf Filialebene als zahlungsmittelgenerierender Einheit führten im abgelaufenen Geschäftsjahr zu außerplanmäßigen Abschreibungen in Höhe von insgesamt 5,7 Millionen Euro (Vorjahr: 12,4 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 2010/11 Zuschreibungen in Höhe von 0,4 Millionen Euro (Vorjahr: 3,4 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 Rohertragsenerwartungen, 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 Planungszeitraum beträgt zwischen einem und zehn Jahren. Der Berechnung liegt ein Zinssatz von 10,75 Prozent vor Steuern zugrunde.

Finanzierungsleasing

Zum Bilanzstichtag bestehen in keiner der Konzerngesellschaften wesentliche Finanzierungsleasingvereinbarungen.

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 zehn 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 2010/11 auf 281,2 Millionen Euro (Vorjahr: 280,7 Millionen Euro). Bedingte Mietzahlungen belaufen sich auf 4,0 Millionen Euro (Vorjahr: 3,0 Millionen Euro).

Abb. 30 · Operatives Leasing

	Bis zu 1 Jahr (in Mio. €)		1 bis 5 Jahre (in Mio. €)		Mehr als 5 Jahre (in Mio. €)		Summe (in Mio. €)	
	2010/11	2009/10	2010/11	2009/10	2010/11	2009/10	2010/11	2009/10
Verpflichtungen aus operativem Leasing	272,9	275,1	680,3	671,6	235,1	250,2	1.188,3	1.196,9
Erträge aus Untermietverträgen	8,6	9,6	23,7	25,2	6,8	12,9	39,1	47,7

B) Geschäfts- oder Firmenwerte

Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 130,6 Millionen Euro (Vorjahr: 155,3 Millionen Euro) entfallen auf Unterschiedsbeträge, die sich aus der Kapitalkonsolidierung ergeben. Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 34,6 Millionen Euro (Vorjahr: 34,7 Millionen Euro) beziehen sich auf Goodwills, die im Rahmen von Asset Deals auf Ebene der Einzelabschlüsse entstanden sind.

Entsprechend der Änderungen des IFRS 8.5 in Verbindung mit IAS 36.80b wurden zum 1. Oktober 2009 die Geschäfts- oder Firmenwerte auf die operativen Segmente realloziert. Dabei wurde zum einen der Geschäfts- und Firmenwert der Douglas Iberia Holding S.A. in Höhe von 13,9 Millionen Euro mit einem Betrag in Höhe von 7,0 Millionen Euro auf die Douglas Spain S.A. und mit einem Betrag in Höhe von 6,9 Millionen Euro auf die Douglas Portugal Lda. aufgeteilt. Zum anderen wurde der Geschäfts- oder Firmenwert der S.I.A. Douglas Baltic in Höhe von 7,0 Millionen Euro mit 5,2 Millionen Euro auf die lettische Tochtergesellschaft und mit 1,8 Millionen auf die litauische Tochtergesellschaft aufgeteilt. Diese Reallokation der Geschäfts- oder Firmenwerte erfolgte prospektiv.

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 Rotertragserwartungen, Einschätzungen über Ersatzinvestitionen in das Filialnetz sowie die Personalaufwandsquote. Diese Prämissen beruhen sowohl auf unternehmensinternen Einschätzungen und Erfah-

rungswerten als auch unternehmensexternen volkswirtschaftlichen Rahmendaten. Die Planungen wurden auf Basis tatsächlicher Vergangenheitswerte entwickelt und berücksichtigen für einzelne ausländische Parfümeriegesellschaften eine weitere Steigerung der Rentabilität durch die Erhöhung des Eigen- und Exklusivmarkenanteils.

Die Planungsrechnungen beziehen sich auf einen detaillierten Planungszeitraum von zehn Jahren, was dem standardisierten Planungssystem der Gesellschaften entspricht, und auf eine daran anschließende ewige Rente. Dabei liegt der Berechnung eine risikoadjustierte Wachstumsrate in Höhe von 0 Prozent bis 1 Prozent (Vorjahr: 0 Prozent bis 1 Prozent) vor Anpassung für künftige Marktsättigungseffekte in Abhängigkeit des erwarteten ROCE zugrunde. Zur Diskontierung werden Zinssätze zwischen 7,8 Prozent und 10,5 Prozent vor Steuern herangezogen (Vorjahr: 7,5 bis 11,0 Prozent).

Die Durchführung der Werthaltigkeitstests von Geschäfts- oder Firmenwerten hat im abgelaufenen Geschäftsjahr zu außerplanmäßigen Abschreibungen in Höhe von 23,7 Millionen Euro geführt (Vorjahr: 16,5 Millionen Euro).

Aufgrund der hinter den Erwartungen zurückgebliebenen Umsatzentwicklung der Parfümerie Douglas France S.A. im ersten Quartal des zurückliegenden Geschäftsjahres wurde eine Werthaltigkeitsprüfung des Geschäfts- oder Firmenwertes, der auf diese zahlungsmittelgenerierende Einheit entfällt, durchgeführt. Dieser Werthaltigkeitstest ergab einen außerplanmäßigen Abschreibungsbedarf in Höhe von 22,9 Millionen Euro. Des Weiteren wurde im Rahmen der jährlich durchgeführten Werthaltigkeitstests ein Abschreibungsbedarf in Höhe von 0,8 Millionen Euro auf die zahlungsmittelgenerierende Einheit der IRIS d.d. mit Sitz in Zagreb/Kroatien ermittelt. Somit wurde der entsprechende Geschäfts- oder Firmenwert außerplanmäßig abgeschrieben. Beide wertgeminderten Geschäfts- oder Firmenwerte sind dem Berichtssegment Parfümerien zugeordnet. In beiden Fällen ist jeweils der gesamte Wertminderungsbedarf vom Buchwert des Geschäfts- oder Firmenwertes abgezogen worden. Die verbleibenden Beträge des Geschäfts- oder Firmenwertes der Douglas France S.A. und der IRIS d.d. entsprechen ihrem Nutzungswert.

Im Geschäftsjahr 2009/10 teilten sich die außerplanmäßigen Abschreibungen auf die Geschäfts- und Firmenwerte wie folgt auf: 7,0 Millionen Euro auf das operative Segment Spanien, 4,6 Millionen Euro auf das operative Segment Frankreich, 3,1 Millionen Euro auf das operative Segment Kroatien sowie 1,8 Millionen Euro auf das operative Segment Litauen. Diese Wertminderungen waren hauptsächlich auf die wirtschaftlich angespannte Lage in den genannten Ländern sowie das rückläufige Konsumverhalten der Verbraucher zurückzuführen. Alle Geschäfts- oder Firmenwerte dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheiten waren dem Berichtssegment Parfümerien zugeordnet.

Zusätzlich zu den Werthaltigkeitstests wurde eine Sensitivitätsanalyse durchgeführt. Für die zahlungsmittelgenerierende Einheit Frankreich ergäbe sich zusätzlicher Wertminderungsbedarf, wenn unter sonst gleichen Bedingungen die geplante nachhaltige Umsatzsteigerung um 0,09 Prozentpunkte sänke, die Wareneinsatzquote um 0,15 Prozentpunkte anstiege oder der Vorsteuerdiskontierungssatz um 0,23 Prozentpunkte höher läge.

Im Buchbereich überstieg der mittels Impairmenttest ermittelte Nutzenwert den Nettovermögenswert um 64 Millionen Euro. Würden die tatsächlichen Umsätze die durchschnittlich geplanten Umsätze um 1,3 Prozentpunkte unterschreiten oder die tatsächliche EBITDA-Marge die durchschnittlich geplante EBITDA-Marge um 0,3 Prozentpunkte unterschreiten, entspräche der Nutzenwert dem Nettovermögenswert.

Unter den immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer sind mit dem Mietrecht verbundene Standortvorteile, die vom Vormieter entgeltlich erworben worden sind, aktiviert. Die Nutzungsdauer dieser Vermögenswerte ist unabhängig von der Laufzeit des Mietvertrages. Des Weiteren werden Internet-Domains der buch.de internetstores AG und buch.ch AG aktiviert.

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

Abb. 31 · Buchwerte der Geschäfts- oder Firmenwerte sowie immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer je zahlungsmittelgenerierender Einheit

Gesellschaft	30.09.2011			30.09.2010		
	Geschäfts- oder Firmenwert: Einzelabschluss (in Mio. €)	Geschäfts- oder Firmenwert: Kapital-konsolidierung (in Mio. €)	Immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer (in Mio. €)	Geschäfts- oder Firmenwert: Einzelabschluss (in Mio. €)	Geschäfts- oder Firmenwert: Kapital-konsolidierung (in Mio. €)	Immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer (in Mio. €)
Parfümerie Douglas Deutschland GmbH, Hagen	5,2	6,5		5,2	6,5	
HELA Kosmetik Handels GmbH & Co. KG, München		4,1			4,1	
Parfümerie Douglas Ges.m.b.H., Wien			2,5			2,4
Parfümerie Douglas France S.A., Lille	21,2	3,7	12,7	21,1	26,6	11,9
Parfümerie Douglas S.P.A., Bologna		4,8			4,8	
Douglas Portugal Lda., Lissabon		6,9			6,9	
S.I.A. Douglas Latvia, Riga		5,2			5,2	
Parfümerie Douglas Bulgarien ood, Sofia		6,2			6,4	
IRIS d.d., Zagreb		5,8			8,0	
Thalia Holding GmbH, Hamburg		42,8			42,9	
Thalia Universitätsbuchhandlung GmbH, Hagen	5,8	3,2		5,8	3,2	
Reinhold Gondrom GmbH & Co. KG, Kaiserslautern	0,5	14,0		0,5	14,0	
Buch und Kunst Gruppe, Dresden		19,5			19,5	
Grüttefien GmbH, Varel		4,5			4,5	
buch.de internetstores AG, Münster		0,2	18,9		0,2	19,2
buch.ch AG, Winterthur			6,8			6,8
Sonstige	1,9	3,2		2,1	2,5	
Summe	34,6	130,6	40,9	34,7	155,3	40,3

17. Latente Steuern

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

Abb. 32 · Latente Steuern

	30.09.2011		30.09.2010	
	Aktivwert (in Mio. €)	Passivwert (in Mio. €)	Aktivwert (in Mio. €)	Passivwert (in Mio. €)
Immaterielle Vermögenswerte	5,7	8,4	3,0	10,4
Sachanlagen	11,2	8,8	9,9	9,4
Vorräte	4,8	0,0	5,5	0,7
Finanzielle Vermögenswerte	0,3	1,5	1,0	1,7
Sonstige Vermögenswerte	0,0	0,4	0,2	0,0
Rückstellungen	11,2	0,7	13,8	0,0
Finanzielle Verbindlichkeiten	5,4	1,1	5,3	1,2
Sonstige Verbindlichkeiten	0,0	4,3	0,0	4,5
Kapitalrücklage	0,0	0,3	0,0	0,3
Verlustvorträge	13,1	0,0	16,2	0,0
Summe	51,7	25,5	54,9	28,2
Saldierung	-12,0	-12,0	-15,6	-15,6
Bilanzwert	39,7	13,5	39,3	12,6

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

Bei einem um 0,5 Prozent niedrigeren Umsatzwachstum bzw. einer Verringerung der geplanten Rohertagsquote um 0,5 Prozentpunkte würde sich für die Douglas Spain S.A. ein Abwertungsbedarf von 1,6 Millionen Euro bzw. 0,0 Millionen Euro ergeben.

18. Vorräte

Abb. 33 · Vorräte

	30.09.2011 (in Mio. €)	30.09.2010 (in Mio. €)
Fertige Erzeugnisse und Waren	662,8	635,3
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	11,4	9,4
Geleistete Anzahlungen auf Waren	1,2	2,5
Summe	675,4	647,2

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden im Vorratsvermögen Wertminderungen auf den Nettoveräußerungswert in Höhe von 21,7 Millionen Euro (Vorjahr: 22,7 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 1,1 Millionen Euro (Vorjahr: 1,3 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

Abb. 34 · Finanzielle Vermögenswerte

	30.09.2011 davon mit einer Restlaufzeit von		30.09.2010 davon mit einer Restlaufzeit von	
	Bis 1 Jahr (in Mio. €)	Mehr als 1 Jahr (in Mio. €)	Bis 1 Jahr (in Mio. €)	Mehr als 1 Jahr (in Mio. €)
Bonusforderungen	68,7		72,1	
Übrige Beteiligungen		2,4		2,4
Sonstige Ausleihungen		2,6		2,6
Wertpapiere	0,1		0,1	
Sonstige finanzielle Forderungen	28,8	0,3	24,5	0,1
Summe	97,6	5,3	96,7	5,1

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 waren mit einem festen Zinssatz von 6,8 Prozent und einer Laufzeit bis zum 30. November 2011 ausgegeben. Ferner bestehen variable verzinsliche Ausleihungen.

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 0,3 Millionen Euro (Vorjahr: 0,3 Millionen Euro) Forderungen gegen Unternehmen, an denen sonstige Beteiligungen gehalten werden. Des Weiteren enthält diese Position Sollsalden auf Lieferantenkonten in Höhe von 10,7 Millionen Euro (Vorjahr: 6,9 Millionen Euro) und Forderungen im Rahmen von Mietverhältnissen von 7,2 Millionen Euro (Vorjahr: 7,0 Millionen Euro). Darüber hinaus ist in den sonstigen finanziellen Forderungen ein kurzfristiges Darlehen in Höhe von 8,6 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 entspricht zum Bilanzstichtag dem Buchwert.

Abb. 35 · Analyse der nicht wertgeminderten finanziellen Vermögenswerte

	Nicht fällig	Fällig bis 30 Tage (in Mio. €)	Fällig > 30 Tage (in Mio. €)
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen			
30.09.2011	0,0	47,7	3,1
30.09.2010	0,0	45,8	2,2
Sonstige Forderungen			
30.09.2011	99,8	3,1	0,0
30.09.2010	99,7	3,2	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 weder im abgelaufenen Geschäftsjahr noch im Vorjahr Forderungen direkt abgeschrieben, ohne dass zuvor eine Wertberichtigung gebildet worden war. Ebenso wurden weder im abgelaufenen Geschäftsjahr noch im Vorjahr Zahlungseingänge auf in Vorperioden vollständig abgeschriebene Forderungen erfasst.

Abb. 36 · Wertberichtigungen auf aktivierte Finanzinstrumente

	Kredite und Forderungen (in Mio. €)	
	2010/11	2009/10
Stand der Wertberichtigung 01.10.	6,6	4,2
Zuführung	1,0	3,1
Auflösung	-1,2	-1,1
Inanspruchnahme	-0,9	-0,7
Konsolidierungskreisveränderungen	0,0	1,1
Stand der Wertberichtigung 30.09.	5,5	6,6

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 entspricht zum Bilanzstichtag dem Buchwert.

23. Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

Ausgewiesen werden in der Position zum 30. September 2011 die immateriellen Vermögenswerte der Thalia Medien Service GmbH mit Sitz in Hagen, die per 1. Oktober 2011 ver-

äußert wurden. Im November 2011 stimmten die Kartellbehörden der Wirksamkeit dieser Veräußerung zu. Im Vorjahr wurden folgende Hauptgruppen der russischen Tochtergesellschaften OOO Douglas Rivoli und OOO Parfümerie International Company, jeweils mit Sitz in Moskau/Russland, sowie der Douglas Rivoli Holding B.V. mit Sitz in Nijmegen/Niederlande ausgewiesen. Diese vorgenannten Gesellschaften, die vollständig dem Berichtsegment Parfümerien zugeordnet waren, wurden zum 30. Dezember 2010 veräußert.

Abb. 37 · Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

	30.09.2011	30.09.2010
Immaterielle Vermögenswerte	2,5	4,3
Sachanlagen	0,0	5,8
Vorräte	0,0	18,0
Liquide Mittel	0,0	1,7
Sonstige Vermögenswerte	0,0	4,7
Finanzielle Verbindlichkeiten	0,0	6,7
Rückstellungen	0,0	0,5

24. Eigenkapital

Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital betrug zum Bilanzstichtag 118.131.666,00 Euro. Es ist in 39.377.222 nennwertlose Stückaktien eingeteilt. Der rechnerische Nennwert je Aktie beträgt 3,00 Euro. Die auf den Inhaber lautenden Stückaktien sind für das Geschäftsjahr 2010/11 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:

Abb. 38 · Entwicklung des gezeichneten Kapitals

	Gezeichnetes Kapital
Stand 1. Oktober 2010	
Mio. €	118,0
Stück	39.320.892
Ausgabe von Belegschaftsaktien	
Mio. €	0,1
Stück	56.330
Stand 30. September 2011	
Mio. €	118,1
Stück	39.377.222

Die Hauptversammlung vom 23. März 2011 hat den Vorstand gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 23. September 2011 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 2010/11 durch die Ausgabe von Belegschaftsaktien auf 39.370.123 gestiegen (Vorjahr: 39.315.424).

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 56.330 Aktien (entspricht einem Grundkapital von 168.990,00 Euro) wurde das Genehmigte Kapital II bisher in Höhe von insgesamt 0,4 Millionen Euro in Anspruch genommen. Im November 2011 wurden weitere 56.495 Stück Belegschaftsaktien zum Preis von 16,00 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 sowie der Betrag aus der anteilsbasierten Vergütung aus Belegschaftsaktien in Höhe von 2,1 Millionen Euro zugeführt.

Im Rahmen eines Belegschaftsaktienprogramms 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 29,52 Euro (Vorjahr: 36,83 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 2010/11 belief sich dieser Betrag auf 1,2 Millionen Euro. Die zusätzlich in diesem Zusammenhang angefallenen Transaktionskosten in Höhe von 0,1 Millionen Euro wurden erfolgsneutral mit der Kapitalrücklage verrechnet.

Gewinnrücklagen

Abb. 39 · Gewinnrücklagen

	30.09.2011 (in Mio. €)	30.09.2010 (in Mio. €)
Andere Gewinnrücklagen	451,5	409,7
Gesetzliche Rücklage	0,3	0,3
Rücklage für die Bewertung von Minderheitenoptionen (IAS 32)	9,2	8,6
Rücklage für die Bewertung von Sicherungsinstrumenten	0,0	-1,5
Rücklage für erfolgsneutral erfasste latente Steuern	0,0	0,4
Rücklage für Währungsumrechnungsdifferenzen	-7,1	-5,8
Summe	453,9	411,7

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 zweiten Quartal des abgelaufenen Geschäftsjahres wurde der bestehende Sicherungszusammenhang für eine Zinssicherung aufgelöst, sodass die bislang für diesen Sicherungszusammenhang erfolgsneutral über die Gewinnrücklage erfassten Aufwendungen in Höhe von 1,3 Millionen Euro aus der Bewertung des Sicherungsinstrumentes in das Zinsergebnis umgliedert worden sind. Ebenso sind die Bewertungseffekte dieses Zinssicherungsinstrumentes seit diesem Zeitpunkt in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst worden. Diese minderten den Zinsaufwand um 0,6 Millionen Euro. Korrespondierend dazu wurden die latenten Steuern in diesem Zusammenhang bilanziert, sodass durch die Auflösung des Sicherungszusammenhangs ein Betrag in Höhe von 0,4 Millionen Euro aus dem Eigenkapital ausgebucht worden ist. Im Vorjahr erhöhte ein Betrag in Höhe von 0,4 Millionen Euro aus der Bewertung von Cash Flow Hedges die Gewinnrücklagen und gegenläufig minderten latente Steuern in Höhe von 0,1 Millionen Euro die Gewinnrücklagen.

Ausgleichsposten für Anteile im Fremdbesitz

Ausgewiesen werden die auf andere Gesellschafter entfallenden Anteile an konsolidierten Gesellschaften. Aufgrund der Vorschriften des IAS 32 waren 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 im Wesentlichen mit 8,5 Millionen Euro auf die vollkonsolidierte buch.de internetstores AG, Münster, sowie mit 0,2 Millionen Euro 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 2009/10 ausgewiesenen Bilanzgewinn in Höhe von 44,0 Millionen Euro wurde gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 23. März 2011 eine Dividende von 1,10 Euro je Aktie, das sind insgesamt 43,3 Millionen Euro, an die Aktionäre ausgeschüttet. Der Restbetrag von 0,7 Millionen Euro wurde auf neue Rechnung vorgetragen.

Der Vorstand wird der Hauptversammlung vorschlagen, aus dem Bilanzgewinn der DOUGLAS HOLDING AG des Geschäftsjahres 2010/11 in Höhe von 57,7 Millionen Euro eine Ausschüttung von 1,10 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie, also insgesamt 43,4 Millionen Euro, zu beschließen. Unter Berücksichtigung des Gewinnvortrages von 0,7 Millionen und der Einstellung in die Gewinnrücklagen in Höhe von 14,4 Millionen Euro werden 0,6 Millionen Euro auf neue Rechnung vorgetragen.

25. Pensionsrückstellungen

Pensionsrückstellungen werden für Verpflichtungen aus Anwartschaften und laufenden Leistungen an Mitarbeiter und frühere Mitarbeiter und deren Hinterbliebene gebildet. Die Zusagen betreffen im Regelfall die Zahlung von vereinbarten Altersrenten als monatlicher Betrag. 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.

Abb. 40 · Berechnungsparameter

	30.09.2011 (in %)	30.09.2010 (in %)
Rechnungszinssatz	5,1	4,7
Anwartschaftsdynamik	2,5	2,5
Anstieg Verbraucherpreisindex	1,5	1,5

Die erwartete Rendite auf das Planvermögen liegt zwischen zwei Prozent und fünf Prozent.

Für die ausländischen Tochtergesellschaften wurden der Berechnung Rechnungszinssätze in einer Bandbreite von 2,4 Prozent bis 5,0 Prozent, eine Anwartschaftsdynamik zwischen 1,2 Prozent und 2,0 Prozent sowie Rentensteigerungen von 0,5 Prozent bis 2,0 Prozent zugrunde gelegt.

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 zehn 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 sogenannter 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 1,8 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2010/11 (Vorjahr: 1,8 Millionen Euro). Für das Geschäftsjahr 2011/12 werden Zahlungen in ähnlichem Umfang erwartet.

Daneben bestehen in den meisten Ländern beitragsorientierte Multi-Employer-Pläne für die Zahlungen in die gesetzliche Rentenversicherung.

Abb. 41 · Überleitung Defined Benefit Obligation (DBO) zu passivierter Verpflichtung (DBL)

	30.09.2011		30.09.2010	
	Nicht kapitalgedeckte Verpflichtung (in Mio. €)	Kapitalgedeckte Verpflichtung (in Mio. €)	Nicht kapitalgedeckte Verpflichtung (in Mio. €)	Kapitalgedeckte Verpflichtung (in Mio. €)
DBO	25,5	35,4	27,0	30,2
Nicht berücksichtigte versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	1,4	1,0	0,3	0,3
Marktwert des Planvermögens	0,0	31,0	0,0	26,3
Passivierte Verpflichtung	26,9	5,4	27,3	4,2

Abb. 42 · Entwicklung DBO

	2010/11		2009/10	
	Nicht kapitalgedeckte Verpflichtung (in Mio. €)	Kapitalgedeckte Verpflichtung (in Mio. €)	Nicht kapitalgedeckte Verpflichtung (in Mio. €)	Kapitalgedeckte Verpflichtung (in Mio. €)
DBO 01.10.	27,0	30,2	24,7	24,0
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	-1,3	1,2	2,0	1,2
Dienstzeitaufwand	0,2	2,5	0,2	2,6
Zinsaufwand	1,2	0,8	1,4	1,1
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	0,0	0,0	0,0	0,0
Plankürzungen/Abgeltungen	0,0	0,0	0,2	0,0
Versicherungsprämien	0,0	0,0	0,0	0,0
Beiträge	0,0	-0,1	0,0	-0,2
Rentenzahlungen	-1,6	-2,5	-1,6	-0,1
Währungsumrechnungsdifferenzen	0,0	3,3	0,1	1,6
DBO 30.09.	25,5	35,4	27,0	30,2

Abb. 43 · Personalaufwand

	2010/11		2009/10	
	Nicht kapitalgedeckte Verpflichtung (in Mio. €)	Kapitalgedeckte Verpflichtung (in Mio. €)	Nicht kapitalgedeckte Verpflichtung (in Mio. €)	Kapitalgedeckte Verpflichtung (in Mio. €)
Dienstzeitaufwand	0,2	2,5	0,2	2,6
Zinsaufwand	1,2	0,8	1,4	1,1
Amortisation versicherungsmathematischer Gewinne/Verluste	0,0	0,0	0,1	0,0
Erwartete Erträge aus Planvermögen	0,0	0,3	0,0	0,3
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	0,0	0,0	0,2	0,0
Aufwand/Ertrag aus Planänderungen	0,0	0,0	0,0	0,0
Pensionsaufwand der Periode	1,4	3,0	1,9	3,4

Für das Geschäftsjahr 2011/12 werden Rentenzahlungen in Höhe von 5,1 Millionen Euro erwartet.

Abb. 44 · Entwicklung Planvermögen

	2010/11 (in Mio. €)	2009/10 (in Mio. €)
Planvermögen 01.10.	26,3	22,5
Erwarteter Ertrag aus Planvermögen	0,6	0,5
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	0,0	2,4
Beiträge	2,7	1,7
Fremdwährungsdifferenzen	4,1	0,1
Plankosten	0,0	0,0
Auszahlungen	-2,7	-0,9
Planvermögen 30.09.	31,0	26,3

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.

Abb. 45 · Finanzierungsstatus

	30.09.2011 (in Mio. €)	30.09.2010 (in Mio. €)	30.09.2009 (in Mio. €)	30.09.2008 (in Mio. €)	30.09.2007 (in Mio. €)
Anwartschaftsbarwert	60,9	57,2	48,7	50,3	35,1
Planvermögen	31,0	26,3	22,5	20,3	8,1
Saldo	-29,9	-30,9	-26,2	-30,0	-27,0

26. Rückstellungen

Abb. 46 · Rückstellungsspiegel langfristig

	Verpflichtungen aus dem Personalbereich (in Mio. €)	Rückstellungen für Kaufpreiserlöse (in Mio. €)	Verpflichtungen aus dem Immobilienbereich (in Mio. €)	Sonstige Rückstellungen (in Mio. €)	Gesamt (in Mio. €)
01.10.2010	17,9	0,7	3,9	0,6	23,1
Inanspruchnahme	-2,1	0,0	-0,3	0,0	-2,4
Auflösung	-0,1	-0,2	-2,2	0,0	-2,5
Zuführungen	1,1	0,0	0,1	0,7	1,9
Umbuchungen	0,2	0,0	0,1	0,0	0,3
Zinseffekte	0,2	0,0	0,2	0,0	0,4
30.09.2011	17,2	0,5	1,8	1,3	20,8

Abb. 47 · Rückstellungsspiegel kurzfristig

	Verpflichtungen aus dem Personalbereich (in Mio. €)	Verpflichtungen aus dem Immobilienbereich (in Mio. €)	Sonstige Rückstellungen (in Mio. €)	Gesamt (in Mio. €)
01.10.2010	69,7	12,1	51,4	133,2
Inanspruchnahme	-55,2	-4,6	-37,6	-97,4
Auflösung	-2,8	-3,4	-12,9	-19,1
Zuführungen	59,8	4,1	44,2	108,1
Umbuchungen	0,2	0,2	-0,3	0,1
Veränderungen des Konsolidierungskreises	-0,2	0,0	0,1	-0,1
30.09.2011	71,5	8,4	44,9	124,8

Die sonstigen kurzfristigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

Abb. 48 · Sonstige kurzfristige Rückstellungen

	30.09.2011 (in Mio. €)	30.09.2010 (in Mio. €)
Noch nicht abgerechnete Lieferungen und Leistungen	29,1	31,2
Prozesskosten	2,8	2,9
Aufsichtsratsvergütung	0,9	0,8
Drohende Verluste aus schwebenden Geschäften	1,1	1,0
Jahresabschlusskosten	0,3	0,6
Zinsen	0,1	0,1
Übrige	10,6	14,8
Summe	44,9	51,4

27. Finanzielle Verbindlichkeiten

Abb. 49 · Finanzielle Verbindlichkeiten

	30.09.2011 (in Mio. €)	Restlaufzeit bis 1 Jahr (in Mio. €)	Restlaufzeit 1 bis 5 Jahre (in Mio. €)	Restlaufzeit mehr als 5 Jahre (in Mio. €)	30.09.2010 (in Mio. €)	Restlaufzeit bis 1 Jahr (in Mio. €)	Restlaufzeit 1 bis 5 Jahre (in Mio. €)	Restlaufzeit mehr als 5 Jahre (in Mio. €)
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	92,9	67,4	25,5		175,6	141,6	34,0	
Erhaltene Anzahlungen	1,4	1,4			1,3	1,3		
Finanzielle Verbindlichkeiten aus Minderheitenoptionen	85,8	84,0		1,8	89,1	81,6	5,6	1,9
Derivative Finanzinstrumente	0,7	0,7			1,7	1,7		
Wechselverbindlichkeiten	0,0				0,1	0,1		
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	12,9	12,9			13,5	13,5		
Summe	193,7	166,4	25,5	1,8	281,3	239,8	39,6	1,9

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 0,1 Millionen Euro (Vorjahr: 0,1 Millionen Euro) vereinnahmt. Keine der Verbindlichkeiten wurde durch Pfandrechte oder ähnliche Rechte gesichert.

28. Sonstige Verbindlichkeiten

Die sonstigen Verbindlichkeiten beinhalten Gutscheinvertbindlichkeiten, Verbindlichkeiten aus Kundenbindungsprogrammen sowie Rechnungsabgrenzungsposten.

29. Verbindlichkeiten gegenüber Minderheitsgesellschaftern

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 85,6 Millionen Euro gegenüber 89,1 Millionen Euro im Vorjahr. Bewertungsbedingte Anpassungen in Höhe von -1,8 Millionen Euro (Vorjahr: 3,6 Millionen Euro) sowie Ausschüttungen in Höhe von 1,5 Millionen Euro (Vorjahr: 1,5 Millionen Euro) minderten die Verpflichtung zum Bilanzstichtag.

Angaben zur Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung zeigt gemäß IAS 7, wie sich der Finanzmittelbestand im Konzern im Laufe des Berichtsjahres durch Mittelzu- und -abflüsse verändert hat.

Der Finanzmittelbestand setzt sich wie folgt zusammen:

Abb. 50 · Finanzmittelbestand

	30.09.2011 (in Mio. €)	30.09.2010 (in Mio. €)
Kurzfristige Wertpapiere	0,1	0,1
Liquide Mittel	43,3	51,6
Summe	43,4	51,7

Aus der laufenden Geschäftstätigkeit konnten im Berichtsjahr 190,8 Millionen Euro Zahlungsmittelzuflüsse generiert werden (Vorjahr: 246,2 Millionen Euro). Die Abschreibungen entfallen mit 38,0 Millionen Euro (Vorjahr: 33,2 Millionen Euro) auf Immaterielle Vermögenswerte und mit 111,5 Millionen Euro (Vorjahr: 112,0 Millionen Euro) auf Sachanlagen. Die Abnahme der Rückstellungen um 9 Millionen Euro (Vorjahr: 0,7 Millionen Euro) enthält die Veränderung der lang- und kurzfristigen Rückstellungen sowie Umgliederungen aus Unternehmenstransaktionen, die in der Mittelveränderung aus Investitionstätigkeit gezeigt werden.

Die Position Gewinne/Verluste aus dem Abgang von Vermögenswerten des Anlagevermögens beinhaltet die Umgliederungen in die Mittelveränderung aus Investitionstätigkeit. Die Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zugeordnet sind, in Höhe von –28,3 Millionen Euro (Vorjahr: 2,1 Millionen Euro) zeigt die Veränderung der entsprechenden Positionen korrigiert um Sachverhalte, die dem Investitions- oder Finanzierungsbereich zugeordnet werden. Dies gilt entsprechend für die Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind, in Höhe von 17,0 Millionen Euro (Vorjahr: 21,9 Millionen Euro).

Aus dem Bereich der Investitionstätigkeit resultierte im Berichtsjahr ein Mittelabfluss von 64,2 Millionen Euro (Vorjahr: 118,3 Millionen Euro). Die Investitionen in Höhe von 116,9 Millionen Euro (Vorjahr: 117,3 Millionen Euro) wurden zu 106,7 Millionen Euro in Sachanlagen und 10,2 Millionen Euro in immaterielle Vermögenswerte getätigt. Aus der Veräußerung der russischen Tochtergesellschaften OOO Douglas Rivoli und OOO Parfümerie International Company, jeweils mit Sitz in Moskau/Russland, sowie der Douglas Rivoli Holding B.V. mit Sitz in Nijmegen/Niederlande ergaben sich 50,6 Millionen Euro Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten. Die Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten betreffen im Berichtsjahr den Erwerb der textunes GmbH, Berlin, für 2,9 Millionen Euro. Im Vorjahr ist in dieser Position der Kaufpreis für Anteile an buch.de ausgewiesen.

Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit beträgt 135,2 Millionen Euro (Vorjahr: 72,1 Millionen Euro) und beinhaltet im Wesentlichen die Dividende und die Aufnahme und Tilgung von Finanzschulden. In der Position sonstige Veränderungen im Finanzbereich sind im Berichtsjahr Auszahlungen in Höhe von 8,4 Millionen Euro für die Aufstockung der Anteile an der buch.de internetstores AG, Münster, und im Vorjahr die Auszahlungen in Höhe von 39,7 Millionen Euro für den Erwerb von weiteren Anteilen an zwei vollkonsolidierten Gesellschaften enthalten.

Die Vorjahresspalte der Kapitalflussrechnung wurde angepasst. Die Auszahlungen für den Erwerb von weiteren Anteilen an bereits konsolidierten Tochterunternehmen waren der Investitionstätigkeit zugeordnet. Diese wurden in der Kapitalflussrechnung des Berichtsjahres zur besseren Vergleichbarkeit und unter Berücksichtigung von IAS 7.42A dem Bereich der Finanzierungstätigkeit zugeordnet.

Angaben zur Segmentberichterstattung

Die Segmentberichterstattung ist entsprechend den Regelungen des IFRS 8 aufgestellt worden. Die Segmentierung erfolgt entsprechend der internen Berichterstattung und Steuerung des DOUGLAS-Konzerns. Die interne Berichterstattung und Steuerung erfolgt grundsätzlich auf Basis der einzelnen Landesgesellschaften der Geschäftsbereiche. Für die Segmentberichterstattung werden die operativen Geschäftssegmente zu Berichtssegmenten zusammengefasst, die den einzelnen Geschäftsbereichen der DOUGLAS HOLDING AG entsprechen.

Neben den Informationen zu den einzelnen Geschäftssegmenten werden zusätzlich Informationen zu geografischen Regionen gegeben. Im Rahmen dieser Darstellung wird grundsätzlich zwischen Deutschland und Ausland unterschieden.

Die Ermittlung der Ergebnisse der operativen Geschäftssegmente 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.

Parfümerien

Douglas ist mit 1.168 Parfümerien in 17 Ländern Europas vertreten. Die Marke Douglas steht sowohl in den Parfümerien als auch online für hohe Fachkompetenz in den Bereichen Duft, Kosmetik und Pflege.

Bücher

Die Buchhandelsgruppe Thalia nimmt mit ihrem Multichannel-Angebot – bestehend aus 295 Buchhandlungen, Online-Shops und einem umfangreichen eBook-Sortiment – eine führende Position im deutschsprachigen Raum ein.

Schmuck

Die 207 Christ-Juwelieregeschäfte sind führend in Deutschland im mittleren bis gehobenen Preissegment für Schmuck und Uhren. Mit dem neuen Online-Shop hat auch Christ einen wichtigen Schritt in Richtung Multichannel-Anbieter gemacht.

Mode

Die 13 Damen-Modehäuser von AppelrathCüpper und der AC-Online-Shop werden von ihren Kundinnen als kompetenter Anbieter für qualitativ hochwertige Mode geschätzt.

Süßwaren

Die 245 Hüssel-Confiseries nehmen mit innovativen Süßwarenkreationen und attraktiven Eigenmarken eine herausragende Marktposition in Deutschland ein und bauen ihre Fachkompetenz auch im Online-Handel aus.

Segmentumsatz

Der Außenumsatz repräsentiert den Umsatz der Geschäftsbereiche mit Konzernfremden. Der Innenumsatz zeigt die Umsätze mit anderen Geschäftssegmenten des DOUGLAS-Konzerns. Die Darstellung der Umsatzerlöse in der geografischen Segmentberichterstattung erfolgt gemäß IFRS 8.33(a) entsprechend den Standorten der Kunden.

Segmentergebnis

Neben dem Ergebnis vor Steuern (EBT) werden als Ergebnisgrößen auch die Kennzahlen EBITDA und EBIT für die einzelnen Segmente angegeben.

Investitionen

Die Investitionen der Segmentberichterstattung beziehen sich auf die Zugänge der immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen.

Segmentvermögen

Das Segmentvermögen umfasst grundsätzlich langfristige Vermögenswerte. Nicht dem Segmentvermögen zugeordnet sind grundsätzlich langfristige finanzielle Vermögenswerte und Steuerpositionen.

Management der finanzwirtschaftlichen Risiken

Abb. 51 · Beizulegende Zeitwerte 30.09.2011

	Buchwert (in Mio. €)	Fortgeführte Anschaffungs- kosten (in Mio. €)	Fair Value erfolgswirksam (in Mio. €)	Fair Value erfolgsneutral (in Mio. €)	Fair Value (in Mio. €)
Aktiva					
Kredite und Forderungen					
Ausleihungen	2,6	2,6			2,6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	50,8	50,8			50,8
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	97,8	97,8			97,8
Zu Handelszwecken gehaltene Finanzinstrumente					
Derivative Finanzinstrumente					
Zur Veräußerung verfügbare Finanzinstrumente					
Beteiligungen	2,4	2,4			2,4
Wertpapiere	0,1			0,1	0,1
Passiva					
Zu Handelszwecken gehaltene Finanzinstrumente					
Derivative Finanzinstrumente	0,7		0,7	1,6	0,7
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	288,2	288,2			288,2
Verbindlichkeiten aus Minderheitenoptionen	85,8				85,8
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	92,9	92,9			94,2
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	14,3	14,3			14,3

Abb. 52 · Beizulegende Zeitwerte 30.09.2010

	Buchwert (in Mio. €)	Fortgeführte Anschaffungs- kosten (in Mio. €)	Fair Value erfolgswirksam (in Mio. €)	Fair Value erfolgsneutral (in Mio. €)	Fair Value (in Mio. €)
Aktiva					
Kredite und Forderungen					
Ausleihungen	2,6	2,6			2,6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	48,0	48,0			48,0
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	96,7	51,2			51,2
Zu Handelszwecken gehaltene Finanzinstrumente					
Derivative Finanzinstrumente					
Zur Veräußerung verfügbare Finanzinstrumente					
Beteiligungen	2,4	2,4			2,4
Wertpapiere	0,1			0,1	0,1
Passiva					
Zu Handelszwecken gehaltene Finanzinstrumente					
Derivative Finanzinstrumente			0,1	1,7	2,0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	277,1	277,1			277,1
Verbindlichkeiten aus Minderheitenoptionen	89,1				89,1
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	175,6	175,6			177,2
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	15,2	15,2			15,2

Einbezogen wurden alle finanziellen Verbindlichkeiten, die zum Stichtag 30. September 2011 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 2011 bekannten Zinssätze ermittelt. Jederzeit kündbare finanzielle Verbindlichkeiten sind immer dem frühestmöglichen Zeitraster zugeordnet. Fremdwährungsbeträge wurden mit dem durchschnittlichen Stichtagskurs in Euro umgerechnet.

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.

Für einen Zinsswap, der eine Ziehung aus der syndizierten Kreditlinie in Höhe von 25,0 Millionen Euro absichert, wurde im Januar 2011 der bilanzielle Sicherungszusammenhang aufgelöst. Die Änderungen des Fair Values dieses Zinsswaps werden über das Zinsergebnis abgebildet.

Abb. 54 · Zinssicherungsinstrumente

	30.09.2011			30.09.2010		
	Bezugs- betrag (in Mio. €)	Fair Values: Finanzielle Vermögenswerte (in Mio. €)	Fair Values: Finanzielle Verbindlichkeiten (in Mio. €)	Bezugs- betrag (in Mio. €)	Fair Values: Finanzielle Vermögenswerte (in Mio. €)	Fair Values: Finanzielle Verbindlichkeiten (in Mio. €)
Zinsswaps	25,0	0,0	0,7	28,0	0,0	1,6
davon innerhalb Cash Flow Hedges	0,0	0,0	0,0	28,0	0,0	1,6
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	25,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0

Um das Zinsänderungsrisiko zu quantifizieren, wurde entsprechend IFRS 7 eine Sensitivitätsanalyse durchgeführt. Im Rahmen dieser Analyse wurden Auswirkungen von Marktzinssatzänderungen auf Zinsaufwendungen und Zinserträge aufgezeigt. Dieser Sensitivitätsanalyse lagen 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 50 Basispunkte hat eine Erhöhung des Zinsaufwandes für variable verzinsliche Verbindlichkeiten in Höhe von 0,0 Millionen Euro (Vorjahr: 0,1 Millionen Euro) zur Folge. Eine Senkung des Zinssatzes in gleicher Höhe bewirkt einen gegenläufigen Effekt in Höhe von 0,0 Millionen Euro (Vorjahr: 0,0 Millionen Euro).

Aus der Bewertung von Finanzinstrumenten, die zur Zinssicherung eingesetzt werden und entsprechend den Vorschriften des IAS 39 bilanziert werden, ergibt sich bei einer Zinssatzerhöhung um 50 Basispunkte eine Verbesserung des Zinsergebnisses um 0,1 Millionen Euro und bei entsprechender Zinssenkung um 50 Basispunkte eine Verschlechterung des Zinsergebnisses um 0,1 Millionen Euro. Da dieses Zinssicherungsinstrument im Vorjahr noch in einem Sicherungszusammenhang stand und daher entsprechend der Hedge Accounting-Regelungen des IAS 39 bilanziert wurde, wurde im Vorjahr bei einer Zinssatzänderung um 50 Basispunkte eine Erhöhung bzw. Minderung des Eigenkapitals in Höhe von 0,5 Millionen Euro errechnet.

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 2010/11 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.

Die Wechselkursrisiken der Net Investments in Schweizer Tochterunternehmen werden über Schweizer Franken-Ziehungen aus der syndizierten Kreditlinie abgesichert (Net Investment Hedges). Die Ziehung aus der syndizierten Kreditlinie belief sich zum Bilanzstichtag auf 29,0 Millionen CHF.

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.

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 fünf Prozent ein saldiertes Risiko in Höhe von 0,3 Millionen Euro (Vorjahr: 0,1 Millionen Euro) sowie bei einer Abwertung des Euro um fünf Prozent ein saldiertes Risiko in Höhe von -0,3 Millionen Euro (Vorjahr -0,1 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.

Durch die verstärkte Fokussierung auf den Vertriebsweg Internet sind die Gesellschaften des DOUGLAS-Konzerns mit dem Risiko des Forderungsausfalls als systemimmanentes Risiko des Versandhandels konfrontiert. Vor diesem Hintergrund betreiben die Gesellschaften ein effektives und ständiger Optimierung unterliegendes Debitorenmanagement einschließlich eines konsequenten Mahnwesens.

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 revolvingen Kreditfazilität beträgt ein Jahr. 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 48,8 Millionen Euro in Anspruch genommen. Ziel des Abschlusses des syndizierten Kredits war die Verringerung der liquiden Mittel sowie die Schaffung einer flexiblen Finanzierungsmöglichkeit. Der nicht genutzte Teil der revolvingen Kreditfazilität unterliegt keinerlei Beschränkungen.

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 zurückgefahren. Die Inanspruchnahme bilateralen Kreditlinien betrug 9,9 Millionen Euro (Vorjahr: 37,2 Millionen Euro), die des syndizierten Kredits 48,8 Millionen Euro (Vorjahr: 91,3 Millionen Euro).

Abb. 55 · Verbindlichkeiten aus Darlehen gegenüber Kreditinstituten
(ohne Kontokorrent und syndizierte Kreditlinie) per 30.09.2011

Ursprungsbetrag (in Mio. Währung)	Nominalwerte (in Mio. €)	Buchwerte (in Mio. €)	Fair Values (in Mio. €)
EUR 86,3	86,3	34,3	35,6

Abb. 56 · Verbindlichkeiten aus Darlehen gegenüber Kreditinstituten
(ohne Kontokorrent und syndizierte Kreditlinie) per 30.09.2010

Ursprungsbetrag (in Mio. Währung)	Nominalwerte (in Mio. €)	Buchwerte (in Mio. €)	Fair Values (in Mio. €)
EUR 105,7	105,7	46,6	48,2
CHF 13,6	10,2	0,5	0,5

Sonstige Angaben

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Das Bestellobligo für genehmigte Investitionsmaßnahmen in Sachanlagen beläuft sich auf 39,1 Millionen Euro (Vorjahr: 39,0 Millionen Euro).

Durchschnittliche Zahl der Beschäftigten

Im Jahresdurchschnitt wurden beschäftigt:

Abb. 57 · Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt

	2010/11	2009/10
Kaufmännische und gewerbliche Mitarbeiter	22.492	22.820
Auszubildende	1.762	1.586
Summe	24.254	24.406

Anteilsbesitz

Der Anteilsbesitz gibt einen Überblick über die in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften sowie weitere Beteiligungen des DOUGLAS-Konzerns.

Angaben zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Der DOUGLAS-Konzern hatte im Geschäftsjahr 2010/11 und im Geschäftsjahr 2009/10 folgende Geschäftsbeziehungen zu nahestehenden Personen aus in der Vergangenheit abgeschlossenen Liefer- und Leistungsbeziehungen:

Abb. 58 · Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen/Personen

	Erhaltene Lieferungen und Leistungen (in Mio. €)		Erbrachte Lieferungen und Leistungen (in Mio. €)	
	2010/11	2009/10	2010/11	2009/10
Nahestehende Unternehmen	0,0	0,5	0,0	1,2
Nahestehende Personen	7,9	4,5	0,0	0,0
Summe	7,9	5,0	0,0	1,2

Die Forderungen gegen nahestehende Unternehmen/Personen betragen zum Stichtag 0,0 Millionen Euro (30. September 2010: 0,0 Millionen Euro), die entsprechenden Verbindlichkeiten 2,2 Millionen Euro (30. September 2010: 0,6 Millionen Euro). Die Lieferungen und Leistungen im Zusammenhang mit der buch.de internetstores AG sind bis zum 1. Dezember 2009 in den angegebenen Werten im Vorjahr enthalten. Seit dem 1. Dezember 2009 wird die buch.de internetstores AG vollkonsolidiert in den Konzernabschluss einbezogen. 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

Abb. 59 · Vergütung des Vorstandes

	2010/11		
	Fix (in Tsd. €)	Variabel (in Tsd. €)	Gesamt (in Tsd. €)
Dr. Henning Kreke, Vorsitzender	537,6	927,2	1.464,8
Dr. Burkhard Bamberger	457,1	613,6	1.070,7
Anke Giesen	356,1	282,3	638,4
Summe	1.350,8	1.823,1	3.173,9

Die Bezüge des Vorstandes im Geschäftsjahr 2009/10 betragen 2.821,2 Tausend Euro. Die Pensionsrückstellungen für Vorstandsmitglieder belaufen sich auf 1.440 Tausend Euro nach 1.418 Tausend Euro im Vorjahr. Für variable Gehaltsbestandteile der Vorstandsmitglieder sind 1.823 Tausend Euro per 30. September 2011 zurückgestellt (Vorjahr: 1.495 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 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, 5.000,00 Euro bei Herrn Dr. Bamberger errechnet. Dieser Betrag erhöht sich für jedes ruhegehaltstfähige Dienstjahr um 5,0 Prozent bzw. in Abhängigkeit der allgemeinen Entwicklung der Lebenshaltungskosten indexbezogen. Darüber hinaus wird der Betrag in Abhängigkeit von der allgemeinen Entwicklung der Lebenshaltungskosten indexbezogen angepasst. Weitere Zusagen wie Abfindungen, Überbrückungsgelder, Gehaltsfortzahlungen usw. bestehen nicht.

An frühere Vorstandsmitglieder und ihre Hinterbliebenen wurden im Berichtsjahr Bezüge in Höhe von 904 Tausend Euro (Vorjahr: 903 Tausend Euro) ausgezahlt. Die Pensionsrückstellungen für frühere Vorstandsmitglieder und ihre Hinterbliebenen betragen 12.971 Tausend Euro nach 13.061 Tausend Euro im Vorjahr.

Die Gesamtbezüge der übrigen Personen in Schlüsselpositionen des DOUGLAS-Konzerns betragen im Geschäftsjahr 2010/11 insgesamt 4.843 Tausend Euro (Vorjahr: 5.393 Tausend Euro). Pensionsrückstellungen für diese Führungskräfte wurden nicht gebildet (Vorjahr: 350 Tausend Euro). Für variable Gehaltsbestandteile wurden 2.065 Tausend Euro per 30. September 2011 zurückgestellt (Vorjahr: 2.499 Tausend Euro).

Vergütung des Aufsichtsrates

Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrates der DOUGLAS HOLDING AG stellen sich wie folgt dar:

Abb. 60 · Vergütung des Aufsichtsrates

	2010/11			2009/10		
	Fix (in Tsd. €)	Variabel (in Tsd. €)	Gesamt (in Tsd. €)	Fix (in Tsd. €)	Variabel (in Tsd. €)	Gesamt (in Tsd. €)
Dr. Dr. h.c. Jörn Kreke, Vorsitzender	79,9	19,9	99,8	80,8	23,2	104,0
Margarete Pinkowski, stellv. Vorsitzende	55,0	14,9	69,9	55,4	17,4	72,8
Detlef Bierbaum (bis 23. März 2011)	20,0	4,9	24,9	40,4	11,6	52,0
Claus-Matthias Böge (seit 23. März 2011)	23,3	5,8	29,1	0,0	0,0	0,0
Ulrike Grabe	30,0	9,9	39,9	30,0	11,6	41,6
Isabelle Harth	30,0	9,9	39,9	30,0	11,6	41,6
Solveig Hasse	30,0	9,9	39,9	30,0	11,6	41,6
Karen Heumann (seit 23. März 2011)	17,5	5,8	23,3	0,0	0,0	0,0
Dr. Michael Hinderer (seit 23. März 2011)	23,3	5,8	29,1	0,0	0,0	0,0
Henning R. Kreke (bis 23. März 2011)	15,0	4,9	19,9	30,0	11,6	41,6
Petra Lügger	30,0	9,9	39,9	30,0	11,6	41,6
Bernd M. Michael (bis 23. März 2011)	15,0	4,9	19,9	30,0	11,6	41,6
Dr. h.c. August Oetker	40,0	9,9	49,9	40,4	11,6	52,0
Johann Rösch	30,0	9,9	39,9	15,0	5,8	20,8
Dr. Ernst F. Schröder	49,9	9,9	59,8	50,8	11,6	62,4
Malene Volkers (bis 24. März 2010)	0,0	0,0	0,0	15,0	5,8	20,8
Dr. Ulrich Wolters	40,0	9,9	49,9	40,4	11,6	52,0
Prof. Dr. Mark Wössner	30,0	9,9	39,9	30,0	11,6	41,6
Christine Wrobel	30,0	9,9	39,9	30,0	11,6	41,6
Sabine Zimmer	30,0	9,9	39,9	30,0	11,6	41,6
Summe	618,9	175,8	794,7	608,2	203,0	811,2

Für Aufsichtsratsvergütungen sind 795 Tausend Euro (2009/10: 811 Tausend Euro) zurückgestellt, davon sind 619 Tausend Euro fixe und 176 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. § 15A WpHG

Die Dr. August Oetker Finanzierungs- und Beteiligungsgesellschaft mbH, Bielefeld, als nahestehende juristische Person der Aufsichtsratsmitglieder Dr. h.c. August Oetker und Dr. Ernst F. Schröder, hat zwischen dem 15.11.2010 und dem 23.11.2010 insgesamt 15.000 Stück DOUGLAS-Aktien zu Kursen zwischen 39,38 Euro/Stück und 39,97 Euro/Stück erworben.

Aufwendungen für Honorare des Abschlussprüfers

Der Honoraraufwand für den Konzernabschlussprüfer, RBS RoeverBroennerSusat GmbH & Co. KG, für das abgelaufene Geschäftsjahr stellt sich gemäß § 285 Nr. 17 HGB wie folgt dar:

Abb. 61 · Honorare des Abschlussprüfers

	2010/11 (in Mio. €)	2009/10 (in Mio. €)
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 2011 eine aktualisierte Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG abgegeben. Diese ist im Internet unter www.douglas-holding.com nachzulesen.

Befreiungswahlrechte nach §§ 264 Abs. 3 bzw. 264b HGB

In Anwendung der §§ 264 Abs. 3 bzw. 264b HGB verzichten die nachfolgenden inländischen Tochtergesellschaften auf die Offenlegung ihrer Jahresabschlussunterlagen.

Abb. 62 · Befreiungswahlrechte nach §§ 264 Abs. 3 bzw. 264b HGB

Parfümerien	Douglas Cosmetics GmbH	Düsseldorf
Parfümerien	Douglas Einkaufs- und Servicegesellschaft mbH & Co. KG	Zossen
Parfümerien	HELA Kosmetik Handels GmbH & Co. Parfümerie KG	Hagen
Parfümerien	Parfümerie Douglas International GmbH	Hagen
Parfümerien	Parfümerie Douglas GmbH	Hagen
Parfümerien	Parfümerie Douglas Deutschland GmbH	Hagen
Bücher	Buch & Medien GmbH	Hagen
Bücher	Thalia Holding GmbH	Hamburg
Bücher	Kober & Thalia Buchhandelsgruppe GmbH & Co. KG	Mannheim
Bücher	Reinhold Gondrom GmbH & Co. KG	Kaiserslautern
Bücher	Thalia-Buchhandlung Erich Könnecke GmbH & Co. KG Boysen & Maasch	Hamburg
Bücher	Thalia Medienservice GmbH	Hagen
Bücher	Thalia Universitätsbuchhandlung GmbH	Hagen
Bücher	Buch und Kunst GmbH & Co. KG Dresden	Dresden
Bücher	Thalia Franchise GmbH & Co. KG	Hagen
Schmuck	Christ Juweliere und Uhrmacher seit 1863 GmbH	Hagen
Mode	inter-moda GmbH	Hagen
Süßwaren	Hussel Geschenkstudio GmbH	Hagen
Süßwaren	Hussel Süßwarenfachgeschäfte GmbH	Hagen
Süßwaren	Cerrini Confiserie GmbH	Hagen
Dienstleistungen	Douglas Corporate Service GmbH	Hagen
Dienstleistungen	Douglas GmbH & Co. Objekt Zeil KG	Pullach i. Isartal
Dienstleistungen	Douglas Immobilien GmbH & Co. KG	Hagen
Dienstleistungen	Douglas Informatik & Service GmbH	Hagen
Dienstleistungen	Douglas Versicherungsvermittlung GmbH	Hagen

Abb. 63 · Anteilsbesitz

Lfd. Nr.	Name und Sitz	Konzernanteil (in %)
DOUGLAS HOLDING AG		
Parfümerien		
1.	Parfümerie Douglas GmbH, Hagen	100
2.	Parfümerie Douglas Deutschland GmbH, Hagen	100
3.	Douglas Cosmetics GmbH, Düsseldorf	100
4.	Parfümerie Douglas International GmbH, Hagen	100
5.	Parfümerie Douglas Ges.m.b.H., Wien/Österreich	100
6.	Parfümerie Douglas Nederland B.V., Nijmegen/Niederlande	100
7.	Parfümerie Douglas France S.A., Lille/Frankreich	100
8.	Parfümerie Douglas S.P.A., Bologna/Italien	100
9.	Parfümerie Douglas AG, Baar/Schweiz	100
10.	Parfümerie Douglas Inc., Westport/USA	100
11.	Douglas Spain S.A., Madrid/Spanien	100
12.	Parfümerie Douglas Portugal Lda., Lissabon/Portugal	100
13.	Douglas Ungarn Kft., Budapest/Ungarn	100
14.	Douglas Polska SP.z.o.o., Warschau/Polen	100
15.	Parfümerie Douglas Monaco S.A.M., Monaco/Monaco	100
16.	Douglas Investment B.V., Nijmegen/Niederlande	100
17.	Parfümerija Douglas d.o.o., Maribor/Slowenien	100
18.	Parfümerie Douglas s.r.o., Prag/Tschechien	100
19.	Parfümerie Douglas Slovakia s.r.o., Bratislava/Slowakei	100
20.	Parfümerie Douglas Limited Sirketi, Istanbul/Türkei	100
21.	SA Douglas Expansion, Clermont-Ferrand/Frankreich	51
22.	Douglas Iberia Holding S.L., Madrid/Spanien	100
23.	LTC Lifestyle Trading Company GmbH, Hagen	100
24.	Hela Beteiligungs GmbH, Hagen	100
25.	HELA Kosmetik Handels GmbH & Co. Parfümerie KG, Hagen	100
26.	UAB "Douglas Lithuania", Vilnius/Litauen	100
27.	SIA "Douglas Latvia", Riga/Lettland	100
28.	S.I.A. Douglas Baltic, Riga/Lettland	51
29.	Parf. Douglas S.R.L., Bukarest/Rumänien	100
30.	Parfümerie Douglas Bulgaria ood, Sofia/Bulgarien	51
31.	DESG-Douglas Verwaltungs- und Beteiligungs GmbH, Zossen	100
32.	IRIS d.d., Zagreb/Kroatien	51
33.	Douglas Einkaufs- und Service-Gesellschaft mbH & Co. KG, Zossen	100
34.	Douglas Logistik GmbH, Zossen	100
35.	Douglas Marken und Lizenzen Verwaltungsgesellschaft mbH, Zossen	100
Bücher		
36.	Buch & Medien GmbH, Hagen	100
37.	Thalia Holding GmbH, Hamburg	75
38.	Thalia Universitätsbuchhandlung GmbH, Hagen	100
39.	Thalia-Buchh. Erich Könnecke GmbH & Co. KG Boysen & Maasch, Hamburg	100
40.	Könnecke Buchhandels-gesellschaft mbH, Hamburg	100
41.	Thalia Medienservice GmbH, Hagen	100
42.	Thalia Handels GmbH, Linz/Österreich	100
43.	Thalia Buch & Medien GmbH, Linz/Österreich	100
44.	Thalia Bücher AG, Basel/Schweiz	100

Abb. 63 · Anteilsbesitz

Lfd. Nr.	Name und Sitz	Konzernanteil (in %)
45.	ZAP*Zur Alten Post AG, Brig/Schweiz	67
46.	Kober & Thalia Buchhandelsgruppe GmbH & Co. KG, Mannheim	75
47.	Kober & Thalia Buchhandelsgruppe Verwaltungs GmbH, Mannheim	75
48.	Reinhold Gondrom GmbH & Co. KG, Kaiserslautern	100
49.	R. Gondrom Verwaltungs-GmbH, Kaiserslautern	100
50.	Grüttefien GmbH, Varel	50,1
51.	CM OO Vermögensverwaltung 354 GmbH, Dresden	100
52.	Buch und Kunst GmbH & Co. KG Dresden, Dresden	100
53.	Buch und Kunst GmbH Leipzig, Leipzig	100
54.	Haus des Buches GmbH, Dresden	100
55.	G.D. Baedeker GmbH, Dresden	100
56.	buch.de internetstores AG, Münster	77,6
57.	buch.ch AG, Winterthur/Schweiz	100
58.	Thalia Franchise GmbH & Co. KG, Hagen	100
59.	textunes GmbH, Berlin	100
60.	Thalia Franchise Verw. GmbH, Hagen	100
Schmuck		
61.	Christ Juweliere und Uhrmacher seit 1863 GmbH, Hagen	100
Mode		
62.	inter-moda GmbH, Hagen	100
63.	Reiner Appelrath-Cüpper Nachf. GmbH, Köln	100
Süßwaren		
64.	Hussel Süßwarenfachgeschäfte GmbH, Hagen	100
65.	Hussel Geschenkstudio GmbH, Hagen	100
66.	Cerrini Confiserie GmbH, Hagen	100
67.	Hussel Iberia Chocolates e Confeitaria S.A., Lissabon/Portugal	49
68.	Hussel Confiserie GmbH, Wels/Österreich	100
Dienstleistungen		
69.	DOUGLAS Informatik & Service GmbH, Hagen	100
70.	DOUGLAS Versicherungsvermittlung GmbH, Hagen	100
71.	DOUGLAS Corporate Service GmbH, Hagen	100
72.	DOUGLAS Leasing GmbH, Hagen	100
73.	DOUGLAS Immobilien GmbH & Co. KG, Hagen	100
74.	DOUGLAS Immobilien GmbH, Hagen	100
75.	DOUGLAS Grundbesitz GmbH, Hagen	100
76.	EKV Einkaufsverbund GMBH, Hagen	100
77.	EEG Energie-Einkaufsverbund GmbH, Hagen	100
78.	Douglas Finance B.V., Nijmegen/Niederlande	100
79.	Douglas GmbH & Co. Objekt Zeil KG, Pullach im Isartal	88
80.	Douglas Grundstücks- und Verwaltungsgesellschaft mbH, Zossen	100
81.	Douglas Grundstücks- und Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG, Zossen	100
82.	Hapag Lloyd Reisebüro Hagen GmbH & Co. KG, Hagen	30
83.	HWW Immobilienbeteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG, Hagen	40
84.	ARCADEON/HWW Seminar- und Tagungsbetrieb GmbH, Hagen	39,3
85.	Landhotel Halden Immobilien GmbH & Co. KG, Hagen	25
86.	Hapag Lloyd Reisebüro Hagen Verwaltungs GmbH, Hannover	30

Ehrenvorsitzender

Dr. Dr. h.c. Guido Sandler

Aufsichtsrat

Dr. Dr. h.c. Jörn Kreke

Vorsitzender

Kaufmann, Hagen

- a) Deutsche EuroShop AG, Hamburg
Capital Stage AG, Hamburg
- b) Kalorimeta AG & Co. KG, Hamburg
Urbana Energietechnik AG & Co. KG, Hamburg

Margarete Pinkowski*

stellv. Vorsitzende

kaufmännische Angestellte, Hagen

Parfümerie Douglas GmbH, Hagen

Detlef Bierbaum (bis 23. März 2011)

Bankier, Köln

- a) Sal. Oppenheim jr. & Cie. AG, Wien/Österreich
IVG Immobilien AG, Bonn (Vorsitz)
IVG Institutional Funds GmbH, Wiesbaden (Vorsitz)
General Reinsurance 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)
- b) 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 Handelsbeteiligungsges. mbH, Düsseldorf
The Central European and Russia Fund, Inc., New York/USA
The European Equity Fund, Inc., New York/USA

Claus-Matthias Böge (seit 23. März 2011)

Sprecher des Vorstandes der Deutsche EuroShop AG, Hamburg

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

Karen Heumann (seit 23. März 2011)

Werbeberaterin, Hamburg

- a) Aufeminin.com, Paris/Frankreich
- b) Commerzbank AG, Frankfurt a. M.

Dr. Michael Hinderer (seit 23. März 2011)

Kaufmann, München

- a) Table Mountain Limited, St. Helier/Jersey
Altium Capital AG, Zürich/Schweiz
Altium Group Ltd., London/Großbritannien
Capital Dynamics Holding AG, Zug/Schweiz
- b) Immo Kasse GmbH, Oberhaching

Henning R. Kreke (bis 23. März 2011)

Kaufmann, Schwaig/Nürnberg

Petra Lügger*

Sachbearbeiterin, Münster

Thalia Universitätsbuchhandlung GmbH, Hagen

Bernd M. Michael (bis 23. März 2011)

Kaufmann, Düsseldorf

- a) Loyalty Partner Holding GmbH, München
12snap AG, München (Vorsitz)
- b) Duisport AG, Duisburg (Beirat)
Board of Directors WE Marketing Company Limited, Hongkong

Dr. h.c. August Oetker

Vorsitzender des Beirates der Dr. August Oetker KG, Bielefeld

- a) Damm S.A., Barcelona/Spanien
B. Braun AG, Melsungen
Ebro Foods S.A., Madrid/Spanien
- b) Dr. August Oetker KG, Bielefeld (Beirat)

Johann Rösch*

Gewerkschaftssekretär, Nürnberg

ver.di Bundesverwaltung, Berlin

Dr. Ernst F. Schröder

Persönlich haftender Gesellschafter der Dr. August Oetker KG, Bielefeld

- a) S.A.S. Chateau du Domaine St. Martin, Vence/Frankreich (Vorsitz)
S.A.S. Hôtel du Cap Eden Roc, Antibes/Frankreich (Vorsitz)
S.A.S. Hôtel Le Bristol, Paris/Frankreich (Vorsitz)
Damm S.A., Barcelona/Spanien
Gerry Weber International AG, Halle (Vorsitz)
- b) Bankhaus Lampe KG, Düsseldorf (Beirat)

a) Mitgliedschaft in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten

b) Mitgliedschaft in vergleichbaren Kontrollgremien

* Arbeitnehmervertreter

Dr. Ulrich Wolters

Unternehmensberater, Mülheim a. d. Ruhr

- a) Bunzl PLC, London/Großbritannien
Lenze AG, Aerzen (Vorsitz)
Preventicum GmbH, Essen (Vorsitz)
Novotergum AG, Mülheim a. d. Ruhr (Vorsitz)
- b) Deichmann SE, Essen

Prof. Dr. Mark Wössner

Unternehmer, München

- a) 3W Power S.A., Luxemburg

Christine Wrobel*

stellv. Leiterin Logistik, Hemer

Christ Juweliers und Uhrmacher seit 1863 GmbH, Hagen

Sabine Zimmer*

Gewerkschaftssekretärin, Berlin

ver.di, Bezirk Berlin, Berlin

- a) real,- SB Warenhaus-GmbH, Mönchengladbach

Vorstand

Dr. Henning Kreke (Vorsitzender des Vorstandes)

Dr. Burkhard Bamberger

Anke Giesen

Bereichsvorstand

Michael Busch

Manfred Kroneder

Reiner Unkel

Ausschüsse des Aufsichtsrates

Präsidialausschuss

Dr. Jörn Kreke (Vorsitz)

Margarete Pinkowski (stellv. Vorsitz)

Dr. h.c. August Oetker (Beisitzer)

Prüfungs- und Finanzausschuss

Dr. Ernst F. Schröder (Vorsitz)

Claus-Matthias Böge

Dr. Michael Hinderer

Dr. Ulrich Wolters

Vermittlungsausschuss

Dr. Jörn Kreke

Petra Lügger

Dr. h.c. August Oetker

Margarete Pinkowski

Nominierungsausschuss

Dr. Jörn Kreke

Dr. h.c. August Oetker

Dr. Ernst F. Schröder

Die Freigabe des Konzernabschlusses erfolgte 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 30. Dezember 2011

DOUGLAS HOLDING AG

Der Vorstand



Dr. Henning Kreke



Dr. Burkhard Bamberger



Anke Giesen

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 2010 bis 30. September 2011 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 3. Januar 2012

RBS RoeverBroennerSusat GmbH & Co. KG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft

Driesch
Wirtschaftsprüfer

Schulz-Danso
Wirtschaftsprüfer



Weitere Informationen *Inhalt*

176	Mehrjahresübersicht
178	Glossar
180	Abbildungsverzeichnis Konzernabschluss
U5	Termine/Impressum

Mehrjahresübersicht

		IFRS							HGB			
		2010/11	2009/10	2008/09	2007/08 ¹⁾	2006/07	2005/06	2004/05	2004/05	2003/04	RGJ 2003	2002
Umsatz	Mio. €	3.378,8	3.320,8	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
Deutschland	Mio. €	2.255,4	2.168,2	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
Ausland	Mio. €	1.123,4	1.152,6	1.129,3	1.097,5	968,0	864,7	693,3	694,4	691,6	425,7	579,3
EBITDA	Mio. €	292,9	286,9	225,0	274,7	266,0	242,9	228,6	219,5	213,1	81,3	206,4
EBITDA-Marge	%	8,7	8,6	8,0	8,8	8,9	9,1	9,5	9,1	9,3	5,6	9,2
EBIT	Mio. €	143,4	141,7	116,1	159,9	157,2	142,1	136,1	122,4	112,2	7,0	105,9
EBIT-Marge	%	4,2	4,3	3,6	5,1	5,2	5,3	5,6	5,1	4,9	0,5	4,7
EBT	Mio. €	137,8	131,2	103,9	149,3	143,1	129,4	119,4	119,5	110,3	3,6	95,1
EBT-Marge	%	4,1	4,0	3,2	4,8	4,8	4,8	4,9	4,9	4,8	0,2	4,3
Jahresüberschuss	Mio. €	87,0	76,1	62,8	97,1	88,4	76,0	57,3	74,5	64,5	-11,4	58,9
Langfristige Vermögenswerte ²⁾	Mio. €	751,9	792,1	798,9	808,4	734,9	636,4	540,7	501,9	437,4	420,1	435,2
Kurzfristige Vermögenswerte ³⁾	Mio. €	907,3	886,8	889,8	935,4	993,2	957,9	873,2	868,0	779,9	759,9	895,8
Working Capital ⁴⁾	Mio. €	438,0	418,1	455,0	459,8	400,0	381,4	343,6	574,4	504,3	487,5	507,6
Eigenkapital	Mio. €	803,0	764,8	710,9	697,0	639,2	591,0	537,8	602,1	564,5	531,2	582,3
Eigenkapitalquote	%	48,3	44,6	42,1	39,9	36,9	37,1	38,0	43,3	45,9	44,5	43,4
Langfristiges Fremdkapital ⁵⁾	Mio. €	98,6	113,8	129,7	148,1	294,0	278,2	212,7	214,1	152,6	169,1	173,4
Kurzfristiges Fremdkapital ⁶⁾	Mio. €	760,1	827,6	848,0	898,7	794,9	725,1	663,4	573,4	509,4	487,3	576,6
Netto-Verschuldung ⁷⁾	Mio. €	49,6	124,0	165,3	220,6	206,8	145,2	74,0	74,0	40,6	80,7	4,5
Bilanzsumme	Mio. €	1.661,7	1.713,4	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
Cash Flow aus operativer Geschäftstätigkeit	Mio. €	190,8	246,2	191,7	208,4	195,7	151,1	164,9	178,7	170,2	37,6	202,3
Cash Flow aus Investitionstätigkeit ⁸⁾	Mio. €	-64,2	-118,3	-107,2	-168,3	-201,6	-168,2	-133,5	-140,8	-100,4	-70,0	-98,2
Freier Cash Flow ⁸⁾	Mio. €	126,6	127,9	84,5	40,1	-5,9	-17,1	24,8	37,9	69,7	-32,4	104,1
Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit ⁸⁾	Mio. €	-135,2	-111,8	-100,1	-154,6	-52,9	12,4	35,2	21,2	-42,9	-43,3	-40,7
Investitionen	Mio. €	116,9	117,5	112,3	155,5	155,8	141,2	121,6	120,9	118,3	65,5	98,1
Abschreibungen	Mio. €	149,5	145,2	138,9	117,0	108,8	100,8	92,5	97,1	101,1	74,6	105,5
Anzahl der Aktien	Mio Stck.	39,4	39,3	39,3	39,2	39,2	39,2	39,1	39,1	39,1	39,0	39,0
Marktkapitalisierung	Mio. €	1.163,1	1.447,4	1.228,1	1.263,8	1.717,4	1.445,0	1.236,2	1.236,2	929,9	951,8	656,5

Mehrjahresübersicht

		IFRS						HGB				
		2010/11	2009/10	2008/09	2007/08 ¹⁾	2006/07	2005/06	2004/05	2004/05	2003/04	RGJ 2003	2002
Je Stückaktie												
Aktienkurs zum Ende des Geschäftsjahres	€	29,52	36,83	31,25	32,24	43,81	36,90	31,60	31,60	23,80	24,40	16,83
EBITDA	€	7,43	7,30	6,49	7,06	6,79	6,23	5,90	5,62	5,50	2,08	5,29
Ergebnis ⁹⁾	€	2,20	1,93	1,60	2,43	2,25	1,94	1,47	1,56	1,53	-0,69	1,48
Dividende	€	1,10	1,10	1,10	1,20	1,10	1,10	1,00	1,00	1,00	0,75	0,90
Dividendenrendite	%	3,7	3,0	3,5	3,4	2,5	3,0	3,2	3,2	4,2	3,1	5,3
Mitarbeiter/-innen		24.323	24.655	24.190	24.521	23.265	21.002	19.588	19.588	18.698	18.039	18.967
Deutschland		15.325	15.164	14.761	15.110	14.746	13.521	12.952	12.952	12.333	12.071	13.391
Ausland		8.998	9.491	9.429	9.411	8.519	7.481	6.636	6.636	6.365	5.968	5.576
Fachgeschäfte		1.928	1.973	2.005	1.966	1.840	1.549	1.599	1.599	1.573	1.558	1.574
Deutschland		1.134	1.142	1.165	1.169	1.155	995	1.102	1.102	1.084	1.105	1.153
Ausland		794	831	840	797	685	554	497	497	489	453	421
Verkaufsfläche	Tsd. m ²	594,9	596,6	590,6	574,1	528,5	458,8	407,3	407,3	358,5	331,2	328,4
Deutschland	Tsd. m ²	390,4	384,6	381,1	378,6	354,1	308,9	271,2	271,2	237,8	221,3	225,6
Ausland	Tsd. m ²	204,5	212,0	209,5	195,5	174,4	149,9	136,1	136,1	120,7	109,9	102,8

¹⁾ Anpassung der Zahlen aufgrund der geänderten Bilanzierung von Kundenbonusprogrammen nach IFRIC 13

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, Jubiläumszahlungen, 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⁾ Anpassung der Vorjahreswerte unter Berücksichtigung von IAS 7.42A

⁹⁾ 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)

Ergebnis vor Zinsen und Steuern.

EBIT-Marge

EBIT im Verhältnis zum Umsatz.

EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation)

Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Firmenwertabschreibungen.

EBITDA-Marge

EBITDA im Verhältnis zum Umsatz.

EBT (Earnings before Taxes)

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.

Euroraum

Der Teil der Mitgliedsstaaten der Europäischen Union, die den Euro als Währung eingeführt haben. Der Euroraum umfasste im Berichtszeitraum 17 Länder: Belgien, Deutschland, Estland, 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 Cash Flow/Freier 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.

Free Float

Prozentualer Teil des Aktienkapitals, der sich nicht in festen Händen befindet und somit frei gehandelt werden kann (Streubesitz).

Funktionale Währung

Währung des wirtschaftlichen Umfeldes, in dem ein Unternehmen überwiegend tätig ist.

Gesamtergebnis

Das Gesamtergebnis ist die Veränderung des Eigenkapitals, die sich aus dem Ergebnis der Gewinn- und Verlustrechnung sowie erfolgsneutral erfassten Ergebniskomponenten zusammensetzt.

Geschäfts- oder Firmenwert/Goodwill

Positiver Unterschiedsbetrag zwischen dem Kaufpreis und dem Reinvermögen (Vermögensgegenstände abzüglich Schulden) eines Unternehmens.

Hedge Accounting

Bilanzielle Behandlung der Abbildung von Sicherungsgeschäften.

IASB (International Accounting Standards Board)

International besetztes, privatrechtlich organisiertes Gremium, das die IAS/IFRS-Standards entwickelt und überarbeitet.

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 fortgeführten 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.

Multichannel

Verknüpfung von stationärem Handel und Online-Handel.

Nettoveräußerungswert

Im normalen Geschäftsvorgang erzielter Verkaufserlös abzüglich der geschätzten noch anfallenden Fertigungs- und Vertriebskosten.

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 Versicherungspolice zur Erfüllung von Leistungen an Arbeitnehmer gehalten wird.

Rumpfgeschäftsjahr (RG)

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.

Vollkonsolidierung

Verfahren zur Erstellung eines Konzernabschlusses, bei dem alle Vermögenswerte und Schulden sowie alle Aufwendungen und Erträge unabhängig von der Beteiligungsquote an dem Tochterunternehmen in den Konzernabschluss einbezogen werden.

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.

Abbildungsverzeichnis Konzernabschluss

114	Abb. 1 · Gewinn- und Verlustrechnung
114	Abb. 2 · Überleitung Periodenergebnis zum Gesamtergebnis
115	Abb. 3 · Konzern-Bilanz
116	Abb. 4 · Eigenkapitalpiegel
117	Abb. 5 · Kapitalflussrechnung
118	Abb. 6 · Abgrenzung nach Geschäftsbereichen
118	Abb. 7 · Abgrenzung nach geografischen Regionen
121	Abb. 8 · Neue, erstmalig im Geschäftsjahr 2010/11 anzuwendende Vorschriften des IASB
122	Abb. 9 · Neue, noch nicht im Geschäftsjahr 2010/11 anzuwendende Vorschriften des IASB
124	Abb. 10 · Konsolidierungskreis
125	Abb. 11 · Veränderungen Konsolidierungskreis
126	Abb. 12 · Währungskurse
128	Abb. 13 · Nutzungsdauern
132	Abb. 14 · Kapital
133	Abb. 15 · Umsatzerlöse
133	Abb. 16 · Sonstige betriebliche Erträge
134	Abb. 17 · Personalaufwand
134	Abb. 18 · Sonstige betriebliche Aufwendungen
135	Abb. 19 · Abschreibungen
135	Abb. 20 · Finanzergebnis
136	Abb. 21 · Nettoergebnisse nach Bewertungskategorien – Geschäftsjahr 2010/11
136	Abb. 22 · Nettoergebnisse nach Bewertungskategorien – Geschäftsjahr 2009/10
137	Abb. 23 · Steuern vom Einkommen und vom Ertrag
137	Abb. 24 · Steuerliche Überleitungsrechnung
138	Abb. 25 · Immaterielle Vermögenswerte – Geschäftsjahr 2010/11
139	Abb. 26 · Immaterielle Vermögenswerte – Geschäftsjahr 2009/10
140	Abb. 27 · Sachanlagen – Geschäftsjahr 2010/11
141	Abb. 28 · Sachanlagen – Geschäftsjahr 2009/10
142	Abb. 29 · Investitionen
143	Abb. 30 · Operatives Leasing
145	Abb. 31 · Buchwerte der Geschäfts- oder Firmenwerte sowie immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer je Zahlungsmittelgenerierender Einheit
146	Abb. 32 · Latente Steuern
146	Abb. 33 · Vorräte
147	Abb. 34 · Finanzielle Vermögenswerte
148	Abb. 35 · Analyse der nicht wertgeminderten finanziellen Vermögenswerte
148	Abb. 36 · Wertberichtigungen auf aktivierte Finanzinstrumente
149	Abb. 37 · Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten
149	Abb. 38 · Entwicklung des gezeichneten Kapitals
151	Abb. 39 · Gewinnrücklagen
152	Abb. 40 · Berechnungsparameter
153	Abb. 41 · Überleitung Defined Benefit Obligation (DBO) zu passivierter Verpflichtung (DBL)
153	Abb. 42 · Entwicklung DBO
154	Abb. 43 · Personalaufwand
154	Abb. 44 · Entwicklung Planvermögen
154	Abb. 45 · Finanzierungsstatus
155	Abb. 46 · Rückstellungsspiegel langfristig
155	Abb. 47 · Rückstellungsspiegel kurzfristig
155	Abb. 48 · Sonstige kurzfristige Rückstellungen
156	Abb. 49 · Finanzielle Verbindlichkeiten
157	Abb. 50 · Finanzmittelbestand
160	Abb. 51 · Beizulegende Zeitwerte 30.09.2011
161	Abb. 52 · Beizulegende Zeitwerte 30.09.2010
162	Abb. 53 · Liquiditätsrisiko
163	Abb. 54 · Zinssicherungsinstrumente
165	Abb. 55 · Verbindlichkeiten aus Darlehen gegenüber Kreditinstituten (ohne Kontokorrent und syndizierte Kreditlinie) per 30.09.2011
165	Abb. 56 · Verbindlichkeiten aus Darlehen gegenüber Kreditinstituten (ohne Kontokorrent und syndizierte Kreditlinie) per 30.09.2010
166	Abb. 57 · Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt
166	Abb. 58 · Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen/Personen
167	Abb. 59 · Vergütung des Vorstandes
168	Abb. 60 · Vergütung des Aufsichtsrates
169	Abb. 61 · Honorare des Abschlussprüfers
169	Abb. 62 · Befreiungswahlrechte nach §§ 264 Abs. 3 bzw. 264b HGB
170	Abb. 63 · Anteilsbesitz

DOUGLAS  HOLDING

www.douglas-holding.com

Douglas

www.douglas.de

 **Thalia**

www.thalia.de · www.buch.de

CHRIST

www.christ.de

AppelrathCüpper

www.appelrath.de

HUSSEL

Confiserie

www.hussel.de

