

Patrick Boos,  
Vorsitzender der Geschäftsführung der BAUR-Gruppe,  
auf dem Neujahrsempfang am 23. Januar 2020 auf Kloster Banz

Auszüge aus der Rede. Es gilt das gesprochene Wort

### **Zur Lage: Wie steht es um die BAUR-Gruppe?**

#### **BAUR-Gruppe hält Kurs / Zufriedenstellende Geschäftsentwicklung**

In knapp sechs Wochen schließen wir die Bücher für das Geschäftsjahr 2019/2020. Traditionell geben wir vor den Gästen des Neujahrsempfangs eine erste Prognose und Bewertung zu den wirtschaftlichen Ergebnissen ab. Wie haben wir uns 2019 geschlagen? Wie steht es um die BAUR-Gruppe? Lassen Sie mich diese Frage mit drei wesentlichen Botschaften beantworten:

- 1.) Die gute Nachricht: Die BAUR-Gruppe hat Kurs gehalten und wächst weiterhin profitabel. Wir haben schwierigen Rahmenbedingungen getrotzt und uns in einem überaus wettbewerbsintensiven und aggressiven Marktumfeld behauptet.
- 2.) Insgesamt zeigte die BAUR-Gruppe auch 2019 eine solide und zufriedenstellende Geschäftsentwicklung. Sehr erfreulich entwickelte sich unser Geschäftsfeld Dienstleistungen, während unser Online-Handel die Erwartungen nicht ganz erfüllen, im Weihnachtsgeschäft allerdings wieder ordentlich zulegen konnte.
- 3.) Die Anforderungen steigen, unser Handlungsrahmen ändert sich rasant. Die erfolgreiche digitale Transformation und der Kulturwandel bilden das tragende Fundament für unsere künftige Wettbewerbs- und damit Zukunftsfähigkeit.

Wie lautet unsere Prognose? Wir verzeichnen im Vergleich zum Vorjahr (GJ 2018/2019: plus 1,3 Prozent) wieder ein höheres Wachstumstempo. Für das bis Ende Februar laufende Geschäftsjahr erwarten wir ein Umsatzplus von 2 bis 3 Prozent. Der Nettoumsatz der BAUR-Gruppe wächst damit auf über 830 Mio. Euro nach 817 Mio. Euro (IFRS 15) im Vorjahr. Wachstumsträger sind insbesondere das Dienstleistungsgeschäft und unser Online-Shop baur.de.

Beim Ergebnis stehen wir vor einer Punktlandung. Das heißt, es entwickelt sich im Rahmen unserer Planungen. Das ist uns gerade mit Blick auf unsere beiden Gesellschafter besonders wichtig. Erfreulich in diesem Zusammenhang ist zudem, dass alle Geschäftsbereiche positive Beiträge zum Gruppenergebnis leisten.

Erfolgreiches Wirtschaften stärkt unmittelbar unsere Region. Die BAUR-Gruppe ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor und das in vielfacher Hinsicht: So sind wir auch Kunde und beziehen vielfältige Dienstleistungen von regionalen Unternehmen. Wir investieren beständig und in diesem Jahr erneut und massiv in den Ausbau unserer logistischen Infrastruktur. Und als Arbeitgeber schafft die BAUR-Gruppe Einkommen in beträchtlichem Ausmaß und leistet signifikante Beiträge in Form von Steuern und Abgaben. Unser expandierendes Dienstleistungsgeschäft und insbesondere der erhöhte Personalbedarf in der Logistik sorgen dafür, dass wir unsere Position als größter Arbeitgeber am Obermain in den vergangenen Jahren deutlich ausgebaut haben. Zum 31. Dezember 2019 beschäftigte die BAUR-Gruppe exakt 4.353 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon mehr als 3.900 an unseren oberfränkischen Standorten. Sie kommen übrigens aus exakt 50 unterschiedlichen Ländern. Allein 2019 kamen rund 150 neue Kolleginnen und Kollegen dazu. Seit Anfang 2016 hat die BAUR-Gruppe insgesamt mehr als 550 Arbeitsplätze geschaffen. Ein stolzer Wert!

### **Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen:**

#### **Unsicherheiten nehmen zu / Konsum als Stabilitätsanker**

Erfolgreiches Wirtschaften hängt ganz wesentlich von stabilen politischen, wirtschaftlichen und klimatischen Rahmenbedingungen ab. Keine Frage: Im vergangenen Jahr haben die Unsicherheiten zugenommen. Ganz konkret: Die Exportnation Deutschland ist ein Verlierer der zunehmend protektionistischen Tendenzen im Welthandel. Der Sachverständigenrat prognostiziert für 2020 weltweit ein geringeres Wirtschaftswachstum, insbesondere auch im Euroraum und in Deutschland. Die Wirtschaftsforscher geben dafür zwei wesentliche Gründe an. Die zu geringe Investitionsnachfrage belastet zunehmend die wirtschaftliche Entwicklung und verzögert seit Jahren das Produktivitätswachstum. Immer deutlicher werde, dass die Vorteile der Digitalisierung in Deutschland bislang nur unzureichend genutzt werden. Die Konsequenz lautet: Wir brauchen mehr Innovationen, weitergehende Maßnahmen und Investitionen in Bildung und gerade in Digitalisierung und Infrastruktur, um das Wachstumspotenzial der deutschen Volkswirtschaft wieder zu stärken.

Der jahrelange Aufschwung der deutschen Wirtschaft ist abgeklungen. Die Industrie befindet sich bereits in einer Rezession, während sich der Dienstleistungsbereich unverändert stabil zeigt. Dass die Wirtschaft – wenngleich 2019 nur noch mit einem kleinen Plus von 0,6 Prozent – zulegt, ist vor allem auf die anhaltende Kauflaune der Verbraucher zurückzuführen, wie das rasant verlaufene Weihnachtsgeschäft unterstrichen hat. Der Investitionsschwäche steht ein robuster Konsum gegenüber. Das ist sicherlich eine Folge des stabilen Arbeitsmarkts und der hohen Beschäftigung. Erfreulicherweise ist eine tiefergehende Rezession nicht in Sicht, das Risiko einer weitergehenden wirtschaftlichen Schwächephase bleibt allerdings bestehen.

Wie können wir also die Situation einschätzen? Müssen wir uns auf eine anhaltende Krise einstellen oder stehen wir nach einer kurzen Pause vor der nächsten starken Wachstumswelle? Ich bin der festen Überzeugung, dass die weitergehende Digitalisierung ungeahnte Produktivitäts- und Wachstumskräfte entfesseln wird. Die Digitalisierung ist zugleich Ursache, Antreiber und Beschleuniger eines tiefgreifenden Wandels. Sie ist keine Bedrohung, sondern birgt vielfältige Chancen für eine neue Dynamik in Wirtschaft und Gesellschaft.

So gesehen ist die aktuelle Situation bei BAUR alles andere als außergewöhnlich. Wir achten auf eine Erfahrung, die gerade auch für Unternehmen gilt: Wer sich nicht weiterentwickelt, verliert unweigerlich an Boden. Veränderung und Wandel bleiben die Voraussetzungen, um im Wettbewerb bestehen zu können. Und Digitalisierung bedeutet Veränderung in allen unseren Geschäftsmodellen, insbesondere auch in der Art, wie wir künftig zusammenarbeiten werden und auch wollen.

### **BAUR und unser Online-Shop baur.de**

Wir spüren deutlich, dass unser Geschäftsmodell unter der Marke BAUR immer stärker unter Druck gerät. Dabei wird unser Online-Geschäft mit den Kernsortimenten Fashion und Home gleich von mehreren Seiten in die Zange genommen. Plattform-Ökonomie und die zunehmende „Amazonisierung“ im Einzelhandel, überbesetzte Märkte, Preisdruck und sinkende Margen im Warengeschäft machen auch uns zu schaffen. Der Wettbewerb wird immer schärfer und aggressiver. Erfreulich ist: Wir haben uns in diesem schwierigen Umfeld behauptet: BAUR wächst auch im laufenden Geschäftsjahr.

Herausragend ist das Weihnachtsgeschäft gelaufen. Die dynamische Entwicklung setzt sich ungebrochen auch im Januar fort. Wir verzeichneten allerdings im Sommer eine Phase mit schwächeren Bestelleingängen und werden deshalb das laufende Geschäftsjahr knapp unter unserem Umsatzplan abschließen. Unsere Warengruppen zeigen eine unterschiedliche Entwicklung. Zufrieden sind wir mit unserem Möbel- und Technikgeschäft, während der Anteil des Kernsortiments Fashion rückläufig ist.

Die Aufgaben für 2020 sind klar definiert: Operative Exzellenz, Werbeeffizienz und Kundenzufriedenheit weiter steigern; den Marktauftritt attraktiver und kundenorientierter und das Kerngeschäft rentabler gestalten. Dafür sind Maßnahmen definiert, die im nächsten Geschäftsjahr ihre Wirkungen entfalten werden. Der BAUR-Auftritt wird moderner. So präsentieren wir beispielsweise eine neue Startseite für baur.de. und ein neues Online-Kundenmagazin, wir überarbeiten den Bereich für das Kundenkonto und führen eine besonders einfache und bequeme Online-Bezahlungsmöglichkeit ein.

### **UNITO konzentriert sich auf die Kernmärkte**

Unsere österreichische Tochter UNITO befindet sich nach zehn Jahren zum Teil stürmischen Wachstums in einer Phase der Konsolidierung. Ergebnissicherung vor Umsatzwachstum, so lautet aktuell die vorrangige Aufgabe unserer österreichischen Tochter. So konzentriert sich UNITO künftig stärker auf ihre Kernmärkte im DACH-Raum und zieht sich aus den Aktivitäten in Tschechien, Slowakei und Ungarn zurück. Erste Erfolge der Konsolidierungsmaßnahmen zeichnen sich im laufenden Geschäftsjahr ab. UNITO zeigt eine planmäßige Ergebnisentwicklung.

### **Erfolgreiches Dienstleistungsgeschäft**

Unsere Dienstleistungen haben ihrer langjährigen Erfolgsgeschichte in diesem Jahr ein weiteres Kapitel hinzugefügt. Logistik in Verbindung mit zuverlässiger Abwicklungsqualität und hoher Kundenzufriedenheit zählt zu unseren ausgewiesenen Kernkompetenzen. Wir freuen uns sehr über die guten Ergebnisse und sind auch mit der Entwicklung der empiriecom sehr zufrieden. Unser E-Commerce-Dienstleister ist innerhalb der BAUR-Gruppe Vorreiter in agilen Arbeitsweisen.

Die meisten unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – rund zwei Drittel – sind in der BAUR-Logistik und der BFS Baur Fulfillment Solutions beschäftigt. Hier haben wir es geschafft, das hohe Mengenwachstum unseres neuen Kunden ABOUT YOU erfolgreich zu bewältigen. Der Standort Altenkunstadt wickelt exklusiv die Ausgangslogistik für den 2014 in Hamburg gegründeten Fashion- und Technologie-Anbieter ab. Es ist eine außergewöhnliche Erfolgsgeschichte. ABOUT YOU ist eines der am schnellsten wachsenden E-Commerce-Unternehmen Europas – 60 Prozent Umsatzplus im laufenden Geschäftsjahr – und Hamburgs sogenanntes erstes Unicorn mit einer Unternehmensbewertung von über einer Milliarde US Dollar.

Was passiert mit den bislang in Altenkunstadt bearbeiteten Paketmengen für die Otto Group? Wir werden 2020 in Sonnefeld einen zusätzlichen Standort für die Paketabwicklung innerhalb der Konzernlogistik hochfahren. Mitte März geht es los; wir starten mit 150 Kolleginnen und Kollegen. Im Laufe des Jahres stocken wir die Mannschaft auf rund 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf. Es ist eine herausfordernde Aufgabe, ausreichend geeignete Arbeitskräfte für das neue Geschäft zu gewinnen. Dazu haben wir intensiv und auch erfolgreich um neue Mitarbeiter geworben. Bis Jahresende werden von Sonnefeld aus rund 25 Millionen Artikel u.a. an OTTO- und BAUR-Kunden in ganz Deutschland gehen. Im nächsten Jahr werden wir die Kapazität auf 40 Millionen Artikel erhöhen. Um diese großen Mengen abwickeln zu können, bedarf es einer modernen Infrastruktur. Dazu investieren wir einen zweistelligen Millionenbetrag in die technische Ausstattung des Standorts.

Auch innerhalb unserer Fulfillment-Tochter BFS wird ganz ausgezeichnete Arbeit geleistet. Das unterstreicht das flexible und erfolgreiche Handeln in einem schwierigen Marktumfeld, das von rückläufige Bearbeitungsmengen geprägt war. BFS wird das laufende Geschäftsjahr trotz widriger Rahmenbedingungen mit einem sehr guten Ergebnis abschließen. Eine tolle Leistung!

**Blick nach vorne: Was uns weiterhin wichtig ist? Was zeichnet die BAUR-Gruppe aus?**

Die BAUR-Gruppe präsentiert sich zu Beginn des Jahrzehnts und nur noch fünf Jahre vor ihrem 100. Geburtstag in guter und robuster Verfassung. Dass es auch weiterhin so bleibt, dafür haben wir uns einige Themen auf die Agenda gesetzt, die für uns von herausragender Bedeutung sind und die wir weiterhin konsequent verfolgen werden.

- Unser wichtigstes Ziel bleibt wirtschaftlicher Erfolg in einem überaus herausfordernden Marktumfeld. Der Weg dorthin führt über die weitere Digitalisierung und die Transformation des Geschäftsmodells sowie den Kulturwandel. Diese Veränderungsprozesse treiben wir mit aller Konsequenz voran.
- BAUR mit seinen vielfältigen Aktivitäten im Online-Handel und im Dienstleistungsgeschäft ist eine ganz außergewöhnliche Unternehmensgruppe. Uns zeichnet ein besonderer, ein BAUR-typischer Zusammenhalt aus, eine ausgesprochen hohe Identifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit dem Unternehmen. Diesen BAUR-Spirit gilt es zu bewahren. Bei allen notwendigen Veränderungen wollen wir die Besonderheiten unserer wertorientierten Unternehmensgruppe nicht aus den Augen verlieren und uns diese Stärken bewahren. Das durchweg positive Menschenbild unseres Gründers Friedrich Baur kann und soll uns gerade auch im 21. Jahrhundert Vorbild bleiben.
- Wir wollen bei BAUR weiterhin nachhaltig handeln: Das heißt, kontinuierlich und langfristig, bewusst und zukunftsfähig im Sinne der Menschen, der Gesellschaft, der Umwelt. Das schließt auch die enge Verbundenheit der Region gegenüber ein. Diese Kontinuität wollen und werden wir weiterhin pflegen. Wir sind und bleiben ein wichtiger und ein sehr lebendiger Teil unseres Gemeinwesens.