

Sendesperrfrist 10.15 Uhr

Dienstag, 10. Juni 2008

10. Juni 2008

Hans-Georg Frey
Vorsitzender des Vorstandes
der Jungheinrich AG

**Rede zur
Hauptversammlung
am 10. Juni 2008**

Congress Centrum Hamburg

Es gilt das gesprochene Wort!

Sehr geehrte Damen und Herren,

herzlich willkommen zur ordentlichen Hauptversammlung der Jungheinrich AG 2008 – auch im Namen meiner Vorstandskollegen! Wir freuen uns, dass Sie – verehrte Aktionäre, Aktionärsvertreter und Gäste – so zahlreich erschienen sind, um sich hier und heute ausführlich über unser Unternehmen und dessen Geschäftsentwicklung zu informieren. Fast auf den Tag genau vor einem Jahr habe ich mich Ihnen an dieser Stelle als neuer Vorsitzender des Vorstandes der Jungheinrich AG vorgestellt. Seitdem haben sowohl der Weltmarkt für Flurförderzeuge als auch das Unternehmen eine rasante Entwicklung durchlaufen, die damals so nicht zu erwarten war. 2007 war geprägt von enormem Wachstum, bis der Eintritt der US-Hypothekenkrise am Jahresende die Weltwirtschaft kräftig einbremste und bis heute deutliche Spuren hinterlassen hat. Sicher haben wir zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht alle ökonomischen Auswirkungen zu spüren bekommen. Sicher ist jedoch auch – und das trotz schwieriger Rahmenbedingungen: Jungheinrich bleibt auf Kurs und ist gut aufgestellt, um die Anforderungen, die Markt und Wettbewerb an das Unternehmen stellen, auch in Zukunft zu erfüllen. Lassen Sie mich im Folgenden zunächst das abgelaufene Geschäftsjahr zusammenfassen, bevor ich Ihnen einen Ausblick auf das laufende Jahr und die weitere Zukunft gebe.

2007 war für Jungheinrich ein außerordentliches Jahr, ein Jahr der Rekorde. Es war das bislang erfolgreichste Geschäftsjahr in der Unternehmensgeschichte. Bei den wesentlichen wirtschaftlichen Kennzahlen konnten neue Bestmarken erreicht werden. Basis dieses Erfolges ist unsere klare Unternehmenspolitik, die eine auf profitables Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit ausgerichtete Konzernstrategie zugrunde liegt: Ziel dieser Strategie ist die langfristige und nachhaltige Positionierung der starken Marke „Jungheinrich“ in den Bereichen Flurförderzeug-, Lager- und Materialflusstechnik. Hierbei steht die Kundenzufriedenheit im Mittelpunkt all unserer Anstrengungen. Wir erreichen sie durch Innovationsfreude, Leistungsorientierung und Professionalität. Sind unsere Kunden mit uns zufrieden, dann sichert das Jungheinrich ertragreiches Wachstum und damit die nötige Unabhängigkeit für flexibles unternehmerisches Handeln. Nur so lässt sich die erforderliche Kontinuität herstellen, um dauerhaft zu den drei weltweit führenden Anbietern der Flurförderzeug-Industrie zu gehören.

Das weltweite Marktwachstum bei Flurförderzeugen entwickelte sich 2007 ebenso dynamisch wie im Vorjahr. Aufgrund eines guten konjunkturellen Umfeldes erreichte das Weltmarktvolumen mit 950.000 Einheiten eine deutliche Steigerung von elf Prozent. Alle Regionen haben zu diesem Wachstum beigetragen,

allerdings in unterschiedlichen Größenordnungen. Asien und Europa waren erneut deutlich überproportional beteiligt. Der europäische Markt legte wie im Vorjahr um 16 Prozent zu. Osteuropa wies, begünstigt durch die dynamische Entwicklung in Russland, mit einer Steigerungsrate von 49 Prozent ein noch höheres Wachstumstempo auf als 2006. Einen Zuwachs von zehn Prozent verzeichnete Westeuropa. Die stärksten Wachstumsimpulse außerhalb Europas setzte einmal mehr Asien mit einer Wachstumsrate von rund 17 Prozent. Hierbei trat China mit einem Anstieg von rund 26 Prozent abermals als Wachstumstreiber in der Region hervor. Stark rückläufig war der nordamerikanische Markt mit minus zehn Prozent.

An dem weltweiten Marktwachstum nahmen die Fahrzeuge der Lagertechnik, unsere Domäne, um acht Prozent und die Gegengewichtsstapler mit 13 Prozent teil. In Nordamerika ging die Nachfrage nach Flurförderzeugen in beiden Segmenten zurück.

Betrachtet man die Aufteilung des Weltmarktes nach Regionen, so sieht man, dass Europa gegenüber 2006 noch einmal zulegte und sich mit einem Anteil von 43 Prozent äußerst stark präsentierte. Auf gleichbleibend hohem Niveau bewegte sich Asien, während die Bedeutung von Nordamerika deutlich zurückging. Dafür war ein erkennbarer Zuwachs für Mittel- und Südamerika festzustellen.

In Europa erwies sich der osteuropäische Markt erneut als wichtigster Wachstumstreiber. Er verzeichnete mit einem eindrucksvollen Zuwachs von 49 Prozent eine weiterhin dynamische Entwicklung. Für Jungheinrich ist es außerordentlich wichtig, an diesem stark wachsenden Marktpotenzial in vollem Umfang zu partizipieren. Deshalb haben wir uns für 2008 klare Ziele gesetzt: Wir wollen unsere internationale Markt- und Servicepräsenz in Europa und auf den boomenden Märkten in Osteuropa und Asien, insbesondere in Russland und China, weiter auf- und ausbauen. Hierfür hat unser Unternehmen im vergangenen Geschäftsjahr wichtige Weichen gestellt. Daher werde ich nun auf die Schwerpunkte unserer Aktivitäten in 2007 eingehen.

Die Erschließung der Wachstumsmärkte wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr weiter vorangetrieben. Wir haben unsere Kapazitäten in den weltweit bestehenden Vertriebsgesellschaften, insbesondere in den im Blickfeld stehenden Zukunftsmärkten personell aufgestockt. Heute sind wir in 31 Ländern mit eigenen Gesellschaften vertreten und darüber hinaus in einer Vielzahl von Ländern mit Jungheinrich-Händlerrepräsentanzen.

Ebenfalls ausgebaut wurde die europaweite Ersatzteilversorgung. Seit September 2007 werden die osteuropäischen Länder aus einem neu eingerichteten Logistikzentrum in der slowakischen Hauptstadt Bratislava versorgt. Mit diesen und den bestehenden Lagern können unsere Kundendiensttechniker in fast ganz Europa über Nacht mit Ersatzteilen beliefert werden. Dies ist ein klarer Wettbewerbsvorsprung für Jungheinrich.

Verstärkt ausgebaut wurden 2007 auch das Mietstellennetz und die Staplerflotte. Mittlerweile sind über 22.000 Fahrzeuge marktgerecht, d. h. flexibel an die Nachfrage angepasst verfügbar. Ganz gleich ob für einen Tag, eine Woche, einen Monat oder für noch längere Zeiträume, Jungheinrich stattet seine Kunden mit der richtigen Fahrzeugvariante für ihren Einsatzfall aus – und das in der Regel innerhalb von nur zwei Stunden.

Europaweit forciert wurde darüber hinaus die Aufarbeitung von Gebrauchtgeräten. Am Standort Klipphausen bei Dresden wurden die Kapazitäten des zentralen Aufarbeitungswerkes mit der Fertigstellung einer zweiten Ausbaustufe erweitert. Die Produktionsleistung wurde verdoppelt, die Mitarbeiterzahl auf 100 Beschäftigte erhöht. Mit dieser Expansionsmaßnahme werden die dezentralen Werkstätten in den Niederlassungen entlastet und die Vertriebsorganisation gestärkt.

Außerdem auf dem Vormarsch in Europa ist das 2006 in Deutschland gestartete Kataloggeschäft, das sich gerade an kleine und mittelständische Unternehmen aus Industrie, Handel und Handwerk richtet. Es wurde auf Österreich ausgedehnt. Die Jungheinrich PROFISHOP GmbH, Wien, brachte im September 2007 ihren ersten Katalog heraus. Auf 300 Seiten werden Produkte aus den Bereichen Stapeln & Heben, Transport, Lagereinrichtung, Betriebsausstattung und Umwelt angeboten. Gleichzeitig mit dem Katalogversand öffnete der Online-Shop unter www.jh-profishop.at. Damit erreichen wir Kunden, die wir mit unserem Direktvertrieb nur mit größerem Aufwand ansprechen könnten.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist für uns die Forschung und Entwicklung. Im Geschäftsjahr 2007 investierte der Konzern weiter in die Entwicklung seiner Produkte. Auf der internationalen Fachpressekonferenz im Herbst führte Jungheinrich neue Produkte aus allen Segmenten vor. Ihren vorläufigen Höhepunkt erreichte diese bisher größte Produktoffensive der Unternehmensgeschichte anlässlich der weltweiten Branchenleitmesse CeMAT im Mai 2008. Dort haben wir ein einzigartiges Feuerwerk an Innovationen gezündet und die

Fachwelt begeistert. Unsere Aufwendungen für Forschung und Entwicklung blieben 2007 mit 41 Millionen Euro auf unverändert hohem Niveau.

Flurförderzeuge aus dem Hause Jungheinrich stehen für Spitzen-Technik made in Germany. Sie zeichnen sich durch innovative Antriebs- und Energiespeicherkonzepte aus. Sie sind leistungsfähig, kostengünstig und umweltfreundlich.

Ein Beispiel für Wirtschaftlichkeit im Sinne von Energieeffizienz und Betriebskosten, der Ergonomie und der Sicherheit sind unsere neuen hydrostatisch angetriebenen Diesel- bzw. Treibgasstapler 425s-435s. Die mit verbessertem Fahrkomfort und diversen Sicherheitspaketen ausgestatteten Fahrzeuge erbringen bei niedrigem Kraftstoffverbrauch maximale Umschlagleistungen. Mit diesen technisch führenden Geräten werden wir unser Geschäft im Bereich der Gegengewichtsstapler erkennbar ausbauen. Aber auch in allen anderen Produktsegmenten tragen wir den gestiegenen Anforderungen in der Intralogistik Rechnung: So erweiterte Jungheinrich sein Produktprogramm um neue Niederhubwagen und Schlepper in unterschiedlicher Ausführung.

Diese neuen und unsere bisherigen Fahrzeuge werden mit deutlich gesteigerter Produktivität hergestellt, nachdem wir im Herbst 2007 das Projekt zur technischen Umgestaltung der Fertigung am Produktionsstandort Norderstedt abgeschlossen haben. Im Werk Moosburg wurden umfangreiche Strukturmaßnahmen bereits 2006 erfolgreich umgesetzt.

Darüber hinaus steht unserem Unternehmen in Norderstedt nunmehr eine deutlich höhere Produktionskapazität zur Herstellung lagertechnischer Fahrzeuge zur Verfügung. So können wir den Herausforderungen eines wachsenden Marktes jederzeit gerecht werden.

Fortsetzung fand 2007 auch der Ausbau unseres Finanzdienstleistungs geschäftes. Heute wird europaweit jeder dritte Gabelstapler von Jungheinrich geleast – mit steigender Tendenz. Daher planen wir die Gründung weiterer Finanzdienstleistungsgesellschaften. Im laufenden Geschäftsjahr sollen nach Großbritannien, das 2006 hinzukam, Spanien und die Niederlande folgen. Dann können auch diese bedeutenden Märkte besser mit unseren vermehrt nachgefragten Rentalverträgen bedient werden.

Die Vertragsform „Rental“ richtet sich vorwiegend an Flottenbetreiber, vor allem internationale Großkunden. Um sich bei dem stattlichen Volumen von über 1,3 Milliarden Euro Vertragsbestand zum Neuwert Ende des Jahres 2007 gegen

Restwertrisiken abzusichern, werden alle Finanzdienstleistungsgeschäfte grundsätzlich nur in Verbindung mit Service-, in der Regel Full-Service-Verträgen abgeschlossen. In entsprechend passablem Zustand kommen die Geräte nach Auslaufen der Leasing-Verträge an uns zurück und fließen nach ihrer Aufarbeitung am Standort Dresden in den Gebrauchtgerätemarkt.

Meine Damen und Herren,
vor Jahresfrist durfte ich Sie ausführlich über unsere neue Unternehmensstruktur informieren, die wir mit Wirkung zum 1. Januar 2007 eingeführt haben. Wesentliche Teile des bisherigen operativen Geschäftes der Jungheinrich AG wurden inzwischen reibungslos ausgegliedert und auf vier eigenständige Kommanditgesellschaften übertragen.

Für den weiteren Ausbau unseres Geschäfts, die erfolgreiche Umsetzung unserer Projekte sowie die Entwicklung hervorragender Produkte brauchen wir eine hoch motivierte und mit erstklassigen Teamspielern besetzte Mannschaft. Dementsprechend hat sich das Unternehmen 2007 personell weiter verstärkt: Zum 31.12.2007 hat sich die Zahl der Beschäftigten erstmals auf über 10.000 Mitarbeiter erhöht. 484 Arbeitsplätze entfielen allerdings auf die Erweiterung des Konsolidierungskreises. Ohne Berücksichtigung der neu einbezogenen Gesellschaften ergab sich ein Aufbau von über 400 Arbeitsplätzen. Zwei Drittel dieser Arbeitsplätze entfielen auf den Ausbau der ausländischen Vertriebsgesellschaften und ein Drittel auf die Produktion im Inland.

Sehr geehrte Damen und Herren,
ich komme nun zur wirtschaftlichen Entwicklung unseres Unternehmens in 2007 und habe Erfreuliches zu berichten:

Jungheinrich konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr den profitablen Wachstumskurs von 2006 erfolgreich fortsetzen und das Geschäftsvolumen kräftig steigern. Erstmals überschritt der Konzernumsatz die Rekordmarke von 2 Milliarden Euro und übertraf den Vorjahreswert von ca. 1,75 Milliarden Euro um 14 Prozent.

Diese eindrucksvolle Steigerung ist das Ergebnis einer starken Teamleistung. Wir konnten uns in der Weltrangliste der Hersteller von Flurförderzeugen umsatzmäßig zum ersten Mal den dritten Platz erkämpfen und damit auf das Siegertreppchen vorarbeiten. Auch wenn der Abstand zu Rang vier denkbar knapp ist und der Wettbewerbsdruck unvermindert wächst, setzen wir alles daran, diesen Platz zu halten.

Jungheinrich profitierte 2007 von einem sehr positiven konjunkturellen Umfeld und dem weltweit starken Marktwachstum bei Flurförderzeugen. Der Auftragseingang, der alle Geschäftsfelder umfasst, erhöhte sich ebenfalls um rund 14 Prozent auf 2,12 Milliarden Euro und übertraf unsere Wachstumsprognose deutlich.

Auch die enorme Entwicklung unseres Geschäftes in Osteuropa ist eindrucksvoll. Jungheinrich konnte an dem Marktwachstum in diesen aufstrebenden Märkten durch frühzeitige Präsenz voll teilnehmen. Der Umsatz allein in dieser Region legte um bemerkenswerte 35 Prozent auf 238 Millionen Euro zu.

Außerhalb Europas wuchs der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr trotz eines leichten Rückganges in den USA um 25 Prozent auf 124 Millionen Euro. Das ist gewaltig.

Der Auftragseingang im Neugeschäft stieg Stückzahlbezogen konzernweit um rund 5 Prozent auf ein Rekordvolumen von über 84 Tausend Staplern. Die Produktionsleistung des Unternehmens erhöhte sich 2007 um neun Prozent auf über 82 Tausend Stapler.

Die hohen Auftragseingänge führten zu einem erfreulichen Anstieg des Auftragsbestandes zum 31. Dezember 2007 um 27 Prozent auf 334 Millionen Euro.

Das operative Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) erhöhte sich im achten Jahr in Folge. Es verbesserte sich um 19 Prozent auf rund 140 Millionen Euro. Die EBIT-Rendite (ROS) kletterte auf einen branchenbezogenen Topwert von 7,0 Prozent.

Die entsprechende Kapitalrendite auf das eingesetzte zinspflichtige Kapital (ROCE) lag wie im Vorjahr über dem langfristigen Kapitalrendite-Ziel des Konzerns von 20 Prozent und erreichte 24,1 Prozent.

Das Eigenkapital stieg als Folge des hohen Ergebnisses nach Steuern von 485 Millionen Euro auf 554 Millionen Euro. Infolgedessen blieb die Eigenkapitalquote trotz der höheren Bilanzsumme mit 27 Prozent auf dem Niveau des Vorjahres. Damit war das Anlagevermögen zum Bilanzstichtag zu 111 Prozent durch das Eigenkapital gedeckt.

Was ergibt sich unter dem Strich? Die Ertragsteuern des Konzerns erhöhten sich unterproportional zur Ergebnisentwicklung von 52 Millionen Euro im Vorjahr auf 57 Millionen. Die Steuerquote verringerte sich von 43,7 Prozent auf 41,1 Prozent. Dadurch hat sich das Ergebnis nach Steuern gegenüber dem Vorjahr um 22 Prozent von 67 Millionen Euro auf 82 Millionen Euro verbessert. Ich denke, das ist ein erfreuliches Resultat, das uns weiter nach vorne bringt.

Sehr geehrte Damen und Herren,
die Jungheinrich-Aktie behauptete sich erfolgreich im Börsenjahr 2007. Die Börsenumsätze verdoppelten sich, der Aktienkurs erreichte mit 36,91 Euro ein neues Allzeithoch und beendete 2007 schließlich mit einem Kursplus von 15,7 Prozent. Damit erwies sich die Jungheinrich-Aktie als attraktives Investment. Sie entwickelte sich deutlich besser als die deutschen Nebenwerte-Indizes. Die Gründe hierfür: ein freundliches Börsenumfeld und ein reges Kaufinteresse seitens institutioneller Investoren aufgrund der guten Geschäftsentwicklung unseres Unternehmens.

Das laufende Geschäftsjahr hingegen begann turbulent und mit einem deutlichen Kursrückgang. Ausgelöst durch die Hypothekenkrise in den USA verunsicherten die weltweit eingetrübten Konjunkturaussichten die Marktteilnehmer an den nationalen und internationalen Aktienmärkten. In den letzten Monaten hat sich der Aktienkurs um 22 Euro eingependelt.

Angesichts des guten Geschäftsverlaufes in 2007 werden Vorstand und Aufsichtsrat dieser Hauptversammlung vorschlagen, die auszuschüttende Dividende um 4 Cent auf 52 Cent je Stammaktie und auf 58 Cent je Vorzugsaktie zu erhöhen. Dies wird somit die fünfte Dividendenerhöhung seit dem Jahr 2000 sein. Sie als Aktionäre partizipieren damit nicht nur am Wachstum sondern auch direkt am Erfolg des Unternehmens.

Sehr geehrte Damen und Herren,
bevor ich Ihnen einen Ausblick auf den weiteren Geschäftsverlauf gebe, möchte ich eine kurze Standortbestimmung vornehmen und Ihnen die Geschäftsentwicklung bis Ende April 2008 schildern.

Trotz der internationalen Finanzkrise blieb das Konjunktur- und Marktumfeld für Flurförderzeuge in den ersten 4 Monaten auf hohem Wachstumsniveau. Die weltweite Nachfrage nach Staplern nahm mit Ausnahme von Nordamerika weiter zu. Insgesamt stieg das Weltmarktvolumen kräftig um zwölf Prozent auf über 333.000 Einheiten. An diesem Wachstum war Asien mit 24 Prozent überdurchschnittlich beteiligt. Europa kam auf zehn Prozent. Während sich das

Volumen in Westeuropa um sechs Prozent über dem Niveau des Vorjahres bewegte, zeigte Osteuropa mit einem Zuwachs von 31 Prozent eine weiterhin dynamische Entwicklung. Rückläufig blieb erneut der nordamerikanische Markt mit minus fünf Prozent.

Unser Unternehmen ist gut in das laufende Jahr gestartet. Nach den ersten vier Monaten verzeichnete Jungheinrich ein Plus von 14 Prozent beim Auftragseingang im Vergleich zum Vorjahr. Die Umsatzerlöse legten im selben Zeitraum um elf Prozent auf 680 Millionen Euro zu. Alle Geschäftsfelder trugen zu diesem Umsatzwachstum bei.

Der Auftragsbestand des Neugeschäftes lag zum 30. April 2008 mit 391 Millionen Euro um 29 Prozent über dem Vorjahreswert und um 17 Prozent über dem Jahresendwert 2007. Dieser hohe Auftragsbestand bildet eine solide Basis für die Umsatzentwicklung in den nächsten Monaten.

Nach dem guten Start in den ersten Monaten erwarten wir insgesamt für 2008 ein wachsendes Geschäftsvolumen bei Auftragseingang und Umsatz. Beim Auftragseingang rechnen wir mit einer Steigerung auf über 2,2 Milliarden Euro, beim Umsatz mit einem Volumen von über 2,1 Milliarden Euro; das entspricht einer Wachstumsrate von rund 6 Prozent.

Ich freue mich, Ihnen nun über die CeMAT 2008 zu berichten, die Ende Mai dieses Jahres stattgefunden hat. Die CeMAT ist die weltweit größte Messe für die Intralogistik, die im dreijährigen Rhythmus in Hannover ausgerichtet wird. Auf dieser Fachmesse haben wir die Chance genutzt und dem internationalen Fachpublikum gleich zehn brandneue Produkte präsentiert und sowohl gegenüber unseren Wettbewerbern als auch unseren Kunden durch eine starke Leistung überzeugt. Neben Geräten aus der Lagertechnik, mit denen Jungheinrich seit Jahren Maßstäbe setzt, sorgten unsere neuen verbrennungsmotorische Stapler-Generation mit hydrostatischem Antrieb sowie die neuen Elektro-Gegengewichtsstapler für erhebliches Aufsehen.

Ein absolutes Highlight der Messe stellte die Studie „Concept 08“ dar. Die mit einem hocheffizienten Direktantrieb auf der Basis von Lithium-Ionen-Batterien versehene Staplerstudie war ein Publikumsmagnet. Mit der engagierten Erforschung neuer Energiekonzepte stößt Jungheinrich das Fenster zur Zukunft moderner Antriebe weit auf. Besonders hervorzuheben ist aber auch das enorme Engagement und die hohe Motivation unserer gesamten Messemannschaft, die bei der Kundschaft einen exzellenten und nachhaltigen Eindruck hinterließ.

Sehr geehrte Damen und Herren,

lassen Sie uns zu guter Letzt einen Blick in die Zukunft werfen, auch wenn Vorhersagen von Absatzmöglichkeiten und Marktpotentialen momentan doppelt schwierig zu treffen sind. Nicht sicher einzuschätzen sind die Auswirkungen der globalen Finanzkrise auf die Realwirtschaft und die sich hieraus ergebenden Einflüsse auf die Konjunktur in der Flurförderzeugindustrie. Vor einem solchen Hintergrund ist ein frühzeitiges Erkennen und Abwägen von Chancen und Risiken für die weitere Gestaltung der Geschäftspolitik unabdingbar.

Im Hinblick auf die Chancen lässt sich eines festhalten: Unserer Branche eröffnet sich Raum für Perspektiven und weiteres Wachstum. Durch die weiter zunehmende weltweite Arbeitsteilung im Rahmen der Globalisierung bleiben die Rahmenbedingungen für ein lang anhaltendes Wachstum in der Logistik bestehen. Immer mehr Länder – vor allem die wirtschaftlich im Aufbau befindlichen Schwellenländer, wie China, Indien, Brasilien und Russland – benötigen moderne Flurförderzeugtechnik und Logistiksysteme. Mit unserer Positionierung als Vollsortimenter und Intralogistikdienstleister mit einem weltweiten, im Ausbau befindlichen Vertriebs- und Servicenetz, sind wir gut aufgestellt, um an dieser Entwicklung maßgeblich teilnehmen zu können.

Diese Einschätzung wird von der zurückliegenden Entwicklung des Marktvolumens über einen Zeitraum von 10 Jahren eindrucksvoll bestätigt. Trotz zeitweiliger Seitwärts- oder Abwärtsbewegungen des weltweiten Marktvolumens – geprägt durch den stark schwankenden Verlauf in Nordamerika – ging der langfristige Trend deutlich nach oben. Die durchschnittliche Wachstumsrate im Betrachtungszeitraum lag bei 6,8 Prozent. Angesichts der vorher erwähnten weltweiten wirtschaftlichen Entwicklung gehen wir davon aus, dass sich dieser Trend weiter fortsetzt.

Für das laufende Jahr dürfte sich das weltweite Marktvolumen für Flurförderzeuge – ungeachtet der bestehenden Unsicherheiten – auf rund 1 Million Fahrzeuge erhöhen. Diese Steigerung der Stückzahlen beinhaltet sowohl Zuwächse für den europäischen als auch für den asiatischen Markt.

Als Wachstumstreiber dürften sich einmal mehr Osteuropa und China erweisen. Diese aufstrebenden Märkte sollten uns zusätzliche Absatzchancen eröffnen. Hierbei dürfen aber keineswegs die wirtschaftlichen Risiken aus den Augen verloren werden.

Hierzu gehören vor allem Währungsrisiken. Durch schwankende Wechselkurse wird der internationale Handel stark beeinflusst. Vor allem bei hoher Volatilität, d. h. starken Wechselkursschwankungen, ist die Planung grenzüberschreitender Handelsgeschäfte nur sehr schwer kalkulierbar. Wie Sie hier am Beispiel des schwachen Dollars ermessen können, haben Hersteller in den USA heute im Exportgeschäft erhebliche Preisvorteile.

Weitere Risiken erwachsen zudem aus den starken Preiserhöhungen für Rohstoffe, die in unsere Produkte einfließen, wie Stahl, Blei und aus Öl hergestellte Kunststoffe. Beispielsweise hat sich der Preis für Blei als Basismaterial für Batterien im abgelaufenen Geschäftsjahr fast verdoppelt. Aufgrund der hohen Nachfrage auf den Weltmärkten rechnen wir 2008 mit weiteren Preiserhöhungen, die wir nicht in vollem Umfang an den Markt weitergeben können.

Meine Damen und Herren,
sind wir bei Jungheinrich richtig aufgestellt, um diesen Risiken zu begegnen, die gebotenen Chancen zu nutzen, und im internationalen Wettbewerb weiter voranzukommen?

Die Antwort ist: Ja! Wir verfügen über eine Vision mit klarer strategischer Ausrichtung und eindeutig definierten Zielen. Nach der Phase der Konsolidierung stehen nun der strategische Ausbau unseres Geschäfts und das nachhaltige profitable Wachstum auf dem Programm.

Die Grundlage hierfür bildet unser Geschäftsmodell: Als produzierender Logistikdienstleister bietet unser Unternehmen seinen Kunden ein umfassendes Produktprogramm an Flurförderzeugen, Regalsystemen und Dienstleistungen für die komplette Intralogistik. Genau diese Positionierung als Vollsortimenter und Dienstleister und dazu noch unter einer Marke, unterscheidet Jungheinrich von seinen Wettbewerbern und verschafft uns einen Vorsprung auf dem Markt. Darüber hinaus ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für unser Geschäftsmodell die Innovationskraft unserer Mannschaft und der Mut und die Bereitschaft zu Investitionen in die Zukunft.

Deshalb investieren wir gezielt in all die Märkte, auf denen gemäß unserer Strategie profitables Wachstum möglich ist. Die Basis bildet hierbei der Kernmarkt Europa. In dieser Region ist die Premiummarke „Jungheinrich“ gewachsen und am stärksten. Hier sind unsere wichtigsten Produktionsstandorte, hier schaffen wir

die Ressourcen, die es uns ermöglichen, unsere Internationalität weiter auszubauen.

Beim Auf- und Ausbau des weltweiten Direktvertriebes werden wir uns auch weiterhin auf die Wachstumsregionen in Osteuropa mit Schwerpunkt Russland sowie Asien mit Schwerpunkt China konzentrieren. Wir werden aber auch die stärker ins Blickfeld kommenden Länder Indien und Brasilien nicht vernachlässigen.

Gerade Russland und China verzeichneten besonders starke Zuwächse und sorgten für einen kräftigen Anstieg des Marktvolumens für Flurförderzeuge. Allein im vergangenen Jahr wies das Wachstum in diesen beiden Märkten Steigerungen von 62 Prozent beziehungsweise 26 Prozent auf. Die dynamische Entwicklung in diesen beiden Volkswirtschaften wird auch in den nächsten Jahren weiter anhalten und uns Absatzchancen eröffnen, selbst wenn die Wachstumsraten etwas niedriger werden sollten.

Deswegen haben wir unsere Präsenz auf dem chinesischen Markt 2007 massiv ausgebaut und unsere Vertriebsmannschaft verstärkt. Regional unterschiedliche Anforderungen an die Intralogistik müssen wir bei der Produktauslegung berücksichtigen. Die Anforderungen der Kunden an ihre Stapler sind beispielsweise in China andere als in Europa.

Auch in Russland haben wir unsere Geschäftaktivitäten deutlich ausgeweitet. Neue Niederlassungen und Service-Stützpunkte wurden gegründet, um die wachsende Zahl von Neukunden zu erreichen. Weitere Standorte befinden sich bereits in der Planung.

Eine besondere Rolle im Rahmen unseres Geschäftsmodells spielt unser Kundendienst. Das breite Spektrum an Serviceleistungen stellt heute aus Sicht des Kunden eines der wichtigsten Kriterien für den Kauf eines Jungheinrich-Staplers dar. Daher haben wir 2007 intensiv in den Ausbau dieses Geschäftsfeldes investiert. Um das Wachstum des Kundendienstes dauerhaft sicherzustellen, brauchen wir einen hohen Marktbesatz. Dieser sichert uns der kontinuierliche Zugang an Neufahrzugen aus Verkauf und Leasing sowie aus dem Gebrauchtgerätegeschäft.

Den Absatz von Jungheinrich-Fahrzeugen fördern wir durch innovative, leistungsstarke und zuverlässige Produkte, wie wir auf der CeMAT 2008 in Hannover eindrucksvoll unter Beweis gestellt haben. Mit unseren neuen

hochqualitativen Gegengewichtsstaplern werden wir unser Geschäft in diesem Segment, in dem wir lange nur ein kleiner Spieler waren, erkennbar ausbauen können. Unsere Kunden wissen zu schätzen, dass wir uns ernsthaft mit den Themen Energieeffizienz und Betriebskosten, Sicherheit und Ergonomie auseinandersetzen und ihnen zukunftsweisende Lösungen anbieten.

Voraussetzung für die exzellente Qualität unserer Stapler sind Produktionsstätten der Zukunft. Deshalb haben wir jetzt damit begonnen, unsere Produktionskapazitäten erneut anzupassen. Um dem Marktwachstum in der Zukunft gerecht werden zu können, wird derzeit ein neues Werk in Landsberg bei Halle errichtet, wo zukünftig Niederhubwagen gefertigt werden. Der Spatenstich erfolgt noch in diesem Monat. Der Produktionsstart ist für 2009 vorgesehen. Damit sind wir unserer neuen Produktionsstrategie, der Errichtung von „Centres of Excellence“ für die einzelnen Produktlinien, einen großen Schritt näher gekommen.

Für das bayerische Werk am Standort Moosburg stehen ähnliche Überlegungen an. Wir haben uns bereits ein Grundstück für einen späteren Werksneubau für unsere Systemgeräte gesichert.

Entsprechend unserer zukunftsgerichteten Investitionsvorhaben wird sich das Investitionsvolumen in diesem Jahr auf ca. 75 Millionen Euro erhöhen.

Sehr geehrte Damen und Herren,
Sie sehen, wir sind gut gerüstet und stellen uns den Herausforderungen des Marktes und des Wettbewerbes. Ich versichere Ihnen, unsere internationale Mannschaft ist hoch motiviert. Sie bildet die Basis, um die Erfolgsgeschichte unseres Unternehmens mit viel Engagement und guten Ideen fortzuschreiben.

Unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gilt unser ganz besonderer Dank für ihren Einsatz und ihre Leistung. Danken möchten wir an dieser Stelle auch dem Aufsichtsrat, der unsere Arbeit aufmerksam begleitet. Ich schließe meine Ausführungen mit einem besonderen Dank an Sie, verehrte Aktionäre und Gesellschafter. Die Aktionärsstruktur und ihr Vertrauen in diese Mannschaft und unser Unternehmen ermöglichen es uns, Jungheinrich auf dem Weg in die Zukunft erfolgreich auf Kurs zu halten.

Bleiben Sie uns weiterhin treu, es geht mit Power in die Zukunft!
Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit!