

Ausführungen

von

Prof. Dr. Ekkehard D. Schulz

Vorsitzender des Vorstands
der ThyssenKrupp AG

anlässlich der

6. ordentlichen Hauptversammlung

am 21. Januar 2005

Bochum

Es gilt das gesprochene Wort

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
meine sehr geehrten Damen und Herren,

- ThyssenKrupp ist gut in das erste Quartal 2004/2005 gestartet. Das Ergebnis ist im Vergleich zum Vorjahresquartal mehr als verdoppelt worden.
- Wir blicken auf das bislang beste Geschäftsjahr seit der Fusion von Thyssen und Krupp zurück. Wir haben die Weichen richtig gestellt: Das belegen die positiven Unternehmenskennzahlen und die Erfolge bei der strategischen Weiterentwicklung des Konzerns.
- Ihre ThyssenKrupp Aktie hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr gut entwickelt. Der Kurs hat mit einem Plus von 36 Prozent den DAX überholt, der um knapp 20 Prozent zulegen konnte.
- Seit Beginn des neuen Geschäftsjahres am 1. Oktober 2004 hat sich Ihre Aktie weiter positiv entwickelt.

Mit diesen erfreulichen Nachrichten begrüße ich Sie auch im Namen meiner Vorstandskollegen herzlich zur diesjährigen Hauptversammlung der ThyssenKrupp AG.

Schwerpunkte meines Berichts heute sind:

- die Eckdaten zum guten Geschäftsverlauf im ersten Quartal 2004/2005;
- die wesentlichen Unternehmenskennzahlen des sehr guten Geschäftsjahres 2003/2004;
- die Entwicklung des Aktienkurses und unser Dividendenvorschlag;
- unsere Maßnahmen zur Wertsteigerung des Konzerns durch konsequente Portfolio-Optimierung und das Konzernprogramm ThyssenKrupp best;
- unsere strategischen Ziele;
- Forschung und Entwicklung im Konzern;
- unser gesellschaftliches Engagement als Corporate Citizen und
- der Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr.

Einschätzungen zum ersten Quartal 2004/2005

Meine Damen und Herren,

noch liegen uns die endgültigen Zahlen für das erste Quartal 2004/2005 nicht vor, aber, ich sagte es schon, alles deutet auf einen erfolgreichen Start in das neue Geschäftsjahr hin.

- Den Auftragseingang konnten wir um rund 16 % von 9,3 Mrd Euro auf 10,8 Mrd Euro steigern.
- Beim Umsatz erreichten wir einen Anstieg um ungefähr 20 % von 8,5 Mrd Euro auf 10,1 Mrd Euro.
- Das Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten vor Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter konnte gegenüber dem Vorjahr (168 Mio Euro) weit mehr als verdoppelt werden und wird voraussichtlich deutlich mehr als 400 Mio Euro betragen.

Bei der Restrukturierung des Konzerns haben wir auch im ersten Quartal durch die weitere Optimierung des Portfolios große Fortschritte gemacht. Anfang Dezember 2004 wurde ThyssenKrupp Fahrzeugguss an die europäische Investorengruppe Electra Partners Europe Limited veräußert. Die Fahrzeugguss-Gruppe erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2003/2004 mit rund 1.700 Mitarbeitern einen Umsatz von knapp 300 Mio Euro. Mitte Dezember 2004 gelang uns dann mit dem Verkauf der rund 48.000 Wohnungen von ThyssenKrupp Wohnimmobilien die größte Transaktion seit der Fusion 1999. Erwerber sind die US-Bank Morgan Stanley und die nordrhein-westfälische Corpus-Immobilien-Gruppe. Der Verkaufspreis beläuft sich auf 2,1 Mrd Euro.

Wir begrüßen es sehr, dass unsere Leistungen auch von den Rating-Agenturen gewürdigt werden. Nach Veröffentlichung unseres Jahresabschlusses 2003/2004 sowie der Pressemitteilung über den Verkauf der ThyssenKrupp Wohnimmobilien-Gruppe ergibt sich folgende Rating-Situation:

Standard & Poor's hat das Rating von ThyssenKrupp auf „Credit Watch positive“ gesetzt. Das Investment-Grade-Rating von Fitch und Moody's wurde um jeweils

eine Stufe angehoben. Außerdem hat Fitch das Rating auf „Rating Watch positive“ gesetzt.

Die Einstufungen „Credit Watch positive“ bzw. „Rating Watch positive“ bedeuten, dass die Agenturen in den nächsten Wochen über eine Heraufstufung entscheiden werden.

Sie sehen, das Geschäftsjahr hat für den Konzern gut begonnen. Darauf wollen wir aufbauen. Näheres zum Geschäftsverlauf im ersten Quartal werden wir Ihnen am 14. Februar 2005 berichten können, wenn der Zwischenbericht veröffentlicht wird.

Das Geschäftsjahr 2003/2004 im Überblick

Dynamische Weltkonjunktur

Jetzt aber zurück zum abgelaufenen Geschäftsjahr. Das Geschäftsjahr 2003/2004 stand konjunkturell unter günstigen Vorzeichen. Ausgehend vom dynamischen Wachstum in Asien und Nordamerika hat sich die weltwirtschaftliche Lage spürbar verbessert. Sie hat den Geschäftsverlauf von ThyssenKrupp positiv beeinflusst. Ohne die Aufwertung des Euro gegenüber wichtigen Währungen wären diese Zuwächse noch stärker ausgefallen.

Insbesondere in der ersten Jahreshälfte ist das Wirtschaftswachstum kräftig gestiegen. Für das Welt-Bruttoinlandsprodukt wird für 2004 mit gut 4 ½ Prozent gerechnet, für den Welthandel sogar mit 9 Prozent. Nachzügler der Weltkonjunktur ist der Euro-Raum. Zwar hat der Export im Sog der weltweiten konjunkturellen Erholung angezogen, die Impulse von der Binnennachfrage blieben aber gering. Im Euro-Raum dürfte das Wirtschaftswachstum 2004 bei knapp 2 Prozent gelegen haben. In Deutschland lag es bei 1,7 Prozent. Hier wirkten sich der stagnierende private Verbrauch und die Zurückhaltung bei den Investitionen konjunktureldämpfend aus. Einziger Lichtblick waren auch 2004 die Exporte, die trotz Euro-Aufwertung wieder kräftig gestiegen sind.

ThyssenKrupp im Geschäftsjahr 2003/2004

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

auf der letzten Hauptversammlung im Januar 2004 hatte ich Ihnen gesagt, dass wir beim Ergebnis, sportlich ausgedrückt, zum Dreisprung ansetzen: von 419 Mio Euro auf 734 Mio Euro in 2002/2003, von 734 Mio Euro auf 1 Mrd Euro plus/minus in 2003/2004 und von 1 Mrd Euro in Richtung auf die Zielmarke von 1,5 Mrd Euro. Wie Sie wissen, haben wir diese Marke schon im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht nur erreicht, sondern übersprungen und das im Wesentlichen auf Grund eigener Anstrengungen. Der Konzern erzielte ein Ergebnis vor Steuern aus fortgeführten Aktivitäten in Höhe von 1.580 Mio Euro. Das sind 806 Mio Euro mehr als im Vorjahr. Das Ergebnis konnte damit mehr als verdoppelt werden. Mit dem Ergebnis verbunden sind ein ROCE von 12 Prozent und ein positiver Wertbeitrag von 572 Mio Euro, zu dem alle Segmente beigetragen haben. Auch hier wurde die mittelfristige Zielmarke erreicht.

Und auch die anderen wesentlichen Eckdaten belegen, dass Ihr Unternehmen in sehr guter Form ist:

- Auftragseingang und Umsatz nahmen zweistellig zu: der Auftragseingang um 17 Prozent auf 41,0 Mrd Euro und der Umsatz um 11 Prozent auf 39,3 Mrd Euro.
- Der Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit stieg um 0,5 Mrd Euro auf 2,5 Mrd Euro.
- Der Konzernjahresüberschuss erhöhte sich von 552 Mio Euro auf 904 Mio Euro.
- Das Ergebnis je Aktie betrug 1,81 Euro, nach 1,09 Euro im Jahr zuvor.
- Die Netto-Finanzverbindlichkeiten konnten weiter abgebaut werden. Sie beliefen sich zum 30. September 2004 auf 2,8 Mrd Euro. Zur Erinnerung: Im Geschäftsjahr 2002/2003 lagen sie noch bei 4,2 Mrd Euro. Im Geschäftsjahr 1999/2000 hatten die Netto-Finanzverbindlichkeiten mit 7,7 Mrd Euro ihren Höchststand.
- Das Gearing, also das Verhältnis der Netto-Finanzschulden zum Eigenkapital, verbesserte sich von 55,2 Prozent auf 34,0 Prozent.

Mit dieser sehr guten Bilanz haben wir alle wichtigen Zielwerte nicht nur erreicht, sondern sogar deutlich übertroffen. Natürlich mussten wir auch Widerstände überwinden. Zwar sorgte die Hochkonjunktur auf dem internationalen Stahlmarkt für volle Auftragsbücher bei ThyssenKrupp Steel. Zugleich sahen wir uns aber deutlich steigenden Beschaffungspreisen für Erze, Kohle, Koks, Legierungen, Energie und Frachten ausgesetzt. Einige Beispiele: Die Preise stiegen bei Erz um 28 %, unlegiertem Schrott um 47 %, Importkoks um 110 % und Eisenerz-Frachten um 105 %. Unser größter Kostenblock sind inzwischen Rohstoffe und Energie. Sie machen mehr als zwei Drittel unserer Kosten aus. Höhere Stahlpreise waren deshalb unumgänglich, um die erheblichen Kostensteigerungen aufzufangen. Dies ist uns aber nur zum Teil gelungen. Grund hierfür sind zum einen langfristige Verträge mit Abnehmern, insbesondere der Autoindustrie. Sie gaben uns keine Möglichkeit, die Preissteigerungen zeitnah weiterzugeben. Ursachen sind zum anderen die Geschwindigkeit und die Höhe der Preissteigerungen bei Rohstoffen und Energie, denen wir nur mit einer zum Teil erheblichen Zeitverzögerung begegnen konnten. Es ist daher ein Irrtum zu glauben, dass die Stahlindustrie der große Nutznießer des Stahlbooms sei und ihre Preise unangemessen erhöhe.

Wie haben sich dagegen die Walzstahlpreise in Deutschland erhöht? Sie sind seit 1995 um 18 Prozent gestiegen. Bei den Erzeugerpreisen sind die Walzstahlpreise in den vergangenen 30 Jahren kaum gestiegen. In den vergangenen 20 Jahren lag die Preissteigerungsrate im Industriedurchschnitt bei 19,1 Prozent. Spitzenreiter waren der Maschinenbau mit 52,1 Prozent und der Straßenfahrzeugbau mit 43,1 Prozent. Die Preisveränderung bei Walzstahl lag dagegen bei nur 3,6 Prozent. Möglich war dies durch eine stetige Steigerung der Produktivität. Die Zahl der Mitarbeiter in der deutschen Stahlindustrie ist von 1960 bis 2003 von 417.000 auf 95.000 zurückgegangen, die Produktivität ist von 82 t auf 474 t pro Mitarbeiter und Jahr gestiegen. Bei ThyssenKrupp Stahl hat sie sich sogar auf 630 t pro Mitarbeiter verbessert und dies bei deutlich höherer Wertschöpfung pro Tonne. Dazu beigetragen haben die Schließungen von Rheinhausen und Dortmund und letztlich auch die Fusion von Thyssen und Krupp.

Der Konzern hat im Gegensatz zu vielen seiner europäischen Wettbewerber keine Subventionen für seinen Stahlbereich erhalten. Heute sind wir auf Grund eigener Anstrengungen nicht nur im Stahlbereich gut aufgestellt.

Dieser Erfolg ist das Ergebnis harter Arbeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in aller Welt. Sie haben auch im vergangenen Geschäftsjahr wieder entscheidend zum Unternehmenserfolg beigetragen. Deshalb möchte ich ihnen an dieser Stelle und im Namen des gesamten Vorstands herzlich für ihren tatkräftigen Einsatz danken. Unser Dank gilt auch den Belegschaftsvertretern für die erneut konstruktive und vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Der Geschäftsverlauf in den Segmenten

Damit komme ich zu den fünf Segmenten Steel, Automotive, Elevator, Technologies und Services. Alle Segmente konnten 2003/2004 ihre Gewinne steigern. Dazu haben die konzernweit umgesetzten Programme zur Effizienzsteigerung maßgeblich beigetragen.

Im Segment Steel erreichten wir einen Umsatzanstieg von 17 Prozent auf 13,7 Mrd Euro. Steel erwirtschaftete ein Ergebnis in Höhe von 911 Mio Euro. Im Vorjahr waren es 439 Mio Euro. Zum Wertbeitrag des Konzerns von insgesamt 572 Mio Euro steuerte das Segment 212 Mio Euro bei.

Unser Segment Automotive konnte den Umsatz um über 1 Mrd Euro auf 7,3 Mrd Euro steigern. Mit 288 Mio Euro erzielte ThyssenKrupp Automotive ein um 99 Mio Euro höheres Ergebnis als im Vorjahr.

Das Segment Elevator erhöhte den Umsatz um 6 Prozent auf 3,6 Mrd Euro. Mit 370 Mio Euro wurde das Vorjahresergebnis von 355 Mio Euro erneut übertroffen.

Im Segment Technologies gab der Umsatz, bedingt durch Verkäufe von Unternehmen wie Novoferm, um 5 Prozent auf 5,1 Mrd Euro nach. Das Ergebnis stieg von 42 Mio Euro auf 67 Mio Euro.

Das aus der Zusammenführung der Segmente Materials und Serv entstandene Segment Services steigerte den Umsatz um 12 Prozent auf 11,9 Mrd Euro. Das Ergebnis lag bei 271 Mio Euro nach 36 Mio Euro im Vorjahr.

Die Entwicklung der ThyssenKrupp Aktie

Das bessere konjunkturelle Umfeld und die konsequente Umsetzung unserer Strategie haben sich in einem signifikanten Kursanstieg niedergeschlagen. Die ThyssenKrupp Aktie notierte am 30. September 2004 bei einem Kurs von 15,69 Euro und damit um 36,2 Prozent höher als am 30. September des Vorjahres. Der DAX verzeichnete im gleichen Zeitraum ein Plus von 19,5 Prozent; der DJ STOXX notierte 17,8 Prozent höher. Unsere Marktkapitalisierung hat sich gegenüber dem Vorjahr um mehr als 2 Mrd Euro auf rund 8 Mrd Euro verbessert. Wir werten diese Ergebnisse auch als Indiz dafür, dass der Kapitalmarkt unsere Maßnahmen zur Wertsteigerung des Konzerns honoriert.

In den ersten Monaten des neuen Geschäftsjahres entwickelte sich die Aktie weiter positiv. Allerdings konnte sie nicht ganz mit der Entwicklung des DAX und des DJ STOXX mithalten. Am 18. Januar 2005 notierte die Aktie zum Börsenschluss bei 16,64 Euro.

Das ist ein Plus von 3 Prozent gegenüber Anfang Oktober 2004. Der DAX erzielte im gleichen Zeitraum ein Plus von 6 Prozent. Der DJ STOXX notierte rund 5 Prozent höher.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die Dividendenpolitik von ThyssenKrupp ist darauf ausgerichtet, eine am Konzernergebnis orientierte, angemessene Dividende auszuschütten. Wir streben Dividendenkontinuität an. Das bedeutet, dass die Dividende je Aktie in Jahren niedrigerer Konzernergebnisse tendenziell höher ausfällt, während sie in Jahren mit besseren Ergebnissen unterproportional zur Ergebnisentwicklung steigt.

Vor diesem Hintergrund schlagen wir Ihnen heute eine Dividende von 0,60 Euro je Stückaktie vor. Im Geschäftsjahr 2002/2003 hatten wir 50 Cent je Aktie ausgeschüttet. Das entspricht einer Dividendenerhöhung von 20 Prozent für 2003/2004. Auf Basis des Aktienkurses von 15,69 Euro am 30. September 2004 ergibt sich daraus eine Dividendenrendite von 3,8 Prozent. Bezogen auf die vergangenen drei Jahre liegt die durchschnittliche Ausschüttungsquote von ThyssenKrupp bei 46 Prozent. Damit liegt der Konzern im oberen Drittel der DAX 30-Werte.

Maßnahmen zur Wertsteigerung des Konzerns

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

nachhaltige Werte schaffen, das ist unser Verständnis von guter Unternehmensführung. Zu diesem Zweck verfolgt ThyssenKrupp eine langfristig angelegte Strategie. Dazu gehören:

- die weitere Fokussierung des Konzerns auf die Kerngeschäftsfelder der drei Bereiche Stahl, Industriegüter und Dienstleistungen durch konsequentes Portfolio-Management sowie
- das konzernweite Programm ThyssenKrupp best.

Konsequentes Portfolio-Management

Wir optimieren ständig unser Portfolio mit dem Ziel, die Ertragskraft und den Wert Ihres Unternehmens weiter zu steigern. Im Mai 2003 legten wir das Programm „Desinvest 33+“ auf. Von diesem Programm sind inzwischen 27 Maßnahmen abgeschlossen, 3 befinden sich in Umsetzung und 6 in Verhandlung. Damit setzen wir die Konzentration auf unsere Kerngeschäfte fort und schaffen mehr Spielräume für strategische Akquisitionen. ThyssenKrupp hat im Geschäftsjahr 2003/2004 Akquisitionen mit einem Umsatzvolumen von insgesamt 0,6 Mrd Euro getätigt. Die Desinvestitionen erreichten ein Volumen von 1,5 Mrd Euro. Seit der Fusion von Thyssen und Krupp im Jahr 1999 wurden damit bis heute Unternehmen mit einem Umsatz von 5,4 Mrd Euro veräußert und solche mit einem Umsatz von 7,0 Mrd Euro erworben. Im Rahmen der Portfolio-Optimierung sind weitere Desinvestitionen von nicht strategischen Beteiligungen sowie selektive strategische Akquisitionen geplant.

ThyssenKrupp ist ein Konzern in Bewegung. Durch Portfolio-Veränderungen stand im abgelaufenen Geschäftsjahr einem Zugang von fast 3.900 Mitarbeitern ein Abgang von 3.200 Mitarbeitern gegenüber, bei den operativen Veränderungen einem Aufbau von 5.800 Mitarbeitern durch Wachstum am Stamm ein Abbau von 6.300 Mitarbeitern durch Produktivitätssteigerung. Insgesamt hat sich die Belegschaftszahl im Geschäftsjahr 2003/2004 leicht erhöht. Am 30. September 2004 zählte ThyssenKrupp weltweit 184.358 Mitarbeiter. Ein Jahr zuvor waren es

184.157. In Deutschland nahm die Zahl der Mitarbeiter um 2.530 auf 91.331 ab. Bei den Konzernunternehmen außerhalb Deutschlands stieg die Belegschaft um 2.731 auf 93.027.

In den vergangenen fünf Geschäftsjahren ist die Mitarbeiterzahl von ThyssenKrupp von rund 179.000 (30.09.1999) auf über 184.000 (30.09.2004) gestiegen. Die Dynamik der Mitarbeiterbewegung wird deutlich, wenn man sich die Veränderungen in diesem Zeitraum ansieht. ThyssenKrupp hat sich durch Portfolio-Veränderungen von rund 18.000 Mitarbeitern, durch operative Veränderungen von 35.000 Mitarbeitern getrennt. Durch Portfolio-Veränderungen sind rund 29.000 dazugekommen, durch operative Veränderungen knapp 30.000. Jeder zweite Arbeitsplatz war von Veränderungen betroffen.

ThyssenKrupp best

Unser Programm ThyssenKrupp best hat sich im gesamten Konzern erfolgreich weiterentwickelt. Im In- und Ausland wurden wiederum zahlreiche Projekte umgesetzt, weitere Verbesserungsmöglichkeiten in den Unternehmen identifiziert und der Wissenstransfer ausgebaut. Insgesamt wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr über 750 neue Projekte aufgesetzt. Inzwischen umfasst das Programm mehr als 3.400 Projekte zur Verbesserung der operativen Effizienz, der Leistungsqualität und der Kapitalproduktivität. Hinzu kamen Initiativen zum Wissens- und Innovationsmanagement oder zur Einbindung der Mitarbeiter und Führungskräfte. Andere Projekte beschäftigten sich damit, das Dienstleistungsgeschäft auszubauen.

Das Konzernprogramm ist inzwischen national und international fest verankert. Über 50 Prozent aller Projekte werden inzwischen außerhalb Deutschlands durchgeführt.

Einen zusätzlichen wichtigen Impuls erhielt ThyssenKrupp best im Berichtsjahr durch die Vertriebsinitiative. Sie soll den Kundenkontakt intensivieren, neue profitable Wachstumsmärkte in den Kerngeschäftsfeldern erschließen und den Produkt-Mix optimieren. Dazu wurden im Berichtszeitraum mehr als 120 neue Projekte aufgelegt. Durch dieses breite Spektrum kann ThyssenKrupp best deutlich mehr zur Wertsteigerung des Unternehmens beitragen als reine Kostensenkungs- oder Qualitätssteigerungsprogramme.

Strategische Ziele

Meine Damen und Herren,

was haben wir nun strategisch weiter vor? Wir halten unverändert an unserer Strategie fest und werden den konjunkturellen Aufwärtstrend nutzen, um das Tempo ihrer Umsetzung weiter zu erhöhen. Durch internes Wachstum, strategische Akquisitionen und noch stärkere Dienstleistungsorientierung soll Ihr Unternehmen mittelfristig einen Gesamtumsatz von 45 bis 50 Mrd Euro erreichen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat der Konzern einen Vorsteuergewinn von 1,6 Mrd Euro bei 39 Mrd Euro Umsatz erwirtschaftet. Seit der Fusion sind wir in unseren Kerngeschäftsfeldern um durchschnittlich 11 Prozent gewachsen. Mit der Leistungsstärke des Konzerns müssen eine weitere Umsatzsteigerung und Ergebnisverbesserung erreicht werden.

ThyssenKrupp fokussiert seine Aktivitäten in den drei Bereichen Stahl, Industriegüter und Dienstleistungen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir dort Umsätze in Höhe von rund 14, 16 und 12 Mrd Euro erzielt. Mittelfristig streben wir für den Bereich Stahl 15 Mrd Euro, für den Bereich Industriegüter 17 bis 19 Mrd Euro und für Dienstleistungen 12 bis 13 Mrd Euro Umsatz an.

Die fünf Segmente des Konzerns setzen ihre strategischen Pläne Schritt für Schritt weiter um:

ThyssenKrupp Steel wird auch künftig eine aktive Rolle im Konsolidierungsprozess der Stahlindustrie spielen. Carbon Steel wie auch Stainless Steel werden ihre Positionen ausbauen, um sich auch künftig in der internationalen Spitzengruppe

zu behaupten. Dazu wollen wir unsere Innovationsführerschaft bei Produkten und Prozessen ausbauen, unsere Performance erhöhen und sowohl weiter organisch wachsen als auch sinnvolle strategische Partnerschaften eingehen. Beim Ausbau der Aktivitäten zur Belieferung der international aufgestellten Kunden mit hochwertigem Qualitätsflachstahl steht der Wachstumsmarkt China im Fokus. Die Feuerbeschichtungsanlage TAGAL im nordchinesischen Dalian hat im Dezember 2003 den Betrieb aufgenommen. Beim Ausbau der Präsenz sind neue Fügebetriebe für Tailored Blanks und Stahl-Service-Center wichtige Schritte in den kundennahen Verarbeitungsstufen. Der Ausbau des Rostfrei-Werks bei Shanghai Krupp Stainless schreitet weiter voran. Bis Ende 2005 wird die Kaltbandkapazität auf 290.000 t/Jahr hochgefahren.

Um am Wachstum des Stahlmarktes teilzunehmen und unsere Position auszubauen, benötigen wir zusätzliche Rohstahlkapazität. Diese wollen wir in Brasilien errichten. Das rund 1,3 Mrd Euro teure Projekt soll noch in diesem Jahrzehnt unsere derzeitige Kapazität von 17 Mio t auf 21 Mio t ausweiten. Die Produktion der ersten Bramme ist für Mitte 2008 geplant. Das Investment rechnet sich auf Grund der Kostenvorteile am Standort Brasilien, wo direkter Zugang zu den Rohstoffen besteht. Es ist wirtschaftlicher, Brammen zu transportieren als Eisenerz. Das zusätzliche kostengünstige Halbzeug aus dem neuen Stahlwerk in Brasilien werden wir nutzen, um unsere Warmbreitbandstraßen und die Anlagen der Stahlweiterverarbeitung und -veredelung noch besser auszulasten. Sie werden damit Arbeitsplätze an Rhein und Ruhr sichern, und uns helfen, unsere Position im NAFTA-Raum auszubauen. Darüber hinaus werden wir unseren Stahlstandort in Duisburg auf dem neuesten Stand der Technik halten. Vorgesehen sind der Neubau eines Hochofens als Ersatzinvestition sowie die planmäßige Zustellung eines weiteren benachbarten Hochofens.

Unser Segment Automotive wird seine TOP-Marktpositionen bei Body, Chassis und Powertrain durch Wachstum am Stamm und gezielte Akquisitionen weiter ausbauen - vor allem in den Wachstumsregionen Asiens und Osteuropas. Das Wachstum wird nach wertorientierten Kriterien gesteuert, mit dem Ziel Abhängigkeiten von einzelnen Abnehmern oder Automodellen zu vermeiden. Darüber hinaus sollen auf Basis innovativer Komponenten attraktive Systemlösungen für Automobilkunden entwickelt werden. Dabei werden systemübergreifende Kompetenzen genutzt.

ThyssenKrupp Elevator, der heute weltweit drittgrößte Aufzugshersteller, strebt durch Akquisitionen und internes Wachstum die Weltmarktposition 2 an. Das Segment arbeitet konsequent daran, seine Servicekompetenz und damit weiter das margenstarke Dienstleistungsgeschäft auszubauen. Die seit Oktober 2004 geltende neue Organisationsstruktur mit vier regionalen Business Units wird dazu beitragen, die Marktbearbeitung und interne Steuerung noch effizienter zu gestalten.

Technologies hat bei Marine den Schritt zum deutschen Werftenverbund am 5. Januar 2005 mit der Zusammenführung der ThyssenKrupp Werften und der HDW-Gruppe vollzogen. ThyssenKrupp Marine Systems ist führend im Marine-Überwasserschiffbau und weltweit die Nr. 1 bei konventionellen U-Booten. Durch den Zusammenschluss entsteht ein Systemhaus mit starken Positionen im Marineschiffbau. Dabei sollen alle vorhandenen Standorte erhalten bleiben. Das neue Unternehmen wird sich auf vier Produktbereiche konzentrieren: U-Boote, Marineschiffe, zivile Schiffe und Reparatur. Die Werften in Hamburg, Emden und Kiel werden jeweils zu Kompetenzzentren mit klar definierter Produktverantwortung entwickelt. Die eingeleiteten Maßnahmen zur Restrukturierung und Effizienzsteigerung im Segment werden fortgeführt. Ziel von Technologies ist die Konzentration auf die drei leistungsstarken Geschäftsfelder Plant Technology, Marine und Mechanical Engineering.

Unser Segment Services, einer der international führenden Dienstleister für industrielle Kunden, konzentriert sich auf seine Kernkompetenzen bei Materials Services, Industrial Services und Special Products. Angestrebt werden höhere Effizienz, intensivere segmentübergreifende Zusammenarbeit und weiterer Ausbau der Präsenz in Osteuropa sowie in Nordamerika. Services will in Mittel- und Osteuropa künftig über gezielte Investitionen, Partnerschaften und Beteiligungen weiter wachsen und den Kunden dienstleistungsorientierte System- und Vermarktungslösungen anbieten.

Forschung und Entwicklung

Meine Damen und Herren,

entscheidend für den Geschäftserfolg ist neben einer überzeugenden strategischen Ausrichtung auch eine hohe Innovationskraft. Für diese Herausforderung sind wir gut gerüstet. In unseren 45 Entwicklungszentren in Europa, den USA und Asien sind mehr als 3.000 Wissenschaftler, Ingenieure und Techniker tätig. Unsere Spezialisten arbeiten interdisziplinär, segmentübergreifend und kundenorientiert, um die führenden Positionen des Konzerns bei innovativen Produkten und Verfahren auch künftig zu sichern. Lassen Sie mich hier einige Beispiele nennen:

Unser Dortmunder OberflächenCentrum, eine in der Oberflächentechnik führende Forschungseinrichtung, hat eine Zink-Magnesium-Beschichtung für Stahlblech entwickelt. Auf Basis dieses neuartigen Überzugs wurde eine Produktfamilie geschaffen, die wegen der hervorragenden Verarbeitungsmöglichkeiten und Korrosionsschutzwirkung bei unseren Kunden auf lebhafteste Resonanz gestoßen ist. Automobilhersteller werden die neue Produktfamilie, die durch Vakuumbedampfung auf elektrolytisch verzinktes Feinblech erzeugt wird, ab Anfang 2007 in der Serienfertigung einsetzen.

Im Wettbewerb mit anderen Werkstoffen setzt das Segment Steel vor allem auf Konzepte, die die Leichtbauqualitäten des Stahls werkstoffgerecht nutzen. Ein Beispiel ist der NSB NewSteelBody, der bei Automobilherstellern auf großes Interesse stößt. Dieser Name steht für eine komplette, konsequent gewichtsoptimierte Rohkarosserie aus Stahl. Referenzfahrzeug war ein Compact-Van aus einer laufenden Großserienfertigung, mit Bestnoten im Crash-Verhalten. Obwohl die neue Rohkarosserie um 24 Prozent leichter als die Referenz ist, sind ihre Crash-Werte gleich gut oder besser.

Für das größte Passagierflugzeug der Welt, den Airbus A380, hat unser Segment Elevator eine technologisch einzigartige Fluggastbrücke entwickelt. Ziel war es, eine Tür im Oberdeck zu erreichen und so die Zeit für das Ein- und Aussteigen von 45 auf 38 Minuten zu verringern. Die dafür erforderliche gesteigerte Hubhöhe konnte auf der Basis eines hydraulischen Hubsystems realisiert werden.

Auf der letzten Hauptversammlung im Januar 2004 hatte ich Ihnen bereits über unsere wegweisende Innovation TWIN berichtet. Beim TWIN fahren zwei Kabinen unabhängig voneinander in nur einem Aufzugsschacht. Diese Kabinen sind nicht miteinander verbunden und können unabhängig voneinander unterschiedliche Etagen anfahren. Das TWIN-Aufzugssystem ist mittlerweile mehrfach ausgezeichnet worden. Dieses innovative Produkt ist bereits in der Universität Stuttgart und in unserer Unternehmenszentrale in Düsseldorf installiert. In Kürze werden auch das Main-Triangel-Gebäude in Frankfurt, die Zentrale der BMW Group in München und das Oceanic Center in Valencia/Spanien damit ausgestattet.

Mit diesen und anderen innovativen Produkten sichern wir unseren technologischen Vorsprung im härter werdenden globalen Wettbewerb.

Verantwortung als Corporate Citizen

Meine Damen und Herren,

als Unternehmen ist ThyssenKrupp in einem breit gefächerten Spannungsfeld tätig. Aktionäre und Kreditgeber, Zulieferer und Kunden, Mitarbeiter und externe Partner stellen ebenso ihre Ansprüche wie Behörden, Parteien, Gewerkschaften und Verbände. Diesen Erwartungen im Rahmen der gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden, ist eine ständige, mitunter nicht leichte Aufgabe, der wir uns aber gerne stellen.

Stichwort Standort Deutschland: Wir sind seit vielen Jahren ein Global Player und nunmehr in über 70 Ländern weltweit tätig. Unsere Heimat aber ist und bleibt das Ruhrgebiet. Hier haben wir unsere Wurzeln, und allein hier beschäftigen wir fast 55.000 Mitarbeiter. Ich sage dies ganz bewusst vor dem Hintergrund der immer wieder aufkeimenden Standortdebatte. Ich sage aber auch ganz deutlich, dass wir weiterhin alle Chancen nutzen werden, die uns die Globalisierung bietet. Globalisierung ist kein Selbstzweck, sondern wesentlicher Bestandteil unserer Strategie der Zukunftssicherung. Deshalb bauen wir unsere internationalen Aktivitäten Jahr für Jahr konsequent weiter aus. Zugleich investieren wir aber stets auch beträchtliche Mittel in unsere deutschen Standorte. Um nur zwei

Beispiele zu nennen: In Andernach entsteht mit dem Bau einer neuen Durchlaufglühe und weiterer Veredelungsanlagen in den nächsten Jahren der weltweit größte Produktionsstandort für Weißblech; am Standort Ilsenburg nach Fertigstellung einer weiteren Ausbaustufe der weltgrößte Nockenwellenhersteller. Daran können Sie erkennen, dass wir es ernst meinen mit unserem Bekenntnis zum Standort Deutschland.

Wir bleiben auch unserer langjährigen Tradition treu und bilden junge Menschen hier zu Lande weit über den eigenen Bedarf hinaus aus. Insgesamt 4.476 Jugendliche erlernten zum 30. September 2004 einen der 70 verschiedenen Ausbildungsberufe. Die Ausbildungsquote haben wir auf 5,3 Prozent erhöht. Auch am Ausbildungspakt beteiligen wir uns: Mit über 150 neuen Ausbildungsplätzen bzw. Stellen für die so genannte Einstiegsqualifizierung leistet ThyssenKrupp erneut einen Beitrag, um die Ausbildungssituation in Deutschland zu verbessern.

Die Zusammenarbeit mit externen Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen ist uns ebenfalls wichtig. Zu diesem Zweck hat der Konzern ein Netzwerk mit 221 Kooperationspartnern aufgebaut, darunter zahlreiche renommierte Universitäten, Fachhochschulen, technisch-wissenschaftliche Vereine sowie öffentliche und private FuE-Einrichtungen im In- und Ausland. Insgesamt gibt es fast 500 Kooperationen mit externen Institutionen. Die wichtigsten Kooperationsthemen sind dabei die Metallurgie und Oberflächentechnik, die Mess- und Prüftechnik sowie die Fertigungs- und Verfahrenstechnik.

Ein Höhepunkt im abgelaufenen Geschäftsjahr war unsere Initiative „Zukunft Technik entdecken“. Schwerpunkte unserer Aktivitäten waren eine integrierte Medienkampagne mit TV-Spots, Anzeigen, Verlagsbeilagen und dem IdeenPark. Glanzlicht unserer Initiative war zweifellos unser IdeenPark, der vom 2. bis 4. September 2004 in der Arena AufSchalke in Gelsenkirchen stattgefunden hat. Auf insgesamt 17.500 Quadratmetern, das entspricht der Fläche von drei Fußballfeldern, bot der Ideenpark einen abwechslungsreichen Einblick in die faszinierende Welt der Technik.

Ich bin immer wieder gefragt worden, warum ThyssenKrupp die in dieser Form bislang wohl einmalige Ausstellung in Deutschland realisiert hat. Ich meine, dass sich Deutschlands Zukunft als bedeutender Technologiestandort nur durch

Innovationen nachhaltig sichern lässt. Dazu brauchen wir ein innovationsfreundlicheres Klima, das Veränderungen als Chance begreift und nicht als Bedrohung. Es war das erklärte Ziel des IdeenParks, die Faszination für Technik zu wecken und deren Nutzen für Wachstum und Beschäftigung zu verdeutlichen. Dies ist uns gelungen, denn die Resonanz auf unsere Ausstellung war überwältigend. Unter den mehr als 60.000 Besuchern waren neben Bundespräsident Köhler und dem nordrhein-westfälischen Ministerpräsidenten Steinbrück viele Kunden, Mitarbeiter und Aktionäre.

Wir nehmen diesen Dialog ernst und werden ihn auch künftig fortsetzen. Wir sehen darin einen Teil unserer gesellschaftlichen Verantwortung.

Meine Damen und Herren,

dazu gehört auch die Unterstützung von Opfern der Flutkatastrophe in Südostasien. Das Leid von Zehntausenden von Familien und die schrecklichen Bilder der Verwüstung weiter Landesteile haben uns zutiefst erschüttert. Wir wollen den Opfern der Flutkatastrophe in Indien und Thailand helfen und in beiden Ländern in einer besonders betroffenen Region jeweils ein Dorf wieder aufbauen. In Indien wird dies die Region Madras sein, in Thailand Khao Lak. Gleichzeitig wollen wir in beiden Ländern je ein Waisenhaus errichten und dabei auch die Finanzierung einer fachmännischen psychologischen Betreuung in diesen Einrichtungen sicherstellen. Mit diesen nachhaltigen Projekten, für die wir zwischen 2 und 2,5 Mio Euro zur Verfügung stellen, wollen wir unseren Beitrag zum Wiederaufbau leisten. Zugleich möchten wir damit unsere Verbundenheit mit den beiden Ländern zum Ausdruck bringen, in denen wir schon seit Jahrzehnten tätig sind. In den vergangenen Wochen haben uns wiederholt Bitten von Aktionären erreicht, doch einen Teil der Dividende zu spenden. Das ist aus rechtlichen Gründen leider nicht möglich. Natürlich steht es aber jedem Aktionär frei, die Flutopfer mit seiner Dividende oder einem Teil davon zu unterstützen.

Ausblick

Meine Damen und Herren,

zum Schluss möchte ich Ihnen noch einen Ausblick auf das Gesamtjahr 2004/2005 geben.

Wir gehen von folgenden Entwicklungen aus:

- Die Hochkonjunktur auf dem internationalen Stahlmarkt wird sich auch in diesem Jahr fortsetzen. Entscheidender Einflussfaktor bleibt das hohe Bedarfswachstum Chinas. Die Lage auf den Rohstoffmärkten wird daher angespannt bleiben und für weiterhin hohe Rohstoffkosten und Stahlpreise sorgen. Insgesamt erwarten wir für 2005 eine Welt-Rohstahlerzeugung von etwa 1.090 Mio Tonnen, 5 Prozent mehr als 2004. In Deutschland dürfte die Jahresproduktion auf 47 Mio Tonnen zunehmen, nach 46,5 Mio Tonnen im vergangenen Jahr.
- Die Automobilproduktion dürfte 2005 weltweit auf fast 67 Mio Fahrzeuge steigen. Dieser Zuwachs von 4 Prozent entfällt vor allem auf China und die übrigen asiatischen Länder.
- Positiv sind auch die Erwartungen für den deutschen Maschinenbau. 2005 erscheint ein Produktionsanstieg von 3 Prozent realistisch. In den USA, Japan und China wird sich das Wachstum mit etwas geringeren Zuwächsen als in 2004 fortsetzen. Die Nachfrage nach Werkzeugmaschinen wird sich weiterhin überproportional entwickeln.
- Nach wie vor schwierig bleibt die Lage für die deutsche Bauwirtschaft. In den USA ist mit einer merklichen Abschwächung zu rechnen. Günstiger sind dagegen weiterhin die Perspektiven für die Länder Mittel- und Osteuropas und Asiens.

ThyssenKrupp im Geschäftsjahr 2004/2005: Erfreuliche Geschäftsentwicklung erwartet

Meine Damen und Herren,

sollten sich diese Konjunkturprognosen bestätigen, gehen wir von einer insgesamt weiterhin erfreulichen Geschäftsentwicklung aus. Was haben wir uns nun für 2004/2005 vorgenommen? Beim Umsatz planen wir eine Größenordnung von gut 41 Mrd Euro. Darin sind Portfolio-Veränderungen nicht berücksichtigt.

- Steel plant bei Qualitätsflachstahl auf Grund höherer Stahlpreise einen weiteren Umsatzanstieg. Zu Beginn des 1. Quartals 2004/2005 konnten Preisaufbesserungen am Markt durchgesetzt werden. Bei Rostfrei-Flach wird die Umsatzzunahme durch höhere Versandmengen und die Weitergabe der Kostenbelastung bei Legierungsmitteln bestimmt.
- Automotive erwartet ebenfalls einen höheren Umsatz. Dazu wird auch der Anlauf neuer Werke beitragen.
- Elevator plant eine weitere Geschäftsausweitung. Der Umsatz wird vor allem in Asien und Lateinamerika wachsen, bei moderaten Steigerungen in den anderen Märkten.
- Bei Technologies dürfte der Umsatz trotz der Abgabe von Aktivitäten den Vorjahreswert erreichen. Vergleichbar gerechnet ergibt sich ein Umsatzplus insbesondere aus der guten Auftragslage im Anlagenbau und der gestiegenen Nachfrage bei Systemkomponenten.
- Steigerungen bei Services werden weiterhin im osteuropäischen Markt erwartet, darüber hinaus im Bereich Industrieservices.

Beim Ergebnis vor Steuern, ohne Berücksichtigung von Effekten aus wesentlichen Unternehmensveräußerungen und Restrukturierungsmaßnahmen, streben wir an, das sehr gute Niveau von 2003/2004 zu übertreffen. Wir werden auch künftig eine an der Ergebnisentwicklung orientierte Dividende ausschütten.

Meine Damen und Herren,

wir blicken auf ein sehr gutes Geschäftsjahr 2003/2004 zurück und haben guten Grund zur Annahme, dass wir uns auch im laufenden Jahr erfolgreich behaupten werden. Darauf wollen wir aufbauen. Unser Kurs ist klar: Wir wollen weiter wachsen und zwar profitabel, weltweit, mit motivierten Mitarbeitern und exzellenten Produkten. Deshalb meine herzliche Bitte an Sie: Begleiten Sie uns auf diesem Weg und setzen Sie Ihr Vertrauen weiterhin in unser Unternehmen, seine Leistungsfähigkeit und seine Mitarbeiter.

Vielen Dank.