



MÖBEL WALTHER GESCHÄFTSBERICHT
2000

MÖBEL WALTHER
AKTIENGESELLSCHAFT

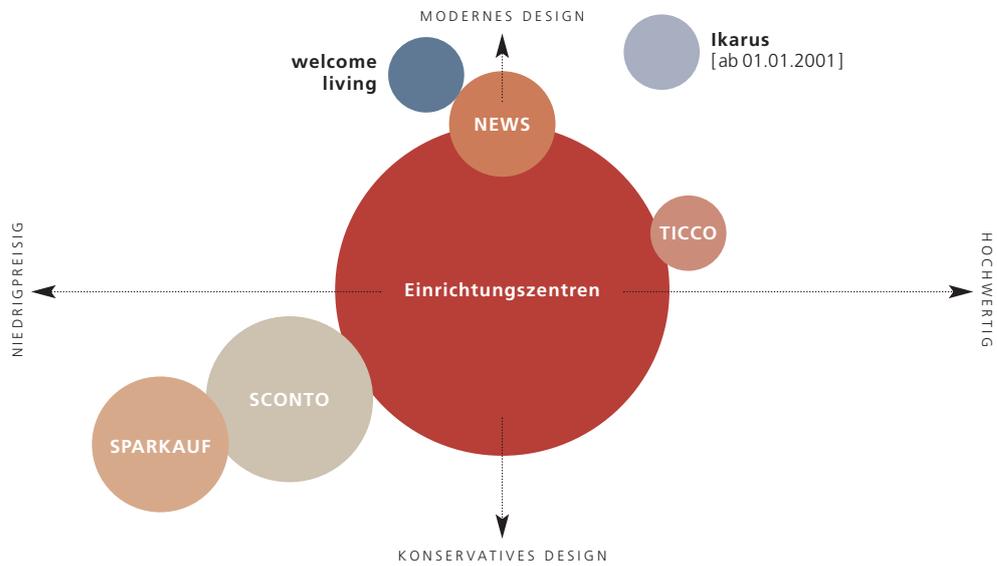
Der Möbel Walther Konzern im 5-Jahres-Vergleich

	Geschäftsjahr					Veränder. 99 → 00
	1996	1997	1998	1999	2000	
Umsatz [in Mio. DM]						
Auftragseingang	1.178,3	1.432,2	1.598,2	1.570,1	1.570,2	0,0 %
Auftragsbestand zum Jahresende	143,8	152,2	177,8	145,9	143,6	- 1,6 %
Umsatz [gesamt]	1.042,2	1.325,6	1.348,9	1.366,0	1.329,1	- 2,7 %
Umsatz [operativ]	1.029,3	1.246,0	1.348,9	1.319,4	1.329,1	0,7 %
davon Einrichtungszentren	797,7	1.004,2	1.097,7	1.054,6	1.047,6	- 0,7 %
SCONTO Deutschland	179,2	183,6	185,6	174,1	174,4	0,1 %
TICCO	41,5	42,5	36,4	33,9	33,8	- 0,1 %
Ausland	8,1	11,0	23,1	54,5	73,0	33,8 %
E-Commerce	—	—	—	—	0,3	[+]
Umsatz nach Regionen [in %, operativ]						
Deutschland West	29	39	43	44	46	
Deutschland Ost	70	60	55	52	49	
Ausland	1	1	2	4	5	
Anlagevermögen [in Mio. DM]						
Buchwerte	590,4	653,5	710,3	683,5	661,0	- 3,3 %
Investitionen [Zugang Anlagevermögen]	101,8	99,0	110,1	49,8	41,5	- 16,7 %
Abschreibungen	112,9	44,6	51,2	54,1	55,2	2,0 %
davon Sonderabschreibungen	74,0	—	—	—	—	
Eigenkapital [in Mio. DM]						
Gezeichnetes Kapital	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	
Kapitalrücklage	183,0	183,0	183,0	183,0	183,0	
Gewinnrücklage	17,6	7,8	42,9	47,6	61,5	
Bilanzgewinn	18,6	36,5	25,7	27,3	13,3	
Sonderposten mit Rücklageanteil [50 %]	104,4	103,3	101,1	96,5	90,0	
Eigenkapital gesamt [in Mio. DM]	373,6	380,6	402,7	404,4	397,8	- 1,6 %
Eigenkapitalquote [in %]	43,1	41,5	37,5	38,4	37,1	
Bilanzsumme [in Mio. DM]	866,2	916,1	1.074,3	1.052,9	1.072,4	1,9 %
Mitarbeiter [Stand 31.12.]	3.564	4.245	4.736	4.813	4.949	2,8 %
davon im Ausland	57	69	232	365	515	41,1 %
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit [in Mio. DM]	33,7	89,8	88,6	43,2	28,0	- 35,2 %
Cash-flow [in Mio. DM]	128,6	84,7	86,4	66,8	55,2	- 17,4 %
Jahresüberschuss [in Mio. DM]	17,1	42,0	39,5	21,1	11,9	- 43,6 %
DVFA/SG-Ergebnis [in € pro Aktie]	2,61	2,14	2,03	0,94	0,33	- 64,9 %
Ausschüttung [in Mio. DM]	16,4	16,4	16,4	16,4	15,7	
Rentabilität [in %]						
Umsatzrendite ¹⁾	3,2	6,8	6,6	3,2	2,1	
Eigenkapitalrendite ²⁾	10,0	24,9	23,6	11,2	7,3	

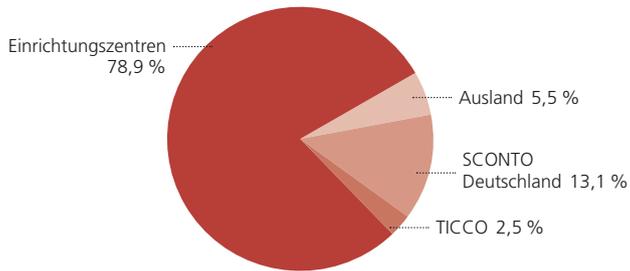
¹⁾ Ergebnis der gew. Geschäftstätigkeit/ Umsatz

²⁾ Ergebnis der gew. Geschäftstätigkeit/ Eigenkapital im Jahresdurchschnitt [ohne Ausschüttung]

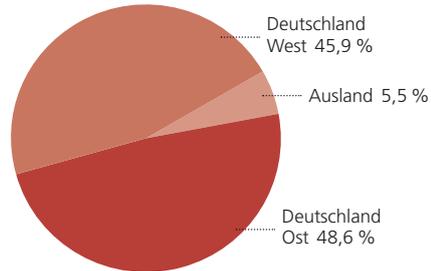
POSITIONIERUNG DER VERTRIEBSFORMATE



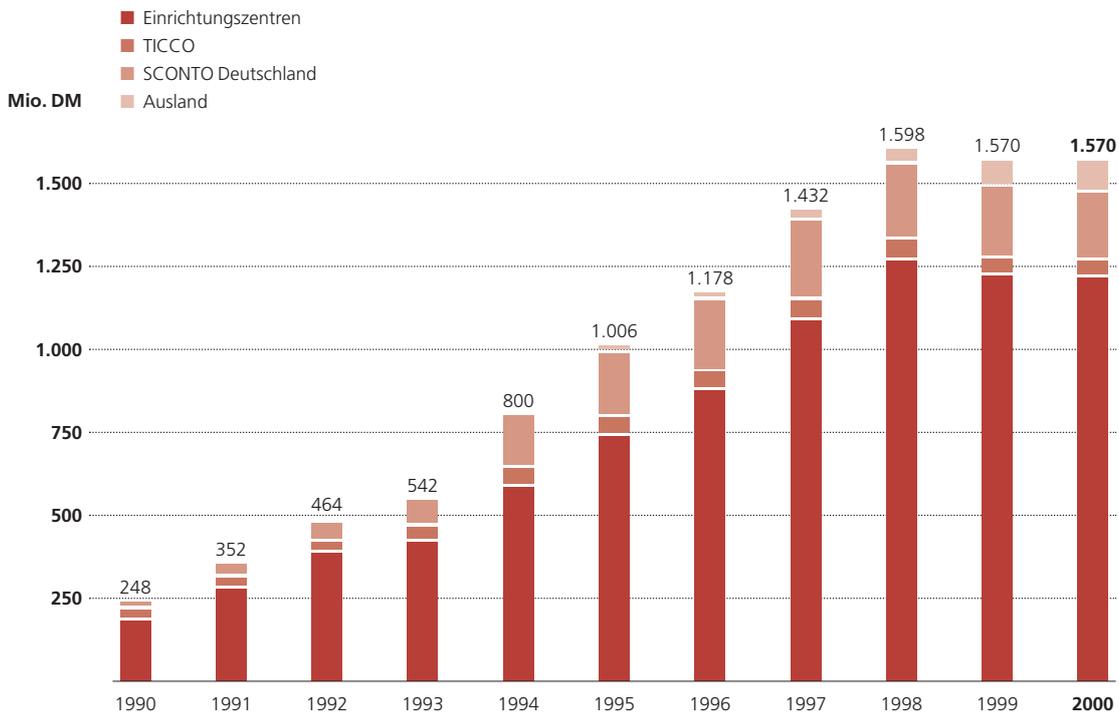
UMSATZ NACH GESCHÄFTSBEREICHEN



UMSATZ NACH REGIONEN



AUFTRAGSEINGANG KONZERN





S T A T I O N Ä R E R H A N D E L

EINRICHTUNGSZENTREN		Alles zum Wohnen unter einem Dach			
<ul style="list-style-type: none"> ■ Konventionelles Wohnen ■ Wohnaccessoires ■ Küche & Bad 	<ul style="list-style-type: none"> ■ NEWS – Wohntrends zum Mitnehmen ■ SPARKAUF – Möbel zu Niedrigstpreisen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Umfassendes Service-Angebot ■ Kinderland ■ Restaurant 			
11 Standorte mit ca. 290.000 m² Verkaufsfläche					
<ul style="list-style-type: none"> ■ Möbel Walther Gründau GmbH [100 %] ■ Möbel Walther Peißen GmbH [100 %] 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Möbel Walther Chemnitz GmbH [100 %] ■ Möbel Walther Dresden GmbH [100 %] 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Möbel Walther Magdeburg GmbH [100 %] ■ Möbel Walther Leipzig GmbH [100 %] 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Möbel Walther Cottbus GmbH [100 %] ■ Möbel Walther Berlin-Brandenburg GmbH [100 %] 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Möbel Walther Schwetzingen GmbH [100 %] ■ Möbel Mutschler GmbH & Co. [95 %] 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Möbel Mutschler GmbH & Co. Leonberg [95 %] ■ Logistikgesellschaften [100 %]

SCONTO Deutschland		Discounter für Mitnahmemöbel	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Vollsortiment 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Niedrige Preise 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Hohe Warenverfügbarkeit 	
11 Standorte mit ca. 82.000 m² Verkaufsfläche			
<ul style="list-style-type: none"> ■ SCONTO SB Der Möbelmarkt GmbH [100 %] 	<ul style="list-style-type: none"> ■ SCONTO Nord Möbelmarkt GmbH [50 %] 		

TICCO		Spezialmärkte für Küche & Bad	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Küchen und Bäder in größter Auswahl 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Umfassendes Service-Angebot 		
4 Standorte mit ca. 12.000 m² Verkaufsfläche			
<ul style="list-style-type: none"> ■ TICCO Handelsgesellschaft mbH [100 %] 			

Ausland		Einrichtungsmärkte	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Vollsortiment ■ Niedrige Preise 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Hohe Warenverfügbarkeit 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Basis-Service ■ Kinderland 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Restaurant
5 Standorte mit ca. 31.000 m² Verkaufsfläche			
<ul style="list-style-type: none"> ■ SCONTO Nábytek k.s. [100 %] [Tschechien] 	<ul style="list-style-type: none"> ■ SCONTO Polska Sp.z.o.o. [100 %] [Polen] 	<ul style="list-style-type: none"> ■ SCONTO Butor Kft. [100 %] [Ungarn] 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Walther Meble Sp.z.o.o. [100 %] [Polen]

E - C O M M E R C E / V E R S A N D

E-COMMERCE/VERSAND		Wohnideen per Internet oder Katalog	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Designorientierte Möbel 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wohnaccessoires 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Schnelle Lieferung 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Möbel Walther New Media AG [100 %] 		<ul style="list-style-type: none"> ■ Ikarus GmbH [51 %] ab 1.1.2001 	

Möbel Walther im Wandel

Das Verhalten der Konsumenten verändert sich. Für den Kunden von heute gilt: Alles ist frei wählbar, der Kunde setzt Individualität über alles. Daneben möchte er »Convenience« – all die Dinge, die das Leben bequem und angenehm machen.

Die Strategien des Handels müssen sich dem Wandel des Kundenverhaltens anpassen. Der Einzelhandel ist in Bewegung. Wir gehen mit und setzen neue Schwerpunkte:

- Über neue Vertriebsformate und Veränderung der bestehenden Vertriebswege sprechen wir unsere Zielgruppen noch konsequenter an.
- Unsere neuen Serviceangebote machen das Kaufen noch einfacher.
- Über die Erschließung neuer Regionen gewinnen wir neue Kunden.

In unserem Geschäftsbericht möchten wir Sie über unsere Strategien und Maßnahmen zur Zukunftssicherung des Unternehmens in der sich verändernden Handelslandschaft informieren.

	An die Aktionäre	4
	Die Möbel Walther Aktie	7
Lagebericht 2000	Wirtschaftliches Umfeld	10
	Geschäftsentwicklung	12
	Ergebnis & Dividende	15
	Investitionen & Finanzierung	17
	Mitarbeiter	19
	Ausblick & Strategie	20
	Risikobericht	31
Vertriebsformate	Einrichtungszentren	34
	NEWS	36
	Discount	38
	Küche & Bad	40
	Welcome Living	42
Weitere Informationen	Mitarbeiter	44
	Service & Logistik	48
	Aufsichtsrat & Bericht des Aufsichtsrats	52
Jahresabschluss 2000	Inhaltsübersicht Jahresabschluss	55
	Standortkarte Deutschland	80



Gerhard Walther

Gründau-Lieblös, * 1949
Vorstandsvorsitzender seit 1986
verantwortlich für:
Unternehmensplanung,
Logistik, Organisation, Einkauf,
Fachmärkte

Stephan Müller

Linsengericht, * 1964
Vorstandsmitglied seit 1997
verantwortlich für:
Einrichtungszentren

Heiner Strungies

Bruchköbel, * 1947
Vorstandsmitglied seit 1986
verantwortlich für:
Controlling, Finanzen, Personal

von links nach rechts

Sehr geehrte Aktionäre,



Ihr Unternehmen befindet sich in einem raschen Prozess des Wandels. Die Handelslandschaft ändert sich. Wir ziehen mit, um zukünftige Wachstumschancen zu nutzen. Hieraus ergeben sich viele Fragen, auf die ich sehr gerne Antworten gebe.

Was kennzeichnete den Geschäftsverlauf des vergangenen Jahres?

Keine Frage – die Geschäftsentwicklung in 2000 war insgesamt unbefriedigend. Bis zum Ende des dritten Quartals lagen wir noch im Rahmen der Erwartungen. Aber in den letzten drei Monaten ist die Möbelnachfrage – wie auch der Konsum in Deutschland insgesamt – abrupt abgerissen. Die Folge:

Statt eines avisierten Umsatzwachstums von 3 % hatten wir nur ein kleines Plus. Das Vor-Steuer-Ergebnis blieb mit 28,0 Mio. DM deutlich hinter unseren Zielen und dem Vorjahreswert zurück. Dennoch wollen wir die Vorjahresdividende beibehalten. Mit einer Dividendenrendite von 8,9 % für die Stammaktie und 11,8 % für die Vorzugsaktie [inkl. Steuergutschrift, bezogen auf den Kurs Ende März 2001] gehören wir zu den dividendenstärksten Werten in Deutschland.

Wie bewerten Sie die Kursentwicklung an der Börse?

Viele Kursblasen von Aktien aus der New Economy sind in den letzten Monaten geplatzt. Dagegen hat sich unsere Aktie widerstandsfähig gezeigt: Der Kurs hat im letzten Jahr sogar leicht zugelegt. Wir hatten eine etwas bessere Performance als der SDAX. Zugegeben – das Kursniveau unserer Aktie ist niedrig. Aber mit einem Eigenkapital von knapp 400 Mio. DM, beträchtlichen Reserven in den Immobilien, einem immer noch ansehnlichen Ergebnis und einer hohen Dividendenrendite sind wir mit einem Börsenwert von 236 Mio. DM [März 2001] nach herkömmlichen Begriffen zweifelsohne unterbewertet.

Hat sich die Wettbewerbsposition im letzten Jahr verändert?

In Deutschland gehören wir unverändert zu den drei größten Möbelhandelsunternehmen. Unsere Umsatzentwicklung verlief im Gleichtakt mit der Branche. Natürlich haben wir die vergleichsweise etwas schwächere Nachfrage in Ostdeutschland stärker gespürt als andere Unternehmen, die nur im Westen vertreten sind. In Osteuropa haben wir in Tschechien bereits eine sehr gute und inzwischen auch ertragsstarke Position erreicht, die wir zukünftig weiter ausbauen wollen. Unsere Aktivitäten in Polen und Ungarn stehen noch am Anfang.

Wie ist der geplante Standort Eschborn einzuordnen?

Unser für 2002 geplanter Standort Eschborn im Westen von Frankfurt/Main gehört sicherlich zu den besten Möbelstandorten in Deutschland. Diesen haben wir als Themen-

center »Welt des Wohnens« mit Schwerpunkt Einrichtung konzipiert – ein in Deutschland gänzlich neuartiges Format. Die Besonderheit liegt darin, dass Möbel Walther nicht der einzige Möbel- und Einrichtungsanbieter in diesem Center sein wird, sondern dass es weitere Mieter geben wird, deren Angebot sich im Bereich Wohnen und Einrichten bewegt. Die Vielfalt des Angebots bringt eine deutliche Erhöhung der Attraktivität. Zugleich bringt sie eine Risikostreuung durch zusätzliche Erträge aus der Immobilienvermietung.

Was erwarten Sie für Osteuropa?

Die angrenzenden Länder Osteuropas sind Märkte mit Zukunft. Durch unseren frühen Markteintritt haben wir beste Chancen, an dem Aufholprozess dieser Länder zu partizipieren. Der Erfolg unserer Märkte in Tschechien zeigt den Weg für die zukünftige Entwicklung in Polen und Ungarn.

Wo sehen Sie die Stärken von Möbel Walther?

Im stationären Möbelhandel – dies ist und bleibt die Basis unseres Geschäfts – sind wir in den attraktiven Marktsegmenten gut positioniert und grenzen uns mit unserem umfassenden Service deutlich gegenüber dem Wettbewerb ab. Durch die Weiterentwicklung von Möbel Walther zu einem Multi-Channel-Player [stationärer Einzelhandel, E-Commerce und Versand] wird das Unternehmen noch breiter aufgestellt, um unsere Kunden über alle Vertriebswege ansprechen zu können. Mit dem Themencenter »Welt des Wohnens« in Eschborn bei Frankfurt/Main entwickeln wir ein Geschäftskonzept, mit dem sich auch in einem stagnierenden Markt gute Chancen im Verdrängungswettbewerb ergeben. Schließlich ist unsere Logistikkompetenz hervorzuheben. Damit haben wir auch die Chance, in dem stark wachsenden Markt für logistische Dienstleistungen im Geschäft mit Dritten aktiv zu werden.

E-Commerce: Sind die ersten Euphorien nicht bereits abgeklungen?

Ja, das gilt sicherlich für solche Unternehmen, die allein aus dem Bereich Internet kommen. Wir sind dagegen ganz anders aufgestellt, weil wir eine starke Basis im stationären Geschäft haben. Die Gewinner bei E-Commerce werden die traditionellen Handelsunternehmen sein, die ihre Aktivitäten – ausgehend vom stationären Geschäft – hin zu E-Commerce ausweiten. So wie wir es getan haben. Über das Internet erschließen wir neue Kundenkreise, die wir mit unserem stationären Geschäft bislang nicht erreicht haben. Hinzu kommen Synergieeffekte zwischen den verschiedenen Vertriebsformaten – vor allem im Bereich der Logistik. Gerade hier haben wir erhebliche Wettbewerbsvorteile gegenüber »reinen« Internet-Händlern. Daher ist E-Commerce für uns eine sinnvolle Ergänzung unserer Handelsaktivitäten mit guten Perspektiven.

Wo sehen Sie die Risiken?

Die Umsatz- und damit die Ertragsentwicklung aller Geschäftseinheiten wird wesentlich durch die Nachfrage nach Möbeln bestimmt. Diesem Risiko begegnen wir durch die Verschiedenartigkeit unserer Vertriebsformate sowie die zunehmende Internationalisierung. In Deutschland deutet vieles auf eine stabile Marktentwicklung in den nächsten Jahren. Einrichten und Wohnen haben unverändert einen hohen Stellenwert. Die Risiken unserer Auslandsexpansion halte ich für kalkulierbar. Unser Geschäft in Tschechien ist den Kinderschuhen längst entwachsen und liefert bereits erhebliche Ergebnisbeiträge. Auch in Polen und Ungarn sind die Perspektiven gut.

Wohin steuert Möbel Walther innerhalb der nächsten fünf Jahre?

Wir werden unsere Marktposition in Deutschland und Osteuropa weiter ausbauen. In Deutschland wird der neue Standort in Eschborn auf Grund seines neuartigen Konzeptes ein wichtiger Meilenstein sein. Für Osteuropa erwarten wir, den Anteil am Konzernumsatz in den nächsten Jahren auf über 15 % zu verdreifachen. Im Geschäftsfeld E-Commerce/ Versand sehen wir ein Umsatzpotenzial von etwa 50 Mio. DM im Jahre 2005. Darüber hinaus werden wir ein weiteres neues Geschäftsfeld Immobilien aufbauen, um durch ein professionelles Immobilienmanagement eine deutlich höhere Wertschöpfung der eigenen Immobilien zu erzielen.

Die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft sind gestellt.



Gerhard Walther, Vorstandsvorsitzender

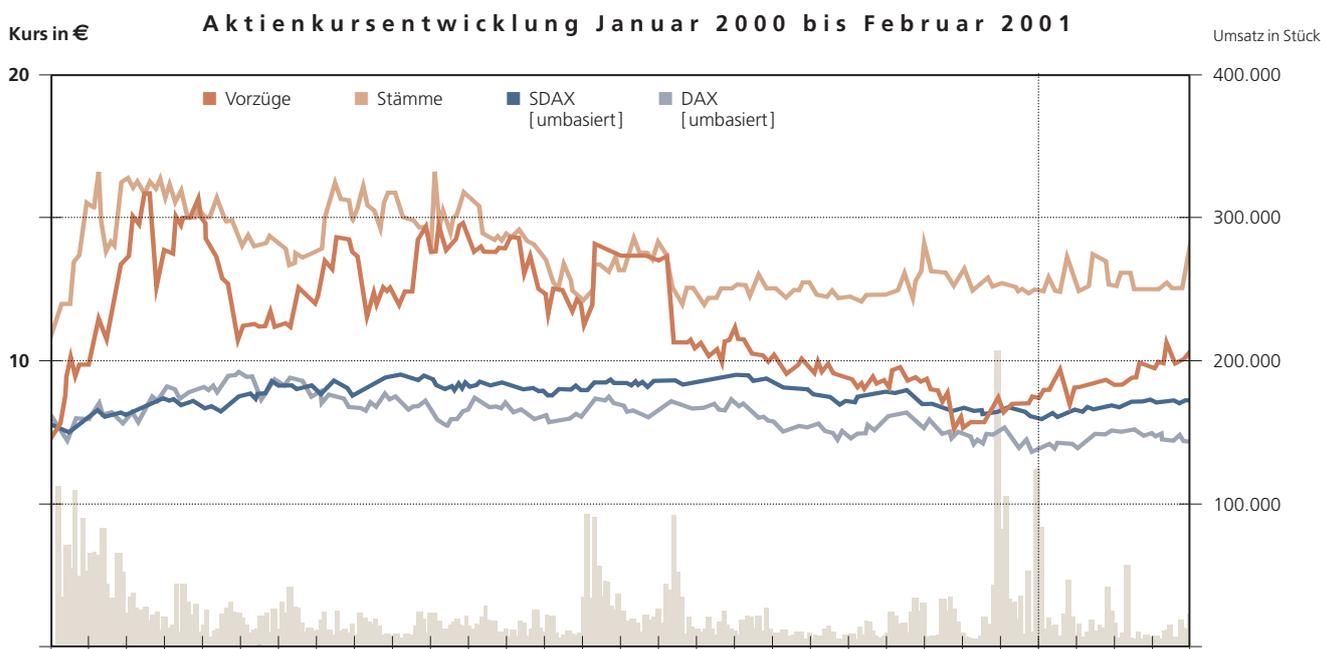
Ernüchterung an den Börsen

Am deutschen Aktienmarkt kehrte 2000 Ernüchterung ein. Nach einer beispiellosen Kursrally des Deutschen Aktienindex DAX, die von Oktober 1999 bis in den März 2000 lief, kam es zu einer Konsolidierung, die trotz mehrfach aufkeimender Hoffnung auf eine nachhaltige Erholung in einen Abwärtstrend überging. Übers Jahr verlor der DAX 7 %, auch zu Beginn des aktuellen Jahres setzte sich die Abwärtsentwicklung fort. Noch viel schlimmer traf es den Neuen Markt: Der NEMAX50 verlor 44 %, viele Kursblasen platzten. Demgegenüber erlebten die Werte der zweiten und dritten Reihe eine Renaissance: Nicht nur der MDAX legte zu, auch der SDAX hatte mit einem Zuwachs um 5 % eine positive Performance.

Möbel Walther Aktie stabil

Möbel Walther ist eines der SMAX-Unternehmen der ersten Stunde. In dem Qualitätssegment für Nebenwerte aus vorwiegend traditionellen Branchen wird die Aktie seit dem 26. April 1999 notiert. Als SMAX-Unternehmen publizieren wir Quartalsberichte in Deutsch und Englisch. Wir haben eine Bank als Betreuer benannt, um Liquidität im Handel mit der Möbel Walther Aktie sicherzustellen. Im SDAX, dem Index für die 100 größten SMAX-Unternehmen, ist unsere Aktie mit einem Gewicht von rd. 0,7 % vertreten.

Die Möbel Walther Aktie entwickelte sich 2000 besser als der Vergleichsindex SDAX. Der Kurs der Stammaktie zog im Jahresvergleich um 15 % an, die Vorzugsaktie verbesserte sich um 19 %. Insbesondere in den ersten Monaten zeigte die Aktie eine gute Performance, wenn sie auch in der zweiten Jahreshälfte einen Teil der Gewinne wieder abgeben musste, vor allem die Vorzugsaktie. Insgesamt blieb aber ein deutliches Plus, allerdings auf niedrigem Niveau. Die Aktie notierte weiterhin mit einem Abschlag von 40 - 50 % auf den Buchwert.



FINANZKALENDER

26. Juni 2001	Hauptversammlung, Gründau/Lieblos
15. Aug. 2001	Bericht 1. Halbjahr 2001
15. Nov. 2001	Bericht 3. Quartal 2001, anschl. Analysten-Meeting
Jan. 2002	Umsatzzahlen 2001
Ende März 2002	Ergebniszahlen 2001
Ende April 2002	Jahresabschluss 2001
28. Juni 2002	Hauptversammlung, Gründau / Lieblos

Im vergangenen Jahr wurden 3,8 [Vorjahr 4,1] Millionen unserer Aktien an den deutschen Börsen gehandelt. Dies entspricht börsentäglich rund 15.000 Aktien, die mit steigender Tendenz über die elektronische Handelsplattform XETRA [bereits rd. 30 % aller Transaktionen] abgewickelt wurden.

Auch wenn der SDAX eine gute Performance zeigte

und im vergangenen Jahr sogar die ersten Fonds für SMAX-Werte aufgelegt wurden, bleibt festzuhalten, dass sich Analysten und Investoren weiterhin größtenteils auf andere Segmente konzentrieren. Das Interesse des Kapitalmarktes an SMAX-Unternehmen hat sich nicht grundlegend verbessert, die Small Caps fristen unverändert ein Schattendasein. Dennoch halten wir die Teilnahme am SMAX weiterhin grundsätzlich für richtig, da sie als Signal für mehr Liquidität und Transparenz anerkannt wird.

Dividende unverändert hoch

Für das Geschäftsjahr 2000 wird der Hauptversammlung vorgeschlagen, die kontinuierliche Dividendenpolitik der Vorjahre fortzusetzen und eine unveränderte Dividende von 1,60/1,70 DM [€ 0,82/0,87] je Stamm-/Vorzugsaktie zu zahlen. Einschließlich der Steuergutschrift von 3/7 der Bardividende erhalten die inländischen Aktionäre damit eine Ausschüttung von 2,29 DM/2,43 DM je Stamm-/Vorzugsaktie. Mit dem Ausschüttungsvolumen von 15,7 Mio. DM kehren wir 58 % des Jahresüberschusses der Möbel Walther AG an die Aktionäre aus. Bezogen auf den Kurs zum Ende März 2001 erreicht die Dividendenrendite [inkl. Berücksichtigung der Steuergutschrift] 8,9 %/11,8 %.

Kennzahlen zur Möbel Walther Aktie

Angaben in € je Aktie [Stamm-/Vorzugsaktie]	1996	1997	1998	1999	2000
Dividende einschl. KSt-Guthaben	0,82 / 0,87 1,17 / 1,24				
Dividendenrendite in % ¹¹	2,8 / 2,4	3,9 / 4,9	3,5 / 4,3	10,8 / 16,1	9,4 / 13,5
DVFA/SG-Ergebnis je Aktie	2,61	2,14	2,03	0,94	0,33
Cash-flow je Aktie	6,58	4,33	4,42	3,42	2,82
Eigenkapital je Aktie	19,11	19,47	20,59	20,68	20,34
Marktwert/Buchwert ²¹	2,4	1,4	1,5	0,5	0,6
Höchstkurs	49,08 / 52,15	54,20 / 54,71	44,74 / 44,99	31,00 / 30,90	15,35 / 14,80
Tiefstkurs	23,52 / 22,75	22,50 / 19,94	28,63 / 25,26	9,60 / 7,70	11,11 / 8,05
Jahresschlusskurs	42,44 / 51,64	29,65 / 25,26	32,98 / 29,14	10,80 / 7,70	12,40 / 9,20
Börsenumsätze Mio. Stk.	3,5	2,5	2,3	4,1	3,8
Anzahl Aktien [Stamm-/Vorzugsaktie]	6 / 4 Mio.				

¹¹ Dividende für das jeweilige Geschäftsjahr [einschl. Steuergutschrift] bezogen auf den Jahresschlusskurs

²¹ Börsenwert zu Jahresende bezogen auf das bilanzielle Eigenkapital

Offene Kommunikation

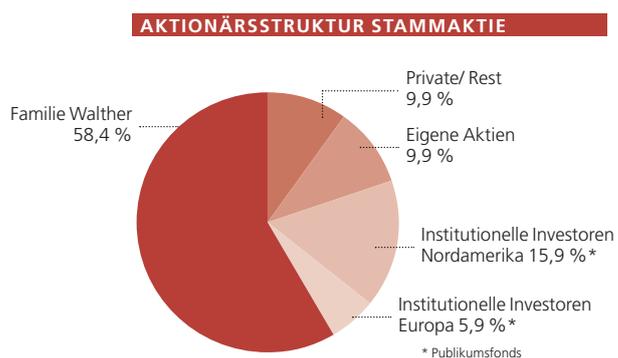
Investor Relations verstehen wir als eine zielgerichtete, kontinuierliche Kommunikation mit privaten und institutionellen Investoren, Finanzanalysten und Wirtschaftsjournalisten. In regelmäßigen Zwischenberichten, Aktionärsbriefen und Pressemitteilungen informieren wir zeitnah über die Entwicklung des Konzerns und die Erwartungen des Managements. Mit unseren verschiedenen Zielgruppen stehen wir auf Veranstaltungen wie der Hauptversammlung, Analysten- und Pressekonferenzen sowie in zahlreichen Einzelgesprächen im Dialog.

Diesen Dialog haben wir über das Internet intensiviert und ausgeweitet. Alle Unternehmensberichte, Aktieninformationen und Kennzahlen können in zwei Sprachen [Deutsch und Englisch] unter www.moebelwalther.de abgerufen werden. Interessierte haben die Möglichkeit, Fragen und Anregungen direkt von der Webseite an uns zu senden oder sich über einen Info-Service anzumelden, um regelmäßig alle Meldungen in gedruckter Form oder per e-Mail zu erhalten.

Einen neuen Weg sind wir in der Kommunikation mit privaten Investoren gegangen, indem wir unsere Möbelkunden als potenzielle Anleger gezielt angesprochen haben. In einer Auflage von fast 100.000 Stück haben wir einen Aktienflyer »Entdecken Sie die Möbel Walther Aktie« herausgegeben. Dieser wurde den Auftragsunterlagen nach dem Möbelkauf beigelegt und zusätzlich mit einem Preisausschreiben gekoppelt, das auf großes Interesse stieß.

Aktionärsstruktur

Die Familie Walther hält weiterhin eine deutliche Stimmrechtsmehrheit [zum Zeitpunkt der Hauptversammlung 2000 58,4 % der Stammaktien]. Daneben werden von der Gesellschaft 599.596 eigene Stammaktien [oder 9,9 % der Stimmrechtsanteile] gehalten. Es ist vorgesehen, die Aktien als mögliche



Akquisitionswährung für strategische Kooperationen im Bestand zu behalten. Die übrigen Stammaktien sind überwiegend in der Hand von institutionellen Anlegern, darunter – nach den uns vorliegenden Informationen – zwei angloamerikanische Investoren mit einem Anteil von jeweils mehr als fünf Prozent. Dagegen ist die Vorzugsaktie breiter gestreut. Aber auch hier kommen die institutionellen Anleger überwiegend aus Nordamerika und Großbritannien.

Die Mitglieder des Vorstands hielten zum 31.12.2000 insgesamt 775.434 Aktien [oder 7,8 %]. Im Besitz der Mitglieder des Aufsichtsrates

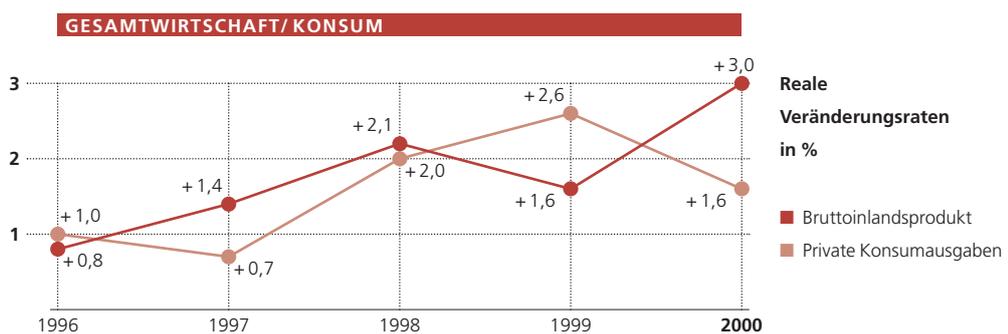
befanden sich 501 Stück [oder 0,005 %]. Alle Leitenden Angestellten erhalten einen Teil ihres Entgelts in Form von Aktien und sind damit Aktionäre der Gesellschaft. Für Mitarbeiter besteht ein Beteiligungsprogramm, wonach sie jedes Jahr Vorzugsaktien im Wert von 600 DM erwerben können und hierfür jeweils einen Firmenzuschuss in Höhe von 300 DM erhalten. Von dieser Möglichkeit haben insgesamt bereits knapp 750 Mitarbeiter oder 17 % der inländischen Belegschaft Gebrauch gemacht – eine gemessen an der Branche hohe Beteiligungsquote. ■

- MARKTEINTRITT IN UNGARN
- START DES ONLINE-SHOP
- OPERATIVER UMSATZ + 0,7 %
- MÖBELHANDEL IM MINUS
- GEWINN VOR STEUERN BEI 28,0 MIO. DM
- DIVIDENDE KONSTANT HOCH

Konsum in Deutschland schwächer als Gesamtwirtschaft

Die deutsche Wirtschaft ist 2000 wieder spürbar stärker gewachsen. Mit 3,0 % Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts wurde das beste Ergebnis seit dem Wiedervereinigungsboom im Jahr 1991 erreicht. Gegenüber 1999 hat sich der BIP-Zuwachs beinahe verdoppelt. Die konjunkturelle Entwicklung trug auch zur Verbesserung auf dem Arbeitsmarkt bei. Die Erwerbstätigenzahl stieg im Jahresdurchschnitt um 585.000 auf 38,5 Millionen, die Zahl der Arbeitslosen sank um 210.000 auf 3,9 Millionen. Die Verbesserungen betrafen allerdings allein den Westen Deutschlands, der Osten profitierte hiervon nicht.

Die Konsumausgaben der privaten Haushalte sind mit einer Rate von 1,6 % gestiegen – ein gemessen an der Gesamtwirtschaft nur verhaltener Zuwachs. Die starke Verteuerung von Energieträgern hat den privaten Haushalten in beträchtlichem Ausmaß Kaufkraft entzogen, die – bei kaum veränderter Sparquote – für den Erwerb von anderen Gütern und Diensten nicht mehr zur Verfügung stand. Der ölpreisbedingte Realeinkommensverlust belief sich im Jahr 2000 auf 25 Mrd. DM, was 1 % des verfügbaren Einkommens entspricht. Daher blieb der private Konsum vor allem im vierten Quartal, in dem er fast stagnierte, deutlich hinter den Erwartungen zurück.



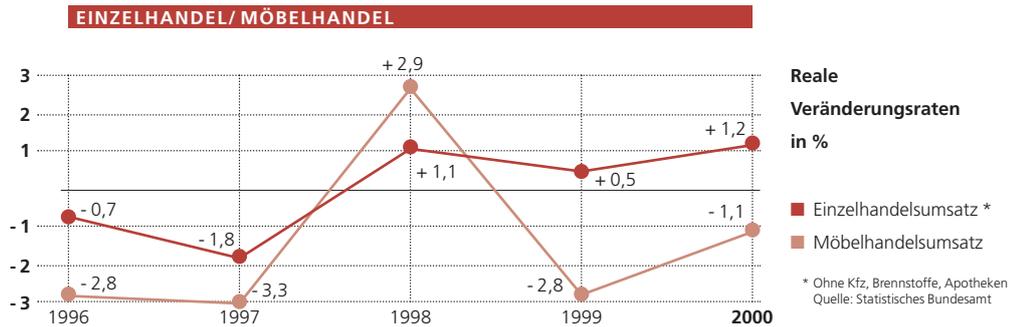
Einzelhandel verbessert

Der klassische Einzelhandel [d.h. ohne Kfz-Handel, Tankstellen und Apotheken] hat 2000 in Deutschland 735 Mrd. DM umgesetzt, das sind nominal 1,6 % und preisbereinigt 1,2 % mehr als im Vorjahr. Auch wenn dies der stärkste Zuwachs seit acht Jahren war, hinkte der Einzelhandel erneut dem Zuwachs des privaten Konsums hinterher. Das heißt, der Einzelhandel hatte erneut darunter zu leiden, dass die privaten Haushalte ihre Mittel vermehrt für Verwendungen wie Freizeit, Dienstleistungen usw. einsetzen.

Möbelhandel im Minus

Der Möbelhandel in Deutschland erlebte 2000 einen guten Start, die Umsätze zogen im ersten Quartal an. Hierbei profitierte die Branche von der guten Konjunktur und der zunächst recht großen Zuversicht der Verbraucher. Im weiteren Jahresverlauf knickte die Nachfrage aber von Quartal zu Quartal stärker ein. Zum Jahresschluss reichte der Umsatz nicht einmal an das Vorjahresniveau heran. Das Statistische Bundesamt ermittelte für den Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat 2000 ein Minus von nominal 0,5 % [preisbereinigt -1,1 %]. Auch das Institut für Handelsforschung an der Universität Köln meldete für den Fachhandel mit Möbeln einen Umsatzrückgang um nominal 1 %.

Damit blieben Erwartungen, die auf eine im Jahresverlauf eher zunehmende Dynamik in der Möbelbranche gesetzt hatten, enttäuscht. Gerade im letzten Quartal 2000 trug der drastische Anstieg der Energiepreise zu einer Stimmungsverschlechterung bei den Konsumenten bei, die sich in einer niedrigen Ausgabebereitschaft für Güter wie Möbel äußerte. Möbel sind individuelle langlebige Konsumgüter, deren Kaufzeitpunkte je nach Stimmung und Vertrauen in die weitere wirtschaftliche Entwicklung hinausgeschoben oder auch vorgezogen werden können. Mit dem schwachen Jahr 2000 setzte der Möbelhandel den Abwärtstrend der Jahre 1995 bis 1999 fort. Lediglich 1998 gab es einen realen Zuwachs von 2,9 %.



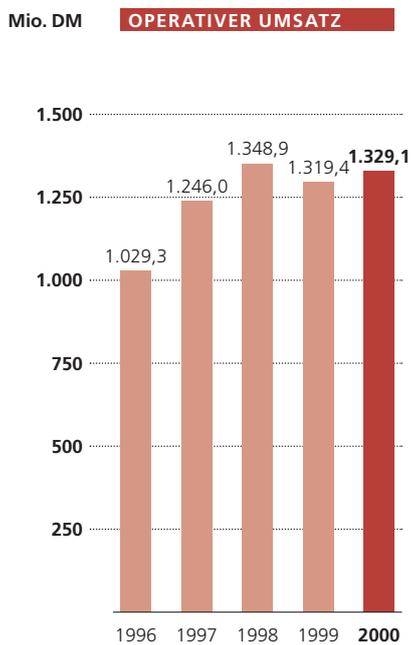
Wirtschaft in Osteuropa weiter im Aufwind

In unseren ausländischen Märkten hatten wir dagegen durchweg positive gesamtwirtschaftliche Entwicklungen. Die tschechische Wirtschaft hat die seit 1997 andauernde Rezession vollständig überwunden. Sie profitierte 2000 vom guten internationalen Umfeld und ist insgesamt um 3,1 % gewachsen. In Polen hat die restriktive Geldpolitik mit hohen Realzinsen zu einer Verlangsamung des Wachstums geführt. Dennoch ist die polnische Wirtschaft um 4,1 % gewachsen. Die stärkste Dynamik zeigte die Wirtschaft in Ungarn, die eine Zunahme um 5,3 % erreichte. ■



Operativer Umsatz 0,7 % über Vorjahr

Der Geschäftsverlauf im Jahr 2000 war von deutlichen Schwankungen von Monat zu Monat gekennzeichnet. Nach dem überaus positiven Start im ersten Quartal, das einen Anstieg im Auftragseingang von 9,4 % gebracht hatte, blieben die folgenden Monate schwächer, wenn auch mit leichten Bessertendenzen im dritten Quartal. Ab Oktober brach allerdings die Nachfrage abrupt ab, die Stimmungverschlechterung im Zuge der Energieverteuerung äußerte sich in einer starken Kaufzurückhaltung. Auf Grund der deutlichen Rückgänge im vierten Quartal erreichten wir im Gesamtjahr einen Auftrags-



eingang, der mit 1.570,2 Mio. DM [inkl. Mehrwertsteuer] exakt auf Höhe des Vorjahres lag. Das avisierte Ziel einer Steigerung des Auftragseingangs um 3 % haben wir auf Grund der unerwarteten Einbrüche in den letzten Monaten nicht erreichen können. Der Auftragsbestand lag zum Jahresende bei 143,6 Mio. DM und damit knapp unter dem Vorjahreswert von 145,9 Mio. DM.

Der fakturierte Umsatz im operativen Möbelgeschäft stieg leicht um 0,7 % auf 1.329,1 Mio. DM. Auf vergleichbarer Verkaufsfläche gerechnet entspricht dies einem Umsatzrückgang um 2,9 %, da wir neue Flächen in Betrieb genommen haben.

Der Konzernumsatz des Vorjahres enthielt neben dem operativen Möbelumsatz auch Umsätze aus der Abrechnung von Bauprojekten, die selbst erstellt und nach Fertigstellung an Leasinggeber veräußert wurden. Im Berichtsjahr gab es dagegen keine vergleichbare Abrechnung von Bauprojekten. Daher sank der Konzernumsatz insgesamt um 2,7 % auf die genannten 1.329,1 Mio. DM.

Ausland: Markteintritt in Ungarn gelungen

Ein weiterer wichtiger Schritt zur Markterschließung in Osteuropa war die Eröffnung eines neuen Einrichtungsmarktes in Budapest. Dies ist unser erstes Haus in Ungarn. Damit sind wir jetzt mit insgesamt fünf Einrichtungsmärkten in drei Ländern Osteuropas tätig: Tschechien, Polen und nunmehr auch Ungarn. Der Markt in Budapest hat eine Verkaufsfläche von rd. 4.000 m² und zeigte einen guten Start.

Insgesamt erzielten wir im Ausland deutliche Zuwächse: Der Umsatz stieg um 33,8 % auf 73,0 Mio. DM. Besonders hervorzuheben ist das hohe Wachstumstempo der drei Einrichtungsmärkte in Tschechien, die allein eine Umsatzzunahme um 30,6 % erreichten. Unter diesen ragt vor allem das 1999 eröffnete Haus auf der Ostseite von Prag heraus, das sich schnell zum umsatzstärksten Markt in Osteuropa entwickelt hat. Insgesamt erwirtschafteten wir inzwischen 5,5 % unseres Konzernumsatzes im Ausland.

Inland: Konjunkturbedingte Rückgänge

In Deutschland haben wir uns der allgemeinen Entwicklung der Möbelbranche nicht entziehen können. Der inländische Umsatz sank um 0,5 % auf 1.256,2 Mio. DM, parallel zum Umsatzminus im Möbelhandel insgesamt. Auf vergleichbarer Verkaufsfläche gerechnet ist unser Umsatz in Deutschland um 2,8 % zurückgegangen.

Während die Märkte in Westdeutschland zum Teil sogar Verbesserungen erzielten, hatten vor allem die ostdeutschen Standorte Einbußen hinzunehmen. Insgesamt teilen sich die Umsätze in Deutschland inzwischen fast genau hälftig auf West und Ost auf. Zum Vergleich: 1996 hatte der Umsatzanteil von Ost-

deutschland noch bei 70 % gelegen, war seitdem aber auf Grund der Fokussierung der Strategie auf Westdeutschland kontinuierlich geringer geworden.

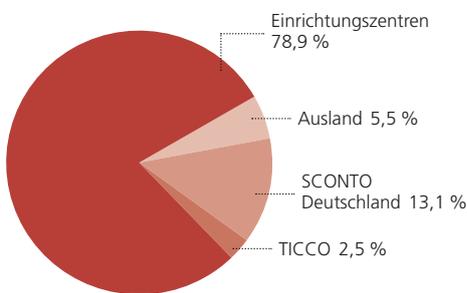
Weiterhin bilden die elf Einrichtungszentren in Deutschland [einschl. angegliederter NEWS- und SPARKAUF-Fachmärkte] das Rückgrat unseres Geschäfts, auf sie entfallen 78,9 % des Konzernumsatzes. Deutliche Fortschritte machte das 1998 eröffnete Haus in Schwetzingen, das seine regionale Marktposition mit einem Umsatzplus von 13,0 % ausbauen konnte. Auch die beiden Mutschler-Häuser legten insgesamt um 3,8 % im Umsatz zu, erreichten damit aber die gesetzten Ziele nicht. Unser Stammhaus in Gründau zeigte eine stabile Entwicklung. In Ostdeutschland konnte das Haus in Berlin den Umsatz steigern, alle übrigen Häuser mussten jedoch Umsatzrückgänge hinnehmen. Insgesamt sank der Umsatz der Einrichtungszentren leicht um 0,7 % auf 1.047,6 Mio. DM [flächenbereinigt - 2,1 %].

Die elf SCONTO-Discountmöbelmärkte verzeichneten mit 174,4 Mio. DM einen Umsatz auf Vorjahreshöhe, profitierten allerdings von der Neueröffnung in Lübeck zu Ende des Vorjahres. Flächenbereinigt sank

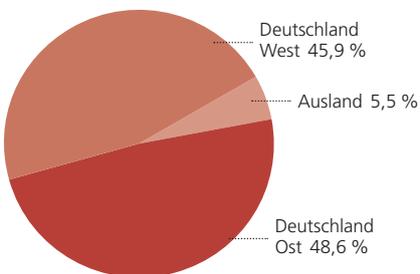
der Umsatz um 7,5 %. Die SCONTO-Kundengruppe übte besonders deutliche Kaufzurückhaltung.

Die vier TICCO Spezialmärkte für Küche und Bad erzielten mit 33,8 Mio. DM einen gegenüber Vorjahr ebenfalls fast unveränderten Umsatz.

UMSATZ NACH GESCHÄFTSBEREICHEN



UMSATZ NACH REGIONEN



Umsatz in Mio. DM	2000	1999	Veränderung
Einrichtungszentren	1.047,6	1.054,6	- 0,7 %
SCONTO Deutschland	174,4	174,1	+ 0,1 %
TICCO	33,8	33,9	- 0,1 %
Ausland	73,0	54,5	+ 33,8 %
E-Commerce	0,3	—	[+]
Sonstige	—	2,3	[-]
Operatives Möbelgeschäft	1.329,1	1.319,4	+ 0,7 %
Abrechnung Leasing-Bauprojekte	—	46,6	[-]
Konzern	1.329,1	1.366,0	- 2,7 %

Online-Shop gestartet: »welcomeliving.de« am Netz

Während der Möbel Walther Konzern bislang ausschließlich auf den stationären Möbelhandel ausgerichtet war, haben wir im Berichtsjahr begonnen, das Unternehmen zu einem Multi Channel Player weiterzuentwickeln. Seit dem 11. August 2000 ist unser Internet-Shop, der unter dem Namen »welcomeliving.de« betrieben wird, am Netz. Branchenkenner bestätigen, dass »welcomeliving« im Möbelgeschäft neue Maßstäbe setzt, was Angebotsbreite, Navigation und Serviceleistungen betrifft. Der Internet-Shop gehört zum Geschäftsbereich E-Commerce, der durch unsere neu gegründete Tochtergesellschaft Möbel Walther New Media AG geführt wird.

Zur Markteinführung des Online-Shops sind wir eine Kooperation mit der TV-Kultserie »Big Brother« eingegangen. Die gesamte Ausstattung des Wohn-Containers wurde von Möbel Walther für dieses Projekt bereitgestellt und konnte exklusiv bei Möbel Walther stationär oder über den Online-Shop gekauft werden. In allen Einrichtungszentren standen zwischen September und Dezember originalgetreu nachgebaute Container, in denen die Big Brother Möbel und Wohnaccessoires präsentiert wurden. Die Pressekampagne über die Kooperation mit »Big Brother« rief ein enormes Medienecho hervor und brachte hohe Aufmerksamkeit für Möbel Walther und den Online-Shop. Die im Jahr 2000 erzielten Umsätze von 283 TDM waren ein positiver Anfang. ■



Gewinn vor Steuern bei 28,0 Mio. DM

Auf Grund der branchenbedingt schwachen Umsatzentwicklung ab Oktober des Jahres blieb das Ergebnis des letzten Quartals, das typischerweise einen sehr hohen Teil des Jahresergebnisses beiträgt, deutlich hinter dem Vorjahr und hinter unseren Erwartungen zurück. Dementsprechend weisen wir für das Gesamtjahr 2000 ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von 28,0 Mio. DM aus, das den Vorjahreswert von 43,2 Mio. DM deutlich unterschreitet. In dem genannten Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit sind Auflösungen aus dem Sonderposten mit Rücklageanteil, der bis 1996 beanspruchte Sonderabschreibungen nach § 4 Fördergebietsgesetz betrifft, in Höhe von 13,0 Mio. DM [Vorjahr 9,1 Mio. DM] enthalten.

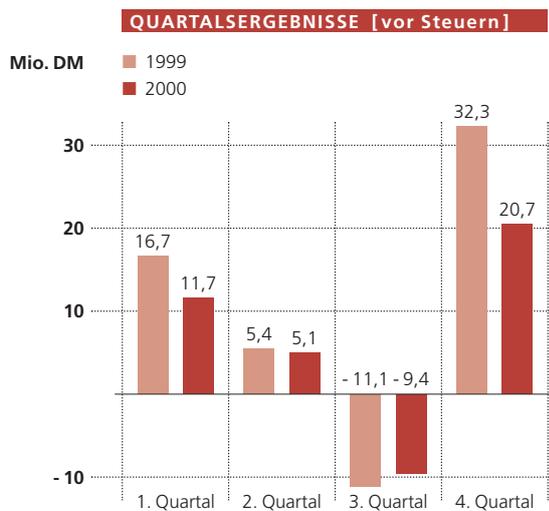
Die Rohertragsmarge des operativen Geschäfts [das heißt ohne Einflüsse aus der Abrechnung von Leasing-Objekten im Vorjahr] verbesserte sich um 0,7 %-Punkte auf einen Wert von 43,8 %. Dies zeigt, dass die Zunahme des Preisdrucks bei Werbeware durch gegenläufige Maßnahmen – wie etwa den verstärkten Direktimport von Waren über unsere Tochtergesellschaft Waltherr Trading Service GmbH – aufgefangen werden konnte. Die Personalaufwendungen entsprachen im Berichtsjahr einer Quote von 20,4 % vom Umsatz, 0,8 %-Punkte mehr als im Vorjahr. Zu den Gründen: Im Ausland stieg die Beschäftigung – vor allem als Vorlauf vor den Neueröffnungen in Budapest und in Warschau [2001]. Im Inland waren – bei in Deutschland leicht gesunkenem Umsatz – Entgeltsteigerungen hinzunehmen. Hinzu kamen beträchtliche zusätzliche Personalaufwendungen im Zuge der Umstellung des Warenwirtschaftssystems. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen um 1,3 %-Punkte auf eine Quote von 18,1 % vom Umsatz. Hier wirkten sich zum einen erhöhte Werbeaufwendungen aus. Zum anderen stiegen die Raumkosten wegen Flächenerweiterungen sowie erhöhter Energiekosten.

Das Konzernergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit setzt sich aus den Ergebnissen der fünf Geschäftsbereiche zusammen – zuzüglich des Ergebnisses der Konzernzentrale/AG einschließlich sonstiger Gesellschaften [vor allem Immobiliengesellschaften im Ausland] sowie Konsolidierungsposten.

Ergebnis vor Steuern in Mio. DM	2000	1999
Einrichtungszentren	27,9	35,5
SCONTO Deutschland	4,4	8,0
TICCO	- 0,7	- 0,7
Ausland	- 0,3	- 1,9
E-Commerce	- 2,1	—
Zentrale/Sonstige/Konsolidierung	- 1,2	2,3
Ergebnis der gew. Geschäftstätigkeit	28,0	43,2

In unserem Kerngeschäft, d.h. bei den Einrichtungszentren, sank das Ergebnis um 7,6 Mio. DM auf 27,9 Mio. DM. Dieser Ergebnisrückgang stammt aus dem vierten Quartal, bis Ende September hatte das Ergebnis noch leicht über dem Vorjahreswert gelegen. Hervorzuheben ist, dass weiterhin alle Häuser – mit Ausnahme von Schwetzingen und Mutschler – profitabel arbeiten, wenn auch auf niedrigerem Niveau als im Vorjahr. Das Haus in Berlin konnte das Ergebnis sogar deutlich ausbauen. Eine erfreuliche Aufwärtsentwicklung zeigte das 1998 eröffnete Haus in Schwetzingen, der Verlust wurde um 2/3 abgebaut auf nunmehr 4,8 Mio. DM. Auch bei Mutschler setzten sich die Fortschritte fort, allerdings deutlich gebremst durch die Marktschwäche im vierten Quartal, so dass letztlich nur eine Verlustminderung um 3,1 Mio. DM auf 15,3 Mio. DM erreicht wurde.

Auch bei Mutschler setzten sich die Fortschritte fort, allerdings deutlich gebremst durch die Marktschwäche im vierten Quartal, so dass letztlich nur eine Verlustminderung um 3,1 Mio. DM auf 15,3 Mio. DM erreicht wurde.



Die Ergebnisentwicklung von SCONTO Deutschland spiegelt die abgeschwächte Umsatzentwicklung dieser Vertriebschiene insbesondere im ersten Halbjahr wider. Der Gewinn sank auf 4,4 Mio. DM. TICCO schloss mit einem Verlust, fast unverändert gegenüber dem Vorjahr.

Im Ausland erzielte SCONTO Tschechien einen kräftigen Gewinnanstieg. Die Gesellschaft hat sich bestens am Markt etabliert und gehört mit einer Umsatzrendite von 8,3 % [vor Steuern] zu den ertragsstärksten Einheiten im Konzern. SCONTO Polen konnte dagegen den Verlust des Vorjahres noch nicht verringern. In Ungarn waren wegen der Markteröffnung im September noch Anlaufverluste hinzunehmen. Insgesamt hat sich der Ergebnis-

beitrag des Auslandsgeschäfts auf Grund der Ergebniszuwächse in Tschechien deutlich verbessert.

Im neuen Geschäftsbereich E-Commerce ist der Online-Shop »welcomeliving.de« aufgehängt, der im August 2000 ans Netz ging. Werbe- und Personalaufwendungen bei noch geringem Umsatz führten zu einem Anlaufverlust in Höhe von 2,1 Mio. DM.

Zum rückläufigen Ergebnis von Sonstige/Zentrale/Konsolidierung trugen Umstellungsaufwendungen für ein neues Warenwirtschaftssystem bei, dessen Einführung mittlerweile weitgehend abgeschlossen ist. Dieser Ergebnisbelastung standen andererseits erhöhte Auflösungen aus dem Sonderposten mit Rücklageanteil [§ 4 Fördergebietsgesetz] bei der Möbel Walther AG gegenüber.

Ergebnis in Mio. DM	2000	1999
Ergebnis vor Zinsen und Steuern [EBIT]	47,1	61,2
- Zinssaldo	19,1	18,0
Ergebnis der gew. Geschäftstätigkeit	28,0	43,2
- Steuern	16,1	22,1
Konzern Jahresüberschuss	11,9	21,1
DVFA-Bereinigungen	- 5,8	- 3,2
DVFA-Ergebnis	6,1	17,9
DVFA-Ergebnis je Aktie [in €]	0,33	0,94

Jahresüberschuss bei 11,9 Mio. DM

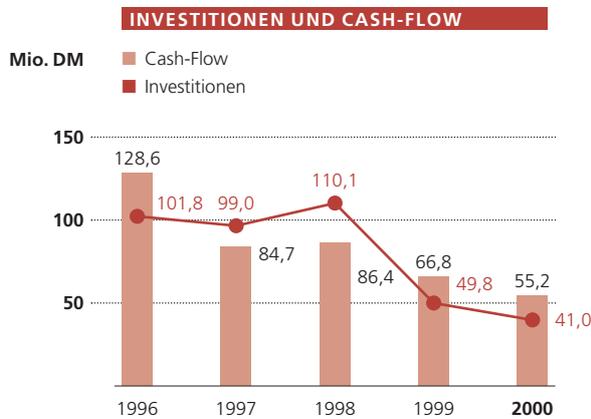
Der Jahresüberschuss erreicht im Konzern 11,9 Mio. DM [Vorjahr 21,1 Mio. DM] und in der Möbel Walther AG 27,1 Mio. DM [Vorjahr 38,3 Mio. DM]. Das DVFA/SG-Ergebnis je Aktie liegt mit € 0,33 unter dem Ergebnis des Vorjahres [€ 0,94]. In der Überleitung vom Jahresüberschuss zum DVFA/SG-Ergebnis sind ausschließlich die Auflösung von Sonderposten mit Rücklageanteil sowie Ergebnisanteile Dritter berücksichtigt.

Hohe Dividende

Der Bilanzgewinn der Möbel Walther AG beläuft sich auf Grund eines hohen Gewinnvortrags von 64,0 Mio. DM auf 81,0 Mio. DM. Im Sinne einer kontinuierlichen Dividendenpolitik schlagen Aufsichtsrat und Vorstand der Hauptversammlung am 26. Juni 2001 vor, eine unveränderte Dividende von 1,60/1,70 DM [€ 0,82/0,87] je Stamm-/Vorzugsaktie zu zahlen. Einschließlich der Steuergutschrift von 3/7 der Bardividende erhalten die anrechnungsberechtigten Aktionäre damit eine Ausschüttung von 2,29 DM/2,43 DM je Stamm-/Vorzugsaktie. Bezogen auf den Kurs zum Ende März 2001 erreicht die Dividendenrendite [inkl. Berücksichtigung der Steuergutschrift] 8,9%/11,8%. ■

Investitionen und Cash-flow

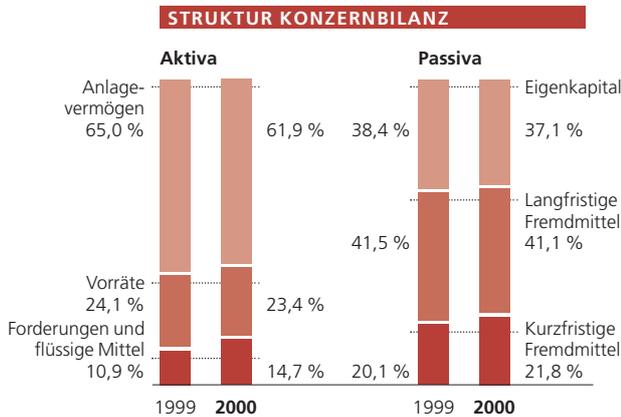
In Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände wurden 41,0 Mio. DM investiert gegenüber 49,8 Mio. DM im Vorjahr. Wir setzten damit unsere zurückhaltende Investitionspolitik fort. Die Investitionen betrafen im wesentlichen unsere Aktivitäten im Ausland, wo wir mit den Bauarbeiten für das Einrichtungshaus in Warschau begannen. Dessen Eröffnung ist für Mai 2001 vorgesehen. Mit rund 16.000 m² Verkaufsfläche wird das Haus in Warschau das führende Einrichtungshaus Polens sein, das in der Hauptstadtregion auf ein deutlich höheres Kaufkraftpotenzial als im Landesdurchschnitt trifft. Im Inland betrafen die Investitionen überwiegend die notwendigen Erhaltungsmaßnahmen, darüber hinaus eine Vielzahl kleinerer Projekte.



Der Cash-flow belief sich auf 55,2 Mio. DM gegenüber 66,8 Mio. DM im Vorjahr. Mit dem Cash-flow konnten die Sachanlageinvestitionen vollständig finanziert werden.

Solide Bilanzrelationen

Die Bilanzsumme stieg um 1,9 % auf 1.072,4 Mio. DM. Die wesentlichen Einzelpositionen entwickelten sich wie folgt: Auf der Aktivseite sank das Anlagevermögen um 3,3 % auf 661,0 Mio. DM. Hierin spiegelt sich unsere zurückhaltende Investitionspolitik wider: Den Anlagezugängen von 41,5 Mio. DM standen laufende Abschreibungen von 55,2 Mio. DM sowie Anlagenabgänge von 16,8 Mio. DM gegenüber. Von dem Anlagevermögen per Ende 2000 entfielen 538,7 Mio. DM auf Grundstücke und Gebäude, deren Anteil an der Bilanzsumme damit bei 50,2 % liegt.



Die Warenvorräte stiegen leicht um 1,0 % auf 213,0 Mio. DM. Der Zuwachs resultiert allein aus der Eröffnung des Einrichtungsmarktes in Budapest.

Ein wesentlicher Grund für die Ausweitung der Aktivseite liegt in dem Anstieg der Sonstigen Vermögensgegenstände, die sich um 29,1 Mio. DM auf 77,7 Mio. DM erhöhten. Im Berichtsjahr

leisteten wir Abschlagszahlungen für den Erwerb des Grundstücks in Eschborn in Höhe von 27,9 Mio. DM, die als Forderung gegenüber der finanzierenden Leasinggesellschaft unter den Sonstigen Vermögensgegenständen ausgewiesen sind.

Da wir 2000 eigene Aktien im Umfang von 10,1 Mio. DM erwarben, erhöhte sich der Bestand auf 14,9 Mio. DM. Die liquiden Mittel betragen zum Jahresende 45,2 Mio. DM und lagen damit um 11,2 Mio. DM über dem Vorjahreswert.

Auf der Passivseite sank das Eigenkapital [einschließlich 50 % des Sonderpostens mit Rücklageanteil] leicht um 1,6 % auf 397,8 Mio. DM. Die Eigenkapitalquote erreichte 37,1 % nach 38,4 % im Vorjahr. Der Eigenkapitalanteil der Möbel Walther AG beträgt 51,6 % [Vorjahr 51,4 %]. Damit weisen wir weiterhin eine hohe Eigenkapitalausstattung auf.

Kapitalflussrechnung in Mio. DM [Kurzfassung]	2000	1999
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	82,9	37,2
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	- 30,5	- 17,8
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	- 41,2	- 24,3
Veränderung der flüssigen Mittel	11,2	- 4,9
Liquide Mittel zum 31.12.	45,2	34,0
Cash-flow	55,2	66,8
Cash-flow in % des Umsatzes	4,2	4,9

Die Kreditverbindlichkeiten erhöhten sich um 9,1 Mio. DM auf 346,6 Mio. DM. Dabei ist zu berücksichtigen, dass wir für die Zwischenfinanzierung des Erwerbs des Grundstücks in Eschborn Zahlungen in Höhe von 27,9 Mio. DM tätigten.

Die erhaltenen Anzahlungen von Kunden konnten deutlich erhöht werden, und zwar um 16,6 Mio. DM auf 38,4 Mio. DM. Dies trug auch dazu bei, das Working Capital [Warenvorräte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie erhaltene Anzahlungen] erheblich zu reduzieren. Insgesamt verringerte sich die Kapitalbindung im Working Capital um 34,0 Mio. DM auf 48,8 Mio. DM.

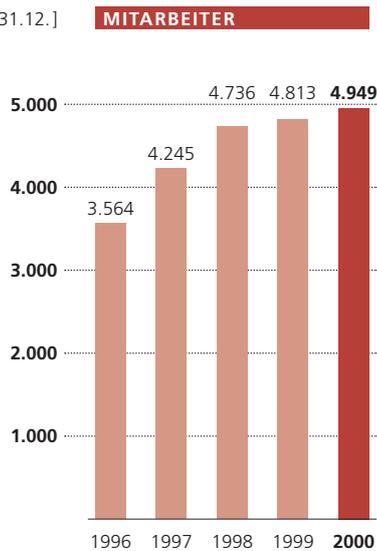
Die Deckung des Anlagevermögens durch Eigenkapital beträgt im Konzern 60,2 % [Vorjahr 59,2 %], Anlagen und Vorräte zusammen sind zu 91,9 % [Vorjahr 89,7 %] durch Eigen- und langfristiges Fremdkapital finanziert. Diese Deckungskennziffern lassen eine äußerst solide Finanzierungsstruktur erkennen.



Fast 5.000 Beschäftigte

Zum Jahresende 2000 beschäftigte der Konzern 4.949 Mitarbeiter – davon inzwischen 10 % im Ausland. Im Jahresdurchschnitt stieg die Beschäftigtenzahl im Konzern um 1,9 % auf 4.861. Der Zuwachs geht allein auf unsere zunehmenden Aktivitäten im Ausland zurück. Im neu eröffneten Einrichtungsmarkt in Budapest wurden rd. 60 neue Arbeitsplätze geschaffen. Für das für Mai 2001 geplante Einrichtungshaus in Warschau hatten wir bis zum Jahresende schon über 140 Mitarbeiter zur Einarbeitung eingestellt.

[Stand jeweils 31.12.]



Bei den Einrichtungszentren in Deutschland sowie bei TICCO sank die Zahl der Mitarbeiter leicht. SCONTO Deutschland hatte eine in etwa stabile Beschäftigung, wobei allerdings zu berücksichtigen ist, dass ein weiterer Markt hinzu kam.

Die Struktur der Belegschaft hat sich wenig verändert. Rund zwei Drittel sind als Vollzeitkräfte angestellt. Der Anteil der Teilzeitkräfte nahm leicht zu und betrug im Jahr 2000 23,3 %.

Das Durchschnittsalter der Mitarbeiter beträgt 35,2 Jahre. Die Krankenquote hat sich weiter verringert und erreichte nur noch 3,7 %.

Durch den Einsatz variabler Arbeitszeitsysteme und mit Unterstützung der elektronischen Zeiterfassung ist es uns gelungen, die Anpassung des Personaleinsatzes an den im Tages- und Wochenverlauf schwankenden Arbeitsanfall weiter zu verbessern.

Die Personalaufwendungen im Konzern stiegen um 4,6 % auf 270,7 Mio. DM. Je vollbeschäftigtem Mitarbeiter mussten 58.726 DM aufgewendet werden; das sind 2,4 % mehr als im Vorjahr. Der Anstieg korrespondiert mit der Erhöhung der Entgelte.

Hohes Engagement für die Ausbildung

Das wichtigste Kapital im Handel sind engagierte, kompetente und freundliche Mitarbeiter. Wir sehen daher in der Ausbildung von Nachwuchskräften einen wesentlichen Beitrag zur Zukunftssicherung des Walther-Konzerns, aber auch eine gesellschaftspolitische Verpflichtung. Seit Jahren liegt die Zahl unserer

Auszubildenden bei über 10 % der gesamten Belegschaft. Im letzten Jahr stieg die Quote in Deutschland – nur hier ist ein duales Ausbildungssystem eingerichtet – auf 11,3 % der Beschäftigten. Insgesamt 502 Auszubildende [zum Bilanzstichtag] erhalten bei uns eine fundierte Ausbildung. Wegen der hohen Betreuungsintensität genießt die Ausbildung bei Möbel Walther einen hervorragenden Ruf bei den zuständigen Industrie- und Handelskammern. ■

Mitarbeiter [Jahresdurchschnitt]	2000	1999	Veränd.
Einrichtungszentren	3.601	3.643	- 1,2 %
SCONTO Deutschland	454	448	+ 1,3 %
TICCO	98	101	- 3,0 %
Ausland	427	329	+ 29,8 %
E-Commerce	11	—	[+]
Zentrale/Sonstige	270	251	+ 7,6 %
Konzern	4.861	4.772	+ 1,9 %
[auf Vollzeitbasis]	4.408	4.336	+ 1,7 %

- EINSTIEG IN DAS VERSANDGESCHÄFT
- GUTE PERSPEKTIVEN IN OSTEUROPA
- E-COMMERCE MIT POTENZIAL
- THEMENCENTER ESCHBORN: EINZIGARTIGES KONZEPT
- IMMOBILIEN ALS DRITTES STANDBEIN
- ERWARTUNGEN 2001

Ereignisse nach Abschluss des Geschäftsjahres: Einstieg ins Versandgeschäft

Mit Wirkung zum 1. Januar 2001 haben wir 51 % der Geschäftsanteile des Versandunternehmens Ikarus GmbH in Linsengericht übernommen. Ikarus wurde 1993 gegründet und hat sich auf designorientierte Möbel und Accessoires spezialisiert. Das Versandunternehmen bietet rund 2.000 Produkte per Katalog an und erwirtschaftete im Gesamtjahr 2000 einen Umsatz in Höhe von 4 Mio. DM. Rechtlich wird die Beteiligung der Ikarus GmbH von der Möbel Walther New Media AG gehalten. Geschäftsführer bei Ikarus bleibt der Gründer und bisherige Alleininhaber Volker Hohmann.

Die Mehrheitsbeteiligung ist ein weiterer wichtiger Schritt auf dem Weg zum Multi-Channel-Player, der neben dem klassischen stationären Handel und dem E-Commerce auch Versandhandel betreibt. Aus der Akquisition werden sich Synergieeffekte insbesondere zu unserem Online-Verkauf ergeben. Ab April 2001 werden die Produkte von Ikarus das Internetangebot von »welcomeliving« ergänzen.

Perspektiven des deutschen Möbelmarkts

Der deutsche Konsument gibt in Europa am meisten für Möbel und Einrichtungen aus. 1999 lag der Umsatz je Bundesbürger bei 811 DM – gegenüber 479 DM im EU-Schnitt. Insgesamt belief sich in der EU 1999 der Umsatz mit Möbeln und Einrichtungsgegenständen auf 179,6 Mrd. DM. In Deutschland wurde davon allein – nach den Berechnungen des EuroHandelsinstituts – eine Gesamtsumme von 66,5 Mrd. DM erzielt, wovon 8 Mrd. DM auf den gewerblichen und 58,5 Mrd. DM auf den privaten Verbrauch entfielen.

An dem genannten Marktvolumen von 66,5 Mrd. DM hat der Möbelfachhandel einen Anteil von 74 %. Den Rest teilen sich branchenfremde Anbieter wie Bau- und Heimwerkermärkte, Bürofachhändler sowie Versender. Gerade Versandhandelsunternehmen konnten ihren Umsatzanteil am Möbelmarkt in den letzten Jahren ausbauen. Dies untermauert unsere Entscheidung, in das Versandhandelsgeschäft einzusteigen.

Die Perspektiven des deutschen Möbelmarkts werden von folgenden Trends geprägt:

- Die Bevölkerungszahlen sind bis 2006 weiter steigend. Auch die Zahl der Haushalte wächst beständig. Besonders in Großstädten sind Einpersonenhaushalte überdurchschnittlich häufig vertreten. In Einzelfällen ist deren Anteil auf mehr als 40 % aller Haushaltseinheiten angewachsen.
- Durch Erbschaften fließt den aktiven Konsumenten viel Geld zu.
- »Cocooning«, also die hohe Wertschätzung für die eigenen vier Wände, wird auch zukünftig die Nachfrage nach Möbeln stützen.
- Die Situation am Arbeitsmarkt verbessert sich. Es wird erwartet, dass die Zahl der Arbeitslosen, die 2000 noch bei 3,9 Millionen lag, bis zum Jahre 2002 auf 3,4 Millionen zurückgehen wird.
- Nicht zuletzt hat sich durch die Kaufzurückhaltung der Verbraucher in den letzten Jahren ein Ersatzbedarf für Möbel aufgestaut.
- Keine zusätzlichen Impulse sind allerdings in den nächsten Jahren aus dem Wohnungsbau zu erwarten. Die Zahl der neuen Wohnungen wird stagnieren.
- Der Trend zu Erweiterungen der Verkaufsflächen in der Branche hält an. Der Wettbewerbsdruck wird daher zunehmen.

Vor diesem Hintergrund prognostiziert die auf den Handel spezialisierte Unternehmensberatung BBE bis 2004 eine Umsatzzunahme im Marktfeld Heim- und Hausausstattung um 6,8 %, wobei die Wachstumsaussichten für Möbel und Küchen überdurchschnittlich gesehen werden.

TOP 10 IM DEUTSCHEN MÖBELHANDEL

Stationärer Handel	Umsatz [Mrd. DM]
1 IKEA Deutschland.....	3,50
2 Porta.....	1,85
3 Möbel Walther	1,57
4 Roller.....	1,35
5 Höffner.....	1,30
6 Segmüller.....	1,10
7 Kraft.....	1,10
8 Lutz/ Neubert.....	0,78
9 Mann.....	0,65
10 Dänisches Bettenlager.....	0,60

Versandhandel	Umsatz [Mrd. DM]
1 Quelle/ Neckermann [Karstadt].....	2,14
2 Otto Versand.....	1,15

Quelle: möbelkultur, Geschäftsjahr 1999, Umsätze inkl. MWST

Strukturelle Bereinigungen

In Deutschland kämpft die Einrichtungsbranche seit 1995 mit der Kaufzurückhaltung der Verbraucher. Dies hat den Druck zu strukturellen Bereinigungen bei den etwa 10.000 Unternehmen der Branche spürbar verstärkt. Seit Mitte der 90er Jahre bewegt sich die Zahl der Konkurse bei etwa 100 pro Jahr, vorher waren es pro Jahr lediglich durchschnittlich 50 Konkursverfahren. In diesen Zahlen nicht berücksichtigt sind die stillschweigenden Geschäftsschließungen vieler kleiner Unternehmen ohne gerichtliche Verfahren, deren Zahl noch höher geschätzt wird als die der offiziellen Konkursverfahren. Diese Entwicklung wird zukünftig noch an Dynamik gewinnen. Strukturelle Bereinigungen werden die Gewichte weiter zu Gunsten von Großflächenanbietern wie Möbel Walther verschieben, die in den vergangenen Jahren Marktanteile hinzugewonnen haben. Gestützt auf unsere Marktposition und unsere breit aufgestellten Vertriebsformate sowohl im stationären Handel als auch im E-Commerce und Versand sehen wir uns für diesen Strukturprozess gut gerüstet.

Bessere Aussichten für Konsum 2001

Die Aussichten für den Konsum in Deutschland im Jahr 2001 sind gut: Die Beschäftigung hat im vergangenen Jahr zugenommen und soll weiter wachsen. Die Sorge der Menschen, arbeitslos zu werden, ist geringer geworden. Die Nettoeinkommen steigen spürbar, auch durch die Senkung der Einkommensteuer ab 1.1.2001. Insgesamt nimmt das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte um mehr als 100 Mrd. DM zu, das sind pro Haushalt rund 2.500 DM. Nach den Prognosen wird der private Konsum 2001 real um etwa 2,2 % zunehmen und damit wegen der Steuerentlastungen sogar etwas stärker wachsen als das gesamte Bruttoinlandsprodukt mit 2,1 %.

Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels ist deshalb vorsichtig optimistisch und rechnet mit einem realen Umsatzzuwachs im Einzelhandel von 2,0 %. Dabei richten sich die Erwartungen vor allem auf die zweite Jahreshälfte. Der Bundesverband des Deutschen Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandels prognostiziert für 2001 einen Umsatzanstieg um [nominal] 3 - 4 %.

Tschechien, Ungarn und Polen als Märkte der Zukunft

Seit 1995 sind wir im Ausland aktiv. Wir haben diesen Schritt ganz gezielt gewählt, um unsere Abhängigkeit vom deutschen Markt zu verringern. In den angrenzenden Ländern Osteuropas [Tschechien, Polen, Ungarn] sehen wir überdurchschnittliche Chancen. Der Nachholbedarf bei Möbeln und Einrichtungen ist hier hoch, zugleich wachsen diese Volkswirtschaften deutlich schneller als Deutschland oder der EU-Raum.

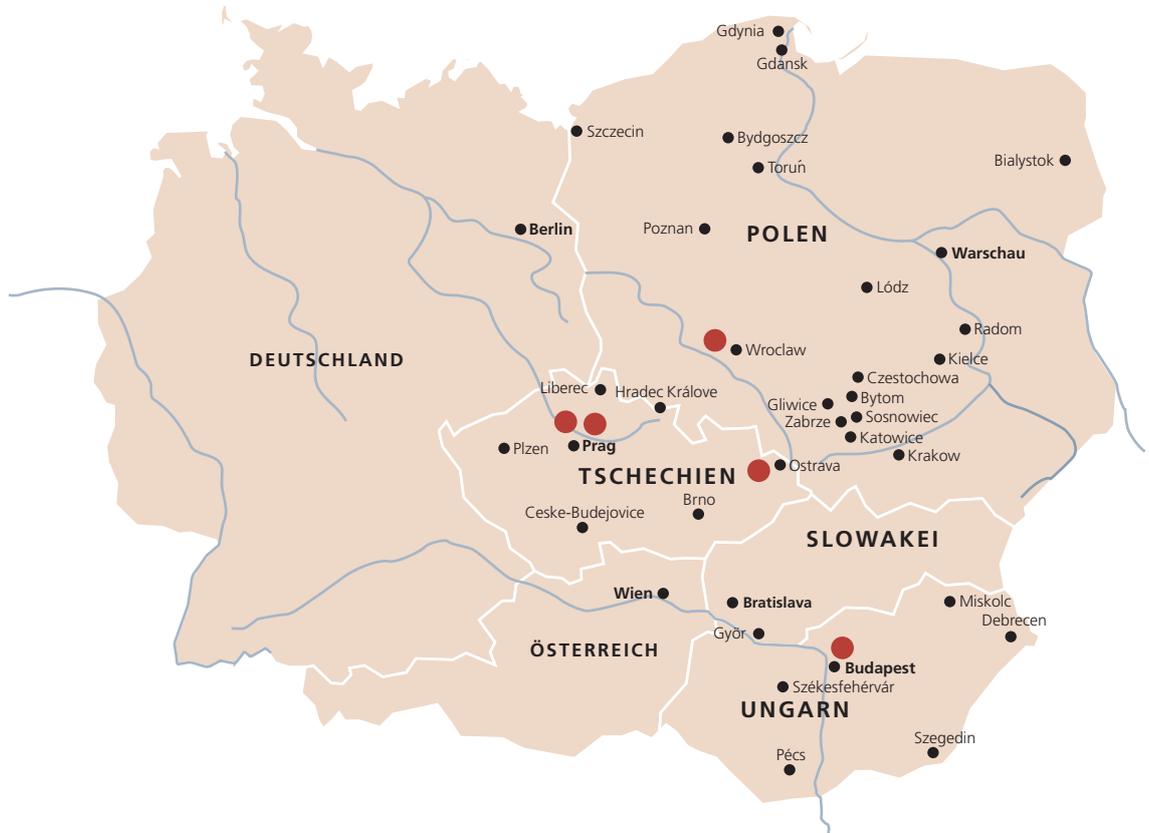
In Deutschland werden pro Jahr und Kopf etwas mehr als 800 DM für Möbel ausgegeben, davon rund 600 DM im Möbele Einzelhandel. In den angrenzenden Ländern Osteuropas liegen die Ausgaben für Möbel erst bei rund einem Zehntel dieses Wertes [s. Tabelle S. 24]. Hier besteht ein enormes Potenzial, in der Zukunft aufzuholen – wenn auch sicherlich nicht von heute auf morgen. Aber Polen, Tschechien und Ungarn, wo insgesamt fast 60 Millionen Menschen leben, werden in absehbarer Zeit zur Europäischen Union gehören und damit noch enger mit Mitteleuropa, insbesondere Deutschland, verflochten sein. Die Wirtschaftskraft der Region um Prag in Tschechien ist bereits heute höher als im EU-Durchschnitt.

Umsatzanteil Osteuropa verdreifachen

Bislang haben wir für den Markteintritt in die Zukunftsmärkte Tschechien, Polen und Ungarn auf das Discountkonzept von SCANTO zurückgegriffen. Dabei sind die osteuropäischen SCANTO-Märkte durch Anreicherung um einige Service-Elemente wie Kinderland, Restaurant oder Auslieferung stärker in Richtung eines preisgünstigen Einrichtungshauses positioniert. Inzwischen sind wir in den genannten Ländern mit zusammen fünf Einrichtungsmärkten vertreten, der Umsatz summierte sich in 2000 auf 73 Mio. DM oder 5,5 % des Konzernumsatzes.

Zwei weitere Neueröffnungen stehen im laufenden Jahr 2001 an. Mit dem für Frühsommer 2001 geplanten Einrichtungsmarkt in Warschau werden wir erstmals ein großflächiges Haus in Osteuropa eröffnen, das mit einer Verkaufsfläche von rund 16.000 m² mehr als doppelt so groß ausfallen wird wie die bisherigen SCANTO-Märkte. Aber das Marktumfeld ist attraktiv und die regionale Kaufkraft in der Hauptstadt Polens liegt etwa doppelt so hoch wie im Landesdurchschnitt. Darüber hinaus werden wir in Ungarn einen weiteren SCANTO-Markt eröffnen, nachdem der erste Markt, der im September 2000 ans Netz ging, gut angelaufen ist.

Einrichtungsmärkte in Osteuropa



Die örtliche Wettbewerbslandschaft in Tschechien, Polen und Ungarn ist bislang noch geprägt von lokalen, inländischen Händlern, vielfach auch als nachgelagerte Vertriebsstufe von Möbelherstellern. Ausländische Wettbewerber sind – bis auf IKEA in allen drei Ländern, Asko und Europamöbel in Tschechien und der österreichische KIKA/Leiner in Ungarn – nicht präsent. Wir sehen beste Voraussetzungen, mit weiteren Einrichtungsmärkten eine hohe Marktdurchdringung zu erreichen. Unser Ziel ist es, den Umsatzanteil von Osteuropa im Konzern bis zum Jahr 2005 auf mehr als 15 % zu verdreifachen.

Konjunktur in Osteuropa im Aufwind

In unseren Auslandsmärkten nehmen die positiven gesamtwirtschaftlichen Impulse zu. In Tschechien wird erwartet, dass die inländische Konjunktur das BIP-Wachstum auf 3,5 % beschleunigt. 2002 könnte die tschechische Wirtschaft zum ersten Mal seit 1996 wieder um mehr als 4 % wachsen. In Polen verliert die Wirtschaft auf Grund der restriktiven Geldpolitik etwas an Schwung. Das BIP-Wachstum dürfte auf 3,5 % zurückgehen. Für 2002 wird aber eine wieder zunehmende Dynamik erwartet mit einem Wachstum um 4,5 %. In Ungarn wird sich die Konjunktur mit der Abschwächung des Eurolandwachstums etwas abkühlen, dabei aber immer noch um rd. 4,3 % wachsen. Für das Folgejahr wird aber wieder eine Beschleunigung des Wachstums auf 5 % prognostiziert.

Wirtschaftliche Kennzahlen	Tschechien	Polen	Ungarn
Einwohner	10 Mio.	39 Mio.	10 Mio.
Fläche	79.000 km ²	313.000 km ²	93.000 km ²
Wirtschaftskraft pro Kopf * [EU-Durchschnitt = 100 %, D = 108 %]	60 %	39 %	49 %
Wirtschaftswachstum [real]			
2000	3,1 %	4,1 %	5,3 %
2001	3,5 %	3,5 %	4,3 %
2002	4,4 %	4,5 %	5,0 %
Fertigstellungen im Wohnungsbau			
2000	25.800	90.000	25.000
2001	25.500	97.000	28.000
2002	26.000	107.000	30.000
Möbelkonsum pro Kopf/ Jahr	70 DM	50 - 60 DM	40 - 50 DM

* BIP pro Kopf (zu Kaufkraftparitäten) im Verhältnis zum EU-Durchschnitt
Quelle: db-research, Euroconstruct, Eurostat, eigene Angaben

Internet – wir sind drin

Seit August 2000 sind wir mit unserem Online-Shop »welcomeliving« am Netz. Mit beinahe 3.000 Artikeln bietet der Shop das zur Zeit breiteste Einrichtungsangebot im Internet. Unser Ziel ist es, »welcomeliving« zum umfassenden Portal für Wohnen, Leben und Lifestyle zu entwickeln.

Wir sehen den Vorteil des Internet-Geschäfts nicht nur in dem direkten Warenumsatz, der hierdurch generiert wird, sondern auch in der Erschließung neuer Zielgruppen, die wir bisher mit unserem stationären Geschäft nicht erreicht haben. Hinzu kommen Synergieeffekte zwischen den verschiedenen Vertriebsformaten. Durch unsere Möbelhäuser haben wir den Vorteil, in einigen Regionen Deutschlands bereits einen hohen Bekanntheitsgrad und damit eine gute Vertrauensbasis für das Geschäft per Internet oder über Versandkatalog zu besitzen. Der Kunde von morgen wird spielerisch zwischen den verschiedenen Vertriebsformaten wechseln – je nachdem, was für ihn am bequemsten und zeitsparendsten ist. Sowohl die Vorauswahl und der Produktvergleich als auch die Aufgabe der Bestellung können im Haus, über das Internet oder über den Katalog erfolgen mit allen wechselseitigen Kombinationsmöglichkeiten.

Hervorzuheben ist außerdem, dass wir wesentliche Elemente aus unserem stationären Handelsgeschäft auch für die neuen Vertriebsformate verwenden können – angefangen von der Einkaufsorganisation, Werbung, EDV bis hin zur gesamten Logistik. Wir sehen daher den Geschäftsbereich E-Commerce/Versand als wichtige Ergänzung unseres stationären Angebots. Alle drei Vertriebswege werden sich gegeneinander stützen und bereichern. Langfristig soll das Geschäftsfeld E-Commerce/Versand zu einem wichtigen Umsatz- und Ergebnisfeiler werden. Wir erwarten bis 2005 ein Umsatzvolumen von rd. 50 Mio. DM.

E-Commerce: Potenzial für Multi-Channel-Player

Verkaufen über das Internet [E-Commerce] ist ein junger Vertriebsweg, der mit viel Euphorie gestartet wurde. Allerdings sind auch schon einige Unternehmen gescheitert – vor allem solche, die allein aus dem Bereich Internet kommen. Wir sind dagegen ganz anders aufgestellt, weil wir eine starke Basis im stationären Geschäft haben. Die Gewinner bei E-Commerce werden die traditionellen Handelsunternehmen sein, die ihre Aktivitäten – ausgehend vom stationären Geschäft – hin zu E-Commerce ausweiten, so wie wir dies mit »welcomeliving« getan haben.

Gerade die junge Käufergeneration nützt vermehrt die bequeme Bestellung per Internet und e-Mail



Die grundlegenden Trends für Online-Shopping weisen unverändert aufwärts:

- Einkaufen über das Internet liegt im Trend der Zeit. Denn es ist bequem für den Kunden – unabhängig von Ladenschlusszeiten, ohne Schlange stehen, ohne Parkplatzsuche, zeitsparend, unkompliziert. Der Kunde erwartet natürlich auch, dass die Lieferung der bestellten Ware schnell und sicher erfolgt. Gerade hier – das heißt im Bereich der Logistik – haben wir eine hohe Kompetenz.
- Die Penetration mit Online-Anschlüssen wird schnell und kontinuierlich weiter steigen.
- Immer mehr Menschen sind bereit, über das Internet einzukaufen. Die in Umfragen geäußerte Absicht, auch online zu kaufen, wächst beständig. Forsa beziffert die Zahl der Bundesbürger, die im Jahr 2000 im Internet auf Shopping-Tour waren, mit 7,3 Millionen. Mehr als 34 % aller Internet-Nutzer haben schon häufiger als fünfmal online eingekauft.

Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels veranschlagt den Umsatz des Handels über das Internet auf rd. 5 Mrd. DM im Jahr 2000. Das sind zwar erst bescheidene 0,5 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes. Es wird aber erwartet, dass der Anteil bis in zehn Jahren auf 5 - 10 % ansteigen wird. Bis dahin wird der Internet-Handel für einige Warengruppen wie CD, Bücher und EDV-Ausrüstung zum Standard neben dem stationären Handel gehören.

Welches Potenzial besteht für den Handel mit Möbeln über das Internet? Sicherlich gibt es Möbel, die sich nur bedingt für das Online-Shopping eignen: Hierzu zählen planungsintensive Ware oder Möbel, bei denen der Kunde nicht auf das haptische Erlebnis beim Ausschauen verzichten möchte. Allerdings zeigen Untersuchungen, dass knapp 20 % aller Online-Käufer schon einmal Waren aus dem Bereich Einrichtungsgegenstände oder Haushaltsgeräte bestellt haben. Auch die Tatsache, dass Versandunternehmen erhebliche Umsätze mit Möbeln erzielen [vgl. Tabelle auf S. 21], unterstreicht das Potenzial für ergänzende Vertriebswege zum stationären Möbelhandel. Nicht zuletzt belegen unsere eigenen Erfahrungen mit »welcomeliving«, dass Möbel über das Internet verkauft werden können. Rund zwei Drittel der von »welcomeliving« erzielten Umsätze betreffen Möbel, nur ein Drittel entfällt auf Wohnaccessoires.

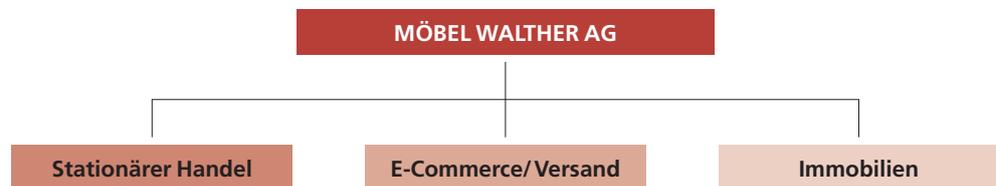


Immobilien als neues Geschäftsfeld

Neben dem stationären Handel – unserem Stammgeschäft – sowie E-Commerce/Versand werden wir zukünftig ein drittes Geschäftsfeld einrichten: Immobilien. Bislang haben wir unsere Immobilien fast ausschließlich zu eigenen Zwecken genutzt, um das stationäre Handelsgeschäft zu betreiben. Zukünftig wollen wir durch ein professionelles Immobilienmanagement eine deutlich höhere Wertschöpfung erzielen.

Der Buchwert unserer Grundstücke und Gebäude liegt bei 539 Mio. DM. Die Anschaffungswerte erreichen insgesamt 680 Mio. DM, die Verkehrswerte sind noch höher zu veranschlagen. Wir verfügen größtenteils über sehr gute Standorte mit der Möglichkeit, Erweiterungen vorzunehmen und zusätzliche Flächen an Dritte zu vermieten. Dies erhöht die Attraktivität der Standorte und generiert zusätzliche Erträge. In Osteuropa besitzen wir drei Standorte, die ausreichend groß sind, um sie zu Einkaufszentren weiter zu entwickeln und damit unsere geplanten Möbelstandorte abzurunden. Ähnliches gilt auch für das Grundstück in Eschborn bei Frankfurt. Wir haben aber auch Standorte, bei denen es sinnvoll ist, unsere Verkaufsfläche durch Untervermietung zu optimieren. Insgesamt besteht im Bereich der eigenen Immobilien ein enormes Wertschöpfungspotenzial, das in Zukunft genutzt werden soll.

Als ersten Schritt zum Aufbau dieses neuen Geschäftsfeldes haben wir von der Hauptversammlung im August 2000 die Genehmigung eingeholt, die Immobilien in eine eigenständige Tochtergesellschaft auszugliedern. Diese Transaktion werden wir voraussichtlich noch in diesem Jahr vollziehen.



Themencenter Eschborn: Einzigartiges Konzept

In Eschborn im Westen von Frankfurt/ Main verfügen wir über einen äußerst attraktiven Standort: Hohe Kaufkraft, aber bislang unzureichendes Möbelangebot machen Eschborn zu einem der besten Möbelstandorte in Deutschland. Für diesen haben wir ein in Deutschland gänzlich neuartiges Konzept entwickelt: Hier wird nicht ein klassisches Einrichtungszentrum gebaut werden, sondern ein Themencenter »Welt des Wohnens« mit Schwerpunkt Einrichtung. Die Besonderheit liegt darin, dass Möbel Walther nicht der einzige Möbel- und Einrichtungsanbieter in diesem Center sein wird, sondern dass es weitere Mieter geben wird, deren Angebot sich im Bereich Wohnen und Einrichten bewegt. Diese Lösung bedeutet eine deutliche Erhöhung der Attraktivität durch die Vielfalt des Angebots. Zugleich bringt sie eine Risikostreuung, weil die Rückflüsse aus der Investition nicht allein aus unserem Handelsgeschäft kommen, sondern auch zu einem wesentlichen Teil aus der Immobilienvermietung. Das Themencenter in Eschborn ist damit zugleich ein anschauliches Beispiel für die geplante Weiterentwicklung der Immobilien des Konzerns.

Dienstleistungen als Erfolgsfaktor

Der Kunde von heute hat wenig Zeit. Er möchte seine Einkäufe ohne Stress und unnötige Zeitverluste tätigen. Daher erwartet er nicht nur einen bequemen Einkauf, sondern auch eine reibungslose Abwicklung nach dem Kauf. Das heißt, der Kunde sucht nicht nur das Produkt, sondern die Dienstleistung um das Produkt herum. Dienstleistungen werden zum entscheidenden Erfolgsfaktor.

Mit der Einführung des Rund-um-die-Uhr-Service im Jahr 2000 haben wir eine Dienstleistungsqualität geschaffen, die uns nachhaltig vom Wettbewerb abhebt. Das Angebot, rund um die Uhr Möbel zu liefern und zu montieren, hat dementsprechend für erhebliche Aufregung in der Branche gesorgt. Weitere ambitionierte Ziele sind gesetzt.

Auch die Absenkung der Reklamationsquote um über 20 % in den letzten drei Jahren dient letztlich dem Ziel, den Kauf von Möbeln für den Kunden so bequem wie möglich zu machen. Daher werden wir weiter an der stetigen Verbesserung der Reklamationsquoten und der Beschleunigung der Kundendienstabläufe arbeiten.

Logistik als Kernkompetenz

Um dem Kunden »Convenience« beim Möbelkauf zu bieten, ist ein leistungsfähiges Logistiksystem notwendig, das die Ware schnell und zuverlässig zum Kunden bringt. Gerade hier liegt eine unserer Kernkompetenzen, die wir zukünftig durch die Weiterentwicklung unserer Logistikstrukturen noch weiter ausbauen wollen. Wir sehen den Ausbau regionaler Logistikzentren vor, von denen aus die jeweils angeschlossenen Häuser im »Frischdienst« beliefert werden. Per Saldo wird noch mehr Mitnahmeware verfügbar werden – was dem Wunsch der Kunden nach Vermeidung von Warte- und Lieferzeiten entgegenkommt. Gleichzeitig werden die Warenbestände insgesamt sogar erheblich reduziert.

Unsere Stärke in der Logistik ist nicht nur im stationären Handelsgeschäft nutzbar. Auch – oder gerade – der Verkauf über das Internet und der Versandhandel setzen eine hohe Kompetenz bei der Abwicklung und Lieferung voraus. Unser Vorteil liegt vor allem darin, unser Logistiksystem für alle drei Vertriebskanäle – stationärer Handel, E-Commerce, Versand – zu bündeln, um auf diese Weise Synergien auszuschöpfen. Gleichzeitig eröffnen wir Potenziale, mit unseren Logistikdienstleistungen auch im stark wachsenden Geschäft mit Dritten aktiv zu werden.



Erwartungen für Investitionen, Umsatz und Ergebnis 2001**ERWARTUNGEN 2001**

Wir werden auch im laufenden Jahr in unseren Investitionen zurückhaltend agieren. Wie schon im Vorjahr wird der Schwerpunkt der Investitionstätigkeit im Ausland liegen. Für das Jahr 2001 haben wir lediglich zwei Neueröffnungen vorgesehen. Mit dem für Frühsommer 2001 geplanten Einrichtungsmarkt in Warschau werden wir erstmals ein großflächiges Haus in Osteuropa eröffnen. Darüber hinaus werden wir in Ungarn einen weiteren SCANTO-Markt in Betrieb nehmen. Außerdem ist vorgesehen, mit dem Bau eines Einrichtungshauses in Prag zu beginnen. Insgesamt erwarten wir für das Jahr 2001 Zugänge im Sachanlagevermögen von rund 60 Mio. DM, die weitestgehend aus dem erwarteten Cash-flow finanziert werden können. Für das nachfolgende Jahr 2002 steht mit dem Bau des Einrichtungszentrums in Eschborn bei Frankfurt erstmals wieder ein großes Projekt in Deutschland an.

Trotz der positiven Vorzeichen für Konsum und Einzelhandel in Deutschland haben wir konservativ geplant und im Inland auf gleichbleibender Verkaufsfläche konstante Umsätze unterstellt. Zusätzliche Umsätze erwarten wir allein aus neuen Standorten im Ausland. Hieraus ergibt sich insgesamt im Konzern ein erwartetes Umsatzwachstum um rund 4 %.

Das Vor-Steuer-Ergebnis im laufenden Jahr sehen wir auf Höhe des Ergebnisses von 2000. Dabei sind Belastungen aus Neueröffnungen im Ausland sowie der Forcierung des Online-Shops berücksichtigt. Dagegen werden Jahresüberschuss und Ergebnis je Aktie auf Grund der Absenkung der Körperschaftsteuer in Deutschland ansteigen.

In den Folgejahren erwarten wir mit dem zunehmenden Markterfolg unserer neuen Vertriebsformate und -regionen, mit einer Stabilisierung im stationären Handelsgeschäft in Deutschland sowie den Erfolgen struktureller Maßnahmen zur Kostensenkung wieder einen deutlichen Anstieg des Ergebnisses.

Perspektiven zusammengefasst

PERSPEKTIVEN

Wichtige Weichenstellungen für eine erfolgreiche Zukunft sind vollzogen:

- Mit der Weiterentwicklung von Möbel Walther zu einem Multi-Channel-Player wird das Unternehmen breit aufgestellt. Die verschiedenen Vertriebswege werden sich zunehmend gegenseitig befruchten und unterstützen und neue Kundenkreise erschließen – und dies bei einer zu erwartenden Auflösung des Auftragsstaus für Möbel in Deutschland. Für das Geschäftsfeld E-Commerce/Versand sehen wir ein Umsatzpotenzial von etwa 50 Mio. DM im Jahre 2005.
- Mit dem Themencenter »Welt des Wohnens« in Eschborn bei Frankfurt/Main entwickeln wir ein Vertriebsmodell, das in Deutschland einmalig ist. Mit diesem Geschäftskonzept bieten sich auch in einem stagnierenden Markt gute Chancen im Verdrängungswettbewerb.
- Die angrenzenden Länder Osteuropas sind Märkte mit Zukunft. Durch unseren frühen Markteintritt haben wir beste Chancen, an dem Aufholprozess dieser Länder zu partizipieren, insbesondere auch mit Blick auf die anstehende EU-Erweiterung nach Osten. Wir erwarten, den Umsatzanteil von Osteuropa im Konzern bis 2005 auf über 15 % zu verdreifachen.
- Zu unseren Kernkompetenzen gehört unsere Logistik. Damit haben wir nicht nur eine fundierte Basis für den Aufbau neuer Vertriebswege wie Internet oder Versand, sondern auch die Chance, in dem stark wachsenden Markt für logistische Dienstleistungen im Geschäft mit Dritten aktiv zu werden.

Die Perspektiven sind gut, wie wir meinen. Die realisierten Maßnahmen und die strategischen Weichenstellungen werden dazu beitragen, dass wir in den kommenden Jahren wieder deutliche Ertragssteigerungen erzielen werden. ■



Geschäftsrisiken

Als Handelsunternehmen ist Möbel Walther den dafür typischen Geschäftsrisiken ausgesetzt. Die Nachfrage nach Möbeln im Einzelhandel bestimmt wesentlich die Umsatz- und damit die Ertragsentwicklung aller Geschäftseinheiten. Diese Risiken werden reduziert durch die Verschiedenartigkeit der Vertriebsformate sowie die zunehmende Internationalisierung.

Neben der laufenden Optimierung der Vertriebsformate im stationären Geschäft [Einrichtungszentren, Discount, Küche & Bad] haben wir begonnen, Möbel Walther zu einem Multi Channel Player weiterzuentwickeln. Seit August 2000 ist unser Internet-Shop, der unter dem Namen »welcomeliving.de« betrieben wird, am Netz. Mit dem Erwerb der Mehrheitsanteile an der Ikarus GmbH haben wir den Einstieg in das Versandgeschäft mit Möbeln und Wohnaccessoires vollzogen. Indem wir unsere Kunden über mehrere, sich einander ergänzende Vertriebskanäle ansprechen, generieren wir Wettbewerbsvorteile gegenüber Handelsunternehmen, die nur in Teilsegmenten vertreten sind. Zugleich erreichen wir einen Risikoausgleich zwischen den verschiedenen Vertriebsformaten.

Seit 1995 sind wir im Ausland vertreten. Wir sehen insbesondere in den schnell wachsenden Volkswirtschaften der angrenzenden Länder Osteuropas überdurchschnittliche Chancen. Der beantragte Beitritt von Tschechien, Polen und Ungarn zur EU unterstreicht die hohen ökonomischen Zielsetzungen dieser Länder und verspricht eine noch engere wirtschaftliche Verflechtung mit Mitteleuropa, insbesondere Deutschland. Das hohe Wachstum dieser Volkswirtschaften ist aber auch mit einer größeren Volatilität und erhöhten Kapitalmarktrisiken verbunden.

Die im Ausblick aufgestellte Umsatz- und Ergebnisprognose fußt auf betont konservativen Annahmen hinsichtlich der konjunkturellen Entwicklung. Dennoch unterliegt die Vorhersage der Geschäftsentwicklung im Jahr 2001 und darüber hinaus naturgemäß Risiken mit unterschiedlich hoher Eintrittswahrscheinlichkeit. Hierzu lässt sich im Einzelnen sagen:

Konjunkturelle Risiken: Wir gehen in unserer Planung davon aus, dass das Umsatzvolumen an bestehenden Standorten gleich bleibt und zusätzliche Umsätze allein aus Neueröffnungen generiert werden. Diese Annahme halten wir für eher konservativ, da sowohl im Inland als auch auf unseren Auslandsmärkten die Signale stabil sind, die eine leichte Nachfragebelebung erwarten lassen. Dennoch ist eine erneut rückläufige Konjunktur im Möbelhandel in Deutschland nicht gänzlich auszuschließen, was die Rahmenbedingungen auch für Möbel Walther verschlechtern würde.

Auf mittlere und lange Sicht deutet viel auf eine stabile Marktentwicklung in Deutschland. Der Stellenwert für Wohnen und Einrichten ist beim Verbraucher nach wie vor hoch, die Deutschen geben für Wohnen am meisten in Europa aus [je Kopf]. Hohe Vermögensübertragungen im Erbfall, stetige Zunahme der Ein- und Zweipersonenhaushalte und wachsender Ersatzbedarf nach einer Phase der Kaufzurückhaltung sind wichtige Faktoren für eine Nachfragestabilisierung und -belebung. Allerdings ist nicht auszuschließen, dass durch das Fehlen von Impulsen aus dem Neubau von Wohnungen die Möbelnachfrage für Ersteinrichtungen gedämpft wird. Dennoch erwartet die Unternehmensberatung BBE bis 2004 eine Umsatzzunahme im Marktfeld Heim- und Hausausstattung um 6,8 %, wobei die Wachstumsaussichten für Möbel und Küchen überdurchschnittlich gesehen werden.

Wettbewerb: Der deutsche Möbelmarkt ist durch einen zunehmenden Wettbewerb mit der Tendenz steigender Verkaufsflächen gekennzeichnet. Möbel Walther verfolgt bewusst die Strategie, die Marktposition durch das Angebot des »besten Service Deutschlands« zu behaupten und auszubauen und darüber hinaus Wachstumschancen in attraktiven Auslandsmärkten wahrzunehmen. Strukturelle Bereinigungen im deutschen Möbelmarkt werden die Gewichte weiter zu Gunsten von Großflächenanbietern wie Möbel Walther verschieben. Und auf Grund der besonderen Möbel- und Wohnpräferenzen der Verbraucher in Deutschland sind Markteintritte von Wettbewerbern aus dem nicht-deutschsprachigen Ausland höchst unwahrscheinlich.

Ausfallrisiken: Sowohl auf der Beschaffungs- als auch auf der Kundenseite bestehen keine nennenswerten Ausfallrisiken. Auf der Lieferantenseite ist Möbel Walther nur in ganz geringem Maße von einzelnen Möbelherstellern abhängig. Auf Grund der Vielzahl der Möbellieferanten in Deutschland, Italien, Polen und Dänemark – unseren Hauptlieferländern – bestehen ausreichend Alternativen. Die Kunden sind fast ausschließlich private Endverbraucher, die spätestens bei Lieferung bar zahlen. Es gibt keinerlei Abhängigkeit von größeren Einzelkunden.

Operative Risiken: Für eventuelle Schadensfälle und Haftungsrisiken sind Versicherungen abgeschlossen, damit solche Schäden keine wesentlichen Auswirkungen auf die Liquiditäts-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns haben.

Währungseinflüsse: Der Direktimport von Artikeln aus Asien auf Dollar-Basis ist mit einem Anteil von nur 1 % am gesamten Wareneinsatz unbedeutend. Der Warenbezug unserer osteuropäischen Einrichtungsmärkte aus dem Euro-Raum hat mit rd. 5 % des Wareneinsatzes ebenfalls nur ein geringes Gewicht. Die Finanzierung der osteuropäischen Tochtergesellschaften auf DM-Basis [rd. 100 Mio. DM] ist in erforderlichem Umfang durch Zins- und Währungsderivate abgesichert.

Wegfall Rabattgesetz: Der für den Frühsommer 2001 geplanten Abschaffung des Rabattgesetzes sehen wir eher mit Gelassenheit entgegen. In der Möbelbranche waren Preisgespräche mit dem Kunden schon bisher nicht unüblich. Zudem haben wir bereits Vorkehrungen getroffen durch Maßnahmen sowohl im Bereich der Preisstrukturen als auch parallel in den Provisionssystemen und den Preiskompetenzen der Verkäufer.

Saisonalität: Wir veröffentlichen quartalsweise unsere Geschäftszahlen, die saisonbedingte Schwankungen aufweisen. Generell gilt, dass die Möbelnachfrage in den Wintermonaten um bis zu 50 % höher ausfällt als in den Sommermonaten, in denen die Verbraucher das Thema Einrichten weniger im Blick haben. Da ein Großteil unserer Kosten kontinuierlich im Jahresablauf entsteht, variiert das Ergebnis in den einzelnen Quartalen stark. Das dritte Quartal von Juli bis September ist auf Grund der niedrigsten Fakturierung das schwächste im gesamten Jahr, während das vierte Quartal einen hohen Teil des Umsatzes und damit auch des Ergebnisses beiträgt.

Gesamtbewertung: Die zusammenfassende Bewertung der gegenwärtigen Risikopositionen – unter Berücksichtigung der hohen Eigenkapitalquote sowie der starken Substanz des Unternehmens vor allem im Immobilienbereich – zeigt, dass keine den Fortbestand des Unternehmens gefährdenden Risiken bestehen und künftige bestandsgefährdende Risiken nicht erkennbar sind.

Risikomanagement-System

Auch vor Inkrafttreten des Gesetzes zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich zum 1. Mai 1998 haben wir im Möbel Walther Konzern Risikomanagement betrieben. Moderne Controlling-Instrumente zur Risikobeobachtung und -kommunikation sind etabliert und werden eingesetzt, um die Entscheidungsträger über mögliche auftretende Probleme rechtzeitig zu informieren. Hinzu kommen konzernweite Richtlinien und Datenverarbeitungssysteme sowie regelmäßige Berichte an Vorstand und Aufsichtsrat.

Klare Delegation an das Management der jeweiligen Gesellschaft betont die Verantwortung vor Ort. Jede operative Einheit agiert mit einem vollständigen Führungsteam eigenständig am Markt und verfügt über die zur Steuerung der Geschäftsprozesse notwendigen Instrumente. Alle operativen Gesellschaften sind in einen konzernweiten Strategie-, Planungs- und Budgetprozess eingebunden. Dieser reicht von der Einschätzung des Markt- und Wettbewerbsumfelds und anderer »weicher« Faktoren bis hin zur detaillierten Planung, die Ziel und Handlungsrahmen für die operative Führung sind. Die Entwicklung neuer Standorte erfolgt nach eingehender Analyse des regionalen Marktumfelds und anhand eindeutiger Kennziffern über die Kaufkraftpotenziale. Kernbestandteil ist auch ein systematischer, detaillierter Benchmarking-Prozess. Die unterjährige Überwachung geschieht per Berichtssystem mit täglichen [Auftrags-eingang] und monatlichen Komponenten.

Servicegesellschaften und Zentralbereiche der Möbel Walther AG stellen konzernweit ihr Know-how zur Verfügung. Hiermit werden einige Risiken und Risikomanagementfunktionen gezielt an einer Stelle im Konzern gebündelt.

Die Interne Revision führt Prüfungen der Ablauforganisation auf Sicherheit, Ordnungsmäßigkeit und Wirtschaftlichkeit von Geschäftsabläufen durch. Ein Schwerpunkt liegt in der Aufdeckung von Schwachstellen und Unregelmäßigkeiten sowie der Ausarbeitung von Empfehlungen, um diese zukünftig zu vermeiden. ■



Flaggschiffe der Einrichtungskultur

Die Nachfrage nach Möbeln ist vielfältig. Immer größer wird auch die Bereitschaft der Kunden, zwischen verschiedenen Preis- und Stilelementen zu wechseln und diese harmonisch miteinander zu kombinieren – etwa klassische Einrichtungselemente mit modernen Designerelementen oder hochwertige Produkte mit preiswerten, aber dennoch schicken Mitnahmemöbeln. Diesen Entwicklungen auf der Nachfrageseite tragen wir durch unser besonders umfangreiches Angebot in allen Preislagen und Einrichtungsstilen Rechnung. Mit einer klaren, zielgruppenorientierten Segmentierung unserer Einrichtungszentren machen wir es den Kunden leicht, sich ihre individuellen Einrichtungswünsche zu erfüllen.

Die ganze Welt des Wohnens

Unsere Einrichtungszentren sind Flaggschiffe der Einrichtungskultur und bieten dem Kunden alles, um aus einer großen Auswahl seine persönliche Einrichtung zusammenzustellen. Im Haupthaus findet der Kunde klassisches Wohnen und Accessoires. Daneben runden KÜCHE- & BADZENTRUM, NEWS, SPARKAUF sowie GARTENPARADIES das umfangreiche, aber zugleich zielgruppenspezifisch segmentierte Angebot ab.

Die Ausstellungen offerieren vielfältigste Wohnideen und -anregungen und vermitteln einfach Lust und Freude am Einrichten. Kinderspielpark, gastronomische Angebote und vielfältige Sonderveranstaltungen machen den Besuch eines unserer Einrichtungszentren zu einem »Erlebniskauf« für die ganze Familie. Und durch unser umfangreiches Service-Paket [siehe auch S. 48] wird Einkaufen bei Möbel Walther interessant und bequem – und gerade hierauf legt der Kunde von heute sehr großen Wert.

Derzeit betreiben wir 11 Einrichtungszentren in Deutschland, sieben in den neuen und vier in den alten Bundesländern. Zusammen mit den angegliederten NEWS- und SPARKAUF-Märkten tragen die Einrichtungszentren 79 % zum Konzernumsatz bei und sind damit die tragende Säule im Gesamtgeschäft.

»Villa Toscana« und andere Themenwelten

Um besondere Akzente in der Warenpräsentation zu setzen, richten wir immer mehr Themen- und Geschmackswelten ein, die einen bestimmten Einrichtungsstil in perfekter Abstimmung von Möbeln,

Accessoires und Dekoration zeigen. »Villa Toscana« greift Einrichtungsideen des mediterranen Lebens auf, bis hin zum Rotwein oder der Espressomaschine. »modern living« präsentiert aktuelle Designerwelten in ihrem gradlinigen Charme. Bei »Pro Natur« stehen die Natur und natürliches Wohnen im Mittelpunkt. »American Style« vermittelt Wohnideen von jenseits des Atlantiks. Die themenbezogene Ausrichtung von Möbeln, Accessoires und Dekoration intensiviert die emotionale Ansprache des Kunden und vermittelt akzentuiert Lust und Freude am Einrichten. Das Einkaufserlebnis der Kunden steigt, da sie »alles für ihren Geschmack« in kompakter Form finden. ■



NEWS – das komplett andere Möbelhaus

NEWS, das Möbelhaus für Wohntrends zum Mitnehmen, spricht die Kunden an – zumeist jüngere –, die das etwas andere Design suchen und daher ihren Geschmack in den konventionellen Möbelabteilungen nicht wiederfinden. Damit rundet NEWS in idealer Weise das Angebot der Möbel Walther Einrichtungszentren ab.

Wohntrends zum Mitnehmen

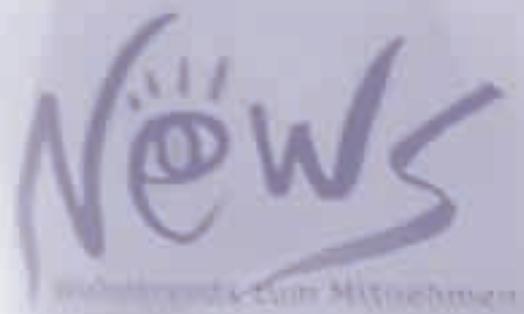
Bei NEWS steht das schnelle Erkennen aktueller Wohntrends und deren Umsetzung in moderne Wohnlichkeit im Mittelpunkt. NEWS liegt im Trend der Zeit: Helle Hölzer, junges, frisches oder einfach anderes Design, eine moderne Architektur des Hauses sowie »Rick's Café«, die junge Gastronomie, um den Einkaufsspaß abzurunden. Innovative Multimedia-Anwendungen bieten nicht nur Informationen rund ums Einkaufen, sondern vor allem eine zielgruppenorientierte Kundenansprache.

Speziell für die junge Familie haben wir das Sortiment um Baby- und Kinderausstattungsartikel ergänzt, die in der »Kinderwelt« kompetent präsentiert werden. Der »Hello Trendshop« unterstreicht mit flippigen Geschenkideen die Lust am Unkonventionellen.



Erfolgreich am Markt

Den Prototyp eines NEWS-Markts eröffneten wir im November 1996 gegenüber unserem Stammhaus in Gründau. Inzwischen ergänzt NEWS alle großflächigen Möbel Walther Einrichtungszentren und hat sich mit rund 8 % des Konzernumsatzes zu einem wichtigen Vertriebsformat entwickelt. ■





NEWS –
jung, frech, dynamisch:
speziell für die junge
oder jung gebliebene
Käufergeneration



Discount – Mitnahmemöbel für clevere Sparer

Der Wunsch, sich preiswert einzurichten, sowie der Spaß an Do-it-yourself lassen seit Jahren den Markt für Mitnahmemöbel kontinuierlich an Bedeutung gewinnen. Auf diesen auch weiterhin wachsenden Trend nach Möbeln, die man sofort mitnehmen kann, sind unsere SCONTO- und SPARKAUF-Märkte zugeschnitten.

Auch wenn beide Vertriebsformate als Discounter auftreten, unterscheiden sie sich doch durch Größe und Standorte: SCONTO betreibt als Vollsortimenter eigenständige Standorte und hat im Durchschnitt 7.000 m² Verkaufsfläche. Dagegen sind die SPARKAUF-Märkte mit 4.000 m² Verkaufsfläche an die Einrichtungszentren angeschlossen, behalten aber immer einen selbstständigen Charakter durch ein eigenes Gebäude oder einen eigenen Eingang. Insgesamt erzielen wir im Segment DISCOUNT mit SCONTO und SPARKAUF 28 % unserer Umsätze.



Möbel sofort zum Mitnehmen

SCONTO- und SPARKAUF-Märkte zeichnen sich durch niedrige Preise und hohe Verfügbarkeit der Möbel aus. Der Verzicht auf kostenträchtige Faktoren wie Fuhrpark und Dekoration garantiert günstige Abholpreise. Große Hochregallager ermöglichen eine hohe Warenverfügbarkeit.

Alle SCONTO-Märkte bieten ein breitgefächertes Sortiment an Möbeln zum sofortigen Mitnehmen. Auch das kompakte SPARKAUF-Sortiment ist auf schnelldrehende Artikel ausgerichtet, die alle am Lager verfügbar sind und sofort mitgenommen werden können.

SCONTO hat sich mit 11 Häusern in Deutschland erfolgreich am Markt etabliert. SPARKAUF-Fachmärkte sind in 10 [von insgesamt 11] Einrichtungszentren vertreten. In Osteuropa betreiben wir fünf Einrichtungsmärkte unter dem Label SCONTO. Allerdings sind diese Häuser in Tschechien, Polen und Ungarn keine lupenreinen Discounter, sondern eher preisgünstige Einrichtungshäuser, in denen das Discount-Konzept durch einige Service-Elemente wie Kinderland, Restaurant oder Auslieferung angereichert wurde. Damit tragen wir den Erwartungen der Konsumenten vor Ort Rechnung.

Zusammenlegung

Bis 1999 wurden SCONTO und SPARKAUF getrennt gesteuert und hatten jeweils ihren eigenen Einkauf. Ab dem Jahr 2000 haben wir die beiden Vertriebstypen organisatorisch und im Einkauf zum Vertriebsbereich DISCOUNT zusammengelegt. Die Spezifika beider Formate werden zwar beibehalten, da sie auch teilweise im Wettbewerb zueinander stehen. Die Steuerung erfolgt jetzt aber aus einer Hand, was wesentliche Vorteile – insbesondere im Einkauf – mit sich bringt.

Jeder SCONTO-Markt hat als Basis das Sortiment des SPARKAUFs, das darüber hinaus aber noch durch weitere Sortimentsmodule – insbesondere den »RESTEMAX« – angereichert wird. RESTEMAX ist als Shop-in-Shop integriert und hat Angebote, die aus Sonderposten und Havarien stammen. Die Preiswürdigkeit des Marktes wird dadurch zusätzlich unterstrichen. ■



**Mitnahmemöbel –
preiswert und sofort verfügbar**



Spezialmärkte für Küche und Bad

Lebensqualität und individueller Lebensstil finden unverändert ihren Ausdruck in der Gestaltung von Küche und Bad. Der Traum von einem schönen Bad oder einer gemütlichen Küche spielt eine entscheidende Rolle bei der Verwirklichung der persönlichen Wohnvorstellungen. Auf dieses attraktive Segment sind unsere Einrichtungszentren mit ihren Abteilungen für Küche und Bad sowie TICCO als eigenständiger Fachmarkt zugeschnitten. Insgesamt erzielen wir im Segment Küche und Bad 18 % unserer Umsätze.

TICCO: Spezialist für Küche und Bad

Bereits 1989 entwickelten wir ein Konzept für einen Spezialmöbelmarkt für Küchen und Bäder und eröffneten in Krieffel [bei Frankfurt] den ersten TICCO-Markt. Auf einer Fläche von über 3.000 m² präsentieren wir mehr als 120 Markenküchen und über 80 Badmöbelkombinationen. Mit drei weiteren Standorten in Mainz, Weiterstadt bei Darmstadt und Walldorf wurde inzwischen die Wachstumsregion von Rhein/Main/Neckar erfolgreich erschlossen.

Gemeinsamer Werbeauftritt TICCO/Möbel Walther

Für die TICCO-Fachmärkte gilt genauso wie für die Küche- und Badzentren innerhalb der Einrichtungshäuser: Als Fachmärkte mit konsequenter Serviceausrichtung sprechen sie vor allem die Verbraucher an, die eine große Auswahl suchen, darüber hinaus aber auch die besondere Servicequalität eines kompetenten, großen Anbieters.

Vor diesem Hintergrund haben wir Kundenansprache und Werbeauftritt gebündelt und zusammengefasst: Alle TICCO-Märkte sowie die Küche- und Bad-Abteilungen der benachbarten Einrichtungszentren in Schwetzingen und Gründau treten seit dem vergangenen Jahr gemeinsam als **marktführender Anbieter** im Rhein-Main-Neckar-Raum auf. Damit wurde es möglich, Synergiepotenziale im Marketing auszuschöpfen und eine noch tiefere Marktdurchdringung zu erreichen. Darüber hinaus profitiert TICCO von der Dachmarke Möbel Walther. ■

**Küche und Bad –
Ausdruck von Lebens-
qualität und individuellem
Lebensstil**



Wohnideen per Click

Ein Meilenstein im Jahr 2000 war der Start unseres Internet-Shops, den wir unter dem Namen »welcomeliving.de« betreiben. Während unser Geschäft bislang ausschließlich auf den stationären Möbelhandel ausgerichtet war, haben wir mit dem Start von »welcomeliving« begonnen, das Unternehmen zu einem Multi Channel Player weiterzuentwickeln.



Übersichtliche und einfach zu bedienende Symbol-Buttons führen den Nutzer sicher durch unser Angebot

welcome *living*.de

Wohnideen per Click.



Preisgekrönter Start

Die Reaktionen der Branche und der Online-Experten bestätigen: »welcomeliving« setzt im Möbelgeschäft per Internet neue Maßstäbe, was Angebotsbreite, Navigation und Serviceleistungen betrifft. So hat die Boston Consulting Group unseren Internet-Shop mit zwei »Website Quality Awards«, einer Prämierung unter Europas fünfhundert Wachstumsunternehmen, ausgezeichnet. In der Kategorie »Größte Verbesserung der Website« erhielten wir den ersten Preis, in der Kategorie »Beste Transaktions-Website« den zweiten Platz.

Unser Anspruch ist es, mehr als nur Sessel, Schränke oder Betten zu verkaufen. »Wohnideen per Click« ist unser Motto. Durchgestylte Bilder mit Wohnmilieus zeigen Möbel oder Accessoires zum Anschauen und Anklicken. Fast 3.000 Produkte finden sich unter Themenwelten wie »Kuschelzeit«, »modern living«, »Landhaus« usw. Gefällt der ausgewählte Artikel in der Vergrößerung eventuell nicht, findet sich vielleicht etwas Passendes in der Alternativen-Liste.

Neben der angenehmen Benutzerführung haben wir uns sehr viel Service einfallen lassen: Geschenk-vorschläge, einen Einrichtungsplaner zum Downloaden, Pflegetipps für Möbel oder ein aktuell günstiges Kaufangebot. Buch- und Einrichtungstipps runden das Wohlfühlprogramm ab. Ab 100 Mark Bestellwert liefern wir die ausgesuchten Artikel kostenlos.

Über eine Millionen Page Impressions und rund 150.000 Besuche pro Monat kann der Shop bereits vorweisen, Tendenz steigend. Für das laufende Jahr ist der Ausbau von »welcomeliving.de« zu einem Marktplatz rund um das Thema Wohnen und Einrichten geplant. Mit kompetenten Kooperationspartnern soll den Nutzern die größte Auswahl und der beste Service für Möbel und Accessoires im Internet angeboten werden.

Kooperation mit »Big Brother«

Zur Markteinführung des Online-Shops sind wir eine Kooperation mit der TV-Kultserie »Big Brother« eingegangen, die im September 2000 mit einer neuen Staffel startete. Die gesamte Ausstattung des Wohn-Containers wurde von uns für dieses Projekt bereitgestellt und konnte exklusiv bei Möbel Walther stationär oder über den Online-Shop gekauft werden. In allen Einrichtungszentren standen originalgetreu nachgebaute Container, in denen die Big Brother-Möbel und -Wohnaccessoires präsentiert wurden. Die Pressekampagne über die Kooperation mit »Big Brother« rief ein enormes Medienecho hervor und brachte hohe Aufmerksamkeit für Möbel Walther und den Online-Shop. ■

Mehrere Zahlungsmöglichkeiten stehen offen und sind nach den neuesten Sicherheitsstandards geschützt



Interaktive Bilder zeigen per Mausclick die ausgewählte Ware im Detail mit Beschreibung, Preis und Bestellmöglichkeit

- MÖBEL WALTHER ALS »TOP JOB CREATOR«
- UMFASSENDE ENTWICKLUNG UND SCHULUNG
- AUSBILDUNGSQUOTE BEI 11,3 %
- MITARBEITERBETEILIGUNG DURCH AKTIEN
- HOHE LOYALITÄT ZUM UNTERNEHMEN

Das wichtigste Kapital im Handel sind engagierte, kompetente und freundliche Mitarbeiter. Sie brauchen das Gespür für die Wünsche des Kunden. Im Möbelhandel kommt es insbesondere darauf an, dass die Mitarbeiter als Berater in Sachen Einrichten und Wohnen für ihre Kunden da sind. Unsere Kunden sollen sich gut aufgehoben und individuell betreut fühlen.

Vielfach ist es nicht leicht, Mitarbeiter zu finden, die diesen Ansprüchen gerecht werden. Wir engagieren uns daher seit Jahren sehr stark in der Ausbildung junger Menschen. Darüber hinaus legen wir großen Wert darauf, Wissen und Fähigkeiten der Mitarbeiter zu fördern und attraktive Entwicklungschancen zu bieten.

Von links nach rechts:

Martin Buchhold

Möbel Walther
Gründau GmbH

Kristin Radies

Walther Trading
Service GmbH

Saskia Noll

Möbel Walther
New Media AG

Timo Lindenberg

Möbel Walther AG





Wir schaffen Arbeitsplätze

Unser Bedarf an qualifizierten Mitarbeitern wächst ständig. Allein im letzten Jahr wurden 213 neue Arbeitsplätze geschaffen, vorwiegend im Ausland. Aber auch unsere neuen Aktivitäten rund um den Verkauf im Internet haben einen erheblichen Bedarf an E-Commerce-Spezialisten ausgelöst. Und mit der für 2002 geplanten Eröffnung des Einrichtungszentrums in Eschborn bei Frankfurt werden wir weitere Arbeitsplätze in Deutschland schaffen – insgesamt über 300 –, die qualifiziert zu besetzen sind. Interessierte sind daher jederzeit willkommen. Alle aktuellen Stellenanzeigen können im Internet unter moebelwalther.de abgerufen werden.

Zum Jahresende 2000 beschäftigten wir insgesamt 4.949 Mitarbeiter im Konzern, davon 10 % im Ausland. Gerade in den neunziger Jahren haben wir – ausgelöst durch die schnelle Expansion in Deutschland – die Beschäftigung im Konzern stark ausgeweitet. Dies hat im vergangenen Jahr besondere Anerkennung gefunden: Die europäische Unternehmerinitiative Growth Plus, die jährlich eine Rangliste der 500 am schnellsten wachsenden Unternehmen in Europa herausgibt, kürte Möbel Walther zum **»Top Job Creator«** in Deutschland.

Qualifizierte Mitarbeiter für besten Service

Wo sich alles Denken und Handeln an Service und Qualität ausrichtet, ist die Förderung von Wissen und Fähigkeiten aller Mitarbeiter entscheidend. Schon immer engagieren wir uns daher sehr stark in der Entwicklung und Schulung von Mitarbeitern in allen Unternehmensbereichen. Allein im Jahr 2000 wurden über 800 Seminare mit insgesamt fast 5.500 Schulungsteilnehmern veranstaltet. Die Schulungen konzentrierten sich dabei – wie schon in den Vorjahren – auf die produktbezogene Ausbildung und die Verkaufstechnik. Hinzu kamen Veranstaltungen im Zuge der Umstellung des Warenwirtschaftssystems. Ziel war es hier, die Potenziale der neuen EDV-Plattform bestmöglich ausschöpfen zu können. Gerade in diesem Bereich wurde der Wissenstransfer durch kompetente interne Mitarbeiter – sogenannte »Power User« – praktiziert, eine gemäß den Grundsätzen einer lernenden Organisation äußerst zielorientierte und effiziente Vorgehensweise.

Ein herausragendes Element ist weiterhin unsere Qualifizierungsmaßnahme »Der geprüfte Einrichtungs- oder Fachberater«. Dieses Angebot richtet sich mit fachspezifischen Ausbildungsinhalten an die Mitarbeiter in allen Verkaufs- und Servicebereichen – vom Fachberater für Leuchten bis hin zum geprüften Auslieferungsmonteur. Inzwischen haben mehr als 1.000 Fachberater das Programm erfolgreich absolviert, um den stetig wachsenden Bedürfnissen unserer Kunden gerecht werden zu können.

Möbel Walther bietet viele Chancen

Ziel unserer umfassenden Personal- und Führungskräfteentwicklung ist es, die weitaus überwiegende Zahl vakanter Nachwuchs- und Führungspositionen mit hoch motivierten, kompetenten Mitarbeitern aus den eigenen Reihen zu besetzen. Und wer sich bewährt, hat frühzeitig die Chance, Verantwortung zu übernehmen. Ein Fünftel unserer Abteilungsleiter im Verkauf ist nicht älter als 30 Jahre, das Durchschnittsalter aller Abteilungsleiter liegt bei 38 Jahren.



Mit dem Traineeprogramm für Hochschulabsolventen, der Ausbildung an der Berufsakademie und dem internen Entwicklungsprogramm PEP [Persönliches-Entwicklungs-Programm] bieten wir zielgruppenspezifische Förderprogramme an, die den erfolgreichen Aufstieg im mittleren Management unterstützen. 2000 nahmen insgesamt über 80 Mitarbeiter an den Personalentwicklungsprogrammen teil.

Stark engagiert in der Berufsausbildung

Hinzu kommt unser hohes Engagement für die Berufsausbildung junger Menschen. Seit Jahren liegt die Zahl unserer Auszubildenden bei über 10 % der gesamten Belegschaft. Im letzten Jahr stieg die Quote in Deutschland – nur hier ist ein duales Ausbildungssystem eingerichtet – auf 11,3 % der Beschäftigten. Insgesamt 502 Auszubildende erhalten zur Zeit eine fundierte Ausbildung. Der Standard der Ausbildung ist hoch, was durch die zuständigen Industrie- und Handelskammern immer wieder bestätigt wird. Weit über die Hälfte der Absolventen schlossen 2000 ihre Ausbildung mit den Noten 1 oder 2 ab. Herausragende Leistungen werden auch durch das Unternehmen zusätzlich prämiert und sind natürlich die beste Voraussetzung für die weitere Übernahme.

Für den kommenden Jahrgang planen wir eine weitere Ausweitung der Ausbildungsplätze, vor allem im Bereich Verkauf. Zur Zeit bilden wir in 18 kaufmännischen, technischen und handwerklichen Ausbildungsberufen aus. Schwerpunkte liegen in der verkaufsbezogenen Ausbildung zum Kaufmann/-frau im Einzelhandel [einschließlich Handelsassistent und Berufsakademie Fachrichtung Handel], aber auch bei Bürokaufleuten sowie Schreinerinnen.

Neu hinzugekommen ist der Ausbildungsgang E-Commerce an der Berufsakademie sowie das Berufsbild Fachangestellter für Medien und Informationsdienste. Alle Ausbildungsfelder sind im Internet unter moebelwalther.de beschrieben und abrufbar.



Mitarbeiterbeteiligung durch Aktien

Unser Beteiligungsprogramm haben wir auch 2000 fortgesetzt. Wir wollen damit unsere Mitarbeiter an dem Erfolg von Möbel Walther teilhaben lassen und sie enger an das Unternehmen binden. Alle inländischen Mitarbeiter können jedes Jahr Vorzugsaktien der Möbel Walther AG im Wert von 600 DM erwerben und erhalten hierfür jeweils einen Firmenzuschuss in Höhe von 300 DM, so dass sich der Kapitaleinsatz der Mitarbeiter auf die Hälfte reduziert. Von dieser Möglichkeit haben insgesamt bereits knapp 750 Mitarbeiter oder 17 % der inländischen Belegschaft Gebrauch gemacht – eine gemessen an der Branche hohe Beteiligungsquote. Viele dieser Mitarbeiteraktionäre kaufen jedes Jahr aufs Neue Möbel Walther Aktien.

Hohe Bindung zum Unternehmen

Nicht nur die zunehmende Zahl von Mitarbeiteraktionären belegt das Interesse und die Loyalität, die die Beschäftigten für ihren Arbeitsplatz und das Unternehmen empfinden. Auch die für ein junges Unternehmen wie Möbel Walther hohe Zahl von Betriebsjubiläen – allein 132 an den beiden alteingesessenen Standorten Gründau und Neu-Ulm – unterstreicht die vielfach langjährige Treue zum Unternehmen. Die Krankenquote hat sich weiter verbessert und beträgt nur noch 3,7 %. Damit nehmen wir in der Branche eine Spitzenposition ein. Zugleich ist dies ein Beleg für das funktionierende Sozialklima im Unternehmen.

Mitarbeiter einbeziehen

Wir legen großen Wert auf Delegation von Verantwortung. Durch die Einrichtung von sogenannten »K-Teams« haben wir Expertengruppen geschaffen, die sich konzernübergreifend mit allen Facetten des operativen Geschäfts, aber auch mit strategisch-grundsätzlichen Fragestellungen beschäftigen. Gleiches gilt für viele projektbezogene Arbeitsgruppen, die sich im vergangenen Jahr insbesondere auf die Weiterentwicklung des Marketing-Konzepts konzentriert haben. In diesem Umfeld einer konzernübergreifenden Arbeitsweise mit gegenseitiger Anerkennung und deckungsgleichen Zielen entsteht Kreativität. Wir wollen, dass unsere Mitarbeiter an unseren Strategien mitarbeiten, aus Mosaiksteinen geschlossene Konzepte entwickeln. Zur Diskussion von strategischen Zielen und Unternehmensleitlinien trafen sich über 300 Führungskräfte des Konzerns im November 2000 in Braunlage zu einem zweitägigen Management-Forum. Unter dem Motto »Die Zukunft hat bereits begonnen« wurden Informationen aus den verschiedenen Teilen des Konzerns ausgetauscht und strategische Konzepte beleuchtet. Auf diesem Wege konnte das gesamte mittlere Management an der Weiterentwicklung der Strategien für die Zukunft teilnehmen und zugleich als Multiplikator für die Umsetzung im gesamten Unternehmen gewonnen werden. ■

Von links
nach rechts:
Judith Bassermann
Dennis Lindenberg
Jörn Dittrich
Claudia Luedtke
Thomas Pieper



- BEQUEMLICHKEIT FÜR DEN KUNDEN VON HEUTE
- EINMALIG: SERVICE RUND UM DIE UHR
- QUALITÄTSMANAGEMENT & KUNDENBEFRAGUNGEN
- HOHE LOGISTIKKOMPETENZ FÜR STATIONÄRES GESCHÄFT, E-COMMERCE UND VERSAND

Der Kunde von heute hat wenig Zeit. Er möchte seine Einkäufe ohne Stress und unnötige Zeitverluste tätigen. Daher erwartet er nicht nur einen bequemen Einkauf, sondern auch eine reibungslose Abwicklung nach dem Kauf. Für uns ist die Bequemlichkeit für den Kunden [Convenience] die Messlatte, an der wir alle unsere Serviceangebote ausrichten und an der wir den Standard unserer Leistungen beurteilen. Denn nur zufriedene Kunden kommen immer wieder.

Service rund um die Uhr

Zum bequemen Kauf von Möbeln gehört es, die Möbel dann geliefert und montiert zu bekommen, wann der Käufer es wünscht: Ob morgens vor der Arbeit oder abends nach Dienstschluss, am Samstag oder um Mitternacht als Geburtstagsüberraschung. Seit Anfang 2000 offerieren wir dem Kunden weitere Bequemlichkeiten, indem wir

- Lieferung rund um die Uhr an 6 Tagen
- Erreichbarkeit rund um die Uhr
- Kundendienst rund um die Uhr

anbieten. Da wir mit diesen Leistungen dem Wunsch der Kunden nach Bequemlichkeit unmittelbar entgegenkommen, war es nicht überraschend, dass die Resonanz auf das neue Serviceangebot äußerst positiv ausfiel.

Das Angebot, rund um die Uhr Möbel zu liefern und zu montieren, ist einmalig im deutschen Möbelmarkt und hebt uns nachhaltig vom Wettbewerb ab. Die Einführung des 24-Stunden-Service hat dementsprechend für erhebliche Aufregung in der Branche gesorgt. Wir sehen in dem Angebot einen wichtigen Beitrag, die Dienstleistungs- und Servicequalität in Deutschland nachhaltig zu verbessern: ein weiterer Schritt auf dem Weg, den besten Service Deutschlands zu bieten.



Der 24-Stunden-Lieferservice an 6 Tagen/Woche wird ergänzt durch ein Rund-um-die-Uhr Call Center, über das Kundenbetreuer zu jeder Tages- und Nachtzeit erreichbar sind. Und nicht nur die Möbellieferung ist zu jeder Zeit möglich: Auch der Kundendienst steht bereit, wann immer unsere Kunden es wünschen.



Bündnis für Qualität

Nur Qualität schafft Kundenzufriedenheit und damit die Basis für eine langfristige Kundenbeziehung, auf die wir großen Wert legen. Aus diesem Grund arbeiten wir auch im »Bündnis für Qualität« – einem Forum des Dialogs zwischen Möbelhändlern, Einkaufsverbänden und Möbelindustrie – intensiv mit. Das Bündnis bietet einen immer enger werdenden Erfahrungsaustausch zwischen allen Beteiligten der gesamten Wertschöpfungskette vom Hersteller bis zum Kunden. Der Weg vieler Artikel vom Hersteller bis zum Kunden wird im Detail verfolgt und analysiert, um etwaige Fehlerquellen auszuschalten – im Interesse unserer Kunden, aber auch um Kosten zu senken.

Hohe Logistikkompetenz

Um dem Kunden Bequemlichkeit beim Möbelkauf zu bieten, ist ein leistungsfähiges Logistiksystem notwendig, das die Ware schnell und zuverlässig zum Kunden bringt. Gerade hier liegt eine unserer Kernkompetenzen, die wir zukünftig durch die Weiterentwicklung unserer Logistikstrukturen noch weiter ausbauen wollen. Wir sehen den Ausbau regionaler Logistikzentren vor, von denen aus die jeweils angeschlossenen Häuser im »Frischdienst« beliefert werden. Per Saldo wird noch mehr Mitnahmeware verfügbar werden – was dem Wunsch der Kunden nach Vermeidung von Warte- und Lieferzeiten ent-



gegenkommt. Gleichzeitig werden die Warenbestände insgesamt sogar reduziert. Hinzu kommen Effizienzsteigerungen durch Verbesserungen in den Abläufen.

Unsere Stärke in der Logistik ist nicht nur im stationären Handelsgeschäft nutzbar. Auch – oder gerade – der Verkauf über das Internet [E-Commerce] und der Versandhandel setzen eine hohe Kompetenz bei der Abwicklung und Lieferung voraus. Der Verkauf über das Internet ist die eine Seite, der Versand und die Zustellung die andere, vielleicht sogar schwierigere Seite. Gerade hier haben wir beste Voraussetzungen, uns im Wettbewerb gegen reine Internet-Händler, die keine eigene Logistikkompetenz haben, durchzusetzen. Unser Vorteil liegt vor allem darin, unser Logistiksystem für alle drei Vertriebskanäle – stationärer Handel, E-Commerce, Versand – zu bündeln, um auf diese Weise Synergien auszuschöpfen. Gleichzeitig eröffnen wir Potenziale, mit unseren Logistikkdienstleistungen auch im stark wachsenden Geschäft mit Dritten aktiv zu werden.

Umfassendes Qualitätsmanagement

Der Kauf von Möbeln ist auch nur dann bequem für die Kunden, wenn es keinen Anlass für Beanstandungen oder Reklamationen gibt. Oder wenn Anliegen der Kunden nach dem Kauf schnellstmöglich erfüllt werden. Wir arbeiten daher seit Jahren ganz gezielt an der kontinuierlichen Senkung der Reklamationsquoten und der Beschleunigung der Kundendienstabläufe. Allein in den letzten drei Jahren haben wir die Reklamationsquote im Konzern um über 20 % gesenkt.

Zertifizierung

Entscheidenden Anteil an der Verbesserung der Reklamationsquote hat die Zertifizierung unserer Häuser nach DIN/ISO 9002 – einer Norm, die sich mit der Qualität in Handels- und Dienstleistungsunternehmen auseinandersetzt. Nachdem die erstmalige Zertifizierung vieler Einrichtungszentren zum Teil schon Jahre zurückliegt, stellen regelmäßige Wiederholungs-Audits durch externe Prüfer immer wieder die internen Abläufe auf den Prüfstand. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass die hohen Qualitätsstandards nachhaltig erreicht werden.

Ohr am Markt

Wie kaum ein anderes Möbelhandelsunternehmen halten wir ständig unser Ohr am Markt, um Stimmungen und Meinungen von Kunden und Besuchern einzufangen – als Prüfstand für unsere Servicequalität und unsere Leistungen. Im vergangenen Jahr haben wir bei fast 40.000 Kunden Befragungen durchgeführt, nachdem sie eines unserer Häuser besucht haben. Über dieses Instrument erhalten wir ein unmittelbares Feedback über die Wahrnehmung unserer Kompetenz und Freundlichkeit durch die Kunden. Bei über 100.000 Kunden haben wir nach der Lieferung der Möbel oder der Erledigung von Kundendienstfällen angerufen, um zu fragen, ob alles nach Wunsch erledigt worden sei. Gerade diese After-Sales Kontakte lösen äußerst positive Reaktionen auf Käuferseite aus und bieten die Chance, langfristige Kundenbindungen zu begründen. ■



Aufsichtsrat

Rudolf Walther [bis 11.08.2000]
Ehrevorsitzender
Kaufmann, Gründau-Lieblös

Dr. Adolf Huber [bis 25.02.2000]
Ehrevorsitzender
Vorsitzender [bis 25.02.2000]
Unternehmensberater, Gelnhausen

Horst Schädel
Vorsitzender [seit 25.02.2000]
1. stellv. Vorsitzender [bis 25.02.2000]
Rechtsanwalt, Stuttgart

Lothar Klemm [seit 14.03.2000]
1. stellv. Vorsitzender [seit 11.08.2000]
Rechtsanwalt, Neuberg

Günter Wolters*
2. stellv. Vorsitzender [seit 11.08.2000]
Gewerkschaftssekretär, Frankfurt

Heinz Günther* [bis 11.08.2000]
2. stellv. Vorsitzender
Kfm. Angestellter, Büdingen

Thilo Deparade* [bis 11.08.2000]
Tischler, Halle

Dietmar Ehni [seit 11.08.2000]
Unternehmensberater, Kirschfurt

Jürgen Gromek* [seit 11.08.2000]
Gewerkschaftssekretär, Bonn

Rosemarie Günther* [seit 11.08.2000]
Kfm. Angestellte, Alzenau

John Herbert [seit 11.08.2000, bis 30.11.2000]
Geschäftsführer, Alfter

Reinhild Keitel
Wirtschaftsberaterin, Frankfurt

Karl König [bis 11.08.2000]
Sparkassendirektor a.D., Gelnhausen

Klaus Plettenberg* [† 20.06.2000]
Gewerkschaftssekretär, Offenbach

Christine Roehr*
Verkaufsleiterin, Dessau

Dr. Adolf Schmitt-Weigand [bis 11.08.2000]
Rechtsanwalt, Freigericht

Klaus-Dieter Steinecke*
Lagerleiter, Spergau

Roland Straub* [seit 11.08.2000]
Schreiner, Ulm

Dr. Andreas Wiedemann [seit 11.08.2000]
Rechtsanwalt, Stuttgart

* Arbeitnehmervertreter

Präsidial-Ausschuss

Horst Schädel
Dr. Adolf Huber [bis 25.02.2000]
Heinz Günther [bis 11.08.2000]
Reinhild Keitel [seit 25.02.2000]
Lothar Klemm [seit 11.08.2000]
Christine Roehr [seit 11.08.2000]

Bilanz- und Finanz-Ausschuss

Horst Schädel
Dr. Adolf Huber [bis 25.02.2000]
Reinhild Keitel
Lothar Klemm [seit 11.08.2000]
Christine Roehr
Dr. Adolf Schmitt-Weigand [bis 11.08.2000]
Günter Wolters [seit 11.08.2000]

Tätigkeit des Aufsichtsrats



Im Berichtsjahr haben der Aufsichtsrat und die von dem Aufsichtsrat gebildeten Ausschüsse [Präsidial-Ausschuss; Bilanz- und Finanzausschuss] die Geschäftsführung der Gesellschaft und des Konzerns auf Grund mündlicher und schriftlicher Berichte des Vorstands überwacht. Der Aufsichtsrat hat die seiner Prüfung und Zustimmung unterliegenden Geschäfte in fünf Sitzungen behandelt. Außerdem wurden in drei Sitzungen des Präsidial-Ausschusses und in einer Sitzung des Bilanz- und Finanzausschusses grundsätzliche Fragen und weitere Einzelvorgänge erörtert und – soweit erforderlich oder geboten – entschieden. Die Entwicklung des Unternehmens wurde gemeinsam mit dem Vorstand laufend besprochen. Gegenstand der Beratungen und Entscheidungen des Aufsichtsrats und seiner Ausschüsse waren insbesondere die Fortführung und Finanzierung der Investitionen des Konzerns im Bundes-

gebiet und in den östlichen Nachbarländern, die Verbesserung der Ertragslage bei den verlustbringenden Gesellschaften des Konzerns, die Weiterentwicklung des Konzerns in den neuen Vertriebsbereichen E-Commerce und Versand, die Ausgliederung der Immobilien-Aktivitäten in ein rechtlich eigenständiges Geschäftsfeld, die Konzeption des neuen Themencenters Wohnen in Eschborn bei Frankfurt und generell die Weiterentwicklung und Stärkung der Ertragskraft der Gesellschaft und des Konzerns. Die überwachende Tätigkeit des Aufsichtsrats hat sich außerdem auf das vom Vorstand nach § 91 Abs. 2 AktG einzurichtende Überwachungssystem zur Früherkennung von Risiken erstreckt.

Nach der Überzeugung des Aufsichtsrats hat der Vorstand alle gewünschten Auskünfte erteilt und die zur Beurteilung der Lage der Gesellschaft und des Konzerns erforderlichen Daten vorgelegt. An den Sitzungen des Aufsichtsrats und der Ausschüsse hat in dem erforderlichen Umfang der Geschäftsführer der Prüfungsgesellschaft teilgenommen.

Jahresabschluss und Konzernabschluss

Der hierzu vom Aufsichtsrat ermächtigte Präsidial-Ausschuss hat den in der ordentlichen Hauptversammlung 2000 gewählten Abschlussprüfer, die Dr. Nebe & Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, Fritzlar, mit der Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses 2000 beauftragt. Die beauftragte Prüfungsgesellschaft hat den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss der Gesellschaft und den Konzernabschluss zum 31.12.2000 sowie den zusammengefassten Lagebericht für die Gesellschaft und den Konzern unter Einbeziehung der Buchführung der Gesellschaft geprüft und zu beiden vorgenannten Abschlüssen den uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt. Ihr Prüfungsbericht lag dem Aufsichtsrat vor.

Der Aufsichtsrat hat seinerseits den Jahresabschluss der Gesellschaft und des Konzerns zum 31.12.2000, den zusammengefassten Lagebericht für die Gesellschaft und den Konzern und den Vorschlag des Vorstands zur Gewinnverwendung geprüft. An den betreffenden Beratungen des Aufsichtsrats hat der Geschäftsführer der Prüfungsgesellschaft teilgenommen. Nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfung erhebt der Aufsichtsrat gegen den Jahresabschluss und den Konzernabschluss, den zusammengefassten Lagebericht für die Gesellschaft und den Konzern und den Vorschlag des Vorstands zur Gewinnverwendung keine Einwendungen. Er schließt sich daher dem Ergebnis der Prüfung des Jahres-

abschlusses und des Konzernabschlusses sowie des zusammengefassten Lageberichts für die Gesellschaft und den Konzern durch den Abschlussprüfer auf Grund seiner eigenen Prüfung an. Der Jahresabschluss wurde somit vom Aufsichtsrat gebilligt und ist damit gemäß § 172 Satz 1 AktG festgestellt. Den Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns hat der Aufsichtsrat ebenfalls gutgeheißen.

Änderungen im Aufsichtsrat

Am 25. Februar 2000 ist der bisherige Vorsitzende des Aufsichtsrats, Herr Dr. Adolf Huber, aus persönlichen Gründen aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden. Herr Dr. Huber war seit 1992 Mitglied und Vorsitzender des Aufsichtsrats und hat die Entwicklung des Unternehmens maßgebend mitgestaltet. Als neuen Vorsitzenden hat der Aufsichtsrat Herrn Rechtsanwalt Horst Schädel, der bis dahin stellvertretender Vorsitzender war, gewählt. Anstelle des ausgeschiedenen Herrn Dr. Huber hat das Amtsgericht Gelnhausen Herrn Rechtsanwalt Lothar Klemm bis zur ordentlichen Hauptversammlung am 11. August 2000 zum neuen Aufsichtsratsmitglied bestellt.

Die Amtszeit der seit der ordentlichen Hauptversammlung 1995 amtierenden Mitglieder des Aufsichtsrates endete mit der ordentlichen Hauptversammlung am 11. August 2000. In dieser Hauptversammlung sind von den Anteilseignern für eine neue volle Amtsperiode Frau Reinhild Keitel und die Herren Horst Schädel, Lothar Klemm, Dietmar Ehni, John Herbert und Karl König sowie Herr Dr. Andreas Wiedemann als Ersatzmitglied gewählt worden. Nach der Hauptversammlung ist Herr Karl König aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden und Herr Dr. Andreas Wiedemann als Ersatzmitglied an seine Stelle getreten. Von der Belegschaft des Möbel Walther Konzerns sind ebenfalls für eine neue volle Amtsperiode die Damen Rosemarie Günther und Christine Roehr sowie die Herren Günter Wolters, Jürgen Gromek, Klaus-Dieter Steinecke und Roland Straub gewählt worden. In seiner konstituierenden Sitzung am 11. August 2000 hat der neu gewählte Aufsichtsrat Herrn Horst Schädel zum Vorsitzenden sowie Herrn Lothar Klemm zum ersten stellvertretenden Vorsitzenden und Herrn Günter Wolters zum zweiten stellvertretenden Vorsitzenden gewählt. Der Aufsichtsrat hat außerdem einen Präsidialausschuss und einen Bilanz- und Finanzausschuss sowie einen Ausschuss nach § 27 Abs. 3 des Mitbestimmungsgesetzes 1976 gebildet.

Mit Wirkung zum 30.11.2000 ist Herr John Herbert aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden, da er sich beruflich in die USA verändert hat.

Der Aufsichtsrat dankt den ausgeschiedenen Aufsichtsratsmitgliedern für ihren Einsatz und für ihr engagiertes, verdienstvolles Wirken im Interesse des Unternehmens. In Anerkennung seiner Verdienste um das Unternehmen hat der Aufsichtsrat Herrn Dr. Adolf Huber zum Ehrenvorsitzenden des Aufsichtsrats gewählt.

Für den im Geschäftsjahr 2000 erbrachten Einsatz, die geleistete Arbeit und die erreichten Ergebnisse dankt der Aufsichtsrat den Mitgliedern des Vorstands und sämtlichen Geschäftsführern und Mitarbeitern des Konzerns.

Gründau-Lieblös, den 25. April 2001

Der Aufsichtsrat


Horst Schädel, Vorsitzender

Bilanz Möbel Walther Konzern	56
Gewinn & Verlustrechnung Möbel Walther Konzern	58
Kapitalflussrechnung Konzern	59
Bilanz Möbel Walther AG	60
Gewinn & Verlustrechnung Möbel Walther AG	62
Anhang	63
Anlagenspiegel Möbel Walther Konzern	64
Anlagenspiegel Möbel Walther AG	65
Verbindlichkeitspiegel	71
Segmentinformationen	74
Gewinnverwendungsvorschlag	76
Bestätigungsvermerk	77
Anteilsverzeichnis	78

Bilanz zum 31. Dezember 2000

Möbel Walther Konzern

	siehe Anhang Nr.	31.12.2000		31.12.1999
		TDM	TDM	TDM
Aktiva				
A. Ingangsetzung des Geschäftsbetriebs			2.430	531
B. Anlagevermögen	[5]			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte		11.408		10.647
2. Geleistete Anzahlungen		—	11.408	106
II. Sachanlagen				
1. Grundstücke und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken		538.705		572.450
2. Technische Anlagen und Maschinen		17.902		19.722
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung		55.352		66.377
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau		36.829	648.788	13.844
III. Finanzanlagen				
1. Beteiligungen		256		247
2. Sonstige Ausleihungen		551	807	135
C. Umlaufvermögen				
I. Vorräte	[6]			
1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe		7		—
2. Grundstücke und unfertige Leistungen		38.391		42.764
3. Fertige Erzeugnisse und Waren		212.986	251.384	210.927
II. Forderungen u. sonstige Vermögensgegenstände	[7]			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		14.133		22.045
2. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht		1.448		1.153
3. Sonstige Vermögensgegenstände		77.683	93.264	48.566
III. Wertpapiere				
1. Eigene Anteile			14.885	4.751
IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	[8]		45.172	34.022
D. Rechnungsabgrenzungsposten	[9]		1.204	1.920
E. Anteile anderer Gesellschafter am nicht durch Eigenkapital gedeckten Fehlbetrag			3.060	2.679
			1.072.402	1.052.886

Bilanz zum 31. Dezember 2000

Möbel Walther Konzern	siehe Anhang Nr.	31.12.2000		31.12.1999
		TDM	TDM	TDM
Passiva				
A. Eigenkapital	[10]			
I. Gezeichnetes Kapital			50.000	50.000
II. Kapitalrücklage			183.000	183.000
III. Gewinnrücklagen				
1. Rücklage für eigene Anteile			14.885	4.751
2. Andere Gewinnrücklagen			46.655	42.802
IV. Bilanzgewinn			13.327	27.318
			307.867	307.871
B. Sonderposten mit Rücklageanteil	[11]		180.021	192.976
C. Rückstellungen	[12]			
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen		3.586		2.727
2. Steuerrückstellungen		2.193		6.485
3. Sonstige Rückstellungen		23.125	28.904	21.929
D. Verbindlichkeiten	[13]			
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		346.580		329.941
2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen		38.439		21.820
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		139.933		128.424
4. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht		60		60
5. Sonstige Verbindlichkeiten		30.597	555.609	40.653
E. Rechnungsabgrenzungsposten			1	—
			1.072.402	1.052.886

Gewinn- und Verlustrechnung vom 1. Jan. bis 31. Dez. 2000

	siehe Anhang Nr.	2000		1999
		TDM	TDM	TDM
1. Umsatzerlöse	[14]		1.329.114	1.365.966
2. Erhöhung oder Verminderung des Bestands an unfertigen Leistungen			637	- 10.250
3. Andere aktivierte Eigenleistungen			—	—
4. Sonstige betriebliche Erträge	[15]		33.464	25.763
5. Materialaufwand	[16]			
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren		747.079		750.677
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen		1.883	748.962	34.635
6. Personalaufwand	[17]			
a) Löhne und Gehälter		224.457		214.748
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung		46.198	270.655	44.045
7. Abschreibungen			55.477	54.296
8. Sonstige betriebliche Aufwendungen	[18]		241.083	221.833
9. Erträge aus Beteiligungen			1	1
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	[15]		953	812
11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	[19]		20.009	18.811
12. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit			27.983	43.247
13. Außerordentliche Aufwendungen			—	—
14. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		14.545		19.968
15. Sonstige Steuern		1.585	16.130	2.220
16. Jahresüberschuss			11.853	21.059
17. Anderen Gesellschaftern zustehender Gewinn			142	—
18. Auf andere Gesellschafter entfallender Verlust			523	1.146
19. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr			11.227	9.382
20. Einstellungen in die Rücklage für eigene Anteile			10.134	4.269
21. Bilanzgewinn			13.327	27.318

Kapitalflussrechnung des Konzerns

	2000	1999
	TDM	TDM
Jahresüberschuss	11.853	21.059
Abschreibungen	55.477	54.296
Auflösung Sonderposten mit Rücklageanteil	- 12.955	- 9.165
Zuführung zu den Pensionsrückstellungen	859	656
Cash-flow	55.234	66.846
Veränderung der Warenvorräte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5.847	- 5.907
Zunahme anderer Gegenstände des Umlaufvermögens	- 799	- 8.825
Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Verbindlichkeiten	25.659	10.792
Abnahme der Steuerrückstellungen und der sonstigen Rückstellungen	- 3.096	- 25.735
Cash-flow aus laufender Geschäftstätigkeit	82.845	37.171
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	- 41.489	- 49.806
Kosten der Ingangsetzung des Geschäftsbetriebs	- 2.155	- 724
Ein-/Auszahlungen aus der Zwischenfinanzierung Leasingobjekte	- 2.274	10.250
Anlageabgänge/Kursdifferenzen Anlagevermögen	15.440	22.461
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	- 30.478	- 17.819
Cash-flow nach Investitionstätigkeit	52.367	19.352
Gewinnausschüttung	- 15.677	- 16.372
Zunahme des Bestands eigener Aktien	- 10.134	- 4.269
Verrechnung der Ausgleichsposten aus der Kapital- konsolidierung und andere Eigenkapitalveränderungen	3.440	566
Vorfinanzierung Eschborn	- 27.898	—
Veränderung der Finanzschulden	9.052	- 4.200
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	- 41.217	- 24.275
Veränderung der flüssigen Mittel	11.150	- 4.923

Bilanz zum 31. Dezember 2000

Möbel Walther AG	siehe Anhang Nr.	31.12.2000		31.12.1999
		TDM	TDM	TDM
Aktiva				
A. Anlagevermögen	[5]			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte		9.760		9.877
2. Geleistete Anzahlungen		—	9.760	100
II. Sachanlagen				
1. Grundstücke und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken		475.628		512.255
2. Technische Anlagen und Maschinen		15.941		17.670
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung		2.129		1.952
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau		828	494.526	829
III. Finanzanlagen				
1. Anteile an verbundenen Unternehmen		75.690		55.532
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen		145.446		139.157
3. Beteiligungen		255		246
4. Sonstige Ausleihungen		60	221.451	60
B. Umlaufvermögen				
I. Vorräte	[6]			
1. Grundstücke und unfertige Leistungen			22.863	22.372
II. Forderungen u. sonstige Vermögensgegenstände	[7]			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		1.145		1.622
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen		87.356		97.502
3. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht		1.448		1.153
4. Sonstige Vermögensgegenstände		59.762	149.711	38.068
III. Wertpapiere				
1. Eigene Anteile			14.885	4.751
IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	[8]		6.058	5.559
C. Rechnungsabgrenzungsposten	[9]		977	1.647
			920.231	910.352

Bilanz zum 31. Dezember 2000

Möbel Walther AG	siehe Anhang Nr.	31.12.2000		31.12.1999
		TDM	TDM	TDM
Passiva				
A. Eigenkapital	[10]			
I. Gezeichnetes Kapital			50.000	50.000
II. Kapitalrücklage			183.000	183.000
III. Gewinnrücklagen				
1. Rücklage für eigene Anteile			14.885	4.751
2. Andere Gewinnrücklagen			60.000	60.000
IV. Bilanzgewinn			80.976	79.723
			388.861	377.474
B. Sonderposten mit Rücklageanteil	[11]		171.079	180.245
C. Rückstellungen	[12]			
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen		3.586		2.727
2. Steuerrückstellungen		1.303		5.441
3. Sonstige Rückstellungen		3.077	7.966	2.804
D. Verbindlichkeiten	[13]			
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		321.834		315.305
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		4.184		5.116
3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen		18.196		5.222
4. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht		60		60
5. Sonstige Verbindlichkeiten		8.051	352.325	15.958
E. Rechnungsabgrenzungsposten			—	—
			920.231	910.352

1. Allgemeine Angaben

Dem Jahresabschluss zum 31. Dezember 2000 liegen die Vorschriften des Handelsgesetzbuches über die Rechnungslegung von Kapitalgesellschaften sowie die ergänzenden Vorschriften des Aktiengesetzes zugrunde. Die Möbel Walther Aktiengesellschaft legt ferner einen Konzernabschluss vor, der nach den Vorschriften der §§ 290 ff. HGB aufgestellt worden ist. Der Konzernanhang und der Anhang der Möbel Walther AG sind zusammengefasst worden. Die folgenden Erläuterungen gelten, soweit nichts anderes vermerkt ist, für beide Abschlüsse.

Die Möbel Walther AG nimmt ausschließlich die Funktion einer Holdinggesellschaft wahr. Die von den Handelshäusern genutzten Grundstücke und Geschäftsbauten stehen überwiegend im Eigentum der Möbel Walther AG. Für die Gewinn- und Verlustrechnung wird das Gesamtkostenverfahren angewandt.

2. Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss sind neben der Möbel Walther Aktiengesellschaft alle verbundenen Unternehmen einbezogen. Das Mutterunternehmen ist jeweils zu 100 % beteiligt. An den Gesellschaften der Möbelhäuser Mutschler besteht eine Beteiligung von 95 %. Die Beteiligung an der Sconto Nord Möbelmarkt GmbH beträgt 50 %. Die Gesellschaft steht unter der einheitlichen Leitung der Konzernobergesellschaft. Alle wesentlichen Gesellschaften sind in der Aufstellung des Anteilsbesitzes auf den Seiten 78 und 79 gesondert aufgeführt.

3. Konsolidierungsgrundsätze

Entsprechend den gesetzlichen Vorschriften werden die Abschlüsse der einzelnen Unternehmen zur Einbeziehung in den Konzernabschluss einheitlich nach den bei der Möbel Walther Aktiengesellschaft geltenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgestellt. Die Kapitalkonsolidierung wurde nach der Buchwertmethode durch Verrechnung der Anschaffungskosten mit dem anteiligen Eigenkapital der Tochterunternehmen zum Zeitpunkt ihres Erwerbs bzw. der Erstkonsolidierung durchgeführt.

Forderungen und Verbindlichkeiten aus dem konzerninternen Finanzierungs-, Lieferungs- und Leistungsverkehr wurden aufgerechnet. Im Bereich der langfristigen Finanzierung ergab sich ein Schuldenüberhang von 3.798 TDM. Der Ausweisunterschied zwischen [Inlands-]Forderungen und [Auslands-]Schulden ergibt sich aus der Kursverbesserung der ausländischen Währungen gegenüber dem Kurs der Erstpassivierung der Schulden im Zeitpunkt der Darlehensauszahlung. Der Unterschiedsbetrag ist in den Gewinnrücklagen erfasst. In der Kapitalflussrechnung des Konzerns ist er in der Position »Verrechnung der Ausgleichsposten aus der Kapitalkonsolidierung und andere Eigenkapitalveränderungen« erfasst.

Die Vermögensgegenstände und Schulden und die Posten der Gewinn- und Verlustrechnung der ausländischen Tochterunternehmen wurden mit dem Kurs am Bilanzstichtag umgerechnet. Der Wert des Eigenkapitals zum 01.01.2000 hat sich in der Konzernbilanz trotz teilweise verbesserter Auslandskurse wegen sich ausgleichender Gewinn- und Verlustkonten nur geringfügig verändert.

Entwicklung des Anlagevermögens Möbel Walther Konzern

	Anschaff.-/ Herstell.- kosten kumuliert 01.01.2000	Zugänge	Abgänge	Um- buchungen +/-	Anschaff.-/ Herstell.- kosten 31.12.2000	Abschrei- bungen kumuliert 31.12.2000	Buchwert 31.12.2000	Buchwert 31.12.1999	Abschrei- bungen Geschäfts- jahr
	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM
Aufwendungen für die Ingangsetzung des Geschäftsbetriebs	782	2.155	—	—	2.937	507	2.430	531	299
Anlagevermögen									
I. Immaterielle Vermögensgegenstände									
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	19.414	4.871	932	3	23.356	11.948	11.408	10.647	4.114
2. Geleistete Anzahlungen	106	—	103	-3	—	—	—	106	—
Summe immaterieller Vermögensgegenstände	19.520	4.871	1.035	—	23.356	11.948	11.408	10.753	4.114
II. Sachanlagen									
1. Grundstücke und Bauten, einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	690.234	3.263	17.802	4.065	679.760	141.055	538.705	572.450	25.935
2. Technische Anlagen und Maschinen	29.971	266	—	—	30.237	12.335	17.902	19.722	2.086
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	178.572	11.705	6.065	445	184.657	129.305	55.352	66.377	23.043
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	14.155	20.941	403	2.136	36.829	—	36.829	13.844	—
Summe Sachanlagen	912.932	36.175	24.270	6.646	931.483	282.695	648.788	672.393	51.064
III. Finanzanlagen									
1. Beteiligungen	247	9	—	—	256	—	256	247	—
2. Sonstige Ausleihungen	135	434	18	—	551	—	551	135	—
Summe Finanzanlagen	382	443	18	—	807	—	807	382	—
Summe Anlagevermögen	932.834	41.489	25.323	6.646	955.646	294.643	661.003	683.528	55.178

Entwicklung des Anlagevermögens Möbel Walther AG

	Anschaff.-/ Herstell.- kosten kumuliert 01.01.2000	Zugänge	Abgänge	Um- buchungen +/-	Anschaff.-/ Herstell.- kosten 31.12.2000	Abschrei- bungen kumuliert 31.12.2000	Buchwert 31.12.2000	Buchwert 31.12.1999	Abschrei- bungen Geschäfts- jahr
	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM
Anlagevermögen									
I. Immaterielle Vermögensgegenstände									
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	15.771	3.334	721	—	18.384	8.624	9.760	9.877	3.450
2. Geleistete Anzahlungen	100	—	100	—	—	—	—	100	—
Summe immaterieller Vermögensgegenstände	15.871	3.334	821	—	18.384	8.624	9.760	9.977	3.450
II. Sachanlagen									
1. Grundstücke und Bauten, einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	615.999	1.588	15.674	—	601.913	126.285	475.628	512.255	22.817
2. Technische Anlagen und Maschinen	26.343	11	—	—	26.354	10.413	15.941	17.670	1.739
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	11.473	1.593	2.490	—	10.576	8.447	2.129	1.952	1.414
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	829	47	48	—	828	—	828	829	—
Summe Sachanlagen	654.644	3.239	18.212	—	639.671	145.145	494.526	532.706	25.970
III. Finanzanlagen									
1. Anteile an verbundene Unternehmen	55.532	12.204	46	8.000	75.690	—	75.690	55.532	—
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	139.157	25.880	11.591	-8.000	145.446	—	145.446	139.157	—
3. Beteiligungen	246	9	—	—	255	—	255	246	—
4. Sonstige Ausleihungen	60	—	—	—	60	—	60	60	—
Summe Finanzanlagen	194.995	38.093	11.637	—	221.451	—	221.451	194.995	—
Summe Anlagevermögen	865.510	44.666	30.670	—	879.506	153.769	725.737	737.678	29.420

In der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung wurden die Erlöse aus Innenumsätzen, Kostenumlagen, Zinsen und andere interne Erträge mit den entsprechenden Aufwendungen verrechnet.

Im Geschäftsjahr konnte auf eine Zwischengewinneliminierung verzichtet werden, da weder in den Wertansätzen des Anlagevermögens noch bei den Vorräten wesentliche konzerninterne Gewinne enthalten sind.

4. Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Die immateriellen Vermögensgegenstände werden grundsätzlich zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen nach der linearen Abschreibungsmethode, bewertet.

Das abnutzbare Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich planmäßiger Abschreibungen bewertet. Die Bemessung der Nutzungsdauern beruht auf betrieblichen Erfahrungen, die sich weitgehend mit den Angaben in den steuerlichen Abschreibungstabellen decken. Die Abschreibungen erfolgen grundsätzlich linear. Geringwertige Anlagegegenstände werden mit Ausnahme der Anschaffungen im Rahmen der Erstausrüstung neuer bzw. der grundlegenden Modernisierung bestehender Geschäftshäuser im Anschaffungsjahr voll abgeschrieben.

Die Finanzanlagen wurden zu Anschaffungskosten angesetzt.

Die Bewertung der Vorräte erfolgte zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten oder dem am Bilanzstichtag beizulegenden niedrigeren Wert. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände werden mit dem Nennwert abzüglich angemessener Pauschalwertberichtigungen für das allgemeine Kreditrisiko bewertet. Für zweifelhafte Forderungen sind Einzelwertberichtigungen abgesetzt worden.

Die nach § 4 Fördergebietsgesetz vorgenommenen Sonderabschreibungen auf die Sachanlagen werden [als Wertberichtigungen] in den Sonderposten mit Rücklageanteil ausgewiesen. Pensionsrückstellungen sind mit einem Zinsfuß von 6 vH in Höhe des versicherungsmathematischen Teilwerts gem. § 6 a EStG dotiert.

Steuerrückstellungen und sonstige Rückstellungen sind mit den nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Beträgen angesetzt worden und berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen. Die Verbindlichkeiten sind mit ihren Rückzahlungsbeträgen bilanziert.

5. Anlagevermögen

Die Entwicklung des Anlagevermögens der Möbel Walther AG und des Konzerns ist auf den Seiten 64 und 65 dargestellt.

■ Immaterielle Vermögensgegenstände

Die immateriellen Vermögensgegenstände betreffen EDV-Software und [im Vorjahr] Anzahlungen auf den Erwerb derartiger Vermögensgegenstände.

■ Sachanlagen

Die Investitionen der Möbel Walther Aktiengesellschaft belaufen sich im Geschäftsjahr auf 3,2 Mio. DM [Vorjahr 21,5 Mio. DM].

Im Konzern werden als Zugang in den Sachanlagen 36,2 Mio. DM ausgewiesen [Vorjahr 45,6 Mio. DM]. Die Umbuchung im Konzernanlagespiegel von 6,6 Mio. DM betrifft die Übernahme eines im Vorjahr im Vorratsvermögen erfassten Grundstücks einschließlich bisher angefallener Herstellungskosten aus der Errichtung eines Möbelhauses in Warschau.

Von den im Anlagespiegel der Aktiengesellschaft und im Konzern ausgewiesenen Abgängen entfallen 15,4 Mio. DM auf den Verkauf des von der Walther Logistik Service Brandenburg GmbH genutzten Zentrallagers in Grünheide-Freienbrink im Sale and Lease back-Verfahren. Der Verkaufspreis entspricht dem Buchwert des Immobilienobjekts.

■ **Finanzanlagen**

Neben dem auf Seite 78 und 79 aufgeführten Anteilsbesitz hält die Möbel Walther Aktiengesellschaft eine Beteiligung an der Begros-Bedarfsgüter-Großhandelsgesellschaft mbH.

Der bei der Möbel Walther Aktiengesellschaft ausgewiesene Zugang auf die Anteile an verbundenen Unternehmen entfällt mit rd. 2,5 Mio. DM auf die neue Beteiligungsgesellschaft Möbel Walther New Media AG, im Übrigen auf Kapitalerhöhungen bzw. Einzahlungen in die Kapitalrücklagen bei bereits im Vorjahr ausgewiesenen verbundenen Unternehmen.

6. Vorräte

Die im Konzernabschluss ausgewiesenen Warenvorräte verteilen sich auf die Gesellschaften:

Angaben in TDM	2000	1999
Einrichtungszentren		
Möbel Walther Gründau GmbH	30.454	29.939
Möbel Walther Peißen GmbH	12.765	12.674
Möbel Walther Dresden GmbH	7.988	7.702
Möbel Walther Chemnitz GmbH	6.474	6.707
Möbel Walther bei Magdeburg GmbH	9.238	8.366
Möbel Walther Leipzig GmbH	10.776	10.607
Möbel Walther Berlin-Brandenburg GmbH	16.251	16.631
Möbel Walther Cottbus GmbH	8.549	8.755
Möbel Walther Schwetzingen GmbH	18.471	18.927
Möbel Mutschler GmbH & Co., Neu-Ulm	19.233	19.640
Möbel Mutschler GmbH & Co. Leonberg	10.756	11.946
Mutschler Logistik Service Ulm GmbH	1.108	—
Walther Trading Service GmbH Cottbus	8.224	6.177
	160.287	158.071

Vorräte, Fortsetzung von Seite 67

Angaben in TDM	2000	1999
SCONTO Deutschland		
Sconto SB Der Möbelmarkt GmbH	27.588	27.596
Sconto Nord Möbelmarkt GmbH	3.325	3.679
	30.913	31.275
TICCO	4.776	5.181
Ausland		
Sconto Polska Sp.z.o.o., Polen	3.872	3.746
Sconto Nábytek k.s., Tschechien	10.204	12.654
Sconto Butor Kft., Ungarn	2.488	—
	16.564	16.400
E-Commerce		
Möbel Walther New Media AG	446	—
	212.986	210.927

Die Möbel Walther AG weist unter Grundstücken und unfertigen Leistungen im Wesentlichen ein Grundstück aus, das bebaut und auf eine Leasinggesellschaft übertragen werden soll.

Im Konzernabschluss ist zusätzlich im Wesentlichen ein Leasingobjekt in Polen enthalten.

7. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Angaben in TDM	Möbel Walther AG		Möbel Walther Konzern	
	31.12.2000	31.12.1999	31.12.2000	31.12.1999
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.145	1.622	14.133	22.045
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	87.356	97.502	—	—
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	1.448	1.153	1.448	1.153
Sonstige Vermögensgegenstände	59.762	38.068	77.683	48.566
	149.711	138.345	93.264	71.764

Die sonstigen Vermögensgegenstände enthalten u.a. Forderungen aus Geldtransit, Boni und andere Guthaben bei Lieferanten, Steuererstattungsansprüche, Kautionen und Forderungen gegenüber Arbeitnehmern. Die sonstigen Vermögensgegenstände erhöhten sich durch Abschlagszahlungen für den Erwerb eines Grundstücks in Eschborn in Höhe von 27,9 Mio. DM, die als Forderungen an die finanzierende Leasinggesellschaft ausgewiesen sind.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen im Einzel- und Konzernabschluss enthalten eine Forderung mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr in Höhe von 1.140 TDM. Im Übrigen beträgt die Restlaufzeit der Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände nicht mehr als ein Jahr.

In den sonstigen Vermögensgegenständen der Möbel Walther AG sind aus Rückdeckungsversicherungen an Deckungskapital und angesammelten Gewinnanteilen 425 TDM enthalten.

8. Flüssige Mittel

Im Konzernabschluss werden flüssige Mittel von 45.172 TDM ausgewiesen. Davon entfallen 21.376 TDM auf Bestände in Auslandsbilanzen.

9. Rechnungsabgrenzungsposten

Das im Einzel- und Konzernabschluss in Höhe von 559 TDM enthaltene Disagio wird entsprechend dem Zinsverlauf der Darlehen planmäßig abgeschrieben.

10. Eigenkapital

■ Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital von 50 Mio. DM ist eingeteilt in 6.000.000 auf den Inhaber lautende Stamm-Stückaktien und 4.000.000 auf den Inhaber lautende Vorzugs-Stückaktien ohne Stimmrecht.

■ Eigene Aktien

Die Muttergesellschaft hat auf der Grundlage einer Ermächtigung durch die Hauptversammlung Stamm- und Vorzugsaktien erworben. Der Bestand der Aktien beträgt zum Ende des Geschäftsjahres 599.596 Stück Stammaktien und 19.344 Stück Vorzugsaktien. Der Buchwert entspricht dem Kurswert der Papiere zum Bilanzstichtag.

Der auf den Bestand eigener Aktien entfallende Betrag des Grundkapitals beläuft sich bei den Stammaktien auf DM 2.997.980 (9,99 % des auf Stammaktien entfallenden Grundkapitals). Auf die Vorzugsaktien entfällt ein Betrag von DM 96.720 des Grundkapitals (0,48 % des auf Vorzugs-Stückaktien entfallenden Grundkapitals).

Die eigenen Aktien wurden in den Geschäftsjahren 1999 und 2000 erworben. Die Gesellschaft ist ermächtigt, die Aktien in Zusammenhang mit dem Erwerb eines Unternehmens und/oder der Beteiligung an einem Unternehmen bei Ausschluss des Bezugsrechts der vorhandenen Aktionäre an den Veräußerer abzugeben.

Der Erwerb der Vorzugsaktien dient in erster Linie dazu, die Aktien den Mitarbeitern zum Kauf anzubieten. Vom Bestand wurden im Geschäftsjahr 394.400 Stück Stammaktien zu einem durchschnittlichen Anschaffungspreis von € 13,15 je Aktie und 10.100 Stück Vorzugsaktien zum durchschnittlichen Anschaffungspreis von € 8,50 je Aktie erworben. Der auf den Zugang entfallende Betrag des Grundkapitals beträgt bei den Stammaktien DM 1.972.000 (6,58 % des auf Stamm-Stückaktien entfallenden Grundkapitals) und DM 50.500 bei den Vorzugsaktien (0,26 % des auf Vorzugs-Stückaktien entfallenden Grundkapitals).

■ **Kapitalrücklage**

Die Kapitalrücklage der Möbel Walther AG enthält das bei den Kapitalerhöhungen in 1991 und 1994 erzielte Aufgeld von 183 Mio. DM.

■ **Gewinnrücklagen**

Der Rücklage für eigene Anteile wurden zur Anpassung an den Bestandswert der Aktien 10.134 TDM zugeführt.

■ **Bilanzgewinn**

Aus dem Bilanzgewinn der Muttergesellschaft von 81,0 Mio. DM [Vorjahr 79,7 Mio. DM] sollen 1,60 DM je Stammaktie und 1,70 DM je Vorzugsaktie als Dividende ausgeschüttet werden.

11. Sonderposten mit Rücklageanteil

Der Sonderposten mit Rücklageanteil betrifft ausschließlich bis 1996 beanspruchte Sonderabschreibungen nach § 4 Fördergebietsgesetz, insbesondere für Gebäudeinvestitionen.

Aus diesem Posten wurden im Konzern 12.955 TDM aufgelöst.

Das Jahresergebnis ist unter Berücksichtigung der Ertragsteuern aus den Auflösungen mit 6.425 TDM begünstigt.

Die künftigen Steuerbelastungen auf Grund von Minderabschreibungen verteilen sich über den weit überwiegend langfristigen Abschreibungszeitraum der Investitionen.

12. Rückstellungen

■ **Steuerrückstellungen**

Die Position enthält im Einzelabschluss Restschulden aus Ertragsteuern für das Geschäftsjahr 1999. Die Gesellschaft aktiviert aus dem Geschäftsjahr 2000 Steuerrückforderungen unter den sonstigen Vermögensgegenständen.

■ **Sonstige Rückstellungen**

Die sonstigen Rückstellungen betreffen zum weitaus überwiegenden Teil Verpflichtungen aus den am Abschlussstichtag ausstehenden Urlaubs- und Prämienansprüchen von Mitarbeitern sowie Garantierückstellungen.

Im Übrigen wurden Rückstellungen gebildet u.a. für Beiträge zur Berufsgenossenschaft, Ausgleichs-abgaben für Schwerbeschädigte, Jahresabschluss- und Prüfungskosten, Aufsichtsratsvergütungen sowie für noch offene Abrechnungen aus Lieferungen und Leistungen.

Möbel Walther Konzern und AG zum 31. Dezember 2000

	Summe	davon mit einer Restlaufzeit			davon durch Grundpfandrechte gesichert
		bis zu einem Jahr	1 bis 5 Jahre	mehr als 5 Jahre	
Möbel Walther Konzern	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	346.580 [329.941]	148.294 [111.643]	100.830 [114.759]	97.456 [103.539]	226.497 [249.411]
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	38.439 [21.820]	38.439 [21.820]	— [—]	— [—]	— [—]
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	139.933 [128.424]	139.933 [128.424]	— [—]	— [—]	— [—]
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	60 [60]	60 [60]	— [—]	— [—]	— [—]
Sonstige Verbindlichkeiten *	30.597 [40.653]	30.597 [33.432]	— [7.221]	— [—]	— [7.587]
	555.609 [520.898]	357.323 [295.379]	100.830 [121.980]	97.456 [103.539]	226.497 [256.998]

* Davon aus Steuern 8.163 TDM [16.197 TDM]
Davon im Rahmen der sozialen Sicherheit 7.054 TDM [6.800 TDM]

	Summe	davon mit einer Restlaufzeit			davon durch Grundpfandrechte gesichert
		bis zu einem Jahr	1 bis 5 Jahre	mehr als 5 Jahre	
Möbel Walther AG	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	321.834 [315.305]	146.979 [110.650]	94.020 [110.861]	80.835 [93.794]	201.751 [234.793]
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4.184 [5.116]	4.184 [5.116]	— [—]	— [—]	— [—]
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	18.196 [5.222]	18.196 [5.222]	— [—]	— [—]	— [—]
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	60 [60]	60 [60]	— [—]	— [—]	— [—]
Sonstige Verbindlichkeiten *	8.051 [15.958]	8.051 [8.737]	— [7.221]	— [—]	— [7.587]
	352.325 [341.661]	177.470 [129.785]	94.020 [118.082]	80.835 [93.794]	201.751 [242.380]

* Davon aus Steuern 4.421 TDM [6.619 TDM]
Davon im Rahmen der sozialen Sicherheit 526 TDM [486 TDM]
[Anmerkung: Die Werte des Vorjahres sind in Klammern gesetzt.]

13. Verbindlichkeiten

Angaben zu den Restlaufzeiten und zur Sicherung der Verbindlichkeiten sind den Verbindlichkeitspiegeln auf Seite 71 zu entnehmen. Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten betreffen im wesentlichen Darlehen zur Finanzierung von Gebäuden und Grundstücken. Darüber hinaus werden Barkredite ausgewiesen. Das im Vorjahr mit 7,6 Mio. DM unter den sonstigen Verbindlichkeiten ausgewiesene Finanzierungsdarlehen wurde abgelöst. Die sonstigen Verbindlichkeiten enthalten u.a. Verbindlichkeiten aus den Lohn- und Gehaltsabrechnungen, Umsatz- und Lohnsteuerverpflichtungen, Zinsen und Kundenguthaben. Im Verbindlichkeitspiegel sind die Verbindlichkeiten aus Steuern und im Rahmen der sozialen Sicherheit vermerkt.

14. Umsatzerlöse

Angaben in TDM	2000	1999
Möbelhandelsumsätze		
a] nach Tätigkeitsbereichen		
Wohnmöbel	871.045	860.810
Küchen & Bäder	240.637	249.489
Gartenmöbel	14.028	11.662
Teppiche, Teppichböden	31.570	32.036
Boutique, Gardinen, Heimtextilien	110.366	105.064
Heimwerkerbedarf, Elektroartikel	44.018	43.058
Restaurant	17.450	17.235
	1.329.114	1.319.354
b] nach geographisch bestimmten Märkten		
Deutschland West	610.059	579.727
Deutschland Ost	646.105	685.096
Ausland	72.950	54.531
	1.329.114	1.319.354
Bauleistungen im Zusammenhang mit Leasingobjekten	—	46.612
Konzern	1.329.114	1.365.966

Die Umsatzerlöse der Möbel Walther AG enthalten im Wesentlichen konzerninterne Grundstückserträge und Erträge aus konzerninternen Umlagen und Leistungen. Die Erträge sind in der Gewinn- und Verlustrechnung des Konzerns eliminiert. Grundstücks- und andere Erträge aus Geschäften mit fremden Dritten wurden in der Gewinn- und Verlustrechnung des Konzerns in die sonstigen betrieblichen Erträge umgliedert.

15. Übrige Erträge

In den sonstigen betrieblichen Erträgen des Konzerns sind Auflösungen von Sonderposten mit Rücklageanteil [§ 4 Fördergebietsgesetz] in Höhe von 12.955 TDM enthalten. In der Gewinn- und Verlustrechnung der Möbel Walther AG sind davon 9.166 TDM erfasst.

Die sonstigen Zinsen und ähnlichen Erträge im Konzern enthalten hauptsächlich Bankzinsen für Termingeldanlagen.

16. Materialaufwand

Der Materialaufwand beinhaltet sämtliche Wareneingänge für Ausstellungs- und Lagerwaren unter Berücksichtigung von Preisnachlässen und Bestandsveränderungen.

Der Aufwand für bezogene Leistungen entfällt im Konzern zu einem wesentlichen Teil auf warenbezogene Fremdleistungen.

17. Personalaufwand

Die Aufwendungen für Altersversorgung betragen in der Möbel Walther AG und im Möbel Walther Konzern 859 TDM [Vorjahr 656 TDM].

18. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen bestehen insbesondere aus Mieten, Versicherungen, Instandhaltungen, Fahrzeugkosten, Werbe- und Reisekosten, Kosten der Warenabgabe, Rechts- und Beratungskosten.

19. Zinsen und ähnliche Aufwendungen

Hier sind Darlehens- und sonstige Kreditzinsen erfasst.

Zinsaufwand und -ertrag aus dem Verrechnungsverkehr zwischen der Möbel Walther AG und den Tochtergesellschaften sind in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung eliminiert.

In der Gewinn- und Verlustrechnung der Möbel Walther AG sind aus dem Finanzverkehr mit verbundenen Unternehmen enthalten:

Angaben in TDM	2000	1999
Möbel Walther AG		
Erträge aus Ausleihungen	912	2.319
Zinserträge	2.970	2.602
Zinsaufwendungen	1.074	1.625

20. Segmentinformationen

TDM	Segmente						Konzern
	Einrichtungszentren	SCONTO Deutschland	TICCO	Ausland	E-Commerce	Sonstige/AG	
Umsatz	1.047.670 [1.054.633]	174.369 [174.123]	33.842 [33.879]	72.950 [54.531]	283 [—]	— [48.800]	1.329.114 [1.365.966]
Ergebnis der gew. Geschäftstätigkeit	27.877 [35.546]	4.369 [8.039]	- 726 [- 711]	- 264 [- 1.903]	- 2.071 [—]	- 1.202 [2.276]	27.983 [43.247]
Abschreibungen	19.538 [21.271]	3.288 [3.177]	419 [456]	1.905 [1.393]	161 [—]	30.166 [27.999]	55.477 [54.296]
Anlagevermögen * [Buchwert]	50.394 [62.736]	7.764 [10.062]	2.329 [2.598]	13.183 [11.406]	956 [—]	585.570 [596.344]	660.196 [683.146]
Warenvorräte	160.287 [158.071]	30.913 [31.275]	4.776 [5.181]	16.564 [16.400]	446 [—]	— [—]	212.986 [210.927]
Investitionen *	7.427 [10.150]	1.038 [4.154]	150 [1.270]	2.871 [3.955]	1.117 [—]	28.473 [30.277]	41.046 [49.806]
Mitarbeiter [Jahresdurchschnitt]	3.601 [3.643]	454 [448]	98 [101]	427 [329]	11 [—]	270 [251]	4.861 [4.772]
Verkaufsflächen [m² am 31.12.]	290.000 [290.000]	82.000 [82.000]	12.000 [12.000]	31.000 [27.000]	— [—]	— [—]	415.000 [411.000]

* Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen
[Anmerkung: Die Werte des Vorjahres sind in Klammern gesetzt.]

21. Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Angaben in TDM	Möbel Walther AG		Möbel Walther Konzern	
	31.12.2000	31.12.1999	31.12.2000	31.12.1999
a] Verpflichtungen aus Mietverträgen				
fällig 2001	31.669	31.753	45.159	44.072
fällig 2002 - 2005 insgesamt	125.232	125.675	182.407	169.487
fällig nach 2005 jährlich	31.295	31.314	43.554	39.093
b] Verpflichtungen aus Leasingverträgen				
fällig 2001	11.805	10.270	18.706	16.563
fällig 2002 - 2005 insgesamt	41.897	37.850	67.418	53.009
fällig nach 2005 jährlich	9.773	8.627	16.011	10.886

22. Haftungsverhältnisse

Es bestehen Haftungsverhältnisse aus Gewährleistungsverträgen für sich aus Miet- und Leasingverhältnissen ergebende Verpflichtungen verbundener Unternehmen. Der Jahreswert der Mietverpflichtungen beträgt 1.025 TDM. Die Leasingraten belaufen sich auf jährlich 4.943 TDM. Die garantierte Verpflichtung der Leasingnehmerin zur kontinuierlichen Auszahlung eines Mieterdarlehens an den Leasinggeber ergibt einen Jahreswert von 371 TDM.

Die Möbel Walther AG ist an der Degenestor Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co Immobilien-Vermietungs KG als Komplementär beteiligt. Bei den Rosea Grundstücks-Vermietungsgesellschaften KG betragen die Haftsummen der Möbel Walther AG als Kommanditistin:

Objekt: Gründau-Lieblös	2.200 TDM
Langenselbold	7.000 TDM
Ulm-Himmelweiler	7.000 TDM

Bei der Molat Beteiligungs GmbH & Co KG beläuft sich die Haftsumme auf 1.300 TDM, bei der Ascenta Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH + Co Vermietungs KG auf 9 TDM.

Die Möbel Walther AG hat Patronatserklärungen zu Gunsten ausländischer Tochtergesellschaften gegenüber Lieferanten und Kreditinstituten abgegeben. Die derartig gesicherten Bankschulden belaufen sich zum Stichtag des Geschäftsjahres auf 53,2 Mio. DM.

23. Mitarbeiter

Es waren durchschnittlich beschäftigt:

	Möbel Walther AG		Möbel Walther Konzern	
	2000	1999	2000	1999
Lohn- & Gehaltsempfänger	213	188	3.253	3.215
Teilzeitbeschäftigte	21	17	1.132	1.089
Auszubildende	19	17	476	468
	253	222	4.861	4.772

24. Bezüge des Vorstandes und Aufsichtsrates

Die Bezüge des Aufsichtsrates für 2000 belaufen sich auf 259 TDM; die des Vorstandes auf 2.353 TDM.

25. Organe der Gesellschaft

Die Mitglieder des Vorstandes sind auf Seite 3, die Mitglieder des Aufsichtsrates auf Seite 52 aufgeführt.

Angaben zu weiteren Aufsichtsrats-Mandaten von Mitgliedern des Aufsichtsrats:

Horst Schädel.....Möbel Walther New Media AG, Gründau-Lieblös [Vorsitzender]
Engel & Zimmermann AG, Gauting
ShipleY GmbH, Esslingen

Lothar Klemm.....Möbel Walther New Media AG, Gründau-Lieblös
Mania Technologie AG, Weilrod [Vorsitzender]
Fraport AG, Frankfurt am Main
Weider AG, Königstein [Vorsitzender]

Günther Wolters.....Rewe Deutscher Supermarkt KGaA, Wiesbaden

Dietmar Ehni.....Nobilia J. Stickling GmbH & Co KG, Verl

Dr. Andreas Wiedemann.....MIK AG, Konstanz [Vorsitzender]

Angaben zu Aufsichtsrats-Mandaten von Mitgliedern des Vorstandes:

Heiner Strungies.....Möbel Walther New Media AG, Gründau-Lieblös

26. Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen vor, den Bilanzgewinn von 80.975.961,54 DM wie folgt zu verwenden:

1. Ausschüttung einer Dividende je Aktie,
 - a] für Stammaktien in Höhe von1,60 DM
 - b] für Vorzugsaktien in Höhe von1,70 DM
2. Vortrag des Restbetrages auf neue Rechnung.

Gründau-Lieblös, im April 2001

Möbel Walther Aktiengesellschaft

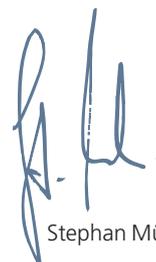
Der Vorstand



Gerhard Walther



Heiner Strungies



Stephan Müller

Bestätigungsvermerk

Wir haben den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung der Möbel Walther AG, Gründau-Lieblös, sowie den von ihr aufgestellten Konzernabschluss und ihren Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2000 geprüft. Die Aufstellung dieser Unterlagen nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung sowie den von ihr aufgestellten Konzernabschluss und ihren Bericht zur Lage der Gesellschaft und des Konzerns abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschluss- und Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer [IDW] festgestellten 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 Jahres- und Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns 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 der Gesellschaft und des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, in Jahres- und Konzernabschluss und in dem Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahres- und Konzernabschlusses sowie des Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns.

Weiterhin umfasst die Konzernabschlussprüfung die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises sowie der angewandten Konsolidierungsgrundsätze. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Überzeugung vermitteln der Jahresabschluss und der Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft und des Konzerns. Der Lagebericht gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage der Gesellschaft und des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

Fritzlar, den 19. April 2001

Dr. Nebe + Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Steuerberatungsgesellschaft



Dr. Hartmut Nebe, Wirtschaftsprüfer

Name und Sitz des Unternehmens	Anteile am Kapital	Eigenkapitalanteil	Ergebnis des Geschäftsjahres 2000 [1999]
	in v. H.	in DM	in DM
Einrichtungszentren [inkl. Logistik]			
Möbel Walther Gründau GmbH Gründau-Lieblos	100	1.000.000	20.978.972 ¹⁾ [24.658.970] ¹⁾
Möbel Walther Peißen GmbH Peißen	100	716.447	3.426.772 ¹⁾ [7.979.825] ¹⁾
Möbel Walther Chemnitz GmbH Chemnitz	100	500.000	176.814 ¹⁾ [2.657.966] ¹⁾
Möbel Walther Dresden GmbH Altfranken	100	500.000	4.523.767 ¹⁾ [6.919.995] ¹⁾
Möbel Walther bei Magdeburg GmbH Langenweddingen	100	500.000	2.288.802 ¹⁾ [3.207.777] ¹⁾
Möbel Walther Leipzig GmbH Taucha	100	500.000	1.903.200 ¹⁾ [4.073.663] ¹⁾
Möbel Walther Cottbus GmbH Willmersdorf	100	500.000	3.941.980 ¹⁾ [6.510.519] ¹⁾
Möbel Walther Berlin-Brandenburg GmbH Vogelsdorf	100	500.000	14.792.243 ¹⁾ [11.715.113] ¹⁾
Möbel Walther Schwetzingen GmbH Schwetzingen	100	500.000	- 3.647.281 ¹⁾ [- 12.078.813] ¹⁾
Möbel Mutschler GmbH & Co. Neu-Ulm	95	- 69.475	- 6.250.915 ¹⁾ [- 7.371.193] ¹⁾
Möbel Mutschler GmbH & Co. Leonberg Leonberg	95	- 7.058.152	- 4.227.413 ¹⁾ [- 6.867.269] ¹⁾
Walther Logistik Service GmbH Langenselbold	100	264.624	- 2.884.321 ¹⁾ [- 1.597.588] ¹⁾
Walther Logistik Service Peißen GmbH Peißen	100	203.944	- 858.510 ¹⁾ [38.655] ¹⁾
Walther Logistik Service Brandenburg GmbH Grünheide	100	225.073	297.280 ¹⁾ [44.023] ¹⁾
Möbel Walther Sachsenring GmbH Oberlungwitz	100	520.833	- 542.609 ¹⁾ [55.835] ¹⁾
Walther Logistik Service Kurpfalz GmbH Schwetzingen	100	200.000	- 1.174.919 ¹⁾ [- 1.351.925] ¹⁾
Mutschler Logistik Service Ulm GmbH Ulm	100	195.583	- 4.912.245 ¹⁾ [- 4.254.929] ¹⁾
Walther Trading Service GmbH Cottbus Cottbus	100	200.000	- 203.553 ¹⁾ [906.406] ¹⁾

¹⁾ Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag [Ergebnis vor Ergebnisübernahme]
[Anmerkung: Die Werte des Vorjahres sind in Klammern gesetzt.]

Name und Sitz des Unternehmens	Anteile am Kapital	Eigenkapital-anteil	Ergebnis des Geschäftsjahres 2000 [1999]
	in v. H.	in DM	in DM
SCONTO Deutschland			
Sconto SB Der Möbelmarkt GmbH Gründau-Lieblös	100	500.000	4.073.158 ¹⁾ [8.898.068] ¹⁾
Sconto Nord Möbelmarkt GmbH Lübeck	50	- 291.190	284.738 [- 869.303]
TICCO			
Ticco Handelsgesellschaft mbH Gründau-Lieblös	100	554.800	- 731.865 ¹⁾ [- 727.958] ¹⁾
Ausland			
Sconto Nábytek k.s. Prag	100	5.319.941	3.175.023 [563.271]
Sconto Polska Sp. z o.o. Warschau	100	338.083	- 3.163.651 [- 3.018.238]
Sconto Butor Kft. Budapest	100	- 1.353.282	- 1.996.073 [- 352.564]
Walther Meble Sp.z.o.o. Warschau	100	1.518.492	- 5.613
E-Commerce			
Möbel Walther New Media AG Gründau-Lieblös	100	373.781	- 2.071.007
Sonstige			
Walther Trading Service GmbH Gründau-Lieblös	100	108.736	- 9.215 ¹⁾ [- 146.786] ¹⁾
Walther Renovierungsservice GmbH Gründau-Lieblös	100	55.660	- 44.676 ¹⁾ [- 459.534] ¹⁾
EGO Werbemittlung GmbH Gründau-Lieblös	100	155.999	124.041 ¹⁾ [94.730] ¹⁾
Walther Management Sp. z.o.o. Warschau	100	1.774.110	284.828 [1.292.075]
Walther Management Magyarorszag Kft. Budapest	100	- 298.055	- 646.178 [- 268.316]
Centro Zlicin s.r.o. Prag	100	3.230.290	- 7.128 [- 322.655]
Walther Immobilien s.r.o. Prag	100	2.084.426	- 14.845 [543.280]
Immobilien Walther s.r.o. Bratislava	100	- 731.386	- 237.693 [- 456.274]



Einrichtungszentren

- Berlin
- Chemnitz
- Cottbus
- Dresden
- Gründau-Lieblos
- Halle/ Peißen
- Leipzig
- Leonberg
- Magdeburg
- Neu-Ulm
- Schwetzingen

- Darmstadt/ Weiterstadt
- Kriftel
- Mainz
- Walldorf



TICCO

- Darmstadt/ Weiterstadt
- Dessau
- Dresden
- Dresden/ Coswig
- Halle/ Bennstedt
- Jena/ Rothenstein
- Kleinostheim
- Leipzig/ Großpösna
- Lübeck
- Magdeburg/ Irxleben
- Zwickau

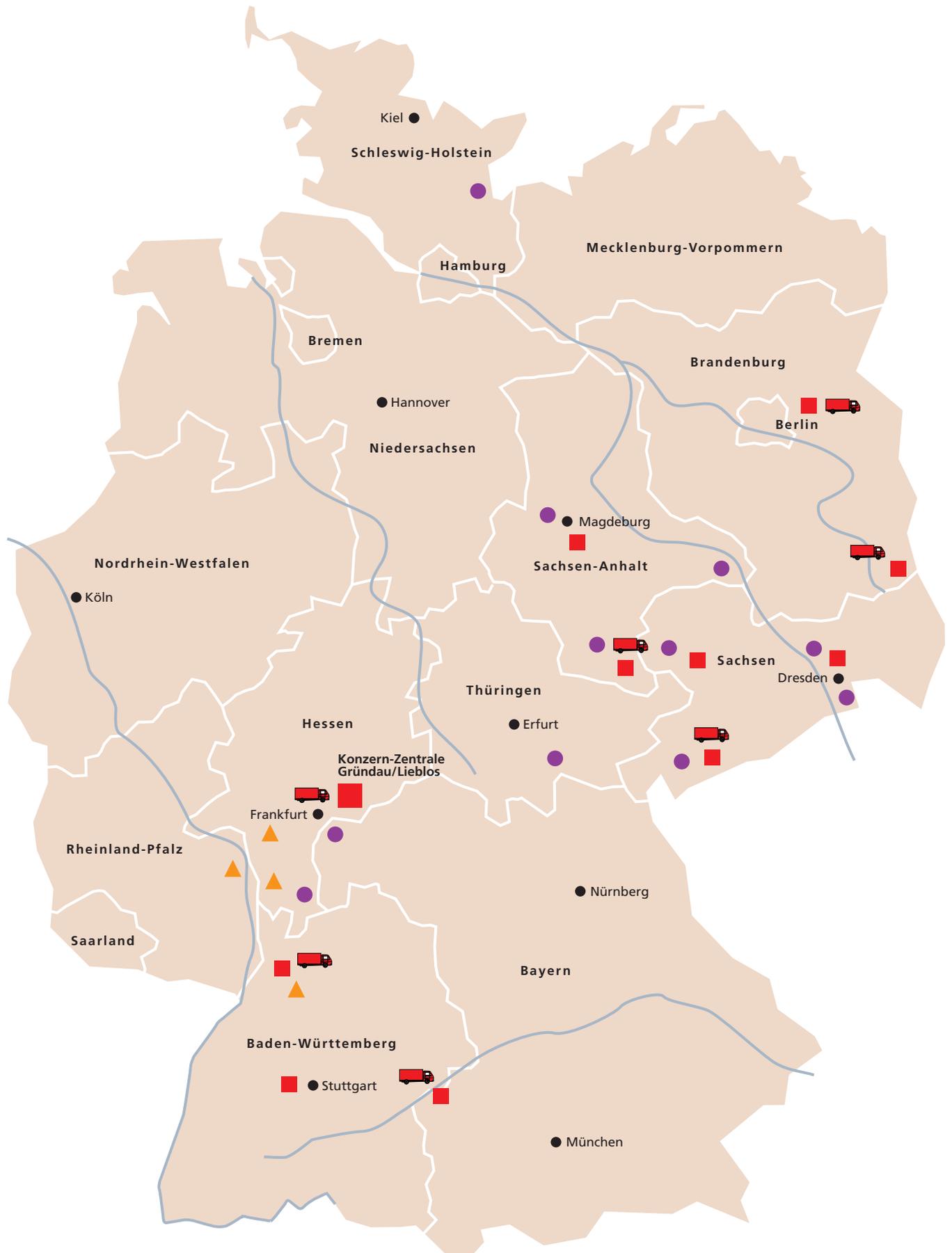


SCONTO

- Berlin/ Freienbrink
- Chemnitz
- Cottbus
- Gründau/ Langenselbold
- Halle/ Peißen
- Schwetzingen/ Viernheim
- Ulm/ Himmelweiler



Logistikzentren



Möbel Walther Aktiengesellschaft

Rabenastraße 3-9
63584 Gründau-Lieblos

Investor Relations:

Telefon: 0 60 51/8 37-0 oder -5 64

Telefax: 0 60 51/8 37-3 87

Internet: www.moebelwalther.de

e-Mail: info@moebelwalther.de

MÖBEL WALTHER
AKTIENGESELLSCHAFT