

# KARSTADT QUELLE<sup>AG</sup>



**GESCHÄFTSBERICHT 2000**

## KARSTADT QUELLE-KONZERN – AUF EINEN BLICK

			2000	1999	Ver- änderung in %
<b>Umsatz</b>	Stationärer Einzelhandel	Mio. €	7.587,2	7.478,1	1,5
	Versandhandel	Mio. €	7.550,9	7.273,9	3,8
	Dienstleistungen / Sonstiges	Mio. €	587,9	303,7	93,6
	abzüglich segmentüber- greifende Innenumsätze	Mio. €	486,0	212,7	-
	<b>Konzernumsatz</b>	Mio. €	<b>15.240,0</b>	<b>14.843,0</b>	<b>2,7</b>
<b>Ertragslage</b>	EBIT	Mio. €	332,2	280,8	18,3
	EBIT-Marge	in %	2,2	1,9	-
	EBT	Mio. €	272,8	225,4	21,0
	EBT-Marge	in %	1,8	1,5	-
	Jahresüberschuss	Mio. €	248,7	218,6	13,8
	Return on Capital Employed	in %	10,0	8,8	-
	Return on Equity	in %	13,3	12,9	-
<b>Finanzlage und Dividende</b>	Brutto-Cash-Flow	Mio. €	643,1	699,8	- 8,1
	Flüssige Mittel	Mio. €	236,7	217,3	8,9
	Abschreibungen	Mio. €	357,9	367,9	- 2,7
	Dividende	Mio. €	78,8	72,9	8,1
<b>Bilanzstruktur</b>	Bilanzsumme	Mio. €	8.191,8	7.925,0	3,4
	Eigenkapital	Mio. €	1.866,7	1.698,7	9,9
	Eigenkapitalquote	in %	22,8	21,4	-
	Anlagevermögen	Mio. €	3.462,5	3.280,8	5,5
	Umlaufvermögen	Mio. €	4.705,4	4.614,6	2,0
<b>Sonstige Angaben</b>	Mitarbeiter am 31. 12.	Anzahl	112.516	113.490	- 0,9
	Vollzeitarbeitskräfte im Jahresdurchschnitt	Anzahl	88.163	88.171	0,0
	Personalaufwand	Mio. €	3.216,8	3.169,5	1,5
	Investitionen	Mio. €	569,9	481,7	18,3
	Warenhäuser und Fachgeschäfte im Stationären Einzelhandel	Anzahl	358	383	-
	Verkaufsfläche am 31. 12. im Stationären Einzelhandel	Tsd. m <sup>2</sup>	2.369,9	2.388,3	- 0,8
	<b>Aktie der KARSTADT QUELLE AG</b>	Dividende je Stückaktie	€	0,67	0,62
Dividende je Stückaktie inkl. Steuergutschrift	€	0,96	0,89	7,9	
Ergebnis je Aktie	€	1,57	1,59	- 1,3	
Brutto-Cash-Flow je Aktie	€	5,47	5,95	- 8,1	
Stichtagskurs am Jahresende	€	32,90	39,80	- 17,3	
Höchstkurs	€	40,73	48,70	-	
Tiefstkurs	€	27,30	30,55	-	
Börsenwert am Jahresende	Mio. €	3.867,4	4.678,5	- 17,3	



## STATIONÄRER EINZELHANDEL

### Warenhaus • Fachgeschäfte

Der KarstadtQuelle-Konzern nimmt im stationären Einzelhandel in Deutschland mit Warenhäusern und Fachgeschäften, vornehmlich in 1-A-Lagen der Innenstädte, eine exzellente Marktposition ein. Mit 189 Warenhäusern, die unter Karstadt, Hertie, Wertheim, Alsterhaus und KaDeWe geführt werden, sind wir Marktführer im Warenhausbereich. Mit insgesamt 169 Fachgeschäften unter den Marken Runners Point (Sport), Schaulandt (Unterhaltungselektronik und -technik), Wehmeyer (Fashion) und WOM World of Music (Bild- und Tonträger) sind wir in wachstumsstarken Branchen tätig.

		2000	1999	Veränderung in %
Umsatz	Mio. €	7.587,2	7.478,1	1,5
Standorte	Anzahl	358	383	-
Mitarbeiter am 31. 12.	Anzahl	72.253	74.112	- 2,5
Segmentvermögen	Mio. €	4.943,1	4.517,6	9,4

Weitere Informationen ab Seite 64.

## VERSANDHANDEL

### Universalversand • Spezialversand

Mit den starken Marken Quelle und Neckermann ist KarstadtQuelle Marktführer im deutschen Versandhandel. Wir sind in 13 europäischen Ländern präsent und bieten unseren Kunden mit vier Hauptkatalogen und mehr als 178 Spezialkatalogen ein breites Produktangebot. Quelle und Neckermann verfügen über eine hohe E-Business-Kompetenz, große Logistikerfahrung sowie ausgereifte und effiziente Prozessketten. Dies garantiert einen optimalen Service für den Kunden sowie eine verlässliche, sichere Abwicklung des Versandhandelsgeschäftes.

		2000	1999	Veränderung in %
Umsatz	Mio. €	7.550,9	7.273,9	3,8
davon Ausland	Mio. €	1.519,2	1.310,0	16,0
Mitarbeiter am 31. 12.	Anzahl	36.687	36.396	0,8
Segmentvermögen	Mio. €	3.806,0	3.799,7	0,2

Weitere Informationen ab Seite 84.

## TOURISTEN

### C & N

Im Wachstum Wesentlich an der C & im Jahr 1999 Fluggesellschaft stalter Neck heute ist C Konzern E grierter An Wertschöpf einem fläch in allen wi und einer fügt sich C KarstadtQ

Umsatz Beförderte Gäste Mitarbeiter am 31. 10.

Weitere Infor

# DIE UNTERNEHMENSBEREICHE



## TOURISTIK

### C & N

Im Wachstumsmarkt Tourismus sind wir im Wesentlichen durch unsere 50 %-Beteiligung an der C & N Touristic AG vertreten. C & N ist im Jahr 1997 aus der Zusammenführung der Fluggesellschaft Condor mit dem Reiseveranstalter Neckermann hervorgegangen. Bereits heute ist C & N der zweitgrößte Touristikkonzern Europas und deckt als vertikal integrierter Anbieter alle Stufen der touristischen Wertschöpfungskette ab. Mit starken Marken, einem flächendeckenden Vertriebsnetz in allen wichtigen europäischen Märkten und einer eigenen modernen Flugzeugflotte fügt sich C & N nahtlos in die Strategie des KarstadtQuelle-Konzerns ein.

		01.11.1999 bis 31.10.2000	01.11.1998 bis 31.10.1999	Ver- änderung in %
Umsatz	Mio. €	4.980	4.639	7,4
Beförderte Gäste	in Tsd.	10.896	10.375	5,0
Mitarbeiter am 31. 10.	Anzahl	12.197	9.913	23

Weitere Informationen ab Seite 104.

## DIENTLEISTUNGEN/SONSTIGES

### IT • E-Business • Logistik • Kundendienst • Catering

Das Dienstleistungssegment unterstützt die Entwicklung von KarstadtQuelle zu einem integrierten Handels- und Dienstleistungskonzern. Unsere Dienstleistungsunternehmen konzentrieren sich schwerpunktmäßig auf die Bereiche IT-Lösungen, E-Business, Finanzdienstleistungen, Logistik und Importe; sie sind darüber hinaus in den Bereichen Versicherungen, Gastronomie und Catering tätig. Das Leistungsangebot ist nicht auf die Konzerngesellschaften beschränkt. Vom Know How unserer Dienstleistungsgesellschaften profitieren zunehmend Drittkunden aus den unterschiedlichsten Bereichen der Old und New Economy.

		2000	1999	Ver- änderung in %
Umsatz	Mio. €	587,9	303,7	93,6
Mitarbeiter am 31. 12.	Anzahl	3.576	2.982	19,9
Segment- vermögen	Mio. €	449,4	308,2	45,8

Weitere Informationen ab Seite 118.

# INHALT



● <b>Aufsichtsrat und Vorstand</b>	<b>2</b>
Bericht des Aufsichtsrates	4
Vorwort des Vorstandsvorsitzenden	8
● <b>Das 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm</b>	<b>12</b>
● <b>Lagebericht</b>	<b>17</b>
● <b>Die KarstadtQuelle Aktie</b>	<b>46</b>
● <b>Weitere Informationen</b>	<b>51</b>
Umweltbericht	51
Das Unternehmen in der Öffentlichkeit	54
Mitarbeiter	55
● <b>Berichte aus den Bereichen</b>	<b>59</b>
Die Multi-Channel-Strategie	60
Stationärer Einzelhandel	64
Versandhandel	84
Touristik	104
Dienstleistungen/Sonstiges	118
● <b>Konzernabschluss nach HGB</b>	<b>123</b>
● <b>Bestätigungsvermerk</b>	<b>162</b>
● <b>5-Jahresübersicht</b>	<b>164</b>
● <b>Glossar</b>	<b>166</b>
● <b>Investor Relations Informationen</b>	

# AUFSICHTSRAT

**DR. HANS MEINHARDT**

Vorsitzender

**WOLFGANG POKRIEFKE\***

stellv. Vorsitzender

**WILFRIED BEHRENS\***

**DR. DIETHART BREIPOHL**

**JÜRGEN DAMM\***

**BODO DEHN\***

**HUBERT GARTZ\***

**DR. JUR. FRIEDHELM GIESKE**

**LEO HERL**

**ULRICH HOCKER**

**PETER KALOW\***

**DR. H. C. MARTIN KOHLHAUSSEN**

**DR. INGO RIEDEL**

**CHRISTA SCHUBERT\***

**GÜNTER STROHMEIER\***

**DR. GUNTER THIELEN**

**DR. BERND W. VOSS**

**DIPL.-ING. DR.-ING. E. H.  
JÜRGEN WEBER**

**DR. FRANZISKA WIETHOLD\***

**RÜDIGER WOLFF\***

\*) als Vertreter der Arbeitnehmer

Die vollständigen Angaben zu den Mitgliedern des Aufsichtsrates und des Vorstandes gemäß § 285 Nr. 10 HGB finden Sie auf den Seiten 158 bis 161.

# VORSTAND



**WOLFGANG URBAN, VORSITZENDER**

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



**PETER GERARD**

Neue Medien und Services (E-Business, Data Management), Finanzdienstleistungen



**PROF. DR. HELMUT MERKEL**

Informationssysteme und -technologie, Logistik, Personal, Organisation



**NORBERT NELLES**

Finanzen, Bilanzen, Steuern, Immobilien



**WERNER PIOTROWSKI**

Vorstandsvorsitzender der Neckermann Versand AG

# BERICHT DES AUFSICHTSRATES

## **SEHR GEEHRTE AKTIONÄRE,**

der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2000 die Geschäftsführung des Vorstandes laufend überwacht und beratend begleitet. Im Rahmen von sieben Aufsichtsrats-sitzungen sowie durch schriftliche Berichte wurde der Aufsichtsrat vom Vorstand über den Geschäftsverlauf, die wirtschaftliche Lage, wesentliche Geschäftsereignisse sowie die Geschäftspolitik und Unternehmensplanung informiert.

Der Vorsitzende des Aufsichtsrates stand darüber hinaus in engem Kontakt mit dem Vorsitzenden des Vorstandes, der ihn fortlaufend über wesentliche Geschäftsvorfälle, Vorhaben und Beschlüsse des Vorstandes unterrichtete.

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

### **Schwerpunkthemen des Geschäftsjahres 2000**

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

Neben der Geschäftsentwicklung des KarstadtQuelle-Konzerns und seiner Gesellschaften im In- und Ausland erörterte der Aufsichtsrat in seinen Sitzungen wichtige geschäftliche Einzelvorgänge. So wurden u. a. folgende Themen behandelt:

- Das 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm und der Fortgang der Umsetzung. Hierbei standen insbesondere folgende Punkte im Vordergrund:
  - die Akquisition der SINN LEFFERS AG
  - das Projekt Prozessoptimierung zur nachhaltigen Ergebnisverbesserung im Warenhausbereich
  - die Fortentwicklung des Themenhauskonzeptes
  - die Entwicklung der E-Business-Aktivitäten
  - die Wachstumsstrategien in den Segmenten Fashion und Sport
  - die Immobilienstrategie
  - Akquisitionen im Versandhandels- und Touristikbereich.
- Die Finanz-, Investitions- und Personalplanung.
- Das Investitionsprogramm 2001.

Der Aufsichtsrat hat einen Ständigen Ausschuss und den nach § 27 Abs. 3 Mitbestimmungsgesetz notwendigen Vermittlungsausschuss gebildet.

Der Ständige Ausschuss befasste sich schwerpunktmäßig mit Vorstandsangelegenheiten und fasste die entsprechenden Beschlüsse. Ausführlich wurde die Einführung von zusätzlichen Vergütungskomponenten für die Mitglieder des Vorstandes sowie die obersten Führungskräfte diskutiert, mit denen diese an der langfristigen Wertsteigerung des Unternehmens beteiligt werden sollen.

Im Berichtsjahr fanden vier Sitzungen des Ständigen Ausschusses statt.

Für das Zusammentreten des Vermittlungsausschusses bestand kein Anlass.

### **Jahresabschluss und Konzernabschluss**

Den Jahresabschluss der KarstadtQuelle AG, den Konzernabschluss, den mit dem Lagebericht der KarstadtQuelle AG zusammengefassten Konzernlagebericht sowie den Abhängigkeitsbericht hat die von der Hauptversammlung gewählte BDO Deutsche Warentreuhand Aktiengesellschaft, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Düsseldorf, geprüft und jeweils mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

Gemäß den Anforderungen des Gesetzes zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich (KonTraG) war auch das Risikomanagement-System Gegenstand der Abschlussprüfung.

Die Abschlussunterlagen, der zusammengefasste Lagebericht des Konzerns und der KarstadtQuelle AG, der Abhängigkeitsbericht und die Prüfungsberichte lagen allen Mitgliedern des Aufsichtsrates rechtzeitig vor und wurden in der Aufsichtsratssitzung am 14. Mai 2001 ausführlich diskutiert. An dieser Sitzung nahm auch der Abschlussprüfer teil und hat über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung berichtet sowie Fragen der Mitglieder des Aufsichtsrates beantwortet.

Der Aufsichtsrat erhebt nach dem abschließenden Ergebnis seiner eigenen Prüfungen keine Einwendungen und schließt sich dem Ergebnis des Abschlussprüfers an. Der Aufsichtsrat hat den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss der KarstadtQuelle AG zum 31. Dezember 2000 gebilligt; dieser ist damit festgestellt. Dem Vorschlag des Vorstandes für die Verwendung des Bilanzgewinns stimmt der Aufsichtsrat zu.

## BERICHT DES AUFSICHTSRATES

Der Vorstand hat gemäß § 312 AktG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen erstellt. Der Abschlussprüfer hat diesen Bericht geprüft, über das Ergebnis seiner Prüfung schriftlich sowie in der Sitzung des Aufsichtsrates am 14. Mai 2001 mündlich berichtet und den uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt.

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

### **Veränderungen in Aufsichtsrat und Vorstand**

Herr Heinz Rätz ist mit Ablauf der Hauptversammlung am 20. Juli 2000 aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden. Für Herrn Rätz wurde Herr Dr. Gunter Thielen, Mitglied des Vorstandes der Bertelsmann Aktiengesellschaft und Vorsitzender des Vorstandes der Bertelsmann Arvato AG, von der Hauptversammlung in den Aufsichtsrat gewählt.

Darüber hinaus ist Frau Ulrike Wuhler am 30. September 2000 aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden. An ihrer Stelle wurde Herr Peter Kalow, Gesamtbetriebsratsvorsitzender der Quelle Aktiengesellschaft, gerichtlich zum Aufsichtsratsmitglied der Arbeitnehmer bestellt.

Der Aufsichtsrat dankt Frau Wuhler und Herrn Rätz für die konstruktive Zusammenarbeit.

Mit Wirkung zum 30. September 2000 hat der Aufsichtsrat dem Wunsch von Herrn Dr. Walter Deuss entsprochen, seine geschäftsführende Tätigkeit als Vorsitzender des Vorstandes zu beenden. An seiner Stelle wurde Herr Wolfgang Urban zum Vorsitzenden des Vorstandes ernannt.

Mit Wirkung vom 17. Oktober 2000 wurde Herr Peter Gerard zum ordentlichen Mitglied des Vorstandes bestellt.

Herr Reinhard Koep hat zum 28. März 2001 aus gesundheitlichen und persönlichen Gründen seine Ämter als Mitglied des Vorstandes und Arbeitsdirektor niedergelegt.

Der Aufsichtsrat dankt Herrn Dr. Deuss und Herrn Koep für ihre langjährige und verdienstvolle Tätigkeit.

## **Dank und Anerkennung**

Dem Vorstand, den Führungskräften und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des KarstadtQuelle-Konzerns im In- und Ausland spricht der Aufsichtsrat für das Engagement und die außerordentlichen Leistungen im abgelaufenen Geschäftsjahr Dank und Anerkennung aus.

Essen, den 14. Mai 2001  
Für den Aufsichtsrat

Dr. Hans Meinhardt  
Vorsitzender

# VORWORT DES VORSTANDSVORSITZENDEN

## **SEHR GEEHRTE AKTIONÄRE,**

der KarstadtQuelle-Konzern blickt auf ein ereignisreiches Geschäftsjahr 2000 zurück. Es markierte den Beginn von Veränderungen – kein einfaches, aber letztlich ein erfolgreiches Jahr. Ihr Unternehmen befindet sich im Aufbruch. Wir haben uns für die Zukunft ehrgeizige Ziele gesetzt.

Der KarstadtQuelle-Konzern erzielte im Geschäftsjahr 2000 in einem unverändert schwierigen Umfeld einen Umsatzzuwachs in Höhe von 2,7 %. Damit übertrafen wir die durchschnittliche Entwicklung des Einzelhandels (+ 1,8 %) und gewannen Marktanteile hinzu.

Zugleich steigerten wir das Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) um 21 % auf 273 Mio. €. Die Umsatzrendite verbesserte sich auf 1,8 % (Vorjahr: 1,5 %).

### **Unsere Umsatzrendite ist im Vergleich zum Wettbewerb noch zu niedrig**

Die zweistellige prozentuale Ergebnissteigerung spiegelt isoliert betrachtet eine gute Entwicklung wider. Die Umsatzrendite in Höhe von 1,8 % stellt uns jedoch nicht zufrieden. Sie zeigt, dass wir im Vergleich zu anderen deutschen und internationalen Wettbewerbern noch ein hohes Verbesserungspotenzial besitzen. Dies wollen wir gezielt erschließen.

Der Wettbewerb im Einzelhandel ist in den letzten Jahren noch intensiver geworden. Deshalb haben wir unsere Strategie neu definiert.

### **Wir handeln**

KarstadtQuelle hat eine tragfähige Zukunftsperspektive. Dies verdeutlicht unser 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm mit den Schwerpunkten:

- **Restrukturierung und Optimierung:**  
Wir werden schlanker, schneller und schlagkräftiger.
- **Wachstum:**  
Wir positionieren uns in Zukunftsmärkten.
- **Wertmanagement:**  
Wertsteigerung bestimmt unser unternehmerisches Handeln.

### **Unser Ziel ist die Steigerung der Umsatzrendite von 1,8 % auf 4 % im Jahr 2003**

Das mittelfristig ausgerichtete Wertsteigerungsprogramm wird seine volle positive Wirkung im Jahr 2003 entfalten. Es ist unser Ziel, nahezu eine Verdreifachung des Ergebnisses vor Ertragsteuern von 273 Mio. € im Geschäftsjahr 2000 auf 729 Mio. € in 2003 zu erreichen. Dies entspricht einer Steigerung der Umsatzrendite von 1,8 % auf 4 %.

Das 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm ist konsequent an den Interessen unserer Aktionäre, den Ansprüchen unserer Mitarbeiter und den Wünschen unserer Kunden ausgerichtet und wird nach unseren Planungen vom Jahr 2003 an einen zusätzlichen jährlichen Ergebnisbeitrag in Höhe von 384 Mio. € leisten.

Um die Realisierung dieses Ergebnisbeitrages zu unterstützen, haben wir im Geschäftsjahr 2000 im Warenhausbereich zukunftsgerichtete Maßnahmen zur Restrukturierung im Rahmen der Umsetzung des 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes getroffen. Diesen einmaligen Belastungen stehen außerordentliche Erträge aus Wertzuschreibungen bei Sachanlagen in nahezu gleicher Höhe gegenüber.

Unsere Restrukturierung und Optimierung konzentriert sich insbesondere auf die deutliche Senkung der zu hohen Geschäftssystemkosten im Warenhaus- und im Versandhandelsbereich. Wir bündeln zur Behebung von Wettbewerbsnachteilen Aufgaben und straffen Geschäftsprozesse. Gleichzeitig modernisieren und optimieren wir unsere Systeme. Daraus folgen auch strategische Entscheidungen, die unsere Organisationsstruktur verändern und neben der Schaffung von neuen Arbeitsplätzen

auch den Abbau von Arbeitsplätzen vorsehen. Ich bin mir der Verantwortung für diese schwierigen Entscheidungen bewusst. Aber, sichere Arbeitsplätze wird es nur in einem wettbewerbs- und leistungsfähigen Unternehmen geben können.

Das Wachstumskonzept baut auf unseren Spitzen-Positionen in den Geschäftsfeldern stationärer Einzelhandel, Versandhandel und E-Business sowie in starken und zukunftssträchtigen Branchen wie Fashion, Sport, Technik und Touristik auf.

### **Unser Multi-Channel-Netzwerk ist der Kern des Wachstumskonzeptes**

Der Kern unseres Wachstumskonzeptes ist die Multi-Channel-Strategie. Diese fördert unsere bereits bestehende gute Positionierung. Als Europas größter Warenhaus- und Versandhandelskonzern verfügen wir über die meisten Kundenbeziehungen in den entscheidenden Vertriebskanälen der Old Economy und der New Economy. In unserem Multi-Channel-Netzwerk kann der Kunde Angebote aus verschiedenen Branchen bzw. Konsumfeldern über den Vertriebsweg nutzen, den er individuell bevorzugt. Wir werden im Rahmen unseres Customer Relationship Managements unsere Kundenbeziehungen weiter vertiefen und die Cross Selling Potenziale zwischen den Vertriebskanälen ausschöpfen.

## VORWORT DES VORSTANDSVORSITZENDEN

Dritter Bereich unseres Wertsteigerungsprogrammes ist das Wertmanagement. Es schließt den intensiven Dialog mit der Financial Community ein. Wir haben deshalb unsere Investor Relations Aktivitäten deutlich verstärkt. Darüber hinaus führen wir im KarstadtQuelle-Konzern das Wertmanagementsystem EVA (Economic Value Added) als betriebswirtschaftliches Steuerungs- und Führungssystem ein. EVA macht Erfolg messbarer, sichtbarer und kommunizierbarer. Zugleich steigern wir durch neue Anreize auf der Basis von EVA das Engagement unserer Mitarbeiter. Wir haben beschlossen, nach Zustimmung durch die Hauptversammlung, Programme zur Ausgabe von Belegschaftsaktien für alle Mitarbeiter sowie ein Stock Option-Programm für das Management aufzulegen.

### **Wir verfolgen im Geschäftsjahr 2001 ambitionierte Ziele**

Im Zuge der weiteren Umsetzung des 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes konzentrieren wir uns vor allem auf die zügige Umsetzung unserer Restrukturierungs- und Optimierungspotenziale im Konzern sowie den Ausbau unseres Multi-Channel-Netzwerkes. Insbesondere das Management der Kundenbeziehungen und die Verwendung der daraus abgeleiteten Informationen für ein ganzheitliches Konzept werden wir zügig vorantreiben.

Das Jahr 2001 steht auch im Zeichen der Vollendung der Integration von Karstadt, Neckermann und Quelle. Die Zusammenführung von Organisations- und Unternehmensstruktur der tragenden Konzernbereiche ist seit der juristischen Verschmelzung im Geschäftsjahr 1999 heute größtenteils umgesetzt. Die damit entstandene Größe und Stärke bietet uns eine Vielzahl von Chancen.

So bauen wir unsere gute Marktposition im E-Business weiter aus. Dabei profitieren wir zunehmend vom starken Kundenbindungs- und Vertriebspotenzial des Internets und nutzen gezielt die gewonnenen Wachstums- und Entwicklungsspielräume, die Flexibilität sowie die damit verbundenen Kostensenkungspotenziale.

KarstadtQuelle wird die Entwicklung der deutschen Einzelhandelslandschaft auf Basis der exzellenten Positionierung noch aktiver mitgestalten. In vielen Städten bilden unsere Karstadt-Warenhäuser den Mittelpunkt des lokalen Marktgeschehens und sind damit Handels- und Kommunikationsdrehscheibe. Unser erfolgreiches Themenhauskonzept trägt entscheidend dazu bei. Deshalb werden wir es renditeorientiert weiterentwickeln. Mit unseren erfolgreichen Branchenkonzepten, vor allem in den Bereichen Fashion und Sport, wollen wir in vielen Städten weiter wachsen.

Die hohe lokale Standortqualität unseres Immobilienbesitzes wird dazu führen, dass wir in den nächsten Jahren bei einer Reihe von Standorten unsere Position durch die Entwicklung von innerstädtischen Einkaufszentren ausbauen. Das stärkt auch das Wachstum der Karstadt-Warenhäuser. In Erfurt haben wir dieses Potenzial bereits realisiert, in Kassel sind wir auf dem Weg der Umsetzung.

Wir profitieren in der Weiterentwicklung unseres Geschäftes von unserer jahrzehntelangen Erfahrung und setzen Trends, indem wir Veränderungen des Zeitgeistes kreativ aufnehmen und schnell umsetzen.

Die bereits Ende vorigen Jahres eingeleiteten Initiativen zur Wertsteigerung im KarstadtQuelle-Konzern führen schon im Geschäftsjahr 2001 zu einer deutlichen Ergebnisverbesserung.

Ich möchte an dieser Stelle unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihre außerordentlich guten Leistungen im abgelaufenen Geschäftsjahr danken. Gleiches gilt für das Engagement, die Loyalität zum Unternehmen und den Willen, sich mit den Chancen und Herausforderungen der Zukunft aktiv auseinander zu setzen. Ich habe in vielen Gesprächen den Eindruck gewonnen, dass unsere neue strategische Ausrichtung und unser Aufbruch positiv

beurteilt werden. Die große Energie und hohe Leistungsbereitschaft, mit der sich alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Umsetzung unserer Ziele einsetzen, bestätigt mich zusätzlich. Mir ist bewusst, dass der Umbruch, in dem sich unser Konzern befindet, eine große Herausforderung für alle Beteiligten ist.

Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, danke ich auch im Namen meiner Vorstandskollegen für Ihr Vertrauen. Es ist unser vorrangiges Ziel, den Unternehmenswert von KarstadtQuelle durch ertragsorientiertes Handeln nachhaltig zu steigern. Wir sind überzeugt, dass wir dazu alle wesentlichen Grundlagen geschaffen haben.

Ihr

Wolfgang Urban

# DAS 10-PUNKTE-WERTSTEIGERUNGSPROGRAMM

**Aus einem reinen Handelsunternehmen wird ein hocheffizienter Handels- und Dienstleistungskonzern**

**Ziel 2003: Steigerung der Umsatzrendite von 1,8% auf 4%**  
**Verdreifachung des Ergebnisses auf 729 Mio. €**  
**Steigerung des Umsatzes von 15,2 Mrd. € auf 18,4 Mrd. €**

## RESTRUKTURIERUNG UND OPTIMIERUNG

**Ziel 2003: 256 Mio. € Ergebnisverbesserung**  
**Strategie: KarstadtQuelle wird schlanker, schneller und schlagkräftiger**

- 1** **Warenhäuser: Wir straffen die Geschäfts- und Verwaltungsprozesse**
  - Durch stärkere Zentralisierung reduzieren wir Doppelfunktionen und Kosten.
  - Durch Optimierung der Logistik erreichen wir eine Halbierung der Lagerflächen.
  - Wir konzentrieren unser Immobilien-Portfolio in einer separaten Gesellschaft und positionieren uns als einer der größten Immobilienkonzerne.
  
- 2** **Versandhandel: Wir heben die Synergien von Quelle und Neckermann**
  - Die beiden starken Marken Quelle und Neckermann bilden eine gemeinsame Service- und Logistikplattform.
  - Wir erweitern unsere Wertschöpfungskette als leistungsstarker Dienstleister im Zukunftsmarkt Logistik.

## WACHSTUM

Ziel 2003: **128 Mio. € Ergebnisverbesserung**

Strategie: **KarstadtQuelle positioniert sich in Zukunftsmärkten**

**3**

### **Unsere Multi-Channel Strategie setzt neue Maßstäbe im europäischen Handel**

- Als Europas größter Warenhaus- und Versandhandelskonzern unterstützen wir die Kunden auf allen Vertriebskanälen der Old und New Economy.
- Aus der Vernetzung von 18 Mio. qualifizierten Kundenadressen schöpfen wir einzigartige Cross Selling Potenziale.

**4**

### **Mit dem Themenhauskonzept auf Wachstumskurs**

- Wir entwickeln unser erfolgreiches Themenhauskonzept weiter – dadurch steigern wir die Dynamik unseres Ertragswachstums.
- Die geplante deutliche Steigerung der Zahl unserer Klub-Karstadt-Kundenkarten von 4 Mio. in 2000 auf 10 Mio. in 2002 stärkt unsere Cross Selling Effekte.

**5**

### **Deutlicher Ausbau unserer Spitzenposition als Marktführer im Fashion- und Sportmarkt bis 2005**

- Fashion: Wir wollen unseren Marktanteil von 4,9 % auf 7,4 % steigern.  
Das Modehaus SinnLeffers verstärkt unsere Positionierung im Mittel- und Hochpreissegment.
- Sport: Wir streben eine Verdopplung unseres Umsatzes auf 1,3 Mrd. € an.

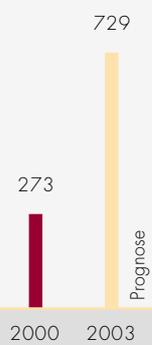
- 6** **Spezialisierung und Internationalisierung als renditestarke Wachstumstreiber im Versand**

  - Der Umsatz im Ausland und im Spezialversand soll jeweils um 10 % jährlich wachsen.
  - Kooperationen und Akquisitionen unterstützen unsere Expansion.
  
- 7** **Das stark expandierende Touristikgeschäft von C & N bietet ein außerordentliches konzernübergreifendes Wachstums- und Synergiepotenzial**

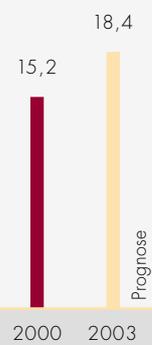
  - Mit der Übernahme von Thomas Cook und Havas Voyages ist C & N der drittgrößte Touristikkonzern der Welt.
  - Kombinierte Produkt- und Reiseangebote steigern unsere Chancen im Multi-Channel-Geschäft.
  
- 8** **Auf der Basis unserer Spitzenposition im E-Business planen wir eine Umsatzsteigerung von 450 Mio. € im Jahr 2000 auf ca. 1,5 Mrd. € in 2003**

  - Wir nutzen unsere starken Marken für erfolgreiche Internet-Portale.
  - Die Kombination von klassischem Warenhaus- und Versandgeschäft im Internet, Mobilfunk und TV potenziert den Mehrwert für die Kunden.
  - Mit der Beteiligung an elektronischen B2B Marktplätzen revolutionieren wir unser Prozessmanagement und senken die Beschaffungskosten.

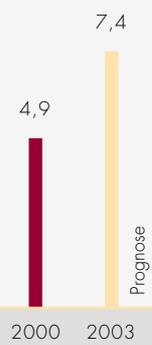
**EBT** in Mio. €



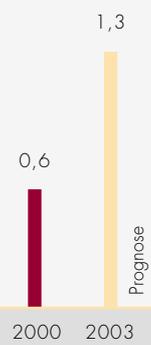
**Umsatz** in Mrd. €



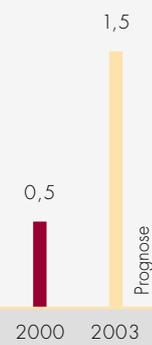
**Fashion Marktanteil** in %



**Sportumsatz** in Mrd. €



**Online-Nachfrage** in Mrd. €



### WERTMANAGEMENT

Strategie: **Wertsteigerung bestimmt unternehmerisches Handeln**

9

#### **Implementierung von Economic Value Added (EVA) als neuem Management- und Anreizsystem**

- Erfolg wird messbarer, sichtbarer, kommunizierbarer.
- Mitarbeitermotivation steigt durch erfolgsabhängige Vergütung.

10

#### **Intensiver Dialog mit den Finanzmärkten**

- Wir haben unser Investor Relations-Team verstärkt und den Dialog mit den Kapitalmärkten deutlich ausgeweitet.
- Die Umstellung unserer Rechnungslegung auf IAS erfolgt spätestens im Jahr 2002.
- Wir veröffentlichen Quartalsberichte mit detaillierten Informationen über den Konzern und die Segmente.

# LAGEBERICHT\*



● <b>In Kürze: Ergebnisse und Perspektiven</b>	<b>18</b>
● <b>Konjunktur und Konsum</b>	<b>19</b>
● <b>Bericht über das Geschäftsjahr</b>	<b>22</b>
Umsatzentwicklung	22
Ertragslage	24
Finanzlage	27
Vermögenslage	29
Schwerpunktthemen	31
Zukunftsorientierte Engagements	34
● <b>KARSTADT QUELLE AG</b>	<b>36</b>
Geschäftsverlauf	36
Dividende	37
Abhängigkeitsbericht	40
● <b>Nachtragsbericht</b>	<b>40</b>
● <b>Prognosebericht</b>	<b>43</b>
Aktuelle Themen im Einzelhandel	43
Ausblick	44

\*) Im vorliegenden Lagebericht sind der Konzern-Lagebericht und der Lagebericht der KARSTADT QUELLE AG zusammengefasst.

## **IN KÜRZE:**

### **ERGEBNISSE UND PERSPEKTIVEN**

#### **KarstadtQuelle blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück**

Das Geschäftsjahr 2000 verlief für den KarstadtQuelle-Konzern erfolgreich. Der Umsatz konnte um 2,7 % auf 15,2 Mrd. € gesteigert werden. Das Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) erhöhte sich von 225,4 Mio. € auf 272,8 Mio. €. Dies entspricht einem Anstieg um 21 %. Der Jahresüberschuss stieg von 218,6 Mio. € auf 248,7 Mio. €. Der Vorstand schlägt vor, die Dividende je Stückaktie von 0,62 € auf 0,67 € zu erhöhen.

#### **Gute Perspektiven für den Einzelhandel**

Der Hauptverband des deutschen Einzelhandels (HDE) schätzt die Aussichten für das Geschäftsjahr 2001 optimistisch ein und prognostiziert ein Wachstum von 2 %. Die Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe (BAG) geht von einer Umsatzsteigerung von 1,5 % bis 2 % aus.

#### **KarstadtQuelle plant EBT-Wachstum um mehr als 25%**

Der KarstadtQuelle-Konzern plant für das Geschäftsjahr 2001 ein Umsatzwachstum in Höhe von knapp 7 %. Bereinigt um die Akquisition SinnLeffers entspricht dies einem Umsatzplus von 2,5 %. Für das Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) ist ein Anstieg um mehr als 25 % geplant.

## KONJUNKTUR UND KONSUM

### Kräftiger Wachstumsschub

Die wirtschaftliche Lage in Deutschland entwickelte sich im Berichtsjahr positiv. Das Bruttoinlandsprodukt konnte mit real + 3,0 % gegenüber dem Vorjahr deutlich zulegen.

Der kräftige konjunkturelle Aufschwung wurde durch die gute Verfassung der Weltwirtschaft unterstützt. Vor allem die anhaltende Stärke der amerikanischen Wirtschaft flankierte die Belebung des Wachstums im gesamten europäischen Wirtschaftsraum.

Spürbare positive Impulse für die deutsche Wirtschaft ergaben sich auch aus dem schwachen Außenwert des Euro. Von den verbesserten Exportbedingungen in Länder außerhalb des Euro-Raumes konnte vor allem die Ausfuhr von Investitionsgütern profitieren.

### Steigende Einkommen bei gestiegenem Preisdruck

Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte in Deutschland stieg im Berichtsjahr um 2,9 %. Dieser Zuwachs ist auch auf die positive Entwicklung am Arbeitsmarkt zurückzuführen.

Gleichzeitig nahm der Druck auf das Preisniveau im Berichtsjahr deutlich zu. Die Lebenshaltungskosten in Deutschland stiegen um 1,9 % und lagen damit merklich über dem Anstieg des Jahres 1999 (+ 0,6 %). Die Ursachen des Preisauftriebes sind insbesondere auf außen-, aber auch auf binnenwirtschaftliche Einflüsse zurückzuführen. Die signifikante Erhöhung der Rohölpreise in Verbindung mit einem schwachen Euro übte erheblichen Druck auf das Preisniveau aus. Im Inland hat unter anderem die zweite Stufe der ökologischen Steuerreform die Kaufkraft beeinträchtigt.

Bei den Einzelhandelspreisen betrug der Preisanstieg im Berichtsjahr 1,1 % (1999: + 0,2 %). Die Erhöhung fiel wegen des nach wie vor hohen Wettbewerbsdrucks und der nicht einbezogenen Energiepreisverteuerung geringer aus als der Anstieg der gesamten Lebenshaltungskosten von 1,9 %.

**Der Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne lag nominal 1,8% über dem Wert des Vorjahres.**

### Leichte Zunahme der Konsumausgaben

Die privaten Konsumausgaben erhöhten sich im Jahr 2000 real um 1,6%. Sie blieben hinter den Prognosen und hinter dem Zuwachs der Jahre 1998 und 1999 zurück.

Zu Beginn des Jahres gab es Anzeichen für eine deutliche Belebung der Konsumfreude. Mit zunehmendem Jahresverlauf trübte sich die Verbraucherstimmung infolge der signifikanten Verteuerung der Energiepreise in Verbindung mit psychologischen Negativeffekten mehr und mehr ein. Zunehmend negativ beeinflusste auch die verhaltene Stimmung an den Aktienmärkten bzw. die damit einhergehende Wertveränderung des privaten Geldvermögens das Konsumklima der privaten Haushalte.

Der Anteil des Einzelhandels im engeren Sinne an den privaten Konsumausgaben war weiter rückläufig. Er verminderte sich um 0,4 Prozentpunkte auf 31,8% (1999: 32,2%).

Insgesamt setzte der Einzelhandel im Berichtsjahr rund 504 Mrd. € um. Dies entspricht einem Wachstum in Höhe von rund 1,3%. Der Umsatz des so genannten Einzelhandels »im engeren Sinne« belief sich auf rund 375 Mrd. € und lag damit um nominal 1,8% über dem Wert des Vorjahres.

### Differenzierte Umsatzentwicklung im Einzelhandel

Die Betriebsformen des Einzelhandels weisen eine differenzierte Umsatzentwicklung auf.

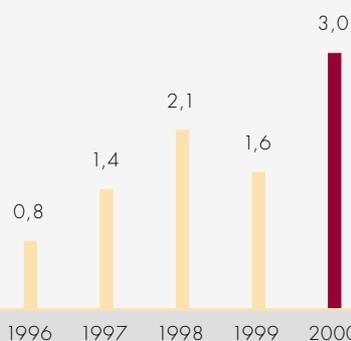
Die Supermärkte und Lebensmittel-Discounters konnten den positiven Umsatzverlauf des Jahres 1999 auch im Jahr 2000 fortsetzen. Der Facheinzelhandel sowie der Versandhandel weisen für das Berichtsjahr nach ihren Rückgängen im Vorjahr wieder ein geringfügiges Umsatzwachstum auf. Negativ verlief hingegen die Umsatzentwicklung im Bereich der Warenhäuser, der Umsatzeinbußen in Höhe von 2,0% verzeichnete.

• Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Vertriebskanäle vernetzen • Themenhäuser perfektionieren

## KONJUNKTUR UND KONSUM IN DEUTSCHLAND

### Bruttoinlandsprodukt

reale Veränderung in % zum Vorjahr



Quelle: Stat. Bundesamt

### Einzelhandelsumsatz/Private Konsumausgaben

in jeweiligen Preisen, Mrd. €



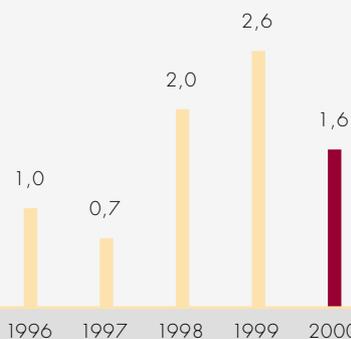
- Einzelhandel im engeren Sinne\*
- Einzelhandel gesamt
- Private Konsumausgaben\*\*

\*) ohne den Absatz von Kfz, Brenn- und Kraftstoffen und ohne die Umsätze der Apotheken  
 \*\*) einschl. privater Organisationen ohne Erwerbszweck

Quelle: BAG, Stat. Bundesamt

### Private Konsumausgaben

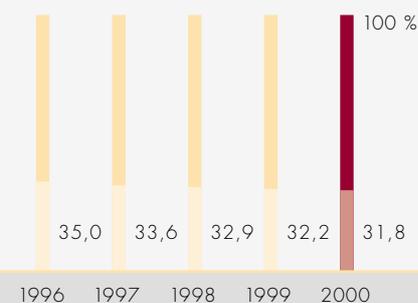
reale Veränderung in % zum Vorjahr



Quelle: Stat. Bundesamt

### Anteil des Einzelhandels im engeren Sinne an den privaten Konsumausgaben

in jeweiligen Preisen, in %



- Private Konsumausgaben\*
- davon Einzelhandel im engeren Sinne\*\*

\*) einschl. privater Organisationen ohne Erwerbszweck  
 \*\*) ohne den Absatz von Kfz, Brenn- und Kraftstoffen und ohne die Umsätze der Apotheken

Quelle: BAG, Stat. Bundesamt

## DER KARSTADTQUELLE-KONZERN

### Strategische Ausrichtung: Ausbau der hervorragenden Positionierung durch das Multi-Channel-Netzwerk

Im Mittelpunkt der Strategie des KarstadtQuelle-Konzerns steht das Multi-Channel-Netzwerk. KarstadtQuelle verfügt wie kaum ein anderes Unternehmen über Spitzenpositionen in allen wesentlichen Vertriebskanälen. Dies gilt für die Geschäftsfelder stationärer Einzelhandel mit Schwerpunkt Warenhaus, für den Versandhandel, für die Reisebüros und die konzernübergreifenden E-Business Aktivitäten. Gleichzeitig verfügen wir über eine herausragende Positionierung in starken und wachstums-trächtigen Branchen wie Fashion, Sport, Technik und Touristik. Der entscheidende Mehrwert wird durch die Verzahnung dieser Positionierungen im Rahmen des Multi-Channel-Netzwerkes geschaffen. Katalysator ist die Vielzahl von Kundenbeziehungen und das Management dieser Kundenbeziehungen (CRM – Customer Relationship Management). Im Rahmen des CRM nutzen wir die vorhandenen Kundeninformationen, um die unterschiedlichen Vertriebswege zu vernetzen und damit ein hohes Cross Selling Potenzial auszuschöpfen.

Die strategische Ausrichtung der einzelnen Geschäftsbereiche ist in deren Berichten erläutert.

## BERICHT ÜBER DAS GESCHÄFTSJAHR

### Umsatzentwicklung

#### Anstieg um 2,7 %

Der KarstadtQuelle-Konzern steigerte im Geschäftsjahr 2000 den Umsatz um 2,7 % auf 15,2 Mrd. € (Vorjahr: 14,8 Mrd. €). Damit übertrafen wir das einzelhandelsrelevante Marktwachstum von 1,8 % um 0,9 %-Punkte.

Nach einem guten Umsatzverlauf in den ersten neun Monaten des Jahres verhinderte ein enttäuschendes viertes Quartal eine noch bessere Performance. Die letzten Wochen des Jahres – und insbesondere das Weihnachtsgeschäft – waren durch ein zurückhaltendes Konsumverhalten geprägt. Die allgemein prognostizierten positiven Effekte der Steuerreform traten in den Hintergrund, weil externe Faktoren, wie z. B. gestiegene Energiepreise, die Stimmung der Verbraucher negativ beeinflussten.

expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren • Finanzmarktdialog intensivieren • Geschö

Im stationären Einzelhandel wirkte sich außerdem die im Verhältnis zum Vorjahr geringere Zahl der Verkaufstage im Weihnachtsgeschäft ungünstig aus.

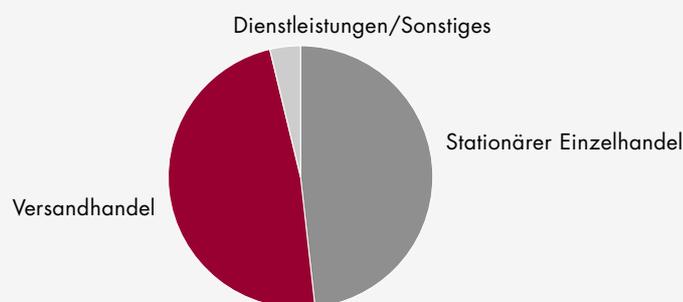
Der Bereich **Stationärer Einzelhandel** erreichte ein Umsatzplus in Höhe von 1,5%. Der Umsatz stieg von 7,48 Mrd. € auf 7,59 Mrd. €.

Der **Versandhandel** erzielte einen Umsatzzuwachs von 3,8% auf 7,55 Mrd. €. Im Inland wurden 6,03 Mrd. € umgesetzt. Dies entspricht einem Anstieg um 1,1%. Das Auslandswachstum belief sich auf 16%. Der Umsatz stieg auf 1,52 Mrd. €. Der Auslandsanteil im Versandhandelsgeschäft erhöhte sich um 2,1%-Punkte auf 20,1%.

### Konzern-Umsatz in Mrd. €



### Umsatz nach Segmenten



	in Mio. €	in %
Stationärer Einzelhandel	7.587	48,2
Versandhandel	7.551	48,0
Dienstleistungen/Sonstiges	588	3,8

Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Vertriebskanäle vernetzen • Themenhäuser perfektionieren

### Konzern-Ergebnis (EBT) in Mio. €



### Ertragslage

#### EBT steigt um 21 %

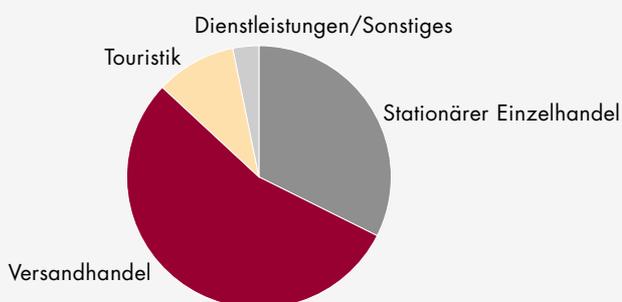
Der KarstadtQuelle-Konzern konnte im Berichtsjahr seine Ertragslage erheblich verbessern.

Das Konzernergebnis (EBT) stieg im Berichtsjahr um 21 % von 225,4 Mio. € auf 272,8 Mio. €. Ausschlaggebend waren die Realisierung von Synergien im gesamten Konzern sowie die Verringerung von Systemkosten im Warenhausbereich. Diese positiven Effekte wurden durch die Marktschwäche im Textilbereich im vierten Quartal sowie eine unter den Erwartungen verlaufende Ergebnisentwicklung bei Quelle teilweise kompensiert.

Die EBT-Marge stieg auf 1,8 %. Wir konnten sie gegenüber dem Vorjahr um 0,3 %-Punkte verbessern.

Das Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) stieg um 18,3 % auf 332,2 Mio. €.

### Ergebnis (EBT) nach Segmenten



	in Mio. €	in %
Stationärer Einzelhandel	92	32,4
Versandhandel	155	54,6
Touristik	28	9,9
Dienstleistungen/Sonstiges	9	3,1

eren • Mode und Sport stärken • Versand spezialisieren und internationalisieren • Touristik expandieren

### **Stationärer Einzelhandel erhöht den Ergebnisbeitrag deutlich**

Im stationären Einzelhandel entwickelte sich das Ergebnis vor Ertragsteuern positiv. Der Geschäftsbereich konnte seinen Anteil am Konzernergebnis deutlich verbessern. Der stationäre Einzelhandel erzielte einen EBT-Anstieg um 52,8 Mio. € auf 91,6 Mio. €. Das Ergebnis im Warenhausgeschäft entwickelte sich überproportional gut, während die Fachgeschäfte ein rückläufiges Ergebnis ausweisen.

Im Versandhandel erhöhte sich das EBT von 145,8 Mio. € auf 154,8 Mio. €. Dies entspricht einem Zuwachs von 6,2%. Das Ergebnis ist allerdings durch Sondereffekte beeinflusst, die sich per Saldo in Höhe von 20,8 Mio. € positiv ausgewirkt haben.

Der Ergebnisbeitrag aus unseren Touristikaktivitäten bei C & N beläuft sich auf 28,1 Mio. € (Vorjahr: 39,1 Mio. €). Damit ergibt sich rechnerisch gegenüber dem Vorjahr ein Rückgang um 11 Mio. €. Der Vorjahresvergleich wird erschwert, weil der Vorjahresbetrag ein steuerliches Anrechnungsguthaben in Höhe von 8,6 Mio. € enthält.

Der Bereich Dienstleistungen/Sonstiges steuerte ein Ergebnis vor Ertragsteuern in Höhe von 9,1 Mio. € (Vorjahr: 11,1 Mio. €) bei.

### **Erläuterung einzelner Positionen der Gewinn- und Verlustrechnung**

Der Rohertrag beläuft sich auf 6.940 Mio. € nach 6.820 Mio. € im Vorjahr. Daraus errechnet sich eine Rohertragsmarge von 45,5% (Vorjahr: 45,9%).

Der Personalaufwand beträgt 3.217 Mio. €. Sein Anteil am Umsatz ging um 0,3 %-Punkte zurück und liegt bei 21,1%.

### **Ertragsteuerquote beträgt nur 8,8%**

Die Ertragsteuerquote ist sowohl im Berichtsjahr als auch im Vorjahr durch Sonderfaktoren beeinflusst worden. Im Berichtsjahr konnten wir die Steuerquote bezogen auf das EBT hauptsächlich durch steuerfreie Wertzuschreibungen auf 8,8% begrenzen. Im Vorjahr weisen wir infolge der Nutzung von steuerlichen Verlustvorträgen eine Steuerquote von nur 3% aus.

**Der stationäre Einzelhandel konnte seinen Anteil am Konzernergebnis deutlich verbessern.**

### Hohe Restrukturierungsaufwendungen

Wir weisen ein außerordentliches Ergebnis (Aufwand) in Höhe von 7,5 Mio. € aus. Es beinhaltet Aufwendungen in Höhe von 140,8 Mio. €. Diese entfallen überwiegend auf Restrukturierungsmaßnahmen im Zusammenhang mit der Umsetzung des 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes. Einen Ausgleich dieser Belastungen konnten wir jedoch durch Erträge aus steuerfreien Wertzuschreibungen im Sachanlagevermögen in Höhe von 133,3 Mio. € schaffen. Damit konnte eine Ergebnisbelastung durch Einmalaufwendungen im Wesentlichen kompensiert werden.

### Jahresüberschuss steigt auf 248,7 Mio. €

Der Jahresüberschuss ist von 218,6 Mio. € auf 248,7 Mio. € gestiegen. Dies entspricht einer Verbesserung um 13,8 %.

### ROCE erheblich verbessert

Die Verzinsung des eingesetzten Kapitals (ROCE) stieg um 1,2 %-Punkte und beläuft sich auf 10 %.

### Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie erreichte 1,57 € nach 1,59 € im Vorjahr.

Wir haben die außerordentlichen Aufwendungen für Restrukturierungsmaßnahmen aus unserem 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramm und die außerordentlichen Erträge aus Wertzuschreibungen im Sachanlagevermögen bei der Ermittlung des Ergebnisses je Aktie bereinigt.

Es handelt sich dabei um Einmaleffekte, deren Bereinigung zu einer verbesserten Periodenvergleichbarkeit und einer Verdeutlichung der tatsächlichen operativen Ertragskraft beiträgt.

Im Übrigen haben wir die Anpassungen und Bereinigungen zur Ermittlung des Ergebnisses je Aktie nach der gemeinsamen Empfehlung der Deutschen Vereinigung für Finanzanalyse und Anlageberatung e.V. (DVFA) und der Schmalenbach-Gesellschaft vorgenommen.

raffen • Synergien heben • Vertriebskanäle vernetzen • Themenhäuser perfektionieren • Mode und Sport

## ERGEBNIS JE AKTIE

	<b>2000 Tsd. €</b>
Jahresüberschuss	248.691
Anpassungen	35.605
Angepasster Jahresüberschuss	284.296
Bereinigungspositionen	- 92.297
Konzernergebnis für das Gesamtunternehmen	191.999
Ergebnisanteile Dritter	7.493
<b>Ergebnis für die Aktionäre der KARSTADT QUELLE AG</b>	<b>184.506</b>
Anzahl der zu Grunde gelegten Aktien	117.550.400
<b>Ergebnis je Aktie in €</b>	<b>1,57</b>

### Finanzlage

#### Solide Basis

Der Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit betrug 400,1 Mio. € und lag um 84,4 Mio. € niedriger als im Vorjahr. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr ist durch

den gezielten Abbau von Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen bedingt. Der Cash Flow übertraf wie in den Vorjahren den Mitteleinsatz für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände, die sich auf 398,9 Mio. € belaufen.

### KAPITALFLUSSRECHNUNG (KURZFASSUNG)

	2000 Mio. €	1999 Mio. €
Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	400,1	484,5
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	- 351,9	- 330,1
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit	- 18,2	- 245,9
<b>Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds</b>	<b>30,0</b>	<b>- 91,5</b>
Wechselkurs-, konsolidierungskreis- und bewertungsbedingte Änderungen des Finanzmittelfonds	- 4,9	34,3
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	220,0	277,2
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>245,1</b>	<b>220,0</b>

#### Investitionen

Ziel unserer Investitionspolitik ist die nachhaltige Steigerung des Wachstums und des Ergebnisses. Im Berichtsjahr lag unser Investitionsschwerpunkt neben einer Kapitalerhöhung bei C & N insbesondere auf der Modernisierung unserer Warenhäuser, dem Ausbau der Logistikcenter und dem verstärkten Engagement im E-Business.

Die Investitionen beliefen sich im Geschäftsjahr 2000 auf 569,9 Mio. € (Vorjahr: 481,7 Mio. €).

Folgende größere Investitionsvorhaben haben wir realisiert:

- Umrüstung von 16 Karstadt-Häusern zu Themenhäusern
- Umbau und Erweiterung des Warenhauses Berlin Hermannplatz
- Errichtung der Einkaufsgalerie Anger 1 in Erfurt
- Ausbau der Nutzfläche im Versand-Logistikcenter Frankfurt
- Errichtung des Call Centers im Versand-Logistikcenter Heideloh
- E-Business: Auf- und Ausbau von Kommunikations- und Shopping-Portalen im Internet

## Vermögenslage

### Vermögens- und Kapitalstruktur verbessert

Die Bilanzsumme des KarstadtQuelle-Konzerns erhöhte sich um 3,4 % auf 8.191,8 Mio. €.

Das Anlagevermögen beträgt 3.462,5 Mio. €. Es stieg, bedingt überwiegend durch eine Kapitalerhöhung bei der C & N Touristic AG um 5,5 % oder 181,7 Mio. €. Der Anteil des Anlagevermögens an der Bilanzsumme (Anlagenintensität) stieg auf 42,3 % nach 41,4 % im Vorjahr.

In das Wachstum des Konzerns haben wir 569,9 Mio. € (inkl. Finanzanlagen) investiert. Diesen Investitionen standen Abschreibungen in Höhe von 357,9 Mio. € gegenüber.

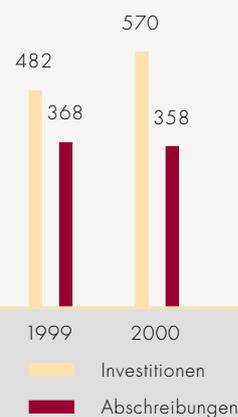
Das Umlaufvermögen stieg leicht (+2,0 %) und beträgt 4.705,4 Mio. €. Der Vorratsbestand erhöhte sich infolge des vergrößerten Geschäftsvolumens auf 2.573,3 Mio. € (+4,6 %). Die Umschlagshäufigkeit der Vorräte beträgt gegenüber dem Vorjahr nahezu unverändert 5,9.

Das Eigenkapital beträgt 1.866,7 Mio. €. Die Eigenmittel sind im Berichtsjahr um 9,9 % gestiegen, überwiegend infolge der Einstellung in die Gewinnrücklagen aus dem laufenden Ergebnis.

### Brutto-Cash-Flow in Mio. €

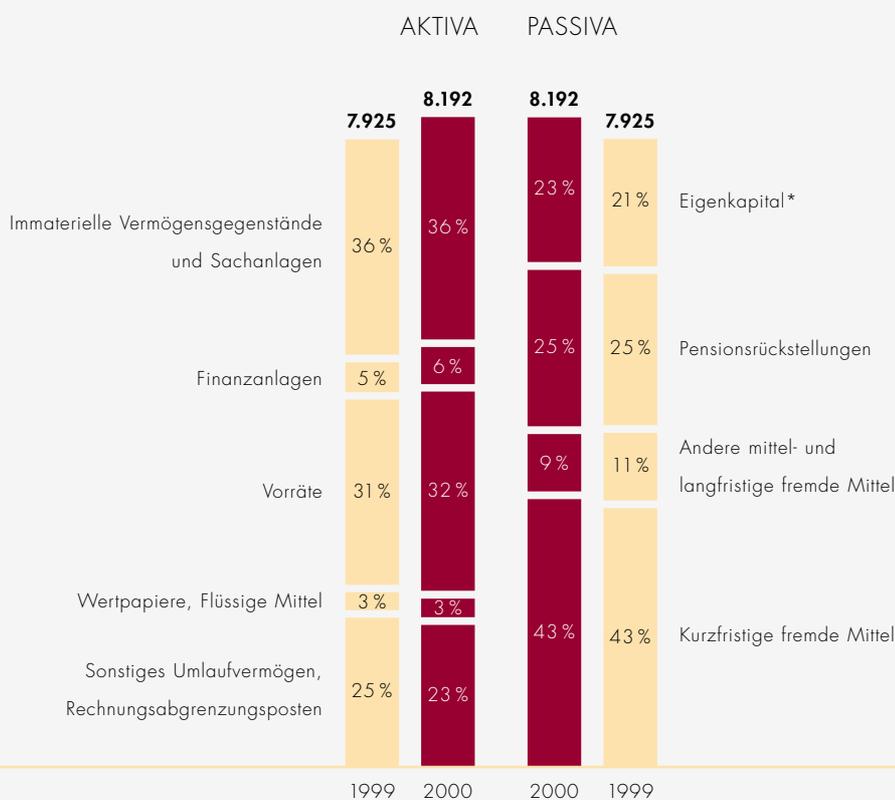


### Investitionen und Abschreibungen in Mio. €



Synergien heben • Vertriebskanäle vernetzen • Themenhäuser perfektionieren • Mode und Sport stärken

**Bilanzstruktur** in Mio. €



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

**BILANZKENNZAHLEN**

		2000	1999	Veränderung in %
Bilanzsumme	Mio. €	8.192	7.925	3,4
Eigenkapital	Mio. €	1.867	1.699	9,9
Eigenkapitalquote	%	22,8	21,4	-
Pensionsrückstellungen	Mio. €	2.074	2.007	3,3
Andere mittel- und langfristige fremde Mittel	Mio. €	745	821	- 9,3
Kurzfristige fremde Mittel	Mio. €	3.506	3.398	3,2
Anlagevermögen	Mio. €	3.463	3.281	5,5
Umlaufvermögen, Rechnungsabgrenzungsposten	Mio. €	4.729	4.644	1,8

Die Eigenkapitalquote erhöhte sich um 1,4 %-Punkte und erreichte 22,8%. Die Anlagendeckung (das Verhältnis von Eigenkapital zu Anlagevermögen) stieg um 2,1 %-Punkte auf 53,9%.

Die fremden Mittel in Höhe von 6.325 Mio. € entfallen mit 33 % auf Pensionsrückstellungen und mit 67 % auf übrige Fremdmittel. Der Anteil der kurzfristigen an den gesamten fremden Mitteln hat sich leicht erhöht und beträgt 55,4 % (Vorjahr: 54,6 %).

Die gesamten Rückstellungen stiegen um 5,6 % auf 2.966,3 Mio. €. Ausschlaggebend für den Anstieg der Rückstellungen ist unter anderem die Vorsorge für Restrukturierungsmaßnahmen.

Die Nettoverschuldung sank um 39 Mio. € auf 1.442 Mio. €. Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten haben wir durch teilweisen Einsatz von Mittelzuflüssen aus dem Verkauf von Forderungen um 12,8 % zurückgeführt. Sie betragen 1.413,7 Mio. €. Demgegenüber erhöhten sich die unter den Sonstigen Verbindlichkeiten ausgewiesenen Kapitalmarktverpflichtungen um 186,4 Mio. € auf 265,1 Mio. €. Gleichzeitig stiegen die liquiden Mittel und belaufen sich auf 236,7 Mio. € gegenüber 217,3 Mio. € im Vorjahr.

## Schwerpunkthemen

### Einkauf: Importanteil 26 %

Der Wareneinsatz im KarstadtQuelle-Konzern stieg im Berichtsjahr auf 8,3 Mrd. € (1999: 8 Mrd. €). Die Beschaffung der Waren erfolgt über ein vernetztes System weltweit operierender Einkaufsbüros. Vom gesamten Einkaufsvolumen entfallen 74 % auf das Inland. Der Importanteil beträgt 26 %.

Von den Importen stammen 48 % aus Europa, wobei die Türkei und Italien Hauptlieferländer sind. Weitere 42 % der Importe entfallen auf die Region Fernost mit den Schwerpunkten China bzw. Hongkong. Die restlichen 10 % der Importprodukte werden aus sonstigen Regionen eingeführt. Es entfallen 52 % auf Textilien und 48 % auf Hartwaren.

### Synergien in Höhe von 87 Mio € ausgeschöpft

Im Zuge der Zusammenführung der Karstadt- und Quelle-Gruppe im Jahr 1999 haben wir ein signifikantes, im Zeitablauf steigendes Synergiepotenzial identifiziert. Den Realisierungsgrad dieses Potenzials überwachen wir laufend im Rahmen eines Synergiemanagements.

Nachdem wir im Geschäftsjahr 1999 Synergien in Höhe von 53 Mio. € realisieren konnten, belaufen sich diese im Berichtsjahr auf 87 Mio. € bzw. 85 % der ursprünglich geplanten Synergien. Diese sind zu 40 % dem stationären Einzelhandel sowie zu 60 % dem Versandhandel zuzuordnen.

**ABS-Programm: Kundenforderungen in Höhe von 0,8 Mrd. € verkauft**

KarstadtQuelle hat im Berichtsjahr ein Asset-Backed-Securitisation-Programm (ABS) für den Verkauf von Kundenforderungen des Versandhandelsbereiches realisiert. Diese Transaktion ist die größte ABS-Maßnahme ihrer Art in Europa und bewirkte einen Liquiditätszufluss in Höhe von rund 0,8 Mrd. €, den wir zur Reduzierung der kurzfristigen Bankverbindlichkeiten genutzt haben.

**E-Business: Neuer Vertriebskanal erreicht Umsatz-Vervierfachung**

Besonders erfreulich entwickelte sich im Geschäftsjahr 2000 unser E-Business-Geschäft. Die Online-Nachfrage stieg auf 450 Mio. €. Damit haben wir den Vorjahreswert in Höhe von 109 Mio. € um mehr als das Vierfache übertroffen. Den überwiegenden Teil der Online-Nachfrage verbuchten Quelle und Neckermann.

Als Bestandteil des Multi-Channel-Netzwerkes nimmt der Kommunikations- und Vertriebskanal Internet eine immer wichtigere Funktion ein. Im Berichtsjahr setzten wir deshalb die Optimierung der Internet-Portale für die Kernmarken des Konzerns konsequent fort und bauten die Internetpräsenz weiter aus. Das bestehende Shopping-Portal [www.quelle.de](http://www.quelle.de) wurde modernisiert sowie technisch optimiert. Das Portal [www.wom.de](http://www.wom.de) ging mit einem attraktiven Angebot im Audio- und Videosegment Online. Ferner nahmen wir die Entwicklung des neuen Portals [www.karstadt.de](http://www.karstadt.de) auf, das die Verticals Multimedia, Elektrogroßgeräte, Bücher, Reisen, Musik/Video/DVD und Wein mit einem internetspezifischen Angebot von 650.000 Produkten präsentieren wird.

Ergänzt wird dieser Auftritt durch das Angebot von [www.karstadtspport.de](http://www.karstadtspport.de). Dieses Portal bietet den Kunden auch laufend aktualisierte Sport-Nachrichten.

Die technische Komplexität des Projektes [www.karstadt.de](http://www.karstadt.de) sowie unsere hohen Ansprüche an Benutzerfreundlichkeit und Zuverlässigkeit waren ausschlaggebend dafür, das Portal erst in 2001 freizuschalten. Ursprünglich war der Start im Herbst 2000 vorgesehen.

**Wir setzen die Optimierung der Internet-Portale für die Kernmarken des Konzerns konsequent fort.**

• Vertriebskanäle vernetzen • Themenhäuser perfektionieren • Mode und Sport stärken • Versand spezi

### **Hohes Potenzial durch intensive Kundenbeziehungen**

Unsere vielfältigen Kundenbeziehungen und Informationen über den Kunden sind einer unserer wichtigsten Wettbewerbsvorteile.

Dafür gibt es im Wesentlichen drei Gründe:

#### **1. Hohe Kundenfrequenz**

Täglich kommen ca. 2,5 Mio. Kunden in unsere Warenhäuser und ca. 65.000 Interessenten besuchen uns pro Tag auf unseren Websites im Internet.

#### **2. Umfang und Qualität des Adressenbestandes**

Der KarstadtQuelle-Konzern verfügt über hoch qualifizierte Informationen zu 18 Mio. deutschen Adressen. Dies sind ca. 50 % aller Haushalte in Deutschland. Von diesen Adressen entfallen 14 Mio. auf den Versandhandel und mehr als 4 Mio. auf die Klub-Karstadt-Kundenkarte. Es handelt sich um Daten von Kunden, die innerhalb der vergangenen 12 Monate bei uns eingekauft bzw. bestellt haben und deren Kaufgewohnheiten und Präferenzen wir zum Teil über längere Zeiträume kennen. Mit diesen Kunden werden wir

unter strenger Beachtung der gesetzlichen Datenschutzbestimmungen eine gezielte Beziehung aufbauen oder weiter vertiefen.

Im Berichtsjahr haben wir konsequent in den weiteren Ausbau unserer Kundenkartenbasis investiert. So hat die erfolgreiche Karstadt-Kundenkarte im Berichtsjahr nicht nur die Schwelle von 4 Mio. Inhabern überschritten. Inzwischen tragen die Einkäufe von Karteninhabern mit mehr als 1,6 Mrd. € Umsatz und damit knapp 23 % zu unserem Warenhausumsatz bei.

#### **3. Bestens etablierte Marken**

Unser erfolgreiches Markenportfolio stellt für den KarstadtQuelle-Konzern einen wesentlichen Vermögenswert dar. Gleich drei Marken – Karstadt, Quelle und Neckermann – haben einen Bekanntheitsgrad von mehr als 90 %. Dies ist gerade in Zeiten zunehmender Informationsüberflutung ein großer Wettbewerbsvorteil. KarstadtQuelle ist auch auf Grund seiner Markenstärke bei den Verbrauchern bestens positioniert. Dies gilt für unsere Kernmarken seit Jahrzehnten über alle Altersgruppen hinweg und stellt eine gute Ausgangsbasis für den Publikums-transfer innerhalb unseres Multi-Channel-Netzwerkes dar.

**Wir haben in den weiteren Ausbau unserer Kundenkartenbasis investiert.**

### **Zukunftsorientierte Engagements:**

#### **Das Internet revolutioniert das Prozessmanagement**

Die Entwicklung bzw. Weiterentwicklung von Prozessabläufen, Systemen und Services sind ein wichtiges Instrument zur Abgrenzung vom Wettbewerb. Die Weiterentwicklung bestehender Geschäftsprozesse erfährt durch die Möglichkeiten des Internets eine bisher nicht gekannte Qualität. Insbesondere im Prozessmanagement können Systeme und Strukturen wesentlich effizienter gestaltet werden. Beispielsweise wird eine zukunftsorientierte Beschaffungspolitik mehr und mehr auf elektronischen B2B-Marktplätzen stattfinden. Die elektronischen Marktplätze verändern künftig das Einkaufsverhalten im Handel erheblich. Sie beschleunigen die weltweite Standardisierung der Kommunikation zwischen Handel und Industrie, verkürzen die Beschaffungsvorgänge signifikant und bieten den beteiligten Unternehmen günstigere Preise und Konditionen.

#### **Beteiligung an Online-Handelsportal**

KarstadtQuelle misst der Präsenz in diesem Zukunftsmarkt eine hohe Bedeutung bei. Aus diesem Grund wurde eine Beteiligung

an dem Online-Handelsportal TexYard, London, dem Betreiber eines auf das Segment Textil spezialisierten elektronischen Marktplatzes, erworben. Zudem haben wir eine Zusammenarbeit mit TexYard vereinbart.

Es gehört zu unseren strategischen Zielen, alle bedeutenden Konsumfelder innerhalb des Konzerns über Handelsplattformen abzudecken. Deshalb werden wir im Bereich elektronische Marktplätze weitere Engagements eingehen.

#### **Neue Plattform für Existenzgründer**

Für den Fortschritt im Einzelhandel ist der Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis ein entscheidender Erfolgsfaktor. Im 3. Quartal 2000 starteten wir innerhalb der KARSTADT QUELLE New Media AG ein Entwicklungszentrum, das »KQ-Lab«. Es organisiert und koordiniert den Kontakt zu Hochschulen und stellt damit den Wissenstransfer von der Theorie zur Geschäftspraxis sicher. Des Weiteren bildet das KQ-Lab eine Plattform für Existenzgründer, die zusammen mit KarstadtQuelle als starkem Partner im Handels- und Dienstleistungssektor den Weg in die Selbstständigkeit wagen.

### **EURO-Vorbereitungen verlaufen planmäßig**

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, die Kunden bei der praktischen Umsetzung der EURO-Umstellung soweit wie möglich zu unterstützen und ein hohes Service- und Informationsniveau vorzuhalten.

KarstadtQuelle wird bis zum 1. Januar 2002 alle Geschäftsprozesse auf den Euro umgestellt haben. Die vorbereitenden Maßnahmen in den Bereichen Organisation, Prozessanpassung, Umstellung der EDV-Systeme, Schulung und Kommunikation verlaufen plangemäß.

Unsere Mitarbeiter bereiten wir durch umfassende Informations- und Schulungsveranstaltungen auf den Start des EURO-Bargeldes und die in diesem Zusammenhang erforderliche Beratung und Unterstützung der Kunden vor.

Die Kosten für die gesamte EURO-Umstellung betragen auf Konzernebene rund 33 Mio. €.

### **Effektives Risikomanagement-System**

Das konzernübergreifende Risikomanagement-System im KarstadtQuelle-Konzern gewährleistet, dass die für die Geschäftsentwicklung maßgeblichen Entscheidungen

den zukünftigen Unternehmenserfolg fördern und Risiken durch proaktives Handeln möglichst vermieden bzw. mittels eines geeigneten Instrumentariums beherrschbar gemacht werden. Wir verstehen dies als aktive Unterstützung einer wertorientierten Unternehmensführung. Das Risikomanagement-System basiert auf der Gesamtheit aller organisatorischen Regelungen und Maßnahmen zur Risikoerkennung und sorgt so für einen verantwortungsbewussten Umgang mit Risiken, die den Fortbestand des Unternehmens oder das Erreichen von Wertsteigerungszielen gefährden.

Im Rahmen unseres Risikomanagement-Systems haben wir einen nachvollziehbaren und alle Unternehmensaktivitäten umfassenden Regelkreislauf geschaffen, der systematisch und permanent die Erfassung, Überwachung und Steuerung unternehmensbedrohender Sachverhalte sicherstellt.

Die Risikomanagement-Strategie im KarstadtQuelle-Konzern ist durch folgende Kernaussagen geprägt:

1. Die strategische Management- und Beteiligungsholding überwacht alle Risiko-Management-Aktivitäten des Konzerns.

**Unsere Mitarbeiter bereiten wir umfassend auf den Start des EURO-Bargeldes vor.**

2. Das Risikomanagement ist Bestandteil und Ergänzung der vorhandenen Planungs-, Steuerungs- und Berichtssysteme.
3. Das Risikomanagement umfasst alle Unternehmensaktivitäten im In- und Ausland.
4. Die Verantwortung für die Umsetzung des Risikomanagements in den Unternehmensbereichen und Prozessen liegt beim operativen Management.

Das im KarstadtQuelle-Konzern etablierte Risikomanagement-System wurde vom Abschlussprüfer geprüft und mit den Bestimmungen des Gesetzes zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich (KonTraG) als vereinbar testiert. Gegenwärtig und auch in der Zukunft sind keine den Bestand des Konzerns gefährdenden Risiken erkennbar.

Das Risikomanagement-System wird im Geschäftsjahr 2001 weiter verfeinert, ausgebaut und fortlaufend aktualisiert. Schwerpunktartig prüfen wir das bestehende Berichtswesen einschließlich seiner Kommunikationswege und standardisieren Führungs- und Steuerungsprozesse im Konzern noch stärker.

## KARSTADT QUELLE AG

### Warenhausgeschäft ausgegliedert

Die Struktur der KARSTADT QUELLE AG hat sich im Berichtsjahr gegenüber dem Vorjahr erheblich verändert. Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Januar 2000 ist der Betriebsteil Karstadt-Warenhausbetrieb in die Karstadt Warenhaus AG ausgegliedert worden. Der Betriebsteil Hertie-Warenhäuser wird durch separaten Pachtvertrag von der KARSTADT QUELLE AG an die Karstadt Warenhaus AG verpachtet.

### Geschäftsverlauf

Infolge der Ausgliederung des Warenhausgeschäftes werden im Berichtsjahr weder Umsatzerlöse noch Materialaufwand ausgewiesen.

Das Beteiligungsergebnis beträgt 143,6 Mio. €, nach 165,3 Mio. € im Vorjahr. Es enthält im Berichtsjahr im Wesentlichen die Gewinnausschüttungen der Karstadt Warenhaus AG, der Quelle AG, der Neckermann Versand AG und der Kepa Kaufhaus GmbH. Im Vorjahr war außerdem eine Gewinnausschüttung der C & N Touristic AG in Höhe von 30,2 Mio. € enthalten. Im Berichtsjahr hat die C & N das laufende Ergebnis den Rücklagen zugeführt.

lisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren

Das außerordentliche Ergebnis beinhaltet im Berichtsjahr überwiegend Zuschreibungen bzw. Nachaktivierungen bei Grundstücken und Gebäuden zur Anpassung der Handelsbilanz an die Steuerbilanz. Im Vorjahr wird hauptsächlich ein Verlust aus der Verschmelzung der HERTIE Waren- und Kaufhaus GmbH auf die KARSTADT QUELLE AG ausgewiesen.

Die KARSTADT QUELLE AG weist einen Jahresüberschuss in Höhe von 117,7 Mio. € aus. Nach Einstellung von 38,9 Mio. € in die anderen Gewinnrücklagen verbleibt ein Bilanzgewinn in Höhe von 78,8 Mio. €. Die Bilanzsumme der KARSTADT QUELLE AG sank von 4.565 Mio. € auf 3.803 Mio. €. Dieser Rückgang ist hauptsächlich durch die Ausgliederung des Warenhausgeschäftes verursacht.

### **Dividende von 0,62 € auf 0,67 € erhöht**

Der Vorstand der KARSTADT QUELLE AG schlägt der Hauptversammlung am 12. Juli 2001 vor, aus dem Bilanzgewinn eine gegenüber dem Vorjahr um 8,1 % erhöhte Dividende von 0,67 € (1999: 0,62 €) je Stückaktie auszuschütten. Unter Einbeziehung der Steuergutschrift von 3/7 oder 0,29 € beträgt die Bruttodividende für inländische Aktionäre 0,96 € (1999: 0,89 €). Insgesamt soll auf ein dividendenberechtigtes Kapital von 300,9 Mio. € eine Ausschüttung in Höhe von 78,8 Mio. € vorgenommen werden.

Unsere Aktionäre profitieren damit auch von der Nutzung der steuerlichen Vorteile der Ausschüttung des mit 45 Prozent Körperschaftsteuer belasteten Eigenkapitals.

implementieren • Finanzmarktdialog intensivieren • Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Ve

### Bilanz zum 31. Dezember 2000 – KARSTADT QUELLE AG

	2000* Tsd. €	1999 Tsd. €
<b>AKTIVA</b>		
<b>A. Anlagevermögen</b>		
Immaterielle Vermögensgegenstände	187	35.712
Sachanlagen	1.119.797	1.251.212
Finanzanlagen	1.492.272	921.314
	<b>2.612.256</b>	<b>2.208.238</b>
<b>B. Umlaufvermögen</b>		
Vorräte	-	1.211.108
Forderungen und Sonstige Vermögensgegenstände	1.169.031	1.006.951
Wertpapiere	4.091	-
Flüssige Mittel	12.499	134.313
	<b>1.185.621</b>	<b>2.352.372</b>
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		
	<b>5.445</b>	<b>4.135</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>3.803.322</b>	<b>4.564.745</b>
<b>PASSIVA</b>		
<b>A. Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	300.929	300.929
Kapitalrücklage	482.031	482.031
Gewinnrücklagen	400.754	361.770
Bilanzgewinn	78.759	72.881
	<b>1.262.473</b>	<b>1.217.611</b>
<b>B. Sonderposten mit Rücklageanteil</b>		
	<b>39.895</b>	<b>53.194</b>
<b>C. Rückstellungen</b>		
	<b>1.118.208</b>	<b>1.590.392</b>
<b>D. Verbindlichkeiten</b>		
	<b>1.381.292</b>	<b>1.701.904</b>
<b>E. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		
	<b>1.454</b>	<b>1.644</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>3.803.322</b>	<b>4.564.745</b>

\*) Die Betriebsteile »Warenhausgeschäft« bzw. »Informationswirtschaft« sind zum 01.01.2000 aus der KARSTADT QUELLE AG in die Karstadt Warenhaus AG bzw. ITELLIUM Systems & Services GmbH ausgegliedert worden.

Vertriebskanäle vernetzen • Themenhäuser perfektionieren • Mode und Sport stärken • Versand spezialisiert

### Gewinn- und Verlustrechnung für das Jahr 2000 – KARSTADT QUELLE AG

	2000* Tsd. €	1999 Tsd. €
1. Umsatzerlöse	-	6.902.881
2. Sonstige betriebliche Erträge	410.925	431.426
3. Materialaufwand	-	- 3.877.558
4. Personalaufwand	- 111.784	- 1.853.567
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	- 126.448	- 235.608
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 193.463	- 1.223.448
7. Beteiligungsergebnis	143.649	165.312
8. Abschreibung auf Finanzanlagen	- 27.447	- 15.799
9. Zinsergebnis	- 61.369	- 60.984
<b>10. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>34.063</b>	<b>232.655</b>
11. Außerordentliches Ergebnis	97.361	- 615.809
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	- 217	30.063
13. Sonstige Steuern	- 13.464	- 14.689
<b>14. Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag</b>	<b>117.743</b>	<b>- 367.780</b>
15. Einstellung in die Gewinnrücklagen	- 38.984	-
16. Entnahme aus den Gewinnrücklagen	-	440.661
<b>Bilanzgewinn</b>	<b>78.759</b>	<b>72.881</b>

\*) Die Betriebsteile »Warenhausgeschäft« bzw. »Informationswirtschaft« sind zum 01.01.2000 aus der KARSTADT QUELLE AG in die Karstadt Warenhaus AG bzw. ITELLIUM Systems & Service GmbH ausgegliedert worden.

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

Handelsregister des Amtsgerichtes Essen, HRB 1783 hinterlegt. Er kann als Sonderdruck bei der KarstadtQuelle AG angefordert werden und ist darüber hinaus im Internet unter [www.karstadtquelle.com](http://www.karstadtquelle.com) abrufbar.

### Abhängigkeitsbericht

Die KARSTADT QUELLE AG ist ein im Sinne von § 312 AktG abhängiges Unternehmen der Schickedanz-Holding AG & Co. KG. Demgemäß hat der Vorstand dem Aufsichtsrat einen Abhängigkeitsbericht für das Geschäftsjahr 2000 – versehen mit dem uneingeschränkten Testat der BDO Deutsche Warentreuhand Aktiengesellschaft, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Düsseldorf – über alle Beziehungen der Gesellschaft zu der Schickedanz-Holding AG & Co. KG, Fürth und deren verbundenen Unternehmen vorgelegt.

Der Vorstand erklärt am Schluss des Berichtes:

Unsere Gesellschaft hat nach den Umständen, die dem Vorstand zu dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem Rechtsgeschäfte mit der Schickedanz-Holding AG & Co. KG als herrschendem Unternehmen und deren verbundenen Unternehmen vorgenommen oder Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten und dadurch, dass Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, keinen Nachteil erfahren.

### NACHTRAGSBERICHT

#### Wesentliche Ereignisse im neuen Geschäftsjahr

Die ersten Monate des Geschäftsjahres 2001 waren maßgeblich durch die weitere Umsetzung des 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes geprägt.

#### Januar 2001:

##### Interne Ausgliederung der Immobilien

Zum 1. Januar 2001 hat die KARSTADT QUELLE AG Immobilien mit einem Buchwert von 1,6 Mrd. € in Objektgesellschaften eingebracht. Die Steuerung des Immobilienmanagements erfolgt künftig über die neu gegründete KARSTADT Immobilien AG & Co. KG, Essen. Die neue Immobilienstruktur fördert die Transparenz innerhalb des Konzerns und bildet die Grundlage für eine aktive Immobilienentwicklung mit erweiterten Finanzierungsoptionen. Das Immobilienmanagement bildet ein weiteres strategisches Geschäftsfeld, welches die Generierung von Wertsteigerungen im KarstadtQuelle-Konzern effektiv unterstützen wird.

ntieren • Finanzmarktdialog intensivieren • Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Vertriebskar

### **Quelle übernimmt Afibel S.A.**

Quelle hat im Rahmen der Fokussierung auf Internationalisierung und Spezialisierung zum 1. Januar 2001 den börsennotierten französischen Spezialversender Afibel S.A., Lille, übernommen. Afibel ist im Markt für klassische Mode gut positioniert und erzielte zuletzt einen Umsatz in Höhe von 113,1 Mio. €. Quelle baut mit dieser Akquisition die bereits bestehende starke Position in Frankreich weiter aus.

### **Neckermann erwirbt Marktführer für Natur-Textilien**

Neckermann erwarb zum 1. Januar 2001 die Hess Natur Textilien GmbH, Bad Homburg. Hess ist als Spezialversender im Segment natürliche Bekleidung für Damen, Herren und Kinder positioniert und erzielte als Marktführer im Naturversand im Geschäftsjahr 2000 Umsatzerlöse in Höhe von gut 50 Mio. €. Neckermann setzt mit dieser Akquisition den Ausbau des Spezialversandhandels konsequent fort.

### **Februar 2001: Übernahme SinnLeffers**

Der Ausbau der marktführenden Position im Segment Fashion ist elementarer Bestandteil des Wachstums durch Branchenkon-

zepte. Im Zuge dieser Strategie haben wir durch die Übernahme der M+T Mode- und Textilhaus-Beteiligungs Gesellschaft m.b.H. 85 % der Anteile an der SINN LEFFERS AG, Hagen, erworben. Gleichzeitig wurde den außen stehenden SinnLeffers-Aktionären im Hinblick auf die restlichen 15 % der Anteile ein Kaufangebot gemacht. Dieses wurde von 72,87 % der außen stehenden Aktionäre angenommen. Damit haben wir weitere 11,25 % der Anteile an der SINN LEFFERS AG akquiriert. Unter Berücksichtigung weiterer Zukäufe sowie einer Anteilsveräußerung beträgt unser Gesamtanteil 91,25 %. SinnLeffers betreibt 43 Modehäuser und erzielte im Geschäftsjahr 2000 einen Nettoumsatz von rund 0,6 Mrd. €.

### **Beteiligung an Golf House**

Zur Stärkung des Branchenkonzeptes Sport übernahmen wir 50 % der Gesellschaftsanteile der Golf House Direktversand GmbH, Hamburg. Durch die Beteiligung am zweitgrößten Unternehmen im Marktsegment Golf-Bekleidung und Golf-Equipment in Deutschland baut KarstadtQuelle seine Marktführerschaft in diesem Segment weiter aus.

### Start der Implementierung von EVA

**Mit EVA werden alle Aktivitäten und Entscheidungen auf Wertsteigerung ausgerichtet.**

Ein wichtiger Bestandteil des 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes ist die wertorientierte Unternehmensführung und damit verbunden der Aufbau eines Wertmanagement-Systems. Nachdem wir im Herbst 2000 die Entscheidung für das Konzept EVA (Economic Value Added) getroffen hatten, startete im Februar 2001 die Implementierungsphase. Mit der Einführung von EVA schaffen wir ein integriertes Management- und Anreizsystem, das alle unternehmerischen Aktivitäten und Entscheidungen auf Wertsteigerung ausrichtet. Das EVA-Konzept ergänzt das bisherige Instrumentarium zur internen und externen Berichterstattung und Unternehmenssteuerung. Der in einem Zeitraum geschaffene Unternehmenswert wird durch die Einführung der neuen Kennzahl EVA unmittelbar ersichtlich und schafft so zusätzliche Transparenz für die Finanzmärkte.

### Beteiligung an GNX

KarstadtQuelle erwarb eine Beteiligung an GlobalNetXchange (GNX), San Francisco, dem weltweit führenden offenen Online-Marktplatz für Hersteller, Lieferanten und Handel im Bereich Living, Personality, Elektronik und Food. Im Rahmen eines globalen Joint Ventures haben sich neben KarstadtQuelle sieben große Unternehmen des internationalen Einzelhandels als Partner an GNX beteiligt. Das gesamte Einkaufsvolumen aller GNX-Mitglieder beträgt rund 400 Mrd. US \$.

### März 2001: Neckermann erwirbt Fritz Berger AG

Neckermann übernahm rückwirkend zum 1. November 2000 sämtliche Anteile an der Fritz Berger AG, Neumarkt, dem marktführenden Spezialversandhaus für Camping/Caravaning und Freizeit/Outdoor. Der Spezialversender ist mit Tochtergesellschaften in Deutschland, Frankreich und Österreich präsent und erzielte im Geschäftsjahr 1999/2000 Umsatzerlöse in Höhe von rund 50 Mio. €.

lisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren

## PROGNOSEBERICHT

### Aktuelle Themen im Einzelhandel

#### Abschaffung des Rabattgesetzes und der Zugabeverordnung

Im Herbst des Jahres 2001 fallen voraussichtlich das Rabattgesetz und die Zugabeverordnung. KarstadtQuelle beurteilt die neue Rechtslage und insbesondere die damit für den Handel geschaffenen Freiräume positiv. Erfahrungen unserer ausländischen Tochtergesellschaften in den Niederlanden, Frankreich und Österreich zeigen, dass nach Abschaffung vergleichbarer Bestimmungen durch kreatives Marketing zusätzliche Umsatzpotenziale erschlossen werden können.

Für Unternehmen wie KarstadtQuelle, die über ein hohes Maß an Kundeninformationen verfügen, ergeben sich interessante Perspektiven. Nach der künftig geltenden Rechtslage in Deutschland können neue, individualisierte Marketing-Strategien verwirklicht werden. Inhaber von Kundenkarten dürfen künftig zum Beispiel mit Präsenten und Service umworben werden. Prämien und Zugaben haben Privilegstatus und dienen der Verstärkung der starken emotionalen Bindung zu Karstadt. Die erfolgreiche Klub-Karstadt-Kundenkarte erlangt deshalb noch größere Bedeutung.

### Steuerreform für den Handel positiv

Mit der Unternehmenssteuerreform beabsichtigt die Bundesregierung die Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Deutschland unter anderem durch die Senkung der Körperschaftsteuer zu stärken und die Europatauglichkeit des Steuersystems zu verbessern. Zwar profitiert der Einzelhandel nicht direkt von der Steuerreform, sie wird sich jedoch voraussichtlich durch die stufenweise Absenkung der Einkommensteuer und die damit erhöhte Kaufkraft der Konsumenten umsatzfördernd auswirken. Die Bundesbürger werden nach Berechnungen der Bundesregierung zwischen 1999 und 2005 mit gut 33 Mrd. € entlastet.

Es ist allerdings nicht vorhersehbar, welcher Teil des zusätzlich verfügbaren Einkommens im Einzelhandel ausgegeben wird und wie sich gleichzeitig konsumdämpfende Bestandteile, wie z. B. die Erhöhung der Ökosteuer, auswirken werden.

**Für Unternehmen wie KarstadtQuelle ergeben sich interessante Perspektiven.**

Wir beurteilen grundsätzlich die durch die Steuerreform zu erwartenden Auswirkungen positiv, sehen darin aber nur ein unterstützendes Element. Ebenso wichtig wird es sein, dass sich die psychologische Grundhaltung der Verbraucher zum Besseren wendet. Ein freundlicheres Konsumklima wird letztendlich wesentlich durch Konsumenten gefördert, deren Denken von einer positiven Zukunftserwartung und Optimismus geprägt ist.

### Ausblick

#### Einzelhandelsumsatz 2001: Optimistische Prognosen von HDE und BAG

Das Statistische Bundesamt rechnet für das Jahr 2001 mit einem Anstieg des verfügbaren Einkommens um 4,5 %. Bezogen auf den Einzelhandelsumsatz beurteilt der Hauptverband des deutschen Einzelhandels (HDE) die Entwicklung optimistisch und prognostiziert einen Umsatzzuwachs von 2 % – das größte Plus seit acht Jahren. Die Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe (BAG) geht von einer Umsatzsteigerung von 1,5 bis 2 % aus. Forschungsinstitute und Banken sind sich in der Erwartung einig, dass trotz der inzwischen geringeren Erwartungen für das deutsche Wirtschaftswachstum der Konsum steigen wird und zwar im Wesentlichen bedingt durch die Steuerreform und den Anstieg der Beschäftigten. Beispielsweise rechnet das ifo-Institut mit einem Anstieg der privaten Konsumausgaben von real 2,5 % (nominal: 4,1 %). Belastend könnten sich die Nachwirkungen des Ölpreisanstieges und die Erhöhung sonstiger Lebenshaltungskosten auswirken.

Vertriebskanäle vernetzen • Themenhäuser perfektionieren • Mode und Sport stärken • Versand spezialisieren

**KarstadtQuelle-Konzern:  
EBT-Steigerung um mehr als 25% geplant**

Unsere Perspektiven für das Geschäftsjahr 2001 beurteilen wir positiv.

Es ist ein Umsatzanstieg in Höhe von knapp 7% geplant. Bereinigt um den Umsatz der erstmalig einbezogenen SinnLeffers ergibt sich ein Umsatzzuwachs in Höhe von 2,5%. Im Bereich E-Business rechnen wir weiterhin mit deutlichen Steigerungsraten. Wir gehen von einer Online-Nachfrage von 665 Mio. € aus. Dies entspricht gegenüber dem Geschäftsjahr 2000 einer Steigerung um ca. 50%. Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenständen haben wir in Höhe von 475 Mio. € geplant.

Auf Basis unserer derzeitigen Planungen werden wir unser Konzernergebnis im Geschäftsjahr 2001 erneut deutlich verbessern. Geplant ist eine Steigerung des Ergebnisses vor Ertragsteuern um mehr als 25%.

Risiken unserer Prognose liegen insbesondere in den bereits erwähnten Faktoren.

Darüber hinaus können Auswirkungen des konjunkturellen Abschwunges in den Vereinigten Staaten von Amerika auf das Wachstum in Deutschland sowie eine – unsere umfangreichen Importe verteuernde – fortgesetzte Euroschwäche den Geschäftsverlauf negativ beeinflussen.

# DIE KARSTADTQUELLE-AKTIE

spezialisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren

## KENNZAHLEN ZUR KARSTADTQUELLE-AKTIE

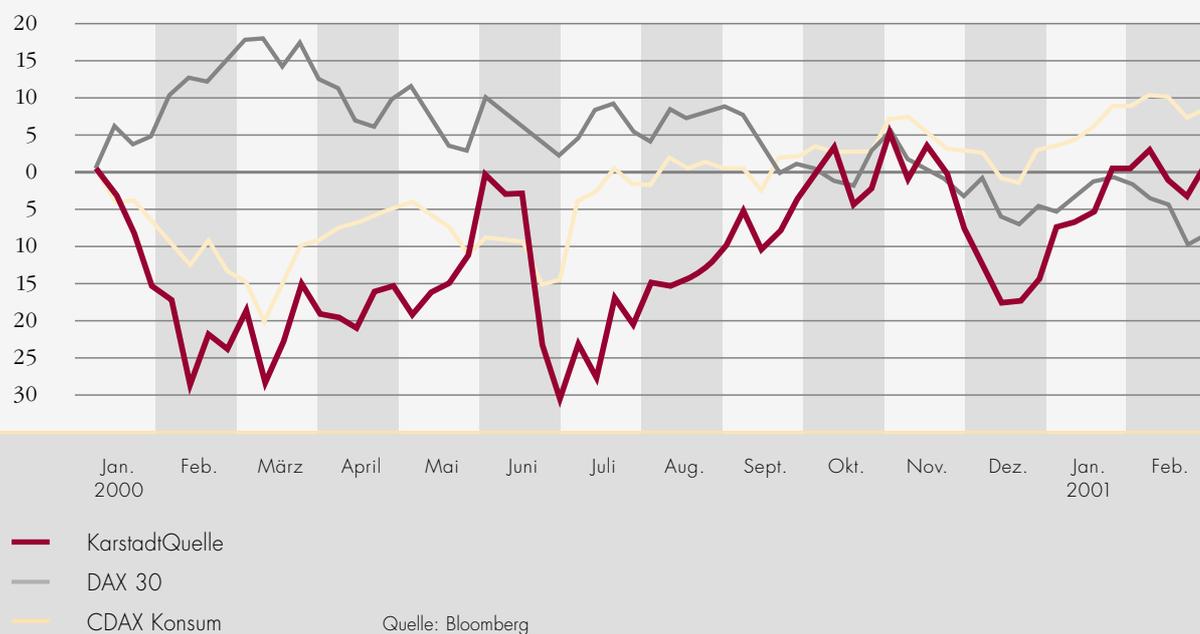
		2000	1999
Ergebnis je Aktie	€	1,57	1,59
Brutto-Cash-Flow	Mio. €	643,1	699,8
Brutto-Cash-Flow je Aktie	€	5,47	5,95
Return on Capital Employed	%	10,0	8,8
Return on Equity	%	13,3	12,9
Dividende je Stückaktie	€	0,67	0,62
Dividende je Stückaktie inkl. Steuergutschrift	€	0,96	0,89
Dividendenrendite (Kurs Jahresende)	%	2,9	2,2
Dividende	Mio. €	78,8	72,9
Grundkapital	Mio. €	300,9	300,9
ausgegebene nennwertlose Stückaktien	Mio.	117,6	117,6
Marktkapitalisierung/Börsenwert Jahresende	Mio. €	3.867,4	4.678,5
<b>Aktienkurs</b>			
Jahresende (Kassakurs)	€	32,90	39,80
Höchstkurs	€	40,73	48,70
Tiefstkurs	€	27,30	30,55
Kurs-Gewinn-Verhältnis (Jahresende)		21,0	25,0
Kurs-Cash-Flow-Verhältnis (Jahresende)		6,0	6,7

### Stark schwankender Aktienkurs

Das Jahr 2000 war ein schwieriges Börsenjahr. Der Deutsche Aktienindex (DAX) schloss mit einem Indexstand von 6.434 Punkten und verlor damit im Berichtsjahr 4,7%.

Die Entwicklung der KarstadtQuelle-Aktie war von deutlichen Schwankungen gekennzeichnet. Nach einem guten Beginn mit Kursen von annähernd 40 € sank die Notierung bis Mitte Februar auf 27,61 €. Von diesem Tiefpunkt erholte sich die KarstadtQuelle-Aktie in den Folgemonaten bis Anfang Juni wieder deutlich. Auf die Vorlage der Ergebniszahlen für das Geschäfts-

### Börsenkursentwicklung (indiziert)



Im Jahr 1999 im Mai reagierte der Finanzmarkt verhalten. Der Kurs fiel innerhalb kurzer Zeit deutlich zurück und markierte am 30. Juni mit 27,30 € den Jahrestiefstand. In den Folgemonaten setzte wieder eine kontinuierliche Aufwärtsbewegung ein, die auch von der positiven Erwartung des Marktes hinsichtlich einer strategischen Neuausrichtung des KarstadtQuelle-Konzerns getragen wurde. Kurze Zeit nach der Vorstellung des 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes erreichte die KarstadtQuelle-Aktie am 3. November mit 40,73 € ihren Jahreshöchststand.

Die letzten Wochen des Börsenjahres 2000 waren durch ein labiles Börsenumfeld und Unsicherheit über den Verlauf des Einzelhandelsgeschäftes in Deutschland geprägt. Diesen negativen Rahmenbedingungen konnte sich die KarstadtQuelle-Aktie nicht entziehen. Der Kurs ermäßigte sich bis zum Jahresultimo auf 32,90 €. In den ersten Monaten des Jahres 2001 war die Kursentwicklung in einem schwierigen Umfeld wieder aufwärts gerichtet.

**KarstadtQuelle  
verknüpft die  
Vorteile der  
Old Economy  
mit den starken  
Wachstums-  
chancen der  
New Economy.**

### **KarstadtQuelle wechselt in den M-DAX**

Am 14. 2. 2001 beschloss die Deutsche Börse AG, KarstadtQuelle aus dem Kreis der im DAX 30 enthaltenen Gesellschaften herauszunehmen. Die KarstadtQuelle-Aktie wechselte mit Wirkung vom 19. 3. 2001 in das Segment M-DAX. KarstadtQuelle ist dort mit einer Gewichtung von knapp unter 3 % enthalten und gehört zu den umsatzstärksten und bezogen auf die Marktkapitalisierung größten Werten.

### **KarstadtQuelle-Aktie mit hohem Potenzial**

Die KarstadtQuelle-Aktie verfügt über ein hohes Zukunftspotenzial. KarstadtQuelle verknüpft wie kaum ein anderes Unternehmen die Vorteile der Old Economy mit den starken Wachstumschancen der New Economy. Neben der guten Ergebnisentwicklung im Zuge der Umsetzung des 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes wird der eingeleitete Wandel von einem reinen Handelskonzern zu einem integrierten Handels- und Dienstleistungskonzern die künftige Bewertung der KarstadtQuelle-Aktie positiv beeinflussen.

### **Investor Relations:**

#### **Dialogorientierte Informationspolitik**

Die intensive Kommunikation mit der Financial Community ist ein wichtiger Teil unseres Wertmanagements. Deshalb ist im Berichtsjahr das Investor Relations Team verstärkt worden.

Für KarstadtQuelle als Handelskonzern stehen die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden im Mittelpunkt der täglichen Arbeit. »Kunden- und Dienstleistungsorientierung« gegenüber der Zielgruppe Finanzmarktteilnehmer soll deshalb auch unsere Investor Relations auszeichnen.

Im Berichtsjahr haben wir den intensiven Dialog mit institutionellen und privaten Investoren sowie mit Finanzanalysten gesucht und das Informationsangebot deutlich ausgeweitet.

Insbesondere nach Veröffentlichung des 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes bestand von Seiten der institutionellen Investoren eine hohe Nachfrage nach Hintergrundinformationen in Verbindung mit dem Wunsch, das neue KarstadtQuelle-Management kennen zu lernen. Deshalb haben wir unser Zukunftsprogramm im Herbst 2000 im Rahmen einer umfangreichen Roadshow in den europäischen Finanzzentren und in den USA präsentiert und diskutiert. Darüber hinaus wurde die neue Strategie in Präsentationen, Konferenzen und einer Vielzahl von Einzelgesprächen erläutert.

Gleichzeitig verstärkten wir den Dialog mit unseren privaten Investoren auf allen Wegen. Wir nutzten beispielsweise im Geschäftsjahr 2000 erstmalig das Internet für einen Online-Chat mit Privatanlegern.

Der Informations- und Meinungsaustausch mit den Finanzanalysten wurde im Berichtsjahr durch Konferenzen und zahlreiche Gruppen- und Einzelgespräche vertieft.

#### **www.karstadtquelle.com:**

#### **Umfangreiches Informationsangebot**

Das Informationsangebot unserer neuen Website erzielt große Resonanz auch in der Zielgruppe der Finanzmarktteilnehmer. Neben Informationen über den KarstadtQuelle-Konzern können Präsentationsunterlagen, Reden und sonstige finanzmarkt-relevante Statements abgerufen werden. Die Dialogorientierung wird durch proaktive Tools, z.B. für Fragen und Antworten sowie die Anforderungsmöglichkeit von Informationsmaterial unterstützt.

**Unser Rechnungslegungssystem wird spätestens im Geschäftsjahr 2002 auf IAS umgestellt.**

### **Erweiterte Quartalsberichte**

Beginnend mit dem Bericht zum 1. Halbjahr 2000 verbesserten wir den Informationsgehalt unserer Quartalsberichte signifikant. Neben einer ausführlichen Darstellung des Geschäftsverlaufes veröffentlichen wir eine umfassende Segmentberichterstattung. Dies erhöht die Transparenz des KarstadtQuelle-Konzerns deutlich und vermittelt einen zeitnahen Einblick in unsere Entwicklung.

### **Umstellung auf IAS**

Unser Rechnungslegungssystem wird spätestens im Geschäftsjahr 2002 auf International Accounting Standards (IAS) umgestellt. Damit wird künftig insbesondere der internationale Vergleich erleichtert.

### **Aktienoptionsprogramm geplant**

Die Beteiligung von Mitarbeitern und Management erhält künftig im KarstadtQuelle-Konzern größere Bedeutung. Es ist geplant, Belegschaftsaktien für alle Mitarbeiter anzubieten. Für das Management wird ein Stock Option-Plan erarbeitet, der ebenfalls in diesem Jahr wirksam wird. Durch diese Maßnahmen soll die Identifikation mit dem Unternehmen gesteigert und die Ausrichtung auf Leistung, Performance und Aktienkursentwicklung verstärkt werden.

### **Hauptversammlungsbeschlüsse erhöhen finanziellen Handlungsspielraum**

Durch Beschluss der Hauptversammlung am 20. Juli 2000 erhielten wir die Möglichkeit, Kapitalerhöhungen durchzuführen. Es handelt sich einerseits um ein Genehmigtes Kapital I sowie andererseits um ein Genehmigtes Kapital II von jeweils bis zu 40 Mio. €. Damit erhöht der KarstadtQuelle-Konzern bei Bedarf seinen Handlungsspielraum in Bezug auf Investitionen, Akquisitionen und sonstige kapitalintensive Vorhaben.

Gleichzeitig beschloss die Hauptversammlung die Ermächtigung zur Ausgabe von Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen bis zum Betrag von 600 Mio. € sowie die damit zusammenhängende Gewährung von Rechten an deren Inhaber oder Gläubiger. Durch diese Maßnahme kann KarstadtQuelle je nach aktueller Marktlage attraktive Finanzierungsmöglichkeiten nutzen und die Flexibilität der Finanzierung erhöhen.

# WEITERE INFORMATIONEN

Vertriebskanäle vernetzen • Themenhäuser perfektionieren • Mode und Sport stärken • Versand spezialisierte

## UMWELTBERICHT

### Wir handeln im Sinne der ökonomischen Vernunft

Umweltschutz geht im KarstadtQuelle-Konzern weit über die Erfüllung gesetzlicher Vorschriften hinaus. Vielmehr steht die Entwicklung eigener Initiativen und deren Umsetzung im Vordergrund des Handelns.

Umweltschutz ist für uns eine unternehmerische Herausforderung, der wir mit dem gleichen Engagement wie auf anderen Geschäftsfeldern begegnen.

Bei den Überlegungen und Planungen zum betrieblichen und zum produktbezogenen Umweltschutz orientieren wir uns an dem Leitbild der »Nachhaltigen Entwicklung«. Dies bedeutet, die Bedürfnisse der Gegenwart zu erfüllen und die Sicherung der Lebensgrundlage zukünftiger Generationen zu sichern. Damit handeln wir im Sinne der ökonomischen Vernunft. Vorausschauend geplant und zielstrebig umgesetzt führt umweltgerechtes Wirtschaften zu Einsparungen und besseren Betriebsergebnissen.

Wir sind uns bewusst, dass wir als Handelsunternehmen immer im Spannungsfeld von gesetzlichen, wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Anforderungen stehen werden. Wir suchen dabei im Konsens mit allen Interessengruppen nach Lösungsmöglichkeiten, um unserem Leitbild gerecht zu werden.

Auch in einer Zeit, in der der Umweltschutz zumindest in der öffentlichen Diskussion von anderen Problemen wie Arbeitslosigkeit und Wachstumsschwäche vom ersten Platz der Prioritätenliste verdrängt wird, halten wir an der an ökologischen Standards orientierten Wirtschaftsweise fest und arbeiten wie bisher systematisch und stetig an den eigenen Umweltzielen. Wir haben diese Entscheidung in dem Bewusstsein getroffen, dass die Umweltprobleme nicht deshalb kleiner geworden sind, weil andere Probleme an Bedeutung gewonnen haben.

**Umweltschutz geht bei uns weit über die Erfüllung gesetzlicher Vorschriften hinaus.**

### **Karstadt Warenhäuser: Im Umweltschutz agieren statt reagieren**

In den Karstadt-Warenhäusern wurde 1989 der Umweltschutz in die Strategie aufgenommen und so ein kontinuierlicher ökologischer Entwicklungsprozess eingeleitet. Sowohl beim Produktangebot als auch bei den Dienstleistungen konnten wir zahlreiche Optimierungspotenziale realisieren.

Das Leitbild der »Nachhaltigen Entwicklung« beinhaltet dabei die beständige Weiterentwicklung von Prozessen, z.B. in der Entsorgung, Verwertung und Vermeidung von Abfällen, mit denen Material- und Ressourcenintensität bei den Verkaufsgüterartikeln sowie Ge- und Verbrauchsmaterialien verringert werden. Hinzu kommt eine effektive Energieausnutzung sowohl bei der Bewirtschaftung unserer Betriebsstätten als auch im Bereich der logistischen Aufgabenfelder. Eine entsprechende Bewusstseinsbildung bei allen Mitarbeitern und die Motivation unserer Kunden zum umweltverträglicheren Konsum zählen ebenfalls zu den Aufgaben im Rahmen einer nachhaltigen Wirtschaftsweise.

### **Quelle: Umsatz mit Öko-Sortimenten deutlich gestiegen**

Quelle verzeichnete im Geschäftsjahr 2000 einen Umsatz mit ökologisch verbesserten Produkten von rund 500 Mio. €. Damit ist Quelle einer der führenden Anbieter von ökologisch orientierten Artikeln in Deutschland.

Im Hauptkatalog Frühjahr/Sommer 2000 hat das Thema »Ökologie« einen bedeutenden Stellenwert eingenommen. Die erzielten Umsätze je Seite für Öko-Sortimente lagen sowohl im Technik- und Hartwarenbereich als auch bei Textilien deutlich über den durchschnittlichen Seitenumsätzen des gesamten Hauptkatalogs. Haushaltsgroßgeräte mit den Effizienzklassen A und B nahmen mehr als zwei Drittel des Öko-Angebotes ein. Mit großem Erfolg entwickelte sich auch das Geschäft mit Solarprodukten und Solaranlagen für fotovoltaische und solarthermische Energieerzeugung.

ntieren • Finanzmarktdialog intensivieren • Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Vertriebskar

### **Neckermann: Lange Tradition im Umweltschutz**

Neckermann hat sich bereits in den 90er Jahren durch intensives Engagement zu einem Vorreiter im Umweltschutz entwickelt. Auf Basis einer ökologischen Schwachstellenanalyse wurde für alle Unternehmensbereiche klar definiert, wo eine umweltverträglichere Wirtschaftsweise anzusetzen hat.

Bezogen auf die Sortimente betrachtet Neckermann den gesamten Lebenszyklus eines Produktes – also von der Herstellung über den Gebrauch bis zur Entsorgung. Neckermann hat mit der Einführung eines Öko-Passes für alle angebotenen Artikel die Basis für eine umfassende ökologische Produktbewertung und -beeinflussung gelegt. Die Systematik sowie die ganzheitliche Betrachtung des von Neckermann aufgebauten Umweltmanagementsystems wird außerdem durch die erfolgreiche Zertifizierung nach der DIN-Norm ISO 14001 sowie durch die Validierung der Umwelterklärung 1998 nach den strengen Vorschriften der EU-Öko-Audit-Verordnung bestätigt.

## DAS UNTERNEHMEN IN DER ÖFFENTLICHKEIT

### Ein neuer Konzern. Ein neuer Name. Ein neuer Auftritt.

Mit der Fusion von Karstadt und Quelle rückte der Konzern in den Fokus des öffentlichen Interesses. Wir haben deshalb im Berichtszeitraum eine breit angelegte Kommunikationsoffensive vorbereitet und umgesetzt.

Wesentliche Maßnahmen zur Darstellung des Konzerns in der Öffentlichkeit waren die Einführung des neuen Corporate Designs, eine viel beachtete Image- und Positionierungskampagne sowie der komplett überarbeitete Internet-Auftritt des Unternehmens.

**Unser  
Firmenzeichen  
steht für den  
Zusammen-  
schluss von  
Karstadt und  
Quelle zu einem  
starken Konzern.**

### Neues Corporate Design stärkt Profil

Der neue Konzern hat ein neues Gesicht bekommen. Das eigenständige Firmenzeichen KarstadtQuelle AG steht für den Zusammenschluss der beiden Traditionsnamen Karstadt und Quelle zu einem starken Konzern. Das hochgestellte »AG« markiert Potenz und Potenzial.

### Die Anzeigenkampagne

#### »KarstadtQuelle AG. Wir handeln.«

Mitte des Jahres 2000 starteten wir eine klassische Anzeigenkampagne in überregionalen Tageszeitungen, Magazinen und Wirtschaftstiteln. Sie richtete sich an Meinungsbildner in Wirtschaft, Finanzen, öffentlichem Leben, an Geschäftspartner, Medien und nicht zuletzt an die Mitarbeiter des Konzerns. Sieben Motive akzentuierten Kompetenz und Erfolgsfaktoren des KarstadtQuelle-Konzerns in den Geschäftsfeldern, in Sortimentsvielfalt, in Kundenbindungs- und in Kontaktstärke.

Die Anzeigenkampagne lief mit hoher Frequenz bis zum Jahresende und erreichte auf Anhieb hohe Wiedererkennung- und Sympathiewerte.

### Internet-Auftritt karstadtquelle.com mit Spitzen-Ratings

Im Berichtsjahr haben wir den Konzernauftritt von karstadtquelle.com völlig neu gestaltet und erweitert. Auf rund 250 Seiten bietet die Website den Nutzern eine Fülle an Informationen und Hintergrundwissen für Internet-Nutzer. Zwei große Wirtschaftsmagazine bewerteten die Internetauftritte der größten deutschen Unternehmen. Sie platzierten karstadtquelle.com in Sachen Inhalt und Aktualität auf den vordersten Rängen.

lisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren

### MITARBEITER (Jahresdurchschnitt/Vollbeschäftigte)

	2000	davon im Inland	davon im Ausland	1999
Warenhäuser	52.567	52.567	-	52.725
Fachgeschäfte	2.785	2.775	10	2.916
<b>Stationärer Einzelhandel</b>	<b>55.352</b>	<b>55.342</b>	<b>10</b>	<b>55.641</b>
Universalversand	25.568	19.923	5.645	26.214
Spezialversand	4.086	3.142	944	3.799
<b>Versandhandel</b>	<b>29.654</b>	<b>23.065</b>	<b>6.589</b>	<b>30.013</b>
<b>Dienstleistungen/Sonstiges</b>	<b>3.157</b>	<b>3.150</b>	<b>7</b>	<b>2.517</b>
<b>Konzern</b>	<b>88.163</b>	<b>81.557</b>	<b>6.606</b>	<b>88.171</b>

### MITARBEITER

#### Mehr als 112.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Konzern

Zum Ende des Geschäftsjahres 2000 beschäftigte der KarstadtQuelle-Konzern 112.516 Mitarbeiter. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr mit 113.490 Mitarbeiter einem Rückgang um knapp 1 %. Die Zahl der Beschäftigten im Ausland belief sich auf 7.846 (Vorjahr: 6.736). Der Auslandsanteil stieg auf 7 %.

Im Jahresdurchschnitt betrug die Mitarbeiterzahl 88.163 Vollbeschäftigte. Damit bewegt sich der Personalbestand

auf Vorjahresniveau. Im Inland sank die Beschäftigtenzahl um 917 auf 81.557, während im Ausland ein Zuwachs um 909 auf 6.606 Mitarbeiter zu verzeichnen war.

#### Personalentwicklung in den Geschäftsbereichen

Im Bereich stationärer Einzelhandel waren zum Bilanzstichtag 72.253 Mitarbeiter beschäftigt. Das sind 1.859 weniger als zum gleichen Zeitpunkt des Vorjahres. Neben Filialschließungen sind auch die Aufgabe der Teppichboden-Center sowie des Bereiches Augenoptik für den Personalabbau verantwortlich.

Im Jahresdurchschnitt lag die Mitarbeiterzahl mit 55.352 um 289 unter dem Vorjahresniveau. Im Warenhausgeschäft ging die Beschäftigtenzahl leicht zurück. Die strukturellen Bereinigungen sowie die eingeleiteten Maßnahmen zur Personalreduzierung entfalten in der Jahresdurchschnittsbetrachtung ihre Wirkung erst im Geschäftsjahr 2001.

Im Versandhandel belief sich die Zahl der Mitarbeiter am 31.12.2000 auf 36.687. Dies entspricht, verglichen mit dem Vorjahrenstichtag, einem Rückgang um 291. Während im Inland das Personal um 822 auf 28.861 reduziert wurde, fand im Ausland – und hier überwiegend bei Quelle – eine Ausweitung der Mitarbeiterzahl um 1.113 auf 7.826 statt. Der überwiegende Anteil der Mitarbeiter wird in den Muttergesellschaften Quelle AG und Neckermann Versand AG beschäftigt.

Im Jahresdurchschnitt belief sich die Zahl der Vollbeschäftigten im Versandhandel auf 29.654, verglichen mit 30.013 im Vorjahr. Mit 25.568 entfällt der größte Teil der Mitarbeiter auf den Universalversand. Im Bereich Spezialversand sind 4.086 Mitarbeiter beschäftigt. Gegenüber dem Vorjahr wurde der Personalbestand um 287 aufgebaut. Im Ausland sind 6.589 Personen beschäftigt. Dies entspricht einem Anteil von 22,2 % nach 18,9 % im Jahresdurchschnitt 1999.

Der Dienstleistungssektor beschäftigte zum Bilanzstichtag 3.576 Mitarbeiter. Gegenüber dem Vorjahr ist der Personalbestand – im Wesentlichen bedingt durch die Ausweitung des Dienstleistungsangebotes – um 594 gestiegen.

Bezogen auf den Jahresdurchschnitt belief sich die Beschäftigtenzahl im Dienstleistungssektor auf 3.157, nach 2.517 im Vorjahr.

#### **Mitarbeiterproduktivität gestiegen**

Der Personalaufwand im stationären Einzelhandel betrug 1,98 Mrd. €. Dies entspricht einem gegenüber dem Vorjahr unveränderten Anteil am Umsatz von 26,1 %. In den Warenhäusern wurden im Berichtsjahr je vollbeschäftigter Person (ohne Auszubildende) 157.746 € (inklusive Mehrwertsteuer) umgesetzt; damit stieg die Arbeitsproduktivität gegenüber dem Vorjahr um 3 %.

ertriebskanäle vernetzen • Themenhäuser perfektionieren • Mode und Sport stärken • Versand spezialisierte

### **Bessere Chancen für jüngere Mitarbeiter durch steigende Inanspruchnahme der Altersteilzeit**

Im Stationären Einzelhandel, bei der Quelle AG sowie der Neckermann Versand AG traten im Berichtsjahr 1.586 Mitarbeiter in den Ruhestand. Darüber hinaus haben 1.063 Mitarbeiter (Vorjahr: 469) von der Möglichkeit der Altersteilzeit Gebrauch gemacht.

Bereits im Jahr 1999 wurde mit dem Gesamtbetriebsrat eine entsprechende sozialverträgliche Betriebsvereinbarung geschlossen. Diese Maßnahme eröffnet insbesondere jüngeren Mitarbeitern verstärkt Beschäftigungsmöglichkeiten im Wege der Wiederbesetzung der freiwerdenden Arbeitsplätze.

### **Verstärkte Investitionen in Ausbildung**

In die betriebliche Aus- und Weiterbildung wurden im Jahr 2000 bei den oben genannten Gesellschaften 82,4 Mio. € (Vorjahr 78,3 Mio. €) investiert. Mit 40,5 Mio. € (Vorjahr 37,4 Mio. €) entfiel der größte Teil des Aufwandes auf Ausbildungsvergütungen.

Die Zahl der Auszubildenden im Konzern beläuft sich zum Stichtag auf 5.196. Damit erhöhte sich die Zahl der Ausbildungsplätze gegenüber dem Vorjahr um 6,2%. Bezogen auf die Gesamtzahl der Vollbeschäftigten errechnet sich eine Ausbildungsquote in Höhe von 5,1%.

### **Intensive Management-Entwicklung**

Die Management-Entwicklung war im Berichtsjahr durch die Themen »Dialog« und »Aufbruch« bestimmt. Im Frühjahr stellte sich der Vorstand in zehn halbtägigen, moderierten Roundtable-Gesprächen den Fragen von mehr als 350 leitenden Mitarbeitern. Die intensiven Diskussionen gaben Orientierung zum zukünftigen Kurs des Unternehmens und zu den künftigen Anforderungen an Führungskräfte.

Die Gespräche wurden von allen Teilnehmern als deutliches Signal für eine neue, von Offenheit und Lösungsorientierung getragene Kommunikation zwischen der Unternehmensleitung und den Mitarbeitern verstanden.

**Die Management-Entwicklung war durch die Themen »Dialog« und »Aufbruch« bestimmt.**

In Zusammenarbeit mit den Business-Schools INSEAD, Ashridge und Henley sowie dem Universitätsseminar der Wirtschaft und dem Gottlieb-Duttweiler-Institut haben wir die im Vorjahr entwickelten Management-Symposien im Berichtsjahr fortgeführt. Zu diesen zweitägigen Veranstaltungen werden Führungskräfte eingeladen, die durch ihre Leistungen Potenzial für weiterführende Karriereschritte gezeigt haben. Die Management-Symposien schaffen eine Plattform, die es ermöglicht, Talente frühzeitig zu erkennen und Leistungsträgern Perspektiven zu eröffnen.

Der vorausschauenden Rekrutierung von Führungskräften misst der KarstadtQuelle-Konzern eine hohe Bedeutung bei. Deshalb haben wir im Rahmen des Hochschulmarketings am größten deutschen Absolventenkongress in Köln teilgenommen. Vertreter einer Reihe von Konzerngesellschaften standen den Studenten als Ansprechpartner zur Verfügung.

### **Dank für das Engagement**

Der Vorstand dankt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im In- und Ausland für die im Geschäftsjahr 2000 geleistete hervorragende Arbeit.

Der Dank gilt auch allen Betriebsräten, den Mitgliedern der Wirtschaftsausschüsse und der Sprecherausschüsse sowie den Jugend- und Auszubildendenvertretungen für die erneut gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit. Die mit der Umstrukturierung des Konzerns verbundenen Entscheidungen und Maßnahmen bedürfen der Unterstützung und der aktiven Mitarbeit dieser Gremien, um die Entwicklung des KarstadtQuelle-Konzerns im Sinne der Mitarbeiter erfolgreich voranzutreiben.

# BERICHTE AUS DEN BEREICHEN



● <b>Die Multi-Channel-Strategie</b>	<b>60</b>
● <b>Stationärer Einzelhandel</b>	<b>64</b>
Warenhäuser	68
Fachgeschäfte	76
● <b>Versandhandel</b>	<b>84</b>
Universalversand	94
Spezialversand	96
● <b>Touristik</b>	<b>104</b>
● <b>Dienstleistungen/Sonstiges</b>	<b>118</b>

## **MIT UNSERER MULTI-CHANNEL-STRATEGIE MULTIPLIZIEREN WIR UNSERE VERTRIEBSKRAFT**

- Treibende Kraft unseres künftigen Wachstums ist die Multi-Channel-Strategie, auf deren Basis wir mit unseren Spitzen-Positionen im stationären Einzelhandel, im Versandhandel und im E-Business unsere Vertriebskanäle enger vernetzen und synchronisieren.
- Über unser Multi-Channel-Netzwerk fächern wir für viele Millionen Konsumenten die gesamte Bandbreite aller Vertriebskanäle auf: Warenhaus, Fachgeschäft, Reisebüro, Universal- und Spezialkatalog, Call-Center, Postweg und Fax sowie Website (Internet) und mittelfristig auch Mobile-Business und TV. Den KarstadtQuelle-Kunden eröffnen wir - unabhängig davon, ob sie sich zu Hause, unterwegs oder in einem unserer Häuser aufhalten - rund um die Uhr Zugriff auf unsere umfassende Produktpalette.

### **Im Internet informieren, im Warenhaus an- und ausprobieren**

- Unsere Kunden finden beispielsweise auf unseren Websites vielfältige Informationen über die aktuellen Fashion-, Sport- und Lifestyle-trends sowie über Neuheiten aus unserem großen Produktangebot. Wer etwas Passendes entdeckt, kann es sofort bestellen oder es in

einem unserer  
358 Waren-  
häuser und  
Fachgeschäfte



an- bzw. ausprobieren. Umgekehrt bieten unsere E-Business-Sortimente unseren Warenhaus- und Fachgeschäftbesuchern die Freiheit, sich nicht sofort vor Ort, sondern auch später noch für ein bestimmtes Produkt zu entscheiden. Dann genügen wenige Klicks auf unseren Websites und wir liefern die gewünschte Ware – innerhalb kurzer Zeit – bis zur Haustür.

- Das Multi-Channel-Netzwerk unterstützt uns, die bestehenden Kundenbeziehungen zu vertiefen und weiter auszubauen. Auf Grundlage von Kundendaten aus dem Warenhaus-, Versandhandels- und E-Business-Geschäft können wir für unsere Sortimente die passenden Zielgruppen ermitteln. Wer zum Beispiel bei Karstadt eine Golf- oder Tennisausrüstung auswählt, den informieren wir auf Wunsch über aktuelle Produkttrends in diesen Sportarten, über C & N-Reiseangebote speziell für Golf- und Tennissportler und über Neuheiten aus unseren Sportsortimenten.

- So multipliziert die Multi-Channel-Strategie unsere Vertriebskraft und bietet uns beste Chancen, unsere Spitzenposition auf allen Vertriebskanälen weiter auszubauen.

# STATIONÄRER EINZELHANDEL

implementieren • Finanzmarktdialog intensivieren • Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Ve

## KENNZAHLEN STATIONÄRER EINZELHANDEL

			2000	1999	Ver- änderung in %
<b>Umsatz- entwicklung</b>	Umsatz	Tsd. €	7.587.232	7.478.066	1,5
	<b>Ertragslage</b>				
	EBIT	Tsd. €	144.394	94.614	52,6
	EBIT-Marge	in %	1,9	1,3	-
	EBT	Tsd. €	91.591	38.821	135,9
	EBT-Marge	in %	1,2	0,5	-
	Eigenkapital	Tsd. €	1.070.274	1.044.672	2,5
	Nettofinanzverschuldung	Tsd. €	842.695	599.325	40,6
	Capital Employed	Tsd. €	1.912.969	1.643.997	16,4
	Return on Capital Employed	in %	7,6	5,8	-
	Return on Equity	in %	9,9	6,1	-
<b>Sonstige Angaben</b>	Investitionen	Tsd. €	422.736	323.424	30,7
	Abschreibungen	Tsd. €	241.125	251.544	- 4,1
	Brutto-Cash-Flow	Tsd. €	381.521	387.627	- 1,6
	Filialen	Anzahl	358	383	-
	Verkaufsfläche	Tsd. m <sup>2</sup>	2.369,9	2.388,3	- 0,8
	Vollzeitarbeitskräfte im Jahresdurchschnitt	Anzahl	55.352	55.641	- 0,5

**Das Marktumfeld: Wachstum um 1,8 %**

Messgröße für die Entwicklung des stationären Einzelhandels in Deutschland ist der sog. Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne, d. h. der gesamte Einzelhandelsumsatz ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Brenn- und Kraftstoffen sowie ohne das Geschäft der Apotheken. Dieses Segment umfasste im Berichtsjahr ein Volumen in Höhe von 375 Mrd. €. Damit ist Deutschland in Europa der größte Einzelhandelsmarkt, gefolgt von Frankreich und Italien.

Der Einzelhandel im engeren Sinne verzeichnete einen nominalen Umsatzanstieg in Höhe von 1,8 % und liegt leicht über der allgemeinen Einzelhandelsentwicklung (+1,3 %).

**Strategie und Positionierung:  
358 Warenhäuser und Fachgeschäfte**

Der KarstadtQuelle-Konzern ist im Geschäftsfeld stationärer Einzelhandel mit 189 Karstadt-Warenhäusern, überwiegend in 1-A-Lagen der Innenstädte sehr gut positioniert. Hinzu kommen 169 Fachgeschäfte unter den Marken Runners Point, Schaulandt, Wehmeyer und WOM (World of Music). Erweitert wird der Auftritt durch das Geschäftsfeld E-Business. Die Aufwendungen und Erträge

der Beteiligungs- und Management-Holding KarstadtQuelle AG sind ebenfalls in diesem Segment enthalten.

Dem Gedanken »Retail is local« folgend, konzentrieren wir uns im Warenhausgeschäft auf Deutschland. Eine Expansion ins Ausland bzw. die Beteiligung an ausländischen Warenhäusern erscheint uns derzeit unter Risiko- und Rentabilitätsaspekten nicht sinnvoll. Wir sehen jedoch Möglichkeiten für Kooperationen mit internationalen Partnern, z. B. in Form eines gemeinsamen Einkaufs.

Für die Fachgeschäfte, die Karstadt zurzeit ebenfalls fast ausschließlich in Deutschland betreibt, wird künftig eine Internationalisierung angestrebt. Internationale Sortimente und Marken können auch in anderen europäischen Ländern angeboten werden. Dies gilt z. B. in den Bereichen Fashion oder Sport.

Unser Wachstumskurs im stationären Einzelhandel wird zukünftig maßgeblich durch die Expansion mit erfolgreichen Branchenkonzepten wie Fashion und Sport, die Weiterentwicklung unseres Themenhauskonzeptes, die Stärkung der Kundenbeziehungen auf Basis einer deutlichen Erhöhung der Zahl der Kundenkarten sowie die verstärkte Einbindung des E-Business durch den Internet-Auftritt der starken Marke karstadt.de bestimmt.

**Deutschland  
ist in Europa  
der größte  
Einzelhandels-  
markt.**

## BERICHT ÜBER DAS GESCHÄFTSJAHR

### Umsatzentwicklung: Plus 1,5 %

Der stationäre Einzelhandel erzielte im Berichtsjahr Umsatzerlöse in Höhe von 7,59 Mrd. €. Dies entspricht einem Umsatzzuwachs von 1,5 %.

Die Umsatzsteigerung entsprach im Wesentlichen unseren Planungen. Nach den ersten drei Quartalen konnten wir noch einen deutlich höheren Umsatzanstieg ausweisen, jedoch erfüllte das 4. Quartal und insbesondere das Weihnachtsgeschäft unsere Erwartungen nicht, weil die Stimmung der Verbraucher durch externe Faktoren, wie z. B. die gestiegenen Energiepreise, negativ beeinflusst wurde. Hinzu kamen für das Textilsegment ungünstige Witterungsbedingungen, die im Oktober und November zu einem schleppenden Umsatzverlauf führten.

### Ertragslage: Überproportionaler Anstieg

Das Ergebnis entwickelte sich überproportional gut. Der Gewinn vor Ertragsteuern (nach außerordentlichen Belastungen) stieg auf 91,6 Mio. € (Vorjahr: 38,8 Mio. €). Das Ergebnis im Segment Warenhaus entwickelte sich deutlich positiv, während die Fachgeschäfte hinter dem Vorjahr zurücklagen. Die EBT-Marge legte von 0,5 % auf 1,2 % zu.

Der Rohertrag erreichte 3,30 Mrd. € nach 3,24 Mrd. € im Vorjahr. Die Rohertragsmarge erhöhte sich von 43,3 % auf 43,5 %.

Der Personalaufwand belief sich auf 1,98 Mrd. €. Dies entspricht, bezogen auf den Umsatz, einem gegenüber dem Vorjahr unveränderten Anteil von 26,1 %.

ntieren • Finanzmarktdialog intensivieren • Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Vertriebskar

Das Ergebnis beinhaltet außerordentliche Bestandteile, die sich zu einer Ergebnisbelastung in Höhe von 7,5 Mio. € saldieren. Einerseits sind außerordentliche Erträge in Höhe von 133,3 Mio. € enthalten. Diese resultieren aus Zuschreibungen im Anlagevermögen als Folge von Anpassungen der handelsrechtlichen an die steuerlichen Werte. Andererseits weisen wir außerordentliche Aufwendungen in Höhe von 140,8 Mio. € für Restrukturierungen aus. Diese sind hauptsächlich im Zuge der Umsetzung des 10-Punkte-Wertsteigerungsprogrammes entstanden und beziehen sich auf die Reorganisation der Warenlager sowie Personalabbaumaßnahmen im Rahmen unseres POWER-Projektes.

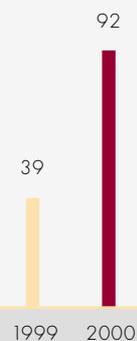
### ROCE gestiegen

Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) stieg ebenfalls deutlich und erreichte 7,6%, nach 5,8% im Vorjahr.

Umsatz in Mio. €



Ergebnis (EBT) in Mio. €



**KENNZAHLEN WARENHÄUSER**

			2000	1999	Veränderung in %
<b>Umsatzentwicklung</b>	Umsatz	Tsd. €	7.023.826	6.939.272	+ 1,2
	-flächenbereinigt*	in %	-	-	+ 1,2
<b>Ertragslage</b>	EBIT	Tsd. €	141.963	88.397	60,6
	EBIT-Marge	in %	2,0	1,3	-
	EBT	Tsd. €	91.444	34.300	166,6
	EBT-Marge	in %	1,3	0,5	-
<b>Sonstige Angaben</b>	Flächenproduktivität*	€	3.656	3.591	1,8
	Personalproduktivität*	€	157.746	153.083	3,0
	Investitionen	Tsd. €	406.679	308.696	31,7
	Abschreibungen	Tsd. €	229.058	238.997	- 4,2
	Filialen	Anzahl	189	208	-
	Verkaufsfläche	Tsd. m <sup>2</sup>	2.235,9	2.261,8	- 1,1
	Vollzeitarbeitskräfte im Jahresdurchschnitt	Anzahl	52.567	52.725	- 0,3

\*) nur Karstadt Warenhaus AG

**BERICHT ÜBER DAS GESCHÄFTSJAHR: WARENHÄUSER**
**Das Standortkonzept:**
**Das Themenhaus steht im Mittelpunkt**

Die 189 Karstadt-Warenhäuser (Vorjahr: 208) haben einen Marktanteil am deutschen Warenhausgeschäft von 36 % und sind damit Marktführer. Im Berichtsjahr eröffneten wir

zwei neue Filialen: das Sporthaus in Wildau mit 3.000 m<sup>2</sup> sowie das Warenhaus in Erfurt mit 11.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Geschlossen haben wir 18 Häuser mit einer Verkaufsfläche von 45.100 m<sup>2</sup>. Darunter befanden sich allein neun Teppich-Center mit rund 12.800 m<sup>2</sup> sowie drei »know-house« Software-Häuser mit insgesamt 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Drei weitere Teppich-Center wurden bestehenden Karstadt-Filialen angegliedert.

lisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren

Die Warenhäuser unterteilen wir in die beiden Kategorien »Themenhäuser« und »Kleinere Filialen«.

Die Themenhäuser steuerten knapp 90 % bzw. 6,25 Mrd. € zu den Umsätzen im Warenhausbereich bei. In den Themenhäusern bieten wir die Ware im Bedarfszusammenhang an, statt nach einer funktionellen, an traditionellen Einkaufsstrukturen angelehnten Abteilungsgliederung. Die Präsentation der Sortimente ist konsequent an sechs Konsumfeldern – Fashion, Personality, Living, Multimedia, Sport sowie Essen & Trinken – ausgerichtet. Dieser Marketingansatz, der sich auf das mittlere und gehobene Preissegment konzentriert, wird flankiert durch eine attraktivere Warenpräsentation sowie durch die Optimierung organisatorischer und administrativer Prozesse. 120 unserer 189 Häuser erfüllen die Voraussetzungen für die Umrüstung auf das Themenhauskonzept. Im Berichtsjahr haben wir 16 Warenhäuser auf dieses Konzept umgestellt. Damit erhöhte sich die Zahl der Themenhäuser auf insgesamt 73. Innerhalb dieser Gruppe sind unsere Top-Repräsentanten besonders hervorzuheben. Sie verfügen jeweils über Verkaufsflächen von mehr als 20.000 m<sup>2</sup> und sind in ihrer jeweiligen Region die erste Adresse im

Einzelhandel. Sie bieten die Vernetzung von Handel, Dienstleistungen, Gastronomie, Entertainment und Events. Zu dieser Gruppe gehören das KaDeWe in Berlin, das Hamburger Alsterhaus, das Münchner Haus Oberpollinger sowie das Karstadt-Haus in Hannover.

Die kleineren Filialen erreichten im Berichtsjahr einen Umsatz in Höhe von 0,77 Mrd. €. Die 69 Häuser mit einer Verkaufsfläche von jeweils weniger als 7.000 m<sup>2</sup> sind überwiegend in guten Lagen von Stadtteilen oder mittelgroßen Städten gelegen. Sie bieten den Kunden Angebote in unteren und mittleren Preislagen und präsentieren wegen der geringeren Verkaufsfläche ein kleineres Sortiment als die Themenhäuser.

Obwohl sich die Häuser überwiegend an attraktiven Standorten befinden, konnte das Angebot die Kunden nur teilweise überzeugen. Daher erarbeiten wir ein zukunftsorientiertes Konzept für die künftige strategische Ausrichtung der kleineren Filialen. Ein Teil der kleineren Standorte verfügt, mit einem konsequent auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnittenen Sortiment, über gute Wachstumsmöglichkeiten.

**Die Themenhäuser steuerten knapp 90 % zu den Umsätzen im Warenhausbereich bei.**

### Umsatzentwicklung: Plus 1,2 %

Im Berichtsjahr wurden im Warenhausgeschäft Umsatzerlöse in Höhe von 7,02 Mrd. € erzielt, nach 6,94 Mrd. € im Vorjahr. Dies entspricht einem Anstieg um 1,2 %. Der Umsatz auf vergleichbarer Fläche konnte ebenfalls um 1,2 % gesteigert werden.

### Ertragslage: Deutlicher Anstieg

Das Ergebnis weist einen deutlichen Anstieg aus. Das Ergebnis vor Ertragsteuern stieg von 34,3 Mio. € im Vorjahr auf 91,4 Mio. € im Geschäftsjahr 2000.

Der Ergebnisanstieg beruht auf der um 0,2 %-Punkte auf 43,5 % vom Umsatz verbesserten Rohertragsmarge. Positiv wirkte sich die Verbesserung der Marge in den Konsumfeldern Fashion und Essen & Trinken aus. Der gestiegene Umsatzanteil des margenschwächeren Segmentes Multimedia hatte einen entsprechend belastenden Einfluss.

Der Ergebnisanstieg beruht darüber hinaus auf einer verbesserten Kostensituation. Die Geschäftssystemkosten wurden konsequent verringert, das Warenbestandsmanagement und die Logistik verbessert sowie die Ausschöpfung von Synergien erfolgreich fortgesetzt.

### Flächenproduktivität gestiegen

Die Verkaufsfläche betrug zum Jahresende 2.235.904 m<sup>2</sup> ohne Vermietung an Konzerntöchter. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einer Verringerung um 25.856 m<sup>2</sup> oder 1,1 %. Im Jahresdurchschnitt nahm die selbst genutzte Verkaufsfläche der Warenhäuser um 18.399 m<sup>2</sup> oder 0,8 % auf 2.158.916 m<sup>2</sup> ab. Der Anteil dieser Fläche betrug 96,5 %. Rund 3,5 % der Verkaufsfläche waren an fremde Spezialanbieter, vor allem im Bereich Lebensmittel, vermietet.

Der Umsatz je m<sup>2</sup> selbst genutzter Fläche stieg um 1,8 % auf 3.656 € inklusive Umsatzsteuer. Nach Abzug der Preissteigerung der Sortimente stieg die Flächenproduktivität real um 1,2 %.

Die Warenhäuser haben ihren Warenbestand im Berichtsjahr 3,4 mal wie im Vorjahr umgeschlagen.

Vertriebskanäle vernetzen • Themenhäuser perfektionieren • Mode und Sport stärken • Versand spezialisieren

## UMSATZ NACH KONSUMFELDERN

	2000 Mio. €	1999 Mio. €	Ver- änderung in %	Umsatzanteil in 2000 in %
Fashion	1.948	1.948	0,0	28,4
Personality	1.275	1.285	- 0,8	18,6
Living	1.122	1.117	0,4	16,3
Sport	575	531	8,3	8,4
Multimedia	572	514	11,3	8,3
Essen & Trinken	842	834	0,9	12,3
Sonstiges	532	567	- 6,2	7,7
<b>Karstadt Warenhaus AG</b>	<b>6.866</b>	<b>6.796</b>	<b>1,0</b>	<b>100,0</b>
Überleitungsrechnung	158	143	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>7.024</b>	<b>6.939</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

### Karstadt-Preisindex nur leicht gestiegen

Den Karstadt-Preisindex erheben wir auf der Grundlage der in den Karstadt-Filialen angebotenen Produkte. Im Geschäftsjahr stiegen die Preise dieser Sortimente um 0,6% und damit erheblich geringer als der Index der Einzelhandelspreise, der sich im Jahresdurchschnitt um 1,1% erhöhte.

### Investitionen

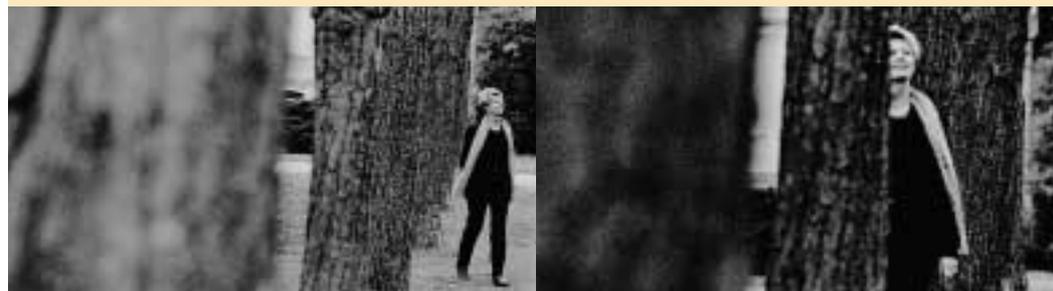
Das Investitionsvolumen belief sich auf 406,7 Mio. € einschließlich Finanzanlagen. Schwerpunkte der Investitionen im Sachanlagevermögen bildeten die Umrüstung von 16 Karstadt-Häusern zu Themenhäusern,

der Umbau und die Erweiterung des Warenhauses in Berlin am Hermannplatz sowie die Errichtung der Einkaufsgalerie Anger 1 in Erfurt.

### Die Konsumfelder: Überwiegend positive Umsatzentwicklung

Die Aufteilung der Umsätze im Warenhausgeschäft, gegliedert nach Konsumfeldern, ist in der Tabelle oben dargestellt.

spezialisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren



und erzielte Umsatzerlöse von 1,28 Mrd. €. Die Parfümerien weisen eine positive Entwicklung auf, wozu

### **Fashion: Besser als der Markt**

Fashion, unser volumenstärkstes Konsumfeld, erzielte im Berichtsjahr einen gegenüber dem Vorjahr unveränderten Umsatz in Höhe von 1,95 Mrd. €. Mit dieser Umsatzentwicklung hebt sich Karstadt positiv von der Gesamtbekleidungsbranche ab, die einen Umsatzrückgang um 0,8 % verzeichnete.

Ungünstige Witterungsverhältnisse in den wichtigen Monaten Oktober und November bewirkten eine schwache Nachfrage, insbesondere in den Outdoor-Segmenten. Karstadt entwickelte sich im Bereich Young Fashion positiv, wobei vor allem die Eigenmarke InScene hohe Akzeptanz erfuhr. Die Herrenkonfektion weist ebenfalls eine aufwärts gerichtete Tendenz auf. Erfolgreich entwickelten sich vor allem die Business-Bereiche und die Markenshop-Konzepte.

### **Personality: Differenzierte Entwicklung**

Das Konsumfeld Personality (u. a. Parfümerien, Schmuck, Schreibwaren und Bücher) entwickelte sich leicht rückläufig (- 0,8 %)

insbesondere die Abteilungen in den umgerüsteten Themenhäusern beitrugen.

Der Umsatz im Bereich Schmuck stagnierte, bedingt durch die deutliche Kaufzurückhaltung der Kunden im vierten Quartal. Bei Schreibwaren sank der Umsatz, verursacht fast ausschließlich durch einen marktbedingten Rückgang bei Trendsortimenten. Im Buchhandel konnten wir unsere Position unter den umsatzstärksten Unternehmen in Deutschland festigen.

### **Living: Umsatz auf Vorjahresniveau**

Im Konsumfeld Living (u. a. Elektrogeräte, Hausrat und Beleuchtung) setzten wir 1,12 Mrd. € (+ 0,4 %) um. Außergewöhnliche Zuwächse verzeichnete der Bereich Elektrogeräte. Hier wirkte sich insbesondere eine aggressivere Werbestrategie, die Zunahme des Telefonverkaufs bei Elektrogroßgeräten sowie der verstärkte Einstieg in Anfangspreislagen bei verschiedenen Warengruppen aus. Als Folge gezielter Flächenreduktion weisen die Bereiche Hausrat und Beleuchtung rückläufige Umsätze auf.

ntieren • Finanzmarktdialog intensivieren • Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Vertriebskar

### **Sport: Ausbau der Marktführerschaft**

Im Konsumfeld Sport konnten wir die Marktführerschaft mit 23 Sporthäusern sowie 164 Sportabteilungen in Warenhäusern durch ein Umsatzplus von 8,3 % auf 0,58 Mrd. € weiter ausbauen. Auf vergleichbarer Fläche beträgt der Umsatzzuwachs 6,5 %. Besonders erfreulich verlief das Geschäft in den Segmenten Women Fitness, Outdoor, Running und Golf. Die im Berichtsjahr neu eröffneten Sporthäuser in Wildau und Bochum entwickelten sich ebenfalls positiv.

### **Multimedia: Zweistelliges Umsatzplus**

Das Konsumfeld Multimedia (u. a. Computer, Mobilfunk) konnte den Umsatz um 11,3 % auf 0,57 Mrd. € steigern. Sehr gute Erfolge erzielten wir durch die Verbreiterung des Markenportfolios im Rahmen des PC-Hardware-Angebots. Auch der Ausbau des Mobilfunkbereiches, mit einem auf alle Filialen ausgeweiteten Angebot, leistete einen positiven Beitrag.

### **Essen & Trinken: Umsatz legt um 0,9% zu**

Das Konsumfeld Essen & Trinken umfasst die Segmente Nahrungs- und Genussmittel sowie Gastronomie. Der Umsatz stieg um 0,9 % auf 0,84 Mrd. €. Die Marktsituation bei Nahrungs- und Genussmitteln war unverändert durch einen scharfen Preiswettbewerb geprägt. Lediglich das vierte Quartal brachte eine leichte Entspannung insbesondere beim Umsatz mit Grundnahrungsmitteln. Infolge der BSE-Problematik verlagerte sich im Weihnachtsgeschäft der Umsatz von Fleisch- und Wurstwaren zu Fisch, Obst und Gemüse, Delikatessen, Käse und Süßwaren verzeichneten Umsatzzuwächse. Die Gastronomie entwickelte sich erfreulich. Neue Konzepte bezüglich der Gestaltung der Gasträume und Präsentation wurden von den Gästen gut angenommen.

Unter Sonstiges fassen wir nicht in Konsumfelder einbezogene Bereiche wie z. B. Spielwaren, Möbel und Home-Tech zusammen. Ausschlaggebend für den Umsatzrückgang um 6,2 % auf 0,53 Mrd. € ist die Reduzierung von Verkaufsfläche insbesondere im Bereich Möbel.

**Die Stärkung  
der Eigenmarken-  
kompetenz  
ist eines der  
strategischen  
Ziele.**

### **Traditionsreiche Filiale Berlin Hermannplatz wieder eröffnet**

Im September haben wir nach einer Umbauzeit von zweieinhalb Jahren das Traditionshaus am Berliner Hermannplatz (Baujahr 1929) wieder eröffnet. Mit einer Investitionssumme von knapp 100 Mio. € wurde die Verkaufsfläche des kundenorientierten Themenhauses von 28.000 m<sup>2</sup> auf 34.000 m<sup>2</sup> erweitert. Durch die Realisierung dieses Großprojektes untermauert KarstadtQuelle seine mit 15 Filialen herausragende Marktposition in der Hauptstadt.

### **Eigenmarkenkompetenz deutlich verstärkt**

Die Stärkung der Eigenmarkenkompetenz ist eines der strategischen Ziele in den Karstadt-Warenhäusern. Der im Berichtsjahr erfolgreich fortgesetzte Auf- und Ausbau starker, gut positionierter Eigenmarken hebt Karstadt vom Wettbewerb ab, erhöht die Kundenbindung und schafft kontinuierlich Mehrwerte.

Die Marke YORN vertritt sehr erfolgreich die Business-Mode im Hause Karstadt und repräsentiert einen eleganten und modernen Lebensstil, verbunden mit einem hohen Qualitätsanspruch. Im Young Fashion-Markt entwickelt sich die Marke InScene besonders erfolgreich. Unterstützt durch effiziente Marketing-Maßnahmen wurde die direkte Ansprache der Zielgruppe weiter verstärkt und die Entwicklung der Marke positiv beeinflusst. Im Segment Damenwäsche ist Desirée erfolgreich positioniert. Der mit 27 % hohe Bekanntheitsgrad von Desirée ist unter anderem die Grundlage für ein starkes Entwicklungspotenzial, z. B. in Form eines eigenständigen stationären Auftritts. Die Marke MyLine konzentriert sich auf eine Kollektion für Frauen mit großen Größen. MyLine steht für modischen Wechsel, Spaß an Bekleidung und uneingeschränkte Entfaltung der eigenen Persönlichkeit. Alex ist eine authentische, aktive Sportmarke auf hohem Qualitätsniveau. Alex hat seinen Ursprung in der Schwerathletik. Wir haben die Kompetenz in- zwischen sehr erfolgreich auf alle Sportarten ausgedehnt.

lisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren

### **Zahl der Inhaber der Kundenkarte stark gestiegen**

Die Klub-Karstadt-Kundenkarte ist ein zentrales Marketing- und Kundenbindungsinstrument. Im Geschäftsjahr 2000 belief sich der Umsatz mit Karteninhabern auf 1,6 Mrd. €. Dies entspricht bereits 23 % des Warenhausumsatzes. Die Zahl der ausgegebenen Karten konnte um 1,96 Mio. auf 4,12 Mio. gesteigert werden. Beim Einsatz der Karte gibt der Kunde einen fast doppelt so hohen Betrag pro Einkauf aus.

### **E-Business: Neue Shopping-Portale stärken gute Marktposition**

Wir setzen im E-Business künftig auf die Kraft des starken Markennamens Karstadt. Ausschlaggebend hierfür sind die überragende Bekanntheit dieser Marke und die damit verbundenen Assoziationen wie Vertrauen, Sicherheit und Zuverlässigkeit. Auf dieser Basis werden wir unsere Spitzenposition bei den E-Business-Angeboten in Deutschland festigen. In Verbindung mit Sortimenten, die sich an den speziellen Ansprüchen der Internetnutzer orientieren, sehen wir beste Chancen, die Kraft der Marke Karstadt auf die neuen Kommunikations- und Vertriebswege zu übertragen.

Im Berichtsjahr begannen wir mit dem Aufbau der neuen Online-Angebote des Warenhauses unter [www.karstadt.de](http://www.karstadt.de) und [www.karstadtsport.de](http://www.karstadtsport.de). Mehr als 9.000 Internet-Seiten mit Produkten, Informationen und Services wurden erstellt. Das neue Shopping- und Informations-Portal [karstadt.de](http://karstadt.de) integriert sechs sogenannte Verticals mit einem internetspezifischen Angebot. Es wird durch den Online-Auftritt von [karstadtsport.de](http://karstadtsport.de) ergänzt, das auf Grund der hohen Bedeutung des Themas Sport im KarstadtQuelle-Konzern mit einem eigenständigen Auftritt im Netz positioniert wird.

[Karstadt.de](http://Karstadt.de) und [karstadtsport.de](http://karstadtsport.de) werden Services bieten, wie es nur ein Unternehmen mit flächendeckender Filialpräsenz kann. Es ist z. B. geplant, in den Karstadt-Filialen und Sporthäusern sog. eService-Points zu errichten, an denen die Kunden die Möglichkeit haben, Online-Bestellungen aufzugeben oder Umtausch und Rückgabe von im Internet bestellten Artikeln unkompliziert abzuwickeln. Technische Zuverlässigkeit und Benutzerfreundlichkeit haben höchste Priorität. Deshalb wurden die Portale in einer ausgedehnten Testphase geprüft. Der Start erfolgt deshalb statt wie geplant im Herbst 2000 erst im Geschäftsjahr 2001.

**Der Umsatz mit Karteninhabern entspricht bereits 23 % des Warenhausumsatzes.**

implementieren • Finanzmarktdialog intensivieren • Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Ve

## KENNZAHLEN FACHGESCHÄFTE

			2000	1999	Ver- änderung in %
<b>Umsatz- entwicklung</b>	Umsatz	Tsd. €	563.406	538.794	4,6
	- flächenbereinigt*	in %	-	-	+ 5,0
<b>Ertragslage</b>	EBIT	Tsd. €	2.431	6.217	- 60,9
	EBIT-Marge	in %	0,4	1,2	-
	EBT	Tsd. €	147	4.521	- 96,7
	EBT-Marge	in %	0,0	0,8	-
<b>Sonstige Angaben</b>	Investitionen	Tsd. €	16.057	14.728	9,0
	Abschreibungen	Tsd. €	12.067	12.547	- 3,8
	Filialen	Anzahl	169	175	-
	Verkaufsfläche	Tsd. m <sup>2</sup>	134,0	126,5	5,9
	Vollzeitarbeitskräfte im Jahresdurchschnitt	Anzahl	2.785	2.916	- 4,5

### BERICHT ÜBER DAS GESCHÄFTSJAHR: FACHGESCHÄFTE

#### Umsatzentwicklung: Plus 4,6 %

Die Fachgeschäfte innerhalb des Karstadt Quelle-Konzerns steigerten den Umsatz um 4,6 % auf 0,56 Mrd. €. Flächenvergleichbar erhöhte sich der Umsatz um 5 %. Die Verkaufsfläche beläuft sich auf 134.016 m<sup>2</sup> nach 126.492 m<sup>2</sup> im Vorjahr.

#### Ertragslage: Rückläufig

Das Ergebnis vor Ertragsteuern ging von 4,5 Mio. € auf 0,1 Mio. € zurück. Ausschlaggebend ist im Wesentlichen der Ergebnisrückgang der Schaulandt GmbH sowie der WOM-Gruppe. Runners Point konnte sich verbessern.

### Die Fachgeschäfts-Marken

Im Segment Fachgeschäfte sind wir mit folgenden Marken positioniert:

Die **Wehmeyer GmbH & Co. KG** konzentriert sich auf den Verkauf von Damen-, Herren- und Kinderbekleidung. Die Gesellschaft erweiterte im Berichtsjahr ihr Filialnetz um vier Geschäfte und betreibt 32 Filialen.

Wehmeyer konnte sich in einem schwierigen Marktumfeld behaupten. Der Umsatz stieg auf 207,3 Mio. €. Dies entspricht einem Plus von 10 % (flächenvergleichbar: - 0,2 %). Das EBT erreichte 8,0 Mio. €, nach 8,4 Mio. € im Vorjahr.

Die **Runners Point** Warenhandelsgesellschaft mbH ist auf den Vertrieb von Schuhen und Bekleidung, vorwiegend für Sport und Freizeit, spezialisiert. In 100 Filialen (Vorjahr: 106) erzielte die Gesellschaft Umsatzerlöse in Höhe von 70,5 Mio. € (Vorjahr: 65,7 Mio. €). Dies entspricht einem Umsatzplus von 7,3 % (flächenvergleichbar: + 10,7 %). Nachdem im Vorjahr ein Restrukturierungsprozess abgeschlossen wurde, liegt die Gesellschaft im Berichtsjahr auch ergebnismäßig gut im Plan. Das EBT belief sich auf plus 0,7 Mio. €, nach einem Verlust von 1,5 Mio. € im Vorjahr.

Die **Schaulandt GmbH** ist Spezialist für Geräte der Unterhaltungselektronik und Kommunikationstechnik, EDV Soft- und Hardware sowie für Tonträger. Schaulandt erzielte Umsatzerlöse in Höhe von 216,3 Mio. €, nach 174,4 Mio. € im Vorjahr. Dies entspricht einem Anstieg um 24,1 % (flächenvergleichbar: + 10,5 %). Das Filialnetz wurde im Berichtsjahr um drei auf 19 Fachgeschäfte erweitert. Die Verkaufsfläche stieg auf 41.102 m<sup>2</sup> (Vorjahr: 34.850 m<sup>2</sup>). Es wird ein Verlust in Höhe von 5,5 Mio. € ausgewiesen nach einem Minus von 1,3 Mio. € im Vorjahr. Der Ergebnisrückgang ist neben Anlaufkosten für die neuen Filialen und erhöhten Marketingaufwendungen anlässlich des 25-jährigen Firmenjubiläums im Wesentlichen auf die Verringerung der Handelsspanne zurückzuführen.

Die WOM World of Music-Gruppe erzielte im Geschäftsjahr 2000 in 16 (Vorjahr: 21) auf Tonträger, Videos und DVD's spezialisierten Filialen einen Umsatz in Höhe von 59,5 Mio. €. Gegenüber dem Vorjahr (76,5 Mio. €) entspricht dies einem Rückgang um 22,2% (flächenvergleichbar - 2,3%). Das Umsatzminus ist überwiegend durch die Abgabe von fünf Filialen, in Erfüllung kartellrechtlicher Auflagen, bedingt. WOM weist ein EBT in Höhe von minus 2,3 Mio. € nach einem nahezu ausgeglichenen Ergebnis im Vorjahr aus.

## **PROGNOSEBERICHT: STATIONÄRER EINZELHANDEL**

### **Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2001**

#### **Ausbau der Branchenkonzepte**

Wir werden die Expansion in Branchen mit einer starken Marktposition und einer hohen Marktattraktivität forcieren. Dazu gehören insbesondere Fashion, Sport und Technik.

Über unsere Branchenkonzepte erreichen wir eine bessere Ausschöpfung des Kundenpotenzials. Ausgehend von unserer guten Positionierung im Warenhaus bauen wir das Konzept über die Vertriebskanäle Fachgeschäft und E-Business aus.

Die branchenorientierte Steuerung beinhaltet zwei entscheidende Elemente. Einerseits können wir Marken, wie z. B. im Bereich Fashion Karstadt, SinnLeffers und Wehmeyer, in unterschiedlichen Preislagen positionieren und damit den jeweiligen Markt möglichst komplett abdecken. Andererseits werden trotz getrennter Markenführung alle Vertriebskanäle durch eine einheitliche Plattform koordiniert und unterstützt. Insbesondere in den rückwärtigen Diensten

ntieren • Finanzmarktdialog intensivieren • Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Vertriebskar

können auf diese Weise Aufgaben zusammengefasst und Synergien ausgeschöpft werden.



Die Umsetzung der Branchenkonzepte Fashion und Sport haben wir nach dem Bilanzstichtag durch zwei Akquisitionen forciert.

Im Bereich Fashion erwarben wir zu Beginn des neuen Geschäftsjahres die SINN LEFFERS AG, Hagen. SinnLeffers ist die größte börsennotierte Textilhandels-gesellschaft in Deutschland. Das Unternehmen betreibt 43 Modehäuser mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.000 und 10.000 m<sup>2</sup> und erzielte im Geschäftsjahr 2000 einen Nettoumsatz von rund 0,6 Mrd. €. SinnLeffers beschäftigt mehr als 4.200 Mitarbeiter und definiert als leistungsstarker Vollsortiments-anbieter die Kernkompetenzen in den Waren-bereichen Damen-, Herren-, Kinderbeklei-dung, Young Fashion und Wäsche. Die Ein-beziehung von SinnLeffers baut die Ange-botspalette unseres Fashion-Segments nach oben weiter aus und bietet zusätzlich die Möglichkeit, Synergien in den Bereichen Einkauf, Marketing, Logistik, Verwaltung und Facility Management zu heben. KarstadtQuelle stärkt mit dieser Akquisition nachhaltig die führende Marktstellung im Fashion-Bereich.

Im Bereich Sport übernahmen wir im Februar 2001 50 % der Gesellschaftsanteile an der Golf House Direktversand GmbH, Hamburg. Golf House ist die Nummer 2 im Marktsegment Golf-Bekleidung und Golf-Equipment in Deutschland und erzielte im Geschäftsjahr 2000 einen Nettoumsatz in Höhe von rund 22 Mio. €. Durch die Beteili-gung an Golf House stärken wir die bereits bestehende Marktführerschaft im Segment Golf deutlich.

**Die Umsetzung der Branchenkonzepte Fashion und Sport haben wir durch zwei Akquisitionen forciert.**

Golf ist einer der wichtigsten Sportmärkte der Zukunft und wird sich in den nächsten zehn Jahren vom Luxussport für wenige zum Freizeitsport für viele entwickeln. Der deutsche Golf-Markt repräsentierte im Jahr 2000 ein Einzelhandelsvolumen in Höhe von 184 Mio. €. Dieses wird sich bis zum Jahr 2010 voraussichtlich auf ca. 460 Mio. € nahezu verdreifachen.

Durch den gemeinsamen Bestand von etwa 100.000 Kundenadressen in der hochattraktiven Käufergruppe des Golf-Segments schafft der Marktauftritt von Karstadt Sport und Golf House ein interessantes Cross Selling Potenzial sowohl im Bereich Einzelhandel als auch in der Touristik.

### **Neue Standortkonzepte**

Die Entwicklung neuer Standortkonzepte spielt im KarstadtQuelle-Konzern im Rahmen des neustrukturierten Immobilienmanagements eine gewichtige Rolle. Beispielhaft ist die Einkaufsgalerie »Anger 1« in Erfurt, die wir im Berichtsjahr eröffneten. Mit einem Investitionsvolumen von rund 60 Mio. € wurde das bestehende Karstadt-Warenhaus ausgebaut und zum Kern eines neu entstandenen Einkaufszentrums umgestaltet. Das Warenhaus mit 12.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ist integriert in eine Reihe kleiner bis mittelgroßer Fachgeschäfte, die eine Verkaufsfläche von weiteren 11.000 m<sup>2</sup> aufweisen. Warenhaus und Fachgeschäfte ergänzen sich, erhöhen die Attraktivität und damit den Umsatz des Standortes. Karstadt Quelle profitiert darüber hinaus als Vermieter durch umsatzabhängige Mieten.

Die Vermietung von Warenhausflächen wird künftig einen größeren Umfang annehmen. Die Integration erfolgreicher Händler steigert die Rentabilität der Objekte und erhöht zusätzlich die Kundenfrequenz.

lisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren

### Weiterer Ausbau der Kundenkarte

Die Zahl der Inhaber der Kundenkarte wird im Geschäftsjahr 2001 weiter deutlich zunehmen. Im Februar haben wir die Planungen nach oben korrigiert. Wir wollen durch internes Wachstum die Zahl der ausgegebenen Karten zum Jahresende auf 6,5 Millionen erhöhen. Parallel arbeiten wir an Konzepten, die Kartenzahl durch externes Wachstum auf eine erheblich breitere Basis zu stellen.

### Ausblick

#### Deutliche Ergebnissteigerung geplant

Wir planen, das Ergebnis im Stationären Einzelhandel weiter deutlich zu steigern. Die Stärkung der Ertragskraft basiert in erster Linie auf dem in Umsetzung befindlichen Restrukturierungsprogramm. Dieses wird zu erheblicher Kostenreduzierung, insbesondere bei den Personalkosten führen. Darüber hinaus wirken sich die Straffung und Zentralisierung von Verwaltungsprozessen und die Verringerung der Warenbestände bei gleichzeitiger Reduktion der Lagerflächen kostensenkend aus.

Zusätzlich entfallen eine Reihe von Einmalbelastungen, die im Geschäftsjahr 2000 für Restrukturierungsmaßnahmen entstanden sind.

Bezogen auf den Umsatz planen wir eine Steigerung in Höhe von 10 %, ohne Sinnergebnis von 2 %.

# VERSANDHANDEL

implementieren • Finanzmarktdialog intensivieren • Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Ve

## KENNZAHLEN VERSANDHANDEL

			2000	1999	Ver- änderung in %
<b>Umsatz- entwicklung</b>	Umsatz	Tsd. €	7.550.911	7.273.918	3,8
	davon Auslandsumsatz	Tsd. €	1.519.243	1.310.033	16,0
	Auslandsanteil	in %	20,1	18,0	-
<b>Ertragslage</b>	EBIT	Tsd. €	158.902	143.733	10,6
	EBIT-Marge	in %	2,1	2,0	-
	EBT	Tsd. €	154.769	145.779	6,2
	EBT-Marge	in %	2,0	2,0	-
	Eigenkapital	Tsd. €	466.545	416.834	11,9
	Nettofinanzverschuldung	Tsd. €	505.084	776.616	- 35,0
	Capital Employed	Tsd. €	971.629	1.193.450	- 18,6
	Return on Capital Employed	in %	16,4	12,0	-
	Return on Equity	in %	24,8	20,2	-
	<b>Sonstige Angaben</b>	Investitionen	Tsd. €	185.907	184.703
Abschreibungen		Tsd. €	113.565	126.991	- 10,6
Brutto-Cash-Flow		Tsd. €	206.143	226.177	- 8,9
Vollzeitarbeitskräfte im Jahresdurchschnitt		Anzahl	29.654	30.013	- 1,2

## BERICHT ÜBER DAS GESCHÄFTSJAHR

### Gutes Marktumfeld

Der Versandhandel in Deutschland setzte im Geschäftsjahr 2000 nach Angaben des Bundesverbandes des deutschen Versandhandels (BVH) Waren im Wert von 21,2 Mrd. € um. Im Vergleich zu 1999 entspricht dies einem Zuwachs von 1,7%.

Der Anteil des Versandhandels am gesamten deutschen Einzelhandel stieg leicht an und beträgt 5,6%.

Das Volumen des europäischen Versandhandelsmarktes beträgt knapp 50 Mrd. €. Deutschland repräsentiert in Europa mit rd. 42% den größten Marktanteil, gefolgt von Großbritannien mit rd. 25% und Frankreich mit rd. 16%. Der Versandhandel beschäftigt direkt etwa 150.000 Arbeitnehmer. Indirekt arbeiten noch einmal etwa dieselbe Anzahl in den Bereichen Druck, Transport, ergänzende Computertätigkeiten und Agenturen.

Den größten Versandhandelsmarkt der Welt bilden die Vereinigten Staaten von Amerika. Deutschland belegt weltweit, bezogen auf das Umsatzvolumen, den zweiten Platz.

Der Konsument in Deutschland ist sehr versandhandelsorientiert. In keinem anderen Land wird pro Einwohner so viel im Versandhandel gekauft wie in Deutschland. Der

durchschnittliche Pro-Kopf-Versandumsatz betrug im Jahr 2000 rund 256 €.

### Strategie und Positionierung:

#### Zwei starke Marken

Der KarstadtQuelle-Konzern verfolgt eine Zwei-Marken-Strategie und ist mit Quelle und Neckermann Marktführer im deutschen Versandhandel. Weltweit belegen wir den zweiten Platz.

Der Bekanntheitsgrad der beiden Marken Quelle und Neckermann in Deutschland liegt jeweils über 90% und ist damit außerordentlich hoch.

Beide Marken decken sowohl den Universalversand als auch den Spezialversandhandel ab. Beide Unternehmen haben über Jahrzehnte ein starkes Markenimage aufgebaut und sind bei den Kunden als Anbieter mit höchster Kompetenz positioniert. Die für den Versandhandel entscheidenden Merkmale wie Produktvielfalt, gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, Verlässlichkeit in der Abwicklung, E-Business Kompetenz und guter Service kennzeichnen sowohl das Image von Quelle als auch jenes von Neckermann. Hinzu kommen weitere Vorzüge wie die Einhaltung anspruchsvoller Umwelt- und Qualitätsstandards.

**Die Quelle-Gruppe:  
Marktführer im deutschen Versandhandel**

**Die Marke  
Quelle  
steht für eine  
einmalige  
Angebots- und  
Vertriebskanal-  
vielfalt.**

Die Quelle-Gruppe ist mit einem Marktanteil von mehr als 20 % Marktführer im deutschen Versandhandel. Das Quelle-Beteiligungsportfolio umfasst mehr als 100 Tochter- und Beteiligungsgesellschaften. Der Großteil der Umsätze entfällt auf das Inland.

Die Marke Quelle steht für eine einmalige Angebots- und Vertriebskanalvielfalt. Mit einem Warensortiment, das pro Saison jeweils rund 160.000 bis 180.000 Artikelpositionen umfasst, ist Quelle Europas führender Vollsortimenter. Das Angebot reicht von Mode über technische Gebrauchsgüter und Möbel bis zu Erzeugnissen für Familie, Beruf, Freizeit und Gesundheit. Quelle besetzt in zahlreichen Produktgruppen Spitzenplätze, beispielsweise ist das Unternehmen umsatzstärkster Anbieter im deutschen Küchenhandel.

Ein unverändert wichtiges Medium ist der Quelle-Hauptkatalog, der zweimal im Jahr erscheint. Ergänzt und abgerundet wird das Quelle-Angebot durch zielgruppenorientierte Spezialkataloge und zahlreiche saisonorientierte Zwischenkataloge. Das erfolgreiche E-Business Geschäft basiert auf dem im Berichtsjahr komplett überarbeiteten Shopping-Portal [www.quelle.de](http://www.quelle.de). Die Quelle-Kunden nehmen das Angebot sehr gut an. Die Umsätze erreichten im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Rekordniveau.

Stationär ist Quelle international mit einem Vertriebsnetz von rund 10.000 versandunterstützenden Einheiten vertreten. Die Quelle-Shops, Franchise-Partner, Technik-Center, Kundendienste und Fundgruben sorgen für eine starke Marktpräsenz.

### **Die Neckermann-Gruppe: Drittgrößtes deutsches Versandhaus**

Die Neckermann-Gruppe ist mit einem Marktanteil von gut 9 % das drittgrößte Versandhandelsunternehmen in Deutschland und mit ihren in- und ausländischen Tochtergesellschaften in 13 europäischen Ländern präsent.

Der Hauptkatalog präsentiert ein umfassendes Sortiment, das unter anderem aus Mode für Damen, Herren und Kinder sowie Heimtextilien, Wohnen, Sport und Technik besteht. Neckermann hat in den vergangenen Jahren eine besondere Kompetenz in den Sortimentsbereichen Wohnen und Herrenmode entwickelt. Beide zeichnen sich durch starke Umsatzzuwächse aus.

Neckermann hat sich darüber hinaus als Spezialist in verschiedenen Segmenten etabliert. Seit mehr als zehn Jahren bildet der wachsende Markt für Sondergrößen einen Schwerpunkt. Der Markt für Senioren ist auf Grund der Umkehrung der Alterspyramide in der Gesellschaft ein weiteres wachstumsstarkes Segment.

Neckermann betreibt unter der Bezeichnung »KatalogWelt + Reisebüro« auch ein stationäres Geschäft. Die 92 Vertriebsstellen nehmen Bestellungen für den Katalog an und vermitteln Pauschalreisen. Hinzu kommen 67 FOX-Märkte, die für Neckermann Restware aus zurückliegenden Katalogperioden vermarkten.

Im Frühjahr 2000 feierte Neckermann das 50-jährige Bestehen. Anlässlich dieses Jubiläums wurde das Marketing ausgeweitet und durch Fernsehwerbung flankiert. Die Kunden profitieren von attraktiven Produktangeboten. In der Jubiläumssaison konnten zahlreiche neue Kunden gewonnen sowie viele bereits bestehende Kundenbeziehungen ausgebaut werden. Der auf die Jubiläumsaktivitäten zurückzuführende Umsatzverlauf war sehr erfreulich.

**Neckermann  
hat sich als  
Spezialist in  
verschiedenen  
Segmenten  
etabliert.**

**Umsatz** in Mio. €



**Umsatzentwicklung: Plus 3,8 %**

Der Geschäftsbereich Versandhandel erzielte im Berichtsjahr Umsatzerlöse in Höhe von 7,55 Mrd. € (Vorjahr: 7,27 Mrd. €). Der Umsatz konnte damit um 3,8 % gesteigert werden.

In Deutschland setzten wir 6,03 Mrd. € nach 5,96 Mrd. € im Vorjahr um. Dies entspricht einem Anstieg um 1,1 %. Im Ausland haben wir einen Umsatzzuwachs um 16 % auf 1,52 Mrd. € erreicht. Der Auslandsanteil am Umsatz des Versandhandelssegmentes erhöhte sich um 2,1 %-Punkte auf 20,1 %.

**Ertragslage: 6,2 % Zuwachs –  
Beeinflussung durch Sondereffekte**

Das Ergebnis vor Ertragsteuern erhöhte sich um 6,2 % auf 154,8 Mio. €, nach 145,8 Mio. € im Vorjahr.

Das Ergebnis ist durch Sondereffekte beeinflusst. In Höhe von 15,5 Mio. € wirkte sich die Bildung von zusätzlichen Rückstellungen für Altersteilzeit ergebnisbelastend aus. Positiv hat sich der Ertrag aus der Veräußerung des Versandzentrums in Nürnberg in Höhe von 36,4 Mio. € niedergeschlagen.

**Ergebnis (EBT)** in Mio. €



lisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren

Um diese Sondereffekte bereinigt, verringerte sich das Ergebnis vor Ertragsteuern um knapp 10 %. Ausschlaggebend dafür war insbesondere der Rückgang der Rohtragsmarge von 48,4 % auf 47,3 %. Die Verzinsung des eingesetzten Kapitals (ROCE) betrug 16,4 % nach 12 % im Vorjahr.

#### **Investitionsvolumen leicht gestiegen**

Das Investitionsvolumen belief sich auf 185,9 Mio. € gegenüber 184,7 Mio. € im Vorjahr. Folgende größere Investitionsvorhaben wurden im Berichtsjahr umgesetzt:

Quelle investierte in den Um- und Ausbau des Quelle-Einkaufscenters in Fürth und erweiterte die Verkaufsfläche um über 10.000 m<sup>2</sup> auf 20.000 m<sup>2</sup>. Zusätzliche Produktgruppen wie z. B. Möbel und Sport wurden aufgenommen und weitere externe Dienstleister integriert.

Neckermann begann im April 2000 im Logistikzentrum Frankfurt mit der Errichtung eines Neubaus, um künftig auf größerer Fläche eine noch wirtschaftlichere Warenaufbereitung zu gewährleisten. Die Inbetriebnahme des neuen Versandgebäudes ist für Anfang 2002 vorgesehen. Die Investitionen des Berichtsjahres belaufen sich auf ca. 15 Mio. €. Die Gesamtinvestitionssumme wird ca. 45 Mio. € betragen.

#### **Die Stärken von Quelle und Neckermann**

##### **Ausgereiftes Fulfillment**

Quelle und Neckermann beherrschen eine ausgereifte und verlässliche Prozesskette im Fulfillment. Diese umfasst vor allem die Bereiche Call Center, Logistik, Datenmanagement und Rechnungsbearbeitung. Im E-Business stellt dies einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil dar.

Die leistungsfähige und serviceorientierte Logistik gehört zu den Kernkompetenzen von Quelle und Neckermann. Hierbei bilden Effizienz und der Einsatz von Spitzentechnologie im Dienste der Kunden die grundlegenden logistischen Erfolgsfaktoren.

Beispielhaft für höchste Logistikkompetenz sind die Logistikzentren.

##### **Logistikzentrum Leipzig: Weltweites Referenzobjekt**

Quelle betreibt in Leipzig ein hochmodernes Logistikzentrum. Es wurde in den Jahren 1991 bis 1995 errichtet, wickelt über 90 % der Paketversandleistung des Unternehmens ab und gilt weltweit als Referenzobjekt für moderne logistische Problemlösungen und Spitzentechnologie.

Quelle verschickte aus Leipzig im Geschäftsjahr Warensendungen mit über 100 Millionen Bestandteilen. Wir bieten den Kunden sowohl einen 24-Stunden- als auch einen 48-Stunden-Lieferservice sowie die Zustellung zu einem Wunschtermin.

Kennzeichen des Neckermann Logistikzentrums in Frankfurt am Main ist eine kompakte Warenbearbeitung. Alle logistischen Funktionen werden wahrgenommen, einschließlich der Aufbereitung der rückfließenden Ware. Die Erfüllung der 24-Stunden-Lieferung, die Bestellung zum Wunschtermin und ein unkomplizierter, freundlicher Service stehen im Vordergrund.

Quelle und Neckermann verschicken gemeinsam in Deutschland pro Jahr ca. 65 Mio. Warensendungen.

#### **14 Millionen qualifizierte Kundenadressen**

Quelle und Neckermann pflegen einen Bestand von 14 Mio. Versandkundenadressen. Diese überschneidungsfrei ermittelten Adressen beinhalten die Anzahl der Haushalte, mit denen eine aktive Kundenbeziehung besteht, d.h. ein Kaufvorgang in den letzten zwölf Monaten erfolgte.

Es handelt sich um qualitativ hochwertige Informationen, gewonnen aus langjährigen Geschäftsbeziehungen. Die daraus resultierende Kenntnis der Kundenpräferenzen ermöglicht es, dem Kunden einen an seinen persönlichen Ansprüchen und Wünschen ausgerichteten Mehrwert zu bieten.

#### **Erfolgreiche Eigenmarkenpolitik**

Die KarstadtQuelle-Versender nutzen seit Jahrzehnten konsequent die Chancen von Eigenmarken.

Die erfolgreichste Handelsmarke von Quelle ist »PRIVILEG«. Diese Eigenmarke ist im Bereich »Weiße Ware« bestens etabliert und positioniert. Quelle nimmt mit jeweils zweistelligen Marktanteilen bei Kühlschränken, Waschmaschinen, Gefriergeräten und Nähmaschinen die Spitzenposition im deutschen Markt ein.

Ebenfalls erfolgreich agiert die Eigenmarke »UNIVERSUM« am Markt. Unter dieser Marke vertreibt Quelle seit 40 Jahren Audio- und Videogeräte, also die so genannte »Braune Ware«. Seit 1960 verkaufte Quelle unter der Marke »UNIVERSUM« jeweils mehr als 10 Millionen Fernsehgeräte, 2 Millionen Videorecorder und 8 Millionen Audiosysteme.

Vertriebskanäle vernetzen • Themenhäuser perfektionieren • Mode und Sport stärken • Versand spezialisieren

Neckermann führt im Textil- und Hartwarenbereich insgesamt mehr als zehn Eigenmarken, die Bekanntheitsgrade von bis zu

78 % erreichen. Besonders ausgeprägt sind die Eigenmarkenanteile bei »Weißer Ware« mit 56 % und Heimwerker-/Gartenartikeln mit 74 %. In der Unterhaltungselektronik ist zum Beispiel die Eigenmarke »Palladium«, bei weißer Ware z.B. »Lloyds« und im Textilbereich »John F. Gee« erfolgreich.

Unsere Eigenmarken stehen für kontinuierlich hohe Qualität, verbraucherorientierte Gestaltung und zeitgemäßes Design. Konzeption und Gestaltung der Produkte erfolgen in enger Kooperation mit den Herstellern. So wird sichergestellt, dass die Sortimentspalette sowohl technisch ausgereift als auch marktgerecht ist. Unsere gewachsene starke Marktposition ist auch eine Folge dieser bewährten Strategie.



### Starkes Auslandswachstum

Das Auslandsgeschäft zeichnet sich durch hohe Wachstumsraten aus. Im Geschäftsjahr 2000 wurde ein Zuwachs von 16 % erzielt.

Die größte Quelle-Auslandsgesellschaft ist Quelle La Source in Frankreich mit Tochtergesellschaften in Belgien, Spanien, Portugal und Dänemark. Quelle La Source hat sich in den vergangenen Jahren zu einem Universalversender mit Schwerpunkt Damenoberbekleidung und Wäsche entwickelt und verantwortet eine eigenständige Sortiments- und Geschäftspolitik, die sich stark an lokalen Bedingungen und Trends ausrichtet. Die Quelle La Source-Gruppe veröffentlicht Kataloge in sechs Sprachen und erzielte im Geschäftsjahr 2000 Umsätze in Höhe von 470,9 Mio. € (Vorjahr: 444,3 Mio. €). Dies entspricht einem Anstieg um 6 %.

**Das Auslandsgeschäft zeichnet sich durch hohe Wachstumsraten aus.**

**Unsere Multi-Channel-Strategie ist konsequent an den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden ausgerichtet.**

Neben den Tochtergesellschaften in den Niederlanden und Österreich ist die **Bon'A Parte-Gruppe** das wichtigste Necker-mann-Auslandsengagement. Sie hat ihren Sitz und Ursprung in Dänemark und leitet von dort die Aktivitäten im Heimatmarkt sowie in Schweden, den Niederlanden und in Deutschland. Bon'A Parte deckt die Marktsegmente Damen-, Herren- und Kinderbekleidung sowie Bettwäsche und Miederwaren ab. Die Entwicklung der Gruppe ist durch dynamisches Wachstum gekennzeichnet. Sie erzielte im Berichtsjahr Umsatzerlöse in Höhe von 49,2 Mio. €. Damit konnte der Umsatz um 33 % gesteigert werden.

**E-Business-Nachfrage übertrifft die Erwartungen**

Wir verfolgen im Versandhandel eine ziel- und zukunftsgerichtete Multi-Channel-Strategie: Die unterschiedlichen Vertriebswege bilden ein Netzwerk, das sowohl Online als auch Offline konsequent an den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden ausgerichtet ist. Katalog, stationäres Geschäft und Internet ergänzen sich mit zunehmender Tendenz.

Mit [www.quelle.de](http://www.quelle.de) und [www.neckermann.de](http://www.neckermann.de) sind unsere Versender bereits seit 1995 im Internethandel präsent und besetzen seitdem in Deutschland eine Spitzenposition. Darüber hinaus bieten eine Reihe von Spezialversendern weitere Sortimente erfolgreich im World Wide Web an. Quelle und Neckermann erfüllen alle infrastrukturellen Anforderungen, um den elektronischen Handel für das weitere Wachstum der Unternehmen effektiv einzusetzen. Online-Verkauf ist letztlich nichts anderes als Handel auf Distanz – und das ist das Kerngeschäft des Versandhandels.

ntieren • Finanzmarktdialog intensivieren • Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Vertriebskar

Über das Internet sind nahezu alle Artikelpositionen aus den deutschen Quelle- und Neckermann-Katalogen bestellbar. Die bewährten Dienstleistungsangebote – wie Kundenservice, pünktliche Lieferung und Retourenabwicklung – sind selbstverständlich auch über das Internet gewährleistet. Online-Zusatzdienste, wie z.B. sofortige Lieferaussage, Auftragsstatus- und Kontoinformationen ergänzen das Angebot. Weiterhin findet der Kunde auf den Websites zusätzliche Produktinformationen, bewegte Bilder und dreidimensionale Ansichten, die Produktfunktionen näher erläutern.

Die Nachfrage in unserem Online-Handel weist außerordentliche Steigerungsraten auf. Im Geschäftsjahr 2000 und dabei insbesondere im Weihnachtsgeschäft konnte der Durchbruch zu einem volumenstarken Internetgeschäft vollzogen werden. Reichweite und Akzeptanz erzielten Werte, die den elektronischen Handel als weiteren, gleichberechtigten Vertriebsweg etablierten. Die Online Nachfrage stieg von 104,3 Mio. € im Vorjahr auf 439,7 Mio. € im Berichtsjahr und konnte damit mehr als vervierfacht werden. Die Nachfrage übertraf auch unsere hochgesteckten internen Planwerte.

Vertrauen und Sicherheit gelten als wichtige Erfolgsfaktoren für Online-Shopping. In diesen Bereichen liegen unsere elementaren Stärken. Die durch vielfältige Kundenbeziehungen gewachsene Vertrauensbasis, welche die beiden Versender über Jahrzehnte aufgebaut haben, ergänzt sich ideal mit dem hohen, vertrauensbildenden Bekanntheitsgrad und dem soliden Image der Marken. Sicherheitsprobleme im Zahlungsverkehr zwischen Kunden und Quelle bzw. Neckermann treten nicht auf. Der Kunde kann risikolos und bequem auf Rechnung kaufen.

Vertriebskanäle vernetzen • Themenhäuser perfektionieren • Mode und Sport stärken • Versand spezial

### KENNZAHLEN UNIVERSALVERSAND

			2000	1999	Ver- änderung in %
<b>Umsatz- entwicklung</b>	Umsatz	Tsd. €	6.448.163	6.422.583	0,4
	davon Auslandsumsatz	Tsd. €	1.250.299	1.197.812	4,4
	Auslandsanteil	in %	19,4	18,7	-
<b>Ertragslage</b>	EBIT	Tsd. €	116.119	103.824	11,8
	EBIT-Marge	in %	1,8	1,6	-
	EBT	Tsd. €	117.723	109.262	7,7
	EBT-Marge	in %	1,8	1,7	-
<b>Sonstige Angaben</b>	Investitionen	Tsd. €	150.360	157.307	- 4,4
	Abschreibungen	Tsd. €	96.555	111.711	- 13,6
	Vollzeitarbeitskräfte im Jahresdurchschnitt	Anzahl	25.568	26.214	2,5

### BERICHT ÜBER DAS GESCHÄFTSJAHR: UNIVERSALVERSAND

Im Segment Universalversand ist hauptsächlich das Geschäft mit den Hauptkatalogen von Quelle und Neckermann zusammengefasst. Es wird auch als das klassische Versandhandelsgeschäft bezeichnet.

Die Hauptkataloge sind rund 1.500 Seiten stark und zeitlich auf Frühjahr/Sommer und Herbst/Winter ausgerichtet.

lisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren

Der Quelle-Hauptkatalog erscheint in einer Auflage von jeweils rund 12 Mio. Exemplaren und wird an jeden dritten Haushalt in Deutschland geliefert. Der Katalog präsentiert pro Saison jeweils ca. 80.000 Artikel.

Der Neckermann-Hauptkatalog wird in einer Auflage von jeweils rund 7 Mio. Exemplaren herausgegeben. Die Kernzielgruppe des Neckermann-Versandes ist die junge Familie.

#### **Umsatzentwicklung: Plus 0,4 %**

Im Berichtsjahr konnten wir den Nettoumsatz im Universalversand von 6,42 Mrd. € auf 6,45 Mrd. € steigern. Dies entspricht einem Plus von 0,4 %. Der Universalversand steuert 85 % zum gesamten Versandhandelsumsatz bei und ist damit wichtigster Umsatzträger.

Im Ausland haben wir 1,25 Mrd. € umgesetzt, nach 1,20 Mrd. € im Vorjahr. Der Auslandsumsatz erhöhte sich um 4,4 % und steuert 19,4 % zum Gesamtumsatz des Universalversandes bei.

#### **Ertragslage: Um 7,7 % verbessert**

Das Ergebnis vor Ertragsteuern erreichte 117,7 Mio. €. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahreswert in Höhe von 109,3 Mio. € einem Zuwachs um 7,7 %.

Die bereits dargestellten Sondereffekte aus der Bildung von Rückstellungen für Altersteilzeit und der Veräußerung des Versandzentrums in Nürnberg wirken sich im Universalversand aus.

**Der Universalversand steuert 85 % zum gesamten Versandhandelsumsatz bei.**

implementieren • Finanzmarktdialog intensivieren • Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Ve

### KENNZAHLEN SPEZIALVERSAND

			2000	1999	Ver- änderung in %
<b>Umsatz- entwicklung</b>	Umsatz	Tsd. €	1.102.748	851.335	29,5
	davon Auslandsumsatz	Tsd. €	269.953	110.929	143,4
	Auslandsanteil	in %	24,5	13,0	-
<b>Ertragslage</b>	EBIT	Tsd. €	42.783	39.909	7,2
	EBIT-Marge	in %	3,9	4,7	-
	EBT	Tsd. €	37.046	36.517	1,4
	EBT-Marge	in %	3,4	4,3	-
<b>Sonstige Angaben</b>	Investitionen	Tsd. €	35.547	27.396	29,8
	Abschreibungen	Tsd. €	17.010	15.280	11,3
	Vollzeitarbeitskräfte im Jahresdurchschnitt	Anzahl	4.086	3.799	7,6

### BERICHT ÜBER DAS GESCHÄFTSJAHR: SPEZIALVERSAND

Unser Spezialversand entwickelt sich immer mehr zum Wachstumsmotor im Versandhandel. Quelle und Neckermann sind weltweit mit 178 Spezialkatalogen positioniert.

#### Umsatzentwicklung: Plus 29,5 %

Im Geschäftsjahr 2000 erzielten wir Umsatzerlöse in Höhe von 1,10 Mrd. €, nach 0,85 Mrd. € im Vorjahr. Damit konnte ein Umsatzplus von 29,5 % erreicht werden.

#### Ertragslage: EBT um 1,4 % gestiegen

Das EBT erreichte 37,0 Mio. € nach 36,5 Mio. € im Vorjahr. Dies entspricht einem Anstieg um 1,4 %.

Die Rohertragsmarge ist mit 55,3 % gegenüber dem Vorjahr unverändert. Der Rohertrag konnte um 139,9 Mio. € gesteigert werden. Diesem Ertragszuwachs steht ein infolge des starken Wachstums in nahezu gleicher Höhe gestiegener Kostenblock gegenüber.

### Spezialversender weiter erfolgreich

In der **TriStyle-Gruppe** sind die Spezialversender für modisch anspruchsvolle und hochwertige Damen- und Herrenmode Peter Hahn, Atelier Goldner Schnitt und Madeleine zusammengefasst. Die in sieben europäischen Ländern vertretene Unternehmensgruppe steigerte im Berichtsjahr ihren Umsatz um 6,3 % auf 425,9 Mio. €. Auf die ausländischen Engagements entfiel ein Umsatzanteil von rund 30 %. Das Ergebnis vor Ertragsteuern erreichte 20 Mio. € nach 19,9 Mio. € im Vorjahreszeitraum.

Die **Walz-Gruppe**, Europas größtes Spezialversandhaus für die junge Familie, bietet Babyartikel unter dem Namen »Baby Walz« in Deutschland, Österreich, Schweiz, Belgien und den Niederlanden an. Das Baby-Walz Sortiment wird darüber hinaus in einer aus 21 Geschäften bestehenden Fachmarktkette angeboten. Über den Katalog »Die moderne Hausfrau« werden in den vorgenannten Ländern praktische Haushaltsartikel verkauft. Der Umsatz erhöhte sich um 13,8 % auf 189 Mio. €. Das EBT stieg umsatzproportional und erreichte 18 Mio. €, nach 15,8 Mio. € im Vorjahr.

Die auf Berufsbekleidung und modische Sortimente spezialisierte **Mercatura-Gruppe** mit ihren Versendern Bragard, clinic+job-dress, Walter Schuhversand und DK-Gruppe erzielte im Jahr 2000 einen Umsatz in Höhe von 118,1 Mio. €. Dies entspricht einem Rückgang um 4,7 %. Im Kerngeschäft, dem Segment Berufsbekleidung, konnte die Spitzenposition in Europa mit großem Abstand behauptet werden. Der Umsatz in den modischen Segmenten blieb jedoch hinter den Erwartungen zurück. Das EBT beträgt 6,5 Mio. € (Vorjahr 8,5 Mio. €).

**Elégance** ist ein Anbieter exklusiver Damenmode und qualitativ hochwertiger Stoffe mit Couture-Anspruch. Der Inlandsversand wird unterstützt durch ein weltweites Export- und Lizenzgeschäft mit Tochtergesellschaften in sechs Ländern. Exklusive, international vertretene Boutiquen runden den Marktauftritt ab. Elégance verzeichnete im Berichtsjahr ein deutliches Umsatzplus von 11,7 % auf 86,4 Mio. €. Das EBT beläuft sich auf 4,1 Mio. € (Vorjahr 4,6 Mio. €).

**Die rückwärtigen  
Dienste rücken mit  
dem Ziel der  
Synergieschöpfung  
enger zusammen.**

Happy Size bietet seit 1997 auf Basis eines innovativen Kommunikationskonzeptes erfolgreich junge Damenmode im Übergrößensegment an. Im Rahmen eines auf starkes Wachstum ausgerichteten Konzeptes wurde der Umsatz im Berichtsjahr nahezu verdoppelt und lag bei 50,1 Mio. €. Das EBT belief sich auf 4,6 Mio. €.

Wir verstärkten den Spezialversand im Berichtsjahr durch die Übernahme von drei Anbietern im Tierartikelversand bzw. Haus- und Heimtierbedarf. Damit wurde auch in diesem Segment die marktführende Position besetzt.

## PROGNOSEBERICHT VERSANDHANDEL

### Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2001

#### Forcierung des Zusammenwachsens von Quelle und Neckermann

Bestandteil unseres 10-Punkte-Wertsteigerungsprogramms im Bereich Restrukturierung ist das weitere Zusammenwachsen von Quelle und Neckermann.

Quelle und Neckermann führen auch künftig die Zwei-Marken-Strategie fort und gehen in den Bereichen Marketing, Sortimentsgestaltung und Vertrieb getrennte Wege. Die rückwärtigen Dienste, also jene Prozesse, die der Kunde nicht unmittelbar wahrnimmt, rücken jedoch mit dem Ziel der Synergieschöpfung Schritt für Schritt enger zusammen. Dies betrifft vor allem die Bereiche Logistik/Transportwesen, Auftragsabwicklung sowie Back Office-Funktionen.

Bereits im Berichtsjahr konzentrierten wir Quelle- und Karstadt/Neckermann-Einkaufsbüros weltweit und gründeten ein gemeinsames Competence-Center für den Einkauf. Außerdem fassten wir die techni-

schen Kundendienste beider Gesellschaften im Februar 2000 zusammen. In der Finanzierung erfolgt ein gemeinsames Cash Pooling. Darüber hinaus legten Quelle und Neckermann ein Asset-Backed Securitisation (ABS)-Programm auf, welches den gemeinsamen Verkauf der Kundenforderungen beinhaltet und einen Mittelzufluss von rund 0,8 Mrd. € bewirkte.

Im Geschäftsjahr 2001 setzen wir den begonnenen Integrationsprozess in den definierten Arbeitsfeldern zügig fort.

#### **Ausbau der guten Position im E-Business**

Internet und E-Business führen immer mehr zu gravierenden Veränderungen in der Versandhandelslandschaft.

Dies bietet für unsere klassischen Versandunternehmen mehr als für jeden anderen Handelszweig große Chancen zur Steigerung der Rentabilität: Mit jedem Kunden, der von traditionellen Kommunikations- und Bestellwegen zu elektronischen wechselt, sinken auf Grund der hohen Automatisierung die kundenbezogenen Vertriebskosten.

E-Business wird die Organisationsstrukturen im Versandhandel nachhaltig verändern. Viele Funktionen und Systeme, insbesondere im Back Office-Bereich, werden künftig neu gestaltet. Insbesondere kann auch das Auftragsmanagement in Zukunft wesentlich effizienter und kostengünstiger gestaltet werden.

Das Internet gewährleistet zudem ein deutlich flexibleres One-to-One-Marketing. Dem Kunden können beispielsweise schnell und aktuell neue Sonderangebote offeriert und auf seine Bedürfnisse zugeschnittene Werbeinformationen übermittelt werden. Dies führt zur Reduktion von Streuverlusten in der Werbung und trägt zugleich zu Kostensenkungen bei. Durch das Internet eröffnet sich außerdem ein neuer Vertriebsweg für die flexible und effiziente Vermarktung von Restware aus zurückliegenden Katalogperioden.

Quelle und Neckermann werden ihr E-Business zügig weiter ausbauen und haben beste Chancen, das starke Wachstum in diesem Bereich weiter fortzusetzen.

Für das Geschäftsjahr 2001 planen wir, den E-Business-Umsatz auf 0,61 Mrd. € zu steigern. Dies entspräche gegenüber dem Jahr 2000 einem Zuwachs um mehr als 50 %.

**Mit jedem Wechsel zu elektronischen Kommunikations- und Bestellwegen sinken die Vertriebskosten.**

Vertriebskanäle vernetzen • Themenhäuser perfektionieren • Mode und Sport stärken • Versand spezia



Die bislang gesammelten Kundeninformationen bilden eine ideale Basis für die Gewinnung neuer Zielgruppen.

### **Hohes Wachstum durch Internationalisierung und Spezialisierung**

Zu unseren wichtigsten Zielen im Versandhandelsgeschäft gehört die verstärkte Internationalisierung. Zielmärkte sind Skandinavien, Großbritannien und Osteuropa. Hierbei kann die Expansion auch über Kooperationen und Akquisitionen erfolgen. Für das Wachstum des Auslandsumsatzes planen wir eine Steigerung von ca. 10 % p. a. in den kommenden Jahren. Der Auslandsanteil der beiden Versender wird sich bis zum Jahr 2003 um 4 %-Punkte auf 24 % erhöhen.

Der Umsatz im Spezialversand soll ebenfalls um ca. 10 % p. a. steigen. Dies beruht unter anderem auf dem Ausbau des E-Business. Die Übertragung des Katalogs eines Spezialisten mit großer Sortimentskompetenz auf das Internet ist sehr viel versprechend.

Ferner forcieren wir den Ausbau des stationären Auftritts ausgewählter starker Spezialisten, wie z. B. Baby Walz. Das Konzept von Baby Walz kann erfolgreich auf die nächste Altersstufe übertragen werden.

Die Rendite im Spezialversand wird sukzessive steigen. Für das Jahr 2003 ist eine EBT-Marge von 6 % (2000: 3,4 %) geplant. Diese liegt weit über dem Konzerndurchschnitt, wodurch der Spezialversand eine zusätzliche strategische Bedeutung erlangt.

Im Rahmen der Strategie der verstärkten Internationalisierung und Spezialisierung haben wir nach dem Bilanzstichtag drei Akquisitionen vorgenommen.

Quelle übernahm den börsennotierten französischen Spezialversender Afibel S.A., Lille. Die Gesellschaft ist im klassischen, mittelpreisigen Modemarkt für ältere Damen und Herren positioniert. Afibel zählt ca. 1,25 Millionen aktive Kunden und erzielte im Geschäftsjahr 1999/2000 einen Umsatz von 113,1 Mio. €. Quelle ergänzt durch diese Akquisition die bereits in Frankreich vertretenen Spezialversender und baut damit die starke Marktposition aus.

lisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren

Neckermann erwarb sämtliche Geschäftsanteile der Hess Natur-Textilien GmbH, Bad Homburg. Hess verfügt über einen festen Kundenstamm und bietet ein umfassendes Angebot im Segment natürliche Bekleidung für Damen, Herren und Kinder an. Das Unternehmen erzielte als Marktführer im Naturversand im Geschäftsjahr 2000 Umsatzerlöse in Höhe von gut 50 Mio. €.

Außerdem übernahm Neckermann alle Anteile an der Fritz Berger AG, Neumarkt, dem marktführenden Spezialversandhaus für Camping/Caravanning und Freizeit/Outdoor. Das Unternehmen ist mit Tochtergesellschaften in Deutschland, Frankreich und Österreich präsent und erzielte im Geschäftsjahr 1999/2000 Umsatzerlöse in Höhe von rund 50 Mio. €.

#### **Ausbau des Drittkundengeschäftes als Versandhandelsdienstleister**

Durch die verstärkte Zusammenarbeit der Fulfillment-Bereiche von Quelle und Neckermann wird der Grundstein für ein neues strategisches Geschäftsfeld gelegt und die Wertschöpfungskette des Versandhandelsgeschäftes wesentlich erweitert.

Die Gesellschaften bauen ihre Kompetenz im Fulfillment-Geschäft weiter aus und bieten diese Dienstleistung auch Drittkunden an. ServicelogiQ ist bereits heute als Fulfillmentdienstleister etabliert. Die Gesellschaft erbringt unter anderem Dienstleistungen für den Home Shopping-TV-Kanal H.O.T und hat im Geschäftsjahr 2000 alle technischen und logistischen Voraussetzungen für die Abwicklung des Fulfillments der Internet-Shops [www.christ.de](http://www.christ.de) und [www.vedes.de](http://www.vedes.de) geschaffen.

#### **Ausblick**

##### **Umsatzanstieg um 3 % geplant**

Die Aussichten für den Versandhandelsmarkt in Deutschland für das Geschäftsjahr 2001 sind von verhaltenem Optimismus gekennzeichnet. Der Bundesverband des Deutschen Versandhandels (BVH) prognostiziert ein Umsatzwachstum von 2,2 %, wobei die Universalversender von einem Zuwachs von 1,5 % und die Spezialversender von einem Anstieg um 5,8 % ausgehen.

Ziel von Quelle und Neckermann ist es, sich erneut besser als der Markt zu entwickeln. Es ist ein Umsatzanstieg um 3 % geplant.

# TOURISTIK

spezialisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren

## KENNZAHLEN DES C & N TOURISTIC-KONZERNS

			01.11.1999 bis 31.10.2000	01.11.1998 bis 31.10.1999	Ver- änderung in %
<b>Umsatz- entwicklung</b>	Umsätze	Mio. €	4.980	4.639	7,4
	davon Veranstalter	Mio. €	4.274	3.943	8,4
	davon Flug	Mio. €	634	601	5,6
	davon Online	Mio. €	14	1	-
	Beförderte Gäste	in Tsd.	10.896	10.375	5,0
<b>Ertragslage</b>	EBT	Mio. €	110,5	103,8	6,5
	EBIT	Mio. €	117	105	11,7
	Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	Mio. €	113	107	5,2
	Jahresüberschuss	Mio. €	56	62	- 10,4
	DVFA-Ergebnis je Aktie	€	7,58	12,08	- 37,3
<b>Sonstige Angaben</b>	Investitionen	Mio. €	435	364	19,4
	Cash Flow nach DVFA/SG	Mio. €	246	249	- 1,5
	Bilanzsumme	Mio. €	2.580	1.989	29,7
	Eigenkapitalquote	%	21,7	17,4	-
	Mitarbeiter am 31.10.	Anzahl	12.197	9.913	23
	Konzerneigene Vertriebsstellen	Anzahl	2.191	1.606	36,4

### Das Marktumfeld

Die europäische Tourismusbranche konnte im Berichtsjahr vom günstigen konjunkturellen Umfeld profitieren. Dies galt allerdings nicht für alle europäischen Märkte in gleichem Maße. In Deutschland erfüllten sich die hochgesteckten Wachstumserwartungen nicht. Als Folge entstanden Überkapazitäten, die zu einem harten Preiswettbewerb und zu verringerten Margen führten.

Zudem steigerten spürbare Veränderungen im Reiseverhalten der Kunden die Anforderungen an die Kapazitätssteuerung der Touristik-Unternehmen. Pauschalurlauber buchen immer kurzfristiger; die Reiseintensität steigt bei gleichzeitig kürzerer Reisedauer an. Das Vordringen neuer Vertriebswege erhöht darüber hinaus den Wettbewerbsdruck unter den Anbietern, bietet gleichzeitig aber auch Chancen für gut positionierte und strategisch konsequent ausgerichtete Unternehmen.

Der Expansionsprozess auf nationalen Märkten ist weitgehend abgeschlossen. Der Wettbewerb in der Tourismusbranche hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf die europäische Ebene verlagert. Die drei größten Konzerne in Deutschland verfügen allein

über einen Marktanteil von mehr als 70 %. Internationale Fusionen und Akquisitionen treiben weitere Konzentrations- und Konsolidierungsprozesse an.

### Strategie: Expansion auf den wichtigsten europäischen Märkten

Die C & N Touristik AG begegnet als vertikal integrierter paneuropäischer Touristikkonzern aktiv den Markterfordernissen. Strategisches Ziel ist die Marktführerschaft in allen wichtigen europäischen Wachstumsmärkten.

Der C & N-Konzern hat sich mit seiner auf nachhaltige Wertsteigerung ausgerichteten Strategie in einem dynamischen Wettbewerbsumfeld erfolgreich positioniert und im Berichtsjahr die gute Marktposition gestärkt.

Reisen werden immer mehr zum Markenartikel. Urlaubsmanagement über die gesamte Wertschöpfungskette bewirkt eine deutliche Erhöhung der Kundenbindung. C & N bietet den Kunden alle Elemente der Pauschalreise aus einer Hand: Flug, Hotel, Vertrieb, Service und Veranstaltungen am Zielort.

C & N ist heute der zweitgrößte Touristikkonzern in Europa und die Nummer drei weltweit.

**Reisen werden immer mehr zum Markenartikel.**

Vertriebskanäle vernetzen • Themenhäuser perfektionieren • Mode und Sport stärken • Versand spezia

Umsatz in Mio. €



## BERICHT ÜBER DAS GESCHÄFTSJAHR

### Umsatzentwicklung: Plus 7,4 %

Die Gesellschaften des C & N-Konzerns erzielten im abgelaufenen Geschäftsjahr (1.11.1999 bis 31.10.2000) einen Umsatz in Höhe von 4,98 Mrd. €. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einer Steigerung um 7,4 %. Bereinigt um den für vier Monate enthaltenen Umsatz von Havas Voyages sowie den Umsatzbeitrag von Aquatour und Belvilla betrug das Umsatzplus 4,3 %. Die Entwicklung von C & N zu einem internationalen Touristikonzern wird durch den von 22,8 % auf 23,9 % gestiegenen Auslandsanteil untermauert.

Als Urlaubsziel blieb Spanien mit einem Umsatzanteil von über 42 %, gefolgt von Griechenland (9,7 %), das bevorzugte Reiseziel. Die Türkei konnte wieder deutlich stärker (+ 61,4 %) zum Umsatz beitragen. Mehr als 5 % der Umsatzerlöse entfielen auf dieses Zielgebiet.

Ergebnis (EBT) in Mio. €



lisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren

### **Ertragslage: Verbessert, aber beeinflusst durch Sondereffekte**

Das Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) stieg von 103,8 Mio. € auf 110,5 Mio. € (+ 6,5%). Das Ergebnis wurde durch eine Verringerung der Rohertragsmarge auf 27,4% der Umsatzerlöse (Vorjahr: 28,6%) belastet. Ausschlaggebend für diese Entwicklung waren der Rückgang der durchschnittlichen Reisedauer, der wettbewerbsbedingte Margenrückgang sowie der währungsbedingt gestiegene Kerosinpreis. Darüber hinaus wirkten sich höhere Abschreibungen auf Geschäfts- und Firmenwerte – insbesondere aus dem Erwerb von Havas Voyages – ergebnisbelastend aus. Dieser zusätzliche Aufwand konnte einerseits durch ein konsequentes Kostenmanagement, welches frühzeitig als Reaktion auf die absehbar schwächere Ertragslage installiert wurde, ausgeglichen werden. Andererseits trugen Buchgewinne aus dem strategischen Flotten-erneuerungsprogramm und Gewinne aus dem Verkauf der – im Berichtszeitraum vorübergehend gehaltenen – Aktien der Thomson Travel Group plc positiv zum Ergebnis bei.

Das laufende Ergebnis wird den Rücklagen zugeführt. Diese Maßnahme trägt künftig zur besseren Finanzierung des anspruchsvollen Expansionsprogrammes von C & N bei.

### **Vermögenslage: Eigenkapitalquote steigt auf 21,7%**

Die C & N Bilanzsumme erhöhte sich im Berichtszeitraum um 29,7% auf 2,58 Mrd. €. Die Investitionen in Höhe von 434,8 Mio. € konnten fristenkongruent durch eine Kapitalerhöhung (204,5 Mio. €) und durch Schuldscheindarlehen (150 Mio. €) refinanziert werden. Die Anlagendeckung verbesserte sich von 27,6% im Vorjahr auf 38,9% zum Bilanzstichtag. Die Eigenkapitalquote stieg um 4,3 %-Punkte auf 21,7%.

### **Finanzlage: Nettoverschuldung sinkt auf 170,1 Mio. €**

Der Cash Flow bewegte sich mit 245,5 Mio. € auf Vorjahresniveau. Die Liquidität erreichte zum Bilanzstichtag mit 498,0 Mio. € einen Höchststand. Die Nettofinanzverschuldung konnte auf 170,1 Mio. € (Vorjahr: 452,5 Mio. €) zurückgeführt werden. Die Kundenanzahlungen in Höhe von 230,9 Mio. € waren vollständig durch Barliquidität gedeckt.

implementieren • Finanzmarktdialog intensivieren • Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Ve

### **Strategische Akquisitionen weiten Vertriebsnetz aus**

Durch die Akquisition von Havas Voyages S.A. im Juni 2000 wurde das Vertriebsnetz in Frankreich von 23 auf 394 Reisebüros ausgeweitet. Havas Voyages hält dort einen Anteil von 20 % am touristischen Reisebürovertrieb. Frankreich ist bezüglich des Marktvolumens die Nummer drei unter den europäischen Tourismuskonzerne. Das Land ist insbesondere für Pauschalreisen ein attraktiver Wachstumsmarkt, weil dort zurzeit erst jede fünfte Reise als Paket verkauft wird. In Deutschland ist es schon jede zweite Reise.

Außerdem wurde im Berichtszeitraum die Beteiligung an dem niederländischen Direktvertriebs-Veranstalter Belvilla Vakantiewoningen B.V. aufgestockt und im Juli 2000 eine Kapitalerhöhung bei der Beteiligung Öger Tours GmbH durchgeführt.

**Die Akquisition von Thomas Cook bedeutet einen Expansionsschritt in Richtung europäischer Konzern.**

Die kurz nach Beendigung des Geschäftsjahres erfolgte Akquisition des britischen Reiseunternehmens Thomas Cook bedeutet einen weiteren strategischen Expansionsschritt in Richtung europäischer Konzern. Denn Großbritannien ist nach Deutschland der volumenmäßig zweitwichtigste touristische Absatzmarkt in Europa. Thomas Cook ist Marktführer auf der britischen Insel und verstärkt mit seinen weltweit 2.100 Reisebüros – davon 700 in Großbritannien – die internationale Präsenz von C & N.

### **Konzernintegration erfolgreich fortgesetzt**

Marktführer sind in Europa vertikal integrierte Touristikkonzerne, die mit ihren Geschäftsfeldern die gesamte Wertschöpfungskette abdecken. C & N trieb die Integration der einzelnen Stufen im Berichtsjahr entschieden voran. Der Konzernanteil an der europäischen Wertschöpfungskette im Reisegeschäft erhöhte sich im vergangenen Geschäftsjahr deutlich.

• Vertriebskanäle vernetzen • Themenhäuser perfektionieren • Mode und Sport stärken • Versand spezialisieren

C & N hat eine zentrale Einheit für Kapazitäts- und Prozessmanagement geschaffen. Diese hat zum Ziel, im C & N-Konzern

einen optimalen Ausgleich der Einzelinteressen über alle Wertschöpfungsstufen herbeizuführen. Dazu gehört das konzernübergreifende Management der disponierten Flugsitze. Durch das Yield- und Revenue-Management werden außerdem Buchungseingänge, aktuelle Auslastungszahlen und betriebswirtschaftliche Risiken mit in eine integrierte Entscheidungsfindung aufgenommen. Die Verfügbarkeit der Hotelbetten in den Zielgebieten wird mit den geplanten Flugkapazitäten abgeglichen.



### **C & N-Veranstalter: Gute Entwicklung in schwierigem Marktumfeld**

Mehr als 6 Mio. Gäste (+ 2,5 %) unternahmen im Berichtsjahr Urlaubsreisen mit einem der deutschen C & N-Veranstalter. Die Zahl der Flugreisen weist im abgelaufenen Geschäftsjahr eine Steigerung des Gästeaufkommens von 1,8 % aus. Gemessen an dem Wachstum des Pauschalreisemarktes von 1,5 % haben sich die deutschen C & N-Veranstalter in einem schwierigen Marktumfeld vergleichsweise gut entwickelt. Der Marktanteil konnte in Deutschland auf 25,5 % (25,4 %) gesteigert werden. In Belgien und den Niederlanden lag der Gästezuwachs mit 11,2 % bzw. 11,3 % jeweils deutlich über dem Marktdurchschnitt. In Österreich und Ungarn konnten im Berichtsjahr durch Zuwächse in Höhe von jeweils 2 % die Marktanteile auf 23,0 % und 23,5 % erhöht werden. In Polen belegt ein Gästezuwachs auf 45.000 Gäste (+ 81,3 %) das enorme regionale Entwicklungspotenzial.

spezialisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren

	31. Oktober 2000		31. Oktober 1999	
	Hotel/Clubs	Betten	Hotel/Clubs	Betten
Spanien	22	16.771	12	9.531
Portugal	3	988	-	-
Bulgarien	6	1.742	-	-
Tunesien	3	1.781	3	1.781
Deutschland	5	4.895	-	-
Österreich	5	868	1	311
Italien	4	685	-	-
Sonstige	7	3.469	5	1.969
<b>C &amp; N Gesamt</b>	<b>55</b>	<b>31.199</b>	<b>21</b>	<b>13.592</b>

### Ertragsorientiertes Wachstum bei Hotels und Agenturen

Im Rahmen des ertragsorientierten Wachstumskonzeptes hat der C & N-Konzern im Berichtsjahr sein Engagement im Hotelgeschäft verstärkt und in strategisch wichtigen Urlaubsgebieten sein Bettenkontingent weiter vergrößert.

Der Schwerpunkt der Wachstumsaktivitäten liegt im gehobenen Vier-Sterne-Segment, das einen hohen Beitrag zur Wertschöpfung leistet. Qualitatives Wachstum ist von großer Bedeutung, da der Wettbewerb unter den Anbietern immer stärker über attraktive

Hotelangebote geführt wird. Zum Bilanzstichtag gehörten 55 Anlagen mit insgesamt 31.199 Betten zum C & N-Beteiligungsportfolio. Weitere 40 Anlagen mit 29.884 Betten werden von Partnern des C & N-Konzerns geführt.

Verteilt auf die Zielgebiete ergibt sich die oben stehende Übersicht.

**Condor: Mehr als 8 Mio. Passagiere**

Condor beförderte im zurückliegenden Geschäftsjahr mehr als 8 Mio. Passagiere.

Mit weltweit 74 Zielen hat die Fluggesellschaft in der Sommersaison 2000 ihr Flugprogramm weiter ausgebaut. Über 500 mal in der Woche startete zur Hauptsaison ein Condor-Flugzeug von einem der 21 Abflughäfen zu einer Ferienreise. Der Sitzladefaktor – das Verhältnis von transportierten zu angebotenen Passagierkilometern – konnte trotz des schwierigen Umfeldes mit 82 % konstant gehalten werden.

Der moderne Flugzeugpark der Condor-Flotte gewährleistet ein wirtschaftliches und umweltschonendes Fliegen. Das Durchschnittsalter der 46 Maschinen (Vorjahr: 44) liegt unter fünf Jahren. Der Treibstoffverbrauch betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr nur 2,8 Liter pro Passagier auf einhundert Kilometern Flugstrecke.

**Investitionen sichern künftiges Wachstum**

Die Investitionen des C & N-Konzerns erhöhten sich um 19,4 % auf 434,8 Mio. €. Sie sind damit etwa doppelt so hoch wie die Abschreibungen in Höhe von 199,5 Mio. €. Ein Großteil der Investitionen (59,8 %) entfiel auf die Expansion in bedeutenden europäischen Absatzmärkten. Das Investitionsvolumen entfiel mit weiteren 28,6 % auf konzerneigene Hotels und Hotelbeteiligungen. Die übrigen Investitionen betreffen Flugzeuge und Technik sowie den Ausbau der IT-Infrastruktur, wobei hier insbesondere die Internetaktivitäten hervorzuheben sind. Der Online-Umsatz hat sich im Berichtsjahr verzehnfacht. Sein Anteil am Gesamtumsatz beträgt allerdings nur 0,3 % und hat damit noch deutliches Ausbaupotenzial.

**Anstieg der Mitarbeiterzahl**

Die expansive Geschäftsentwicklung des C & N-Konzerns wird von einem Anstieg der Mitarbeiterzahl um 2.284 auf insgesamt 12.197 Beschäftigte zum Bilanzstichtag begleitet. Der Zuwachs resultiert im Wesentlichen aus Akquisitionen, aber auch aus dem Ausbau des Bord- und Bodenpersonals der Condor-Flotte.

### ZAHL DER VERTRIEBSSTELLEN

	31.10.2000	in %	31.10.1999
Neckermann	216	9,9	198
Alpha	42	1,9	38
Holiday Land	466	21,3	328
Havas Voyages	394	18,0	0
Sonstige	162	7,4	163
<b>C &amp; N Vertrieb</b>	<b>1.280</b>	<b>58,4</b>	<b>727</b>
Karstadt/Hertie	186	8,5	188
Neckermann Versand AG	94	4,3	91
Reise Quelle	164	7,5	165
LHCC	423	19,3	391
Sonstige	44	2,0	44
<b>Steuerbarer Vertrieb</b>	<b>911</b>	<b>41,6</b>	<b>879</b>
<b>Konzernvertrieb</b>	<b>2.191</b>	<b>100,0</b>	<b>1.606</b>

Doch wurde nicht allein die Zahl der Mitarbeiter erhöht, sondern auch die Aus- und Weiterbildung verstärkt, um die Qualifikation aller Beteiligten weiter zu steigern.

### Europäisierung des Vertriebs fortgesetzt

Der C & N-Vertrieb wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr erweitert. Die Zahl der Vertriebsstellen in Europa stieg um über 35 % auf 2.191. C & N ist in 10 Ländern mit unterschiedlichen Reisebüromarken vertreten. Jedes dritte Reisebüro befindet sich im Ausland.

lisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren

### **C & N unterstützt das Multi-Channel-Netzwerk**

Die Einbindung des Wachstumssegments Touristik in das Multi-Channel-Netzwerk des KarstadtQuelle-Konzerns wird forciert. Die Vielzahl der Kundenbeziehungen im Konzernverbund ist eine ideale Basis für die Verknüpfung von Produkten und Dienstleistungen mit den C & N-Angeboten. Die konzerneigenen Reise-Vertriebsketten arbeiten bei der Produktentwicklung und Vertriebssteuerung eng mit C & N zusammen.

### **PROGNOSEBERICHT**

#### **Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2000/2001**

Die Erhöhung der Qualität und Effizienz von Prognose-, Planungs- und Steuerungsprozessen auf Konzernebene bildet einen Schwerpunkt der C & N-Tätigkeit im neuen Geschäftsjahr. Es ist geplant, dass bereits drei Monate im Voraus eine tagesgenaue Prognose der erwarteten Nachfrage für jeden Flug vorliegt. Ein stärker koordiniertes Verhalten zwischen Reiseveranstaltern und Fluggesellschaften wird darüber hinaus fehlgeleitete Kapazitäten entlang der Wertschöpfungskette verhindern. C & N treibt auch in Zukunft konsequent die paneuropäisch optimierte Integration der touristischen Wertschöpfungskette voran und positioniert sich in weiteren strategisch wichtigen Märkten. Zur Verringerung der Kapitalbindung und zur Senkung des Beteiligungsrisikos erfolgt die Expansion auch auf der Basis von Partnerschaften und strategischen Allianzen.

implementieren • Finanzmarktdialog intensivieren • Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Ve



Der Aufbau und die Nutzung elektronischer Vertriebskanäle bilden die Basis für weitere Interaktions- und Vertriebswege

**Qualitätsurlaub aus einer Hand wird zum erfolgsentscheidenden Faktor.**

Die C & N-Kompetenz, Qualitätsurlaub aus einer Hand anzubieten, wird mehr und mehr zum erfolgsentscheidenden, den Mehrwert für den Kunden erhöhenden Faktor. Zur Integration der Wertschöpfungsstufen tragen die fortgesetzte Weiterentwicklung neuer Absatzkanäle (E-Business und TV) und ein bereichsübergreifendes Qualitätsmanagement bei. Der Anteil der Kunden, die bei einem C & N-Veranstalter buchen und mit Condor fliegen, soll im Geschäftsjahr auf 86 % (Vorjahr: 61 %) steigen.

Die Integration von Havas Voyages und dem Veranstalter Belvilla wird im laufenden Geschäftsjahr weiter vorangetrieben. Eine der großen Aufgaben wird darüber hinaus die Einbindung von Thomas Cook und damit verbunden die schnellstmögliche Nutzung von Synergien und Marketingpotenzialen sein.

zum Kunden. Der Produktvertrieb über spezialisierte Reise-TV-Sender und der konsequente Ausbau der Internet-Aktivitäten gewährleisten eine noch flexiblere Nachfragesteuerung und schaffen neue Kundenbeziehungen.

## Ausblick

### Umsatz und Ergebnissteigerung 10%

Der Geschäftsverlauf im ersten Quartal des neuen Geschäftsjahres (1.11.2000 - 31.1.2001) verlief erfolgreich. Der Umsatz konnte um 10% auf 0,77 Mrd. € gesteigert werden. C & N zählte 1,4 Millionen Gäste (+9,7%). Die Auslastung der Condor-Flotte stieg auf 81% (Vorjahr: 76,4%). Auch die Buchungslage - sowohl für die Winter- als auch die aktuelle Sommersaison - gibt Anlass für Optimismus.

Die abgeschwächten wirtschaftlichen Rahmendaten sowie die Konzentration und Konsolidierung auf europäischer Ebene werden die Margen in der Touristikbranche auch zukünftig beeinträchtigen - ungeachtet der Tatsache, dass der Tourismus nach wie vor zu den Wachstumsmärkten gehört. Kapazitäts- und Auslastungsrisiken lassen sich auch in Zukunft nicht vollständig ausschalten. Während die Veränderungen im Reiseverhalten aus strategischer Sicht berücksichtigt sind, können Umwelt- oder politische Risiken nicht vorhergesehen werden.

C & N wird, dank der soliden ertragswirtschaftlichen und finanziellen Substanz, die Marktposition auch zukünftig weiter verstärken. Es ist geplant, im Geschäftsjahr 2000/01 Umsatz und Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit - ohne Berücksichtigung der Thomas Cook Akquisition - um ca. 10% zu steigern.

# DIENSTLEISTUNGEN

spezialisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren

## BERICHT ÜBER DAS GESCHÄFTSJAHR

Der Bedarf an Dienstleistungen innerhalb des KarstadtQuelle-Konzerns nimmt stetig zu. Dem wird durch eine gezielte Ausweitung des Angebots in allen Bereichen Rechnung getragen, in denen die entsprechenden Leistungen und das Know how zu marktgerechten Preisen angeboten werden können. Darüber hinaus muss die Kostenstruktur der Dienstleister mindestens dem Fremdvergleich standhalten. Überschüsse werden den auftraggebenden Konzerngesellschaften intern rückvergütet. Ergebnisbeiträge des Dienstleistungsbereiches entstehen somit hauptsächlich im Drittkundengeschäft.

Im Dienstleistungssegment schaffen wir wichtige Voraussetzungen für die Entwicklung von KarstadtQuelle zu einem integrierten Handels- und Servicekonzern im Rahmen der Multi-Channel-Strategie. Die Dienstleistungen konzentrieren sich schwerpunktmäßig auf die Bereiche IT-Lösungen, E-Business, Finanzdienstleistungen, Kundendienst, Logistik und Importe.

Weitere Leistungen werden in den Bereichen Versicherungen, Gastronomie und Catering erbracht.

## KarstadtQuelle New Media: Konsequente Erschließung von Geschäftschancen im E-Business

Mit der Gründung der KarstadtQuelle New Media AG am 19. Mai 2000 haben wir die organisatorischen Voraussetzungen geschaffen, um die Konzern-Assets im E-Business optimal einzusetzen und die in diesem Wachstumssegment vorhandenen Geschäftschancen effektiv zu nutzen. Die KarstadtQuelle New Media AG versteht sich als Keimzelle neuer E-Business-Aktivitäten. Sie ist das Kompetenz- und Business-Development-Center und der Inhaber sowie Betreiber von digitalen Marktplätzen. Im Zusammenspiel mit den operativen E-Business-Einheiten der Konzerntöchter, wie [www.quelle.de](http://www.quelle.de) und [www.neckermann.de](http://www.neckermann.de), steuert die KarstadtQuelle New Media die strategische Ausrichtung der E-Aktivitäten des Konzerns. Dabei folgt das Handeln einer klaren Maxime: Schaffung von echten und nachvollziehbaren Werten, einerseits für den Kunden und dadurch für den Konzern.

Unter diesem Motto unterstützt die Gesellschaft beratend die Entwicklung und Optimierung der vorhandenen B2C-Marktauftritte der Kernmarken. Deren Integration in vorhandene Logistik- und Fulfillment-Systeme wird forciert sowie die Vernetzung bestehender CRM-Systeme vorangetrieben.

ntieren • Finanzmarktdialog intensivieren • Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Vertriebskar

Die KarstadtQuelle New Media sieht eine ihrer Kernkompetenzen im Aufbau zukunftsweisender Aktivitäten. Beispielhaft

sind die erfolgreichen Projekte KQ-Lab, Streamevent und Texyard.

Das KQ-Lab startete im dritten Quartal 2000. Dieses Forum organisiert und koordiniert den Kontakt zu Hochschulen und stellt damit den Wissenstransfer von der Theorie zur Praxis sicher. Darüber hinaus bildet das KQ-Lab eine Plattform für Existenzgründer, die zusammen mit KarstadtQuelle als starkem Partner den Weg in die Selbstständigkeit wagen.

Die Streamevent AG, an der neben der KarstadtQuelle New Media auch die strategischen Partner M. Dumont Schauberg und die Filmproduktionsgesellschaft Würth&Würth beteiligt sind, besetzt die Kompetenzfelder digitale Reisefilmproduktion und -information sowie Online-Licensing. Durch den Aufbau eines digitalen Videostream-Archivs für die Tourismusindustrie ist eine wichtige Voraussetzung geschaffen, um auf dem zunehmend durch Internet-Technologien beeinflussten Touristikmarkt weiterhin erfolgreich agieren zu können.



Im Konzernfeld Fashion ist die KarstadtQuelle New Media durch eine Beteiligung an bzw. Kooperation mit der Texyard Ltd. im August 2000 ein zukunftsweisendes Engagement eingegangen. Texyard betreibt einen virtuellen Marktplatz für den Einkauf von Bekleidung. Die Händler leiten ihre Warenbestellungen via Internet an die Lieferanten weiter, per Auktionsverfahren wird der beste Lieferant für die jeweilige Bestellung ermittelt. Der internetbasierte Einkauf verspricht eine nachhaltige Verbesserung der Effizienz der Einkaufsprozesse. Auktionen sind bereits im größeren Umfang angelaufen.

Im Geschäftsjahr 2001 setzt KarstadtQuelle New Media die begonnene Strategie konsequent fort. Die 450 Mio. € Konzernumsatz im E-Business des Jahres 2000 stellen dabei eine hervorragende Ausgangsbasis dar. In einem zunehmend von Rationalität geprägten E-Business-Umfeld wird sich die Gesellschaft auf Geschäftschancen konzentrieren, die sich aus der einzigartigen Verbindung vorhandener Assets im KarstadtQuelle-Konzern mit neuen

**KarstadtQuelle  
New Media  
sieht eine ihrer  
Kernkompetenzen  
im Aufbau  
zukunfts-  
weisender  
Aktivitäten.**

Vertriebskanäle vernetzen • Themenhäuser perfektionieren • Mode und Sport stärken • Versand spezial



Versandhandel, Touristik und Finanzdienstleistung. Darüber hinaus ist sie als Outsourcing- und Application-

Prozessketten und dem Know how im Umgang mit neuen Medien und Technologien ergeben.

**ITELLIUM Systems & Services bietet Leistungen über den gesamten Lebenszyklus von IT-Lösungen**

Zur weiteren Nutzung von Synergiepotenzialen haben wir zu Beginn des Jahres 2000 die IT-Bereiche von Karstadt, Quelle und Neckermann mit mehr als 1.200 Beschäftigten zur ITELLIUM Systems & Services GmbH mit Sitz in Essen zusammengefasst. Das Unternehmen ist für die Konzeption, die Realisierung sowie den Betrieb von Informationstechnologiesystemen verantwortlich.

ITELLIUM bietet ein umfassendes und konsistentes Leistungsangebot über den gesamten Lebenszyklus von IT-Lösungen. Dabei fungiert ITELLIUM als Systemintegrator für die Branchen stationärer Einzelhandel,

Service-Provider tätig. In Projekten und im Betrieb von IT-Systemen wird ein Beitrag zur Optimierung der Geschäftssysteme im KarstadtQuelle-Konzern geleistet.

Im Geschäftsjahr 2000 erbrachte die Gesellschaft an den Standorten Essen, Frankfurt und Nürnberg IT-Dienstleistungen mit einem Umsatzvolumen von 224,5 Mio. €. Hauptkunden der ITELLIUM Systems & Services GmbH waren die Konzerngesellschaften sowie die C & N Touristic AG. Daneben konnten bereits 33,6 Mio. € Umsatz mit externen Kunden erzielt werden. Trotz der Anlaufkosten erzielte die Gesellschaft bereits im ersten Geschäftsjahr ein ausgeglichenes Ergebnis.

Im Jahr 2001 wird der Umfang der IT-Dienstleistungen für Konzernunternehmen dem Bedarf entsprechend ausgeweitet. Durch die Realisierung von Synergien können zunehmend Effizienzsteigerungen erzielt und an die Kunden weitergegeben werden. Der Ausbau der Geschäftsbeziehungen zu Drittkunden bildet einen weiteren Schwerpunkt.

lisieren und internationalisieren • Touristik expandieren • E-Business potenzieren • EVA implementieren

### **Optimus Logistics – Integration des Transportbereiches im KarstadtQuelle-Konzern**

In der Optimus Logistics GmbH haben wir die Transportabteilungen des KarstadtQuelle-Konzerns sowie die damit verbundenen Speditions- und Transportleistungen zusammengefasst. Die Gesellschaft verfügt über Standorte in Nürnberg, Frankfurt und Essen.

Im Geschäftsjahr 2000 übernahm Optimus Logistics weitere Transporte und speditionelle Leistungen für Konzerngesellschaften. Gleichzeitig konnte das konzernfremde Geschäft gesteigert werden.

Der weitere Ausbau des E-Business und steigende Umsätze im Versandhandel werden künftig Umsatz und Ertrag von Optimus Logistics positiv beeinflussen. Dies gilt auch für zusätzliche Transportleistungen für Konzernunternehmen in den Bereichen Beschaffungs- und innerbetriebliche Transporte.

Die erheblich gestiegenen Kosten für Dieselkraftstoff führen zu wesentlich höheren Aufwendungen bei den Frachtführern. Diese Entwicklung verstärkt den starken Verdrängungswettbewerb auf dem Transportmarkt.

### **KarstadtQuelle International – Koordination des konzernweiten Einkaufs**

KarstadtQuelle International ist die Holdinggesellschaft für sieben internationale Einkaufsgesellschaften. Die Gesellschaft unterstützte im Berichtsjahr die Restrukturierung innerhalb des Konzerns durch die Zusammenführung der Einkaufsbüros von Karstadt, Quelle und Neckermann. Das Unternehmen trägt die gesamten Kosten der Auslandsorganisation und vereinnahmt im Gegenzug Provisionen von den Konzernkunden.

### **Profectis Technischer Kundendienst – Anpassungen an Marktveränderungen gelingen**

Die Rahmenbedingungen für Servicegesellschaften unterliegen seit einigen Jahren einem stetigen Wandel. Die Branchen der Unterhaltungselektronik, der Informationstechnik und der Telekommunikation wachsen zusammen. Die Innovationsgeschwindigkeit bei der Entwicklung neuer Produkte nimmt – bedingt durch die Digitalisierung – ständig zu. Sinkende Primärproduktpreise führen in der Wahrnehmung des Kunden zu relativ höheren Reparaturpreisen. Im Zuge dessen ändert sich das Kauf- und Reparaturverhalten des Verbrauchers. Auf der anderen Seite entsteht

**Das Dienstleistungssegment schafft wichtige Voraussetzungen für einen integrierten Handels- und Servicekonzern.**

implementieren • Finanzmarktdialog intensivieren • Geschäftsprozesse straffen • Synergien heben • Ve

ein zunehmender Bedarf an individuellen Dienstleistungen in den Bereichen Installation und Konfiguration von Systemen.

Der Profectis GmbH Technischer Kundendienst ist es gelungen, sich im Berichtsjahr den strukturellen Marktveränderungen hervorragend anzupassen. Die im Geschäftsjahr 2000 erzielten Umsatzerlöse von 108,9 Mio. € übertrafen das Vorjahresniveau um 1,3 %. Der Rückgang im angestammten Bereich des Kundendienstes konnte durch die Erschließung neuer Geschäftsfelder kompensiert werden. Sinkende Auftrags- und Umsatzzahlen in der Reparatur von so genannter »Weißer« und »Brauner Ware« sowie die Aufgabe des Reparaturgeschäftes im Bereich Foto und Schmuck wurden durch die Gewinnung von zusätzlichen Business-Partnern in Wachstumsmärkten wie der PC-Technik und Telekommunikation ausgeglichen.

### **Optimus Bank für Finanz-Service – Dienstleistungen für eine schnell wachsende Kundenbasis**

Im Geschäftsjahr 2000 verzeichnete die Optimus Bank für Finanz-Service GmbH in ihren beiden Geschäftsbereichen Konsumentenkredite und Kundenkarten Zuwächse. Getragen wurde das Wachstum von einem moderaten Umsatzanstieg im Konsumentenkreditgeschäft und einer positiven Entwicklung des Umsatzes im Kundenkartengeschäft.

Die Bilanzsumme der Bank erhöhte sich um 4,9 % von 181 Mio. € auf 189,7 Mio. €. Dabei stieg der Gesamtbestand im Geschäft mit Konsumentenkrediten (Ratenkredit, Finanzkauf, Vario-Kredit und Finanzkauf-Karte) um 8,5 % auf 142,5 Mio. €. Der Kundenkartenbereich war hierbei der Hauptwachstumsträger. Sein Volumen erhöhte sich um 13,5 % von 30,1 Mio. € im Jahre 1999 auf 34 Mio. € im Berichtsjahr.

Auch für das Geschäftsjahr 2001 rechnet die Optimus Bank – vor allem auf Grund der stark wachsenden Anzahl von Klub-Karstadt-Kunden – mit einem deutlichen Umsatzwachstum.

# KONZERNABSCHLUSS



● <b>Gewinn- und Verlustrechnung</b>	<b>124</b>
● <b>Bilanz</b>	<b>125</b>
● <b>Anlagevermögen</b>	<b>126</b>
● <b>Kapitalflussrechnung</b>	<b>128</b>
● <b>Segmentangaben</b>	<b>129</b>
● <b>Anhang</b>	<b>134</b>
• Grundlagen	134
• Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung	138
• Erläuterungen zur Bilanz	143
• Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung	155
• Segmenterläuterungen	155
• Sonstige Angaben	156
- Erklärung des Vorstandes	157
- Aufstellung der Organe und Mandate nach KonTraG	158
● <b>Bestätigungsvermerk</b>	<b>162</b>

**Gewinn- und Verlustrechnung für das Jahr 2000 – KARSTADT QUELLE-Konzern**

	Anhang Textziffer	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
1. Umsatzerlöse	(5)	15.240.032	14.842.966
2. Sonstige betriebliche Erträge	(6)	603.962	521.198
3. Materialaufwand	(7)	- 8.299.926	- 8.022.840
4. Personalaufwand	(8)	- 3.216.815	- 3.169.496
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	(9)	- 357.898	- 367.850
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	(10)	- 3.775.838	- 3.678.153
7. Beteiligungsergebnis	(11)	38.086	61.084
8. Abschreibungen auf Finanzanlagen	(12)	- 119	- 311
9. Zinsergebnis	(13)	74.600	70.376
<b>10. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>		<b>306.084</b>	<b>256.974</b>
11. Außerordentliches Ergebnis	(14)	- 7.498	-
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(15)	- 24.089	- 6.774
13. Sonstige Steuern	(16)	- 25.806	- 31.600
<b>14. Jahresüberschuss</b>		<b>248.691</b>	<b>218.600</b>
15. Konzerngewinn/-verlust aus dem Vorjahr		72.881	- 1.398
16. Gezahlte Dividende der KARSTADT QUELLE AG		- 72.881	- 47.243
17. Einstellung in die Gewinnrücklagen		- 162.439	- 88.767
18. Anderen Gesellschaftern zustehender Gewinn		- 7.683	- 8.915
19. Auf andere Gesellschafter entfallender Verlust		190	604
<b>20. Konzerngewinn</b>		<b>78.759</b>	<b>72.881</b>

**Bilanz zum 31. Dezember 2000 – KARSTADT QUELLE-Konzern**

	Anhang Textziffer	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
<b>AKTIVA</b>			
<b>A. Anlagevermögen</b>	(17)		
Immaterielle Vermögensgegenstände	(18)	127.628	123.022
Sachanlagen	(19)	2.816.278	2.760.209
Finanzanlagen	(20)	518.592	397.613
		<b>3.462.498</b>	<b>3.280.844</b>
<b>B. Umlaufvermögen</b>			
Vorräte	(21)	2.573.329	2.459.644
Forderungen und Sonstige Vermögensgegenstände	(22)	1.886.973	1.934.927
Wertpapiere		8.376	2.688
Flüssige Mittel	(23)	236.728	217.348
		<b>4.705.406</b>	<b>4.614.607</b>
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	(24)	<b>23.873</b>	<b>29.524</b>
<b>Bilanzsumme</b>		<b>8.191.777</b>	<b>7.924.975</b>
<b>PASSIVA</b>			
<b>A. Eigenkapital</b>			
Gezeichnetes Kapital der KARSTADT QUELLE AG	(25)	300.929	300.929
Kapitalrücklage der KARSTADT QUELLE AG	(25)	482.031	482.031
Gewinnrücklagen	(26)	954.296	796.921
Konzerngewinn		78.759	72.881
Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	(27)	50.709	45.888
		<b>1.866.724</b>	<b>1.698.650</b>
<b>B. Sonderposten mit Rücklageanteil</b>	(28)	<b>10.875</b>	<b>15.020</b>
<b>C. Rückstellungen</b>	(29)	<b>2.966.263</b>	<b>2.810.042</b>
<b>D. Verbindlichkeiten</b>	(30)	<b>3.340.453</b>	<b>3.359.814</b>
<b>E. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	(31)	<b>7.462</b>	<b>41.449</b>
<b>Bilanzsumme</b>		<b>8.191.777</b>	<b>7.924.975</b>

**Entwicklung des Anlagevermögens – KARSTADT QUELLE-Konzern**

	Anschaffungs-/ Herstellungskosten 01.01.2000 Tsd. €	Veränderung Konsolidie- rungskreis Tsd. €	Zugänge* Tsd. €
<b>Anlagevermögen</b>			
<b>Immaterielle Vermögensgegenstände</b>			
Ähnliche Rechte	255.353	835	35.603
Geschäfts- oder Firmenwert	52.902	-	98
Geleistete Anzahlungen	19.734	-	24.591
	<b>327.989</b>	<b>835</b>	<b>60.292</b>
<b>Sachanlagen</b>			
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	5.922.007	1.376	177.187
Technische Anlagen und Maschinen	110.726	25	2.557
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.326.672	1.507	192.024
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	70.396	-	36.018
	<b>8.429.801</b>	<b>2.908</b>	<b>407.786</b>
<b>Finanzanlagen</b>			
Anteile an verbundenen Unternehmen	71.360	- 1.334	17.533
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	1.478	- 1.478	2.180
Anteile an assoziierten Unternehmen	177.456	-	137.912
Beteiligungen	133.445	-	8.766
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	19.348	-	-
Wertpapiere des Anlagevermögens	8.570	- 3	1.233
Sonstige Ausleihungen	19.569	-	3.350
	<b>431.226</b>	<b>- 2.815</b>	<b>170.974</b>
	<b>9.189.016</b>	<b>928</b>	<b>639.052</b>

\*) In den Zugängen sind Anpassungen der handels- an die steuerrechtlichen Buchwerte aus Betriebsprüfung in Höhe von 69.190 Tsd. € enthalten.

Kurs- differenzen	Um- buchungen	Abgänge	Abschrei- bungen kumuliert*	Buchwerte 31.12.2000	Buchwerte 31.12.1999	Abschrei- bungen laufendes Jahr	Zuschrei- bungen laufendes Jahr
Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €
248	14.436	29.790	191.860	84.825	88.646	34.120	-
- 33	-	-	41.316	11.651	14.642	3.091	-
1	- 12.270	904	-	31.152	19.734	-	-
<b>216</b>	<b>2.166</b>	<b>30.694</b>	<b>233.176</b>	<b>127.628</b>	<b>123.022</b>	<b>37.211</b>	-
677	57.219	119.600	3.632.391	2.406.475	2.312.052	133.626	69.396
114	- 695	2.290	91.037	19.400	22.563	5.621	-
488	1.543	164.925	2.010.910	346.399	355.198	181.440	-
3	- 60.233	2.180	-	44.004	70.396	-	-
<b>1.282</b>	<b>- 2.166</b>	<b>288.995</b>	<b>5.734.338</b>	<b>2.816.278</b>	<b>2.760.209</b>	<b>320.687</b>	<b>69.396</b>
623	53	1.455	19.876	66.904	51.579	31	-
-	-	-	-	2.180	1.479	-	-
-	-	31.030	-	284.338	177.456	-	-
-	- 53	13.938	8.284	119.936	125.160	-	-
-	-	354	2.988	16.006	16.031	-	-
-	-	632	573	8.595	7.978	13	-
1	-	639	1.648	20.633	17.930	75	-
<b>624</b>	<b>-</b>	<b>48.048</b>	<b>33.369</b>	<b>518.592</b>	<b>397.613</b>	<b>119</b>	-
<b>2.122</b>	<b>-</b>	<b>367.737</b>	<b>6.000.883</b>	<b>3.462.498</b>	<b>3.280.844</b>	<b>358.017</b>	<b>69.396</b>

\*) Im Zuge der Erhöhung der Wertansätze sind bei Nachaktivierungen auch entsprechend die kumulierten Abschreibungen in Höhe von 5.292 Tsd. € angepasst worden.

**Kapitalflussrechnung – KARSTADT QUELLE-Konzern**

	2000	1999
	Mio. €	Mio. €
Jahresergebnis vor außerordentlichen Posten	256,2	218,6
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	357,9	368,2
Zu-/Abnahme der Rückstellungen	29,0	113,0
<b>Brutto-Cash-Flow</b>	<b>643,1</b>	<b>699,8</b>
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen/ Erträge	71,0	116,4
Gewinn/Verlust aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	- 49,7	- 15,8
Zu-/Abnahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	- 144,1	- 250,8
Zu-/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	- 111,5	- 65,1
Auszahlungen aus außerordentlichen Posten	- 8,7	-
<b>Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>	<b>400,1</b>	<b>484,5</b>
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens	140,9	49,6
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	- 338,6	- 376,6
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des immateriellen Anlagevermögens	19,3	1,3
Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	- 53,0	- 38,7
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Finanzanlagevermögens	50,5	90,3
Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	- 171,0	- 56,0
<b>Cash Flow aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>- 351,9</b>	<b>- 330,1</b>
Auszahlungen an Aktionäre und Minderheitsgesellschafter	- 75,6	- 47,2
Ein-/Auszahlung aus der Aufnahme/Tilgung von Anleihen und (Finanz-) Krediten	57,4	- 198,7
<b>Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>- 18,2</b>	<b>- 245,9</b>
<b>Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds</b>	<b>30,0</b>	<b>- 91,5</b>
Wechselkurs-, konsolidierungskreis- und bewertungsbedingte Änderungen des Finanzmittelfonds	- 4,9	34,3
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	220,0	277,2
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>245,1</b>	<b>220,0</b>

## SEGMENTANGABEN

Die Kennzahlen zu den Segmenten finden Sie auf den Seiten 130 bis 132.

**Kennzahlen – KARSTADT QUELLE-Konzern**

	KARSTADT QUELLE-Konzern		Überleitungsrechnung	
	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
Umsatz	16.422.502	15.490.397	-	-
Innenumsatz	- 1.182.470	- 647.431	- 486.060	- 212.761
<b>Konzernumsatz</b>	<b>15.240.032</b>	<b>14.842.966</b>	<b>- 486.060</b>	<b>- 212.761</b>
Materialaufwand	- 8.299.926	- 8.022.840	208.085	135.597
<b>Rohertrag</b>	<b>6.940.106</b>	<b>6.820.126</b>	<b>- 277.975</b>	<b>- 77.164</b>
Personalaufwand	- 3.216.815	- 3.169.496	- 413	753
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen	- 3.171.876	- 3.156.955	255.372	49.780
Beteiligungsergebnis aus assoziierten Unternehmen	36.237	45.016	-	-
Beteiligungsergebnis aus sonstigen Unternehmen	1.849	16.068	-	-
Sonstige Steuern	- 25.806	- 31.600	- 925	-
Zinsergebnis aus Ratenkreditgeschäft	126.363	125.466	-	-
<b>EBITDA</b>	<b>690.058</b>	<b>648.625</b>	<b>- 23.941</b>	<b>- 26.631</b>
Abschreibungen	- 357.898	- 367.850	13.183	17.188
<b>EBIT</b>	<b>332.160</b>	<b>280.775</b>	<b>- 10.758</b>	<b>- 9.443</b>
Zinsergebnis ohne Ratenkreditgeschäft	- 51.882	- 55.401	40	-
<b>EBT (vor außerordentlichen Erträgen und Aufwendungen)</b>	<b>280.278</b>	<b>225.374</b>	<b>- 10.718</b>	<b>- 9.443</b>
Außerordentliche Erträge und Aufwendungen	- 7.498	-	-	-
<b>EBT</b>	<b>272.780</b>	<b>225.374</b>	<b>- 10.718</b>	<b>- 9.443</b>
EBIT-Marge in %	2,2	1,9	-	-
EBT-Marge in % (nach außerordentlichen Erträgen und Aufwendungen)	1,8	1,5	-	-
Segmentvermögen	8.191.777	7.924.975	- 1.006.695	- 700.528
Segmentschulden	6.325.053	6.226.325	- 1.208.052	- 869.549
Capital Employed	3.308.819	3.180.105	11.726	- 420
ROCE in %	10,0	8,8	-	-
Brutto-Cash-Flow	643.104	699.800	- 21.781	26.498
Investitionen	569.862	481.709	- 79.373	- 33.164
Arbeitnehmer (Jahresdurchschnitt)	88.163	88.171	-	-

\*) im Jahresdurchschnitt

\*\*) korrigiert um Steueranrechnungsanspruch

**Stationärer Einzelhandel**
**Versandhandel**
**Warenhäuser**
**Fachgeschäfte**
**Universalversand**

2000 Tsd. €	1999 Tsd. €	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
7.097.171	7.013.790	574.397	543.559	6.949.535	6.748.707
- 73.345	- 74.518	- 10.991	- 4.765	- 501.372	- 326.124
<b>7.023.826</b>	<b>6.939.272</b>	<b>563.406</b>	<b>538.794</b>	<b>6.448.163</b>	<b>6.422.583</b>
- 3.908.556	- 3.877.531	- 380.856	- 359.854	- 3.487.878	- 3.375.577
<b>3.115.270</b>	<b>3.061.741</b>	<b>182.550</b>	<b>178.940</b>	<b>2.960.285</b>	<b>3.047.006</b>
- 1.888.817	- 1.858.272	- 93.549	- 91.680	- 949.199	- 1.009.048
- 846.796	- 865.163	- 74.483	- 68.446	- 1.907.874	- 1.938.746
-	-	-	-	15	937
6.640	4.803	69	76	- 7.289	5.978
- 15.276	- 15.715	- 89	- 126	- 8.783	- 14.942
-	-	-	-	125.519	124.350
<b>371.021</b>	<b>327.394</b>	<b>14.498</b>	<b>18.764</b>	<b>212.674</b>	<b>215.535</b>
- 229.058	- 238.997	- 12.067	- 12.547	- 96.555	- 111.711
<b>141.963</b>	<b>88.397</b>	<b>2.431</b>	<b>6.217</b>	<b>116.119</b>	<b>103.824</b>
- 43.021	- 54.097	- 2.284	- 1.696	1.604	5.438
<b>98.942</b>	<b>34.300</b>	<b>147</b>	<b>4.521</b>	<b>117.723</b>	<b>109.262</b>
- 7.498	-	-	-	-	-
<b>91.444</b>	<b>34.300</b>	<b>147</b>	<b>4.521</b>	<b>117.723</b>	<b>109.262</b>
2,0	1,3	0,4	1,2	1,8	1,6
1,3	0,5	0,0	0,8	1,8	1,7
4.748.181	4.345.206	194.919	172.418	3.414.311	3.507.329
3.702.230	3.331.770	170.596	141.182	3.017.640	3.121.285
1.896.804	1.616.125	16.165	27.872	912.928	1.173.148
7,5	5,5	15,0	22,3	12,7	8,9
367.050	371.538	14.471	16.089	157.988	195.172
406.679	308.696	16.057	14.728	150.360	157.307
52.567	52.725	2.785	2.916	25.568	26.214

Spezialversand		Touristik		Dienstleistungen/Sonstiges	
		2000 Tsd. €	1999 Tsd. €	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
1.211.118	880.596	-	-	590.281	303.745
- 108.370	- 29.261	-	-	- 2.332	- 2
<b>1.102.748</b>	<b>851.335</b>	-	-	<b>587.949</b>	<b>303.743</b>
- 492.415	- 380.895	-	-	- 238.306	- 164.580
<b>610.333</b>	<b>470.440</b>	-	-	<b>349.643</b>	<b>139.163</b>
- 133.611	- 119.605	-	-	- 151.226	- 91.644
- 416.206	- 295.742	-	-	- 181.889	- 38.638
-	-	28.086	39.127	8.136	4.952
- 852	- 348	-	-	3.281	5.559
- 715	- 672	-	-	- 18	- 145
844	1.116	-	-	-	-
<b>59.793</b>	<b>55.189</b>	<b>28.086</b>	<b>39.127</b>	<b>27.927</b>	<b>19.247</b>
- 17.010	- 15.280	-	-	- 16.391	- 6.503
<b>42.783</b>	<b>39.909</b>	<b>28.086</b>	<b>39.127</b>	<b>11.536</b>	<b>12.744</b>
- 5.737	- 3.392	-	-	- 2.484	- 1.654
<b>37.046</b>	<b>36.517</b>	<b>28.086</b>	<b>39.127</b>	<b>9.052</b>	<b>11.090</b>
-	-	-	-	-	-
<b>37.046</b>	<b>36.517</b>	<b>28.086</b>	<b>39.127</b>	<b>9.052</b>	<b>11.090</b>
3,9	4,7	-	-	2,0	4,2
3,4	4,3	-	-	1,5	3,7
391.643	292.335	-	-	449.418	308.215
321.769	261.545	-	-	320.870	240.092
58.701	20.302	189.631*	169.441	222.864	173.637
72,9	196,6	14,8*	18,0**	5,2	7,3
48.155	31.005	28.086	39.127	49.135	20.371
35.547	27.396	-	-	40.592	6.746
4.086	3.799	-	-	3.157	2.517

## GRUNDLAGEN DES KONZERNABSCHLUSSES

1

### Allgemeine Grundlagen

Die KARSTADT QUELLE AG legt ihren Konzernabschluss in Euro vor. Die Umrechnung erfolgte zu dem festgelegten Kurs von 1,95583 DM für einen Euro.

Der Konzernabschluss ist nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB) und des Aktiengesetzes (AktG) in DM aufgestellt und in Euro umgerechnet.

Darüber hinaus beachten wir die am Bilanzstichtag gültigen Deutschen Rechnungslegungsstandards Nr. 2 und Nr. 3 (DRS 2 und DRS 3) des Deutschen Rechnungslegungs Standard Committee e.V. (DRSC).

2

### Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss sind neben der KARSTADT QUELLE AG grundsätzlich alle in- und ausländischen Unternehmen einbezogen, bei denen der KARSTADT QUELLE AG direkt oder indirekt die Mehrheit der Stimmrechte zustehen.

Das Tochterunternehmen OPTIMUS Bank für Finanz-Service GmbH, Neu-Isenburg, unterscheidet sich in ihrer Tätigkeit von anderen einbezogenen Unternehmen derart, dass eine Einbeziehung in den Konzernabschluss nicht erfolgte.

Die Karstadt Unterstützungsfonds GmbH, Essen, ist gemäß § 296 Abs. 1 Nr. 1 HGB wegen der Zweckbindung ihres Vermögens nicht konsolidiert.

Auf eine Einbeziehung wird auch verzichtet, wenn die Rechte des Mutterunternehmens erheblich und andauernd beschränkt sind. Ferner wird auf die Einbeziehung von 91 Gesellschaften (Vorjahr: 91) abgesehen, da diese Unternehmen gemessen an Umsatz, Vermögen und Ergebnis von untergeordneter Bedeutung sind.

Unternehmen, bei denen die KARSTADT QUELLE AG direkt oder indirekt zwischen 20 % und 50 % der Stimmrechte hält und einen maßgeblichen Einfluss auf die Finanz- und Geschäftspolitik ausübt, werden als assoziierte Unternehmen grundsätzlich nach der Equity-Methode konsolidiert.

Der Konsolidierungskreis umfasst 94 inländische und 93 ausländische Unternehmen. Nach der Equity-Methode werden 8 Unternehmen bewertet. Im Geschäftsjahr 2000 sind 13 Unternehmen erstmals konsolidiert worden. 7 Unternehmen sind im Geschäftsjahr aus dem Konsolidierungskreis ausgeschieden.

Die wesentlichen verbundenen und assoziierten Unternehmen sind auf den Seiten 144 bis 146 aufgeführt. Der vollständige Anteilsbesitz wird beim Handelsregister des Amtsgerichtes Essen HRB 1783 hinterlegt. Von der Schutzklausel gemäß § 313 Abs. 3 HGB wird für vier Gesellschaften Gebrauch gemacht.

## 3

### Konsolidierungsgrundsätze

Die Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen sind nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgestellt. Für die Konsolidierung nach der Equity-Methode sind von den konzerneinheitlichen Grundsätzen abweichende Methoden in den Jahresabschlüssen der assoziierten Unternehmen beibehalten worden.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der Buchwertmethode zum Zeitpunkt des Erwerbs oder zum Zeitpunkt der erstmaligen Einbeziehung in den Konzernabschluss. Die Anschaffungskosten für die Tochterunternehmen werden mit dem anteiligen Eigenkapital aufgerechnet. Dabei entstehende Unterschiedsbeträge werden nach der Zuordnung von stillen Lasten entsprechend den gesetzlichen Bestimmungen auf stille Reserven verteilt. Darüber hinausgehende Beträge werden

mit dem Eigenkapital verrechnet. Passive Unterschiedsbeträge, die Eigenkapitalcharakter aufweisen, sind dem Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung innerhalb des Eigenkapitals zugeordnet. Die Konsolidierung nach der Equity-Methode folgt den gleichen Grundsätzen.

Der Ausweis von Anteilen anderer Gesellschafter am Kapital einbezogener Unternehmen erfolgt gemäß § 307 Abs. 1 HGB gesondert innerhalb des Eigenkapitals.

Sonderposten mit Rücklageanteil sind entsprechend § 308 Abs. 3 S. 1 HGB aus dem Einzelabschluss übernommen worden.

Umsätze, Aufwendungen und Erträge sowie Forderungen und Verbindlichkeiten bzw. Rückstellungen zwischen einbezogenen Unternehmen sind eliminiert. Zwischenergebnisse aus konzerninternen Lieferungen und Leistungen werden herausgerechnet, sofern sie nicht durch Veräußerung an Dritte realisiert sind.

## Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, Währungsumrechnungen

### Anlagevermögen

Die immateriellen Vermögensgegenstände sind zu Anschaffungskosten, die Sachanlagen zu Anschaffungs- und Herstellungskosten abzüglich plan- bzw. außerplanmäßiger Abschreibungen und steuerlicher Sonderabschreibungen bilanziert. Die Abschreibungen erfolgen bei Gebäuden nach den Grundsätzen des § 7 EStG, beim beweglichen Anlagevermögen grundsätzlich degressiv und später linear. Geringwertige Wirtschaftsgüter werden im Zugangsjahr voll abgeschrieben. Beim beweglichen Anlagevermögen wird auf Zugänge des ersten Halbjahres in der Regel der volle und auf Zugänge des zweiten Halbjahres der halbe Abschreibungssatz verrechnet.

Auf Grund steuerlicher Vorschriften sind im Berichtsjahr wie auch in den Vorjahren Mehrabschreibungen vorgenommen und Sonderposten gebildet bzw. aufgelöst worden. Durch die Maßnahmen hat sich das Jahresergebnis um rund 8 % verbessert; zukünftig ergeben sich aus den Mehrabschreibungen des Berichtsjahres höhere Ertragsteuern, die sich jedoch auf bis zu 45 Jahre verteilen und daher die einzelnen Folgejahre nicht nennenswert belasten.

Die Finanzanlagen sind zu Anschaffungskosten bewertet. Außerplanmäßige Abschreibungen auf den niedrigeren beizulegenden

Wert werden vorgenommen, sofern die Wertminderung als voraussichtlich dauernd anzusehen sind.

Ausleihungen sind zum Nennwert angesetzt. Unverzinsliche oder niedrigverzinsliche Ausleihungen werden auf den Barwert abgezinst.

### Umlaufvermögen

Die Warenvorräte werden zu Einstandswerten abzüglich Skonti und vorsichtig bemessener Abschläge für Preisrisiken bewertet. Die Karstadt Warenhaus AG ermittelt den zu Grunde liegenden Einstandswert grundsätzlich unter Abzug des Kalkulationsaufschlages von den zu Verkaufspreisen aufgenommenen Beständen. Die Quelle AG und die Neckermann Versand AG legen ihren Bewertungen fortgeschriebene Einstandspreise zu Grunde.

Forderungen und Sonstige Vermögensgegenstände sind zum Nennbetrag angesetzt. Den Forderungen zu Grunde liegende Risiken wird durch Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen. Bei unverzinslichen Forderungen erfolgt eine Abzinsung. Für allgemeine Kreditrisiken sind Pauschalwertberichtigungen vorgenommen worden.

Wertpapiere des Umlaufvermögens sind zu Anschaffungskosten bzw. niedrigeren Börsen- oder beizulegenden Werten angesetzt.

**Rückstellungen und Verbindlichkeiten**

Rückstellungen werden nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung für ungewisse Verbindlichkeiten und drohende Verluste aus schwebenden Geschäften gebildet.

Die Rückstellungen für Pensionen sind auf der Basis versicherungsmathematischer Gutachten mit einem Zinsfuß von 6% ermittelt.

Verbindlichkeiten sind mit dem Rückzahlungsbetrag angesetzt.

**Derivative Finanzinstrumente**

Derivative Finanzgeschäfte werden grundsätzlich zur Sicherung von Zinsrisiken sowie zur Steuerung von Zinsbindungsfristen eingesetzt. Für drohende Verluste aus diesen Geschäften erfolgt grundsätzlich die Bildung von Rückstellungen. Innerhalb gebildeter Bewertungseinheiten sind nicht realisierte Verluste mit nicht realisierten Gewinnen aufgerechnet. Für übersteigende Verluste werden angemessene Rückstellungen gebildet, übersteigende Gewinne sind nicht bilanziert.

Währungsbezogene Finanzgeschäfte sind grundsätzlich zum Kassamittelkurs am Bilanzstichtag bewertet.

**Währungsumrechnung**

Die Jahresabschlüsse ausländischer einbezogener Unternehmen werden in entsprechender Landeswährung aufgestellt und in Euro umgerechnet. Für die Vermögensgegenstände und Schulden erfolgt eine Umrechnung zum Stichtagskurs, die Aufwendungen und Erträge werden zum Jahresdurchschnittskurs umgerechnet. Währungsdifferenzen, die zu Unterschiedsbeträgen bei Konsolidierungsmaßnahmen führen, werden mit den Gewinnrücklagen verrechnet.

## ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

5

### Umsatzerlöse

Die Aufgliederung der Umsatzerlöse nach Tätigkeitsbereichen erfolgt unter den Segmentangaben auf den Seiten 130 bis 132;

die Aufgliederung nach geographischen Merkmalen unter den Segmenterläuterungen auf der Seite 156.

6

### Sonstige betriebliche Erträge

Die Sonstigen betrieblichen Erträge gliedern sich wie folgt auf:

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
Erträge aus der Auflösung von Sonderposten mit Rücklageanteil	5.513	6.078
Mieteinnahmen und Provisionen	79.022	81.659
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	56.760	35.574
Erträge aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	54.099	23.306
Übrige Erträge	408.568	374.581
	<b>603.962</b>	<b>521.198</b>

Die Erträge aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens enthalten als größte Einzelposition die Erträge aus der Veräußerung des Versandzentrums Nürnberg der Quelle AG mit 36.402 Tsd. €.

Die übrigen Erträge beinhalten Erträge aus Werbekostenbeteiligungen, Parkplatzvermietung sowie weiterbelasteten Kosten.

7

**Materialaufwand**

Der Materialaufwand unterteilt sich wie folgt:

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	8.166.186	7.935.722
Aufwendungen für bezogene Leistungen	133.740	87.118
	<b>8.299.926</b>	<b>8.022.840</b>

8

**Personalaufwand**

Der Personalaufwand setzt sich wie folgt zusammen:

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
Löhne und Gehälter	2.517.090	2.474.693
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	699.725	694.803
davon für Altersversorgung	191.844	190.465
	<b>3.216.815</b>	<b>3.169.496</b>

9

**Abschreibungen**

Der Abschreibungen teilen sich wie folgt auf:

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände	37.211	37.240
Abschreibungen auf Sachanlagen	320.687	330.610
	<b>357.898</b>	<b>367.850</b>

10

### Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen teilen sich wie folgt auf:

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
Einstellungen in den Sonderposten mit Rücklageanteil	1.109	3.658
Vertriebskosten	2.256.311	2.186.157
Betriebskosten	483.333	593.056
Hauskosten	320.456	253.242
Verwaltungskosten	305.676	326.371
Sonstige Personalaufwendungen	48.277	40.835
Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	4.346	7.494
Verluste aus Wertminderungen von Gegenständen des Umlaufvermögens	710	131.790
Übrige	355.620	135.550
	<b>3.775.838</b>	<b>3.678.153</b>

Die Vertriebskosten beinhalten die Aufwendungen für Warenversand, Fuhrpark, Werbung sowie Kataloge.

Die Betriebskosten enthalten Kosten für Mieten, Inventarreparaturen sowie Wartung.

11

### Beteiligungsergebnis

Das Beteiligungsergebnis gliedert sich wie folgt:

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	2.258	3.334
Erträge aus Beteiligungen	12.178	16.634
davon aus verbundenen Unternehmen	7.502	10.761
Erträge aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	36.237	45.016
Aufwendungen aus Verlustübernahme	- 12.587	- 3.900
	<b>38.086</b>	<b>61.084</b>

Bei den Beteiligungen an Unternehmen, auf die ein maßgeblicher Einfluss ausgeübt wird und die nach der Equity-Methode konsolidiert werden, handelt es sich im Wesentlichen um die Erträge aus den

Gesellschaften C & N Touristic AG in Höhe von 28.086 Tsd. € (Vorjahr: 39.127 Tsd. €) und maul + co. - Chr. Belser GmbH in Höhe von 8.135 Tsd. € (Vorjahr: 4.952 Tsd. €).

## 12 Abschreibungen auf Finanzanlagen

Die Abschreibungen auf Finanzanlagen entfallen im Wesentlichen auf Sonstigen Ausleihungen.

## 13 Zinsergebnis

Das Zinsergebnis enthält:

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	1.743	2.220
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge davon aus verbundenen Unternehmen	257.986 2.707	209.658 2.678
Sonstige Zinsen und ähnliche Aufwendungen davon an verbundene Unternehmen	- 185.129 1.376	- 141.502 1.278
	<b>74.600</b>	<b>70.376</b>

## 14 Außerordentliches Ergebnis

Das außerordentliche Ergebnis setzt sich wie folgt zusammen:

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
Außerordentliche Erträge Werterhöhungen Sachanlagen	133.294	-
Außerordentliche Aufwendungen Restrukturierungsmaßnahmen Übrige	- 121.003 - 19.789	- -
	<b>- 7.498</b>	<b>-</b>

Die außerordentlichen Erträge enthalten Erträge aus der Zuschreibung von Sachanlagevermögen sowie aus der Anpassung handelsrechtlicher an steuerrechtliche Buchwerte bei Grundstücken, grundstücksgleichen Rechten und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken. Die Erträge sind steuerfrei.

Den außerordentlichen Erträgen stehen außerordentliche Aufwendungen aus Restrukturierungsmaßnahmen im Warengeschäft gegenüber.

Darüber hinaus werden außerordentliche Belastungen aus Aufwendungen an den Entschädigungsfonds für Zwangsarbeiter sowie Aufwendungen aus der Bereinigung des Finanzanlagevermögens ausgewiesen.

15

### Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag unterteilen sich wie folgt:

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer	14.355	16.912
Latente Steuern	9.734	- 10.138
	<b>24.089</b>	<b>6.774</b>

Als Steuern vom Einkommen und vom Ertrag werden im Inland Körperschaft- und Gewerbeertragsteuern sowie im Ausland vergleichbare ertragsabhängige Steuern ausgewiesen. Der Steuerberechnung liegt der Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstandes zu Grunde.

Die passiven latenten Steuern des Berichtsjahres entstammen im Wesentlichen der KARSTADT QUELLE AG. Aktive latente Steuern sind mit passiven latenten Steuern verrechnet.

16

### Sonstige Steuern

Die sonstigen Steuern enthalten hauptsächlich Grundsteuern aus der KARSTADT QUELLE AG und der Quelle AG.

## ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

17

### Anlagevermögen

Die Gliederung und Entwicklung der in der Bilanz zusammengefassten Anlage-

positionen ist auf den Seiten 126 und 127 dargestellt.

18

### Immaterielle Vermögensgegenstände

Die Zugänge in Höhe von 60.292 Tsd. € sind in erster Linie auf den Erwerb von Software zurückzuführen. Die geleisteten

Anzahlungen betreffen noch nicht abgeschlossene und neue Projekte.

19

### Sachanlagen

Die Zugänge bei den Sachanlagen betragen 407.786 Tsd. €. Sie beinhalten analog zur Steuerbilanz Nachaktivierungen in Höhe von 69.190 Tsd. € und sind im Wesentlichen auf Umbau- und Modernisierungsmaßnahmen bestehender Warenhäuser zurückzuführen. Im Zuge der Erhöhung der Wertansätze sind bei Nachaktivierungen auch entsprechend die kumulierten Abschreibungen in Höhe von 5.292 Tsd. € angepasst worden.

Im Geschäftsjahr wurde auf die Beibehaltung niedrigerer Werte von Vermögensgegenständen des Anlagevermögens verzichtet. Die Zuschreibungen belaufen sich daraus auf 69.396 Tsd. €.

Unter den Abschreibungen des Geschäftsjahres sind steuerliche Sonderabschreibungen auf Grund von § 6 b EStG i.V.m. § 254 HGB enthalten. Das Jahresergebnis ist durch diese Maßnahme nur unwesentlich beeinflusst.

20

### Finanzanlagen

Die Zugänge unter den Finanzanlagen betreffen im Wesentlichen die Kapital-

erhöhung bei der C & N Touristic AG in Höhe von 102.253 Tsd. €.

**Wesentliche in den Konzernabschluss einbezogene verbundene Unternehmen  
(Stand 31.12.2000 in Tsd. €)**

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in %	Eigenkapital	Ergebnis	Umsatz	Mitarbeiter <sup>1)</sup>
<b>Stationärer Einzelhandel</b>					
<b>Warenhäuser</b>					
KARSTADT QUELLE AG	(K) -	1.262.473	117.743	-	82
Karstadt Warenhaus AG, Essen	(K) 100	509.920	36.557	6.972.406	63.320
Kepa Kaufhaus GmbH, Essen	(K) 100	103.785	19.166	15.633	-
Warenhaus WERTHEIM GmbH, Berlin	(K) 100	15.364	7.453 *	3.067	-
Optimus Logistics GmbH, Nürnberg	(K) 100	500	1.031 *	64.490	266
Le Buffet System-Gastronomie und Dienstleistungs-GmbH, Dreieich	(K) 100	1.534	2.772 *	37.858	739
Karstadt Sport.com AG, Essen <sup>2)</sup>	(K) 100	- 1.989	-2.039	1.378	17
<b>Fachgeschäfte</b>					
WEHMEYER GmbH & Co. KG, Aachen	(K) 100	8.672	6.575	207.316	1.799
Schaulandt GmbH, Hamburg	(K) 100	- 3.894	- 4.501	216.326	528
»Schürmann Elektrohandels-gesellschaft« mbH, Hamburg	(K) 100	6.394	- 748 *	20.132	66
WOM World of Music Produktions- und Verlags-GmbH, Kiel	(K) 95	- 2	- 1.922	20.938	120
Runners Point Warenhandels-gesellschaft mbH, Essen	(K) 100	6.647	584 *	70.519	872
<b>Versandhandel</b>					
<b>Universalversand</b>					
Quelle AG, Fürth	(K) 100	282.284	22.292	3.667.023	13.974
Neckermann Versand AG, Frankfurt/Main	(K) 100	219.928	22.497	1.533.957	6.545
Fonetix Call Center GmbH & Co. KG, Chemnitz	(K) 100	875	1.393	16.105	716
Neckermann B.V., Hulst, Niederlande	(K) 100	23.252	2.529	155.675	570
Neckermann Versand Österreich AG, Graz, Österreich	(K) 100	35.731	4.985	111.326	417
Quelle AG, Linz, Österreich <sup>3)</sup>	(K) 100	56.046	6.318	275.960	1.612
Quelle S.A., Saran, Frankreich <sup>3)</sup>	(K) 100	33.079	2.950	471.073	2.147
servicelogiQ GmbH logistische Dienstleistungen, Nürnberg	(K) 100	511	- 852	64.132	1.069

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in %	Eigenkapital	Ergebnis	Umsatz	Mitarbeiter <sup>1)</sup>
<b>Spezialversand</b>					
Atelier Goldner Schnitt GmbH & Co. KG, Münchberg <sup>3)</sup>	(K) 100	9.623	9.858	152.652	559
Bon A Parte Postshop A/S, Ikast, Dänemark	(K) 100	1.881	398	33.302	241
Elégance Rolf Offergelt GmbH, Aachen <sup>3)</sup>	(K) 100	11.203	3.515	86.360	424
Happy Size-Company Versandhandels GmbH, Frankfurt/Main	(K) 100	26	3.771	50.129	-
Krähe Versand GmbH & Co. KG, Schlierbach	(K) 100	5.113	1.035	22.202	140
Madeleine Mode GmbH, Fürth <sup>3)</sup>	(K) 100	17.376	1.410	101.857	115
Mercatura Holding GmbH & Co. KG, Nürnberg <sup>3)</sup>	(K) 100	27.015	3.763	118.142	1.289
Peter Hahn GmbH, Winterbach <sup>3)</sup>	(K) 100	30.338	3.346	177.265	814
Versandhaus Walz GmbH, Baby-Walz, Die moderne Hausfrau, Bad Waldsee	(K) 100	5.113	12.782	188.994	1.005
<b>Dienstleistungen / Sonstiges</b>					
KARSTADT QUELLE Versicherungs-Vermittlung GmbH, Essen	(K) 100	1.376	2.532 *	21.383	50
Euro-Papier N.V., Temse, Belgien	(K) 100	2.708	2.598	164.909	5
ITELLIUM Systems & Services GmbH, Essen	(K) 100	5.284	287	224.465	1.324
KARSTADT QUELLE International Einkaufsgesellschaft mbH, Essen	(K) 100	7.422	- 3.889	46.599	-
KARSTADT QUELLE New Media AG, Essen <sup>4)</sup>	(K) 100	21.772	- 3.228	-	14
MC Immobilien Verwaltungs-GmbH & Co. Essen Miesesheide KG, Essen	(K) 100	2.410	- 4.389	8.823	-
Profectis GmbH Technischer Kundendienst, Nürnberg	(K) 100	2.556	- 1.592	108.867	1.693

(K) vollkonsolidiert

\*) vor Ergebnisabführung an die KARSTADT QUELLE AG

1) im Jahresdurchschnitt, ohne Auszubildende

2) Rumpfgeschäftsjahr vom 20. 06. 2000 bis 31.12. 2000

3) einschließlich Tochtergesellschaften

4) Rumpfgeschäftsjahr vom 19. 05. 2000 bis 31.12. 2000

**Wesentliche Beteiligungen des KARSTADT QUELLE-Konzerns  
(Stand 31.12.2000 in Tsd. €)**

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in %	Eigenkapital	Ergebnis	Umsatz
»HOLM« Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Brieselang KG, Pöcking, Landkreis Starnberg <sup>3)</sup>	99	- 19.671	- 599	6.087
C & N Touristic AG, Schwalbach am Taunus <sup>1)</sup>	(E) 50	444.573	67.915	-
H.O.T. Home Order Television Holding AG, Ismaning	10,01	52.524	12.274	242.937
maul + co. - Chr. Belser GmbH, Nürnberg <sup>2)</sup>	(E) 25	36.138	4.150	176.230
MOSTIA Grundstücksgesellschaft mbH & Co. KG, Grünwald bei München <sup>3)</sup>	100	- 21.310	-3.721	17.397
NUR TOURISTIC GMBH, Oberursel/Taunus <sup>1)</sup>	(E) 50	115.961	16.750*	2.375.722
TRADO Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Dresden KG, Pöcking, Landkreis Starnberg <sup>3)</sup>	99	- 72.617	- 93	18.794

(E) at equity konsolidiert

\* ) vor Ergebnisabführung an die C & N Touristic AG

<sup>1)</sup> Geschäftsjahr vom 01.11.1999 bis 31.10.2000

<sup>2)</sup> Rumpfgeschäftsjahr vom 01.07.2000 bis 31.12.2000

<sup>3)</sup> Vorjahreszahlen

21

**Vorräte**

Die Vorräte gliedern sich wie folgt:

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	66.980	61.756
Waren	2.506.349	2.397.773
Geleistete Anzahlungen	-	115
	<b>2.573.329</b>	<b>2.459.644</b>

22

## Forderungen und Sonstige Vermögensgegenstände

Die Forderungen und Sonstigen Vermögensgegenstände unterteilen sich wie folgt:

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
<b>Forderungen aus Lieferungen und Leistungen</b>	<b>1.145.130</b>	<b>1.381.614</b>
davon Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr	276.802	273.365
<b>Forderungen gegen verbundene Unternehmen</b>	<b>125.026</b>	<b>99.341</b>
<b>Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht</b>	<b>39.066</b>	<b>20.986</b>
<b>Forderungen gegen assoziierte Unternehmen</b>	<b>7.326</b>	<b>11.290</b>
<b>Sonstige Vermögensgegenstände</b>	<b>570.425</b>	<b>421.696</b>
davon Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr	24.738	36.563
	<b>1.886.973</b>	<b>1.934.927</b>

Im Berichtsjahr haben die Quelle AG und die Neckermann Versand AG Forderungen in Höhe von 801 Mio. € bzw. 247 Mio. € regresslos im Rahmen eines Asset-Backed-Securitisation (ABS)-Programmes verkauft.

Diese sind um Retouren, nicht realisierte Zinsen aus Ratenkreditgeschäft und um Wertberichtigungen aus erwarteten Ausfällen auf den zurückbehaltenen Teil der Forderungen korrigiert.

Die Sonstigen Vermögensgegenstände betreffen neben Steuererstattungsansprüchen in Höhe von 142 Mio. € im Wesentlichen zurückbehaltene Forderungen aus dem ABS-Programm.

Außerdem enthält die Position Forderungen an Mitarbeiter sowie debitorische Kreditoren.

23

## Flüssige Mittel

Die Flüssigen Mittel teilen sich wie folgt auf:

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
<b>Schecks</b>	<b>8.600</b>	<b>8.451</b>
<b>Kassenbestand</b>	<b>100.364</b>	<b>90.538</b>
<b>Guthaben bei Kreditinstituten</b>	<b>127.764</b>	<b>118.359</b>
	<b>236.728</b>	<b>217.348</b>

24

### Rechnungsabgrenzungsposten

Die Rechnungsabgrenzungsposten gliedern sich wie folgt:

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
Latente Steuern	871	10.605
Disagio und übrige Abgrenzungen	23.002	18.919
	<b>23.873</b>	<b>29.524</b>

Die latenten Steuern beinhalten Passivposten in Höhe von 10.652 Tsd. € (Vorjahr: 1.444 Tsd. €) aus den Einzelabschlüssen der einbezogenen Unternehmen. Demgegenüber sind aus der Zwischengewinneliminierung bzw. aus Konsolidierungsmaßnahmen aktive latente Steuern in Höhe

von 11.523 Tsd. € (Vorjahr: 12.049 Tsd. €) angesetzt.

Die übrigen Abgrenzungen enthalten überwiegend Mietvorauszahlungen sowie Kraftfahrzeugsteuern.

25

### Gezeichnetes Kapital und Kapitalrücklage

Das Grundkapital der KARSTADT QUELLE AG beträgt unverändert 300.929 Tsd. €.

Es ist eingeteilt in 117.550.400 auf den Inhaber lautende Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von 2,56 EURO je Stückaktie.

#### Genehmigtes Kapital I

Die Hauptversammlung hat am 20. Juli 2000 ein Genehmigtes Kapital I beschlossen. Der Vorstand wird ermächtigt, das Grundkapital bis zum 30. Juni 2005 mit Zustimmung des Aufsichtsrates um bis zu 40 Mio. € durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Aktien gegen

Bareinlagen zu erhöhen. Dabei ist den Aktionären ein Bezugsrecht einzuräumen.

#### Genehmigtes Kapital II

Die Hauptversammlung hat am 20. Juli 2000 ein Genehmigtes Kapital II beschlossen. Der Vorstand wird ermächtigt, das Grundkapital bis zum 30. Juni 2005 mit Zustimmung des Aufsichtsrates um bis zu 40 Mio. € durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Aktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen zu erhöhen. Bei Kapitalerhöhungen gegen Bareinlagen sind die neuen Aktien den Aktionären zum Bezug anzubieten.

### **Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen und Schaffung eines bedingten Kapitals**

Der Vorstand wurde ferner ermächtigt, bis zum 30. Juni 2005 einmalig oder mehrmals auf den Inhaber und/oder auf den Namen lautende Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 600 Mio. € mit einer Laufzeit von längstens 20 Jahren zu begeben und den Inhabern oder Gläubigern von Wandelschuldverschreibungen Wandlungsrechte bzw. den Inhabern oder Gläubigern von Optionsschuldverschreibungen Optionsrechte auf neue Aktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von bis zu 50 Mio. € nach näherer Maßgabe der Wandel- und/oder Optionsanleihebedingungen zu gewähren.

Das Grundkapital wurde in diesem Zusammenhang um bis zu 50 Mio. € bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Rechten an die Inhaber oder Gläubiger von Wandel- und Optionsschuldverschreibungen, die gemäß vorstehender Ermächtigung bis zum 30. Juni 2005 begeben werden.

### **Meldungen gemäß §§ 21 ff. WpHG**

Die Schickedanz-Holding AG & Co. KG, Fürth, hat uns mitgeteilt, dass ihre Stimmrechte an unserer Gesellschaft am 25. Oktober 2000 die Schwelle von 25 % unterschritten haben und nunmehr 22,751 % betragen. Die Schickedanz-Holding AG & Co. KG hat uns des Weiteren als Mutterunternehmen der Schickedanz Handelswerte

Gesellschaft bürgerlichen Rechts mitgeteilt, dass deren Stimmrechte an unserer Gesellschaft am 25. Oktober 2000 die Schwelle von 10 % unterschritten haben und nunmehr 5,359 % betragen, dass diese Stimmrechte der Schickedanz Handelswerte Gesellschaft bürgerlichen Rechts der Schickedanz-Holding AG & Co. KG gemäß § 21 Abs. 1 Nr. 2 WpHG zuzurechnen sind und dass unter Berücksichtigung der Zurechnung der Stimmrechtsanteil der Schickedanz-Holding AG & Co. KG 28,11 % beträgt.

Die Schickedanz Beteiligungs GmbH, Fürth, hat uns mitgeteilt, dass sie am 25. Oktober 2000 Stimmrechte an der KARSTADT QUELLE AG erworben hat, die die Schwellen von 5 % und 10 % übersteigen und 21,837 % betragen. Ferner hat sie uns mitgeteilt, dass sie am 26. März 2001 die Schwelle von 10% der Stimmrechte an unserer Gesellschaft unterschritten hat und ihr Stimmrechtsanteil nunmehr noch 6,01 % beträgt.

Die Madeleine Schickedanz Vermögensverwaltungs GmbH & Co. KG, Fürth, hat uns mitgeteilt, dass sie am 26. März 2001 die Schwellen von 5 % und 10 % der Stimmrechte an unserer Gesellschaft überschritten hat und ihr Stimmrechtsanteil 10,92 % beträgt.

Frau Madeleine Schickedanz, Fürth, hat uns mitgeteilt, dass sie unter Berücksichtigung der Zurechnung von Stimmrechten am 26. März 2001 Stimmrechte an unserer Gesellschaft erworben hat, die die Schwellen von 5 % und 10 % überschreiten, dass ihr gemäß § 22 Abs. 1 Nr. 2 WpHG die Stimmrechte aus Aktien unserer Gesellschaft,

die der von ihr kontrollierten Madeleine Schickedanz Vermögensverwaltungs GmbH & Co. KG, Fürth, gehören, zuzurechnen sind, dass die der Madeleine Schickedanz Vermögensverwaltungs GmbH & Co. KG gehörenden Stimmrechte 10,92 % betragen und dass sich ihr Stimmrechtsanteil unter Berücksichtigung der genannten Zurechnung auf 11,23 % beläuft.

Die Allianz Aktiengesellschaft, München, hat am 20. Oktober 1999 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der KARSTADT QUELLE AG seit dem 15. Oktober 1999 9,38 % beträgt. Davon sind der Allianz Aktiengesellschaft 9,38 % der Stimmrechte nach § 22 Abs. 1 Nr. 2 WpHG zuzurechnen. Gleichzeitig teilte sie mit, dass der Stimmrechtsanteil ihrer Tochtergesellschaft AZ-KAR

Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG, München, 8,75 % beträgt.

Die Dresdner Bank AG, Frankfurt am Main, hat am 20. Oktober 1999 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der KARSTADT QUELLE AG seit dem 15. Oktober 1999 7,15 % beträgt. Diese Stimmrechte sind der Dresdner Bank AG nach § 22 Abs. 1 Nr. 2 WpHG über die FGL Frankfurter Gesellschaft für Luftfahrtwerte mbH, Frankfurt am Main, zuzurechnen.

#### Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage beträgt zum 31. 12. 2000 unverändert 482.031 Tsd. € und enthält das Agio aus in Vorjahren erfolgten Erhöhungen des Grundkapitals.

26

#### Gewinnrücklagen

Die Gewinnrücklagen entwickelten sich wie folgt:

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
<b>Gesetzliche Rücklagen</b>	<b>59.310</b>	<b>59.310</b>
<b>Andere Gewinnrücklagen</b>		
Stand 1. Januar der KARSTADT QUELLE AG	302.460	743.419
Entnahme zum Zweck der Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln	-	- 298
Entnahme aus den Gewinnrücklagen	-	- 440.661
Einstellung aus dem Jahresüberschuss	38.984	-
Stand 31. Dezember der KARSTADT QUELLE AG	341.444	302.460
Gewinnrücklagen/Bilanzergebnisse einbezogener Tochterunternehmen und Ergebnisse aus Konsolidierungsmaßnahmen	858.248	735.961
Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung	- 304.848	- 301.328
Rücklage aus Währungsumrechnungen	142	518
<b>Stand 31. Dezember</b>	<b>894.986</b>	<b>737.611</b>
	<b>954.296</b>	<b>796.921</b>

**27** **Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter**

Die Anteile anderer Gesellschafter in Höhe von 50.709 Tsd. € (Vorjahr: 45.887 Tsd. €) resultieren aus konzernexternen Minder-

heitsbeteiligungen am Eigenkapital einbezogener Unternehmen. Sie entfallen im Wesentlichen auf die Quelle-Gruppe.

**28** **Sonderposten mit Rücklageanteil**

Die Sonderposten mit Rücklageanteil werden in erster Linie in der Quelle-Gruppe für Investitionszulagen nach dem InvZulG

ausgewiesen. Weitere Sonderposten entfallen auf ausländische Gesellschaften.

**29** **Rückstellungen**

Die Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	2.073.881	2.007.185
Steuerrückstellungen	139.228	140.449
Sonstige Rückstellungen	753.154	662.408
	<b>2.966.263</b>	<b>2.810.042</b>

Die Pensionsrückstellungen umfassen die direkten vertraglichen Versorgungsansprüche der Mitarbeiter und Pensionäre.

Die Sonstigen Rückstellungen enthalten im Wesentlichen Vorsorgen für Restrukturierung, Altersteilzeit, Gratifikationen, Verwertungsrisiken aus Retouren, Urlaubsansprüche sowie Jubiläumswendungen.

Die Sonstigen Rückstellungen beinhalten außerdem die künftig anfallenden Aufwendungen für die Einziehung der im Rahmen des ABS-Programmes verkauften Forderungen.

30

**Verbindlichkeiten**

	2000 Tsd. €	davon Restlaufzeit		
		bis 1 Jahr Tsd. €	1 bis 5 Jahre Tsd. €	mehr als 5 Jahre Tsd. €
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.413.683	924.894	332.682	156.107
davon grundpfandrechtlich gesichert	94.480			
Vorjahr	1.620.114	1.052.244	314.608	253.262
davon grundpfandrechtlich gesichert	151.961			
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	48.415	48.407	8	-
Vorjahr	39.876	39.871	5	-
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	826.217	825.998	219	-
Vorjahr	889.356	889.356	-	-
Verbindlichkeiten aus der Annahme gezogener Wechsel	39.221	39.221	-	-
Vorjahr	37.131	37.131	-	-
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	40.813	35.467	5.138	208
Vorjahr	30.811	30.497	108	206
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen	83.050	83.050	-	-
Vorjahr	6.902	6.902	-	-
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	6.974	6.974	-	-
Vorjahr	4.406	4.406	-	-
Sonstige Verbindlichkeiten	882.080	779.444	46.642	55.994
davon aus Steuern	247.056			
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	86.497			
davon grundpfandrechtlich gesichert	74			
Vorjahr	731.218	631.713	42.629	56.876
davon aus Steuern	251.384			
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	78.306			
davon grundpfandrechtlich gesichert	78.191			
<b>Stand 31. 12. 2000</b>	<b>3.340.453</b>	<b>2.743.455</b>	<b>384.689</b>	<b>212.309</b>
davon grundpfandrechtlich gesichert	94.554			
Vorjahr	3.359.814	2.692.120	357.350	310.344
davon grundpfandrechtlich gesichert	230.152			

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten beinhalten neben den Verpflichtungen der KARSTADT QUELLE AG solche der Quelle AG, der Neckermann Versand AG, der MC Immobilien Verwaltungs-GmbH & Co.

Essen Miesheide KG sowie der Necker-  
mann Coördinatiecentrum N.V.

Der Anstieg der Sonstigen Verbindlichkeiten ist auf die Erhöhung von Kapitalmarktverpflichtungen zurückzuführen.

31

### Rechnungsabgrenzungsposten

Der Rechnungsabgrenzungsposten hat sich im Geschäftsjahr durch den Rückgang der nicht verdienten Zinserträge aus Ratenkreditgeschäft infolge des regresslosen Forderungsverkaufes im Rahmen eines ABS-Programmes deutlich vermindert. Die Quelle AG und die Neckermann Versand AG haben

bei den zurückbehaltenen Forderungen aus diesem Geschäft, ausgewiesen unter den Sonstigen Vermögensgegenständen, weitere Abgrenzungen der Zinsen aus Ratenkreditgeschäft in Höhe von 54.117 Tsd. € bzw. 15.034 Tsd. € direkt abgesetzt.

32

### Haftungsverhältnisse, Sonstige finanzielle Verpflichtungen

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	46.975	58.027
Verbindlichkeiten aus Gewährleistungsverträgen	2.042	640.590
Haftung aus der Bestellung von Sicherheiten für fremde Verbindlichkeiten	1.125	224.475
Hafteinlageverpflichtungen gemäß § 15 a EStG	212.559	202.334
	<b>262.701</b>	<b>1.125.426</b>

Die ausgewiesenen Verbindlichkeiten aus Bürgschaften beinhalten in erster Linie die Mithaftung im Rahmen von eingegangenen Leasingverträgen.

Die Verbindlichkeiten aus Gewährleistungen betreffen im Wesentlichen erhaltene Investitionszuschüsse bei der Quelle AG. Der Rückgang hängt hauptsächlich mit der Ablösung des im Vorjahr von der Quelle AG eingegangenen unechten Factorings durch das bereits unter Textziffer 22 beschriebene ABS-Programm zusammen.

Die Haftung aus der Bestellung von Sicherheiten für fremde Verbindlichkeiten

entfiel im Vorjahr hauptsächlich auf die Besicherung eines Darlehens einer nicht konsolidierten Gesellschaft durch Grundschulden in Höhe von 224 Mio. €.

Es bestehen Mietverpflichtungen aus der Anmietung von Gebäuden in Höhe von 2.403.432 Tsd. €. Davon sind gegenüber verbundenen Unternehmen 1.052 Tsd. €. Andere Sonstige finanzielle Verpflichtungen belaufen sich auf 144.292 Tsd. €.

Das Bestellobligo aus Investitionen und sonstige Abnahmeverpflichtungen belaufen sich auf 102.331 Tsd. €.

**Derivative Finanzinstrumente**

Zur Absicherung von Zinsrisiken werden im Konzern Zins-Swap-Geschäfte, Caps und Forward Rate Agreements sowie Devisentermingeschäfte bzw. Devisenoptionen

abgeschlossen. Am Bilanzstichtag bestehen folgende Derivative Finanzinstrumente mit den entsprechenden Nominalvolumina und den dazugehörigen Marktwerten:

	Nominalvolumen Mio. €	Marktwerte Mio. €
<b>Zinsbezogene Geschäfte</b>		
Forward Rate Agreements	562,4	- 1,5
Zinsswaps	967,9	- 8,8
Caps	1.430,6	0,9
<b>Währungsbezogene Geschäfte</b>		
Devisentermingeschäfte	267,2	- 12,1
Devisenoptionen	77,2	0,1
	<b>3.305,3</b>	<b>- 21,4</b>

Das Nominalvolumen entspricht der unsal-dierten Summe der vereinbarten Kauf- und Verkaufsbeträge. Chancen und Risiken werden durch den Marktwert ausgedrückt, der dem Rückkaufswert am Bilanzstichtag entspricht. Der überwiegende Teil des negativen Marktwertes wird durch positive

Veränderungen der Marktwerte der gesicher-ten Grundgeschäfte kompensiert.

Die Caps haben eine Laufzeit von bis zu fünf Jahren, die Devisentermingeschäfte bzw. -optionen eine Laufzeit von bis zu einem Jahr.

## ERLÄUTERUNGEN ZUR KAPITALFLUSSRECHNUNG

Die Kapitalflussrechnung ist auf Seite 128 dargestellt. Sie wurde in Übereinstimmung mit dem Deutschen Rechnungslegungsstandard Nr. 2 (DRS 2) erstellt.

### **Mittelabfluss /-zufluss aus laufender Geschäftstätigkeit**

Der Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit ist um 17,4 % bzw. um 84,4 Mio. € zurückgegangen. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen nahmen allein um 7,1 % bzw. um 63,1 Mio. € ab.

### **Mittelabfluss /-zufluss aus der Investitionstätigkeit**

Der Cash Flow aus der Investitionstätigkeit weist mit 102.253 Tsd. € Abflüsse im Rahmen einer Kapitalerhöhung der C & N Touristic AG aus.

### **Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente**

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente umfassen Kassenbestände, Schecks sowie festverzinsliche Wertpapiere und Guthaben bei Kreditinstituten, die im Zeitpunkt ihrer Anschaffung bzw. Anlage eine Restlaufzeit von weniger als drei Monate hatten.

## SEGMENTERLÄUTERUNGEN

Die Segmentberichterstattung ist auf den Seiten 130 bis 132 dargestellt. Sie wurde in Übereinstimmung mit dem Deutschen Rechnungslegungsstandard Nr. 3 (DRS 3) erstellt.

Die Segmentberichterstattung folgt der internen Steuerung und Berichterstattung des Konzerns. Die KARSTADT QUELLE AG ist wie im Vorjahr dem Segment Warenhaus zugeordnet worden.

Die Innenumsätze weisen die Umsatzbeziehungen zwischen den Konzerngesellschaften aus. Die Verrechnungspreise entsprechen grundsätzlich den Preisen wie unter fremden Dritten.

Die EBIT-Marge errechnet sich als Quotient aus dem Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) und dem Konzernumsatz. Der EBIT ist im Bereich des Versandhandels um das Zinsergebnis aus dem Ratenkreditgeschäft korrigiert worden.

Die EBT-Marge errechnet sich als Quotient aus dem Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) und dem Konzernumsatz.

Das Segmentvermögen umfasst das Anlagevermögen, das Umlaufvermögen und die aktiven Rechnungsabgrenzungsposten.

Die Segmentschulden beinhalten neben Verbindlichkeiten auch Rückstellungen, Sonderposten mit Rücklageanteil und Rechnungsabgrenzungsposten.

Das Capital Employed setzt sich aus dem Eigenkapital und den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten bzw. aus Kapitalmarktverpflichtungen abzüglich der Flüssigen Mittel zusammen. Der Return on Capital Employed (ROCE) errechnet sich als Quotient aus EBIT und Capital Employed.

Der Brutto-Cash-Flow errechnet sich aus der Bereinigung des Periodenergebnisses vor außerordentlichen Posten um Abschreibungen/Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens sowie der Zu- und Abnahme von Rückstellungen.

34

### Umsatzerlöse nach Regionen (Sitz der Gesellschaften)

Die Umsatzerlöse nach geographischen Segmenten gliedern sich wie folgt:

	2000 Tsd. €	1999 Tsd. €
Deutschland	13.678.578	13.510.328
Übrige EU-Länder	1.379.534	1.195.320
Übriges Ausland	181.920	137.318
	<b>15.240.032</b>	<b>14.842.966</b>

## SONSTIGE ANGABEN

35

### Gesamtbezüge des Aufsichtsrates und des Vorstandes

Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrates der KARSTADT QUELLE AG betragen für das Geschäftsjahr 921 Tsd. € (Vorjahr: 839 Tsd. €). Die Bezüge des Vorstandes belaufen sich auf 4.678 Tsd. € (Vorjahr: 6.523 Tsd. €), die der ehemaligen Vorstandsmitglieder und ihrer Hinterbliebenen auf 3.141 Tsd. € (Vorjahr: 3.155 Tsd. €).

Für Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstandes und ihrer Hinterbliebenen sind 35.696 Tsd. € (Vorjahr: 32.347 Tsd. €) zurückgestellt.

Die Mitglieder des Aufsichtsrates und des Vorstandes sind auf den Seiten 2 und 3 sowie den Seiten 158 bis 161 angegeben.

## ERKLÄRUNG DES VORSTANDES

Der Vorstand der KARSTADT QUELLE AG ist für die Aufstellung des Konzernabschlusses und des Lageberichtes für die KARSTADT QUELLE AG sowie des Konzerns verantwortlich. Der Konzernabschluss wurde unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches und des Aktiengesetzes erstellt. Der zusammengefasste Lagebericht der KARSTADT QUELLE AG und des Konzerns steht im Einklang mit dem Konzernabschluss. Die im Geschäftsbericht gegebenen Informationen stimmen mit dem Konzernabschluss überein.

Die internen Kontroll- und Steuerungssysteme bei den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen stellen die Übereinstimmung der Berichterstattung mit den gesetzlichen Vorschriften sicher. Die Einhaltung der Richtlinien und die Funktionsfähigkeit der Kontrollsysteme werden von der Internen Revision kontinuierlich geprüft. Unser Risikomanagementsystem entspricht den Anforderungen des KonTraG. Es ist darauf ausgerichtet, poten-

zielle Risiken rechtzeitig zu erkennen, um gegebenenfalls Maßnahmen einleiten zu können.

Die BDO Deutsche Warentreuhand Aktiengesellschaft, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, hat den Konzernabschluss und den zusammengefassten Lagebericht der KARSTADT QUELLE AG und des Konzerns geprüft und einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt.

In Anwesenheit des Abschlussprüfers wurden der Jahresabschluss, der Konzernabschluss, der zusammengefasste Lagebericht der KARSTADT QUELLE AG und des Konzerns, der Abhängigkeitsbericht und die Prüfungsberichte in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrates eingehend erörtert. Im Bericht des Aufsichtsrates (siehe Seiten 4 bis 7 des Geschäftsberichtes) ist das Ergebnis seiner Prüfung vermerkt.

Essen, 20. April 2001  
KARSTADT QUELLE Aktiengesellschaft

---

### Der Vorstand

Urban

Gerard

Prof. Dr. Merkel

Nelles

Piotrowski

## AUFSTELLUNG DER ORGANE UND MANDATE NACH KONTRAG

### Aufsichtsrat

---

**Dr. Hans Meinhardt**, Wiesbaden

**Vorsitzender**

Vorsitzender des Aufsichtsrates der  
Linde AG

**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft (Vorsitz)

Beiersdorf AG (Vorsitz)

Linde AG (Vorsitz)

Linde Gas AG (Vorsitz)

**Vergleichbare Mandate:**

nv W.A. Hoek's Machine- en Zuurstofffabriek

---

**Wolfgang Pokriefke\***, Bremen

**stellv. Vorsitzender**

Betriebsratsvorsitzender der  
Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft,  
Filiale Bremen

kfm. Angestellter

**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft  
- bis 26. September 2000 -

---

**Wilfried Behrens\***, Gießen

Geschäftsführer der  
Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft,  
Filiale Gießen

**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft  
- bis 26. September 2000 -

---

**Dr. Diethart Breipohl**, Icking

Mitglied des Aufsichtsrates der Allianz AG

**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Allianz AG

Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG

Beiersdorf AG

Continental AG

mg technologies ag

KM Europa Metal AG

**Vergleichbare Mandate:**

Crédit Lyonnais

Banco Popular Espanol

BPI Banco Portugues de Investimento

Les Assurances Générales de France (AGF)

---

**Jürgen Damm\***, Grevenbroich

Betriebsratsvorsitzender der  
Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft,  
Filiale Düsseldorf, Schadowstraße

Elektriker

**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft  
- bis 26. September 2000 -

---

**Bodo Dehn\***, Mönchengladbach-Rheydt

Gesamtbetriebsratsvorsitzender der  
Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft

kfm. Angestellter der

Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft,  
Filiale Mönchengladbach-Rheydt

**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft

---

**Hubert Gartz\***, Hamburg

Mitglied des Vorstandes der  
Deutsche Angestellten-Gewerkschaft

**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft

---

**Dr. jur. Friedhelm Gieske**, Essen  
ehem. Vorsitzender des Vorstandes der RWE AG

**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

MAN AG  
National-Bank AG  
RWE AG

**Leo Herl**, Fürth

Mitglied des Vorstandes der  
Schickedanz-Holding AG & Co. KG

**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Entrium Direct Bankers AG (Vorsitz)  
ICN Immobilien Consult Nürnberg AG\*\*  
Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft  
Neckermann Versand Aktiengesellschaft  
Quelle Aktiengesellschaft  
Quelle Bauspar AG (Vorsitz)  
Quelle Krankenversicherung AG (Vorsitz)\*\*  
Quelle Lebensversicherung AG (Vorsitz)\*\*  
Quelle Versicherung AG (Vorsitz)\*\*  
Quelle Versicherungen Holding AG (Vorsitz)\*\*

**Ulrich Hocker**, Düsseldorf

Hauptgeschäftsführer der Deutschen  
Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz e.V.

**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Brau und Brunnen AG  
CBB Holding AG (Vorsitz)  
E.ON AG  
Systracom Bank AG  
Thyssen Krupp Steel AG

**Vergleichbare Mandate:**

Gartmore Capital Strategy Fonds Limited  
Phoenix Mecano AG

**Peter Kalow\***, Schwabach

- ab 2. Oktober 2000 -

Gesamtbetriebsratsvorsitzender  
der Quelle Aktiengesellschaft

**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Quelle AG

**Dr. h. c. Martin Kohlhausen**, Frankfurt/Main  
Sprecher des Vorstandes der Commerzbank AG

**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Bayer AG  
Heraeus Holding GmbH  
Hochtief AG vorm. Gebr. Helfmann  
Infineon Technologies AG  
Linde AG  
RHEINHYP Rheinische  
Hypothekenbank AG (Vorsitz)\*\*  
Schering AG

**Vergleichbare Mandate:**

Assicurazioni Generali S.p.A.  
Commerzbank International S.A. (CISAL)  
(Vorsitz Verwaltungsrat)\*\*  
Commerzbank (Schweiz) AG  
(Präsident Verwaltungsrat)\*\*

**Heinz Rätz**, Basel/Schweiz

- bis 20. Juli 2000 -

ehemaliges Mitglied der Direktion der Hansa AG

**Dr. Ingo Riedel**, Fürth

Mitglied des Vorstandes der  
Schickedanz-Holding AG & Co. KG

**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

C & N Touristic AG  
ICN Immobilien Consult Nürnberg AG (Vorsitz)\*\*  
Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft  
Quelle Aktiengesellschaft  
Quelle Bauspar AG  
Quelle Krankenversicherung AG\*\*  
Quelle Lebensversicherung AG\*\*  
Quelle Versicherung AG\*\*  
Quelle Versicherungen Holding AG\*\*  
SinnLeffers Aktiengesellschaft

\*) als Vertreter der Arbeitnehmer

\*\*) Konzerngesellschaften

**Christa Schubert\***, Recklinghausen  
 Stellv. Betriebsratsvorsitzende der  
 Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft  
 Filiale Recklinghausen  
 kaufm. Angestellte  
**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**  
 Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft  
 - bis 26. September 2000 -

**Günter Strohmeier\***, München  
 Betriebsratsvorsitzender der  
 Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft  
 Filiale München, Schleißheimer Straße  
**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**  
 Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft  
 - bis 26. September 2000 -

**Dr. Gunter Thielen**, Gütersloh  
 - ab dem 20. Juli 2000 -  
 Mitglied des Vorstandes der  
 Bertelsmann Aktiengesellschaft  
 Vorsitzender des Vorstandes der  
 Bertelsmann Arvato Aktiengesellschaft  
**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**  
 Leipziger Messe  
**Vergleichbare Mandate:**  
 Hannoverische Leben  
 Saar LB

**Dr. Bernd W. Voss**, Kronberg im Taunus  
 Mitglied des Vorstandes der Dresdner Bank AG  
**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**  
 Continental AG  
 Deutsche Hyp Deutsche Hypothekbank  
 Frankfurt-Hamburg AG\*\*  
 Deutsche Schiffsbank AG (Vorsitz)  
 Dresdner Bauspar AG\*\*  
 E.ON AG  
 Oldenburgische Landesbank AG (Vorsitz)\*\*  
 Preussag AG  
 Quelle Aktiengesellschaft  
 VARTA AG  
 Volkswagen AG  
 Wacker Chemie GmbH  
**Vergleichbare Mandate:**  
 Bankhaus Reuschel & Co. (Vorsitz Verwaltungsrat)

**Dipl.-Ing. Dr.-Ing. E. h. Jürgen Weber**,  
 Hamburg  
 Vorsitzender des Vorstandes der  
 Deutsche Lufthansa AG  
**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**  
 Allianz Lebensversicherungs AG  
 C & N Touristic Aktiengesellschaft  
 LSG Lufthansa Service Holding AG (Vorsitz)\*\*  
 Lufthansa Cargo AG\*\*  
 Lufthansa Systems GmbH (Vorsitz)\*\*  
 Lufthansa Technik AG (Vorsitz)\*\*  
 Sapient Corp. (Board of Directors)

**Dr. Franziska Wiethold\***, Düsseldorf  
 Mitglied des Geschäftsführenden  
 Hauptvorstandes der Gewerkschaft  
 Handel, Banken und Versicherungen  
**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**  
 Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft  
 - bis 26. September 2000 -  
 Quelle Aktiengesellschaft  
 REWE KGaA

**Rüdiger Wolff\***, Düsseldorf  
 Sekretär beim Hauptvorstand der Gewerkschaft  
 Handel, Banken und Versicherungen  
**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**  
 Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft

**Ulrike Wuhrer\***, Konstanz  
 - bis 30. September 2000 -  
 Betriebsratsvorsitzende der  
 Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft  
 Filiale HERTIE Konstanz  
 kfm. Angestellte  
**Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**  
 Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft

\*) als Vertreter der Arbeitnehmer  
 \*\*) Konzerngesellschaften

## Vorstand

### **Wolfgang Urban**, Bornheim

#### **Vorsitzender**

- ab 1. Oktober 2000 -

#### **Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

C & N Touristic Aktiengesellschaft  
 KarstadtQuelle New Media AG (Vorsitz)\*\*  
 Neckermann Versand AG (Vorsitz)\*\*  
 Quelle Aktiengesellschaft (Vorsitz)\*\*  
 SinnLeffers AG (Vorsitz)\*\*

#### **Vergleichbare Mandate:**

Wehmeyer GmbH & Co. KG (Vorsitz)\*\*

### **Peter Gerard**, Düsseldorf

- ab 17. Oktober 2000 -

#### **Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft\*\*  
 Quelle Aktiengesellschaft\*\*

#### **Vergleichbare Mandate:**

bonndata gesellschaft für datenverarbeitung mbH  
 manpower GmbH personaldienstleistungen

### **Prof. Dr. Helmut Merkel**, Flomborn

- ab 1. April 2000 -

#### **Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

CCG, Centrale für Coorganisation GmbH  
 Itellium Systems & Services GmbH (Vorsitz)\*\*  
 Karstadt Immobilien Beteiligungs AG (Vorsitz)\*\*  
 KarstadtQuelle New Media AG\*\*  
 Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft\*\*  
 Novasoft AG (Vorsitz)  
 Quelle Aktiengesellschaft\*\*

### **Norbert Nelles**, Rösrath

#### **Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft\*\*  
 Quelle Aktiengesellschaft\*\*

### **Werner Piotrowski**, Witzgenhausen

#### **Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Neckermann Lebensversicherungs AG  
 Neckermann Versicherungs AG

#### **Vergleichbare Mandate:**

Neckermann B.V. (Vorsitz)\*\*  
 Neckermann Versand Österreich AG (Vorsitz)\*\*

### **Reinhard Koep**, Mülheim

- bis 28. März 2001 -

#### **Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Neckermann Versand Aktiengesellschaft\*\*

#### **Vergleichbare Mandate:**

Quelle Aktiengesellschaft, Linz (Vorsitz)\*\*  
 Quelle Versand Aktiengesellschaft,  
 St. Gallen (Präsident)\*\*

### **Dr. Walter Deuss**, Mülheim

#### **Vorsitzender des Vorstandes**

- bis 30. September 2000 -

#### **Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Gerling-Konzern Allgemeine Versicherungs-AG  
 RHEINHYP Rheinische Hypothekenbank AG  
 C & N Touristic Aktiengesellschaft (Vorsitz)  
 Neckermann Versand  
 Aktiengesellschaft (Vorsitz)\*\*  
 - bis 30. September 2000 -  
 Quelle Aktiengesellschaft\*\*  
 - bis 30. September 2000 -  
 Karstadt Warenhaus Aktiengesellschaft\*\*  
 - bis 30. September 2000 -  
 Kaufhaus Ahrens AG

### **Manfred Ciesielski**, Glashütten

- bis 31. Januar 2000 -

#### **Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Neckermann Versand Aktiengesellschaft\*\*

### **Willi Harrer**,

Batzhausen Gem. Seubersdorf i. d. Oberpfalz

- bis 31. März 2000 -

### **Heinz Plagge**, Lüneburg

- bis 31. Januar 2000 -

#### **Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Le Buffet System-Gastronomie und  
 Dienstleistungs-GmbH (Vorsitz)\*\*  
 - bis 31. Mai 2000 -

### **Karl-Heinz Schmidt**, Dortmund

- bis 31. Januar 2000 -

#### **Gesetzliche Aufsichtsratsmandate:**

Berlin Tourismus Marketing GmbH  
 CCG, Centrale für Coorganisation GmbH  
 C & N Touristic Aktiengesellschaft  
 - bis 31. Oktober 2000 -

\*) als Vertreter der Arbeitnehmer

\*\*) Konzerngesellschaften

# BESTÄTIGUNGSVERMERK

Er umfasst:

- den zusammengefassten Lagebericht der KARSTADT QUELLE AG und des Konzerns (Seiten 17 bis 45),
- den Konzernabschluss (Seiten 123 bis 156)
- sowie die Aufstellung der Organe und Mandate nach KonTraG (Seiten 158 bis 161).

Die BDO Deutsche Warentreuhand Aktiengesellschaft, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft hat dem Jahresabschluss und dem mit dem Lagebericht des Konzerns zusammengefassten Lagebericht der KARSTADTQUELLE AG den uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt. Wir verweisen hierzu auf den als Sonderdruck bei der KARSTADTQUELLE AG erhältlichen Jahresabschluss.

Wir haben den von der KARSTADT QUELLE Aktiengesellschaft aufgestellten Konzernabschluss und den von ihr aufgestellten Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2000 bis 31. Dezember 2000 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Regelungen in der Satzung liegen in der Verantwortung des Vorstandes der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und über den Konzernlagebericht 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 Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung 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 Konzernlagebericht 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 des Vorstandes sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Düsseldorf, 24. April 2001  
BDO Deutsche Warentreuhand  
Aktiengesellschaft  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dyckerhoff  
Wirtschaftsprüfer

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des KARSTADT QUELLE-Konzerns. Der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

Horn  
Wirtschaftsprüfer

# 5-JAHRES-ÜBERSICHT

		1996	1997	1998	1999	2000
<b>Konzernumsatz</b>	Mio. €	12.295,0	12.160,6	9.327,4	14.843,0	<b>15.240,0</b>
<b>Ertragslage</b>						
EBIT <sup>D</sup>	Mio. €	68,3	135,1	173,4	280,8	<b>332,2</b>
EBT	Mio. €	34,3	113,0	139,9	225,4	<b>272,8</b>
EBT-Marge	in %	0,3	0,9	1,5	1,5	<b>1,8</b>
Jahresüberschuss	Mio. €	30,0	83,9	101,9	218,6	<b>248,7</b>
<b>Finanzlage und Dividende</b>						
Brutto-Cash-Flow	Mio. €	484,7	489,3	465,8	699,8	<b>643,1</b>
Flüssige Mittel	Mio. €	303,5	397,4	277,2	217,3	<b>236,7</b>
Abschreibungen	Mio. €	441,0	347,8	301,1	367,9	<b>357,9</b>
Dividende	Mio. €	42,9	42,9	47,2	72,9	<b>78,8</b>
<b>Bilanzstruktur</b>						
Bilanzsumme	Mio. €	5.883,2	5.861,2	5.474,0	7.925,0	<b>8.191,8</b>
Eigenkapital	Mio. €	1.237,3	1.271,9	1.343,3	1.698,7	<b>1.866,7</b>
Eigenkapitalquote	in %	21,0	21,7	24,5	21,4	<b>22,8</b>
Anlagevermögen	Mio. €	2.601,7	2.652,6	2.639,3	3.280,8	<b>3.462,5</b>
Umlaufvermögen	Mio. €	3.273,5	3.200,6	2.826,7	4.614,6	<b>4.705,4</b>
<b>Sonstige Angaben</b>						
Mitarbeiter am 31. 12.	Anzahl	99.991	94.463	89.399	113.490	<b>112.516</b>
Personalaufwand	Mio. €	2.621,4	2.483,5	2.300,0	3.169,5	<b>3.216,8</b>
Investitionen	Mio. €	575,5	446,1	416,5	481,7	<b>569,9</b>
Warenhäuser und Fachgeschäfte im Stationären Einzelhandel	Anzahl	487	465	389	383	<b>358</b>
Verkaufsfläche am 31. 12. im Stationären Einzelhandel	in Tsd. m <sup>2</sup>	2.586,2	2.489,7	2.395,9	2.388,3	<b>2.369,9</b>

		1996	1997	1998	1999	2000
<b>Aktie der KARSTADT QUELLE AG<sup>2)</sup></b>						
Dividende je Stückaktie	€	5,11	5,11	5,62	0,62	0,67
Dividende je Stückaktie inkl. Steuergutschrift	€	7,31	7,31	8,03	0,89	0,96
Ergebnis je Aktie	€	- 10,70	2,88	8,40	1,59	1,57
Stichtagskurs zum Jahresende	€	261,78	318,02	444,82	39,80	32,90
Höchstkurs	€	319,05	363,02	508,74	48,70	40,73
Tiefstkurs	€	251,04	246,44	287,35	30,55	27,30
Börsenwert am Jahresende	Mio. €	2.199,07	2.671,50	3.736,52	4.678,5	3.867,4

<sup>1)</sup> EBIT ab 1999 inkl. Zinsen aus Ratenkreditgeschäft

<sup>2)</sup> 1996 bis 1998 bei 8,4 Millionen DM-50-Aktien der Karstadt AG  
1999, 2000 bei 117.550.400 Stückaktien

# GLOSSAR

## **Aktienoptionsprogramm**

Erfolgsabhängige Vergütungsform, bei der dem Management die Möglichkeit gegeben wird, unter bestimmten Bedingungen zu festgelegten Konditionen Aktien des eigenen Unternehmens zu beziehen.

## **Asset-Backed Securitisation (ABS)**

Veräußerung von Forderungsbeständen zur Liquiditätsbeschaffung an eine Gesellschaft, die sich durch die Ausgabe von Wertpapieren refinanziert.

## **At Equity Bilanzierung**

Bilanzierungsansatz, bei dem der Buchwert einer Beteiligung laufend fortgeschrieben wird. Der bilanzielle Ausweis entspricht dem Anteil am Reinvermögen des at Equity bilanzierten Unternehmens.

## **B2B, B2C (Business to Business, Business to Consumer)**

Klassifizierung von Geschäftsbeziehungen zwischen Marktpartnern im E-Business (Unternehmen zu Unternehmen, Unternehmen zu Konsumenten).

## **Brutto-Cash-Flow**

Bereinigung des Periodenergebnisses vor außerordentlichen Posten um Abschreibungen/Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens sowie der Zu- und Abnahme von Rückstellungen.

## **Cap**

Versicherung gegen steigende Zinsen. Dem Käufer eines Caps wird vom Verkäufer gegen Zahlung einer Prämie garantiert, dass eine Zinsbelastung aus einer bestehenden oder noch aufzunehmenden variabel verzinsten Verbindlichkeit eine feste Zinsobergrenze (Strike) während der Laufzeit nicht übersteigt. Der Verkäufer des Cap ist verpflichtet, dem Käufer eine evtl. über den Strike hinausgehende Mehrbelastung auszugleichen.

### **Cash Flow**

Kennzahl zur Beurteilung der Finanz- und Ertragskraft eines Unternehmens. Der Cash Flow gibt Auskunft über den Zufluss an liquiden Mittel, die in einem Zeitraum generiert wurden.

### **Cash Pooling**

Zentrale Koordination liquider Mittel zur Realisierung finanzwirtschaftlicher Vorteile.

### **Cross Selling Potenzial**

Möglichkeit, mehrere Produkte aus unterschiedlichen Vertriebskanälen oder Dienstleistungsbereichen eines Unternehmens auf der Grundlage einer bereits bestehenden Kundenbeziehung zu vermarkten.

### **Customer-Relationship-Management (CRM)**

Management von Kundenbeziehungen. CRM basiert wesentlich auf Informationen über Kunden und Kaufgewohnheiten.

### **Earnings Before Interest and Taxes (EBIT)**

Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern.

### **Earnings Before Taxes (EBT)**

Ergebnis vor Ertragsteuern.

### **EBT-Marge**

Ergebnis vor Ertragsteuern bezogen auf den Umsatz.

### **Economic Value Added (EVA)**

Management- und Anreizsystem zur Wertsteigerung von Unternehmen.

### **Eigenkapitalquote**

Prozentualer Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme.

### **Forward Rate Agreement (FRA)**

Auch: Futures Rate Agreement

Abkommen zwischen zwei Parteien, mit dem sich die eine Partei verpflichtet, der anderen Partei gegen Erhalt einer Prämie zu einem zukünftigen Zeitpunkt, die Differenz zwischen dem festgelegten Zinssatz und dem Marktzinssatz auf einen vereinbarten Betrag zu bezahlen.

### **International Accounting Standards (IAS)**

International anerkannte Standards für die Rechnungslegung von Unternehmen mit dem Schwerpunkt Transparenz und internationale Vergleichbarkeit von Jahresabschlüssen.

### **Konsumfelder**

An den Konsumbedürfnissen und Kaufgewohnheiten unserer Kunden orientierte Sortimentsgestaltung. Die Konsumfelder Fashion, Personality, Living, Sport, Multimedia, Essen & Trinken sind für unsere Warenhausgestaltung von zentraler Bedeutung.

### **KonTraG**

Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich.

### **Latente Steuern**

Anpassung der Differenz zwischen der Steuerbelastung der Handelsbilanz und der Steuerbilanz.

### **M-DAX**

Aktienindex der Deutschen Börse AG, in dem siebzig mittelgroße Unternehmen enthalten sind. Kriterium für die Aufnahme in den Index ist die Marktkapitalisierung und der Börsenumsatz.

### Marktkapitalisierung

Bewertung eines Unternehmens an der Börse (Marktwert), die sich aus der Multiplikation des Börsenkurses mit der Zahl der Aktien eines Unternehmens ergibt.

### Multi-Channel-Netzwerk

Vernetzung der Vertriebskanäle des KarstadtQuelle-Konzerns zum Nutzen unserer Kunden. Der Kunde entscheidet über Zeitpunkt und Ort seines Zugriffs auf das Produkt- und Dienstleistungsangebot.

### Optionsschuldverschreibung

Wertpapier, das neben einer festen Verzinsung dem Inhaber zusätzlich das Bezugsrecht für eine bestimmte Anzahl von Aktien eines Unternehmens einräumt.

### POWER

Prozess-Optimierung der Karstadt Warenhaus AG zur nachhaltigen Ergebnissteigerung.

### Retourenlager

Lager, in dem Artikel bearbeitet werden, die von den Kunden oder Filialen zurückgeschickt wurden.

### Return on Capital Employed (ROCE)

EBIT im Verhältnis zum eingesetzten Kapital.

### Return on Equity (ROE)

Jahresüberschuss im Verhältnis zum Eigenkapital.

### Shopping-Portal

Web-Site, die Kunden als Einstieg in das Produkt- und Informationsangebot im Internethandel dient.

### **Sitzladefaktor**

Kennzahl, die die transportierten zu den angebotenen Passagierkilometern einer Fluggesellschaft ins Verhältnis setzt.

### **Synergien**

Positive ökonomische Effekte (z.B. Kosteneinsparungen), die aus einer Zusammenlegung von Unternehmen oder Zentralisation einzelner Funktionsbereiche (z.B. Beschaffung) entstehen.

### **Umsatz auf vergleichbare Fläche**

Vergleich zweier Perioden unter der Prämisse, dass sich die Fläche, auf der der Umsatz erzielt wurde, nicht verändert hat.

### **Verticals**

Spezielle sortiments- und themenspezifische Zusammenstellung von Produkten für den Handel im Internet (Sport, Multimedia, Musik & Video, Bücher, Wein, Elektrogroßgeräte, Reisen).

### **Zinsswap**

Austausch von festen und variablen Zinsverpflichtungen auf in der Regel identische und währungskongruente Kapitalbeträge.

## INVESTOR RELATIONS INFORMATIONEN

### Gewichte in ausgewählten Indizes in %

Stand 31. März 2001

MDAX	2,97
DAX 100	0,42
C-DAX Konsum	8,99
DJ Euro STOXX Retail	2,30

Reuters-Kürzel	KARG.F
Bloomberg-Kürzel	KAR GR
Wertpapierkennnummer	627500
Börsenplätze	Frankfurt/Main, Düsseldorf, Hamburg, Bremen, München, Berlin, Hannover, Stuttgart

### Wichtige Termine

Analystenkonferenz (Düsseldorf)	30. Mai 2001
Hauptversammlung (Düsseldorf)	12. Juli 2001
Zwischenberichte 2001	
1. Quartal	30. Mai
2. Quartal	Ende August
3. Quartal	Ende November
Roadshows (voraussichtlich)	Juni/Nov. 2001

### Aktionärsstruktur

Stand 31. März 2001

Schickedanz-Gruppe	45,35 %
Allianz AG	9,38 %
Dresdner Bank AG	7,15 %
Streubesitz	38,12 %



Stets präsent für die Aktionäre:  
Gunter Everink, Detlef Neveling, Jürgen Koch, Sylvia Ehler

## **Das Investor Relations Team**

### **Detlef Neveling**

Direktor Investor Relations

Telefon: (02 01) 7 27 - 98 17

Telefax: (02 01) 7 27 - 98 54

E-Mail: [detlef.neveling@karstadtquelle.com](mailto:detlef.neveling@karstadtquelle.com)

### **Sylvia Ehlert**

Sekretariat, Organisation

Telefon: (02 01) 7 27 - 98 16

Telefax: (02 01) 7 27 - 98 54

E-Mail: [sylvia.ehlert@karstadtquelle.com](mailto:sylvia.ehlert@karstadtquelle.com)

### **Gunter Everink**

Referent Investor Relations

Telefon: (02 01) 7 27 - 71 24

Telefax: (02 01) 7 27 - 98 54

E-Mail: [gunter.everink@karstadtquelle.com](mailto:gunter.everink@karstadtquelle.com)

### **Jürgen Koch**

Referent Investor Relations

Telefon: (02 01) 7 27 - 98 36

Telefax: (02 01) 7 27 - 98 54

E-Mail: [juergen.koch@karstadtquelle.com](mailto:juergen.koch@karstadtquelle.com)

## IMPRESSUM

**Gesamtkonzeption und Realisierung  
gemeinsam mit der KARSTADT QUELLE AG**

HGB Hamburger Geschäftsberichte  
GmbH & Co.

**Fotos**

Ralf Tooten, Hamburg

**Reproduktion**

REPROSTUDIO KROKE, Hamburg

**Fotosatz**

DTP-Studio Tewes GmbH, Dorsten

**Druck**

Dorsten Druck GmbH, Dorsten

**Verarbeitung**

H. + W. Hennes GmbH Drucksachen-  
verarbeitung, Gladbeck

## KONZERNKOMMUNIKATION

KarstadtQuelle AG

Telefon: (0201) 727-2865 / (0201) 727-2031

Telefax: (0201) 727-9853

E-Mail:

[konzernkommunikation@karstadtquelle.com](mailto:konzernkommunikation@karstadtquelle.com)

<http://www.karstadtquelle.com>